

КАЛЬКУЛЯЦІЯ ЦІНИ НА ІМПОРТНУ КВІТКОВУ ПРОДУКЦІЮ

В.А. Ходарченко, аспірант*

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Розглянуто складові ціни на імпортну квіткову продукцію та фактори, що на неї впливають.

Постановка проблеми. Величезна кількість сортів, різноманітностей довжини і якості зрізаних квітів ускладнює можливість надання інформації про ціни. Для загального уявлення слід сказати, що на аукціоні в Нідерландах існує близько 15000 кодів на продукцію, крім того, різноманітні свята суттєво впливають на ціну. 11 травня в багатьох європейських країнах святкують День Матері, що значно підвищує ціни на аукціоні. Напередодні святкування католицького Різдва та Нового року збільшується попит європейських країн на квіти червоного та білого кольору, що теж впливає на ціну. Відповідно, українські фірми-імпортери роблять замовлення на квіткову продукцію, враховуючи різні особливості міжнародного ринку, навіть національні. Тому в певний період вони відмовляються від деяких сортів чи кольорів, які на внутрішньому ринку за такої високої ціни важко реалізувати, і намагаються замінити їх іншою продукцією, яка закуповується не через аукціон в інших країнах.

Метою дослідження є визначення способу формування ціни на квіткову продукцію імпортного походження, що дасть можливість зрозуміти складнощі та особливості цього напряму економічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Фактори, що впливають на ціну виробника, – сезонність, сорт, довжина стебла, розмір бутона, одночасність стадії розкриття бутонів, яскравість кольору квітки, пошкодження бутону, однаковість довжини стебла, однаковість розміру бутонів, колір та кількість листків, ступінь хімічної обробки, відсутність пестицидів та хвороб, упаковка, загальний зовнішній вигляд, підтримка необхідної температури при перевезенні, термін життя у вазі, регулярність поставок, попередній досвід покупців відносно постачальників квітів.

Враховуючи природу попиту і пропозиції, короткотермінові коливання ціни зустрічаються на аукціоні часто і можуть бути досить відчутними. Більшість з них спричинені офіційними святами та кліматичними умовами. Крім того, існує чітка сезонна цінова модель,

* Науковий керівник – С.М. Кваша, д. е. н., професор, член-кореспондент УААН

за якою ціни найнижчі у літній період, коли виробництво в ЄС досягає свого піку, а найвищі – у листопаді та грудні [4, с. 35].

Агенти та оптовики, що імпортують, зазвичай працюють на комісійній основі від фіксованих цін, які можуть коливатися в межах 5-25% від сукупного продажу, залежно від країни, ринкового сектору, необхідних послуг та виду продукції.

Зазвичай транспортні витрати за імпортою доставки вантажу становлять 90% вартості купленої партії квітів. Ще 20% – це ПДВ. Крім того, при проходженні митної процедури потрібно сплатити ввізне мито, за допомогою якого держава захищає вітчизняного виробника від конкуренції з боку зарубіжних фірм. Ще до вартості квітів додається близько 5% нарахування оптовиків. З усього зазначеного формується оптова ціна товару. За постачання товару українськими квітниками витрати значно скорочуються [2, с. 491].

В розрахунок цін на імпорту продукцію входить: вартість продукції в країні виробника, наприклад в Еквадорі, Колумбії + вартість авіаперевезення з Еквадору, Колумбії до Голландії + комісійні платежі компанії-посереднику (5-10%) + попереднє охолодження (0,35 центів/ 1 кг) + ціна транспортування до України. Все вище перераховане складає митну вартість товару, на яку нараховується мито та ПДВ. Далі компанія – оптовий імпортер встановлює свій відсоток прибутку і відповідно ціну, яка, крім багатьох інших факторів, залежить від курсу валют.

На світових аукціонах вартість троянди менше всього залежить від довжини її стебла – все визначає сорт і якість бутона. Ринкові ціни на квіти є лише середньою величиною. Кожен імпортер вже має напрацьовані зв'язки і своє коло постачальників, з якими може домовитися і про більш низькі розцінки. Але на кордоні доводиться платити за єдиними тарифами [3, с. 1].

На сьогоднішній день ставки ввізного мита на квіткову продукцію в горщиках становить 5%. На зрізані квіти – теж 5%, але тільки з 1 листопада по 31 травня, тому що з 1 червня по 31 жовтня на зрізані квіти встановлюється сезонне мито у розмірі 10%, що пов'язано з появою великої кількості продукції місцевого виробництва. Що стосується декоративної зелені, якою флористи так люблять прикрашати букети, то мито на неї незмінне протягом року і залишається на рівні 10% [1].

Крім мита, імпортер також сплачує за послуги митниці, карантинний дозвіл на імпорт, карантинний сертифікат та огляд інспекції з карантину рослин.

Продаж квітів має сезонний характер, і визначається загальнодержавними святами: День Святого Валентина (14 лютого) та

День захисника Вітчизни (23 лютого), 1 вересня. Але з попитом напередодні 8 Березня не зрівняється жодне свято в квітникарському бізнесі. Готуються до нього з кінця лютого, доки ціни на аукціоні не занадто високі. Напередодні свята квітникарі збільшують оптову вартість квітів на 20-30%, а роздрібна торгівля додає ще 50-100.

Висновки. Враховуючи результати дослідження, можна сказати, що ціна на імпортовані квіти формується іноземним виробником, який враховує сорт, довжину та якість своєї продукції. Однак транспортування квітів призводить не лише до значного подорожчання продукції, а й до втрат якості. Тобто, українці платять більші гроші за менш якісну продукцію, в той час як вітчизняні квіти відрізняються свіжістю та більш доступною ціною, яка не залежить напряму від курсу національної валюти та митних ставок. Отже, в майбутньому має сенс розширення і розвиток українського квітникарства.

Список використаних джерел

1. Закон ВРУ № 1016-VI от 19.02.2009 «Про внесення змін до Закону України «Про Митний тариф України».
2. Інфраструктура товарного ринку: продовольчі товари: підручник / за ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 564 с.
3. Княжанський В. Квіти митної революції // День. – 2005. – №37 – С.1.
4. CBI market survey: the cut flowers and foliage market in the EU, November 2007 [<http://www.cbi.eu/disclaimer>].