



Економіка

УДК: 339.5.012.22

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.15240574>

**Вплив глобальних економічних трендів на моделі ціноутворення в
міжнародній торгівлі**

Панасюк Вікторія Іллівна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління, адміністрування та міжнародної економіки, економічний факультет, Білоцерківський національний аграрний університет, Біла Церква, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-9141-0149>

Голодюк Галина Іванівна,

кандидат технічних наук, доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі, Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-9740-5498>

Шевченко Алла Олексіївна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, економічний факультет, Білоцерківський національний аграрний університет, Біла Церква, Україна, <https://orcid.org/0000-0003-4615-6433>

Прийнято: 01.04.2025 | Опубліковано: 18.04.2025

Анотація. Численні глобальні тренди, що спостерігаються у світовій економіці, істотно впливають на моделі ціноутворення в міжнародних економічних відносинах. Розуміння механізмів цих явищ має велике значення



для розроблення ефективних цінових стратегій. Це дає змогу не лише оптимізувати економічну діяльність на світовому ринку, а й забезпечити стабільний розвиток підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю. **Мета дослідження** полягає в аналізі впливу технологічних змін, глобалізації, економічних і валютних коливань, а також державних політик на ціноутворення в міжнародній торгівлі. **Методи.** У дослідженні використано комплексний підхід, що охоплює кілька методів аналізу глобальних економічних процесів і їхнього впливу на моделі ціноутворення в зовнішній торгівлі. Застосовано аналітичний метод, який дає змогу оцінити ефективність технологічних інновацій, таких як розвиток електронної комерції, автоматизація виробництва й використання цифрових платформ, у зміні традиційних механізмів ціноутворення. Метод порівняльного аналізу залучено для вивчення впливу глобалізації та валютної нестабільності. Метод контент-аналізу використано для дослідження впливу міжнародних торгових угод, субсидій і тарифів на ціни товарів і послуг на глобальному ринку. **Результати.** Показано, що технологічні інновації, зокрема цифрові платформи, значно знижують витрати на дистрибуцію, маркетинг і виробництво, що дає змогу знижувати ціни на товари й послуги. Це створює нові можливості для підприємств на світовому ринку, де конкуренція стає дедалі інтенсивнішою. Інтернет-магазини й платформи, такі як Amazon та Alibaba, сприяють зниженню витрат і підвищенню доступності товарів, що покращує ефективність зовнішньоекономічної діяльності. У результаті дослідження виявлено закономірності й ключові тенденції, які визначають ціноутворення в умовах змінного економічного середовища. Показано, як технології автоматизації та електронні платіжні системи зменшують транзакційні витрати, що позитивно позначається на ціноутворенні. Продемонстровано, як зниження митних бар'єрів і тарифів у рамках угод про вільну торгівлю створює сприятливі умови для зниження цін на світовому ринку. Систематизовано дані щодо впливу валютної нестабільності, інфляції



та змін у податкових режимах на вартість імпортованих та експортованих товарів.

Висновки. Технологічні інновації, глобалізація, економічні коливання й зовнішня політика держав спонукають підприємства знаходити оптимальні стратегії ціноутворення для збереження конкурентних переваг на міжнародному ринку. Дослідження надає рекомендації щодо адаптації бізнес-процесів до сучасних економічних умов і формулює пропозиції стосовно побудови ефективних цінових стратегій в умовах змінного глобального середовища

Ключові слова: економічні тренди, ціни, міжнародна торгівля, інновації, глобалізація, валютна нестабільність, угоди, політика, ринок.

The impact of global economic trends on pricing models in international trade

Viktoriia Panasiuk,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Public Management, Administration and International Economics, Economic Faculty, Bila Tserkva National Agrarian University, Bila Tserkva, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-9141-0149>

Galina Golodyuk,

PhD, Associate Professor, Department of Commodity Science and Expertise in Customs Affairs, Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-9740-5498>

Alla Shevchenko,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Faculty of Economics, Bila Tserkva National Agrarian University, Bila Tserkva, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-4615-6433>



Abstract. Numerous global trends observed in the world economy significantly influence pricing models in international economic relations. Understanding the mechanisms of these phenomena is of great importance for developing effective pricing strategies. This allows not only to optimize economic activities in the global market but also to ensure the stable development of enterprises engaged in foreign economic activities. The aim of the study is to analyze the impact of the most significant technological changes, globalization, economic and currency fluctuations, as well as government policies, on pricing in international trade. **Methods.** Methodologically, the research is based on a comprehensive approach that includes several methods of analyzing global economic processes and their impact on pricing models in international trade. The analytical method was used to assess the effectiveness of technological innovations, such as the development of e-commerce, automation of production, and the use of digital platforms, in transforming traditional pricing mechanisms. The comparative analysis method was employed to study the impact of globalization and market changes, particularly currency instability, on international prices. The content analysis method was used to investigate the impact of international trade agreements, subsidies, and tariffs on the prices of goods and services in the global market. **Results.** It was shown that technological innovations, particularly digital platforms, significantly reduce distribution, marketing, and production costs, enabling lower prices for goods and services. This creates new opportunities for enterprises in the global market, where competition is becoming increasingly intense. Online stores and platforms such as Amazon and Alibaba contribute to reducing costs and increasing the availability of goods, which improves the efficiency of international trade activities. The study revealed patterns and key trends that determine pricing in a changing economic environment. It was demonstrated how automation technologies and electronic payment systems reduce transaction costs, which positively affects pricing. It was shown how reducing customs barriers and tariffs within free trade agreements creates favorable conditions for lowering prices in the



global market. Data on the impact of currency instability, inflation, and changes in tax regimes on the prices of imported and exported goods were systematized.

Conclusions. Technological innovations, globalization, economic fluctuations, and government external policies have a significant impact on the competitiveness of enterprises, finding optimal pricing strategies to maintain competitive advantages in the international market. The research provides recommendations for businesses to adapt to current economic conditions and formulates proposals for building effective pricing strategies that help reduce costs, increase competitiveness, and ensure stable business development in a changing global environment.

Keywords: economic trends, prices, international trade, innovations, globalization, currency instability, agreements, policy, market.

Постановка проблеми. Глобальні економічні тренди безпосередньо впливають на моделі ціноутворення в міжнародній торгівлі в умовах динамічних змін економічного середовища. Зростаюча волатильність валютних курсів, зміни в політиці міжнародних організацій, розвиток цифрових платформ і загострення геополітичних ризиків формують нові виклики для учасників міжнародного ринку. У цих умовах традиційні моделі ціноутворення потребують перегляду й адаптації до нових реалій світової економіки.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю системного аналізу того, як глобальні економічні процеси впливають на формування цін у зовнішньоекономічній діяльності, а також пошуку ефективних підходів до адаптації бізнес-стратегій. З одного боку, результати дослідження можуть стати основою для розроблення більш гнучких моделей ціноутворення, що враховують ризики й нестабільність сучасного ринку. З іншого боку, дослідження сприятиме поглибленню теоретичних знань про закономірності впливу макроекономічних чинників на міжнародну торгівлю.



Науковий аспект проблеми включає аналіз економічних моделей, що пояснюють вплив глобальних трендів на ціноутворення, тоді як практичний вимір охоплює розроблення рекомендацій для бізнесу щодо ефективного управління цінами на світовому ринку. Дослідження також має значення для формування державної політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності, оскільки результати можуть бути використані для вдосконалення регулювання міжнародної торгівлі й підвищення конкурентоспроможності національних виробників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Г. Рачинська [1] розглядає виклики, з якими стикаються малі й середні підприємства в електронній комерції, зокрема проблеми з технологічною інфраструктурою та кваліфікацією кадрів. Для подолання цих бар'єрів необхідна державна підтримка й розвиток законодавства, що забезпечує безпеку в мережі. Б. Кишакевич, Б. Демедюк, О. Савка [2] підкреслюють, що електронна комерція допомагає малим підприємствам виходити на міжнародні ринки, знижуючи витрати на маркетинг і збут. Вони також наголошують на важливості цифрових стратегій для глобалізації бізнесу. А. Кумар та Н. Сінгх [3] указують, що електронний бізнес дає змогу малим підприємствам знижувати витрати й підвищувати конкурентоспроможність, акцентуючи на важливості переходу до цифрових технологій для стабільності бізнесу. Д. Щитов, М. Мормуль, О. Щитов [4] оцінюють конкурентоспроможність України в електронній торгівлі, пропонуючи шляхи вдосконалення інфраструктури й законодавства для покращення позицій на глобальному ринку. Д. Щитов [5] досліджує роль електронної комерції в секторі високих технологій, підкреслюючи значення інновацій для малих підприємств, що працюють у галузі ІТ. Н. Білецька, В. Філіпова [6] обговорюють важливість інституційної підтримки для залучення інвестицій у туризм, зокрема через розвиток цифрових платформ. В. Філіпова [7] акцентує увагу на зміні туристичних ринків через глобальні виклики, підкреслюючи роль електронних платформ



для просування індустрії подорожей. Х. Варіан [8] у монографії подає глибокий аналіз мікроекономічних підходів до ціноутворення, що можуть бути використані для розуміння механізмів ринкової рівноваги. Дослідження С. К. Н. Гамадже, Е. М. С. Еканаяке та Г. А. Абейратне [9] зосереджене на глобальних викликах для малих і середніх підприємств (далі – МСП) і їхніх стратегіях виживання, тоді як І. Фаріда й Д. Сетіаван [10] розглядають роль бізнес-стратегій у формуванні конкурентних переваг. К. С. Аль-Баді [11] акцентує увагу на впливі маркетингового комплексу на конкурентоспроможність підприємств у секторі малих і середніх підприємств (далі – МСП). К. Д. Кавіра [12] вивчав ефект цінової стратегії на ефективність мікро-, малих і середніх підприємств у Кенії, роблячи висновок, що ціноутворення відіграє ключову роль у формуванні ринкової позиції. Х. Дж. Амін [13] аналізував вплив маркетингових стратегій на діяльність МСП в Абуджі, наголошуючи на важливості інновацій у формуванні конкурентних переваг. Х. Ель Шарані, П. Д. Вронтіс та С. Ель Немар [14] досліджували вплив стратегічних конкурентних нововведень на фінансову результативність МСП під час пандемії COVID-19. М. Анвар та С. Шах [15] розглядали підприємницьку орієнтацію та загальні конкурентні стратегії, зосереджуючись на фінансових і нефінансових аспектах ефективності підприємств.

Українські дослідження, такі як робота А. Волошина [16], акцентують увагу на міжнародній конкурентоспроможності українських промислових МСП. Ю. Перегуда [17–18] аналізує можливості підвищення попиту на українську продукцію тваринництва через постіндустріальну циркулярну модель зеленої економіки, а також вивчає роль інновацій у глобальній конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору. Попередні дослідження висвітлюють різні аспекти ефективних стратегій ціноутворення, однак залишають відкритими питання щодо довгострокових наслідків подвійного формування цін для ринкової рівноваги, ефективності



регуляторних механізмів стосовно диференціації цін та адаптації споживачів до таких тенденцій.

У статті досліджено вплив подвійної цінової політики на поведінку споживачів у цифровому середовищі з урахуванням обмежень, установлених у попередніх роботах, а також запропоновано нові підходи до оцінювання його економічної ефективності.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених питанням ціноутворення в міжнародній торгівлі, низка аспектів залишається недостатньо вивченою. Зокрема, у наявних наукових працях недостатньо висвітлено механізми адаптації цінових стратегій до нових викликів глобальної економіки, таких як посилення інфляційного тиску, роль цифрових торговельних платформ, зміна структури попиту під впливом геополітичних факторів та екологічних ініціатив.

Вплив сучасної інфляційної динаміки й волатильності валютних курсів на довгострокові плани міжнародних компаній залишається малодослідженим. Також важливо оцінити роль цифрових платформ та алгоритмічного ціноутворення у формуванні конкурентних переваг і їх вплив на традиційні підходи до визначення вартості товарів і послуг. На окрему увагу заслуговують наслідки впровадження глобальних екологічних стандартів і механізмів «зеленого» тарифу для міжнародних торговельних відносин. Залишається відкритим питання про взаємозв'язок між геополітичними ризиками та змінами в моделях ціноутворення в регіональних і глобальних торговельних ланцюгах. Крім того, нові регуляторні підходи у сфері міжнародної торгівлі можуть суттєво змінювати структуру цінової політики й ринкові стратегії компаній, що потребує подальшого вивчення.

Основними причинами недостатньої уваги до цих аспектів є їх динамічність і складність прогнозування. Більшість традиційних моделей формування цін базуються на відносно стабільних економічних умовах, тоді



як сучасні глобальні процеси характеризуються високим рівнем невизначеності. Окрім того, цифровізація й автоматизація бізнес-процесів значно прискорили зміни на ринку, ускладнюючи застосування традиційних методів аналізу та прогнозування.

Невирішені аспекти проблеми є критичними для формування ефективних стратегій міжнародної торгівлі. Вивчення впливу нових глобальних тенденцій на формування цін дасть змогу суб'єктам ринку адаптуватися до мінливих умов і знизити ризики. Зокрема, дослідження алгоритмічного ціноутворення та його ролі в інтернаціональній торгівлі може допомогти компаніям удосконалити свої бізнес-моделі й підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Вивчення зазначених питань не лише дасть можливість заповнити наявні прогалини в науковій літературі, а й сприятиме розвитку практичних рекомендацій для бізнесу та державних органів у сфері міжнародної економічної політики. У межах роботи автори планують детально проаналізувати механізми впливу глобальних тенденцій на моделі ціноутворення, запропонувати концептуальні підходи до адаптації чинних стратегій і розробити практичні рекомендації щодо підвищення ефективності управління цінової політики підприємства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є виявлення й аналіз впливу глобальних економічних трендів на моделі ціноутворення в міжнародній торгівлі, а також розробка науково обґрунтованих рекомендацій щодо адаптації стратегій формування цін до сучасних викликів світової економіки. Дослідження спрямовано на визначення ключових макроекономічних факторів, які формують сучасні підходи до ціноутворення, а також на оцінювання реформ, що відбуваються в умовах цифровізації, інфляційних коливань, регуляторних змін і посилення екологічних вимог.

У межах дослідження передбачається виконання таких завдань:



- дослідити основні економічні зміни, що впливають на модель ціноутворення в міжнародній торгівлі;
- проаналізувати механізми адаптації цінових стратегій до сучасних макроекономічних реалій, зокрема цифровізації, валютної нестабільності й екологічних стандартів;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення моделей ціноутворення в умовах сучасних світових економічних трансформацій.

Формулювання цілей дослідження відображає актуальність теми, оскільки зміна економічних умов у світовій торгівлі вимагає нових підходів до ціноутворення, що мають ураховувати як економічні, так і технологічні й регуляторні фактори. Дослідження сприятиме глибшому розумінню сучасних тенденцій і допоможе бізнесу й державним органам розробити ефективні стратегії ціноутворення, що відповідатимуть викликам сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розуміння механізмів формування вартості товару є надзвичайно важливим для розроблення ефективної цінової політики, яка б давала змогу підприємству не тільки оптимізувати економічну діяльність на міжнародному рівні, а й забезпечити стабільний розвиток підприємств. У зв'язку з цим стає актуальним вивчення й аналіз найбільш значущих тенденцій, що впливають на ці процеси.

Одним із найбільш очевидних і найбільш змінюваних факторів, що впливають на ціноутворення, є технологічні зміни. Цифровізація економіки, зокрема розвиток електронної комерції, швидко змінює традиційні механізми встановлення цін. Інтернет-платформи, що дають змогу безпосередньо з'єднувати продавців і покупців, значно знижують операційні витрати, а отже, і витрати на розподіл продукції [1, с. 137]. Це, у свою чергу, знижує вартість товарів і послуг, а також підвищує доступність продукції для кінцевих споживачів. Відповідно, цифрові платформи відкривають нові можливості для міжнародної торгівлі, створюючи нові конкурентні умови, на яких підприємства повинні адаптувати свої моделі ціноутворення.



Крім того, важливим аспектом, що впливає на формування цін, є глобалізація. У світовій економіці зростає рівень взаємозалежності між різними країнами й регіонами, що призводить до спрощення процесів торгівлі. Водночас глобалізація зумовлює підвищення конкуренції, оскільки підприємства з різних країн мають змогу постачати свої товари на міжнародні ринки. Це змушує компанії до перегляду своїх цінових стратегій, щоб зберегти конкурентоспроможність [2, с. 2].

Не менш важливим є також економічне середовище, у якому розвивається міжнародна торгівля. Валютна нестабільність, інфляція та змінні податкові режими можуть суттєво впливати на економічні процеси встановлення вартості товарів та послуг. Зміни в курсах валют можуть викликати коливання в ціні на імпорتنу й експортну продукцію, змушуючи компанії коригувати свої бізнес-стратегії [3, с. 9]. Зокрема, у країнах, що мають низьку стабільність валюти, існує високий ризик змін у вартості товарів, що, у свою чергу, впливає на формування ціни.

Ще одним важливим аспектом у регулюванні зовнішньої торгівлі є роль урядів, які можуть впливати на ціноутворення як за допомогою політики субсидій, що знижують вартість окремих товарів або послуг для кінцевого споживача, так і через уведення тарифів, митних зборів та інших бар'єрів. Крім того, протекціоністська політика, зокрема тарифи та квоти, може призвести до зменшення обсягів імпорту й експорту між країнами [4, с. 229]. Водночас угоди про вільну торгівлю, як правило, збільшують обороти шляхом зменшення торговельних бар'єрів, що також позначається на ціноутворенні [5, с. 840]. Якщо країни домовляються про зниження митних бар'єрів або надають преференції у вигляді знижок на тарифи, це дає змогу підприємствам знижувати ціни на свої продукти на міжнародному ринку, збільшуючи попит на них.

Ці фактори безпосередньо впливають на структуру ціноутворення в міжнародній торгівлі. Вони змушують компанії адаптуватися до нових умов,



шукати способи оптимізації витрат, покращувати якість своєї продукції й водночас змінювати свої бізнес-стратегії на ринку, щоб залишатися конкурентоспроможними. Підприємства, які беруть участь у міжнародній торгівлі, мають вивчати ці тенденції й шукати шляхи коригування своїх цінових моделей відповідно до цих змін [6, с. 3].

Отже, дослідження впливу зовнішньоекономічних факторів на цінову політику може стати основою для формулювання рекомендацій щодо побудови ефективних стратегій для підприємств, які займаються міжнародною торгівлею [7, с. 320].

Для розуміння того, як глобальні економічні вектори змінюють ціноутворення в міжнародній торгівлі, важливо звернути увагу на складові, що визначають ці процеси. Їх можна класифікувати на кілька основних груп: технологічні зміни, глобалізація, економічні й валютні коливання, а також державні політики в галузі торгівлі та фінансів [8, с. 220].

Одним із провідних напрямів є технологічний розвиток, який включає впровадження інновацій, що знижують витрати на виробництво і транспортування товарів (табл. 1).

Таблиця 1

Технологічні інновації та їх вплив на ціноутворення в міжнародній торгівлі

Технологічний фактор	Вплив на ціноутворення	Приклад
Цифрові платформи	Знижують витрати на дистрибуцію і маркетинг	Amazon, Alibaba
Інтернет-магазини	Покращують доступність товарів	Shopify, eBay
Технології автоматизації	Знижують витрати на виробництво	Автоматизовані склади
Електронні платіжні системи	Знижують транзакційні витрати	PayPal, Stripe

Джерело: розроблено на основі [9]

Інтернет, електронні платформи й цифрові технології дають змогу знизити видатки на маркетинг, постачання й управління ланцюгами поставок.



Це знижує ціну товару для кінцевого споживача та збільшує конкурентоспроможність підприємств на міжнародному ринку. Наприклад, електронні платформи, такі як Amazon чи Alibaba, дають змогу виробникам пропонувати свої товари безпосередньо споживачам, обходячи посередників, що також позитивно позначається на ціноутворенні.

Технології автоматизації також дозволяють оптимізувати витрати на виробництво, що дає змогу підвищити продуктивність підприємств. Зниження витрат позитивно впливає на ціноутворення, зберігаючи при цьому рентабельність виробництва. Так автоматизовані склади дають змогу економити гроші й час, необхідні для оброблення та зберігання товарів. Водночас електронні платіжні системи, як-от PayPal або Stripe, зменшують транзакційні витрати, забезпечуючи швидке й безпечне здійснення міжнародних розрахунків.

Узагальнюючи, можемо констатувати, що технологічні інновації на всіх етапах ланцюга постачання товарів допомагають робити світову торгівлю більш ефективною та доступною.

Як видно з таблиці 2, глобалізація також суттєво впливає на формування вартості на міжнародному ринку.

Таблиця 2

Вплив глобалізації на ціноутворення в міжнародній торгівлі

Фактор глобалізації	Вплив на ціноутворення	Приклад
Вільні торгові угоди	Зниження митних бар'єрів, зменшення тарифів	ЄС, NAFTA, ТПП
Збільшення конкуренції	Зниження цін, покращення якості	Азія, Європейський Союз
Зниження бар'єрів для компаній	Збільшення кількості постачальників	Amazon, Alibaba
Міжнародні економічні інтеграції	Спрощення торгівлі між країнами	Світова організація торгівлі

Джерело: розроблено на основі [9]

Вільні торгові угоди, такі як NAFTA (Північноамериканська угода про вільну торгівлю) або ТПП (Транстихоокеанське партнерство), призводять до



зменшення митних бар'єрів і тарифів. В результаті створюються сприятливі умови для зниження вартості товарів і послуг, що стимулює зростання міжнародної торгівлі та зменшує кінцеву ціну товарів для споживачів. Збільшення конкуренції, яке є наслідком глобалізації, також має конструктивний вплив на процеси ціноутворення. В умовах високої конкуренції компанії змушені оптимізувати видатки й покращувати якість своєї продукції, щоб залишатися активними гравцями на ринку. Приклади таких регіонів, як Азія та Європейський Союз, показують, як збільшення конкуренції може позитивно вплинути на ціни та пропозиції для споживачів.

Зниження бар'єрів для компаній, зокрема, завдяки технологіям, що підтримують такі міжнародні платформи, як Amazon та Alibaba, зумовлює збільшення кількості постачальників на ринку. Це ще більше стимулює конкуренцію, що позитивно впливає на ціни і забезпечує розширення асортименту товарів. Міжнародні економічні інтеграції, зокрема участь у Світовій організації торгівлі, спрощують співпрацю між країнами. Це дає змогу зменшити адміністративні бар'єри, пришвидшує процеси митного оформлення та знижує витрати на транспортування [10].

Викладе вище дозволяє зробити висновок щодо стимулюючого впливу глобалізації на ріст міжнародної торгівлі через зниження цін, підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг і покращення доступності товарів на світовому ринку.

Валютні коливання (табл. 3), зокрема девальвація національної валюти, як-от зниження курсу гривні в Україні, можуть викликати зміни вартості експортованих та імпортованих товарів [12]. Частіше це позначається на ціні імпортованих товарів, оскільки постачальники змушені оплачувати більші суми в національній валюті для придбання іноземних товарів.



Таблиця 3

Валютні коливання й інфляція: їх вплив на ціноутворення

Економічний фактор	Вплив на ціноутворення	Приклад
Валютні коливання	Зміни цін на експортовані й імпортовані товари	Девальвація гривні в Україні
Інфляція	Підвищення внутрішніх цін на товари	Інфляція в Туреччині, Аргентини
Зміни в податковій політиці	Збільшення або зниження цін на експорт	Тарифи в США, ЄС
Податки на експорт/імпорт	Зростання витрат для імпортерів	Тарифна політика США

Джерело: розроблено на основі [11]

Інфляція також прямо впливає на ціноутворення. Прикладом цього є знецінення національної валюти в Туреччині й Аргентині, де високий рівень інфляції призводить до значного подорожчання базових продуктів та послуг.

Зміни в податковій політиці, такі як збільшення або зниження податків на експорт, можуть впливати на ціни експортованих товарів. Це видно на прикладі тарифів у США та ЄС, де урядова політика може регулювати ціни на товари на міжнародних ринках, створюючи бар'єри або надаючи вигоди для експортерів. Тарифна політика США є прикладом того, як високі податки на імпортовані товари підвищують витрати для постачальників, що, у свою чергу, може позначитися на цінах для кінцевих споживачів.

Таким чином, валютні коливання, інфляція та зміни в податковій політиці є важливими факторами, що впливають на ціноутворення, як на внутрішньому ринку, так і в міжнародній торгівлі. Ці економічні чинники визначають ціни на експортно-імпортні товари, що позначається на економічних процесах як в середині країн, так і в глобальному масштабі.

Державна політика, зокрема митна й торговельна, також може істотно позначитися на формуванні цін (таблиця 4). Митні тарифи є одним із основних інструментів державного регулювання, які можуть спричиняти підвищення вартості імпортованих товарів..



Таблиця 4

Вплив державної політики на ціноутворення в міжнародній торгівлі

Державний фактор	Вплив на ціноутворення	Приклад
Митні тарифи	Збільшення вартості імпортованих товарів	США, ЄС
Субсидії на експорт	Зниження цін на експортовану продукцію	Китай, Індонезія
Протекціонізм	Збільшення вартості імпортованих товарів	Індія
Торгові угоди між державами	Зниження тарифів і полегшення процесів експорту	Канада, Мексика, США

Джерело: розроблено на основі [13]

Субсидії на експорт є іншим важливим політичним заходом, який здатний знижувати ціни на експортовану продукцію. Китай та Індонезія є прикладами країн, де держава надає субсидії виробникам для зниження вартості їхніх товарів на міжнародних ринках, що сприяє збільшенню експортних поставок та посиленню позицій національних підприємств [14].

Протекціонізм, що передбачає впровадження обмежень на імпорт, також позначається на формуванні ціни через підвищення вартості іноземної продукції. Індія є прикладом країни, яка активно використовує протекціоністські заходи, що робить імпортні товари дорожчими і створює умови для підтримання вітчизняного виробника [15].

Отже, державна політика через митні тарифи, субсидії на експорт, протекціоністські заходи й торгові угоди регулює ціноутворення в міжнародній торгівлі, змінюючи вартість товарів на ринках і формуючи сприятливі економічні умови для різних країн [16].

Для оптимізації моделей ціноутворення в умовах глобальних економічних трендів важливо враховувати кілька ключових аспектів, які систематизовано у таблиці 5. Кожна з рекомендацій має потенційний вплив на цей процес й може бути адаптована в різних країнах або регіонах з урахуванням їхніх економічних умов [20].



Таблиця 5

**Рекомендації щодо адаптації моделей ціноутворення в умовах
глобальних економічних трендів**

Рекомендація	Опис	Потенційний вплив на ціноутворення	Відповідні країни/регіони
Адаптація до валютних коливань	Урахування змін валютних курсів під час установлення цін на експорт та імпорт	Зниження/підвищення вартості імпортованих товарів, зміна цін для міжнародних споживачів	США, Китай, Індія, ЄС
Удосконалення механізмів ціноутворення на основі інфляції	Регулювання цін на основі рівня інфляції, прогнозування змін інфляційних тенденцій	Покращення прогнозованості ціноутворення й підвищення стабільності на ринку	Японія, Туреччина, Бразилія
Оптимізація тарифних ставок	Перегляд тарифних ставок у відповідь на зміни глобальної торгівлі, укладання нових угод	Зниження/підвищення цін на експортні й імпортні товари, можливість виходу на нові ринки	Китай, ЄС, Індія, США
Використання цифрових технологій для прогнозування цін	Інвестування в цифрові технології для кращого прогнозування коливань на ринках	Поліпшення точності прогнозів та адаптація ціноутворення до змін у реальному часі	Розвинені країни, США, ЄС, Японія
Гнучкість цінової політики для міжнародної торгівлі	Розроблення стратегій, що дають змогу змінювати ціни залежно від змін зовнішньої економічної ситуації	Гнучкість у ціноутворенні для швидкої адаптації до змін в економічних умовах	Усі країни, що займаються міжнародною торгівлею
Стимулювання внутрішнього попиту та зниження залежності від імпорту	Зниження залежності від зовнішніх економічних факторів, створення конкурентоспроможних продуктів	Зниження вартості товарів на внутрішньому ринку, сприяння розвитку власних виробництв	Туреччина, Індія, Бразилія
Перегляд політики державної підтримки для експортних секторів	Надання державної допомоги експортерам для зниження вартості їхніх товарів на міжнародному ринку	Підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках, зниження цін для споживачів	Китай, Індія, ЄС, США

Джерело: власна розробка авторів



Аналіз курсової динаміки дає змогу враховувати зміни вартості валют під час установа цін на експорт та імпорт, що може призвести до зниження або підвищення вартості товарів. Це може бути важливо для таких країн, як США, Китай, Індія та ЄС, де валютні коливання суттєво впливають на економіку. Удосконалення механізмів ціноутворення на основі інфляції [17] може покращити прогнозованість тенденцій ринку, що є важливим для країн із високим рівнем інфляції, таких як Японія, Туреччина і Бразилія. Оптимізація тарифних ставок в умовах змін глобальної торгівлі сприяє можливості виходу бізнесу на нові ринки [18]. Для таких економік, як Китай, ЄС, Індія та США, перегляд тарифних ставок є важливим складником адаптації до змін у світовій торгівлі. Використання цифрових технологій для прогнозування дає можливість адаптувати ціноутворення в реальному часі. Це важливо для розвинених країн, таких як США, ЄС і Японія, де впровадження цифрових технологій може значно підвищити ефективність ціноутворення. Гнучкість цінової політики в міжнародній торгівлі дає країнам змогу швидко підлаштовуватися до змін у нових економічних умовах через швидке коригування вартості продукції, що також важливо для всіх країн, які активно займаються міжнародною торгівлею. Стимулювання внутрішнього попиту і зниження залежності від імпорту дає змогу знижувати витрати на зовнішні товари, а також сприяти розвитку власного виробництва. Це є актуальним для таких країн, як Туреччина, Індія та Бразилія, де зменшення залежності від імпорту може покращити економічну ситуацію. Перегляд політики державної підтримки для експортних секторів може знизити вартість цих товарів і підвищити їхню конкурентоспроможність на міжнародних ринках.

Отже, для ефективного ціноутворення в умовах глобальних економічних трендів важливо застосовувати комплексний підхід, що включає адаптацію до валютних коливань, інфляції, перегляд тарифних ставок, використання цифрових технологій, гнучкість цінової політики, стимулювання внутрішнього попиту й державну підтримку для експортних секторів.



Висновки. Аналіз останніх економічних тенденцій дає змогу глибше зрозуміти зміни в економічному середовищі, які формують сучасні моделі цінової політики. Технологічні зміни, зокрема цифровізація й розвиток електронної комерції, позитивно впливають на ці процеси, знижуючи видатки на маркетинг, дистрибуцію та виробництво товарів, що дає компаніям змогу оптимізувати витрати і збільшувати свою конкурентоспроможність. Водночас вільні торгові угоди та посилення конкуренції між компаніями з різних країн сприяють зниженню митних бар'єрів і тарифів, що також має стимулюючий ефект на формування цін.

Загалом зовнішньоекономічна діяльність вимагає гнучкості й здатності до швидкої адаптації з боку компаній. Стратегічне управління ціноутворенням, ураховуючи технологічні інновації, глобалізацію та політичні зміни, є ключовим елементом для їхнього ефективного функціонування на міжнародному ринку. Щоб залишатися конкурентоспроможними, підприємства мають постійно аналізувати ці фактори й удосконалювати свої підходи, що дасть змогу не тільки зберігати стабільність, а й досягати зростання в умовах змінного середовища.

Список використаних джерел

1. Рачинська Г. В. Виклики для малого та середнього бізнесу в електронній комерції. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2023. № 9 (310). С. 135–140. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2023/310/pdf/135-141.pdf> (дата звернення: 13.02.2025).
2. Кишакевич Б., Демедюк Б., Савка О. Електронна комерція як інструмент інтернаціоналізації малого та середнього бізнесу. *Ефективна економіка*. 2024. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.24>.



3. Kumar A., Singh N. Role of E-business in SMEs. 2021. 11 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/349007640_ROLE_OF_E-BUSINESS_IN_SMES5 (дата звернення: 13.02.2025).
4. Щитов Д. М., Мормуль М. Ф., Щитов О. М. Оцінка конкурентоздатності України у сфері електронної торгівлі. *Наука і техніка сьогодні*. 2024. № 9 (37). С. 223–238. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/view/15074/15144> (дата звернення: 13.02.2025).
5. Щитов Д. М. Електронна комерція високих технологій та технологічних послуг. *Наукові перспективи*. 2024. № 9 (51). С. 836–851. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-9\(51\)-836-851](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-9(51)-836-851).
6. Білецька Н. В., Філіпова В. Л. Підвищення ефективності інвестиційної діяльності у сфері туризму в контексті інституційного забезпечення. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. № 3–4. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14270068>.
7. Філіпова В. Л. Особливості функціонування туристичних ринків в умовах глобальних викликів. *Наукові інновації та передові технології*. 2025. № 1 (41). С. 318–328. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-1\(41\)-318-328](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-1(41)-318-328).
8. Varian H. R., Melitz M. Intermediate microeconomics: a modern approach. W.W. : Norton & Company, 2020. P. 213–229.
9. Naradda Gamage S. K., Ekanayake E., Abeyrathne G., Prasanna R., Jayasundara J., Rajapakshe P. A review of global challenges and survival strategies of small and medium enterprises (SMEs). *Economies*. 2020. Vol. 8, № 4. 79. DOI: <https://doi.org/10.3390/economies8040079>.
10. Farida I., Setiawan D. Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2022. Vol. 8, № 3. 163. DOI: <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>.



11. Al Badi K. S. The impact of marketing mix on the competitive advantage of the SME sector in the Al Buraimi Governorate in Oman. *Sage Open*. 2018. № 8(3). DOI: <https://doi.org/10.1177/2158244018800838>.
12. Kawira K.D. The effect of pricing strategy on the performance of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Kenya. *Journal of Entrepreneurship and Project Management*. 2021. Vol. 5, № 1. P. 29–44.
13. Amin H. J. Influence of marketing strategies on the performance of SMEs: Evidence from Abuja SMEs. *Journal of Economics and Business*. 2021. Vol. 4, № 1. P. 294–307. DOI: <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.01.338>.
14. El Chaarani H., Vrontis P. D., El Nemar S. The impact of strategic competitive innovation on the financial performance of SMEs during COVID-19 pandemic period. *Competitiveness Review*. 2022. Vol. 32, № 3. P. 282-301. DOI: <https://doi.org/10.1108/CR-02-2021-0024>.
15. Anwar M., Shah S. Z. A. Entrepreneurial orientation and generic competitive strategies for emerging SMEs: financial and nonfinancial performance perspective. *Journal of Public Affairs*. 2021. Vol. 21, № 1. E2125. DOI: <https://doi.org/10.1002/pa.2125>.
16. Волошин А. Міжнародна конкурентоспроможність українських промислових МСП: стан та перспективи : дис. ... докт. філософії. Київ, 2023. 161 с.
17. Перегуда Ю. Підвищення конкурентоспроможності української продукції тваринництва в рамках розвитку постіндустріальної циркулярної моделі зеленої економіки. *Менеджмент і підприємництво: тенденції розвитку*. 2024. Вип. 1, № 27. С. 19–31. DOI: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-1/27-02>.
18. Перегуда Ю.А. Роль інновацій у глобальній конкурентоспроможності країн та підприємств тваринництва та рослинництва. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 7.



URL: <https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/157> (дата звернення: 13.02.2025).

19. Akhromkin I., Riznyk D., Varaksina E., Balak I., Herman L. Economic integration and cooperation in the conditions of globalization. *Economic Affairs (New Delhi)*. 2024. Vol. 69. P. 363-369. DOI: <https://doi.org/10.46852/0424-2513.1.2024.38>.

20. Кримська А. О., Голодюк, Г. І., Чередниченко, В. В. Інноваційні підходи до використання технології доповненої реальності в електронній торгівлі. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. № 14. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14750192>.