

Молочна кооперація Великобританії надає кредити фермерам для придбання молокоцистерн, інколи сама купує і здає їх в оренду. Фермерська м'ясна корпорація (ФМК) надає незабезпечені кредити до 1 року для придбання тварин на відгодівлю, купівлю племінних овець та відгодівлю власної худоби. У цьому випадку відгодовані тварини повинні бути продані ФМК. Відсоток вираховується на основі продажної ціни і пов'язаний із ставками банківського кредиту типу овердрафту.

Дуже важливим моментом при кредитуванні фермерів є їх платоспроможність. Тому всі кредитні інститути так чи інакше оцінюють кредитоспроможність фермерів. При цьому часто вимагаються гарантії.

Суттєвою є репутація позичальника. Керівництво банками оцінює ризик, пов'язаний з наданням грошей у борг, надаючи перевагу тільки тим фермерам, які володіють не менш 50% вартості капіталу. Але бувають винятки, особливо якщо може бути запропоноване відповідне страхування.

**Висновки.** Вивчення досвіду організації кредитного обслуговування країн з розвинутою ринковою економікою дозволяє зробити висновок, що всі вони створили специфічні системи обслуговування аграрного сектора економіки. Подальший розвиток кредитних відносин на селі потребує розробки та впровадження нових механізмів і схем кредитного забезпечення агропідприємств, які дадуть змогу одержати комерційні позики без прямої участі держави.

#### Список використаної літератури

1. Дем'яненко М.Я. Кредитні відносини сільськогосподарських підприємств з банками у перехідний період до ринку / М.Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2007. – № 4. – С. 60.
2. Колотуха С.М. Кредитний ринок аграрної галузі в контексті сучасних умов / С.М. Колотуха // Економіка АПК – 2009. – № 6. – С.70–74.
3. Сомик А.В. Особливості розвитку системи сільськогосподарського кредитування у зарубіжних країнах / А.В. Сомик // Економіка України. – 2004. – № 8. – С. 136–140.

УДК 657.221: 657.222 (477)

## СИСТЕМА ЦІН В УКРАЇНІ ТА ВПЛИВ ЦІНИ НА ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ І ВІДНОСИНИ

*В.І. Янчук, к.с.-г.н., доц.,*

*Г.В. Янчук, к.е.н., доц.,*

*О.В. Янчук, бухгалтер, магістр*

*Вінницький національний аграрний університет*

*Investigate various methods of pricing behavior and transition development. Particular attention is paid to the pricing of business and influence prices on economic processes in general.*

*Исследуются различные методы установления цен и их поведение на переходном этапе развития. Особое внимание уделяется вопросам ценообразования на предприятиях и влияния цены на экономические процессы в целом.*

**Вступ.** Щоденно людина має справу з різноманітними цінами. Для того, щоб жити, треба споживати продукти харчування, мати одяг, взуття, предмети домашнього вжитку, тобто те, що називають споживчими товарами. Всі вони мають купівельну ціну, яку треба сплатити, щоб придбати такі товари.

Так квартирна плата також є ціною за послугу, яку надає власник житла. Якщо людина наймається на роботу, то їй за послуги праці виплачують заробітну працю, яка є ціною такого товару як робоча сила. Ціною є проценти за кредит, орендна плата власнику землі. Сировинні

матеріали, основні засоби виробництва також реалізуються за закупівельними цінами. Отже, на ринку товарів є безліч цін. Ще не так давно ціну визначали як грошове вираження вартості товару. А вартість, як відомо, - це втілена і уречевлена в товарі абстрактна праця, яка визначається кількістю суспільно необхідного робочого часу, потрібного для виготовлення будь-якої споживчої вартості за наявних суспільно нормальних умов виробництва і середнього в цьому суспільстві рівня вмілості та продуктивності праці [1].

Однак в практиці трапляються такі випадки, коли вартість одного товару (тобто затрати суспільно необхідного часу) перевищує вартість іншого, але ринкова ціна його менша. Це пояснюється співвідношенням попиту і пропозиції на товари. У випадку коли ціна другого товару більш висока через те, що попит на нього перевищує пропозицію, а, отже, його ціна вища від вартості. Існують ще й інші фактори, не пов'язані з вартістю, але впливають на ціну товару.

**Постановка задачі.** Отже, ціна є грошовим вираженням вартості товару лише в тому випадку, коли існує рівновага між попитом і пропозицією. В інших випадках коливання цін спричиняється не вартістю, а іншими причинами. Тому потрібне більш універсальне визначення ціни: ціна – це грошова сума, за яку реально продається конкретний товар. Величина ж грошової суми залежить від багатьох факторів, які будуть розглянуті в статті.

Таким чином, предметом розгляду її є одна з найголовніших категорій ринкового господарювання – ціна. Особлива увага приділяється питанням ціноутворення на підприємствах та впливу ціни на економічні процеси загалом. Ціллю даного дослідження є простеження всієї різноманітності методів встановлення цін та їх поведінку на перехідному етапі розвитку.

**Результати.** Система цін організовує господарський процес таким чином, що кожен учасник сам вирішує, який вклад він хоче внести в економіку – з врахуванням того, що він може реалізувати (продати) свій вклад за ціну, яка влаштуватиме його як покупця і, відповідно. З свого боку придбати товари та послуги, що пропонуються іншими. Ця система настільки природна для ринкової економіки, що зазвичай її розглядають як дещо, що не потребує доведень. В дійсності ж система цін є результатом тривалого розвитку, який поступово привів до сьогоденних ринкових реалій і весь час продовжує вдосконалюватись.

В будь-якому суспільстві цінове регулювання відіграє велику роль в системі розподільчих відносин. Від його характеру і дієвості залежить органічне поєднання інтересів товаровиробників і держави, мотивація праці, ефективність народногосподарського комплексу і матеріального добробуту громадян. Ось чому вдосконаленню цінового регулювання економічних відносин треба приділяти постійну увагу. Особливо у періоди кардинальних змін в економіці країни. В нашу економіку приходить ринок, філософія якого несумісна з директивним встановленням цін. Як форма суспільно-директивних відносин він має свою ринкову концепцію ціноутворення, яка базується на відповідній методологічній основі – теорії вартості. Вона послідовно вдосконалювалася відповідно розвитку ринкових відносин. Серед перших довгий час панувала класична теорія трудової вартості. Потім послідовно з'явилися інші: витрат виробництва; факторів виробництва – праці, капіталу і землі; граничної корисності; граничної продуктивності; попиту і пропозиції. Проте, на нашу думку, всі вони мають свої негативні моменти, однобічно і неповно пояснюють субстанцію ціни, мінові відносини товарів, джерела доходів. Ми вважаємо, що найбільший вплив на сучасне ринкове ціноутворення має неокласична теорія. Адже саме вона поєднує в собі теорії трудової вартості, граничної корисності, а також попиту і пропозиції. Суть її полягає в тому, що формування ринкових цін зумовлює взаємодія попиту та пропозиції. У свою чергу, зміна попиту відбувається під впливом витрат виробництва. Тобто, як наслідок це означає, що в країнах з розвинутими ринковими відносинами на перший план висунута не стільки теорія вартості, скільки теорія ціни. Звідси випливає, що тенденції руху цін у сучасному ринку зумовлені складним комплексом різних ціноутворюючих факторів. Наприклад, попит і пропозиція, продуктивність праці, ефективність виробництва, циклічність відтворення, стан грошового обігу, фінансів і платіжного балансу, наявність конкуруючих виробників і продавців, принципи державного регулювання тощо.

У ринковій економіці кожен товаровиробник, власник товару сам визначає рівень ціни, виходячи з напрямів дії вищезгаданих чинників. При цьому, жорстка конкуренція змушує їх постійно вишукувати резерви для зниження витрат, а одержаний прибуток співвідносити перш за все з авансовим капіталом. Тому відзначена таким чином норма прибутку під впливом дії конкуренції знижується до середньої по всіх галузях народногосподарського комплексу. Тобто ціна формується на основі концепції ціни виробництва за формулою [2]:

$$Ц - C + E \Phi, \text{ де}$$

Ц - ціна,  
С - собівартість,  
Е - середня норма прибутку,  
Φ - авансовий капітал.

Віднесений до всього авансового капіталу прибуток виступає як регулятор виробництва та економічних відносин. Дана формула є загальною для всіх сфер матеріального виробництва. Стосовно ж окремих галузей, вона набуває конкретного вигляду. Це пов'язано з різним періодом обігу оборотних коштів :

$$Ц - C + E ( O\phi + O_k K ), \text{ де}$$

Oφ – основний капітал,  
Oк - оборотний капітал,  
К - коефіцієнт періоду обігу оборотного капіталу.

Слід відзначити, що окремі економісти – аграрники, пропонуючи дану формулу для використання в ціноутворенні на сільськогосподарську продукцію, завжди додають слова "включаючи вартість землі" [3]. Тобто, мова йде про те, щоб ввести до складу аграрного капіталу ціну землі. Сюди можна віднести й ціну землі для просторового розміщення заводів, фабрик та інших об'єктів.

У країнах з розвинутою ринковою економікою всі витрати на купівлю чи оренду землі в усіх сферах включаються у масу авансового капіталу і таким чином беруть участь у формуванні ціни виробництва, середньої норми прибутку. На мою думку, нашій державі, запроваджуючи ринкові відносини також слід було б звернутися до подібного заходу.

Відомий факт, що планове і ринкове ціноутворення – антиподи. Тому перехід від одного до іншого, як свідчить аналіз практики посткомуністичних держав, виявився болісним, важким і заплутаним. Він не являє собою початку трансформації планової економіки в ринкову, як це було в нашій країні в січні 1992 р., а її вінцем, завершальним етапом. Тоді, не створивши відповідного конкурентного середовища і ринкової інфраструктури, Україна ввела вільні ціни і тарифи. Частка регульованих державою цін становила 17 %. Як наслідок, вслід за цією акцією розпочався обвальний ріст цін і тарифів. Так, лише в 1992 р. ціни на промислову продукцію зросли в 27,8 рази, на сільськогосподарську - в 15,2 рази, що призвело до порушення цінового паритету в агропромисловому комплексі. Шалений ріст спостерігався на споживчому ринку. Більше того, спостерігаючи за розвитком реформ в Україні, слід визнати, що застосування заходів щодо обмеження, монопольне становище товаровиробників тільки посилилось. Переконливий доказ – зростання цін разом з зменшенням пропозиції товарів. Обсяги виробництва підганялися до попиту, обмеженого через підвищення цін. Разом з тим, практика встановлення цін у поєднанні з падінням обсягів виробництва характеризує небажання вдаватися до заходів з підвищення ефективності виробництва, зниження його витратності і тому є проявом монопольної поведінки. На жаль, процес ціноутворення в Україні залишається неузгодженим набором окремих рішень адміністративних структур держави, які розробляються суто ситуативно, в разі загострення кризових явищ у господарстві або заради політичного зиску окремих владних осіб. Адже цінова політика держави – як загальне керівництво процесом ціноутворення – це перш за все розробка системи ресурсних нормативів, динаміка науково-технічного прогресу, направлена на освоєння досягнень, на помірні масштаби норми прибутку та на "цивілізовану" систему оподаткування.

Слід додати, що Україна все ж досягла певних поступальних кроків в цій галузі. Так, наприклад, створено Державний комітет з контролю за цінами та ціноутворенням, який досить вдало справляється з своїми обов'язками.

Ринкова економіка об'єктивно вимагає впровадження вільних цін, тобто цін, які встановлюються не державою, а виникають об'єктивно на ринку в умовах вільної конкуренції, з урахуванням справжньої вартості товару, співвідношення попиту і пропозиції на нього. Процес переходу до вільних цін досить тривалий і вимагає багато зусиль, передусім створення відповідних умов: ліквідації монополії приватної власності, роздержавлення і приватизації засобів виробництва, виникнення вільної конкуренції. Ігнорування цього неминуче призводить до цінової агресії на життєвий рівень населення.

У 1992 році в Україні розпочалась так звана лібералізація цін без створення відповідних умов. Процес впровадження вільних цін нагадував спроби збудувати будинок починаючи не з фундаменту, а з даху. Крім того, відсутність вільної конкуренції, монополістичне становище багатьох державних підприємств дало їм право встановлювати високу, надмірну норму рентабельності, аж до 600 %. Деякі підприємства за рахунок зростання цін намагались залатати всі прорахунки в своєму господарстві. Іноді у собівартість продукції включали навіть витрати на будівництво об'єктів соціального призначення.

Шалене зростання цін призводило до спаду виробництва, зниження життєвого рівня населення. Нові ціни в ході лібералізації не стали вільними. Їх диктували монополістичні структури. Різниця лише в тому, що раніше цей процес контролювався державою, а пізніше все було віддано на відкуп керівникам підприємств.

Отже, перехід до вільних цін передбачає насамперед створення умов для конкуренції.

**Висновки.** Визначення рівня прибутку і рентабельності безпосередньо залежить від рівня витрат виробництва і ціни конкурентних товарів, що випускаються виробничими відділеннями чи фірмою в цілому. Нормативна норма прибутку встановлюється з врахуванням тієї норми прибутків, яку вище керівництво вважає за необхідне отримати для забезпечення подальшого розвитку фірми. Тому рівень цін визначають перш за все, виходячи з цілей досягнення певного спланованого рівня прибутку (звідси і назва "цільове" ціноутворення). Слід додати, що цінова норма прибутку встановлюється на плановий період диференційовано за кожним товаром чи групою товарів, а скоріше всього за окремим підрозділом, який виступає центром прибутку. Проводження такої політики передбачає надання виробничим відділам і закордонним компаніям самостійності у встановленні цін, які зазвичай прирівнюються до рівня ринкових. Сам же метод даного ціноутворення часто використовується при укладанні угод із зовнішніми контрагентами та внутрішньо фірмовими поставками. Але оскільки цей метод орієнтується на збереження самих цін протягом певного планового періоду, він слабо стимулює діяльність управлінців, які керують закордонними філіалами та дочірніми підприємствами. Тому деякі компанії вносять корективи до цільової норми прибутку, роблячи її рухомою в певних межах, щоб краще враховувати попит і умови конкуренції на зовнішньому ринку. Також даний метод використовується при визначенні розрахункових цін в поєднанні з методом рухомої ціни. Але, слід додати, що в цілях перерозподілу чи викачування прибутків використовуються не лише завищені ціни на товарні поставки, але й встановлюються високі ставки відрахувань за представленими патентами та ліцензіями, технічними послугами та ноу-хау. Тому, як вже наголошувалось в основній частині, потрібно проводити гнучку систему цін, яка спрямовується на встановлення в рамках фірми таких цін, що мають здатність призводити до мінімальних витрат виробництва, при чому не за кожним відокремленим підрозділом, а по підприємству в цілому. Проведення глобальної політики передбачає, що вище керівництво розробляє методологічні принципи побудови цін, визначає їх структуру і рівень як у відносинах з зовнішніми контрагентами, так і у внутрішньо-фірмових поставках. Гнучкість цінової політики в багатьох аспектах визначається поєднанням в управлінні принципів централізації і децентралізації. На деяких підприємствах керівництво

саме розробляє стандарти ціноутворення і єдині бази ціні на кожен виріб у загальних масштабах. Відхилення від них допускаються лише у ситуаціях, спричинених занадто жорсткою конкуренцією. В таких випадках гнучкість ціні досягається за допомогою знижок відносно преїскурантної ціни.

В залежності від цілей і стратегії, що розробляються у виробничому відділенні, визначаються основні напрямки цінової політики, а саме : орієнтація на забезпечення рентабельності виробництва, на рівень якості товару, на ринкові умови та конкуренцію, на збереження чи збільшення ринкової частки, на стабільність ціні в наступному плановому періоді. Таким чином, звідси випливає, що ціна як економічна категорія відображає умови або економічні відносини реалізації товарів. Вона є груповим виразом вартості, оскільки відображає рівень господарювання. Крім того, рівень ціні на підприємстві може носити як обліково-аналітичний характер так і стимулюючий, що в свою чергу відіграє немало важливу роль. Адже, це є прямим сприянням пошуку резервів для зниження собівартості, зменшенню конкурентної боротьби за ринки збуту та переливу капіталу з однієї галузі в іншу. А це в свою чергу призводить до численних змін (як в позитивну так і негативну сторону) загального становища підприємства та його становища на ринку. На нашу думку в наш час було б варто прилити більше уваги ціноутворенню на підприємствах. Адже зазвичай підприємство опиняється в скрутному становищі аналізуючи всі фактори ціноутворення та власні витрати при встановленні ціни. Все це наслідки багатьох причин, але найбільшої шкоди, на нашу думку, завдає недосконала податкова система. Тож насамперед при аналізі проблем ціноутворення слід було б переглянути підґрунтя державного оподаткування і узгодити його з усіма причетними чинниками.

#### Список використаної літератури

1. Бойчак І. М., Харів Н.С., Хопчан М.І. Економіка підприємств. - Л.: Сполом, 1999.
2. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика предприятия. - М.: Юнити, 1998.
3. Месель-Веселяк В.Я. Аграрна реформа і організаційно-економічні трансформації у сільському господарстві: доповідь на 12-х річних зборах Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників 25-26 лютого 2010 року. К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2010. – 57 с.
4. Примак Т. О. Економіка підприємств. - К.: МАУП, 1999.

УДК: 338.4:339.137.2:633.1

## ВИРОБНИЦТВО ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗЕРНА

*Руда О. Л., асистент*

*Вінницький національний аграрний університет*

*The question of competitiveness of products, and basic factors which determine a competitiveness, is investigational in the article. Efficiency of production of grain is analysed.*

*В статье исследован вопрос конкурентоспособности продукции, и основные факторы, которые определяют конкурентоспособность. Проанализирована эффективность производства зерна.*

**Вступ.** Виробництво зерна в Україні історично посідає одне з основних місць у розвитку сільського господарства, використовується у ряді промислових виробництв, забезпечує кормові ресурси, має велике значення у формуванні експортних поставок продовольчих товарів держави. Україна належить до провідних держав-зерновиробників світу, а у липні 2008 р. – червні 2009 р. Україна поставила на зовнішні ринки 24,7 млн. т зерна, що дозволило їй увійти в трійку найбільших світових зернових експортерів.

Останнім часом все частіше українські науковці переймаються питаннями конкурентоспроможності, при чому набуває особливої важливості не тільки конкурентоспроможність