

Формування ефективної стратегії управління кругообігом обігових коштів є першочерговим завданням підприємств у сучасних ринкових умовах і досягається різними шляхами. Здійснюючи фінансово-господарську діяльність для торговельних підприємств важливим є формування системи управління обіговими коштами відповідно до стратегічних завдань управління підприємством, а також забезпечення підвищення швидкості обертання та прибутковості обігових коштів, покращення рівня ліквідності та інфляційної захищеності, формування обігових коштів з оптимальною вартістю для підприємства та їх розміщення з врахуванням рівня ризику.

Система управління обіговими коштами торговельних підприємств має охоплювати: визначення складу і структури обігових коштів; визначення сукупної потреби в обігових коштах; визначення джерел формування обігових коштів; оцінка можливих варіантів кредитування обігових коштів; оцінка раціонального розміщення обігових коштів, визначення оптимальної структури обігових активів та управління їх окремими елементами; здійснення контролю за формуванням і використанням обігового капіталу.

Таким чином, дослідження теоретичних аспектів ефективності кругообігу обігових коштів є необхідним фундаментом для розроблення стратегії управління, спрямованої на досягнення стратегічних та цільових результатів діяльності торговельного підприємства. Здійснене дослідження сутності та класифікації обігових коштів дає змогу стверджувати, що за своїм змістом категорія "обігові кошти" є надзвичайно складною та місткою. Це необхідно враховувати у розробленні теоретико-методологічної бази, яка б формувала системний підхід у процесі управління та трансформувала його у комплекс відповідних процедур управління обіговими коштами на торговельних підприємствах.

Література

1. Бланк І.О., Ситник Г.В. Управління фінансами підприємств. – К.: КНТЕУ, 2006. – 780 с.
2. Біла О.Г., Косаріна В.П., Мельник С.І., Мосціховська О.І. Фінанси підприємств і організацій споживчої кооперації/ За ред. О.Г. Білої. – К.: Укоопосвіта, 1999. – 520 с.
3. Гоцуляк С.М. Менеджмент обігового капіталу підприємства як фактор економічного зростання// Економіка і регіони. – ПолтНТУ. – 2007, № 4(15). – С. 128-130.
4. Коропов Л.С., Пинишко В.С. Нормирование оборотных средств в потребительской кооперации. – М.: Экономика, 1973. – 120 с.
5. Лук'яненко І.О. Методичний підхід до управління обіговими коштами підприємства// Економіка розвитку: наук журнал. Харківський національний економічний університет. – 2007, № 4. – С. 86-88.
6. Мазаракі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства/ Під ред. проф. Н.М. Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.

УДК 339.137.2

Здобувач Н.М.Хижя – Львівська КА

ВНУТРІШНІЙ ВАЛОВИЙ ПРОДУКТ І СФЕРИ ТОВАРНОГО ВІДТВОРЕННЯ – ОСНОВА ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ЦІН

Досліджуються система цін, принципи її побудови і функціонування. Аналізуються основні засади формування і функціонування системи цін у контексті формування і руху внутрішнього валового продукту (ВВП) та сфери товарного відтворення

The GIP of the goods reproduction – basis of construction system costs

The system costs, principles of its construction and functioning are explored in the article. The basic principles of forming and functioning system costs at the context of forming and movement GIP and sphere goods reproduction are analyzed.

Вступ. Система цін чи не найслабше висвітлена в сучасній вітчизняній економічній літературі. Не розвиваючи цієї сфери економічної науки, принципів побудови і функціонування цієї системи, важко сформулювати адекватну ринкову економіку, засновану на засадах розвинутих держав. У практичному ціноутворенні ціна – категорія конкретна, прив'язана до конкретного виду, місця, часу, галузі чи сфери застосування, статусу та наділена іншими ознаками.

Вивчення цін і ціноутворення потребує системного підходу.

Постановка завдання. Метою нашої статті є окреслити основні засади формування і функціонування системи цін у контексті формування і руху ВВП та сфери товарного відтворення.

Результати. Система цін – це сукупність всіх конкретних цін, об'єднаних у певні групи (види) за певними ознаками і пов'язаних у середині та за межами системи багатоканальними зв'язками.

Система цін у своєму історичному розвитку зміцнювалась за суттю, складом, структурою і формою, очищувалась від намулу минулих часів і дійшла до нас у дуже складному вигляді, проте успішно служить людству, світовому співтовариству і кожній національній державі.

У своєму розвитку система цін нерідко наштовхувалась на підводні камені, виникали парадокси, які з часом за об'єктивними законами розвитку суспільства і економіки виправлялись. Багатою на парадокси була радянська система цін, до речі, ізольована від зовнішнього світу. Наприклад, до середини 60-х років минулого століття ідентична продукція сільського господарства закуповувалась у державні ресурси у колгоспів за т.з. закупівельними цінами, а у радгоспів – за здавальними, які були дещо нижчими від закупівельних. У сільських крамницях глибинних районів (далі 10 км від станцій залізниці та баз постачання) та у міській торгівельній мережі однакові товари продавались за різними державними цінами (у сільській місцевості за вищими). Крім цього, у сільській місцевості державні роздрібні ціни значно підвищувались на т.зв. глибинну накидку.

Для глибшого розуміння суті сучасної системи цін її склад потрібно розглядати під кутом певних ознак, провівши видову класифікацію цін. Для цього склад системи цін національної економіки розглядаємо за найголовнішими ознаками: сфера (ланка) товарного обміну; обсяг партій продаж; статус; місце застосування; час чинності; рівень.

Залежно від сфери товарного обміну (до уваги беруться не галузі економіки, а сфери обміну, оскільки в одній галузі може бути декілька сфер обміну, наприклад, у торгівлі є дві сфери обміну – гуртова і роздрібна торгівля, у машинобудівній промисловості – до десятка і більше сфер товарного обміну на окремі комплектуючі, вузли і напівфабрикати готового виробу) система цін складається з таких видів цін:

- закупівельних на продукцію сільського господарства у сільському господарстві;

- гуртових (оптових) на продукцію промисловості у промисловості, а також на значну частину промислової продукції виробничого споживання (вугілля, руди, газ, нафта, електроенергія тощо), що реалізується через посередницькі структури – трейдерів, гуртовий ринок, постачальницько-збутові організації;
- гуртово-відпускних на продукцію сільського господарства в заготівлях;
- роздрібних на споживчі товари у роздрібній торгівельній мережі, включаючи продуктові і речові ринки, на підприємствах громадського (масового) харчування;
- скупних на брутто дороговартісних, кольорових та чорних металів, макулатуру у їх скупній мережі;
- кошторисних на продукцію будівельної індустрії;
- заставні на скляний посуд у скупній мережі скляного посуду, на коштовності, здані у заставу в ломбарди, на зернові культури, продані сільськогосподарськими товаровиробниками за заставними операціями операторам ДАК "Хліб України";
- цін експорту та імпорту на продукцію, яка, відповідно, експортується та імпортується;
- тарифів на різноманітні послуги, як продукцію, що не має матеріальної (речової) оболонки;
- цін споживання на споживчі товари довготермінового користування, які по суті існують в ідеалі.

Наведені назви видів цін дещо умовні, але загалом відповідають суті кожного виду цін. Назви цін виникли ще у період зародження товарно-грошових стосунків і в міру їх розвитку полегшували діловим людям орієнтуватися у цих стосунках, оформляти угоди, оферти, протоколи погоджень та інші ділові документи, розвивати ділову активність. Найголовніше те, що вони дійшли до нашого часу лише з незначними змінами, а це означає, що система цін під тим оглядом є об'єктивною і стабільною в часі. Наявність того чи іншого виду цін залежить від об'єктивного існування певних сфер товарного обміну. Чи професіонал може собі уявити, наприклад, ліквідацію гуртових цін гуртової торгівлі як невід'ємної ланки окремої галузі економіки – торгівлі? Для здійснення такої авантюрної операції треба було б ліквідувати торгівлю як галузь економіки. Проте на обласному рівні пропозиції ліквідувати гуртову торгівлю у перші роки нашої незалежності вже були, але депутатам вистачило розуму цього не допустити.

Інша справа, коли йде мова про заміну одного виду цін іншим з аналогічним функціональним призначенням. Так, у 60-х роках минулого століття були ліквідовані здавальні ціни, за якими заготовлялась сільськогосподарська продукція у радгоспів, і замінені дещо вищими т.з. закупівельними цінами, за якими закуповувалась така ж продукція в колгоспах. Якщо конкретна продукція закінчує свій ЖЦ, то конкретна ціна припиняє своє життя.

Видовою класифікацією системи цін не можна ні нехтувати, ні довільно її трактувати. Проте у практичному ціноутворенні, та не тільки у ньому, це досить часто спостерігалось у владних структурах і ЗМІ у перші роки становлення державності та реформування системи цін. Тоді, зрозуміло, був брак професіоналів. А як це пояснити тепер, коли плутанина у назвах цін ще трапляється? Якщо це відбувається на офіційному рівні, на якому програмується і здійснюється політика цін, то це породжує суперечності, непорозуміння і вкінці приймаються неадекватні рішення, які можуть заподіяти шкоду державі, суб'єктам цін і ціноутворення.

Для прикладу, якщо припустити, що існує такий вид цін за назвою як продажні ціни (а вони у багатьох непрофесіоналів та на побутовому рівні таки існують), то чи означає це, що у всіх сферах товарного обміну, де продається продукція (товари) існуватиме тільки один вид цін за назвою – продажні? Якщо так, то це неодмінно викличе плутанину. Коли ж кожна сфера товарного обміну матиме свою окрему, притаманну лише їй вид цін за назвою, усякі непорозуміння виключатимуться.

Найчастіше плутанина щодо назв видів цін стосується таких назв як "продажна" і "купівельна". По-перше, об'єктом продаж чи купівлі є продукція, товари, а не ціни, тому називати їх так не логічно. По-друге, слово "продажна" (ціна) вульгарне, оскільки часто асоціюється з продажністю політиків, чиновників та деяких інших суб'єктів. По-третє, така назва може провокувати непорозуміння, плутанину, про що йшла мова вище.

За обсягом партій продаж розрізняють гуртові (оптові) ціни та роздрібні. Гуртові ціни – це ціни промислового товаровиробника, за якими він реалізує свою продукцію, зазвичай, великими партіями посередникам (трейдерам, постачальницько-збутовим організаціям та підприємствам гуртової та роздрібної торгівлі), а також ціни, за якими трейдери та постачальницько-збутові організації продають продукцію виробничим та іншим споживачам. За гуртовими цінами (гуртової торгівлі) підприємства-гуртівні продають споживчі товари підприємствам роздрібної торгівлі та громадського (масового) харчування.

До гуртових цін за цією ознакою можна віднести ціни на продукцію сільськогосподарського товаровиробника, за якими продукція реалізується заготівельним організаціям, гуртовій і роздрібній торгівлі, переробним підприємствам промисловості. Але щоби відрізнити ціни на цю продукцію від цін на промислову, які мають неадекватний склад, формуються за різних умов і методів ціноутворення, вони офіційно отримали специфічну, тільки їм притаманну, назву – закупівельних цін.

Продукція сільського господарства, яка закуплена заготівельними організаціями з метою дальшого продажу її споживачам продається за цінами, які давно отримали назву гуртово-відпускних.

Роздрібні ціни – це ціни підприємств роздрібної торгівлі та громадського (масового) харчування, за якими продаються споживчі товари у роздрібній торгівлі, куплені товари і продукція власного виробництва на підприємствах громадського (масового) харчування. За ними названі товари і продукція покидають останню сферу товарного обміну і переходять у сферу особистого споживання.

Проміжне положення між гуртовими і роздрібними цінами посідають кошторисні ціни на продукцію і роботи будівельної індустрії. Це продукція індивідуального користування, як і споживчі товари, та колективного, як засоби виробництва. Тому цінам на цю продукцію притаманні деякі риси роздрібних та гуртових цін на промислову продукцію. Водночас вони мають безпрецедентні риси, характерні тільки для продукції будівництва.

Ціни за своїм статусом (правовим становищем у державі) можна поділити на державні, регульовані і вільні.

Державні ціни – це ціни, які встановлюють державні органи ціноутворення і ними юридично закріплюються фіксуванням у прейскурантах держав-

них цін. То чи не від того вони у практиці отримали не зовсім точну альтернативу назву фіксованих цін, хоч фактично всі види цін фіксуються у певних документах (відомчих чи державних преїскурантах, калькуляціях платіжних документів, інвентаризаційних відомостях, реєстрах тощо). Зміна та відміна державних цін є прерогативою державних органів ціноутворення, а дотримання державної дисципліни цін – обов'язок всіх суб'єктів господарювання.

Регульовані ціни – це ціни, рівень яких встановлюється державними органами ціноутворення, або лише з їх участю та самостійно суб'єктами господарювання згідно з нормативними актами держави у вигляді цінової стелі (верхня межа) і цінового порогу (нижня межа) та шляхом обмеження окремих складових цін (операційного прибутку, торгівельної націнки та інших) з метою стримування необґрунтованого росту цін, усунення диспаритету в царині ціноутворення та з фіскальних міркувань держави.

Регульовані ціни – це ціни перехідної економіки, які спонтанно появились в Україні ще на початку реформи цін і служили знаряддям трансформування державних цін у вільні ринкові ціни.

Вільні ціни – це ціни ринкової економіки, які формуються безпосередньо суб'єктами господарської діяльності, тобто винятково у децентралізованому порядку під дією попиту та пропозиції, шляхом визначення мінової вартості одиниці продукції (товару). У національній економіці вони посідають домінуюче місце – приблизно до 90 % всього обсягу ціноутворення.

Ціни за місцем застосування бувають внутрішніми і зовнішніми. До внутрішніх цін належать всі види цін, які застосовуються у товарно-грошових відносинах між суб'єктами господарської діяльності в середині країни. Зовнішніми цінами є ціни експорту та імпорту, що застосовуються у зовнішньоторговельній діяльності.

За часом чинності ціни бувають сезонними, оптовими, форвардними і ф'ючерсними. Оптові ціни – це ціни на готову продукцію і товари для продажу, що є на складах, у гуртівнях, у роздрібній торгівельній мережі та в інших місцях зберігання.

Форвардними цінами є прогнознi ціни на неіснуючу продукцію на момент складання угоди купівлі-продажу, які будуть чинними на підготовлену до купівлі-продажу продукцію у майбутньому, на момент виконання угоди.

Ф'ючерсними цінами є теж прогнознi ціни, зазначені в угоді купівлі-продажу продукції, які стають чинними протягом всього періоду виконання угоди в майбутньому.

За франкуванням ціни поділяються на ціни за місцем виробництва продукції і місцем її продажу. Цінами франко-місце виробництва бувають базові ціни на продукцію за місцем виробництва, від яких йде відлік і визначення всіх похідних цін за франко-місцем реалізації. Базовими цінами реалізації (цінами франко-місце виробництва) бувають ціни: франко-поле, франко-ферма, франко-завод, франко-будівельний майданчик тощо. Ціна-франко за місцем реалізації складається з ціни-франко за місцем виробництва (базової ціни) та витрат, пов'язаних з доставкою продукції (транспортні витрати), її навантаженням-розвантажуванням, страхуванням в дорозі та іншими витратами, передбаченими в ціні франко-залізнична станція (водна пристань) відправлення, залізничний вагон (судно) станції (пристані) відправлення тощо.

У національних економіках ринкового типу, до яких належить Україна, франко встановлюється довільно за згодою сторін – покупця і продавця продукції і фіксується в угоді її купівлі-продажу. У зовнішньоекономічній діяльності франкування передбачено у Міжнародних правилах щодо тлумачення термінів "Інкотермс" (редакція 1990 р.).

До класифікації цін за їх рівнем можна віднести ціни: базові, порівняльні, звичайні, справедливі, дискриміновані, уніфіковані. Наведена класифікація цін тісно прив'язана до об'єктивних сфер товарного відтворення і обміну [1, 2].

За об'єктивних умов на різних стадіях (у сферах) товарного відтворення і обігу мусять існувати різні за своїм рівнем ціни на одну і ту ж продукцію (ідентичну). Інакше обмін між підприємствами різних сфер обміну не відбудеться. Для прикладу, у сільському господарстві, як сфері виробництва, закупівельні ціни на неперероблену продукцію (картоплю, капусту, огірки тощо) найнижчі. Ця ж продукція на заготівельних підприємствах (у заготівельній сфері) не міняючи своєї натуральної форми, за ціною вища і міняє первісну назву ціни на гуртово-відпускну ціну. Ціна на цю ж продукцію вища у кінцевій сфері товарного обміну – роздрібній торгівлі і теж міняє свою попередню назву ціни (гуртово-відпускну) на роздрібну. Висновок: одна і та ж продукція, переміщуючись з однієї сфери товарного обміну в іншу, не міняючи своєї натуральної форми, змінює свою назву і разом з нею своє грошово-вартісне вираження товарної одиниці – ціну.

Якщо розглядати ціни за точки зору різного їх рівня в межах однієї сфери відтворення чи обміну, то, для прикладу, у сільському господарстві, закупівельні ціни, не міняючи своєї назви, найнижчі на завершальній стадії виробництва продукції (у полі, на фермі, току тощо), де отримують додаткову до закупівельної ціни назву – базову, яка свідчить про те, що це ще не кінцева закупівельна ціна, оскільки можуть ще виникнути вищі закупівельні ціни з іншими додатковими назвами, в яких будуть враховані додаткові витрати, що виникнуть в процесі доставки цієї ж продукції до місць реалізації (овочесховища, комори, торгівельного дому, роздрібної торгівельної мережі тощо).

Отже, базова ціна – найнижча за своїм рівнем ціна, яка служить вихідною базою для визначення цін на одну і ту ж продукцію (ідентичну) та аналогічну (подібну) для різних стадій операційного, а іноді навіть фінансового циклу, в межах одного суб'єкта господарювання. У промисловості та сільському господарстві базовими цінами вважаються ціни за місцем виробництва продукції: франко-завод, франко-поле, франко-на корені, франко-тік тощо. До базових ціна можна віднести ціни на конкретну продукцію промислового та сільськогосподарського виробництва (базову), яка служить основою для визначення за параметричним методом цін на аналогічну продукцію, що відрізняється від базової продукції кількісним вираженням техніко-економічних та споживчих параметрів. Звичайно, ціни на аналогічну продукцію (небазову) будуть за своїм рівнем вищими або нижчими від цін на базову продукцію.

До базової ціни у певному сенсі можна віднести ціну цінового лідера, яка служить орієнтиром для суб'єктів ціноутворення при встановленні цін на свою продукцію, коли вони вперше виходять на уже зайнятий ринок товарів і послуг.

Порівняльні ціни – це ціни широкого спектру застосування у ціноутворенні, контролю за цінами і визначенні фізичних обсягів господарської діяльності та індексів інфляції на усіх підприємствах сфер і галузей економіки. У ціноутворенні порівняльними цінами є ціни цінових лідерів у теперішньому або майбутньому часі та у даному місці, на ціни яких змушені орієнтуватися суб'єкти господарювання, що вперше виходять зі своїми товарами на уже зайнятий ринок товарів і послуг, коли вони користуються найбільш поширеним методом ціноутворення – методом орієнтації на цінового лідера.

Для нового суб'єкта ціноутворення порівняльними цінами є ціни цінового лідера на ідентичну продукцію. Порівняльні ціни на ідентичну та на аналогічну продукцію використовують митні органи при контролі за реальністю митних цін, фіксованих суб'єктами зовнішньоторгівельної діяльності у митних деклараціях.

Порівняльні ціни незамінні при визначенні потоварних і регіональних індексів цін та фізичних обсягів діяльності на підприємствах усіх видів господарської діяльності, сфер і галузей економіки. Наприклад, для визначення фізичних обсягів будівництва у часовому вимірі застосовуються порівняльні ціни 1997 р. Для цієї мети можна використовувати порівняльні ціни будь-якого року чи ряду попередніх років, вважаючи їх порівняльними для визначення фізичних обсягів діяльності та індексів інфляції.

Звичайні ціни – це різновид порівняльних цін. У ціноутворенні порівняльні ціни не застосовуються. Вони застосовуються з метою оподаткування.

Звичайні ціни виникли в період масового розпродажу майна державних підприємств за реальними на той час цінами попиту, проте оформляючи за фіктивними низькими цінами, різниця від якого осідала в кишенях нечесних реалізаторів та їх ініціаторів, покровителів (керівників державних підприємств). Ініціатором появи звичайних цін стали правоохоронні органи, метою яких було встановлення суми нанесених підприємствам і державі збитків від реалізації майна за фіктивними цінами.

Законом України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 22.05.1997 р. встановлено, що звичайна ціна – це ціна продажу товарів продавцем, яка може бути отримана у разі їх продажу особам, які не пов'язані з продавцем при звичайних умовах ведення господарської діяльності.

При визначенні звичайних цін на товари на внутрішньому ринку податкові органи користуються збірником Державного комітету статистики України "Середні ціни та їх індекси", а в межах окремих областей – статистичною інформацією щодо цін на товари обласних управлінь статистики. У випадках відсутності статистичної інформації про ціни на товари, податкові органи мають право самостійно її визначати.

Що стосується зовнішньоторговельних операцій, то звичайними цінами при здійсненні таких операцій вважаються індикативні ціни, а в разі відсутності останніх митні органи користуються довідковими цінами, які публікуються в "Огляді цін українського і світового товарних ринків".

Справедливі ціни, що вперше зафіксовані у чинному стандарті бухгалтерського обліку, є цінами, якщо висловлюватися ціновими категоріями, за якими реалізуються товари, з вмістом у них розміру операційних витрат і операційного прибутку, запозиченого від цін на аналогічні товари у інших

підприємств. Таким чином, справедливі ціни стають цінами близькими до реальних ринкових, які теж вважаються справедливими, оскільки відповідають споживчому попиту на локальному ринку і в певний час.

У практичному ціноутворенні справедливі ціни не використовуються, хоч у більшості випадків ними бувають. Мета встановлення справедливих цін – оцінка реальних ринкових цін цінних паперів, залишків виробничих запасів, готової продукції і товарів та інших активів підприємств у випадках виставлення їх на реалізацію. Справедливі ціни дають змогу виявити нереальність деяких цін на однойменні активи. У цьому сенсі вони частково збігаються із звичайними та порівняльними цінами і частково виконують їх функції.

Визначення цін за ринковою методологією передбачає врахування двох головних і безпосередніх чинників, під дією яких формуються вільні (ринкові) ціни, а саме: кон'юнктури ринку з одного боку, тобто з боку грошового обігу, який формує споживчий попит, та витрат підприємств сфер виробництва і обігу – з іншого. Перші в основному осереднені в межах часового виміру, але індивідуалізовані у межах асортименту продукції (товарів) та локалізовані у просторовому вимірі у межах окремих секторів і сегментів ринку.

Щодо чинника витрат, то вони суто індивідуальні на кожному підприємстві, що зумовлено конкретними індивідуальними техніко-економічними та організаційними умовами роботи суб'єктів сфери виробництва і обігу. Саме ці індивідуалізовані чинники становлять основу появи дискримінованих цін, тобто цін різних за своїм рівнем у часовому і просторовому вимірах, що особливо характерно для роздрібних цін. У межах одного населеного пункту роздрібні ціни на ідентичні товари в один і той же час можуть бути значно різними за своїм рівнем.

Якщо розсунути горизонт застосування цін, що чинні в одній сфері товарного обміну, на різні підприємства цієї сфери, то неодмінно помітимо там єдині за своїм рівнем ціни на однойменну продукцію, які отримали назву уніфікованих цін. Класичним прикладом чинності уніфікованих цін були державні ціни у планово-директивній економіці – єдині на всій території країни, і територіально обмежені по цінових зонах, поясах і районах.

Уніфіковані ціни – явище широко поширене у ринковій економіці, хоч за часом чинності на конкретну продукцію у певному місці нетривале, поки не поміняються істотно техніко-економічні умови виробництва та кон'юнктура ринку. В Україні застосування уніфікованих цін стосується усіх їх видів за статусом, але періоди незмінності державних і регульованих цін більш тривалі порівняно з вільними цінами, хоч законодавчо зазвичай їх термін чинності не обмежується. Національному законодавству суперечать тільки ті вільні уніфіковані ціни, у чинності яких Антимонопольний комітет України вбачає змову суб'єктів ціноутворення з метою монополізації ринку товарів і послуг.

Дискриміновані й уніфіковані ціни мають низку позитивів і негативів. У табл. наведено класифікацію цін в Україні за основними видовими ознаками із зазначенням сфер їх застосування. Ціноутворення, як процес формування цін, відбувається за певними принципами.

Табл. Класифікація цін в Україні [1]

Основні класифікаційні ознаки	Види цін	Сфери застосування цін
1. Ланка (сфера) товарного обміну	1.1 Закупівельні 1.2 Гуртові (оптові) 1.3 Кошторисні 1.4 Скупні 1.5.Роздрібні 1.6 Заставні 1.7 Ціни експорту і імпорту	Сільське господарство Промисловість, постачальницько-збутові організації, трейдери, гуртова торгівля споживчими товарами Будівельна індустрія Скупна мережа брухту дорогоцінних, чорних і кольорових металів, макулатури, обмінна мережа валюти Роздрібна торгівля, масове (громадське) харчування, продуктові і речові ринки Скупна мережа скляного посуду, ломбарди, оператори заставних операцій зернових культур Зовнішня торгівля
2. Обсяг партій продаж	2.1 Гуртові (оптові) 2.2 Роздрібні	Промисловість, постачальницько-збутові організації, трейдери, гуртова торгівля споживчими товарами Роздрібна торгівля, масове (громадське) харчування, продуктові і речові ринки
3. Статус	3.1 Державні 3.2 Регульовані 3.3 Вільні	Промисловість, сільське господарство, роздрібна торгівля Промисловість, сільське господарство, роздрібна торгівля Всі сфери товарного обміну
4. Час чинності	4.1 Спотові 4.2.Фордварні 4.3 Ф'ючерсні	Всі сфери товарного обміну Промисловість, сільське господарство, трейдери, товарні біржі Промисловість, сільське господарство, трейдери, товарні біржі
5. Місце застосування	5.1 Зовнішні 5.2 Внутрішні 5.2.1 Місце (франко) виробництва 5.2.2 Місце (франко) продажу	Зовнішня торгівля Всі сфери товарного обміну Сфери товарного виробництва Сфери товарного обігу
6. Рівень	6.1. Базові 6.2. Порівняльні 6.3. Звичайні 6.4. Справедливі 6.5. Дискриміновані 6.6. Уніфіковані	Виробничі сфери і галузі економіки Виробничі сфери і галузі економіки, внутрішня і зовнішня торгівля Податкові і митні органи Усі сфери і галузі економіки Усі сфери і галузі економіки Усі сфери і галузі економіки

Принцип ціноутворення – це основні положення з формування цін. У ринковому ціноутворенні до основних принципів ціноутворення відносяться принципи: наукового обґрунтування цін; системного підходу; цільового спрямування цін; безперервного ціноутворення; моніторингу цін.

Система цін як будь-яка система створюється, будується за певними принципами, відмінними від принципів ціноутворення, хоч з ними тісно пов'язана.

Принципи побудови системи цін мають вирішальне значення для розкриття механізму функціонування самої системи. Система цін нерозривно пов'язана з рухом валового внутрішнього продукту (ВВП). Ціни є його носієм [1, 2]. Система цін побудована за такими принципами: ланковості; нарахування або вирахування витрат кожної сфери товарного обміну.

Принцип ланковості єдиний для кожної економічної системи і полягає в тому, що вся система цін пов'язана міцним економічним ланцюгом між підприємствами різних ланок чи сфер товарного обміну (виробництва і обігу), кожне кільце яких конкретним підприємством ланки (сфери товарного обміну), яке мусить мати свої конкретні ціни, без яких не може відбутися товарний обмін.

Внутрішній валовий продукт (ВВП), як сукупність усіх видів продукції, товарів, робіт та послуг, вироблених, створених, наданих в країні, має основною метою задовольняти потреби та запити своїх громадян (покупців-споживачів). ВВП у процесі свого руху до кінцевої мети проходить всі сфери (стадії) свого відтворення, визначені для кожного окремого продукту творчими працівниками (науковцями, конструкторами, дизайнерами, технологами та іншими), що працюють над їх створенням і відтворенням.

Усі сфери відтворення ВВП з позиції його відтворення і споживання можна поділити на дві: сферу відтворення і сферу споживання. Перша з них, своєю чергою, охоплює сферу товарного виробництва, представлену підприємствами промислового і сільськогосподарського виробництва та будівельної індустрії. До сфери товарного обігу віднесені підприємства гуртової торгівлі споживчими товарами та засобами виробництва (постачальницько-збутові підприємства), а також роздрібної торгівлі і громадського харчування. За вартісно-ціновим потенціалом всі сфери відтворення ВВП для поставленої перед нами мети доцільно поділити на початкову сферу, проміжні сфери і кінцеву.

В економічній теорії домінує позиція учених [1, 2], що ВВП зароджується у сільському господарстві і добувних галузях промисловості. Не заперечуючи цього, візьмемо за основу, що ці галузі товарного виробництва є вихідними чи початковими, де зароджується ВВП і звідки він продовжує свій шлях через інші сфери товарного відтворення, спочатку через виробничі сфери, яких для кожного конкретного продукту може бути різна кількість, а відтак – через сфери товарного обігу, кількість яких обмежене двома сферами щодо більшості продуктів, одна з яких є кінцевою сферою – товарного обігу, а саме роздрібна торгівля і громадське харчування. Характерно, що деякі товари, такі як хліб, молоко, фруктові і мінеральні води тощо проходять лише через роздрібну сферу товарного обігу.

Особливістю сфери товарного обміну у роздрібній торгівлі і громадському харчуванні є те, що конкретні товари безповоротно покидають цю сферу, їх рух обривається і самі товари переходять у сферу споживання, де вони одразу або поступово (товари довготермінового використання) втрачають свою споживчу вартість. Особливістю сфери товарного обігу є й те, що у цю сферу надходить не ВВП, а внутрішній чистий продукт (ВЧП), представлений сукупністю всіх конкретних споживчих товарів, вартість яких сформована ще в останній сфері товарного виробництва, тобто до переходу у сферу товарного обігу.

За методикою обліку і планування ВВП вартість сировини чи напівпродуктів (напівфабрикатів), як добуток їх цін і фізичного обсягу на підприємствах окремої сфери товарного виробництва формують вартісний обсяг ВВП. При переході сировини чи напівпродуктів на підприємства наступної сфери товарного виробництва, наприклад на цукровий завод, для завершення виробничого циклу виготовлення готового продукту (цукру) вартість сировини чи напівфабрикату повторно включається у склад ВВП, збільшуючи його вартісний потенціал. У той же час у ціни готового продукту (цукру) вартість сировини включається лише один раз. Ось тут і виникає різниця у вартісній оцінці внутрішнього валового і чистого продукту.

На складних виробництвах (у машинобудуванні обсяг ВВП може зростати за рахунок вартості напівфабрикатів у декілька разів), що на ціну кінцевого продукту практично не впливає. На підприємствах сфери товарного обігу, де ЧВП може проходити до споживача через дві ланки сфери, вартість ЧВП зростає, але пропорційно росту гуртових і роздрібних цін товарів. Повторне збільшення ЧВП, як це відбувається з ВВП у сфері товарного виробництва, виключене. Роздрібний і гуртовий товарообіг фіксуються статистикою окремо, гуртовий товарообіг у роздрібний не входить.

Формування, нарощування і просування ВВП у планово-директивній економіці передбачалося планом, який мав силу закону, тобто під адміністративним примусом. Планом передбачалося всі обсягові, вартісні і часові параметри ВВП, починаючи від сфери товарного виробництва, де ВВП зароджувався через сфери виробництва, де він нарощував свій вартісний потенціал, закінчуючи сферою споживання, де ВВП закінчував свій шлях, тобто завершував життєвий цикл.

Характерно, що у плані формування і руху ВВП передбачався ціновий диспаритет між сферами товарного обміну, способи та джерела його подолання. Головним джерелом подолання цінового диспаритету були кошти державного бюджету, а коли їх дуже не вистачало, до подолання цінового диспаритету примусово залучались кошти державних підприємств у порядку фінансового перерозподілу, а також кошти споживачів товарів за допомогою офіційних і тіньових схем їх залучення. Головними недоліками ВВП у планово-директивній економіці було те, що він був спрямований не на задоволення попиту та запитів його споживачів, тобто формував сталий дефіцит широкого спектру споживчих товарів, а іноді – товарний голод, низьку якість товарів і вузький їх асортимент, сприяв створенню тіньової економіки, появу мафіозних структур, стимулював моральну деградацію суспільства.

Висновки. В національній економіці формування і рух ВВП аналогічні планово-директивній економіці, що зумовлено єдиним законом товарного виробництва і обігу. Однак ВВП у ринковій економіці має істотні переваги, зокрема: ВВП вільний від адміністративного примусу і централізованого планування, повернутий своїм обличчям до споживача, тобто максимально задовольняє його потреби і запити (товарний дефіцит відсутній, асортимент споживчих товарів спроможний задовольнити найвишуканіше смаки і потреби споживачів). Проте головний недолік планової економіки – диспаритет цін залишився, хоч він у національній економіці має інший характер, сфери і чинники виникнення та способи подолання.

Література

1. Артус М.М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 364 с.
2. Шкварчу Л.О. Ціноутворення: Підручник. – К.: Кондор, 2006. – 246 с.

УДК 631.22

Здобувач В.М. Хомка – Львівський національний аграрний університет, м. Дубляни

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Розглянуто проблеми функціонування фермерських господарств в державі. Зокрема, в статті проаналізовано зарубіжний досвід діяльності фермерських господарств та на цій основі обґрунтовано напрями розвитку їх в Україні.

Ключові слова: фермерське господарство, ефективність, земля, державне регулювання

Competitor V.M. Homka – Lviv national agrarian university, Dublyany

Organization and legal ways of farm enterprises activity

The article deals with the problems of farm enterprises functioning today's. Specially foreign experience of farm enterprises activity is analyzed and on this base the ways of their development in Ukraine are grounded.

Keywords: farm enterprises, effectiveness, land, state regulation

Постановка проблеми. Світова практика свідчить, що фермерські господарства є однією з ефективних форм господарювання. Проте вітчизняні фермерські господарства перебувають на стадії розвитку, що характеризується невеликими темпами зростання обороту та від'ємними фінансовими результатами. На цьому етапі господарства зіштовхуються з проблемами виживання, пов'язаними з пошуками місця на ринку та коштів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам функціонування фермерських господарств присвячено Наукові праці багатьох вчених. Зокрема, це П. Березівський, В. Збарський, В. Зіновчук, О. Крисальний, В. Липчук, В. Месель-Веселяк, П. Саблук, Д. Олійник, Г. Черевко, О. Шестопал, М. Шульський, В. Юрчишин та ін. Вони розглядають теоретичні проблеми формування фермерських господарств, аналізують соціально-економічні умови їх функціонування, визначають шляхи їх подальшого розвитку. Однак дискусії щодо доцільності фермеризації сучасного сільського господарства спонукають до проведення порівняльного аналізу ефективності функціонування різних організаційно-правових форм господарювання.

Постановка завдання. Завданням цієї статті стало вивчення особливостей розвитку фермерських господарств у сучасних умовах та розроблення відповідних заходів щодо створення сприятливого економічного клімату на всіх рівнях управління.

Виклад основного матеріалу. Наявний досвід організації підприємництва у сільському господарстві свідчить, що фермерське господарство на сьогодні є його основною організаційно-правовою формою. Більшість економістів-аграрників під фермерським господарством розуміє форму сільськогосподарсько-