

готовой продукции до покупателя по всей цепочке формирования ценностей.

Преимущества такой рыночной технологии управления затратами и ценами внутри экономической системы заключаются в возможности скоординированных действий участников процесса создания конечной стоимости в направлении минимизации как производственных, так и трансакционных издержек, исключения монопольного диктата производителя сырья (что характерно для национальной экономики) на его потребителей, использования логистических принципов управления материальными потоками и получения на этой основе устойчивых конкурентных преимуществ. Таким образом удастся перейти от субоптимизации издержек на уровне подсистем к оптимизации издержек системы в целом.

Л.В. Попкова, д-р экон. наук,

М.Ю. Шевцова

Днепропетровский национальный университет

ЗАТРАТЫ ПО ВЭД В СЕБЕСТОИМОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследования результатов работы предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность (ВЭД), показывают взаимосвязь уровня экспортной активности предприятий с тем положением, которое занимают эти предприятия во всей экономике страны. Как правило, это предприятия с высокими экономическими показателями, они обладают возможностями для выпуска конкурентоспособной продукции.

Формирование затрат по внешнеэкономической деятельности предприятий определяется тем, что предприятие реализует свою продукцию как на внутреннем, так и на внешнем рынках. При изучении структуры себестоимости единицы продукции простые статьи, величина которых непосредственно зависит от норм расхода сырья, материалов, топлива, энергии, зарплаты, — должны оставаться одинаковыми, независимо от рынка реализации продукции. В комплек-

сных (сложных) статьях себестоимости учитываются затраты по всем видам ресурсов, т.е. кроме перечисленных выше, также затраты по основным производственным фондам.

Изучение опыта работы предприятий, реализующих свою продукцию на внешних рынках, свидетельствует о дополнительных затратах, связанных с внешнеэкономической деятельностью. Очевидно, что все затраты по ВЭД отражаются в сложных статьях себестоимости. Дополнительные управленческие расходы, связанные с ВЭД, влияют на величину статей “Общепроизводственные расходы” и “Общехозяйственные расходы”. Статья “Расходы на подготовку и освоение производства новой продукции” включает затраты по улучшению качества продукции, по маркетинговым исследованиям рынка, по разработке новых видов продукции, пользующейся повышенным спросом. Все затраты, связанные с реализацией, относят на статью “Внепроизводственные (коммерческие) расходы”.

Среди множества функций подразделений и работников предприятий, на наш взгляд, целесообразно выделить три основные функции: техническая подготовка производства, международный маркетинг, транспортные перевозки.

В производственной себестоимости продукции на примере предприятий: ОАО “Днепротяжмаш”, ОАО “Днепрополимермаш”, ЗАО “Никопольский завод бесшовных труб” затраты по статье “Расходы на подготовку и освоение производства новой продукции” составляют от 0,5 до 3,2 % в общей сумме затрат. В настоящее время имеются предприятия, которые не планируют затраты по новой технике в себестоимости, поскольку эти предприятия находятся на грани банкротства и не предпринимают мер по исправлению такого положения.

Возможность выхода предприятия на внешний рынок требует создания новой конкурентоспособной продукции. В тех случаях, когда выпускаемая предприятием продукция пользуется спросом у зарубежных покупателей, стремление к увеличению прибыли заставляет производителей постоянно улучшать качество этой продукции. Техническая подготовка производства — это планомерно проводимый на предприятии процесс разработки и освоения новых видов продукции, а также совершенствование выпускаемой продук-

ции. В процессе подготовки производства наибольший удельный вес в общей сумме затрат приходится на заработную плату. На конструкторском и технологическом этапах свыше 80 % от общих затрат составляет заработная плата. При изготовлении опытных образцов расходы на зарплату составляют 40—45 %, сырье и материалы — 20—28, на топливо и энергию — 15—17, амортизационные отчисления — 10—12 %.

Маркетинговая деятельность предприятия, связанная с выходом на внешний рынок — международный маркетинг — связана с принятием решений о целесообразности выхода на внешний рынок, выборе рынка, методах выхода на внешний рынок. Международным маркетингом занимается отдел маркетинга, а также в этом процессе принимают участие работники технических, экономических, финансовых отделов. В общих затратах на осуществление международного маркетинга заработная плата составляет около 90 % всех расходов. Поскольку в процессе маркетинговых исследований участвуют работники различных подразделений, сложно рассчитать затраты на единицу продукции, связанные с выполнением этих функций.

В статье “Внепроизводственные (коммерческие) расходы” сосредоточены затраты на реализацию продукции на внутреннем и внешнем рынках. Выход на внешний рынок связан с дополнительными затратами на рекламу, заключение контрактов, привлечение торговых посредников, складские помещения, транспортные расходы. На этапе экспорта товаров предприятие несет множество других расходов, связанных со сбытом своей продукции на внешнем рынке.

Формирование транспортных издержек в международной торговле имеет особенности, обусловленные перемещением грузов между двумя странами и более. Специфика затрат на перевозки обусловлена значительными расходами на заработную плату и эксплуатацию транспортных средств.

Для предприятия, которое производит продукцию на экспорт, важнейшим критерием принятия управленческих решений являются результаты расчетов по затратам на внешнеэкономическую деятельность. Для отдельного предприятия, решившего производить продукцию на экспорт, рекомендуем использовать функцию экспорта. В качестве основ-