

Після розв'язання задачі отримуємо оптимальну структуру інвестиційних вкладень за включеними до коефіцієнта *IQEE* показниками, що описується вектором ($x_3 = 902,9; x_{14} = 168,8; x_{15} = 214; x_{18} = 6034,4$). Значення інтегрального показника економічної ефективності для даної структури інвестиційних вкладень є найбільшим та складає 2,29.

Отже, отримали кілька моделей, що дозволяють визначити оптимальну структуру інвестиційних вкладень за різними параметрами економічної ефективності, параметром ризику, а також за кількома параметрами відразу, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення при відборі інвестиційних проектів та визначати оптимальний обсяг вкладень у кожний окремий інвестиційний проект. Найбільш узагальнюючою є модель оптимізації інвестиційних вкладень на основі інтегрального показника економічної ефективності інвестиційних проектів, який дозволяє оптимізувати інвестиції відразу за сімома критеріями.

В сучасних умовах в Україні, коли інвестиційна діяльність у багатьох випадках є економічно неефективною, визначення оптимальної структури інвестиційних вкладень на етапі планування інвестиційної діяльності набуває важливого значення.

Література: 1. Єгоршин О.О., Зосімов А.М., Пономаренко В.С. Методи багатовимірного статистичного аналізу: Навч. посібник. — К.: ІЗМН, 1998. — 208 с. 2. Растяпін А.В. Методика оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів // *Фінанси України*. — 2001. — №2. — С. 111.

Стаття поступила до редакції
8.10.2002 р.

УДК 338.532.61

Бубенко С.П.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЕКСПОРТНУ ПРОДУКЦІЮ

Ціна є одним із найбільш впливових та гнучких інструментів регулювання прибутку. Однією з основних проблем ціноутворення є визначення собівартості виробництва товару. Правильно обрана методика встановлення ціни та послідовна реалізація обґрунтованої цінової стратегії — необхідні компоненти ефективної експортної діяльності підприємства. Запропоновано методику визначення собівартості реалізованої продукції з урахуванням витрат на збут, адміністративних та інших операційних витрат.

Ціна є одним із найбільш впливових та гнучких інструментів, яка одночасно є майже єдиним факто-

ром, який не пов'язаний з додатковими витратами, але приносить дохід підприємству. Основна проблема ціноутворення полягає у визначенні вартості товару. Правильно обрана методика встановлення ціни та послідовна реалізація обґрунтованої цінової стратегії — це необхідні компоненти ефективної роботи підприємства та його експортної діяльності.

Основні фактори, що впливають на ціну товару, — це вартість виробництва або витрати виробництва; становище на ринку конкретних товарів; зовнішнє середовище підприємства; стратегія діяльності підприємства; життєвий цикл товару та ін.

В економічній теорії проблеми ціноутворення розглянуті досить детально, але стосовно експортної діяльності підприємства, подальшого вдосконалення процесу потребує складання базисної ціни, на основі якої можна починати вести переговори з покупцем. Для цього використовуються дані про обсяг витрат, залежність між витратами та обсягами продажу, про кон'юнктуру ринку, конкурентні переваги підприємства на ринку та ін.).

Найбільш поширені методи розрахунку цін:

- на основі аналізу беззбитковості;
- на основі розрахованої цінності товару, цінності, яка відчувається керівництвом, тобто на основі його споживчих характеристик;
- на рівні цін конкурентів;
- встановлення максимально низької ціни для цінового прориву або участі підприємства у тендерах;
- на рівні середніх витрат та запланованого прибутку, ін.

З точки зору багатьох науковців, кожному з указаних вище методів ціноутворення притаманні ті чи інші недоліки. Багато нарікань виникає навколо витратного методу встановлення цін, бо він фіксує конкретні витрати підприємства на виробництво продукції з усіма недоліками в сфері техніки, технології, організації виробництва та ін. Але не слід забувати про те, що цей метод є найбільш простим, тому що підприємству отримати інформацію про витрати виробництва набагато простіше, ніж інформацію щодо попиту та конкурентів. Крім того, такий метод може бути загальноприйнятим у даній галузі промисловості. Проблема полягає в тому, щоб налагодити досконалу систему обліку прямих та розподілу непрямих витрат. Інша проблема полягає в необхідності вибору найбільш адекватної профілю та умовам діяльності підприємства норми рентабельності. При обґрунтуванні величини прибутку, що включається в ціну товару, підприємство може керуватися факторами потреб виробництва, обсягу продажу товару, оборотності запасів, відчутної цінності товару та ін.

Таким чином, базова ціна на продукцію, що експортується, повинна найбільш точно відбивати

витрати підприємства. Далі необхідно встановити початкову ціну на товар для ведення переговорів з іноземним партнером, для чого вона корегується в залежності від стратегії підприємства, життєвого циклу товару та цін конкурентів на аналогічну продукцію. В процесі переговорів з покупцем базова ціна корегується в залежності від технічних та комерційних умов поставки:

якості товару, його відмінностей від аналогів, технічних характеристик, виду товару, комплектації поставки;

- валюти контракту;
- строку оплати;
- кредитних умов;
- базисних умов поставки;
- надання різного роду знижок.

Питання корегування ціни в залежності від комерційних умов контракту знайшли достатнє висвітлення в науковій літературі, а ось процес визначення базової ціни виробника, що експортує свою продукцію, все ще потребує вдосконалення. Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", що затверджений Наказом Міністра фінансів України від 31.12.1999 р. [1], в склад собівартості реалізованої продукції не включаються адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати. Вони в період їх виникнення відносяться на фінансові результати підприємства і участі у формуванні витрат на конкретні види продукції не беруть. З точки зору автора, при розрахунку собівартості продукції для цілей ціноутворення доцільно вести розрахунки собівартості продукції саме з урахуванням усіх цих витрат. Це дуже важливо ще й тому, що виручка від реалізації повинна перекривати всі витрати підприємства, пов'язані з експортом продукції.

Автор вважає, що вказані вище накладні витрати доцільно відносити на собівартість продукції пропорційно заробітній платні, а витрати на збут, які належать до конкретного виду продукції, відносити прямо. До їх складу повинні ввійти всі витрати на отримання оригіналу контракту, довідки про декларування валютних цінностей, кодової довідки торгово-промислової палати, сертифіката походження товару, дозволів різних органів, збору за митне оформлення товарів, за виклик інспектора митниці для огляду товару; витрати на пакувальні, транспортні та інформаційні послуги.

Ці витрати на певну кількість товару (V) можна підрахувати за такою формулою:

$$V_{\text{збут}} = V_{\text{мит.оф.}} + V_{\text{сертиф.}} \times N + V_{\text{дозв.}} \times N + V_{\text{пакув.}} + V_{\text{трансп.}} \quad (1)$$

де $V_{\text{збут}}$ — витрати на збут;

$V_{\text{мит.оф.}}$ — витрати на митне оформлення партії товару, які включають отримання кодової довідки в

разі потреби, плату за виклик інспектора, збору за митне оформлення та ін.;

$V_{\text{сертиф.}}$ — витрати на сертифікати походження та якості товару;

$V_{\text{дозв.}}$ — витрати на отримання необхідних дозволів для оформлення вивозу товару;

$V_{\text{пакув.}}$ — вартість пакування з урахуванням кількості товарів у партії;

$V_{\text{трансп.}}$ — витрати на транспортування з урахуванням знижок за вагу відправки;

N — кількість товарних партій

Базову ціну на експортну продукцію (Ц) можна підрахувати за наступною формулою:

$$C = (V_{\text{мат}} + V_{\text{прац}} + V_{\text{нап}} + V_{\text{енерг}} + V_{\text{ін}} + V_{\text{вир}} \times \Pi + V_{\text{адм}} \times \Pi + V_{\text{збут}} / V_1 \times (1 + P), \quad (2)$$

де $V_{\text{мат}}$ — матеріальні витрати;

$V_{\text{прац}}$ — витрати на оплату праці;

$V_{\text{нап}}$ — нарахування на заробітну плату;

$V_{\text{енерг}}$ — витрати на енергію;

$V_{\text{ін}}$ — інші прямі витрати;

$V_{\text{вир}}$ — річний (місячний) обсяг виробничих витрат;

$V_{\text{адм}}$ — річний (місячний) обсяг адміністративних витрат;

P — норма прибутку, прийнята на підприємстві;

Π — питома вага витрат на заробітну плату на одиницю продукції в загальному річному (місячному) фонді заробітної плати (якщо накладні витрати відносяться на собівартість продукції пропорційно заробітній платні). $\Pi = V_{\text{прац}} / \text{річний (місячний) фонд заробітної плати}$.

Можливість використання запропонованого методу встановлення експортної ціни проілюструємо на прикладі експериментальної сцинтиляційної збірки на основі монокристала NaI(Tl).

Витрати на митне оформлення 100 одиниць товару, який буде відправлятися партіями по 10 одиниць, складуть:

$$V_{\text{мит.оф.}} = K + I \cdot N + M = 10 + 20 \cdot 10 + 500 = 710 \text{ (дол. США.)},$$

де K — витрати на отримання довідки щодо коду товару, дол. США / од.;

I — збір за виклик митного інспектора, дол. США / год.;

M — мито (0,2% від митної вартості товару), дол. США.

Витрати на збут складуть:

$$V_{\text{збут}} = V_{\text{мит.оф.}} + V_{\text{сертиф.}} \times N + V_{\text{дозв.}} \times N + V_{\text{пакув.}} + V_{\text{трансп.}} = 710 + 20 + 20 \times 10 + 150 + 890 = 1970 \text{ (дол. США)},$$

де 890 — витрати на транспортування вантажу до США, згідно з тарифами міжнародної служби доставки вантажів DHL.

Таким чином, базова контрактна ціна на експортну продукцію складе:

$$\begin{aligned} \text{Ц} = & (V_{\text{мат}} + V_{\text{прац}} + V_{\text{нарах}} + V_{\text{енерг}} + V_{\text{інш}} + V_{\text{вир}} \times \Pi + \\ & + V_{\text{адм}} \times \Pi + V_{\text{збут}} / V) \times (1+P) = (1170 + 303 + 113 + \\ & + 30 + 145 + 20000 \times 303 / 14000 + 17000 \times \\ & \times 303 / 14000 + 1970/100) \times 1,2 \approx 3100 \text{ (дол. США)} \end{aligned}$$

Указаний метод підходить для підприємств, які виробляють продукцію з нееластичним попитом, тобто в разі зниження ціни суттєвого росту обсягу збуту не відбудеться. Стосовно підприємств з високим рівнем витрат на продукцію, що експортується, стратегія низьких цін не може бути придатною. Такими, як правило, являються підприємства, що експортують наукомістку, інноваційну продукцію виробничого призначення.

У відповідності з Законом України "Про податок на додану вартість" від 03.04.97 р. №168/97-ВР, п. 6.2.1 [2] на продаж товарів, які були експортовані за межі митної території України, податок на додану вартість (ПДВ) нараховується за нульовою ставкою. Згідно з п. 7.4.1 цього Закону, підприємство має право на податковий кредит на суми, виплачені підприємством у зв'язку з покупкою сировини та матеріалів.

Таким чином, при експорті продукції, при інших рівних умовах, у порівнянні з продажем продукції на Україні підприємство має економію грошових коштів у вигляді податкового кредиту. Цей кредит зменшує податкові зобов'язання, що виникли у підприємства в зв'язку з іншою діяльністю. Це означає, що підприємства мають додатковий резерв для зменшення ціни на продукцію, яка експортується. Цей резерв має умовний характер та залежить від іншої діяльності підприємства, але в разі необхідності зниження цін він може бути використаний.

Враховуючи те, що ставка податку на додану вартість складає зараз 20 відсотків, формулу ціни на продукцію, що експортується (Ц_1), можна представити у наступному вигляді:

$$\text{Ц}_1 = \text{Ц} - 0,2 (V_{\text{мат}} + V_{\text{інш}}), \quad (3)$$

де $V_{\text{мат}}$, $V_{\text{інш}}$ — матеріальні та інші витрати, у складі яких є ПДВ, та які відносяться до складу валових витрат підприємства.

При продажу експериментальної скінтіляційної збірки на основі монокристалу NaI(Tl) на експорт, ціна з урахуванням резерву у вигляді податкового кредиту складе:

$$\begin{aligned} \text{Ц}_1 = & \text{Ц} - 0,2 (V_{\text{мат}} + V_{\text{інш}}) = 3100 - 0,2 \times \\ & \times (1170 + 110) \approx 2845 \text{ (дол. США)}. \end{aligned}$$

Оскільки ціна є найважливішим елементом стратегічної політики підприємства, то вона повинна бути в центрі уваги фахівців організації. Але застосування гнучкої політики ціноутворення не завжди можливе через недосконалість законодавства в багатьох сферах регулювання діяльності підприємств; відсутність нормального конкурентного середовища; високу ступінь монополізації ринку; складність досконалого обліку витрат на підприємстві; складність отримання інформації щодо стану ринкового середовища; відсутність необхідної кількості спеціалістів у сфері маркетингу та ін.

Автор вважає, що для підприємств, які не мають можливості будувати стратегію роботи на зовнішньому ринку за зниженими цінами (нееластичний попит, високий рівень витрат та ін.) доцільним є затратний метод ціноутворення. Практичне використання витратного методу встановлення цін на продукцію, що експортується, а також резервів щодо зниження ціни на експортні товари дозволить максимально відшкодувати витрати підприємства та підвищити ефективність експортної діяльності.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. // Баланс. — 2001, спецвипуск. — №12 (31). — С. 59–64. 2. Закон України "Про податок на додану вартість" від 03.04.1997 року №168/97-ВР // ВВР. — 1997. — №21.

Стаття поступила до редакції
8.10.2002 р.

УДК 316.422.44

Селюков А.Ю.

РОЛЬ ИНЖЕНЕРНОГО ТРУДА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Статья поднимает вопрос роли инженерного труда в процессе развития современной экономической системы. Рассматриваются вопросы экономического содержания инженерного труда и особенностей развития научно-технической революции и научно-технического прогресса.

Слово "инженер" имеет латинское происхождение, и его корень означает "создавать", "изобретать". В современном английском "engine" — "двигатель" — является основой "engineer", которая, согласно правилам создания слов, обозначающих род деятельности, "добуквенно" может переводиться как "тот, который двигает".