

АНАЛИЗ ВЫПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО ЭКСПОРТНЫМ ОПЕРАЦИЯМ

Плотникова Любовь Константиновна, канд. экон. наук, доцент кафедры
анализа хозяйственной деятельности и аудита СГСЭУ

На мировом рынке четкое выполнение договорных обязательств является важнейшим условием сколько-нибудь успешной деятельности. И дело здесь не только в значительных штрафах и неустойках, предусматриваемых внешнеторговыми контрактами, но и «в потере лица», в потере перспектив заключения новых контрактов. В то же время экспорт – важнейшая сфера деятельности предприятия, подтверждение конкурентоспособности продукции предприятия.

Поэтому при анализе экспортных операций, прежде всего, необходимо изучать выполнение обязательств по различным аспектам:

- по количеству экспортных товаров или их физическому объему;
- по стоимости экспорта;
- по срокам поставок партий товара и по качеству поставляемых товаров;
- по номенклатуре поставок и по фирмам – потребителям (по странам, куда экспортируются товары).

Анализ выполнения обязательств по экспортным операциям, как правило, начинают с оценки выполнения контракта по объему поставки.

При этом фактический объем поставки сравнивается с контрактной величиной и если обнаружится несоответствие, то определяются относительные и абсолютные размеры недопоставки.

Оценка уровня выполнения контракта поставки товаров будет характеризоваться следующей формулой (относительный уровень отклонения):

$$\text{Уровень (степень) выполнения контрактных обязательств} = \frac{q_1}{q_0},$$

где q_1 - количество поставленных товаров (фактически),

q_0 - количество товаров по контракту.

Абсолютный размер отклонения фактической поставки от условий контракта определяется разностью данных показателей ($q_1 - q_0$).

Обязательства по контрактам должны быть выполнены и по количеству товаров, и по качеству, и по срокам поставок товаров, (не считая других обязательств, также подлежащих безусловному выполнению). По материалам учета внешнеэкономической деятельности в ходе анализа определяется еще и обобщающий коэффициент (показатель) просроченных обязательств по формуле:

$$П = \frac{\sum K_{np}}{\sum K_{\varepsilon}} \times 100\%,$$

где $\sum K_{np}$ – экспортная стоимость товаров по всем контрактам, просроченных исполнением в течение года,

$\sum K_{\varepsilon}$ – сумма всех контрактов по экспорту, подлежащих исполнению за этот год.

Показатель просроченных обязательств следует рассчитывать по всему экспорту за год, по странам экспорта и по товарам, его можно сопоставлять в динамике по сравнению с прошлыми годами. Такой показатель отражает соблюдение дисциплины поставок контрагентам и является своего рода показателем качества работы экспортера. Ясно, что чем ближе данный показатель к 100 %, тем хуже предприятие выполняет свои обязательства; чем ниже – тем лучше его работа.

Но в сферу внимания аналитика должно попадать и качество самих товаров, поставляемых на экспорт.

Если предприятие поставило товар, качество которого не соответствует условиям контракта, то иностранный покупатель предъявляет претензии по качеству, которые, как правило, удовлетворяются, что приносит убытки и подрывает позиции предприятия как экспортера. В качестве обобщающего критерия при оценке работы предприятия по качеству товаров можно использовать показатель процентного отношения суммы удовлетворенных

рекламаций к стоимости поставленных товаров. Кроме того, изучаются и сами рекламации. Разумеется, при экспортных операциях проблему качества следует ставить более широко – не только как проблему недопущения брака, недоделок, выдерживания заложенных в контракте параметров товара и т.п. Здесь речь должна больше идти об обеспечении такого качества товаров, которое давало бы возможность конкурировать на внешнем рынке с многочисленными зарубежными (а иногда и отечественными, российскими) производителями аналогичных товаров. При этом для обеспечения экономических интересов экспортера конкурентные преимущества своих товаров (высокое качество и низкие по сравнению с другими аналогичными товарами цены) должны реализовываться при таком уровне цен, который обеспечивает необходимый уровень рентабельности для экспортера. Иначе экспорт перестает быть для него привлекательным и он переключается на внутренний рынок. Хотя зачастую бывает и так, что предприятие вынуждено идти на явные убытки, реализуя на внешнем рынке свою продукцию по ценам, не покрывающим даже собственные издержки, для того, чтобы удержать за собой какой-то сектор этого рынка.

Во всяком случае, при анализе экспортных операций необходимо особое внимание уделять оценке конкурентоспособности экспортируемых товаров.

Литература:

1. Кулинина Г.В. Шалашова Н.Т., Юшкова С.Д. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности организаций. – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2003. – 272 с
2. Бариленко В.И. Плотникова Л.К., Плотникова В.В. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности организаций. – М.: Омега – Л, 2009. – 457 с.