

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)**  
**Высшая школа экономики и управления**  
**Кафедра «Экономическая теория, региональная экономика, государственное и муниципальное управление»**

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ**

**Заведующий кафедрой, д.э.н., профессор**

\_\_\_\_\_/ В.С. Антонюк /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**Эффективность экспортной деятельности предприятия (на примере ООО «Объединение «Союзпищепром»)**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**ЮУрГУ – 38.03.01.2018.045.ВКР**

**Руководитель, к.э.н., доцент каф. ЭТГМУ**

\_\_\_\_\_/ Н.В. Моцаренко /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**Автор**

**студент группы ЭУ – 483**

\_\_\_\_\_/ Е.Ю. Завиша /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**Нормоконтролер, ассистент каф. ЭТГМУ**

\_\_\_\_\_/ Д.В. Кремер /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**Челябинск 2018**

## АННОТАЦИЯ

Завиша Е. Ю. Эффективность экспортной деятельности предприятия (на примере ООО «Объединение «Союзпищепром») – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-483, 71с., 17 ил., 14 табл., библиогр. список – 25 наим.

Объектом выпускной квалификационной работы является ООО «Объединение «Союзпищепром».

Цель работы: разработка рекомендаций по повышению эффективности экспортной деятельности предприятия.

В теоретико-методической главе выпускной квалификационной работы описаны сущность, содержание, формы и этапы экспортных операций, а также выявлена методика анализа экспортной деятельности предприятия.

В аналитической главе проведен анализ структуры и динамики экспортной деятельности предприятия по способу доставки, странам и ассортименту выпускаемой продукции. Дана оценка эффективности экспорта предприятия.

В проектной главе выработаны соответствующие рекомендации и предложены мероприятия по повышению эффективности экспортной деятельности предприятия, которые имеют практическое значение и могут быть использованы в процессе экспортных операций.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	8
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	10
1.1 Сущность и содержание экспортной деятельности предприятия.....	10
1.2 Основные формы и этапы экспортных операций.....	16
1.3 Методика анализа экспортной деятельности предприятия.....	22
2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ «СОЮЗПИЩЕПРОМ».....	39
2.1 Анализ структуры и динамики экспорта предприятия.....	39
2.2 Оценка роли экспорта в деятельности предприятия.....	48
2.3 Оценка эффективности экспорта предприятия .....	52
2.4 Факторный анализ влияния экспорта на изменение уровня экспортной прибыли.....	55
3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	60
3.1 Основные направления повышения эффективности экспортной деятель- ности.....	60
3.2 Мера по повышению эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром».....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	66
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	68
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	71
Приложение А – Отчет о финансовых результатах ООО «Объединение «Союзпищепром».....	71

## ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации эффективная экспортная деятельность является залогом успешного развития как мировой экономики в целом, так и отдельного предприятия. Для осуществления экспортной политики хозяйствующего субъекта требуется поиск определенного курса действий и таких продуманных принципов деятельности, благодаря которым обеспечивается стабильное, эффективное функционирование на внешнем рынке, позволяющее достигать намеченных текущих и долгосрочных целей.

Актуальность данной работы связана с тем, что в настоящее время практически невозможно обеспечить эффективное развитие национального производства без участия в международном разделении труда.

Объектом исследования является российское предприятие по производству продуктов питания ООО «Объединение «Союзпищепром».

Предмет исследования – эффективность экспортной деятельности предприятия ООО «Объединение «Союзпищепром».

Цель исследования – разработка рекомендаций по повышению эффективности экспортной деятельности предприятия.

Для выполнения поставленной цели потребовалось решить следующие задачи:

- изучить содержание и сущность экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром», основные направления и этапы экспортных операций;
- исследовать методику анализа экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром»;
- провести анализ экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром»;
- оценить эффективность экспорта ООО «Объединение «Союзпищепром».

Основной задачей исследования является изучение деятельности предприятия с помощью комплекса взаимосвязанных технико-экономических показателей, характеризующих работу предприятия, а также поиск путей повышения эффектив-

ности экспортной деятельности и обеспечения выполнения планов при минимальных затратах, выявление и измерение внутренних резервов на всех стадиях производственного процесса.

При выполнении работы были проанализированы библиографические и другие информационные источники, а также отчетная документация ООО «Объединение «Союзпищепром».

# 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1 Сущность и содержание экспортной деятельности предприятия

Экспорт является частью внешнеторговой деятельности, которая в свою очередь является составной частью международной экономической деятельности.

Внешнеторговая деятельность (далее – ВТД) является основным видом внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД) предприятия. Внешнеторговая деятельность представляет собой предпринимательскую деятельность в области обмена товарами, услугами, работами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности.

Содержание понятия ВЭД было расшифровано в Федеральном законе 1999 г. «Об экспортном контроле»: «внешнеэкономическая деятельность – внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них (интеллектуальная собственность)» [1].

Внешнеэкономическая деятельность реализуется как на уровне государства, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов.

Предприятие – это хозяйствующий субъект, который на основе использования экономических ресурсов производит и реализует товары, выполняет работы, оказывает услуги. В свою очередь, внешнеэкономическая деятельность предприятия – это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной интеграцией и кооперацией, экспортом и импортом товаров и услуг, выходом на внешний рынок. На уровне предприятия внешнеэкономическая деятельность направлена на заключение и исполнение контрактов с иностранными партнерами. Внешнеэкономическая деятельность является составной частью всей работы большинства предприятий России. Развитие внешнеэкономической деятель-

ности дает предприятию новые возможности, такие как использование преимуществ международной кооперации производства и свобода в принятии решений для осуществления своих производственных задач [4].

Экспорт (от лат. *exporto* – вывожу; англ. *export*) – вывоз за границу товаров, проданных иностранному покупателю или предназначенных для продажи на иностранном рынке. Российское законодательство определяет экспорт как «вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации за границу без обязательства об обратном ввозе». Базовые элементы экспорта (товар, рынок, покупатель) схожи с элементами продаж на внутреннем рынке. Но при экспорте товар предназначен для продажи на зарубежном рынке иностранному покупателю и доставляется через границу Российской Федерации [6].

В экономической литературе предложена следующая классификация экспортных операций:

- по субъектам;
- по объектам;
- по характеру осуществляемых операций;
- по способу обработки товаров.

При классификации экспортных операций по субъектам осуществления следует отметить, что экспортные операции подразделяются на прямые и косвенные. Косвенный экспорт представляет собой процесс проведения внешнеэкономической деятельности при участии посредников внутри страны.

По мнению Е. В. Гашевой, важным классификационным признаком является объект: «Объект – вид продукта, предназначенного для реализации на внешнем рынке, в зависимости от которого экспортные операции разделяются на материально-вещественные и невещественные. Под материально-вещественной операцией понимается вывоз из страны товаров. К числу основных экспортируемых товаров из Российской Федерации относится совокупность топливно-энергетических товаров, машины и оборудование, металлы и изделия из метал-

лов, продукция химической промышленности, продовольственные товары, лесоматериалы. Под вещественным экспортом понимается экспорт услуг – туристические услуги, страхование, консультационная поддержка зарубежных партнеров, патентно-лицензионная и другая деятельность, отличная от товарного экспорта. Виды экспортных сделок в зависимости от характера осуществляемых операций приведены в таблице 1» [13].

Таблица 1 – Виды экспортных операций в соответствии с международной и национальной системами учета

Виды экспортных операций	Содержание
Экспорт	Экспорт товаров и готовой продукции, работ, услуг, полностью отвечающих требованиям покупателя
Экспорт с последующей доработкой	Экспорт готовой продукции, работ, услуг с предпродажной доработкой в стране покупателя
Экспорт с последующей переработкой и возвратом	Вывоз товаров (сырья или полуфабрикатов) для переработки за границей под таможенным контролем с последующим возвратом
Реэкспорт	Вывоз из страны ранее импортированных в нее товаров для перепродажи их другим странам. Реэкспорт может осуществляться как в отношении товаров в неизменном виде, так и после их несущественной внешней обработки – очистки, сортировки, переупаковки
Временный экспорт	Временный вывоз за границу с последующим возвратом отечественных товаров на выставки, ярмарки, аукционы, а также вывоз иностранных товаров временно ввезенных на выставки, ярмарки, аукционы
Внутрифирменные поставки	Вывоз продукции, работ, услуг в порядке прямых производственных связей, а также вывоз продукции в порядке прямых производственных связей предприятий

Классификацию экспортных операций можно дополнить еще одним признаком – по интенсивности и объемам, в зависимости от которого экспортные операции делятся на нерегулярные (пассивные) и регулярные (активные). При этом следует отметить, что исследуемые предприятия пассивно вовлечены в международную деятельность при реализации излишков продукции посредникам, что



представляет собой нерегулярный экспорт. При регулярном экспорте компания экспортирует свой товар с определенной периодичностью, регулярно [13].

На основе обобщения и систематизации результатов исследования также можно расширить классификацию экспортных операций дополнительными критериями: по риску и срокам неподтверждения и уровню существенности.

Е. В. Гашева пишет: «Следует отметить, что важным условием при осуществлении экспортных операций является оценка риска возможности неподтверждения по ним права применения налоговой ставки НДС 0%. Немаловажно оценить и риск возможности неподтверждения или лишь частичного подтверждения данных декларации налоговым органом. На исследуемых предприятиях бухгалтеры для упрощения работы ведут налоговый учет по ставке 18% для всех операций, однако это может привести к потерям денежных средств, переплатам, к неподтвержденным расходам. Кроме того, планирование отдельного учета позволит уменьшить налоговые риски. В данной связи экспортные операции следует разграничить на экспортные операции с высокой степенью подтверждения пониженной налоговой ставки и с низкой степенью подтверждения. Вариантность экспортных сделок с учетом подразделения их по срокам подразумевает под собой следующие их виды: подтверждение экспорта в течение 30 дней, 90 дней, 180 дней» [13].

Экспортная деятельность, как и любая предпринимательская деятельность, сталкивается с определенными внешними рисками. В экономической литературе представлена следующая классификация рисков [6]:

– Валютно-финансовые риски. Очень важно удостовериться в возможности предприятия решить все финансовые вопросы (такие как финансирование, трансферты, риски обмена валют, система международных расчетов) перед тем, как начать экспортировать продукцию.

– Маркетинговые риски возникают по следующим причинам: неправильный выбор рынков сбыта продукции, неточный расчет емкости рынка и неправильное определение мощности производства. Для этого вида рисков (как и для производ-

ственных и международных политических рисков) ключевой задачей для минимизации является тщательный предварительный анализ, оценка тех факторов, которые влияют на вероятность попадания в неприятные ситуации по данным рискам.

- Производственные риски – потенциальные потери компании, вызванные ошибками либо непрофессиональными (противоправными) действиями персонала компании, а также сбоями в работе оборудования;

- Международные политические риски. Неустойчивость международного рынка может восприниматься как угроза успешному осуществлению внешнеторгового проекта, политические риски следует ставить в один ряд с чисто рыночными тенденциями в выбранных для экспорта стране или регионе.

- Международные юридические риски. Каждое государство имеет свою собственную правовую систему и отличающиеся от российских юридические требования и нормы, включая импортные процедуры, налогообложение, вопросы привлечения рабочей силы, защиту интеллектуальной собственности, порядок заключения договоров. Установленные законодательством страны импорта ограничения могут существенно усложнить исполнение обязательств по внешнеторговому контракту.

- Обстоятельства непреодолимой силы или форс-мажор, вероятность возникновения которых оценивается с наибольшим трудом. Этот риск часто считается особым, отдельно прописываемым условием для оценки обязательности исполнения своих обязательств по контракту сторонами-подписантами. В процессе подготовки экспортного проекта жизненно необходимо определить вероятность наступления международных рисков, предварительно оценить вероятный ущерб от их наступления, а также определить возможности по предотвращению.

- Риски, возникающие при транспортировке и логистике. Предприятие должно быть готово к возможности возникновения риска порчи, потери, кражи товара при экспорте. Важно внимательно исследовать наиболее подходящие сети поста-

вок, складирования и хранения продукции, а также обратить особое внимание на вопросы страхования сопутствующих рисков.

При оценке вероятности валютных и финансовых рисков обычно оценивается:

- инфляция;
- сложившаяся ситуация по неплатежам в отрасли;
- колебание валютных курсов;
- невыполнение обязательств кредиторами;
- и другие факторы.

В. С. Круглов считает: «Внешние факторы экспортной деятельности в зависимости от страны экспорта отличаются значительной подвижностью, неустойчивостью и изменчивостью. Внешняя среда предприятий, действующих на международном рынке, существенно отличается от внешней среды предприятий, осуществляющих деятельность в пределах внутреннего рынка. Причем наиболее важно воздействие международной внешней среды, в которой предстоит функционировать, для экспортно-ориентированных предприятий или предприятий, рассматривающих экспортную деятельность как одно из приоритетных направлений. Схематически влияние факторов внешней среды на экспортную деятельность промышленного предприятия можно изобразить следующим образом» (рисунок 1) [15].

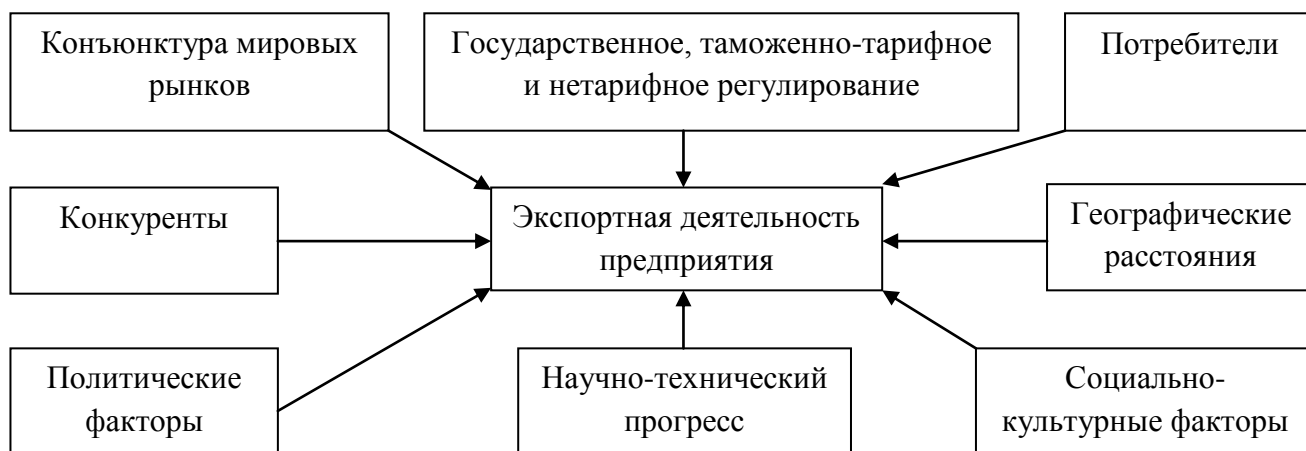


Рисунок 1 – Внешние факторы экспортной деятельности

## 1.2 Основные формы и этапы экспортных операций

Экспортную деятельность предприятия можно охарактеризовать как последовательность экспортных проектов, поэтому рассмотрим специфику экспорта, разделив его условно на семь этапов экспортного проекта. На каждом этапе можно оценить возможности конкретной компании, а также узнать, на какую поддержку со стороны государства можно рассчитывать (рисунок 2) [6].



Рисунок 2 – Жизненный цикл экспорта

На первом этапе проводится маркетинговое исследование, цель которого – определить наиболее привлекательный иностранный рынок и найти потенциального иностранного покупателя.

На втором этапе необходимо понять, какие документы нужно получить для вывоза товара из России и ввоза его на зарубежный рынок. Экспортер должен точно знать базовые требования к разрешительной документации.

На третьем этапе при подготовке к переговорам требуются постановка задачи, сбор информации, анализ позиции партнера, выбор стратегии и тактики, определение концепции переговоров, решение организационных вопросов (где, когда и как проводить).

На четвертом этапе необходимо оценить способность компании производить и накапливать произведенную продукцию. Предприятие должно быть готово к потенциальному увеличению объемов и быть способным выполнить заказы.

На пятом этапе проводится таможенная процедура экспорта товаров, которая может быть описана кратко: подготовить и оформить документы, оплатить пошлину.

На шестом этапе разрабатывается комплекс мер по доставке товара от экспортера (отправителя) до иностранного покупателя (получателя). Логистика – существенная статья расходов экспортера. Необходимо правильно подготовить груз к отправке, выбрать оптимальный маршрут и транспортные средства, а также правильно оформить пакет документов.

На седьмом этапе необходимо выбрать вид валюты и форму расчетов (банковский перевод, инкассо, аккредитив, открытый счет, чеки и вексель).

В международной практике существуют несколько форм по организации экспорта [5].

- дистрибьюторы;
- агенты-представители;
- франшиза;
- совместные предприятия;
- прямой экспорт.

В пособии для начинающих экспортеров приводится следующее определение: «дистрибьютор, или дистрибутор (англ. distributor – распространитель) – независимая посредническая организация, которая осуществляет мелкооптовую или крупнооптовую закупку определённых товаров у крупных промышленных фирм-производителей с целью последующего сбыта этих товаров реселлерам или диле-

рам на региональных рынках. Помимо выполнения функции торгового посредника, дистрибьютор может также оказывать маркетинговые услуги, услуги по монтажу и наладке оборудования, а также проводить обучение по эксплуатации последнего» [5].

Другой вид посредничества – привлечение к сотрудничеству экспортного дистрибьютора, который покупает у экспортера товары и услуги и перепродает их местным потребителям.

Дистрибьютор – это оптовый или розничный (подразумевается, что дистрибьютор будет продавать в розничные точки продаж) продавец с высокой степенью организации структуры активных продаж, владеющий эксклюзивными правами представителя определённых товаров на закрепленной территории, самостоятельно определяющий цену на продукцию, а также обеспечивающий гарантийное и послепродажное обслуживание. Особенность данного вида посредничества заключается в том, что экспортер теряет контроль за распространением продукции, проданной дистрибьютору.

В условиях расширения российского рынка, иностранные компании, начавшие работать в России, привнесли практику заключения и применения дистрибьюторского договора. Изначально одной из его сторон был зарубежный партнер, в настоящее время такой договор все чаще заключается и между российскими компаниями.

Экспорт через посредников предполагает продажу экспортных товаров через специализированные внешнеторговые организации, обладающие достаточным кадровым и информационно-организационным обеспечением для организации экспорта.

Агент или представитель по продажам является разновидностью посредничества. Различие в данных видах посредников заключается в том, что агент обеспечивает реализацию поручений экспортера и получает в качестве вознаграждения комиссионные, а представитель по продажам – это специализированный агент, работающий в определенном географическом регионе, с возможным постоянным

пребыванием в стране, где непосредственно реализуется товар. Обычно агент и представитель по продажам уполномочены вступать в контрактные отношения с покупателями и клиентами. В современной практике принято, что комиссионные выплачиваются после осуществления продаж.

Если предприятие планирует экспортировать не товары, а услуги, то в этом случае рекомендуется заключать франчайзинговое соглашение.

Франчайзинг (англ. franchise – привилегия, право) – система передачи или продажи лицензий на технологию и товарный знак.

Международная ассоциация франчайзинга IFA (International Franchise Association) характеризует франчайзинг как продолжающиеся отношения, при которых франчайзер передает основанные на лицензионном соглашении исключительные права на занятие предпринимательской деятельностью, а также помощь в обучении, маркетинге и управлении в обмен на финансовую компенсацию от франчайзиата.

Сущность франчайзинга определена в пособии для начинающего экспортера как «фирма (франчайзер), имеющая высокий имидж на рынке, передает на определенных условиях не известной потребителям фирме (франчайзиату) право, то есть лицензию (франчайз) на деятельность по своей технологии и под своим товарным знаком и получает на это определенную компенсацию (доход). Франчайзер – это лицензиар франчайза, который как бы представляет собой головную фирму (то есть материальную компанию) системы франчайзинга. Франчайзиат – это лицензиат франчайза. По договору франчайза право деятельности обычно предоставляется для определенной территории и на определенное время» [5].

Во внешней торговле широкое распространение получили консигнационные сделки. В отличие от обычного договора комиссии товары от экспортера (консигнанта) продаются иностранному покупателю, не минуя посредника (консигнатора), а через его склад, что имеет первостепенное значение для организации немедленных поставок. Таким образом, общая черта первых двух форм посредничества

заключается в том, что поверенный и комиссионер выполняют юридические действия для экспортера за его счет.

Однако и между ними существует ряд отличий. Комиссионер совершает в пользу экспортера более узкий круг юридических действий (только сделки по продаже товаров на внешнем рынке), в свою очередь поверенный может иметь поручение на выполнение других услуг, например, предъявление иска импортеру от имени экспортера. Также, если поверенный выполняет юридические действия от имени экспортера, то комиссионер совершает сделки от своего имени. Следовательно, ответственным перед иностранным покупателем в первом случае выступает экспортер, а во втором – посредник. Поверенный никогда не несет ответственности перед экспортером за действия иностранного покупателя. В то же время договором комиссии такая ответственность может возлагаться на комиссионера, если последний примет на себя делькредере (ручательство перед экспортером за исполнение сделки импортером).

В соответствии с агентским договором одна сторона (агент) принимает обязательство за вознаграждение совершить по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала, либо от имени и за счет принципала (п. 1 ст. 1005 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Вывозя товары через агента, экспортер может наделить его более широкими полномочиями, чем при иных формах посредничества. В частности, агент совершает в интересах экспортера не только юридические, но и фактические действия, не влекущие для экспортера правовых последствий.

Чаще всего экспортер ставит перед агентом общую задачу по продаже своих товаров, в том числе заключение внешнеторгового контракта и проведение рекламной кампании, осуществление мероприятий по изучению (освоению) рынка и другое. Агент может действовать от своего имени или от имени экспортера в зависимости от условий договора. Следовательно, если сделка совершается агентом от своего имени, то он приобретает права и становится обязанным по ней. В про-



тивном случае права и обязанности возникают непосредственно у экспортера. Поскольку отношения между экспортером и агентом строятся либо по модели договора поручения, либо по модели договора комиссии, при их урегулировании используются правила, установленные для соответствующего договора.

Проверить надежность потенциального посредника можно через зарубежные федерации фирм-посредников; посольства и торговые представительства России за рубежом или коммерческие отделы иностранных посольств и торговые миссии, аккредитованные в России; различные внешнеторговые предприятия и объединения.

По определению экономического словаря: «совместные предприятия – отдельные компании, созданные двумя или большим количеством предприятий, в которых разделена степень ответственности и рисков между собственниками. Компания может создать совместное предприятие с одним из игроков целевого внешнего рынка с целью получения доступа к ресурсам, знаниям, контактам или технологиям. В таком случае компания разделяет риски со своим партнером, но также разделяет и будущий доход от деятельности в отрасли. Основное преимущество совместного предприятия – получение доступа к определенным знаниям и технологиям рынка. Это может быть дистрибуционная сеть партнера, его знание специфики рынка, его производственная база, патенты и технологии. Совместное предприятие дешевле приобретения целой компании и позволяет обойти множество входных барьеров на высоко конкурентных рынках. К недостаткам такой стратегии выхода на внешние рынки является все же высокая стоимость (в сравнении с выше описанными методами) и риск возникновения управленческих конфликтов в связи с разными приоритетами вашей компании и компании-партнера» [5].

Прямой экспорт предполагает продажу товара непосредственно покупателю. Преимущества прямого экспорта:

– обеспечивает максимальную прибыль экспортеру, в отличие от экспорта через посредников, требующего дополнительных затрат;

– позволяет быть близким к клиентам и учитывать их запросы.

Однако при реализации данного метода потребуется больше времени для того, чтобы создать свою клиентскую базу за рубежом, разместить товар на рынке и удержать там свои позиции.

### 1.3 Методика анализа экспортной деятельности предприятия

Важным моментом комплексного экономического анализа эффективности экспортных операций, как и любого другого объекта исследования, является методика – инструктивный документ (имеющий статус, например, корпоративного стандарта), в котором детально описывается механизм анализа объекта исследования с указанием всей возможной совокупности источников информации, организационного обеспечения работ, дается характеристика методам, приемам и процедурам анализа.

Организации, занимающиеся экспортной деятельностью, имеют определенную специфику. Отличия экспортной деятельности предприятия от внутрихозяйственной заключаются в том, что внешнеэкономическая деятельность осуществляется на валютной основе и регулируется специальными мерами государства. На любую внешнеэкономическую деятельность предприятия оказывают влияние уровень развития и стабильность национальной экономики, система мировых цен, а также правовая система собственной страны и правовые системы стран, в которых предприятие осуществляет внешнеэкономическую деятельность.

Поэтому методика анализа деятельности организаций, осуществляющих экспортную деятельность, строится с учетом специфики проводимых внешнеэкономических операций, но при этом тесно увязывается с традиционными аналитическими процедурами. В процессе анализа определяют не только влияние результатов данной деятельности на финансовое положение организации, но и количественно оценивают степень воздействия этого влияния на динамику совокупных финансовых результатов предприятия. Содержание анализа внешнеэкономиче-

ской деятельности определяется задачами, которые стоят перед пользователями аналитической информации при проведении оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

С точки зрения целей и задач данной работы целесообразно выделить три основных этапа анализа эффективности экспортной деятельности предприятия:

- анализ структуры и динамики экспорта;
- оценка роли экспорта в деятельности фирмы;
- анализ эффективности экспорта;
- факторный анализ влияния экспорта на основные финансово-экономические показатели фирмы.

Методика анализа экспортных операций включает анализ структуры и динамики показателей экспорта товаров (продукции, услуг), в том числе по подразделениям и товарным группам в абсолютном выражении.

Наиболее общее представление об изменениях в структуре экспорта, а также динамике этих изменений можно получить с помощью вертикального и горизонтального анализа.

Горизонтальный анализ заключается в сопоставлении элементов (статей) экспорта по элементам в динамике (во времени). Для оценки динамики рассчитываются показатели абсолютного отклонения и темпов роста на отчетный (текущий) период по сравнению с их значениями на предыдущий (базисный) период.

Для расчета использовались следующие формулы.

Абсолютное отклонение – это разница между отчетным и базисным периодом:

$$\text{Абс. откл.} = y_i - y_{i-1} \quad (1)$$

где  $y_i$  – выручка от экспорта в отчетном периоде;

$y_{i-1}$  – выручка от экспорта в базисном периоде.

Темп роста – это отношение отчетного периода к базисному:

$$T_p = \frac{y_i}{y_{i-1}} \quad (2)$$

где  $y_i$  – выручка от экспорта в отчетном периоде;

$y_{i-1}$  – выручка от экспорта в базисном периоде.

Темп прироста – это отношение прироста величины экономического показателя за определенный период времени к его исходному уровню:

$$T_{\text{пр}} = \frac{y_i - y_{i-1}}{y_{i-1}} \times 100\% = \frac{\text{Абс.откл.}}{y_{i-1}} \times 100\% \quad (3)$$

где  $y_i$  – выручка от экспорта в отчетном периоде;

$y_{i-1}$  – выручка от экспорта в базисном периоде.

Вертикальный анализ позволяет сделать вывод о структуре экспорта по элементам на отчетный период. При расчете общая величина принимается за 100 %, а каждая статья представляется в виде процентной доли от итога.

Для расчета использовались следующие формулы:

$$\text{Доля} = \frac{D_i}{D_0} \quad (4)$$

где  $D_i$  – элемент экспорта;

$D_0$  – весь объем экспорта.

Существует несколько методов экономической оценки эффективности внешнеэкономических операций. Наиболее известными методиками являются методики авторов Стровского Л.Е., Яковлева Г.И., Миролюбовой Т.В.

Методику, разработанную Миролюбовой Т.В., можно охарактеризовать рядом достоинств, в частности, такими, как оценка эффективности экономической деятельности как с позиции экспорта, так и с позиции импорта, простота расчета показателей, методика может применяться для расчета эффективности экспорта и импорта любого вида продукции.

Методика оценки ВЭД Яковлева Г.И. в основном выражается фактическими показателями сбытовой деятельности, в том числе и на внешнем рынке в динамике за ряд лет. Достоинства методики заключаются в достаточно большом наборе конкретных показателей деятельности предприятия с целью достижения согласованного характера конкурентоспособности предприятия с показателями реализации потенциала ВЭД.

По Стровскому Л.Е. «целью анализа внешнеторговой деятельности предприятия является оценка внешнеторговой деятельности на предприятии и разработка

рекомендаций и предложений по повышению ее эффективности. Для этого требуется решить следующие задачи:

- определить динамику и структуру объемов экспорта/импорта в натуральном и стоимостном выражении, определить влияние факторов на изменение объемов экспорта/импорта;
- проанализировать выполнение обязательств по срокам и качеству;
- проанализировать составляющие накладных расходов по экспорту/импорту и определить их динамику;
- рассчитать показатели эффективности экспорта/импорта;
- разработать рекомендации по повышению эффективности внешнеторговой деятельности»[9].

Рассмотрим показатели, характеризующие экспортную деятельность предприятия.

Анализ экспорта предприятия складывается из следующих основных этапов:

- первый этап: анализ выполнения обязательств по экспортным поставкам и цен;
- второй этап: анализ накладных расходов по экспорту товаров;
- третий этап: анализ экономической эффективности экспорта.

В процессе анализа используются традиционные способы и приемы экономического анализа:

- расчет абсолютных, относительных, средних величин;
- методы сравнения, группировок;
- индексный метод и метод цепных подстановок;
- балансовый метод.

Предварительный этап. Перед непосредственным анализом внешнеторговой деятельности предприятий необходимо установить, необходим ли такой анализ. Для этого сравнивают следующие показатели:

- темпы роста выручки от реализации продукции и темпы роста реализации продукции на экспорт;

– удельный вес экспортной продукции в общей выручке.

Удельный вес  $УВ_{эк}$  экспортной продукции в общем объеме реализованной продукции составит:

$$УВ_{эк} = \frac{\sum_{i=1}^n РП_{эки}}{\sum_{i=1}^n РП_i} \quad (5)$$

где  $РП_{эки}$ —объем продукции  $i$ -го вида, реализованной на экспорт,

$РП_i$ — общий объем реализованной продукции  $i$ -го вида,

$n$  – число видов продукции.

Результаты экспортной деятельности указываются отдельной строкой в таблицах по анализу выпуска и реализации всей продукции предприятия. Абсолютное отклонение по процентным показателям (например, удельному весу экспортной продукции) рассчитывается в процентных пунктах (п.п.), а темп роста не вычисляется.

Далее можно определить удельный вес экспортной продукции по каждому виду ( $УВ_{эки}$ ):

$$УВ_{эки} = \frac{РП_{эки}}{РП_i} \quad (6)$$

где  $РП_{эки}$ — объем продукции  $i$ -го вида, реализованной на экспорт,

$РП_i$ — общий объем реализованной продукции  $i$ -го вида.

Первый этап. Анализ выполнения обязательств по экспортным поставкам. В целом методика анализа выполнения обязательств по поставкам экспортной продукции совпадает с методикой анализа выпуска продукции и включает:

- анализ выполнения обязательств по стоимости, физическому объему, количеству экспортируемых товаров;
- анализ выполнения обязательств по срокам их поставок;
- анализ выполнения обязательств по качеству;
- анализ цен.

Устанавливаются факторы, повлиявшие на эти показатели, измеряется их воздействие, выясняют причины невыполнения обязательств по тем или иным позициям.

Далее проводится анализ выполнения обязательств по физическому объему и стоимости экспортируемых товаров в следующей последовательности: определяется выполнение обязательств по товарам и товарным группам (в стоимостном и натуральном выражении). Составляется таблица для анализа выполнения обязательств в стоимостном выражении.

По данным таблиц, пользуясь методом цепных подстановок, можно определить влияние на общее изменение объемов экспорта следующих факторов:

- цен;
- физического объема;
- структуры.

Расчетная формула имеет вид:

$$РП_{\text{долл}} = \sum V_{\text{эк}} \times d_{\text{эки}} \times Ц_{\text{долли}} \quad (7)$$

где  $РП_{\text{долл}}$  – объем поставок продукции на экспорт;

$V_{\text{эк}}$  – объем поставок в натуральных единицах измерения;

$d_{\text{эки}}$  – удельный вес поставок продукции  $i$ -го вида;

$Ц_{\text{долли}}$  – цена продукции  $i$ -го вида.

Влияние факторов на общее изменение объемов экспорта можно оценить, используя индексный метод, для чего рассчитываются общий индекс реализованной продукции, индексы физического объема, структурных сдвигов и индекс цен.

Л. Е. Стровский считает: «Причины изменения факторов устанавливаются и тщательно анализируются. Недовыполнение плановых обязательств по экспорту товаров и изменение этого показателя по сравнению с уровнем базисного года могут быть вызваны различными причинами. Причины изменения физического объема экспортных поставок – срыв поставок исходного сырья для производства экспортной продукции, задержки в транспортировке, качественные характеристики товара, трудности реализации товара на рынке конкретной страны и т.д. Изменение структуры экспортируемой продукции происходит вследствие снижения спроса на определенный вид продукции, увеличения себестоимости вида продукции, изменения качества производимой продукции и др. Причинами изменения

цен являются изменение конъюнктуры мирового рынка, изменение курса валют и т.д. Подробный анализ цен будет рассмотрен далее» [9].

Далее определяется выполнение обязательств по странам (в стоимостном и натуральном выражении). Страны-импортеры ранжируются по значимости, т.е. по удельному весу в географической структуре экспорта, а затем по темпам роста.

Определяется выполнение обязательств по объединению или фирме в целом в стоимостном и натуральном выражении.

Далее, пользуясь формулой

$$РП_{руб} = РП_{долл} \times K_{руб/долл} \quad (8)$$

где  $РП_{руб}$  – рублевый эквивалент экспортной выручки;

$РП_{долл}$  – долларовый эквивалент экспортной выручки;

$K_{руб/долл}$  – среднегодовой обменный курс рубля к доллару, методом цепных подстановок можно определить влияние общего объема договорных обязательств и курса рубля к доллару на общее изменение объемов экспорта в рублевом выражении).

Анализ выполнения обязательств по срокам их поставок. Информацию для анализа можно получить из оперативных отчетов о поставках товаров по контрактам. Отчеты позволяют выяснить:

- сколько и на какую сумму было заключено контрактов;
- сколько и на какую сумму было выполнено контрактов;
- какие контракты и на какую сумму оказались просроченными при исполнении.

Изучаются причины неполноты реализации соглашений и нарушений сроков поставок. Нарушение сроков договоров поставки приводит к начислению штрафов, пеней и не способствует формированию хорошей репутации экспортера.

Определяется показатель просрочек поставок продукции ( $\Pi$ ), который характеризует удельный вес просроченных контрактов и просроченных обязательств.

$$\Pi = \sum K_{п} / \sum K_{и} \quad (9)$$

где  $\sum K_{п}$  – число контрактов, просроченных в течение года;



$\sum K_{и}$  – число контрактов, подлежащих исполнению в течение года;

$$П = \sum O_{п} / \sum O_{и} \quad (10)$$

где  $\sum O_{п}$  – сумма обязательств по контрактам, просроченным в течение года;

$\sum O_{и}$  – сумма обязательств по контрактам, подлежащим исполнению в течение года.

Показатель за отчетный год сравнивается с уровнем базового года.

На данном этапе можно также осуществить анализ ритмичности поставок на экспорт как в количественном, так и в стоимостном выражении. В последнем случае весь фактический объем реализации продукции пересчитывается по плановым ценам. Анализ может проводиться по всей продукции или по отдельным ее видам.

Также проводится анализ выполнения обязательств по качеству, который начинается с сопоставления качественных параметров экспортной продукции с параметрами ГОСТ или ISO. После этого фактические качественные параметры могут быть сопоставлены с параметрами продукции, производимой у конкурентов как внутри страны, так и за рубежом. Далее анализ проводится по следующей группе показателей [9].

Определяется коэффициент сортности поставляемой продукции, являющийся обобщающим показателем, характеризующим качество продукции:

$$K_c = \frac{\sum_i \sum_k B_{ик} - \Pi_{ик}}{\sum_i \sum_k B_{ик} - \Pi_{иВ}} \quad (11)$$

где  $i$  – порядковый номер вида продукции предприятия;

$k$  – сорта по каждому виду продукции;

$B_{ик}$  – объем продукции  $k$ -го сорта в натуральном выражении;

$\Pi_{ик}$  – цена  $k$ -го сорта;

$\Pi_{иВ}$  – цена высшего сорта  $i$ -го вида продукции.

Этот коэффициент характеризует продукцию предприятия по сортам (если значение коэффициента стремится к 1, то вся продукция предприятия – высших сортов), а также с позиции разрыва цен.

Определение коэффициента сортности представляется целесообразным, во-первых, в силу того, что поставляемая в страны дальнего и ближнего зарубежья

продукция отличается по качеству и, во-вторых, имеются случаи продажи низкокачественной продукции за рубеж по заниженным ценам.

Определяется показатель удельный вес некачественной продукции, рассчитываемый как стоимость удовлетворенных рекламаций, отнесенная к стоимости поставленных на экспорт товаров:

$$d_n = \frac{\sum P}{\sum O_{\text{исп}}} \quad (12)$$

где  $\sum P$  – стоимость удовлетворенных рекламаций;

$\sum O_{\text{исп}}$  – общая стоимость поставок на экспорт.

Далее изучаются отдельные рекламации. Выясняется, какие меры принимались предприятием по повышению качества продукции и насколько они оказались эффективными.

Полноту выполнения договорных обязательств можно проанализировать, пользуясь отношением:

$$\frac{\text{Ш}_k}{\text{П}_{\text{эк}}} \quad (13)$$

где  $\text{Ш}_k$  – штрафы, пени, неустойки, уплаченные за нарушение качества продукции, объемов и сроков поставки;

$\text{П}_{\text{эк}}$  – стоимость экспортной продукции.

Анализ цен проводится с учетом того, что в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка фактор цен может оказать существенное влияние на выполнение обязательств по экспорту товаров. Поэтому на этапе анализа выполнения экспортных обязательств целесообразно провести анализ цен.

В заключение этого этапа анализа может быть проведен анализ базисных условий поставки, определяющих уровень цен на продукцию и объем обязательств контрагентов, который, в свою очередь, будет служить базой для планирования внешнеэкономической деятельности предприятия.

Второй этап. Анализ накладных расходов по экспорту товаров – затрат предприятия по перевозке, перевалке, упаковке, хранению и реализации экспортных товаров. Накладные расходы подразделяются на затраты в национальной и ино-

странной валютах. Эти затраты увеличивают затраты на производство и реализацию продукции и поэтому уменьшают прибыль от реализации. Снижение накладных расходов ведет к повышению эффективности экспорта. Цель анализа – изучение возможностей снижения затрат.

Анализ накладных расходов проводится в сравнении с предшествующим периодом, при этом выясняются причины изменения накладных расходов в абсолютном размере и по отношению к объему реализации в целом (относительный уровень накладных расходов).

Сравнение с предыдущим годом часто показывает увеличение абсолютного уровня накладных расходов. Этот прирост может произойти под влиянием изменения количества реализованных товаров или за счет изменения отдельных видов затрат на единицу количества реализованного товара (например, расходов по перевозке или хранению одной тонны товара).

На накладные расходы оказывают влияние:

- расходы по перевозке (количество/вес груза, дальность перевозки, страховка по перевозке, способ и условия перевозки);
- расходы по перевалке (количество/вес груза, ставка за перевалку, надбавки к нестандартным и тяжелым грузам);
- расходы по хранению (количество/вес груза, способ и срок хранения, ставка за хранение).

Для определения относительного уровня накладных расходов (относительно объема реализации) абсолютная стоимость таких расходов сопоставляется: для накладных расходов в национальной валюте — с внутренней стоимостью товаров (себестоимостью); для накладных расходов в иностранной валюте — с суммой реализованных товаров по контрактным ценам.

Определяются показатели относительного уровня накладных расходов (ОУНР) в национальной и иностранной валютах:

$$\text{ОУНР}_{\text{руб}} = \frac{\text{НР}_{\text{руб}}}{\text{С}_{\text{руб}}}; \quad (14)$$

$$OУНР_{ин.в} = \frac{НР_{ин.в}}{РП_{ин.в}} \quad (15)$$

где  $НР_{руб}$  и  $НР_{ин.в}$  – накладные расходы в национальной (руб.) и иностранной валютах;

$C$  – себестоимость реализованных товаров;

$РП_{ин.в}$  – стоимость реализованных товаров в иностранной валюте, выручка от экспорта.

Первый показывает, какую часть накладные расходы составляют от внутренней стоимости (себестоимости) товаров. Прибавление этих расходов к ней дает полную себестоимость товара в рублях.

По второму показателю видно, какую часть суммы, вырученной за товары, предприятие израсходовало на оплату накладных расходов в иностранной валюте. Исключение этих расходов из выручки (выручки-брутто) определит чистую выручку от реализации товаров (выручку-нетто):

Третий этап. Анализ экономической эффективности экспорта. Экономическую эффективность экспорта характеризуют несколько показателей.

Показатель экономического эффекта экспорта – прибыли от экспорта из формулы:

$$П_{экс} = РП_{руб} - НП_{ин.в} \times K_{руб/долл} - НР_{руб} - C \quad (16)$$

где  $НР_{руб}$  и  $НР_{ин.в}$  – накладные расходы в национальной (руб.) и иностранной валютах;

$C$  – себестоимость реализованных товаров;

$РП_{руб}$  – рублевый эквивалент выручки от экспорта;

$П_{экс}$  – прибыль от экспорта товаров.

Показатели экономической эффективности. Экономическая эффективность – такое состояние экономики, в котором потребности потребителей в максимальной степени удовлетворены при условии ограниченности ресурсов. Существует несколько подходов к определению понятия эффективности.

С точки зрения затрат под эффективностью понимается результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризующаяся отношением полученного экономического эффекта к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, а также достижение наибольшего объема производства с применением имеющегося ограниченного количества ресурсов или обеспечение заданного выпуска при минимальных затратах.

С точки зрения целей и задач под эффективностью подразумевается уровень соответствия результатов деятельности предприятия поставленным задачам и целям.

С точки зрения оптимальности под эффективностью понимается отношение того, что предприятие, которое может быть группой рабочих, поточной линией, фабрикой, подразделением компании или целой фирмой, действительно производит, к тому, что оно вполне могло бы произвести при существующих ресурсах, знаниях и способностях [10].

Экономическую эффективность отражают через различные стоимостные показатели, которые характеризуют промежуточные и конечные результаты экспорта на предприятии. К таким показателям относятся:

- объем товарной, чистой или реализованной продукции;
- величина полученной прибыли;
- рентабельность производства (изделий);
- экономия тех или иных видов ресурсов (материальных, трудовых) или общая экономия от снижения себестоимости продукции;
- производительность труда и т.п.

Показателем экономической эффективности экспорта может служить отношение выручки от экспорта к связанным с ним затратам:

$$\text{ЭЭ}_1 = \frac{\text{РП}_{\text{руб}}}{\text{С} + \text{НР}_{\text{руб.экв}} + \text{НР}_{\text{руб}}} \quad (17)$$

где  $\text{ЭЭ}_1$  – абсолютная эффективность экспорта.

Этот показатель сравнивается с показателем  $\text{ЭЭ}_2$ , характеризующим эффективность реализации продукции данного вида на внутреннем рынке:

$$\text{ЭЭ}_2 = \frac{\text{РП}}{С} \quad (18)$$

где  $\text{ЭЭ}_2$  – показатель относительной эффективности экспорта;

РП – объем экспортной продукции, пересчитанный во внутренних среднегодовых ценах;

С – полная себестоимость продукции в рублях.

Если  $\text{ЭЭ}_1 > 1$  и при этом  $\text{ЭЭ}_1 > \text{ЭЭ}_2$  (т.е. эффективность реализации продукции на внешнем рынке выше, чем на внутреннем), то экспорт следует признать экономически выгодным и следует искать пути возможного расширения поставок продукции на экспорт с учетом наиболее выгодных направлений экспорта.

Показатели  $\text{ЭЭ}_1$  и  $\text{ЭЭ}_2$  целесообразно рассчитывать при заключении каждого экспортного контракта для выбора оптимального по критерию максимума  $\text{ЭЭ}_1$  и при условии  $\text{ЭЭ}_1 > \text{ЭЭ}_2$ , а также при анализе внешнеторговой деятельности за отчетный период и при ее планировании на предстоящий год.

Можно определить эффективность экспорта отдельных видов продукции, т.е. установить, выгоден ли экспорт продукции за рубеж в сравнении с их реализацией на внутреннем рынке.

Единичная прибыль от реализации  $i$ -го вида продукции на внешнем рынке ( $\text{П}_{\text{экс.}i}$ ) сопоставляется с единичной прибылью от реализации  $i$ -го вида продукции на внутреннем рынке ( $\text{П}_{\text{вн.}i}$ ):

$$\text{П}_{\text{экс.}i} = \text{Ц}_{\text{экс.}i} - \text{С}_{\text{экс.}i}, \quad (19)$$

$$\text{П}_{\text{вн.}i} = \text{Ц}_{\text{вн.}i} - \text{С}_{\text{вн.}i} \quad (20)$$

где  $\text{Ц}_{\text{экс.}i}$ ,  $\text{Ц}_{\text{вн.}i}$  – цена экспортируемой продукции и реализованной на внутреннем рынке;

$\text{С}_{\text{экс.}i}$ ,  $\text{С}_{\text{вн.}i}$  – себестоимость экспортируемой продукции и реализованной на внутреннем рынке.

Экспорт более эффективен в сравнении с реализацией внутри страны, если  $\text{П}_{\text{экс.}i} > \text{П}_{\text{вн.}i}$ .

Показатели рентабельность и затраты на рубль товарной продукции экспортируемой продукции ( $R_{\text{экс.}i}$  и  $\text{ЗРТП}_{\text{экс.}i}$ ) сравниваются с аналогичными показателями продукции того же вида, реализуемой на внутреннем рынке ( $R_{\text{вн.}i}$  и  $\text{ЗРТП}_{\text{вн.}i}$ ).

$$R_{\text{экс.}i} = \frac{Ц_{\text{экс.}i}}{С_{\text{экс.}i}}; \quad (21)$$

$$R_{\text{вн.}i} = \frac{Ц_{\text{вн.}i}}{С_{\text{вн.}i}}. \quad (22)$$

Экспорт более эффективен, если  $R_{\text{экс.}i} > R_{\text{вн.}i}$ ;

$$\text{ЗРТП}_{\text{экс.}i} = \frac{С_{\text{экс.}i}}{Ц_{\text{экс.}i}}; \quad (23)$$

$$\text{ЗРТП}_{\text{вн.}i} = \frac{С_{\text{вн.}i}}{Ц_{\text{вн.}i}}. \quad (24)$$

Экспорт более эффективен, если  $\text{ЗРТП}_{\text{экс.}i} < \text{ЗРТП}_{\text{вн.}i}$ .

Методика расчета показателей эффективности ВЭД по Яковлеву Г.И.

Индекс роста (падения) числа стран для экспорта продукции предприятия по годам:

$$I_e = \frac{S_1}{S_0} \quad (25)$$

где  $S_0$  – число стран, куда вывозилась продукция в базисном году;

$S_1$  – число стран, куда вывозилась продукция в отчетном году.

Индекс объемов экспорта продукции фирмы, т.е. динамика экспортных поставок продукции за ряд лет:

$$I_{\text{оэ}} = \frac{\text{ОЭ}_1}{\text{ОЭ}_0} \quad (26)$$

где  $\text{ОЭ}_1$  – объем производства продукции предприятия в отчетном году;

$\text{ОЭ}_0$  – объем производства продукции предприятия в базисном году.

Доля товаров фирмы на внешнем и внутреннем рынках:

$$I_{\text{дт}} = \frac{\text{ДТ}_1}{\text{ДТ}_0} \quad (27)$$

где  $\text{ДТ}_1$  – рыночные доли товаров фирмы в отчетном году;

$\text{ДТ}_0$  – рыночные доли товаров фирмы в базисном году.

Экспортная квота (отношение стоимости экспорта товаров предприятия к общему объему производства):

$$I_{\text{эк}} = \frac{\text{ЭК}_1}{\text{ЭК}_0} \quad (28)$$

где  $\text{ЭК}_1$  – экспортная квота предприятия в отчетном году;

$\text{ЭК}_0$  – экспортная квота предприятия в базисном году.

Для полноты исследования следует провести факторный анализ. В детерминированном экономическом анализе количественно измерить фактор – это значит выявить его изолирующее воздействие на изменение обобщающего (результатирующего) показателя.

Наиболее универсальным является метод цепных подстановок. Этот метод глубоко разработан в теории экономического анализа и широко применяется на практике.

Исследуем влияние различных факторов на показатель экспортной прибыли от продаж – один из важнейших показателей, характеризующих эффективность деятельности любой компании.

Применим следующую формулу:

$$P_{\text{экс}} = V_{\text{экс}} - C_{\text{экс}} = V_{\text{экс}} - (Z_{\text{пост}} + Z_{\text{перем}}) \quad (29)$$

где  $P_{\text{экс}}$  – прибыль от экспорта;

$V_{\text{экс}}$  – выручка от экспорта;

$Z_{\text{пост}}$  – постоянные затраты на экспорт;

$Z_{\text{перем}}$  – переменные затраты на экспорт.

$$P_{\text{экс}} = V_{\text{экс}} - (Z_{\text{пост}} + \text{ПР} + \text{КР} + \text{НР}) \quad (30)$$

где  $\text{ПР}$  – производственные расходы (расходы на сырье, материалы, тару и упаковку);

$\text{КР}$  – коммерческие расходы (расходы по отгрузке продукции покупателям (погрузочно-разгрузочные работы, доставка), рекламу);

$\text{НР}$  – накладные расходы (административные расходы, расходы на обслуживание работников строительства, организация работ на строительной площадке).

Алгоритм анализа экспортной деятельности предприятия по основным, на наш взгляд, направлениям указан в таблице 2 и состоит из четырех блоков.



Таблица 2 – Алгоритм анализа экспортной деятельности предприятия

Методы анализа и показатели	Формула расчета	Характеристика
1. Анализ динамики и структуры экспорта		
Горизонтальный анализ	$\text{Абс. откл.} = y_i - y_{i-1},$ $T_{\text{пр}} = \frac{\text{Абс. откл.}}{y_{i-1}} \times 100\%$	Показывает величину прироста в процентах
Вертикальный анализ	$\text{Доля} = \frac{D_i}{D_0}$	Определяет долю каждого элемента экспорта в общем объеме экспорта
2. Оценка роли экспорта в деятельности предприятия		
Удельный вес экспортной продукции	$\text{УВ}_{\text{эк}} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{РП}_{\text{эки}}}{\sum_{i=1}^n \text{РП}_i}$	Показывает удельный вес экспортной продукции в общей выручке
3. Анализ эффективности экспорта		
Абсолютная эффективность экспорта	$\text{ЭЭ}_1 = \frac{\text{РП}_{\text{руб}}}{\text{С} - \text{НР}_{\text{руб.экв}} + \text{НР}_{\text{руб}}}$	Показывает отношение выручки от экспорта к связанным с ним затратам
Относительная эффективность экспорта	$\text{ЭЭ}_2 = \frac{\text{РП}}{\text{С}}$	Показывает отношение объема экспортной продукции, пересчитанного во внутренних среднегодовых ценах, к полной себестоимости продукции
Рентабельность продукции	$R_{\text{экс.}i} = \frac{\text{Ц}_{\text{экс.}i}}{\text{С}_{\text{экс.}i}};$ $R_{\text{вн.}i} = \frac{\text{Ц}_{\text{вн.}i}}{\text{С}_{\text{вн.}i}}$	Определяет эффективность реализации продукции на 1 рубль проданной продукции
Затраты на рубль товарной продукции экспортируемой продукции	$\text{ЗРТП}_{\text{экс.}i} = \frac{\text{С}_{\text{экс.}i}}{\text{Ц}_{\text{экс.}i}};$ $\text{ЗРТП}_{\text{вн.}i} = \frac{\text{С}_{\text{вн.}i}}{\text{Ц}_{\text{вн.}i}}$	Показывает количество затрат на рубль экспортной продукции
4. Факторный анализ влияния экспорта на изменение уровня прибыли		
Факторный анализ	$\text{П}_{\text{экс}} = \text{В}_{\text{экс}} - (\text{З}_{\text{пост}} + \text{ПР} + \text{КР} + \text{НР})$	Показывает факторы, оказывающие влияние на экспортную прибыль предприятия

Вывод по первой главе.

В данной главе были рассмотрены сущность и содержание внешнеэкономической деятельности, основные направления и этапы экспортных операций, а также методы анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. На основании теоретических аспектов был разработан алгоритм анализа эффек-

тивности экспортных операций, имеющих практическое значение для ООО «Объединение «Союзпищепром».

## 2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ «СОЮЗПИЩЕПРОМ»

### 2.1 Анализ структуры и динамики экспортной деятельности предприятия

ООО «Объединение «Союзпищепром» – российский производитель макаронных изделий, круп, муки, готовых завтраков, многозерновых хлопьев, слоеного теста, хлебобулочных изделий, комбикорма, кормосмеси, растительных напитков и масла. Продукция, выпускаемая предприятием, получила звание Национального Российского Продукта. Компания экспортирует свою продукцию в страны СНГ и дальнего зарубежья.

Структура экспорта по странам в количественном выражении за 2016-2017 года представлена в таблице 4.

Таблица 3 – Динамика и структура экспорта по странам за 2016-2017 года

Контрагент, регион	Количество, кг		Темп прироста, %	Структура, %	
	2016 г.	2017 г.		2016 г.	2017 г.
Азербайджан	1 436 907,840	879 378,640	-38,80	8	5
Армения	54 192,000	108 173,000	99,61	0	1
Грузия	72 197,240	101 202,390	40,17	0	1
Казахстан	9 095 388,870	10 723 590,250	17,90	53	56
Киргизия	715 752,800	713 405,200	-0,33	4	4
Китай	0	82 215,400	100	0	0
Молдова, республика	1 048 731,220	849 959,300	-18,95	6	4
Таджикистан	2 769 782,400	2 238 745,310	-19,17	16	12
Туркмения	1 689 100,500	3 085 827,090	82,69	10	16
Узбекистан	321 689,910	289 268,900	-10,08	2	2
Украина	0	140 804,000	100	0	1
Итого	17 203 742,780	19 212 569,480	11,68	100	100

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Доли стран в сумме продаж от экспорта представлены на рисунках 3, 4.

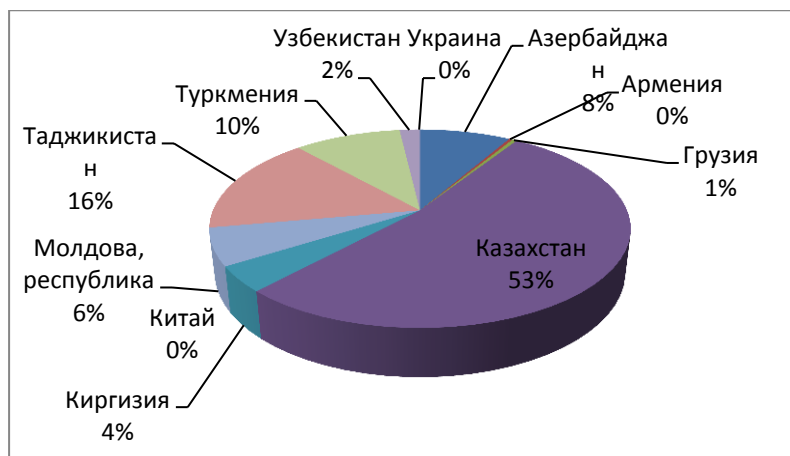


Рисунок 3 – Структура количества продаж по странам за 2016 год

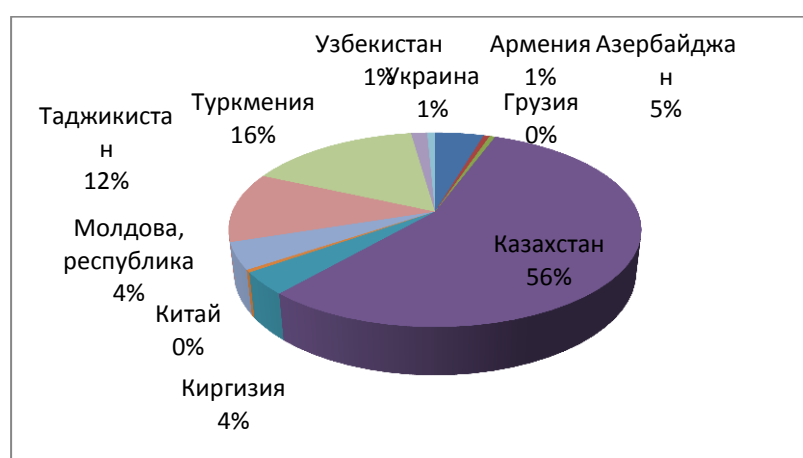


Рисунок 4 – Структура количества продаж по странам за 2017 год

Из представленных выше данных можно сделать вывод, что крупнейшими потребителями продукции ООО «Объединение «Союзпищепром» в количественном выражении за 2016 год являются Казахстан, Таджикистан и Туркмения (53%, 16% и 10% соответственно), в 2017 году Казахстан, Туркмения и Таджикистан (56%, 16% и 12% соответственно).

В связи с тем, что Казахстан и Россия ведут активное сотрудничество, транспортировка экспортируемого товара значительно упрощена отсутствием необходимости оформления на таможне, а также налоговые пошлины при взаимной торговле стран-союзников отменены в связи с образованием Таможенного союза. Количество продукции, экспортируемой в Казахстан, постоянно растет. Россия является лидером среди стран-экспортеров продукции в Казахстан.

В настоящее время Россия остается основным экспортером Таджикистана. По официальной статистике, 32,6% от общего объема импортных товаров поступает в страну из РФ, включая продукты питания. Из-за принятых экономических санкций против России и Турции товарооборот приобрел тенденцию к снижению. На ослабление данной тенденции повлияла антикризисная политика Национального банка Таджикистана по порядку использования иностранной валюты с целью защиты покупательной способности национальной валюты. В результате чего внутри страны стало наблюдаться незначительное оживление производства импортозамещающей продукции, непосредственно повлиявшее на структуру внешней торговли.

Межрегиональные связи с Туркменией поддерживают более 50 субъектов Российской Федерации. Наиболее динамично с точки зрения товарооборота они развиваются у Москвы, Санкт-Петербурга, Астраханской, Белгородской, Волгоградской, Нижегородской, Свердловской и Челябинской областей, а также Республики Татарстан. Физические объемы поставок стабильно растут, расширяется структура экспорта. Торговля с Туркменистаном и привлечение иностранных инвестиций поддерживаются на правительственном уровне путем создания свободных экономических зон, льготных условий для сотрудничества.

Структура экспорта по странам в стоимостном выражении за 2016-2017 года представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Динамика и структура экспорта по странам за 2016-2017 года

Контрагент, регион	Сумма продажи (выручка), руб.		Темп прироста, %	Структура, %	
	2016 г.	2017 г.		2016 г.	2017 г.
Азербайджан	39 791 588,85	31 656 524,65	-20,44	8	5
Армения	2 147 093,72	5 075 985,51	136,41	0	1
Грузия	3 535 980,03	5 120 328,32	44,81	1	1
Казахстан	272 419 065,31	368 983 615,48	35,45	58	60
Киргизия	22 127 965,69	25 150 534,15	13,66	5	4
Китай	0	3 385 781,89	100	0	1
Молдова, республика	26 410 173,07	23 430 678,10	-11,28	6	4
Таджикистан	55 285 739,11	57 363 062,54	3,76	12	9

Окончание таблицы 4

Контрагент, регион	Сумма продажи (выручка), руб.		Темп прироста, %	Структура, %	
	2016 г.	2017 г.		2016 г.	2017 г.
Туркмения	38 460 438,72	81 554 911,47	112,05	8	13
Узбекистан	10 328 337,90	12 062 647,73	16,79	2	2
Украина	0	4 206 288,72	100	0	1
Итого	470 506 382,40	617 990 358,56	31,35	100	100

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Графически структура продаж по странам представлена на рисунках 5, 6.

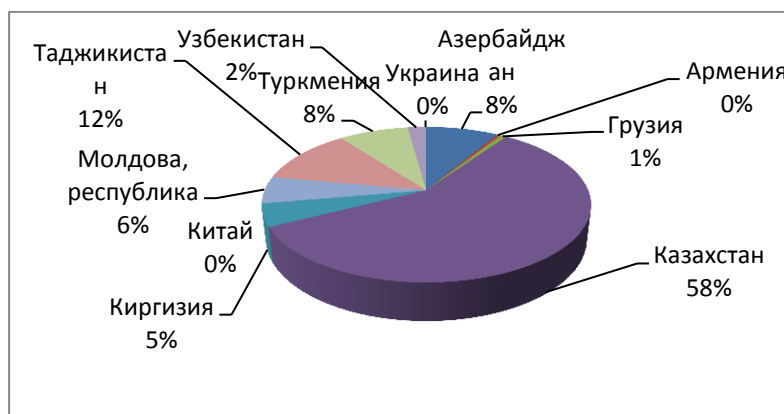


Рисунок 5 – Структура суммы продаж по странам за 2016 год

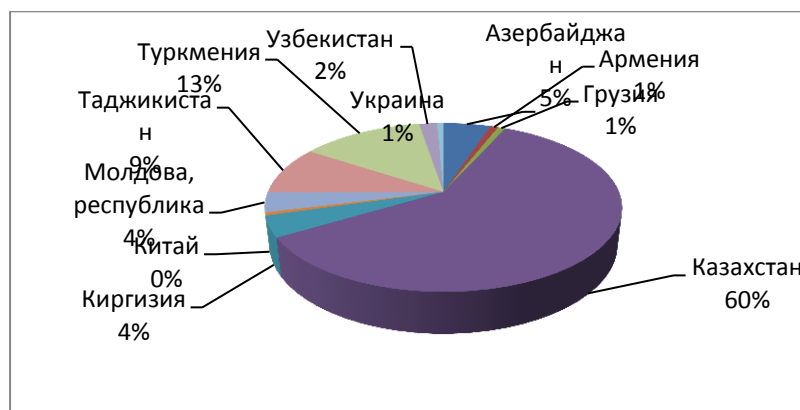


Рисунок 6 – Структура суммы продаж по странам за 2017 год

Из представленных выше данных можно сделать вывод, что крупнейшими потребителями продукции ООО «Объединение «Союзпищепром» в стоимостном выражении за 2016 год являются Казахстан, Таджикистан и Азербайджан (58%,

12% и 8% соответственно), в 2017 году Казахстан, Туркмения и Таджикистан (60%, 13% и 9% соответственно).

Динамика и темп прироста выручки от экспорта представлены на рисунках 7, 8.

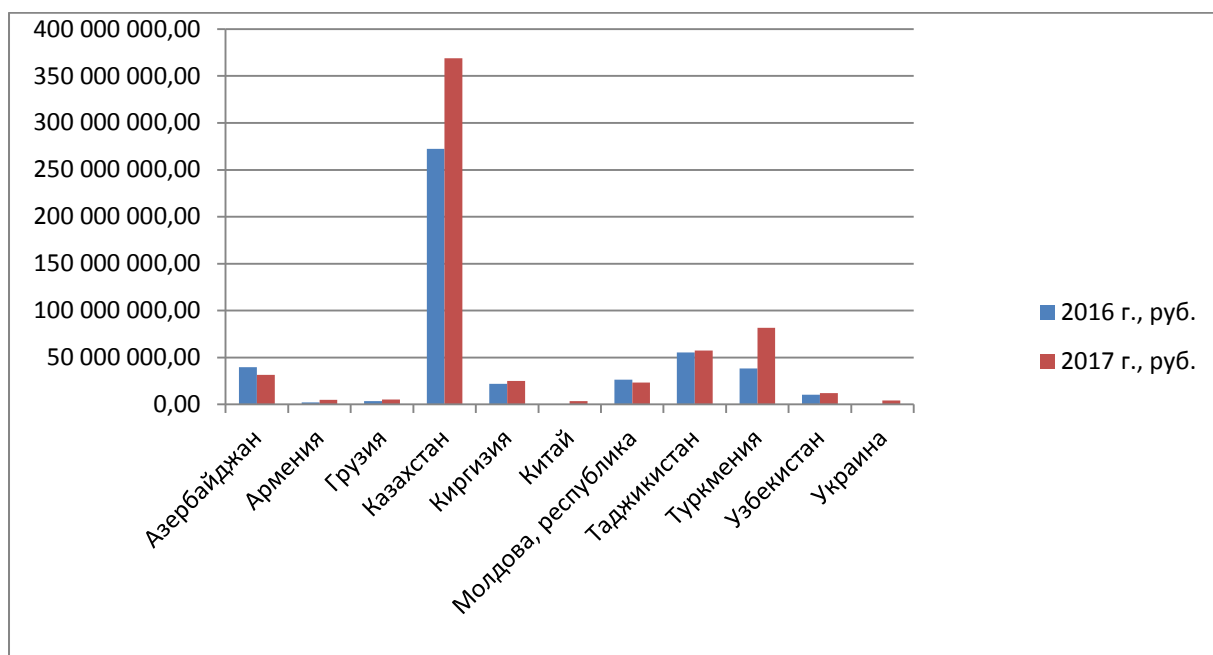


Рисунок 7 – Динамика выручки от экспорта по странам

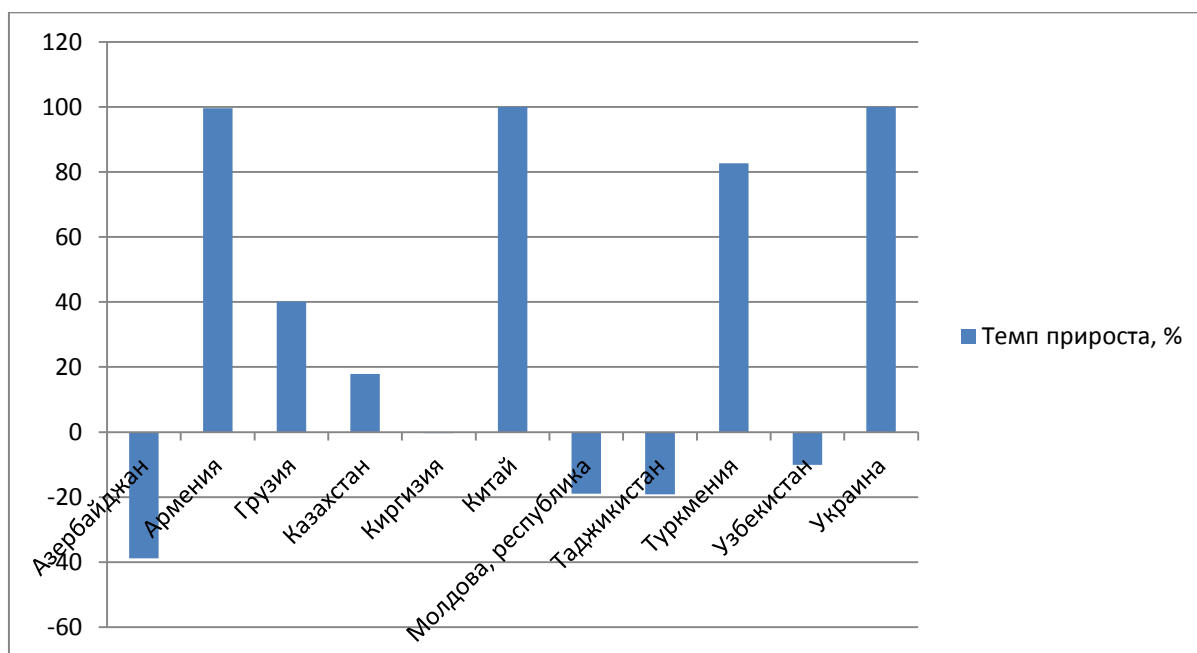


Рисунок 8 – Темп прироста выручки от экспорта по странам

Из представленных выше данных можно сделать вывод, что за период 2016-2017гг объем экспортной выручки вырос в Армении (136%), Грузии (44,81%), Казахстане (34,76%), Киргизии (13,66%), Китае (100%), Республике Крым (71,09%), Таджикистане (3,76%), Туркмении (112,05%), Узбекистане (16,79%) и Украине (100%). Спад объема экспортной выручки наблюдался в Азербайджане (-18,67%), Калининградской области (-100%) и в Республике Молдове (-11,28%).

Проведем вертикальный анализ экспорта по ассортиментным группам продаж. Структура экспорта по ассортиментным группам продаж в количественном и стоимостном выражении представлена в таблице 5 и 6 соответственно.

Таблица 5 – Структура экспорта по ассортиментным группам продаж

Ассортиментные группы продаж	2016 г.		2017 г.	
	Количество, кг	Структура, %	Количество, кг	Структура, %
Зерновые хлопья, "Геркулес"	3 057 032,800	0,17770	3 371 364,000	0,17548
Подушечки с начинкой	32 925,500	0,00191	28 236,600	0,00147
Крупы фасованные	1 215 914,000	0,07068	1 202 266,800	0,06258
Макаронны ЧП	2 738 500,500	0,15918	2 873 210,900	0,14955
Макаронные изделия "Союзпищепром"	496 732,800	0,02887	1 170 157,200	0,06091
Макаронные изделия "Царь"	257 757,200	0,01498	358 806,600	0,01868
Масло	197 461,320	0,01148	153 969,760	0,00801
Мука фасованная	18 961,310	0,00110	147 231,150	0,00766
Мука весовая, прочая	3 614 432,000	0,21010	4 230 158,000	0,22018
Кукурузные палочки	427 660,000	0,02486	575 325,000	0,02995
Собственная торговая марка	242 506,100	0,01410	230 460,100	0,01200
Хлебцы, колечки	54 686,400	0,00318	64 869,000	0,00338
Каша с добавками, хлопья БП	149 516,600	0,00869	122 942,700	0,00640
Прочие	4 317 990,000	0,25099	4 297 728,000	0,22369
Кукурузные хлопья	381 666,250	0,02219	385 843,670	0,02008
Итого	17 203 742,780	1	19 212 569,480	1

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»



Таблица 6– Структура экспорта по ассортиментным группам продаж

Ассортиментные группы продаж	2016 г.		2017 г.	
	Выручка, руб.	Структура, %	Выручка, руб.	Структура, %
Зерновые хлопья, "Геркулес"	116 186 944,69	0,24694	131 452 311,97	0,212709
Подушечки с начинкой	2 493 842,10	0,0053	2 440 791,64	0,00395
Крупы фасованные	35 985 283,37	0,076482	52 247 813,60	0,084545
Макаронны ЧП	51 417 957,33	0,109282	77 019 129,61	0,124628
Макаронные изделия "Союзпищепром"	6 578 594,98	0,013982	11 478 795,32	0,018574
Макаронные изделия "Царь"	6 603 001,47	0,014034	6 479 240,91	0,010484
Масло	814 091,03	0,00173	9 940 088,64	0,016085
Мука фасованная	65 137 512,05	0,138441	93 436 841,01	0,151195
Мука весовая, прочая	6 246 433,95	0,013276	11 129 586,64	0,018009
Кукурузные палочки	18 547 807,65	0,039421	18 904 208,10	0,03059
Собственная торговая марка	8 758 456,80	0,018615	24 537 834,52	0,039706
Хлебцы, колечки	5 981 407,86	0,012713	7 568 231,26	0,012247
Каши с добавками, хлопья БП	14 706 793,57	0,031257	12 699 498,84	0,02055
Прочие	92 544 660,58	0,196692	119 111 096,41	0,192739
Кукурузные хлопья	38 503 594,97	0,081834	39 544 890,09	0,063989
Итого	470 506 382,40	1	617 990 358,56	1

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Графически структура экспорта по ассортиментным группам продаж в стоимостном выражении представлена на рисунках 9, 10.



Рисунок 9 – Структура экспорта по ассортиментным группам за 2016 год



Рисунок 10 – Структура экспорта по ассортиментным группам за 2017 год

Из представленных выше данных можно сделать вывод, что наибольшую долю в объеме выручки по ассортиментным группам продаж занимают зерновые хлопья «Геркулес», макаронны ЧП, мука фасованная и прочие ассортиментные группы. Наблюдается рост выручки по этим ассортиментным группам. Это может быть связано с ростом контрактных цен.

Таблица 7– Структура экспорта по способу доставки представлена в таблице

Способ доставки	2016 г.			2017 г.		
	Количество, кг	Сумма продажи в руб.	Структура, %	Количество, кг	Сумма продажи в руб.	Структура, %
Авто стороннего перевозчика	14 340	821 448	0.17	7 924	710 873	0.12
Вагон (кормосмесь + комбикорм)	45 344	745 390	0.16			0.00
Вагон (макаронны)	2 171 096	45 112 728	9.59	3 053 307	80 804 301	13.08
Вагон (мука)	1 677 148	32 158 207	6.83	2 856 791	65 947 693	10.67
Вагон (сборный пищевка)	9 106 360	276 566 888	58.78	8 256 774	313 087 750	50.66
Контейнер 40 фт (с доставкой)			0.00	20 155	2 008 650	0.33

Окончание таблицы 7

Способ доставки	2016 г.			2017 г.		
	Количество, кг	Сумма продажи в руб.	Структура, %	Количество, кг	Сумма продажи в руб.	Структура, %
Самовывоз ВЭЗ			0.00	786 203	23 991 032	3.88
Самовывоз до 1000 км	1 774 248	45 784 568	9.73	2 026 674	58 889 656	9.53
Самовывоз от 1000 до 5000	2 415 206	69 317 153	14.73	2 204 740	72 550 404	11.74
Итого	17 203 743	470 506 382	100	19 212 569	617 990 359	100

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Структура экспорта по способу доставки представлена на рисунке 8.

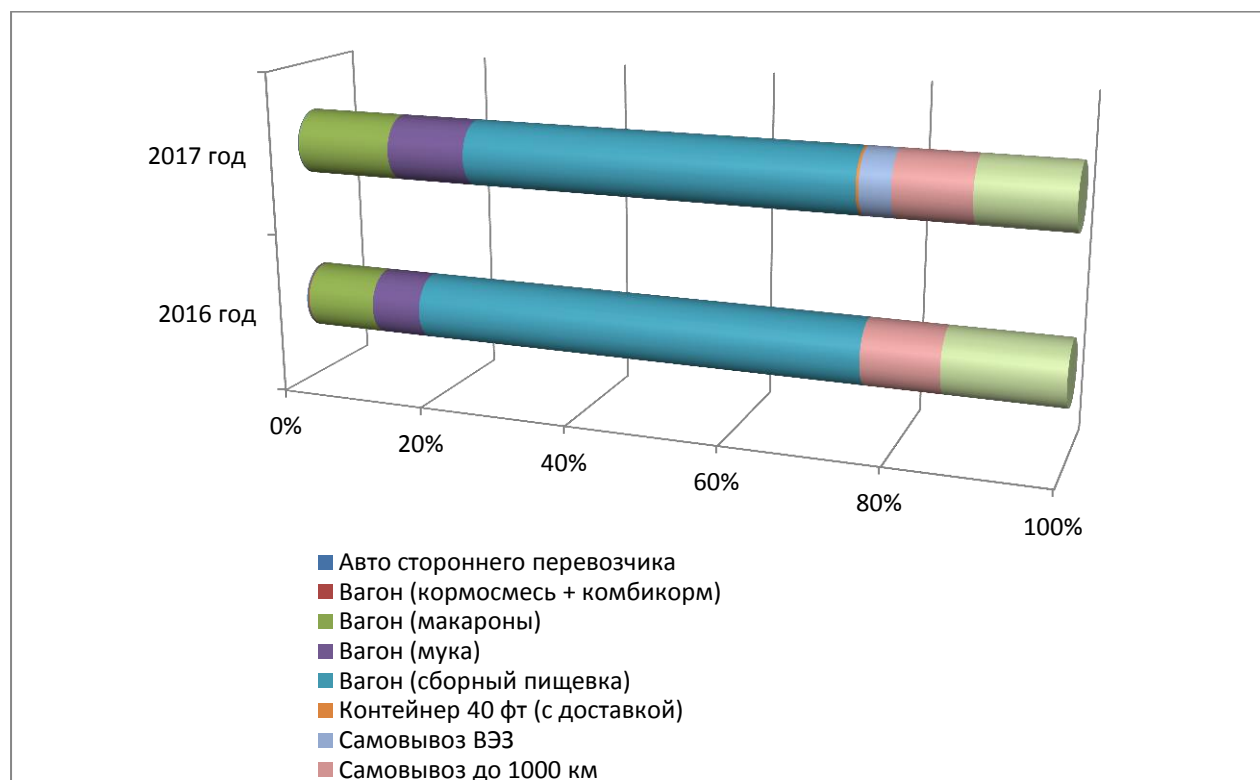


Рисунок 11 – Структура экспорта по способу доставки

Из представленных выше данных можно сделать вывод о том, что наибольшую долю в объеме выручки от экспорта по способу доставки занимает вывоз вагонами макарон, муки и пищевых продуктов.

Структура выручки экспортируемой продукции имеет следующий вид (рисунок 11):

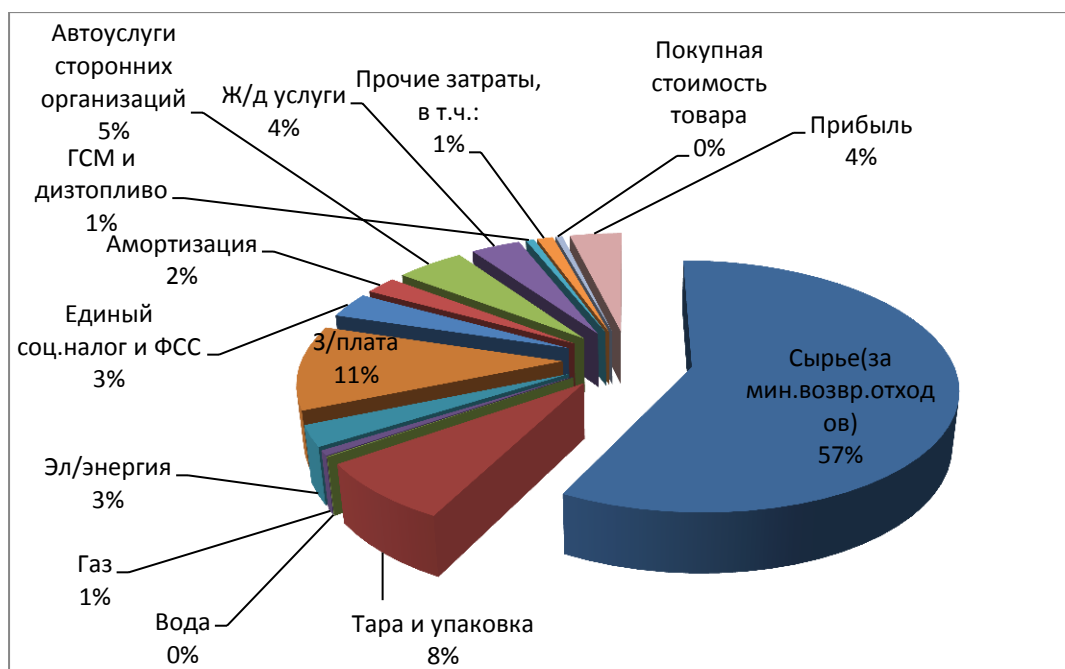


Рисунок 12 – Структура выручки экспортируемой продукции

Наибольшую долю в структуре выручки занимает сырье (57%), заработная плата (11%), тара и упаковка (8%).

## 2.2 Оценка роли экспорта в деятельности предприятия

Для оценки роли экспорта в деятельности фирмы необходимо рассчитать удельный вес экспорта в основных экономических показателях, данные для расчета представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Основные экономические показатели деятельности предприятия, руб.

Показатели	2016 г.	2017 г.
Выручка (продажи в целом)	3 414 936 000	5 755 340 000
Выручка (экспорт)	470 506 382.40	617 990 358.56
Прибыль (продажи в целом)	901 772 000	1 679 579 000
Прибыль (экспорт)	20 129 825	26 439 680
Себестоимость (продажи в целом)	2 513 164 000	4 075 761 000
Себестоимость (экспорт)	450 376 557	591 550 679

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Найдем удельный вес экспортной выручки в общем объеме выручки по формуле:

$$\text{В 2016 г.: } УВ_{\text{эк}} = 470\,506\,382.40 / 3\,414\,936\,000 = 0.1378$$

$$\text{В 2017 г.: } УВ_{\text{эк}} = 617\,990\,358.56 / 5\,755\,340\,000 = 0.1074$$

Найдем удельный вес экспортной прибыли в общем объеме прибыли:

$$\text{В 2016 г.: } УВ_{\text{эк}} = 20\,129\,825 / 901\,772\,000 = 0.0223$$

$$\text{В 2017 г.: } УВ_{\text{эк}} = 26\,439\,680 / 1\,679\,579\,000 = 0.0157$$

Найдем удельный вес экспортной себестоимости в общей себестоимости:

$$\text{В 2016 г.: } УВ_{\text{эк}} = 450\,376\,557 / 2\,513\,164\,000 = 0.1792$$

$$\text{В 2017 г.: } УВ_{\text{эк}} = 591\,550\,679 / 4\,075\,761\,000 = 0.1451$$

Таблица 9 – Удельный вес основных экономических показателей экспорта в общем объеме

Показатели	2016 г.	2017 г.
Выручка	0.1378	0.1074
Прибыль	0.0223	0.0157
Себестоимость	0.1792	0.1451

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Графически данные из таблицы представлены на рисунке 13.

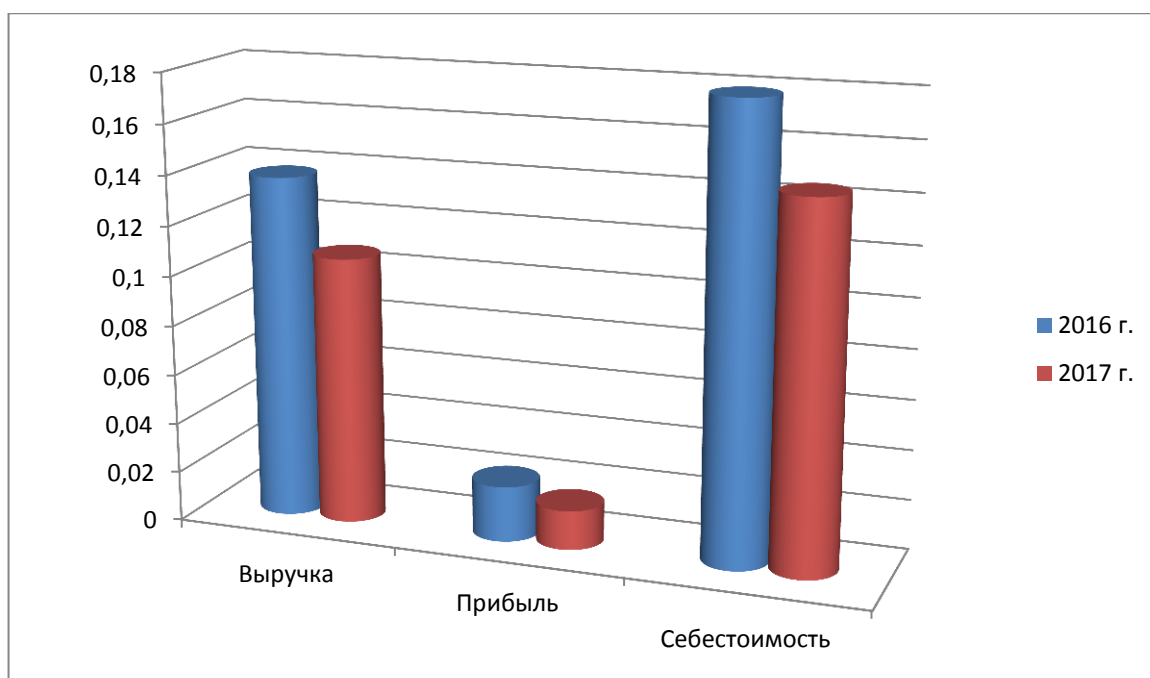


Рисунок 13 – Доля экспорта в основных экономических показателях

Из представленных выше данных можно сделать вывод, что удельный вес всех показателей экспорта сокращается с течением времени. Причиной может быть рост спроса на внутреннем рынке.

Экспорт – важная сфера деятельности предприятия, поэтому при анализе экспортных операций необходимо изучать выполнение обязательств по различным аспектам, в том числе по товарам и товарным группам (таблица 2).

Таблица 10 – Выполнение обязательств по товарам и товарным группам в натуральном выражении

Ассортиментные группы продаж	2016 г.			2017 г.		
	Планы продаж	Фактические продажи		Планы продаж	Фактические продажи	
	Количество (ед. хранения)	Количество (ед. хранения)	% выполнения количества	Количество (ед. хранения)	Количество (ед. хранения)	% выполнения количества
Зерновые хлопья, "Геркулес"	3 360 000	3 057 033	91	3 759 000	3 371 364	90
Подушечки с начинкой	36 423	32 926	90	35 150	28 237	80
Крупы фасованные	1 686 767	1 215 914	72	2 021 413	1 202 267	59

## Окончание таблицы 10

Ассортиментные группы продаж	2016 г.			2017 г.		
	Планы продаж	Фактические продажи			Планы продаж	
	Количество (ед. хранения)	Количество (ед. хранения)	% выполнения количества	Количество (ед. хранения)	Количество (ед. хранения)	% выполнения количества
Макаронны ЧП	2 932 140	2 738 501	93	3 111 600	2 873 211	92
Макаронные изделия "Союзпищепром"	486 156	257 757	53	340 000	358 807	106
Макаронные изделия "Царь"	302 000	197 461	65	203 900	153 970	76
Масло	35 000	18 961	54	106 560	147 231	138
Мука фасованная	4 495 000	3 614 432	80	4 791 000	4 230 158	88
Мука весовая, прочая	417 000	427 660	103	415 750	575 325	138
Кукурузные палочки	267 643	242 506	91	274 500	230 460	84
Собственная торговая марка	33 972	496 733	1 46	696 181	1 170 157	168
Хлебцы, колечки	54 200	54 686	101	75 600	64 869	86
Каши с добавками, хлопья БП	197 326	149 517	76	176 910	122 943	69
Прочие	4 453 680	4 317 990	97	4 717 923	4 297 728	91
Кукурузные хлопья	434 000	381 666	88	439 009	385 844	88
Итого	19 191 307	17 203 743	90	21 164 496	19 212 569	91

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Оценка выполнения обязательств по товарам и товарным группам в натуральном выражении показала высокий процент выполнения плановых продаж на протяжении всего исследуемого периода 2016-2017 гг. Снижение процента выполнения продаж может быть вызвано ростом контрактных цен при постоянно меняющейся конъюнктуре рынка. Поэтому необходимо правильно определять рынок сбыта, учитывать время выхода на рынок, спрос на товар, оптимальность предлагаемой партии.

### 2.3 Анализ эффективности экспортной деятельности

Для более полной оценки эффективности экспортной деятельности предприятия необходимо рассчитать показатели экономической эффективности экспорта (формулы 6-9). Все данные, необходимые для расчета, представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Показатели экономической эффективности экспорта

Показатель	2016 г.	2017 г.
Выручка (экспорт)	470 506 382.40	617 990 358.56
Себестоимость, включая накладные расходы (экспорт)	450 376 557	591 550 679
ЭЭ <sub>1</sub>	1.0447	1.0447
Объем экспортной продукции во внутренних среднегодовых ценах	354 225 063.84	487 230 762.01
Полная себестоимость продукции в рублях	450 376 557	591 550 679
ЭЭ <sub>2</sub>	0.7865	0.8237

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

$$\text{В 2016 г.: } ЭЭ_1 = \frac{470\,506\,382.40}{450\,376\,557} = 1.0447$$

$$\text{В 2017 г.: } ЭЭ_1 = \frac{617\,990\,358.56}{591\,550\,679} = 1.0447$$

$$\text{В 2016 г.: } ЭЭ_2 = \frac{354\,225\,063.84}{450\,376\,557} = 0.7865$$

$$\text{В 2017 г.: } ЭЭ_2 = \frac{487\,230\,762.01}{591\,550\,679} = 0.8237$$

Исходя из представленных выше расчетов, можно сделать вывод, что  $ЭЭ_1 > 1$  и  $ЭЭ_1 > ЭЭ_2$  (т.е. эффективность реализации продукции на внешнем рынке выше, чем на внутреннем), поэтому экспорт следует признать экономически выгодным и искать пути возможного расширения поставок продукции на экспорт с учетом наиболее выгодных направлений экспорта.

Также необходимо рассчитать показатели рентабельность и затраты на рубль товарной продукции экспортируемой продукции ( $R_{\text{экс.}i}$  и  $ЗРТП_{\text{экс.}i}$ ). Они сравниваются с аналогичными показателями продукции того же вида, реализуемой на



внутреннем рынке ( $R_{вн.i}$  и  $ЗРТП_{вн.i}$ ). Все данные, необходимые для расчета, представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Показатели экономической эффективности экспорта

	Показатели	2016 г.	2017 г.
Экспорт	Цена продукции	27.35	32.17
	Себестоимость	25.19	29.63
	Рентабельность	1.08575	1.08572
	Затраты на рубль товарной продукции экспортируемой продукции	0.92102	0.92104
Внутренний рынок	Цена продукции	25.53	31.2
	Себестоимость	24.43	28.74
	Рентабельность	1.04503	1.08559
	Затраты на рубль товарной продукции на внутреннем рынке	0.95691	0.92115

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

$$\text{В } 2016 \text{ г.: } R_{\text{экс.i}} = 27.35 / 25.19 = 1.08575$$

$$\text{В } 2017 \text{ г.: } R_{\text{экс.i}} = 32.17 / 29.63 = 1.08572$$

$$\text{В } 2016 \text{ г.: } R_{\text{вн.i}} = 25.53 / 24.43 = 1.04503$$

$$\text{В } 2017 \text{ г.: } R_{\text{вн.i}} = 31.2 / 28.74 = 1.08559$$

$R_{\text{экс.i}} > R_{\text{вн.i}}$ , следовательно, экспорт более эффективен.

$$\text{В } 2016 \text{ г.: } ЗРТП_{\text{экс.i}} = 25.19 / 27.35 = 0.92102$$

$$\text{В } 2017 \text{ г.: } ЗРТП_{\text{экс.i}} = 29.63 / 32.17 = 0.92104$$

$$\text{В } 2016 \text{ г.: } ЗРТП_{\text{вн.i}} = 24.43 / 25.53 = 0.95691$$

$$\text{В } 2017 \text{ г.: } ЗРТП_{\text{вн.i}} = 28.74 / 31.2 = 0.92115$$

$ЗРТП_{\text{экс.i}} < ЗРТП_{\text{вн.i}}$ , следовательно, экспорт более эффективен.

Представленные выше данные можно сгруппировать в следующую таблицу:

Таблица 13 – Показатели эффективности экспортной деятельности

	Показатель	2016 г.	2017 г.
Внешний рынок	Экономическая эффективность (ЭЭ <sub>1</sub> )	1.0447	1.0447
	Рентабельность (R <sub>экc</sub> )	1.08575	1.08572
	Затраты на рубль товарной продукции экспортируемой продукции (ЗРТП <sub>экc</sub> )	0.92102	0.92104
Внутренний рынок	Экономическая эффективность (ЭЭ <sub>2</sub> )	0.7865	0.8237
	Рентабельность (R <sub>вн</sub> )	1.04503	1.08559
	Затраты на рубль товарной продукции на внутреннем рынке (ЗРТП <sub>вн</sub> )	0.95691	0.92115

Графически данные показатели представлены на рисунках 12 и 13:

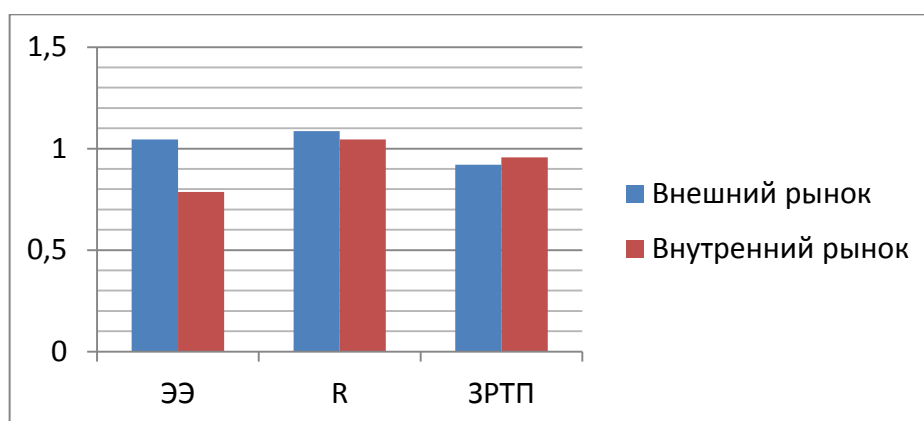


Рисунок 14 – Показатели эффективности поставок продукции на внутренний и внешний рынки за 2016 год

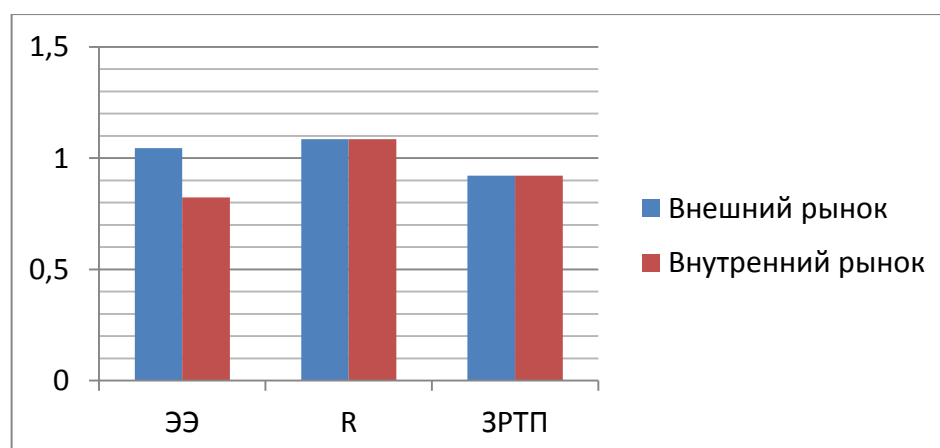


Рисунок 15 – Показатели эффективности поставок продукции на внутренний и внешний рынки за 2017 год

Из представленных выше расчетов и показателей можно сделать вывод о том, что экспортную деятельность ООО «Объединение «Союзпищепром» следует принять экономически выгодной и искать пути возможного расширения поставок продукции на экспорт с учетом наиболее выгодных направлений экспорта. Анализ показал, что в течение исследуемого периода происходит спад показателей эффективности поставок продукции на внешний рынок. Это может быть связано с увеличением спроса на внутреннем рынке.

#### 2.4. Факторный анализ влияния экспорта на изменение уровня экспортной прибыли

Чтобы выявить влияние отдельных факторов на результаты экспортной деятельности предприятия, следует провести факторный анализ по формуле 11. Факторный анализ проводится на основе данных за 2016-2017 гг., где 2016 г. – базовый (таблица 14).

Таблица 14 – Показатели для расчета

Показатель	Базовый год (2016 г.)	Отчетный год (2017 г.)
Выручка от продаж, руб.	470 506 382	617 990 359
Себестоимость продукции, руб.	450 376 557	591 550 679
Постоянные расходы, руб.	94 379 676	123 963 738
Производственные расходы, руб.	307 113 885	403 381 181
Коммерческие расходы, руб.	43 354 192	56 943 909
Накладные расходы, руб.	5 528 804	7 261 852
Прибыль, руб.	20 129 825	26 439 680

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Методом цепных подстановок поочередно заменяем каждый фактор, рассчитываем влияние изменений факторов на экспортную прибыль предприятия и сравниваем каждый полученный результат с предыдущим по следующей формуле:

$$\Delta\Pi = \Pi_{\text{эк}(i)} - \Pi_{\text{эк}(1-i)}$$

Рассчитаем базовую прибыль:

$$P_{\text{баз}} = 470\,506\,382 - (94\,379\,676 + 307\,113\,885 + 43\,354\,192 + 5\,528\,804) = 20\,129\,825 \text{ руб.}$$

Изменим первый фактор – экспортную выручку от продаж:

$$P_1 = 617\,990\,359 - (94\,379\,676 + 307\,113\,885 + 43\,354\,192 + 5\,528\,804) = 167\,613\,801 \text{ руб.}$$

$$\Delta P_1 = 167\,613\,801 - 20\,129\,825 = 147\,483\,976 \text{ руб.}$$

Увеличение выручки при прочих равных условиях увеличивает базовую экспортную прибыль на 147 483 976 руб. (733 %).

Изменим второй фактор – постоянные расходы:

$$P_2 = 617\,990\,359 - (123\,963\,738 + 307\,113\,885 + 43\,354\,192 + 5\,528\,804) = 138\,029\,740 \text{ руб.}$$

$$\Delta P_2 = 138\,029\,740 - 167\,613\,801 = -29\,584\,062 \text{ руб.}$$

Увеличение выручки и постоянных расходов приводит к увеличению базовой экспортной прибыли на 29 584 062 руб. (586 %).

Изменим третий фактор – производственные расходы:

$$P_3 = 617\,990\,359 - (123\,963\,738 + 403\,381\,181 + 43\,354\,192 + 5\,528\,804) = 41\,762\,444 \text{ руб.}$$

$$\Delta P_3 = 41\,762\,444 - 138\,029\,740 = -96\,267\,295 \text{ руб.}$$

Увеличение выручки, постоянных и производственных расходов приводит к увеличению базовой экспортной прибыли на 96 267 295 руб. (107 %).

Изменим четвертый фактор – коммерческие расходы:

$$P_4 = 617\,990\,359 - (123\,963\,738 + 403\,381\,181 + 56\,943\,909 + 5\,528\,804) = 28\,172\,727 \text{ руб.}$$

$$\Delta P_4 = 28\,172\,727 - 41\,762\,444 = -13\,589\,717 \text{ руб.}$$

Увеличение выручки, постоянных, производственных и коммерческих расходов приводит к увеличению базовой экспортной прибыли на 13 589 717 руб. (40 %).

Изменим пятый фактор – накладные расходы:

$$П_5 = 617\,990\,359 - (123\,963\,738 + 403\,381\,181 + 56\,943\,909 + 7\,261\,852) = 26\,439\,680 \text{ руб.}$$

$$\Delta П_4 = 26\,439\,679 - 28\,172\,727 = -1\,733\,048 \text{ руб.}$$

Увеличение выручки, постоянных, производственных, коммерческих и накладных расходов приводит к увеличению базовой экспортной прибыли на 1 733 048 руб. (31 %).

Рассчитаем общее изменение экспортной прибыли:

$$\Delta П_{\text{общ}} = 26\,439\,679 - 20\,129\,825 = 6\,309\,854 \text{ руб.}$$

Балансовая проверка:

$$\Delta П_{\text{экс(общ)}} = 147\,483\,976 - 29\,584\,062 - 96\,267\,295 - 13\,589\,717 - 1\,733\,048 = 6\,309\,854 \text{ руб. (верно).}$$

Все расчетные показатели представлены в таблице 15:

Таблица 15 – Показатели факторного анализа

	П <sub>баз</sub>	П <sub>1</sub>	П <sub>2</sub>	П <sub>3</sub>	П <sub>4</sub>	П <sub>5</sub>
Изменение, руб.	20 129 825	167 613 801	138 029 740	41 762 444	28 172 727	26 439 680
Изменение, %	-	733	586	107	40	31
ΔП	-	147 483 976	-29 584 062	-96 267 295	-13 589 717	-1 733 048

Графически данные показатели представлены на рисунке 16:

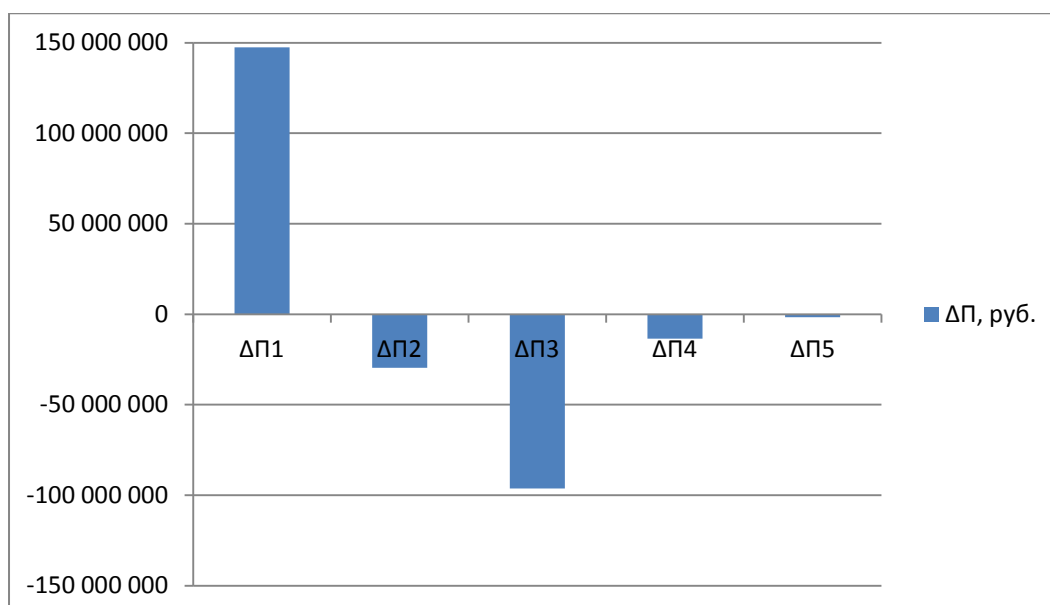


Рисунок 16 – Влияние каждого фактора на базисную прибыль

Из выше представленных данных можно сделать вывод, что в наибольшей степени на результативный показатель влияет увеличение выручки ( $\Delta\Pi_1$ ), в меньшей степени – увеличение накладных расходов ( $\Delta\Pi_5$ ). Также оказывают влияние постоянные ( $\Delta\Pi_2$ ), производственные ( $\Delta\Pi_3$ ) и коммерческие расходы ( $\Delta\Pi_4$ ).

Выводы по второй главе.

В аналитической части выпускной квалификационной работы были проведены все необходимые расчеты для определения эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром». Анализ динамики и структуры экспорта позволил выявить крупнейших контрагентов предприятия (Казахстан, Таджикистан и Туркмения) и группы товаров, составляющих основную долю в структуре экспорта.

Расчет удельных весов основных экономических показателей – выручки, прибыли и себестоимости – показал долю экспорта в общем объеме всех экономических показателей предприятия.

Анализ эффективности экспортной деятельности показал уменьшение всех основных экспортных показателей за период 2016-2017 гг.

Факторный анализ показал, насколько каждый фактор влияет на экспортную прибыль предприятия.

Для укрепления финансового состояния необходимо искать пути повышения эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром».

## 3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

### 3.1 Основные направления повышения эффективности экспортной деятельности

Эффект внешней торговли основан на реализации выгод за счет различий между национальной и интернациональной стоимостью товаров. Необходимым условием эффективности экспорта является превышение экспортной выручки над затратами на производство и реализацию продукции на внешнем рынке.

При планировании, реализации и анализе результатов внешнеторговой деятельности осуществляется оценка и выявление путей повышения ее эффективности. Оценка результативности решений по управлению ВЭД предприятия может осуществляться с помощью факторного, расчетного, экспертного и других методов. Сущность факторного метода заключается в выявлении факторов, влияющих на эффективность, и установлении взаимосвязи между данными факторами и результатами осуществления внешнеторговой деятельности.

В зависимости от степени контроля предприятия факторы подразделяются на контролируемые и неконтролируемые.

Неконтролируемые факторы – это те элементы окружающей среды, которые не могут управляться предприятием. Например, экономическая и политическая обстановка, законодательство и другие факторы.

Контролируемые факторы характеризуются уровнем финансовых затрат и временем для их изменения.

Факторы, которые предприятие имеет возможность контролировать и изменять с целью повышения эффективности [14, 25]:

- перечень внешних рынков сбыта, на которых работает предприятие;
- доля предприятия на рынке;
- конкурентные стратегии предприятия;



- информационное обеспечение ВЭД;
- условия сделок, заключаемых предприятием;
- экспортный потенциал предприятия;
- качество и адаптация продукции к требованиям покупателей на внешних рынках;
- ассортимент продукции;
- организация системы сбыта предприятия;
- затраты на производство и реализацию продукции;
- ценовая политика;
- качество менеджмента.

Факторный анализ экспортной прибыли от продаж показал, что одним из факторов, которые оказывают влияние на прибыль, являются коммерческие расходы. Коммерческие расходы – это затраты, которые связаны с отгрузкой и реализацией товаров. Они включают стоимость тары, приобретаемой на стороне, при затаривании на складах, оплату упаковки изделий сторонними организациями, расходы на доставку продукции до места, обозначенного в договоре, погрузку в транспортные средства, оплату транспортно-экспедиционных организаций, комиссионные сборы и отчисления, затраты на рекламу, прочие расходы по сбыту.

В качестве направления повышения эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром» можно предложить снижение коммерческих расходов путем оптимизации системы сбыта предприятия.

Основными элементами сбытовой политики являются следующие:

- транспортировка продукции (её физическое перемещение от производителя к потребителю);
- доработка продукции (подбор, сортировка, сборка готового изделия и прочее, что повышает степень доступности и готовности продукции к потреблению);
- хранение продукции (организация создания и поддержание необходимых её запасов);

–контакты с потребителями (действия по физической передаче товара, оформлению заказов, организации платёжно-расчетных операций, юридическому оформлению передачи прав собственности на товар, информированию потребителя о товаре и фирме, а также сбору информации о рынке).

В структуре выручки реализованной продукции (рисунок 12) расходы на транспортировку автомобильным и железнодорожным транспортом занимают существенную долю – 8,6 % ( $\approx 9\%$ ). Основными контрагентами ООО «Объединение «Союзпищепром» являются Казахстан, Таджикистан и Туркмения.

С целью увеличения прибыли от экспортной деятельности предприятия предлагается снизить затраты на транспортировку продукции из Челябинска до основных контрагентов.

### 3.2 Мера по повышению эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром»

ООО «Объединение «Союзпищепром» использует два вида транспорта при доставке продукции на экспорт – автомобильный и железнодорожный.

Расчет расходов на транспортировку продукции авто- и железнодорожным транспортом по основным контрагентам представлен в таблице 16.

Таблица 16 – Расчет расходов на транспортировку продукции в год

Вид транспорта	Страна	Средний объем экспорта, кг	Среднее расстояние до места поставки, км	Расходы на транспортировку, руб.	Итого расходы, руб.
Автотранспорт	Казахстан	9 909 490 ( $\approx 9909$ тонн)	1000	15 970 927	27 580 316
Железнодорожный транспорт				11 609 389	
Автотранспорт	Таджикистан	2 504 264 ( $\approx 2 504$ тонны)	2700	2 807 321	2 807 321
Железнодорожный транспорт				2 037 011	
Автотранспорт	Туркмения	2 387 464 ( $\approx 2 387$ тонны)	3000	2 990 902	5 161 122
Железнодорожный транспорт				2 170 220	
Итого:					35 548 759

Источник: по данным внутренней отчетности ООО «Объединение «Союзпищепром»

Проанализировав рынок грузовых перевозок, выяснили, что безусловным лидером является перевозка грузов автомобилями различной грузоподъемности. Причины популярности использования автотранспорта для доставки грузов довольно проста и основные из которых, это: доступность, дешевизна и скорость перемещения грузов [18, 19, 21, 22, 23, 24].

По данным нескольких транспортных компаний средний тариф за грузоперевозку автотранспортом грузоподъемностью 10 тонн составляет 27 рублей за километр, грузоподъемностью до 3 тонн составляет 12 рублей за километр.

Расходы на транспортировку груза при замене железнодорожного транспорта на автотранспорт представлены в таблице 17:

Таблица 17 – Расчет стоимости транспортировки груза при замене железнодорожного транспорта на автотранспорт

Вид транспорта	Страна	Средний объем экспорта, кг	Среднее расстояние до места поставки, км	Расходы на транспортировку, руб.	Итого расходы, руб.
Автотранспорт	Казахстан	9 909 490 (≈9909тонн)	1000	15 970 927	15 997 927
Железнодорожный транспорт				27 000	
Автотранспорт	Таджикистан	2 504 264 (≈2 504 тонны)	2700	2 807 321	2 839 721
Железнодорожный транспорт				32 400	
Автотранспорт	Туркмения	2 387 464 (≈2 387 тонны)	3000	2 990 902	3 026 902
Железнодорожный транспорт				36 000	
				Итого:	21 864 550

Рассчитаем величину изменения расходов на транспортировку груза при замене железнодорожного транспорта на автотранспорт:

$$\Delta P = P_1 - P_2,$$

Где  $P_1$  – расходы на транспортировку из Челябинска до основных контрагентов с использованием авто- и ж/д транспорта;

$P_2$  – расходы на транспортировку с учетом изменений способа доставки продукции.

$$\Delta P = 35\,548\,759 - 21\,864\,550 = 13\,684\,209 \text{ руб.}$$

Рассчитаем экономический эффект от снижения величины расходов на транспортировку груза.

Экспортная прибыль при использовании авто- и ж/д перевозок до применения меры:

$$\begin{aligned} P_{\text{экс}} &= V_{\text{экс}} - (Z_{\text{пост}} + \text{ПР} + \text{КР} + \text{НР}) \\ &= V_{\text{экс}} - \left( Z_{\text{пост}} + \text{ПР} + (\text{КР}_{\text{авто}} + \text{КР}_{\frac{\text{ж}}{\text{д}}} + \text{гсм и дизтопливо}) + \text{НР} \right) \end{aligned}$$

$$P_{\text{экс}} = 617\,990\,359 - (123\,963\,738 + 403\,381\,181 + 56\,943\,909 + 7\,261\,852) = 26\,439\,680 \text{ руб.}$$

Экспортная прибыль при использовании автоперевозок после применения меры:

$$P_{\text{экс}} = 617\,990\,359 - (123\,963\,738 + 403\,381\,181 + 25\,656\,530 + 7\,261\,852) = 57\,727\,058 \text{ руб.}$$

$$\Delta P = 57\,727\,058 - 26\,439\,680 = 31\,287\,379 \text{ руб.}$$

На основании приведенных выше расчетов можно сделать вывод, что изменение способа доставки грузов в качестве предложенной меры по повышению эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром» является эффективным направлением увеличения прибыли на величину 31 287 379 руб.

Вывод по третьей главе.

В проектной части выпускной квалификационной работы были рассмотрены основные направления повышения эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром». Была предложена мера снижения расходов на транспортировку грузов за счет модернизации системы сбыта предприятия.

Проанализировав величину расходов при каждом способе доставки, рассчитали величину изменения расходов на транспортировку груза при использовании нового способа доставки и определили экономический эффект от принятой меры по повышению эффективности экспортной деятельности. Эффект заключается в росте экспортной прибыли на 31 287 379 руб.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внешнеэкономическая деятельность является одной из важнейших сфер деятельности государства и отдельных предприятий. Развитие внешнеэкономической деятельности дает предприятиям возможность использования преимуществ международной кооперации производства, что повышает эффективность их функционирования и расширяет варианты в принятии решений для осуществления своих производственных задач.

В теоретико-методической части выпускной квалификационной работы были рассмотрены сущность и содержание внешнеэкономической деятельности, основные направления и этапы экспортных операций, а также методы анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. На основании теоретических аспектов был разработан алгоритм анализа эффективности экспортных операций, имеющий практическое значение для ООО «Объединение «Союзпищепром».

В аналитической части выпускной квалификационной работы были проведены все необходимые расчеты для определения эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром». Анализ динамики и структуры экспорта позволил выявить крупнейших контрагентов предприятия (Казахстан, Таджикистан и Туркмения) и группы товаров, составляющих основную долю в структуре экспорта.

Расчет удельных весов основных экономических показателей – выручки, прибыли и себестоимости – показал долю экспорта в общем объеме всех экономических показателей предприятия.

Анализ эффективности экспортной деятельности показал уменьшение всех основных экспортных показателей за период 2016-2017 гг. Для укрепления общего финансового состояния необходимо искать пути повышения эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром».

В проектной части выпускной квалификационной работы были рассмотрены основные направления повышения эффективности экспортной деятельности ООО «Объединение «Союзпищепром». Были предложены меры снижения расходов на транспортировку грузов за счет модернизации системы сбыта предприятия.

Проанализировав величину расходов при каждом способе доставки, рассчитали величину изменения расходов на транспортировку груза при использовании нового способа доставки и определили экономический эффект от принятой меры по повышению эффективности экспортной деятельности. Эффект заключается в росте экспортной прибыли на 31 287 379 руб.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон «Об экспортном контроле» от 18.07.1999 N 183-ФЗ (последняя редакция): принят Государственной Думой 22 июня 1999 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
2. Внешнеэкономическая деятельность российских предприятий в условиях глобализации / под общ. ред. С.Н. Растворцевой, В.В. Фаузера. – СПб.: Издательский центр экономического факультета СПбГУ, 2011. – 116 с.
3. Покровская, В.В. Внешнеэкономическая деятельность: учебник для бакалавриата и магистратуры / В.В. Покровская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2014. – 731 с.
4. Внешнеэкономический толковый словарь. – М.: ИНФРА–М, Термика. И. П. Фаминский. 2001. –
5. Как экспортировать: пособие для начинающих экспортеров / Министерство экономического развития Российской Федерации. – Москва, 2014. – 94 с.
6. Учебное пособие для начинающих экспортеров/ АО Российский экспортный центр.– Москва, 2016.– 102 с.
7. Покровская, В.В. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности: учебник / В.В. Покровская. – М.: Юристъ, 1999. – 456 с.
8. Растворцева, С.Н. Внешнеэкономическая деятельность российских предприятий в условиях глобализации / под общ.ред. С.Н. Растворцевой, В.В. Фаузера. – СПб.: Издательский центр экономического факультета СПбГУ, 2011. – 116 с.
9. Стровский, Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник / Л.Е. Стровский – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 498 с.
10. Шишкеедова, Н.Н. Экспорт и импорт / Н.Н. Шишкеедова // Учет и налоги (под ред. И. А. Толмачева). – М.: "ГроссМедиа: РОСБУХ", 2008 г. №5 – 193 с.



11. Батманова, В.В. Теоретико-методологические подходы к определению экспортной деятельности при вступлении России в ВТО / В.В. Батманова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №14. – с. 25–31
12. Бондаренко, А.В. Теоретические подходы к понятию и оценке эффективности экспортной деятельности предприятия / А.В. Бондаренко // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – №15 – с. 36–45
13. Гашева, Е.В. Сущность и особенности экспортных операций как объекта наблюдения учета / Е.В. Гашева // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2014. – №4 (53). – с. 55-63
14. Гизатуллина, С.В. Методы стимулирования экспорта / С.В. Гизатуллина // Вестник ВУиТ. – 2010. – №21. – с. 45-55
15. Круглов, В.С. Анализ факторов экспортной деятельности промышленных предприятий / В.С. Круглов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2007. – №16. – с. 65-71
16. Морозова, Е.В. Таможенное оформление и анализ экспортных операций / Е.В. Морозова // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №43. – с. 98-111
17. Официальный сайт ООО «Объединение «Союзпищепром» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.spp.ru](http://www.spp.ru).
18. Перевозки догрузом по России и СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [roputno.org](http://roputno.org).
19. Перевозки попутными машинами и ж/д транспортом по России, СНГ и Европе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [skorovozoff.ru](http://skorovozoff.ru).
20. Темнышова, Е.П. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебное пособие / Е.П. Темнышова и др.; под ред. И.Н. Иванова. – М.: ИНФРА-М, 2012. [Электронный ресурс]– Режим доступа: [znanium.com](http://znanium.com).
21. Транспортно-информационный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.sit-trans.com](http://www.sit-trans.com).

22. Транспортная компания Аэродар [Электронный ресурс].–Режим доступа:[www.aerodar.ru](http://www.aerodar.ru).

23. Транспортные перевозки [Электронный ресурс]. –Режим доступа:[lossnay.ru](http://lossnay.ru).

24. Транспортно-экспедиционная компания «Действия» [Электронный ресурс]. - Режим доступа:[your-actions.ru](http://your-actions.ru).

25. Шестопалова, Н. С. Факторы эффективности внешнеторговой деятельности предприятия / Н.С. Шестопалова // Вестник МГУЛ – Лесной вестник. – 2011. – №1. – с. 55-69

## Приложение А

### Отчет о финансовых результатах, руб.

Наименование показателя	Код строки	За 2017 год	За 2016 год
Выручка			
Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.	2110	5 755 340 000	3 414 936 000
Себестоимость продаж	2120	(4 075 761 000)	(2 513 164 000)
Валовая прибыль (убыток)	2100	1 679 579 000	901 772 000
Коммерческие расходы	2210	(806 475 000)	(581 955 000)
Управленческие расходы	2220	(343 880 000)	(146 228 000)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	529 224 000	173 589 000
Доходы от участия в других организациях	2310	1 797 000	597 000
Проценты к получению	2320	18 208 000	18 551 000
Проценты к уплате	2330	(42 459 000)	(19 378 000)
Прочие доходы	2340	487 089 000	143 617 000
Прочие расходы	2350	(562 623 000)	(142 134 000)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	431 236 000	174 842 000
Текущий налог на прибыль	2410	(107 230 000)	(34 777 000)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	(21 142 000)	(5 089 000)
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	8 593 000	5 423 000
Изменение отложенных налоговых активов	2450	434 000	144 000
Прочее	2460	166 000	4 000
Чистая прибыль (убыток)	2400	315 681 000	134 782 000
Совокупный финансовый результат периода	2500	0	0