

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Кафедра «Социология, экономическая теория и международные процессы»

Специальность

38.05.02 «Таможенное дело»

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему

«Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли (на примере ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»)»

Студент

Клейменова
Юлия
Равиленна

подпись, дата

Руководитель

Зубков А. Б.

подпись, дата

Нормоконтролер

Корж Н. В.

подпись, дата

Рецензент

Доцент кафедры «Экономика и управление»
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный технологический университет»

Козина Е. В.

подпись, дата

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Рожкова Л.В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Корж Н. В.

подпись, дата

Пенза 2024

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Социология, экономическая теория и международные процессы»
Специальность 38.05.02 «Таможенное дело»

«УТВЕРЖДАЮ»:

зав. кафедрой

д.с.н., проф. Рожкова Л. В.

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
НА ДИПЛОМНУЮ РАБОТУ
Студенту Клейменовой Ю.Р., группы 19ЭД1, обучение очное
(фамилия, имя, отчество)

1. Тема дипломной работы: «Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли (на примере ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»)»
утверждена приказом по ФГБОУ ВО «ПГУ» № от «03» ноября 2023 г. №1101 а/о
2. Срок сдачи студентом законченной работы 01.06.2024 г.
3. Основные источники, необходимые для написания работы: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.
4. Перечень подлежащих разработке вопросов: понятие и общая характеристика внешнеэкономической деятельности предприятий; особенности и принципы внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли; нормативно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли; организационно-экономическая характеристика и анализ внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»; проблемы и недостатки в управлении внешнеэкономической деятельностью предприятия; предложения по совершенствованию внешнеэкономической деятельности фабрики;
5. Перечень графического материала: таблицы, рисунки.
6. Дата выдачи задания: 06.11.2023

Руководитель _____ / А. Б. Зубков /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____ / Ю. Р. Клейменова /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Календарный план разработки дипломной работы

№ п/п	Наименование разделов	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1	Подбор и изучение литературы	06.11.2023 – 03.12.2024	Выполнено
2	Составление плана ВКР	04.12.2024 10.12.2024	Выполнено
3	Написание Главы 1	11.12.2023- 10.01.2024	Выполнено
4	Проверка 1- й главы руководителем и доработка ее по замечаниям руководителя	11.01.2024- 21.01.2024	Выполнено
5	Написание Главы 2	22.01.2024- 25.02.2024	Выполнено
6	Проверка 2- й главы руководителем и доработка ее по замечаниям руководителя	26.02.2024- 03.03.2024	Выполнено
7	Написание Главы 3	04.03.2024- 07.04.2024	Выполнено
8	Проверка 3- й главы руководителем и доработка ее по замечаниям руководителя	08.04.2024- 14.04.2024	Выполнено
9	Написание введения и заключения, представление законченной работы руководителю	15.04.2024- 21.04.2024	Выполнено
10	Проверка руководителем законченной работы	22.04.2024- 05.05.2024	Выполнено
11	Оформление ВКР	06.05.2024- 19.05.2024	Выполнено
12	Сдача ВКР нормоконтролеру, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	20.05.2024- 29.05.2024	Выполнено
13	Ознакомление с отзывом руководителя, рецензией	30.05.2024- 31.05.2024	Выполнено
14	Представление законченной дипломной работы, передача в ГЭК	01.06.2024	Выполнено

Руководитель _____ / А. Б. Зубков/

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 70 страниц, 3 главы, 13 рисунков, 10 таблиц, 52 литературных источника, 2 приложения

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПРЕДПРИЯТИЯ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ, ОРГАНИЗАЦИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ.

Объект исследования – внешнеэкономическая деятельность ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

Цель работы заключается в проведении анализа внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», выявлении недостатков и совершенствования деятельности.

Методологической основой дипломной работы являются экономико-математические методы, статистическое наблюдение, анализ и метод сравнения, что позволило получить достоверные научные знания, а также достаточно полно организовать научный поиск с целью достижения цели и решения поставленных задач.

Результаты работы: рассмотрены понятие и общая характеристика внешнеэкономической деятельности предприятий; обоснованы особенности и принципы внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли; изучено нормативно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли; рассмотрена организационно-экономическая характеристика и проанализирована внешнеэкономическая деятельность ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»; выявлены проблемы и недостатки в управлении внешнеэкономической деятельностью предприятия; разработаны предложения по совершенствованию внешнеэкономической деятельности фабрики;

Практическая значимость дипломной работы заключается в применении рекомендаций по совершенствованию внешнеэкономической деятельности кондитерской фабрики.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ.....	9
1.1 Внешнеэкономическая деятельность предприятий: понятие и общая характеристика.....	9
1.2 Особенности и принципы внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли.....	15
1.3 Нормативно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли.....	23
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ПЕНЗЕНСКАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА».....	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».....	28
2.2 Анализ принятых подходов к организации и оценка эффективности внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».....	36
2.3 Выявленные проблемы и недостатки в управлении внешнеэкономической деятельностью ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».....	43
ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «ПЕНЗЕНСКАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА»	50
3.1 Разработка предложений по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».....	50
3.2 Оценка экономической эффективности от практической реализации предложенных мероприятий.....	58

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	67
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	73

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях хозяйствования для достижений поставленных целей в сфере внешнеэкономической деятельности предприятия возникает необходимость в ее управлении, которое включает принятие решений, связанных с определением возможностей выхода предприятий на внешние рынки и пониманием требований потребителей других стран.

Кондитерская промышленность является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей пищевой промышленности в современных условиях. Российские кондитерские предприятия, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность, активно выходят на зарубежные рынки, а производимая ими продукция пользуется большим спросом.

В настоящее время в условиях нестабильной политической ситуации на международном уровне и антироссийских санкций, отечественные предприятия вынуждены использовать все имеющиеся ресурсы и мощности чтобы пережить нехватку зарубежного сырья и найти новых поставщиков или же сориентироваться на новые рынки сбыта, что свидетельствует о высокой актуальности избранной проблематики исследования.

Наибольшие трудности приходится преодолевать предприятиям-участникам ВЭД. В их число входит и ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», которая является частью холдинга «Объединенные кондитеры». Предприятие на протяжении многих лет занимает лидирующие позиции по производству и экспорту кондитерских изделий в Пензенской области и продолжает успешно функционировать даже в суровых условиях санкций, внезапно принимаемых всевозможных запретов и ограничений по отношению к странам, с которыми заключены международные торговые контракты.

Целью выпускной квалификационной работы является проведение анализа внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», выявление недостатков и совершенствование деятельности.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие и общую характеристику внешнеэкономической деятельности предприятий;
- обосновать особенности и принципы внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли;
- изучить нормативно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли;
- рассмотреть организационно-экономическую характеристику и провести анализ внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»;
- выявить проблемы и недостатки в управлении внешнеэкономической деятельностью предприятия;
- разработать предложения по совершенствованию внешнеэкономической деятельности фабрики;
- оценить экономическую эффективность от практической реализации предложенных мероприятий.

Объектом исследования является ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

Предметом исследования является внешнеэкономическая деятельность ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

В решении поставленных задач применялись следующие методы исследования: экономико-математические методы, статистическое наблюдение, анализ и метод сравнения, что позволило получить достоверные научные знания, а также достаточно полно организовать научный поиск с целью достижения цели и решения поставленных задач.

Работа состоит из введения, трех глав, восьми параграфов, заключения и списка использованных источников.

Во введении определены актуальность, цель, задачи, объект, предмет и методы исследования.

Первая глава носит информацию по теоретическо-правовым и организационным основам внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли.

Вторая глава посвящена анализу организационной структуры, внешнеэкономической деятельности, а также существующим проблемам на предприятии ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

В третьей главе обозначены предложения по совершенствованию внешнеэкономической деятельности фабрики и дана оценка экономической эффективности от практической реализации предложенных мероприятий.

В заключении даны выводы по результатам всего исследования.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

1.1 Внешнеэкономическая деятельность предприятий: понятие и общая характеристика

Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) предприятий занимает все более важную роль в развитии научно-производственного, социально-культурного потенциала страны, повышении уровня жизни населения. Все активнее и активнее в нее включаются заинтересованные предприятия.

В настоящее время происходит повсеместная интеграция капиталов на международном рынке, увеличение предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, которая является одной из основных форм экономических связей России с иностранными государствами.

Ее специфика состоит, прежде всего, в том, что участники ВЭД при заключении внешнеторговых сделок должны исходить не только из собственных интересов, но и не противоречить интересам государства.

Под принципами ВЭД предприятия понимается совокупность правил внешнеэкономической деятельности, а также деятельность предприятия в целом, с целью формирования, построения, функционирования и развития систем и процессов выхода на внешние рынки. Основной целью данного понятия является осуществление данных правил для получения максимальной прибыли от выхода на внешнеэкономическую деятельность.

В основе механизма регулирования ВЭД предприятия лежат несколько основных принципов, которые тесно пересекаются с основными принципами ВЭД кондитерской отрасли - рисунок 1 [15, С. 132].

Основными принципами ВЭД предприятия выступают следующие принципы.

Экономическая свобода предприятия при наличии собственных финансовых и технических возможностей.

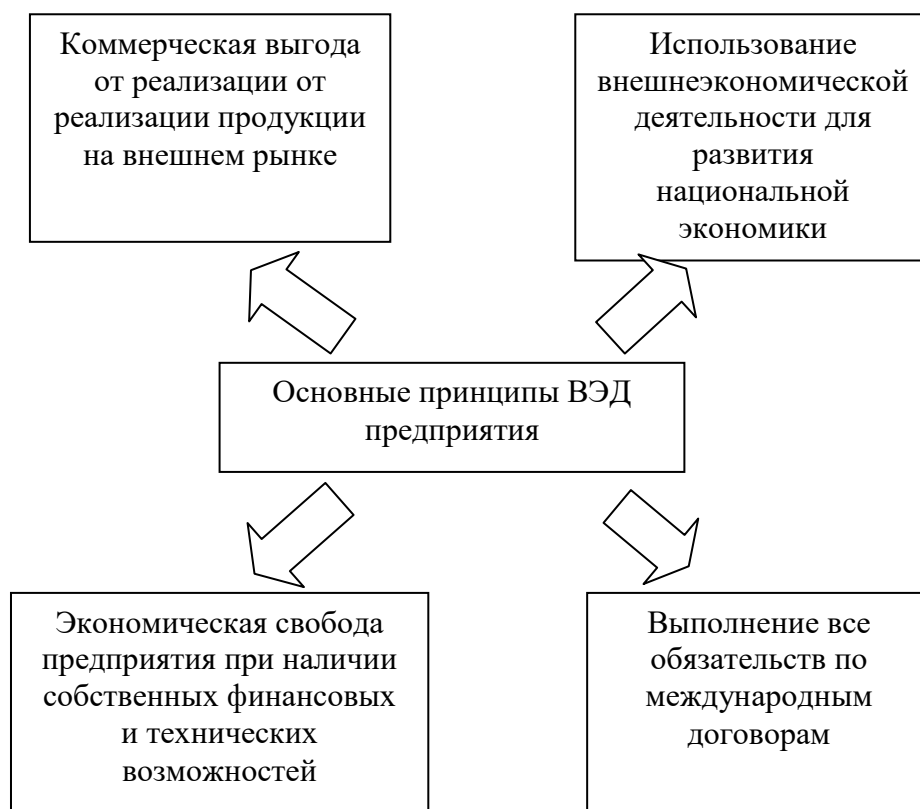


Рисунок 1 – Основные принципы ВЭД предприятия [15, С. 132]

Представляет собой самостоятельную деятельность, при которой возможно без ограничений принимать решения по выбору:

- внешнего рынка;
- ассортимента производства товара для экспортно-импортной сделки;
- цены товара для экспортно-импортной сделки;
- стоимости контракта сделки;
- сроках поставок и объемов продукции.

Такие решения обязаны соответствовать действующему законодательству РФ и стран-контрагентов. Для данного принципа характерна самостоятельность предприятия в его финансовых и технических возможностях. Но при этом, предприятие обязано нести полную ответственность за свою деятельность. Если ее ничем не ограничивать, то деятельность предприятий может нанести вред окружающей среде и

обществу, поэтому требования потребителей, защитников окружающей среды, стран-контрагентов и правительства РФ должны четко выполняться.

Коммерческая выгода от реализации продукции на внешнем рынке.

Под данным принципом понимается любой доход от продажи своих услуг и товаров, для получения максимальной прибыли с помощью ВЭД. Компонентами коммерческой выгоды являются:

- изучение внешнего рынка товаров и услуг и его особенностей формирования;
- проведение мероприятий по продвижению товаров и услуг потребителям внешнего рынка, путем маркетинговых стратегий;
- установление контрактов по экспорту и импорту товаров и услуг.

Если смотреть со стороны предприятия, для него выгодой является доход, который он получает от сделки, а с точки зрения покупателя это товар и услуги, которые удовлетворяют его потребности.

При сопоставлении выручки с суммой всей совокупности затрат, получаем финансовый результат, который показывает коммерческую прибыль. На основании этого результата делается вывод о коммерческой выгоде предприятия от ВЭД [19, С. 98].

Выполнение всех обязательств по международным договорам. Участвовать в ВЭД может любое юридическое лицо или физическое лицо. Внешнеэкономическую деятельность, предприятие может осуществлять при заключении международной сделки.

Международной сделкой является соглашение, в котором одна сторона является иностранным физическим или юридическим лицом и, в котором прописаны операции по экспорту-импорту товаров на взаимных правах и обязанностях сторон.

Основные обязательства, которые предусмотрены в международных соглашениях:

– покупатель обязан уплатить цену за товар в установленный срок, если обязательства проигнорированы, то начисляется процент на возмещение убытков в связи с просрочкой платежа;

– должны быть четко прописаны разделы контракта (предмет, цена, сумма, условия платежа, срок поставки, форс-мажорные обстоятельства, санкции, адреса покупателя и продавца, подписи сторон и прочие условия).

– все разделы в соглашении должны соответствовать нормам международных правовых актов.

Использование внешнеэкономической деятельности для развития национальной экономики. Под данным принципом понимается построение эффективной модели управления организацией, так как условием повышения результативности ВЭД служит совершенствование принятия управленческих решений.

Во-первых, ВЭД предприятий важна потому, что она приносит государству дополнительные поступления в государственный бюджет благодаря экспорту, к таким поступлениям относятся: акцизы; НДС; таможенные сборы; неналоговые поступления.

Во-вторых, благодаря внешнеэкономическим связям происходит развитие технологического уровня за счет импорта современных технологий и техники, благодаря этому снижаются затраты на исследовательские и конструкторские работы.

В-третьих, выход продукции за счет долгосрочного производственного сотрудничества и прочных связей с иностранными партнерами на мировые рынки, способствует производству конкурентной продукции и развития данной отрасли внутри страны.

Кондитерская отрасль является одной из самых развитых в пищевой промышленности и имеет мощный потенциал. Она включает в себя ряд особенностей для предприятий, осуществляющих ВЭД – рисунок 2 [19, С. 132].

Разберем более подробно основные особенности ВЭД предприятий кондитерской отрасли, представленных на рисунке 2.

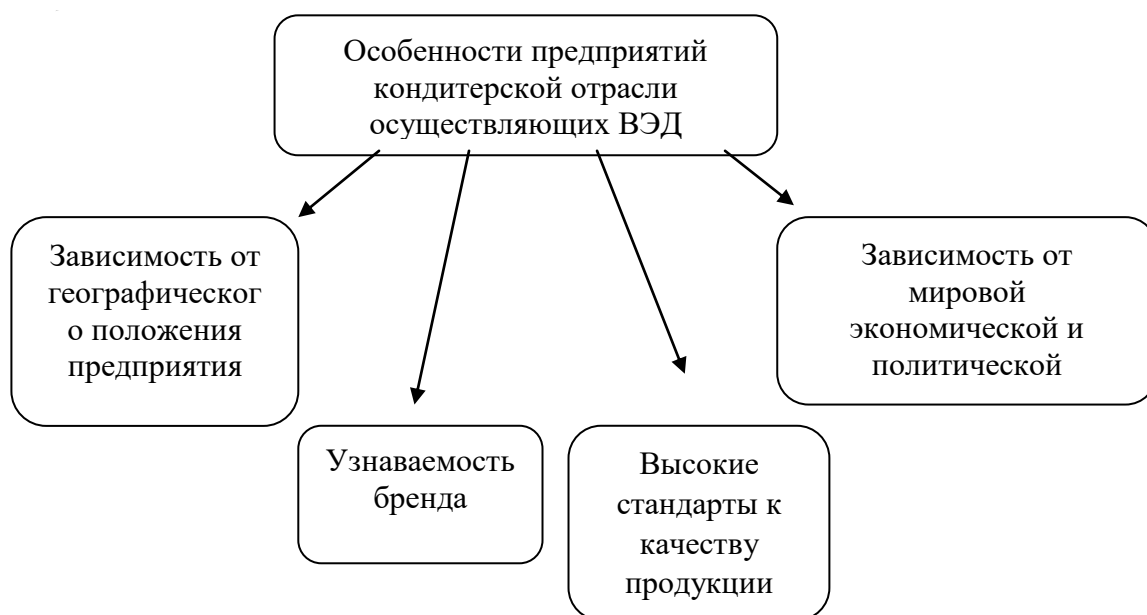


Рисунок 2 – Особенности ВЭД предприятий кондитерской отрасли
[19, С. 132]

Предприятия, которые ведут ВЭД, имеют более высокую зависимость от географического положения, чем предприятия, торгующие на внутреннем рынке.

Например, если для своей продукции предприятие импортирует сырье, то стоимость такого сырья напрямую зависит от расстояния, на которое будет необходимо его перевезти. А здесь уже включается фактор не только удобного расположения предприятия внутри государства, но и фактор расположения государства относительно стран-импортеров сырья для кондитерской отрасли.

Помимо стран-импортеров, нужно обратить внимание и на страны куда предприятие экспортирует собственную продукцию. Здесь возникают различные сложности с логистикой доставки, так как короткий срок годности некоторой продукции сужает экспортируемый ассортимент.

Узнаваемость бренда. Для предприятия любой отрасли, в том числе и кондитерской, большую роль играет узнаваемость бренда. ВЭД предприятий позволяет повысить узнаваемость бренда на внешнем рынке, а как следствие, увеличить продажи. Однако продажи растут не прямо пропорционально узнаваемости, такую зависимость, скорее, можно охарактеризовать как экспоненциальная. Большая известность бренда увеличивает спрос не только на внешнем, но и на внутреннем рынке.

Высокие стандарты и требования к качеству кондитерских изделий рассмотрены в приложении А. При нарушении условий производства, перевозки и хранения, кондитерские изделия могут стать причиной различных заболеваний. В условиях оценки кондитерской продукции учитываются:

- гигиенические нормы, к которым относятся показатели безопасности и пищевой ценности;
- потребительские свойства, которые зависят от изделия, а точнее форма, вид, структура, вкус должны соответствовать техническому регламенту или ГОСТу.

Предприятия, которые ведут ВЭД обязаны соответствовать высоким стандартам, установленным в других странах. Это и является одной из особенностей ВЭД предприятий.

Зависимость от мировой экономической и политической обстановки. Обусловлена политическими разногласиями стран и экономической зависимостью от мировой экономики. Введение санкций на любые импортируемые продукты для кондитерского производства отрицательно повлияют, как на производителя, так и на покупателя. Производитель будет искать новых поставщиков сырья, сырье будет дорожать, соответственно и цена на готовую продукцию увеличится.

Для кондитерских предприятий, осуществляющих ВЭД, данная особенность является серьезной проблемой, так как она ограничивает

предприятие и создает нестабильное положение и зависимость от факторов, не связанных с самим предприятием [17, С. 163].

Таким образом, можно сделать вывод, что ВЭД предприятий кондитерской отрасли играет большую роль в экономике РФ. А принципы и особенности предприятий кондитерской отрасли, осуществляющих ВЭД формируют правила, которые обеспечивают четкое понимание данной отрасли и ее сложности, благодаря которым оказывается влияние на качество развития экономики.

1.2 Особенности и принципы внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли

В современных условиях хозяйствования наблюдается тенденция роста кондитерской промышленности, как на внутреннем, так и на мировом рынках. Растут масштабы данного вида деятельности, растет ежегодный спрос на кондитерскую продукцию, благодаря которому кондитерская отрасль оказывает большое влияние на развитие экономики страны. Под кондитерской промышленностью понимаются, прежде всего, предприятия пищевой промышленности, которые производят кондитерские изделия на специализированных фабриках, заводах, хлебокомбинатах и пищекомбинатах.

Именно поэтому в данных международных экономических условиях, российские предприятия крупного бизнеса, в том числе и кондитерской отрасли, все больше выходят на мировой рынок, заключают международные контракты, закупают товары и оборудование, экспортируют сырье и продукты собственного производства. Таким образом, осуществление подобной деятельности позволяет российским предприятиям становиться участниками внешнеэкономической деятельности (далее ВЭД).

В текущих условиях конкуренции, отечественные производители кондитерской отрасли стараются:

- создавать новые технологические карты;
- модернизировать основные станки;
- повышать квалификацию кадров;
- сокращать время на производство.

Выдержать такую конкуренцию достаточно сложно, особенно, в условиях открытого вопроса об обеспечении устойчивой экономики страны.

Доля пищевой отрасли в общем объёме промышленного производства России составляет 14%. В отраслевой структуре она занимает третье место после топливной промышленности (20%) и машиностроения (19%).

В свою очередь, кондитерская промышленность является одной из наиболее крупных отраслей пищевой промышленности России и составляет 13% от общего объема производства, находясь в одном ряду с хлебопекарской, молочной и мясной отраслями - рисунок 3 [25, С. 203].



Рисунок 3 – Структура отраслей пищевой промышленности РФ, 2023 г.
[25, С. 203]

Таким образом, можно сделать вывод, что кондитерская отрасль является одной из основных в общей доле пищевой промышленности. Развитие и поддержка кондитерских производств будет способствовать улучшению экономического положения страны.

Если обратиться к истории кондитерской отрасли, то первые кондитерские фабрики, а точнее шоколадные фабрики появились в 19 веке, самые известные располагались в Москве, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде. Многие производства в России, после революции 1917 года, были закрыты, а те, что остались, работают и по настоящее время. Среди таких предприятий с многолетней историей можно выделить следующие:

- фабрика «Красный октябрь», которая данное название носит с 1851 года и основателем которой является немец Фердинандо фон Эйнема;
- фабрика «Бабаевская», которое является товариществом Абрикосова;
- фабрика «РОТ ФРОНТ», основание которой приходится на 1826 год;
- фабрика «Большевик», предприятие француза Адольфа Сиу.

А уже в 20 веке появились такие предприятия как: фабрика «Россия», построенная в 1970 году в Самаре. Эта фабрика стала одной из самых масштабных в Европе, но сейчас она принадлежит компании «Nestle».

Фабрика «Ударница» была создана в 1929 году. Некоторые из этих предприятий по-прежнему продолжают работать самостоятельно, но большинство присоединилось к холдингам, например, к такому как «Объединенные кондитеры» [34, С. 166]. Наряду с развитием кондитерской отрасли в России менялись и внешнеэкономические связи. Так в 1987 году появилось понятие ВЭД. Участвовать в ВЭД может любое юридическое лицо или физическое лицо. Внешнеэкономическую деятельность, предприятие может осуществлять при заключении международной сделки. Международная сделка представляет собой соглашение сторон, в которой, во-первых, одна сторона является иностранным физическим или юридическим лицом, во-вторых, в которой указываются все операции по экспорту-импорту товаров на обязанностях сторон и взаимных правах.

Обязательства, которые предусмотрены в международных сделках могут быть следующего характера, покупатель обязан уплатить цену за продукцию в установленные сроки, если обязательства не выполняются, то начисляются проценты на возмещение убытков в связи с просрочкой платежа.

В обязательствах четко прописываются разделы сделок - предмет, цена, сумма, условия платежа, срок поставки, форс-мажорные обстоятельства, санкции, адреса покупателя и продавца, подписи сторон и прочие условия.

Все разделы в соглашении должны соответствовать нормам и требованиям международных правовых актов.

Внешекономическая деятельность предприятий является важным фактором его деятельности потому, что приносит государству дополнительные финансовые поступления в бюджет, благодаря экспортным операциям. К таким поступлениям относятся таможенные сборы, неналоговые поступления, НДС, акцизы.

Происходит развитие технологического уровня в государстве за счет импорта современных технологий и техники, снижаются затраты на исследовательские и конструкторские работы, благодаря внешнеэкономическим связям. Кроме того, производство продукции за счет долгосрочного производственного сотрудничества с иностранными партнерами, способствует производству конкурентоспособной продукции и развития той или иной отрасли внутри страны.

Также под внешнеэкономической деятельностью предприятия понимается хозяйственная деятельность, которая обеспечивает его выход на мировые рынки, ведение успешного экспорта и импорта. Другими словами, это торговля, а точнее торговые отношения с международными рынками нашего национального представителя. В данном случае под торговыми отношениями следует понимать, как покупку и продажу товаров, так и осуществление международных проектов, а также деятельность по кредитам и инвестициям предприятий-участников ВЭД [28, С. 211].

Если перейти к более подробному рассмотрению ВЭД предприятия, то можно увидеть, насколько сильно на нее оказывает влияние внешнеторговые отношения. Именно поэтому построение выгодных внешнеторговых отношений на международном уровне является одной из главных целей ВЭД предприятия (приложение Б).

Внешнеторговой деятельностью предприятия является деятельность, осуществляемая предприятием, совершающим сделки и международную торговлю услугами, товарами, информацией, и объектами интеллектуальной собственности. Если перейти к более подробному рассмотрению ВЭД предприятий кондитерской отрасли, то основными из них в кондитерской отрасли России на сегодняшний день являются предприятия, представленные в таблице 1 [16, С. 85].

Среди данного рейтинга только два предприятия российского происхождения: «Объединенные кондитеры» и ООО «КДВ Воронеж».

Холдинг «Объединенные кондитеры» включает в себя 19 кондитерских предприятий по нашей стране, самые крупные предприятия, которые состоят в данном холдинге были уже выше упомянуты:

- «Красный Октябрь»;
- «Кондитерский концерн Бабаевский»;
- «РОТ ФРОНТ».

Таблица 1 - Список кондитерских предприятий, находящихся на территории России, 2023 г. [16, С. 85]

Предприятие	Известные торговые марки предприятия	Местонахождение
ООО «Нестле Россия» (Швейцария)	KitKat, Nesquik, Nuts, Nestle, «Россия», «Рузанна», «Бон Пари», «Комильфо»	Москва
ЗАО «Ферреро Россия» (Италия)	Ferrero, Raffaello, Kinder Chocolate, Kinder Сюрприз, Nutella, Tic Tac	Московская область

ООО «Объединённые кондитеры» (Россия)	Красный октябрь, Бабаевский, РотФронт, Алёнка, Вдохновение, Коровка, Русский шоколад, Экоботаника, Сладкие истории, Любимое, Почемучка, Felicita, Бодрость	Москва
ООО «Марс» (США)	Bounty, Mars, Snickers, Dove, M&M's, Twix, Milky Way, «А.Коркунов»	Московская область
ООО «КДВ Воронеж»		Томская область
ООО «Ригли» (США)	Орбит, Эклипс, Джуси Фрутт, Хуба Буба, Воронцовские сухарики, Скиттлс, Старберст, Рондо, FIVE	Москва

Данные предприятия владеют известными торговыми марками: «Тульский пряник» ««Алёнка», «Мишка косолапый», «Вдохновение», «Бабаевский», «Красная шапочка», «Коровка» и многими другими. Предприятие ООО «КДВ Воронеж» включает в себя 15 фабрик в России, является производителем кондитерских изделий и снеков. Данное предприятие быстро развивается и следует всем тенденциям современного рынка, активно использует свои мобильные приложения, тем самым привлекая покупателей.

Общую долю экспорта кондитерской продукции составляют мучные и шоколадные изделия. Основными импортерами российской кондитерской продукции являются страны Евразийского экономического союза – таблица 2.

Таблица 2 – Доля стран-импортеров кондитерской продукции ЕАЭС [34, С. 214]

Страны-импортеры кондитерской продукции	Доля импортируемой кондитерской продукции, %
Казахстан	23
Белоруссия	16
Китай	11,3
Азербайджан	6,4
Киргизия	5,1

Из данных, приведенных выше, всего 32% шоколадных изделий и 30% мучных изделий поставляется за границу, хотя на мучные изделия спрос с каждым годом возрастает [34, С. 214].

За последние несколько лет особенно возрос импорт российских кондитерских изделий в Китай, данной стране очень полюбили наши сладости. В Китае российская продукция пользуется спросом и выигрывает в соотношении цены и качества среди европейских и китайских производителей, таким образом, импорт в Китай возрос на 4% и, возможно, вскоре догонит Казахстан и Беларусь. А тем временем, кондитерские предприятия России рассматривают отдельные проекты по Китаю, активно изучают китайский рынок и ищут точки взаимодействия.

Несмотря на достаточно большое производство отечественной кондитерской продукции для внутреннего рынка, в Россию также осуществляется ее импорт. Крупнейшими импортерами являются: Германия, Польша, Италия, Белоруссия, Бельгия и Франция, доля их продукции на нашем рынке составляет почти 60%.

Российский кондитерский рынок достаточно стабилен, и он нацелен на увеличение экспорта своей продукции. Если рассматривать среднесрочную перспективу, то кондитерская отрасль, по оценкам некоторых аналитиков, в своей ВЭД будет показывать 2% роста ежегодно.

Таким образом, внешнеэкономическая деятельность предприятий, это, прежде всего, торговля, а точнее торговые отношения с международными рынками нашего национального представителя. В данном случае под торговыми отношениями следует понимать, как покупку и продажу товаров, так и осуществление международных проектов, а также деятельность по кредитам и инвестициям предприятий-участников ВЭД. Если более подробно рассматривать ВЭД предприятия, то можно увидеть, насколько сильно на нее оказывает влияние внешнеторговые отношения, именно поэтому построение выгодных внешнеторговых отношений на международном уровне является одной из главных целей ВЭД. Внешнеторговая деятельность предприятия,

это деятельность по совершению сделок и международная торговля услугами, товарами, информацией, а также объектами интеллектуальной собственности.

В отношении кондитерской отрасли на современном этапе ее развития, можно сделать вывод о том, что производство кондитерских изделий постоянно совершенствуется, кондитерские предприятия выходят на все новые и новые зарубежные рынки, тем самым, подстраиваются под меняющиеся вкусы и запросы потребителей.

1.3 Нормативно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли

Нормативно-правовое регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий представлено большим числом федеральных законов, а также подзаконными актами. Основным документом, регламентирующим правовую основу внешнеэкономических отношений, определяющим механизм и порядок таможенного контроля является Таможенный кодекс ЕАЭС, который регулирует отношения, связанные с перемещением товаров через таможенную границу Союза, их перевозкой по единой таможенной территории под таможенным контролем, временным хранением, таможенным декларированием, выпуском и использованием в соответствии с таможенными процедурами, проведением таможенного контроля, уплатой таможенных платежей, а также властных отношений между таможенными органами и лицами, реализующими права владения, пользования и распоряжения указанными товарами.

Регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерских предприятий осуществляется с помощью структурированных мер государственного и негосударственного контроля, который необходим в условиях глобализации функционирования мировых товарных рынков.

Производство и реализация кондитерских изделий российских предприятий, осуществляющих ВЭД, регулируются нижеследующим перечнем нормативно-правовых актов.

Конституция РФ, принятая всенародным голосованием 12.12.1993 г. [1]. Она является основой государственного устройства РФ, а также в ней заложена система управления ВЭД. Конституция определяет полномочия: органов государственной власти; органов государственной власти в сфере международной и внешнеэкономической деятельности.

Для решения проблем внешнеэкономических связей в Конституции РФ существуют правовые нормы. Так, согласно ст. 71 данного законодательного

акта к ведению РФ относительно сферы ВЭД отнесены: внешнеэкономические отношения, внешняя политика, международные отношения и международные договоры.

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП) от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 25.12.2023) [5]. Согласно ст. 15.25 данного кодекса, в которой установлена ответственность административного характера за несоблюдение требований актов валютного контроля и регулирования. За нарушение в сфере валютного контроля предусмотрен штраф, который является основной мерой наказания. В главе 16 КоАП РФ прописаны административные правонарушения в области таможенного дела, некоторые из них это:

- незаконное перемещение товаров и(или) транспортных средств через таможенную границу Российской Федерации;
- не декларирование либо недостоверное декларирование товаров и(или) транспортных средств;
- нарушение режима зоны таможенного контроля;
- представление недействительных документов при таможенном оформлении и многие другие.

Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (далее ТК ЕАЭС) (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 12.04.2017) [2]. Данный кодекс был разработан для регулирования порядка перемещения товаров через границы ЕАЭС, в нем прописаны общие положения перемещения товаров, связанные с внешнеэкономической деятельностью стран союза: единая товарная номенклатура, таможенная стоимость, таможенные платежи, таможенная процедура экспорта и многие другие.

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (с изменениями от 19.12.2023) [3], Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.05.2000 № 117-ФЗ (в редакции от 25.12.2023 № 643 – ФЗ) [4].

Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [9] представлен главными целями: обеспечивает выполнение международных договоров РФ, а также иных актов, в соответствии с положениями права ЕАЭС; при осуществлении внешней торговли, обеспечивает экономическую безопасность РФ.

Федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ (с изменениями от 19.12.2023) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [7] определяет принципы государственного регулирования внешнеторговой деятельности, а также полномочия Российской Федерации и её субъектов в сфере ВЭД, которые обеспечивают благоприятные условия и защиту экономических и политических интересов России.

Закон РФ от 21.05.1993 N 5003-1 (ред. от 25.12.2023 № 630-ФЗ) «О таможенном тарифе» [10]. Данный закон обязывает к уплате таможенных платежей при перемещении товаров через таможенную границу ЕАЭС и устанавливает;

- перечень товаров, к которым применяются ставки вывозных таможенных пошлин;
- случаи освобождения от уплаты вывозных таможенных пошлин;
- особенности предоставления тарифных квот и тарифных преференций;
- применение ставок ввозных таможенных пошлин в зависимости от условий их ввоза и страны происхождения товаров.

Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ (с изменениями от 13.07.2020) «О качестве и безопасности пищевых продуктов» [6]. Данный закон направлен на обеспечение безопасности в области качества пищевых продуктов для здоровья человека.

Федеральный закон от 29.06.2015 г. № 162-ФЗ (ред. от 30.12.2020 № 523-ФЗ) «О стандартизации в Российской Федерации» [8] устанавливает правовые основы стандартизации в Российской Федерации.

Национальные стандарты должны соответствовать международным, в первую очередь, ISO. Так, с помощью системы качества серии ISO 9000 и системы безопасности пищевой продукции ISO 22000, достигается выпуск кондитерских изделий высокого качества, так как данные системы являются международными стандартами и инструментом установления параметров пищевой ценности изделия. Соответствие стандартов требованиям технического регламента. Технические регламенты, которые были разработаны и утверждены ЕАЭС, на основе межгосударственных стандартов, действуют и на данный момент.

Применение к кондитерской отрасли технического регламента устанавливает единые требования к: маркировке продукции; производству кондитерских изделий; методам контроля и другие. К данным регламентам относятся:

- Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 N 881 (с изменениями от 14.09.2018) «О принятии технического регламента Таможенного союза «Пищевая продукция в части её маркировки»;

- Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 N 880 (с изменениями от 10.06.2014) «О принятии технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции»;

- Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 20.07.2012 N 58 (с изменениями от 18.09.2014) «О принятии технического регламента Таможенного союза «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств»;

- Решение Комиссии Таможенного союза от 16.08.2011 N 769 (с изменениями от 15.11.2016) «О принятии технического регламента Таможенного союза «О безопасности упаковки» и другие [12].

Среди основных элементов технического регулирования продукции, так же не мало важную роль занимает «подтверждение соответствия», которое в РФ может носить обязательный или добровольный характер. При обязательном характере, подтверждение соответствия принимается в форме обязательной сертификации и принятия декларации о соответствии. А при добровольном характере подтверждения соответствия производится в виде добровольной сертификации, после которой выдается сертификат соответствия ГОСТ Р.

Отечественные производители кондитерской продукции соблюдают нормы ГОСТов, которые в свою очередь распространяются на различные виды кондитерских изделий, например, некоторые из них это:

- «ГОСТ 14031-2014. Межгосударственный стандарт. Вафли. Общие технические условия»;
- «ГОСТ 4570-2014. Межгосударственный стандарт. Конфеты. Общие технические условия»;
- «ГОСТ 24901-2014. Межгосударственный стандарт. Печенье. Общие технические условия» и другие.

Законодательное регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий кондитерской отрасли направленно не только на защиту интересов потребителей, но и на защиту интересов компаний. В данную базу, в случае необходимости вносятся изменения или отмена действующих норм, для наиболее точного соответствия законам развития рынка. Таким образом, рассмотренная нормативно-правовая база ВЭД предприятий кондитерской отрасли, позволяет сделать вывод о том, что с ее помощью происходит эффективное регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий.

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ПЕНЗЕНСКАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»

История Пензенской кондитерской фабрики начинается с 1925 года. В это время фабрика была образована рабочими-кустарями из небольшой карамельной мастерской. К 1955 году на кондитерской фабрике были усовершенствованы технологии производства и осуществлялся переход к полной механизации оборудования. В последующие года выпускаемый ассортимент кондитерских изделий увеличивался, и фабрика вошла в число самых крупных предприятий в Пензе по пищевой промышленности.

В 2003 году «Пензенская кондитерская фабрика» вступает в состав самого крупного кондитерского холдинга России «Объединенные кондитеры». Данный холдинг объединяет 19 фабрик кондитерской отрасли, выпускающие продукцию под самыми известными марками. Наиболее крупными из них являются:

- «Красный октябрь»;
- «Кондитерский концерн Бабаевский»;
- «РОТ ФРОНТ»;
- «Ясная поляна»;
- «Пензенская кондитерская фабрика»;
- «Воронежская кондитерская фабрика»;
- «Русский шоколад» и другие.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» производит кондитерские изделия, сертифицированные по стандартам международной системы менеджмента безопасности и качества пищевых продуктов: ГОСТ Р ИСО 22000-2007 (ISO 22000-2005); ISO/TS 22002-1:2009; ГОСТ Р ИСО 9001-2008 (ISO 9001-2008) [41].

Миссией управляющей компании ООО «Объединенные кондитеры» является организация эффективного управления процессами разработки, производства и реализации конкурентоспособных, высококачественных и безопасных кондитерских изделий, позволяющих обеспечить максимальное удовлетворение требований и ожиданий потребителей.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» строго следует поставленной миссии, обновляя ассортимент, качество и цену кондитерской продукции.

По организационно-правовой форме кондитерская фабрика является закрытым акционерным обществом, с полным наименованием юридического лица ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

Основной вид деятельности по коду общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) является код 10.82 «Производство какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий».

Код ОКВЭД предназначен для осведомления государственных органов о видах деятельности, которыми занимается субъект предпринимательской деятельности.

Сегодня фабрика производит товары почти в каждом сегменте рынка кондитерской продукции и выпускает свыше 130 наименований ассортиментного ряда кондитерских изделий, который представлен на рисунках 4 и 5 [41].

В основном, производство ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» направленно на производство конфет, как среднего ценового сегмента, так и премиум качества. На протяжении долгого времени выпускает конфеты: «Трюфели», «Ромашка», «Красная Шапочка», «Птичье молоко», «Обожайка» и другие. Визитной карточкой предприятия и города Пензы являются наборы шоколадных конфет «Тарханы», «Лермонтов» и «Пенза».

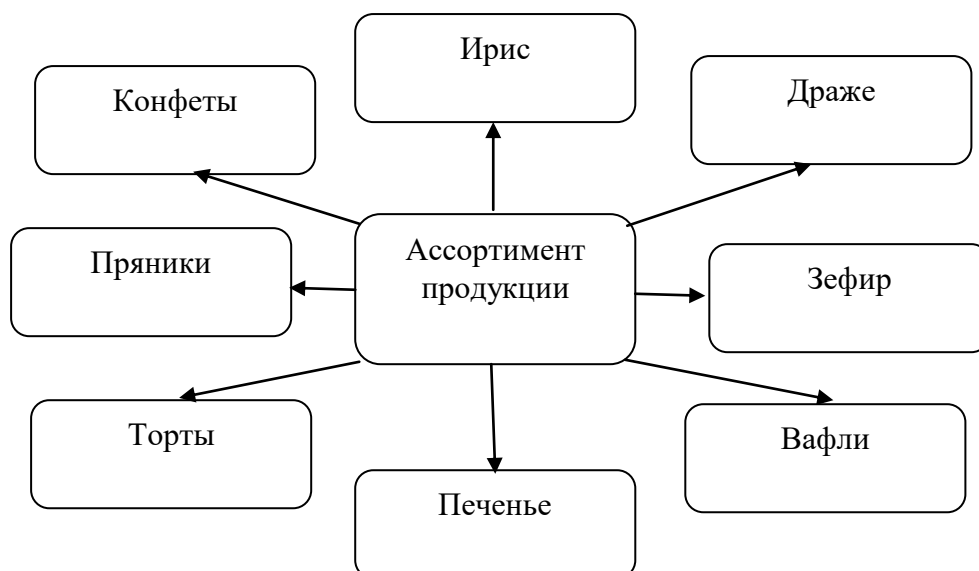


Рисунок 4 – Ассортимент продукции ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [41]

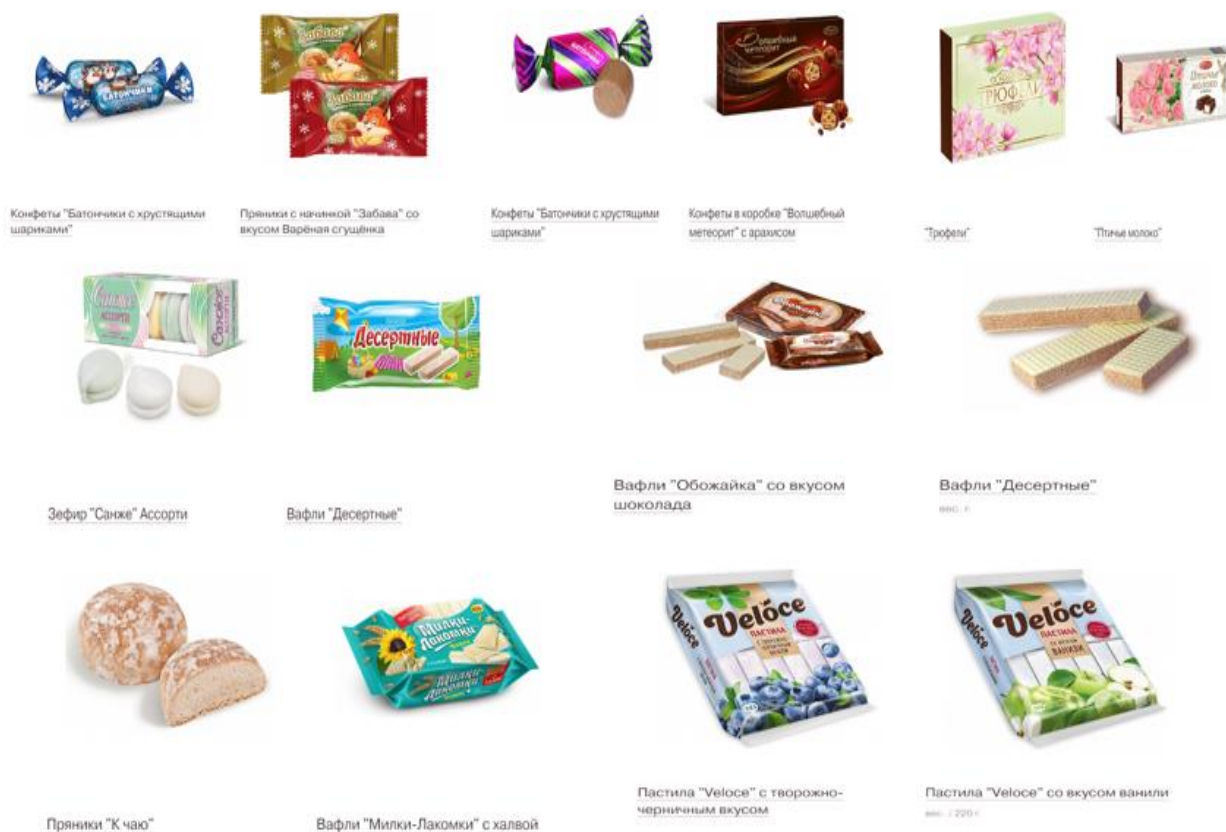


Рисунок 5 – Виды продукции ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [41]

На сегодняшний день на ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» работает 1161 сотрудник по юридическому адресу: 440034, Пензенская область, город Пенза, улица Калинина, дом 112а [42]. На фабрике советом организации в количестве 30 человек утверждена организационная структура предприятия. В данный «Совет организации» входят ведущие мастера производства, начальники цехов и прочие службы. На основе их рекомендаций разрабатываются и вносятся изменения в организационную структуру предприятия. Структура организации ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» является линейно-функциональной и представлена на рисунке 7 [41].

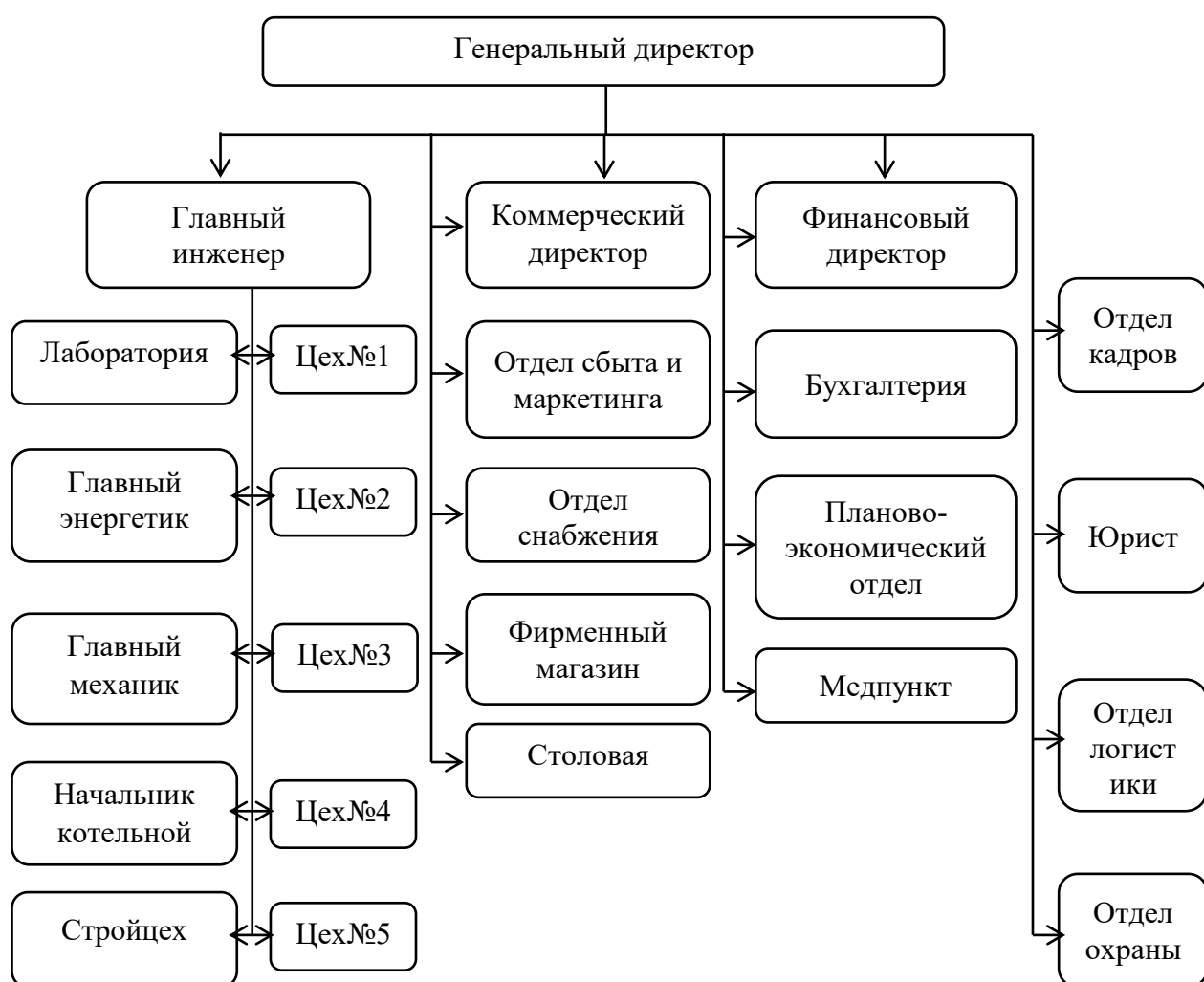


Рисунок 6 – Организационная структура ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [41]

Группировка персонала по отдельным направлениям деятельности, которую составляют отделы производства, сбыта, финансов и права помогает сформировать структурные подразделения, за каждый отдел которых несут ответственность директора и заместители.

При формировании организационной структуры был использован принцип деления предприятия на отдельные элементы, каждый из которых имеет свою четко определенную конкретную задачу и обязанности.

В структуру ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» входят пять цехов, из них четыре цеха основного и один вспомогательного производства.

Цех № 1 состоит из отделений по производству полуфабрикатов и кондитерских изделий: помадные сорта конфет, карамель, ирис и драже.

Цех № 2 специализируется на производстве кондитерских изделий премиум качества: «Птичье молоко», «Метеорит» и заспиртованных фруктов в шоколаде.

Цех № 3 сформирован на производстве вафель, конфет с вафельными корпусами.

Цех № 4 отвечает за производство полуфабрикатов

На кондитерской фабрике имеется большая центрально-техническая лаборатория. Специалисты лаборатории следят за качеством сырья, которое поступает на кондитерскую фабрику от российских и зарубежных поставщиков.

Финансово-экономическое положение ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» за 2021-2023 гг. стабильное, в таблице 3 представлен обзор результатов деятельности организации [37].

Анализируя данную таблицу 3, можно увидеть, что за последний год значение выручки составило 4 309 496 тыс. руб. В течение анализируемого периода годовая выручка выросла на 1 257 125 тыс. руб., или на 41,2%. Выручка увеличивается на протяжении всего анализируемого периода.

Таблица 3 – Результаты деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», 2021-2023 гг. [37]

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение 2023 г. от 2021 г.		В среднем за 2021-2023 гг., тыс. руб.
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	тыс. руб.	%	
Выручка	3 052 371	3 864 766	4 309 496	1 257 125	141,2	3 742 211
Себестоимость продаж	2 723 506	3 199 046	3 647 545	924 039	133,9	3 190 032
Валовая прибыль (убыток)	328 865	665 720	661 951	333 086	201,3	552 179
Коммерческие расходы	211 201	227 900	245 262	34 061	116,1	228 121
Управленческие расходы	75 599	78 689	90 483	14 884	119,7	81 590
Прибыль (убыток) от продаж	42 065	359 131	326 206	284 141	7,7 раз	242 467
Прочие доходы	217 438	147 579	77 512	-139 926	35,65	147 510
Прочие расходы	72 729	152 090	86 508	13 779	118,9	103 776
Чистая прибыль (убыток)	184 037	296 725	279 994	95 957	152,1	253 585
Совокупный финансовый результат	184 037	296 725	279 994	95 957	152,1	253 585

Выросла и себестоимость продаж произведенной продукции в 2023 г. по сравнению с 2021 г. на 24 039 тыс. руб. или на 33,9 %.

Прибыль от продаж за рассматриваемый период также растет и в 2023 году составила 326 206 тыс. руб., что в 7,7 раза больше по сравнению с 2021 г.

Увеличение совокупного финансового результата предприятия за последние три года составило 95 957 тыс. руб. или 52,1 %.

Судить о динамике финансовых результатов деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» за последние годы можно по показателям, приведенным на графике, рисунок 7.

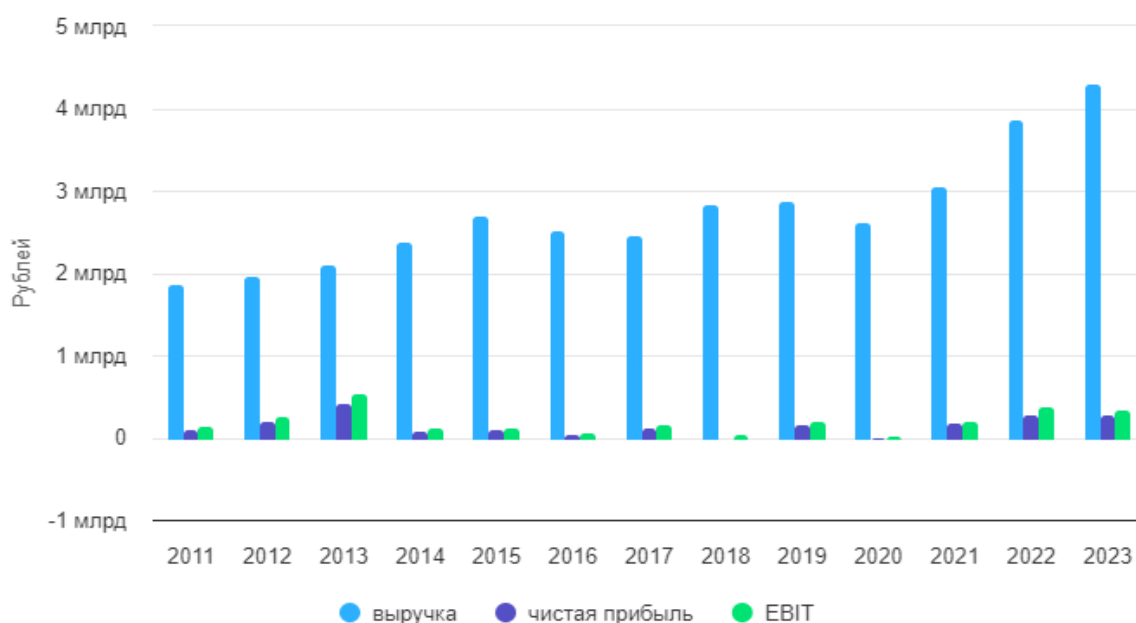


Рисунок 7 – Динамика финансовых результатов деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», 2011-2023 гг. [37]

Изучая результаты деятельности кондитерского предприятия, рассмотрено изменение капитала и резервов (итог третьего раздела баланса), а также сумма внеоборотных и всех активов предприятия, оно представлено на графике (рисунок 8) на основе бухгалтерского баланса ЗАО «Пензенская Кондитерская фабрика».

Исходя из данных, представленных на рисунке 9, можно заметить, что ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» имеет достаточно собственного капитала для того, чтобы покрыть свои обязательства и не иметь большой зависимости от заемного капитала.

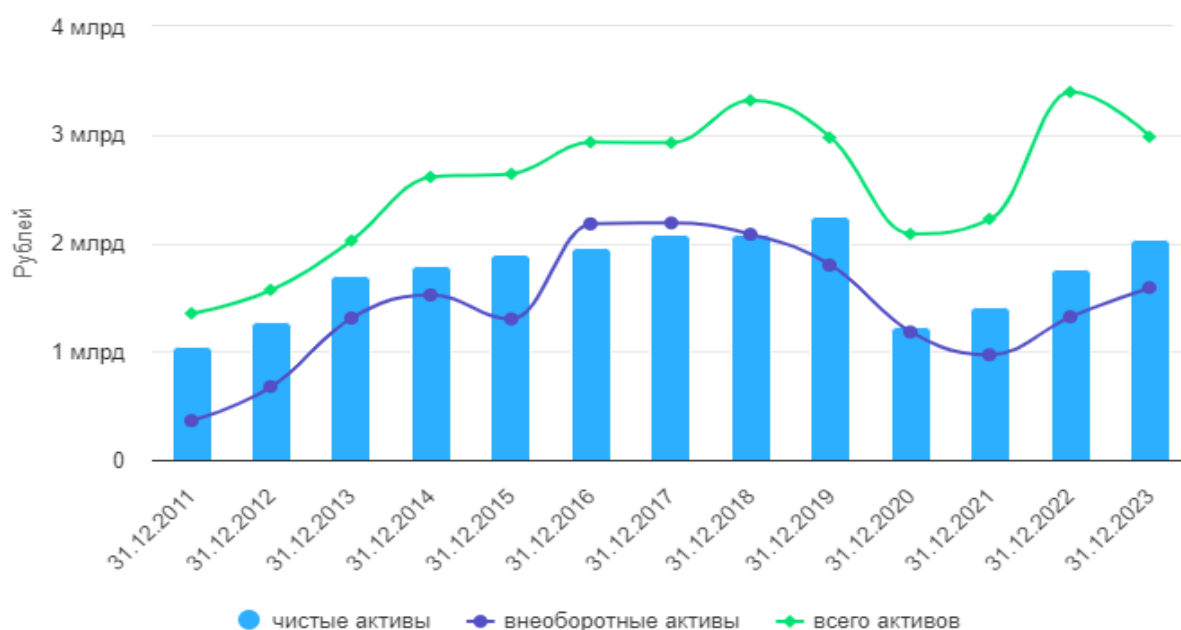


Рисунок 8 – Изменение капитала и резервов ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», 2011-2023 гг. [37]

В таблице 4 обоснованы показатели автономии и ликвидности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», за 2021-2023 гг.

Таблица 4 - Показатели автономии и ликвидности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», за 2021-2023 гг.[39]

Финансовый показатель	31.12.2021 г.	31.12.2022 г.	31.12.2023 г.
Чистые активы	2 032 011	2 092 321	2 102 342
Коэффициент автономии (норма 0,5)	0,67	0,71	0,69
Коэффициент текущей ликвидности (норма 1,5 – 2 и выше)	1,1	1,15	1,3

Степень текущей ликвидности на 2023 год характеризуется немного ниже нормы, но при этом можно отметить положительную динамику данного показателя за последние несколько лет. Коэффициент финансовой автономии предприятия находится в норме, что подтверждает финансовую независимость организации, а также отношение собственного капитала к сумме активов.

Более подробно оценка стоимости чистых активов предприятия представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Стоимость чистых активов «Пензенская кондитерская фабрика», за 2021-2023 гг. [39]

Показатель	Значение показателя в тыс. руб.			
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Изменение
Чистые активы	1 954 709	2 084 607	2 082 511	127 802
Уставной капитал	925	925	925	0
Превышение чистых активов над уставным капиталом	1 953 784	2 083 682	2 081 586	127 802

Превышение чистых активов на 6,5% (127 802 тыс.руб.) над уставным капиталом за анализируемый период 2021-2023 гг. положительно характеризует финансовое положение организации, а также полностью удовлетворяет требования нормативных актов к величине чистых активов.

Подводя итог организационно-экономической характеристике данного предприятия, можно заметить, что у компании имеются некоторые финансовые проблемы по показателям ликвидности и небольшого минуса в показателях чистой прибыли за анализируемый период, хотя по общему анализу деятельности ее состояние является нормальным. Таким образом, благодаря многолетней истории, хорошо сформированной организационной структуре и стабильному положению на рынке компания сможет вернуться к прежним экономическим показателям.

2.2 Анализ принятых подходов к организации и оценка эффективности внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»

Анализ внешнеэкономической деятельности предприятия является обязательным составляющим комплексного изучения деятельности хозяйствующего субъекта на внешнем рынке. Основными видами внешнеторговых операций, которые осуществляют предприятия являются экспорт и импорт.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» активно развивает свои экспортные направления сбыта. На сегодняшний день в условиях санкций основными странами-импортерами ее продукции являются Вьетнам, Китай, Кыргызстан, Армения, Казахстан, Монголия.

Предприятие стремится к долгосрочным отношениям со своими партнерами, предлагая им специальные мотивационные программы для постоянных оптовых клиентов. Компания экспортирует свою продукцию по трем основным кодам ТН ВЭД:

- 1704 «Кондитерские изделия из сахара (включая белый шоколад), не содержащие какао»;
- 1806 «Шоколад и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао»;
- 1905 «Хлеб, мучные кондитерские изделия, пирожные, печенье, вафельные пластины и т.д».

По данным кодам доля Пензенской области в общем экспорте по России на 2023 год составляет 28,3 млн долл, это около 6,5%. Оставшийся объем экспорта сахаристых, шоколадных и мучных изделий делит Москва и Московская область, Воронежская, Кемеровская и Владимирская область. ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» в своей деятельности использует в основном косвенные каналы сбыта, сотрудничает с оптовыми посредниками к которым на склад доставляется товар за счет предприятия, а уже после этот товар попадает в торговые точки. Без участия посредников компания осуществляет сбыт только крупным торговым сетям.

Сбыт кондитерской продукции осуществляется по трем направлениям: экспортные продажи, региональные продажи и местные продажи.

Основной объем продаж приходится на регионы 73,7% , на следующей позиции находится город Пенза и Пензенская область 20,2%, далее идут экспортные продажи 6,1%, все данные представлены на рисунке 10.



Рисунок 9 – Объемы продаж ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», 2023г. [47]

Предприятие экспортирует кондитерские изделия от эконом до премиум сегмента. Основные зарубежные страны–импортеры представлены в таблице 6.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» осуществляет поставки шоколадных конфет «Весна», «Сказка Котофей», «Сказка Мореход», «Лакомка», «Ромашка», «Трюфель», «Пилот», «Забава» и другие, а также ирис «Сказка» «Золотой ключик» и «Сказка «Кис-кис», зефир и пастилу «Обожайка» в компанию SLCOGMBH&CO. KG, зарегистрированную во Вьетнаме.

Поставки ириса «Сказка» «Золотой ключик» и «Сказка «Кис-кис», зефира «Обожайка», шоколадных конфет «Незнайка», «Весна», «Петушок, масляная головка», «Мишка косолапый», «Сказка» «Красная шапочка», «Маков цвет», «Маскарад», «Степашка» и других кондитерских изделий осуществляются в компанию ГОЛДЕН СВИТ ХХК, зарегистрированную в Монголии.

Таблица 6 – Основные компании – импортеры ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [37]

Страна импортер	Компания	Вид продукции	Код ТН ВЭД
Азербайджан	ООО «КОРОГЛУ»	Конфеты неглазированные Ирис Печенье	1806901900 1704909900 1905319900
Монголия	«ГОЛДЕН СВИТ ХХК» «БАТТРЕЙД СИ»	Конфеты, глазированные шоколадной глазурью Зефир в глазури Конфеты неглазированные, ирис	1806901100, 1806901900 1806903100 1905319900
Вьетнам	«Чан Фу Нячанг», «Альфа ТУРС»	Драже Вафли Зефир в шоколадной глазури	1704906100, 1806905009 1905329900
Казахстан	«БАЯН СУЛУ», «РАХАТ»	Трюфель, Пастила Конфеты, глазированные шоколадной глазурью	1806905009 1704909900 1806901100, 1806901900
Китай	«Sidake»	Конфеты, глазированные шоколадной глазурью Пастила в шоколадной глазури	806901100, 1806901900 1806905009

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» после поступления заказа от покупателей из другой страны осуществляет экспорт продукции несколькими способами:

- непосредственно через предприятие, которое осуществляет производство и подготовку груза, согласовывая заказ с управляющей компанией «Объединенные кондитеры»;

- через Холдинг «Объединенные кондитеры», в основном при необходимости формирования сборного заказа из нескольких фабрик, которые входят в состав.

Большинство заявок на производство экспортной продукции поступает от холдинга, поэтому кондитерская фабрика имеет такую сильную от него зависимость.

Кондитерская фабрика отправляет продукцию автомобильным железнодорожным и морским транспортом в зависимости от страны получателя и веса груза.

Основными условиями поставки ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» являются FCAи DAP, на данных условия заключается большинство экспортных поставок компании, а также они представлены на рисунке 10.



Рисунок 10 – Основные условия поставки продукции ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [21]

Например, при условии DAP, фабрика отправляет кондитерские изделия в Монголию железнодорожным транспортом до границы РФ , расположенную в поселке Наушки Кяхтинского района Бурятии. На условиях FCA отправляется продукция во Вьетнам (готовый груз из Пензы

едет до Москвы автомобильным транспортом, в Москве формируется сборный груз с фабрик холдинга в контейнер и отправляется на машине до Санкт-Петербурга, откуда контейнер перегружается на судно и следует до Вьетнама).

Контракт составляется на условиях, что срок годности отправляемого товара продавцом на момент получения товара покупателем должен быть не менее 70% от всего срока годности продукции. Из-за того, что груз, отправляемый фабрикой до места назначения идет в диапазоне от двух недель до одного месяца не весь ассортимент продукции можно отгружать на экспорт, так как срок годности некоторой продукции, например неглазированных конфет с корпусом из помадки, достигает всего 1,5 месяца.

Одновременно с передачей товара продавец предоставляет покупателю документы: декларация на товары, инвойс, упаковочный лист, спецификация, сертификат происхождения товара, сертификаты соответствия, фитосанитарные сертификаты (при наличии деревянной упаковки), международная товарно-транспортная накладная (CMR) и carnet TIR (книжка МДП) (при отправке автомобильным транспортом), ж/д накладная.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» для города Пензы и Пензенской области является бюджетообразующим, так как осуществляет налоговые отчисления в бюджет, которые в 2023 году составили более 280 млн. рублей, данные отчисления помогают развивать инфраструктуру города и области.

В Пензенской области в кондитерской отрасли работают предприятия малого, среднего и крупного бизнеса, которые завоевывают доверие покупателей и осуществляют активную ВЭД.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» является лидером в Пензенской области, она производит около 32% всей кондитерской продукции, а мощность ее производства составляет 23 000 тонны в год.

Ближайшие компании-конкуренты у ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», которые осуществляют экспорт кондитерской продукции за рубеж

являются ЗАО «Инфорум-Пром», ООО «Кондитерская фабрика «Победа», ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» и ООО «Сладкая слабода». Данные компании представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Основные конкуренты ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» по России, 2021-2023 гг. [34]

Наименование предприятия	Место-нахождение	Средняя выручка за 2021-2023 гг. тыс.руб.	Средняя чистая прибыль (убыток) за 2021-2023 гг. тыс.руб.
ЗАО «Инфорум-Пром»	Москва	3 451 022	162 379
ООО «Кондитерская фабрика «Победа»	Москва	3 786 857	156 335
ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»	Воронежская область	3 225 599	156 039
ООО «Сладкая слабода»	Кировская область	1 802 563	185 485

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» в виде средней чистой прибыли за 2021-2023 гг. зарабатывает 60 001 тыс.руб, при средней выручке в 2 609 392 тыс.руб.

Следует отметить, что в заработанной чистой прибыли за последние года имеются скачкообразные перепады, в 2023 году ее значения ушли в убыток, хотя в 2022 г. имели показатели в 129 899 тыс.руб., это обуславливается тем, что предприятие вкладывает свои ресурсы в погашение задолженностей, замену оборудования, открытие нового ассортимента и технологий производства.

В рассмотренной таблице 7 можно заметить, что в виде основного конкурента, осуществляющего ВЭД можно выделить компаню ООО «Сладкая слабода», которая при самой низкой средней выручке за три года (среди представленных в таблице компаний) имеет самую высокую чистую прибыль. ЗАО «Инфорум-Пром» в рейтинге организаций по выручке занимает 14 место, ООО «Кондитерская фабрика «Победа» пренадлежит 15 место, ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» находится на 16, ЗАО

«Пензенская кондитерская фабрика на 18 и ООО «Сладкая слабость» занимает 21 место.

Подытоживая изложенный материал, необходимо отметить, что осуществление ВЭД, позволяет предприятию становиться более конкурентноспособным, получать дополнительную прибыль а также завоевывать новые мировые рынки. В целом, ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» в анализе зарубежного экспорта увеличивала свои показатели поставок по сравнению с предыдущими годами. Финансовые показатели имеют как положительные, так и отрицательные данные, которые дают компании понимание о существовании проблем, которые требуют решений.

2.3 Выявленные проблемы и недостатки в управлении внешнеэкономической деятельностью ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»

Кондитерская отрасль в РФ является одной из самых привлекательных и активно развивающихся, благодаря многочисленным кондитерским предприятиям малого, среднего и крупного бизнеса. Но, несмотря на свой позитивный рост, данная отрасль, как и другие, сталкивается с определенным рядом особенностей и проблем, присущие именно ей.

В качестве основных факторов, которые влияют на состояние кондитерской отрасли в России относятся:

- общеэкономическая ситуация в России, так как кондитерские изделия не являются товаром повседневного спроса, при экономическом кризисе население будет сокращать свои расходы на данную продукцию;
- цены мировых рынков на главные производственные составляющие отрасли, которыми являются какао-бобы и орехи;
- влияние колебаний курсов валют на цену импортируемого сырья;
- существование тарифного регулирования в РФ, в форме защитных пошлин, например на импортируемый белый сахар.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» является одним из предприятий, которое играет значимую роль для кондитерской отрасли, и которая также имеет сильную зависимость от влияния пречисленных выше факторов. Продукция предприятия известна не только в России, но и за рубежом. Фабрика активно развивает свои экспортно-импортные отношения со многими странами.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» одно из немногих предприятий в РФ, которое осуществляет переработку какао-бобов, из которых получают такие полуфабрикаты, как какао-масло, какао-тертое, какао-порошок, в дальнейшем это сырье используют для получения шоколадной глазури.

Импортные отношения фабрики осуществляются поставкой какао-бобов из Кот-д'Ивуара. Данное сырье поступает по фитосанитарным и реэкспортным сертификатам, поэтому качественное сырье обеспечивает кондитерским изделиям хороший срок хранения и натуральный вкус. Но из-за географического расположения произростания какао-бобов данные поставки производятся сложными логистическими путями, которые занимают длительное время и на которые выделяются большие денежные вложения.

Данная особенность оказывает существенное влияние на работу фабрики, так как какао-бобы являются одним из самых важных ингредиентов для производства многих изделий. Для нормальной работы производства фабрике требуется до трех тыс. тонн какао-сырья, поэтому предприятие имеет сильную зависимость от импортных поставок.

Самой распространенной проблемой любой современной организации является конкуренция, а для кондитерского предприятия еще и большая взаимозаменяемость продукции. Каждая кондитерская компания стремится не только завоевать местный рынок, но и выйти на внешний, тем самым, создавая большую конкуренцию в завоевании доверия зарубежных партнеров.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» как и конкурирующие кондитерские предприятия, каждый год принимает участие на международных выставках пищевых продуктов «Продэкспо» и «World Food». Каждая компания со своими специалистами проводит на данных выставках переговоры и заключает контракты с зарубежными партнерами. Ближайшими конкурентами фабрики являются ЗАО «Инфорум-Пром», ООО «Кондитерская фабрика «Победа», ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» и ООО «Сладкая слабода».

К конкурентам более широкого производства в сегменте фасованных и весовых конфет относятся московские компании «Красный октябрь», «Кондитерский концерн Бабаевский» и «РОТ ФРОНТ». На местном рынке конкуренцию по производству конфет, вафель и пряников составляют ООО «Невский кондитер Белинский» и «Ванюшкины сладости».

Таким образом, большое количество конкурентов в данной отрасли создает конкуренцию в следующих позициях:

- области ассортимента продукции;
- в области качества;
- ценообразующем показателе;
- в рекламной сфере и упаковки продукции и т.д.

Стоимость кондитерской продукции зависит от каждого этапа создания изделия, начиная с закупки сырья, заканчивая продажей готового продукта. На каждом этапе могут возникнуть проблемы экономического и технологического характера.

Создание стоимости кондитерской продукции ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» включает в себя шесть процессов, из которых четыре относятся к внутренним, а остальные к внешним производственным процессам, которые представлены на рисунке 12.

У зарубежных покупателей фабрики большим спросом пользуются кондитерские изделия средней ценовой категории, поэтому каждый этап из цепочки несет большие убытки компании, если возникает ряд сложностей, и

в некоторых случаях может повлиять на конечную цену при продаже готового изделия на иностранные рынки.



Рисунок 11 – Цепочка создания стоимости кондитерских изделий ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [19]

Также на цену продукта оказывает большое влияние девальвация рубля, в такой период продукция за пределами России становится более дешевой, тем самым, более востребованной. При укреплении нашей валюты возвращаются обратные процессы. Но благодаря таким процессам продукция становится более узнаваемой в других странах, что дает новые возможности для расширения позиции российских кондитерских изделий.

Проблемы в осуществлении ВЭД ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» основываются на нехватке высококвалифицированных работников таможенного дела. Данные проблемы возникают из-за того, что все основные обязанности с ВЭД предприятия возлагаются на сотрудников планово-экономического отдела.

Таможенные платежи фабрика уплачивает самостоятельно с целью оптимизации расходов. С помощью программного комплекса «Альта» происходит декларирование, данный комплекс позволяет заполнить таможенную декларацию, далее заверить электронно-цифровой подписью и отправить в таможенный орган. В некоторых случаях для оформления ДТ предприятие обращается к услугам таможенного брокера ООО «Региональный маркетинговый центр», тем самым несет дополнительные затраты.

При внешнеэкономической деятельности предприятия, важной особенностью является зависимость от маркетинговой деятельности. Грамотно спланированная рекламная кампания продукции поможет предприятию сотрудничать с новыми иностранными партнерами. Каждому импортирующему покупателю нужна современная инновационная упаковка с достойным содержанием.

Во всем мире прослеживается тренд к здоровому питанию, физическим нагрузкам и здоровому образу жизни. Поэтому важно понимать, что при изготовлении кондитерских изделий необходимо учитывать калорийность кондитерской продукции, ее энергетическую ценность, содержание натуральных ингредиентов. Для кондитерских изделий главной проблемой является высокое содержание сахара, из-за которого некоторые категории людей, например, те кто болеют сахарным диабетом или дети с аллергической реакцией на сладости не могут их употреблять. У ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» существует несколько торговых марок подходящие под эти показатели, но ассортимент требует расширения.

Также для эффективной работы ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика, необходим оперативный, защищенный обмен данными между отделами, сотрудниками и руководством. Данный информационный обмен возможен с помощью комплексной информационно-коммуникационной предприятия. Для взаимодействия предприятия с таможенными органами

требуются современные программные средства и информационные технологии обмена данными.

На внешнеэкономическую деятельность ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» огромное влияние могут оказывать изменения в законодательстве, например, изменения валютного законодательства. Изменения, касающиеся совершения валютных операций вступили в силу с 1 марта 2022 года. Инструкция ЦБ РФ включает новые правила подачи сведений о совершаемых валютных операциях. На сегодняшний день банки присваивают уникальный номер договору, а не паспорту сделки.

Резиденты, как и прежде, обязаны уделять особое внимание сумме обязательств по договору, но вместо оформления паспортов сделок, должны ставить договор на учет в уполномоченный банк. Ставить договор на учет нужно для импортных и экспортных контрактов если:

- сумма обязательств импортного контракта и кредитного договора на сумму не менее 3 млн. руб. по курсу ЦБ РФ на дату совершения заключения договора.

- сумма обязательств экспортного контракта на сумму не менее 6 млн.руб. по курсу ЦБ РФ на дату совершения договора.

Для паспорта сделки пороговая сумма была выше и составляла 50 тыс.долл. по курсу ЦБ РФ.

Данная проблема может негативно влиять на внешнеэкономическую деятельность предприятия. Возможно негативное отношение, как к понижению суммы договора по обязательствам, так и возникновение недопонимания между покупателем и продавцом в виде задержки оформления соответствующих документов.

Таким образом, подводя итог особенностям и проблемам ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» при осуществлении ВЭД, можно увидеть, что фабрика стремится к долгосрочному зарубежному партнерству. Но как и для любой компании завоевание рынков других стран является сложной задачей, на которую оказывают влияние внешние и внутренние

факторы. Это позволяет компании стремиться к дальнейшему развитию, модернизации продукции и расширению границ экспорта.

ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «ПЕНЗЕНСКАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА»

3.1 Разработка предложений по совершенствованию внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»

При анализе ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» были выявлены недостатки в организации работы предприятия по внешнеэкономической деятельности:

- большая нагрузка специалистов планово-экономического отдела по вопросам ВЭД;
- отсутствие оперативного обмена информацией между отделами;
- непродуктивная рекламная кампания;
- большой объем импорта какао-бобов.

По выявленным проблемам в рамках данного исследования предложены следующие пути решения:

- создание полноценного отдела для внешнеэкономической деятельности предприятия;
- использование современного программного обеспечения от компании Microsoft;
- внедрение инновационных методов рекламы с помощью социальных сетей;
- разработка новых начинок с меньшим содержанием импортного сырья.

Рассмотрим более детально недостатки в организации работы предприятия и достоинства предложенных решений.

Предприятие каждый год увеличивает процент зарубежного экспорта, это приводит к увеличению объема работы ответственных специалистов планово-экономического отдела, которые получают большую нагрузку в

трудовой деятельности. Для решения этой проблемы, предприятию следует создать полноценный отдел по работе с внешнеэкономической деятельностью.

Данное решение соответствует внешнеэкономическому потенциалу компании, которая является:

- конкурентноспособным производителем сладостей на международном рынке, характеризующийся высоким качественным ассортиментом продукции произведенной по международным стандартам с относительно минимальными затратами;
- производителем с непрерывным технологическим процессом работы на современном высокотехнологическом оборудовании;
- надежным международным сотрудником;
- компанией, обеспечивающей организацию труда высококвалифицированными работниками.

Отдел ВЭД является частью аппарата управления организацией, главной его задачей служит осуществление планирования, организации и координации ВЭД в компании. К основным видам работ, которые выполняются данным отделом относятся:

- процесс организации и реализации экспортно-импортных операций;
- установление партнерских отношений с зарубежными странами;
- поиск новых способов вывода предприятия на внешний рынок;
- изучение мирового рынка для выхода конкретного товара, основные направления и тенденции его развития;
- таможенное декларирование и оформление грузов.

Одним из важных направлений работы отдела ВЭД является таможенное декларирование и оформление грузов, которое предполагает оформление таких документов как:

- грузовые таможенные декларации, их электронные копии;
- декларации таможенной стоимости;
- описи документов.

Данная деятельность отдела ВЭД важна для осуществления постоянных грузопотоков сырья и товаров, так как потребители продукции и поставщики сырья находятся за рубежом.

Основная функция работы данного отдела заключается в расширении торговых отношений с зарубежными партнерами и обеспечении стабильной ВЭД предприятия.

Стратегия отдела ВЭД предприятия служит важной составляющей в жизнедеятельности фабрики, благодаря ей осуществляется учет движения продукции, запасов и ресурсов, разрабатываются программы модернизации и совершенствования технологий и оборудования.

На рисунке 13 представлена разработанная схема структуры отдела внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».



Рисунок 12 – Разработанная структура отдела ВЭД ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [41]

Отдел ВЭД будет состоять из четырех сотрудников: специалиста по таможенному оформлению, экономиста, специалиста протокольного бюро и начальника отдела, который руководит процессом.

Обязанности сотрудников отдела ВЭД.

Начальник отдела, осуществляет решение текущих оперативных вопросов, координацию деятельности работников и всего отдела с другими структурами предприятия, занимается вопросами движения валютных средств (планирование, контроль за валютно-расчетными операциями), контролирует своевременное выполнение указаний, ведет переговоры с зарубежными странами импортерами продукции и участвует в разработке условий контрактов.

Специалист по таможенному оформлению регулирует и ведет таможенную документацию: оформляет грузовые таможенные декларации, осуществляет таможенное оформление экспортно-импортной продукции, ведет статистическую отчетность отдела.

Экономист отдела является ответственным за разработку статей контракта, оформление уникального номера договора в ЦБ взамен паспорта сделки, подготовке плана мероприятий по выполнению условий контракта, осуществляет расчет цен экспортной продукции с учетом базиса поставки и других условий, составляет коммерческие предложения по продаже продукции предприятия.

Специалист протокольного бюро является компетентным в переводе иностранной документации на русский язык, осуществляет помощь в организации переговоров с иностранными партнерами, подготавливает необходимую документацию при загранкомандировках специалистов.

Предложенный отдел ВЭД включает в себя сравнительно небольшое количество сотрудников, но этого вполне достаточно, чтобы развивать экспорт в зарубежные страны более высокими темпами.

Таким образом, отдел ВЭД выполняет ряд важнейших функций: осуществляет полный объем работы, связанный с экспортно-импортными

операциями, повышает эффективность внешнеэкономической деятельности предприятия и снижает нагрузку на планово-экономический отдел.

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика является экспортно-ориентированной компанией, которая поставляет продукцию за рубеж, предприятию необходима оперативная информационная среда для быстрой передачи в таможенные органы документов внешнеэкономической деятельности и осуществление предварительного декларирования и оформления. И хотя на базе фабрики уже существуют некоторые цифровые системы: «Альта-ГТД», «Такса», «Там Док», «Заполнитель», информационный обмен между отделами и сотрудниками фабрики носит непродуктивный характер, что сказывается на их взаимодействии.

В настоящее время ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика должна отвечать всем основным требованиям для современного участника производственной деятельности. В основе структуры предприятия должен лежать оперативный информационный обмен между сотрудниками, отделами, начальниками отделов и топ-менеджментом предприятия.

Информационно-коммуникационная среда предполагает наличие внутри компании единой корпоративной сети передачи данных, с большой пропускной способностью, которая будет связующим звеном между структурными подразделениями внутри предприятия, что ускорит взаимодействие с отделом ВЭД.

Для информационно-коммуникационного обмена предприятию подходит программный продукт Microsoft 365, который объединяет набор веб-сервисов, необходимых для проведения видеоконференций, заполнения электронных отчетов, отправки коммерческих документов, ведения новостного портала, а также для создания рабочего плана на день, неделю, месяц и полного отчета работника по выполнению порученного задания.

В таблице 8 представлен состав приложений и служб, входящих в базовую подписку для бизнеса Microsoft 365.

Таблица 8 – Состав приложений и служб, входящих в базовую подписку для бизнеса Microsoft 365 [48]

	Teams	бизнес мессенджер для совместного решения корпоративных задач, поддерживает аудио и видео конференции, совместный доступ к рабочему столу, отправку файлов и обмен сообщениями в чате
	Outlook	почтовый клиент с возможностями полноценного органайзера, предоставляющий функции календаря, планировщика задач, записной книжки и менеджера контактов.
	OneDrive	облачное хранилище, которое защищает файлы, помогает ими делиться и получать доступ из любого места и устройства.
	OneNote	цифровая записная книжка для списков дел, конспектов и любой информации.
	SharePoint	платформа для поддержки совместной работы и системы управления контентом.
	PowerPoint	программа подготовки и просмотра презентаций
	Word	текстовый процессор, предназначенный для создания, просмотра и редактирования текстовых документов, с локальным применением простейших форм таблично-матричных алгоритмов.
	Excel	программа для работы с электронными таблицами.

«Microsoft 365 базовый для бизнеса» – это пакет программ, созданный для оптимизации и повышения продуктивности работы предприятий. Этот продукт обеспечивает большую производительность сотрудников при поддержании высокой безопасности данных.

Подписка «Microsoft 365» позволяет вести новостной портал, создавать рабочий чат, обмениваться документами, проводить аудио и видеоконференции, организовывать онлайн презентации, создавать доски проектов для каждого работника, отслеживать все этапы выполнения поручений, получать необходимые уведомления, касающиеся функционирования фабрики или отдела, а также пользоваться базовыми программами MicrosoftOffice и последней версией операционной системыWindows.

В настоящее время использование различных информационных технологий и сервисов является перспективным направлением развития будущего предприятия, так как значительно повышает продуктивность деятельности сотрудников.

Другим важнейшим направлением развития внешнеэкономической деятельности является повышение продуктивности рекламной кампании на международном рынке. Эффективная рекламная кампания будет способствовать укреплению внимания потребителей за российской маркой, а также увеличит доверие к бренду фабрики и повысит положение среди конкурентов.

На сегодняшний день предприятие использует малоэффективные методы популяризации, участвуя лишь в международных выставках. Такой подход не позволяет охватить большую часть потенциальных потребителей и полноценно развиваться на зарубежном рынке кондитерской продукции.

Для продуктивной рекламной кампании предлагается использовать современные методы продвижения продукции. К таким методам относится продвижение в социальных сетях. Последние исследования в области маркетинга и рекламы показывают, что расходовать большие бюджеты на рекламу с известными личностями неэффективно, вследствие этого предлагается сотрудничать с инфлюенсерами. Инфлюенсеры (от англ. «influence» – влиять) – это люди с небольшим охватом аудитории в социальных сетях способные влиять на решения потенциальных

покупателей. Рекомендованный подход к рекламной кампании будет наиболее эффективен в современных условиях развития международных рынков.

Четвертым недостатком предприятия является повышенное содержание импортных какао-бобов в изготавливаемой продукции.

Импортные поставки сырья для предприятия являются дорогими, с целью оптимизации расходов на данный продукт предлагается увеличить выпуск шоколадных изделий с различными начинками. В качестве начинок можно использовать: сухофрукты, орехи и джемы. Шоколадные изделия с различными начинками будут не только снижать себестоимость продукции, но и уменьшать содержание сахара, что позволит расширить рынок на покупателей, ведущих здоровое питание.

Таким образом, фабрика должна уменьшить затраты на себестоимость продукции, не отражая это на качестве изделий. Такое решение проблемы, является оптимальным, так как полностью отказаться от зарубежного импорта не представляется возможным.

Благодаря зарубежному экспорту ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» увеличивает прибыль и становится более конкурентоспособным предприятием. Проанализировав особенности компании, были выявлены недостатки и даны пути их решения. Для повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятию было предложено:

- создать отдел ВЭД;
- организовать информационно-коммуникационного обмен работы предприятия с помощью подписки на программный продукт Microsoft 365;
- разработать широкомасштабную рекламную кампанию в сотрудничестве с инфлюенсерами;
- предпринять меры по уменьшению содержания какао-бобов в продукции с помощью различной начинки.

3.2 Оценка экономической эффективности от практической реализации предложенных мероприятий

ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика, на сегодняшний день осуществляет выход на внешний рынок без четкого планирования и разработки стратегий, поэтому фабрике нами предложено введение в организационную структуру полноценного отдела ВЭД. Зарубежные экспортные отношения предприятия с каждым годом расширяются, и тем самым увеличивается нагрузка на специалистов, которые ответственны за внешнеэкономические сделки.

Принимая во внимание все расходы, связанные с созданием отдела ВЭД, можно рассчитать экономическую эффективность, связанную с данным мероприятием. В таблице 9 представлены расходы, связанные с формированием отдела ВЭД ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

Таблица 9 – Расходы, связанные с формированием отдела ВЭД ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [48]

Показатели	Месяц, тыс. руб.	Год, тыс. руб.
Заработная плата до вычета НДФЛ		
Начальник отдела ВЭД	45,0	540,0
Специалист по таможенному оформлению	39,0	468,0
Экономист	35,0	420,0
Специалист протокольного бюро	33,0	396,0
Отчисления налогов	45,6	547,2
Всего	197,6	2371,2
ПК – 4 шт.		320,0
Материальные расходы по обслуживанию		60,0
Итого		2751,2

По данным таблицы 9 сумма затрат ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» на создание отдела ВЭД на ближайший год составляет 2751,2 тыс. рублей. Отдел ВЭД выполняет ряд важнейших функций и осуществляет операции, связанные с зарубежными экспортными сделками. При

возрастающем объеме внешнеторговых контрактов увеличивается нагрузка в работе, с которой поможет справиться отдел ВЭД, поэтому для предприятия он является экономически выгодным.

Решением следующей проблемы, которая заключается в необходимости оперативного информационного обмена, является подписка на «Microsoft 365 базовый для бизнеса», необходимый для оптимизации и повышения продуктивности работы предприятий.

В него входит программное обеспечение, которое позволяет вести электронную работу с персональных компьютеров, с помощью приложений осуществлять контроль и организовывать работу с отделами и сотрудниками.

В таблице 10 представлены расходы на подписку пакета программ ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

Таблица 10 – Расходы на подписку пакета программ Microsoft 365 базовый для бизнеса ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» [48]

Структурный отдел	Количество сотрудников, чел.	Сумма тыс. руб. в месяц
Отдел сбыта и маркетинга	5	2,5
Отдел снабжения	7	3,1
Бухгалтерия	4	2,2
Планово-экономический отдел	5	2,5
Отдел кадров	5	2,5
Юридический отдел	3	1,9
Отдел логистики	10	4,0
Отдел ВЭД	4	2,2
Инженерный отдел	25	8,5
Топ-менеджмент	4	2,2
Итого	72	31,6
Итого в год		379,2

В таблице 10 представлены расходы на подписку «Microsoft 365 базовый для бизнеса», которая на 1 человека в месяц составляет 526 рублей.

На первоначальном этапе внедрения подписки планируется ее распространение на 72 пользователей, в основном, которые работают в офисе. У данных сотрудников очень большой документооборот и объем отчетностей, поэтому, в первую очередь, программа необходима для их

пользования. Безопасное общение в чатах, мгновенный обмен сообщениями, голосовыми и видео звонками, доступ к файлам, организация онлайн-собраний, обеспечение свежими новостями и множество других функций позволит сотрудникам сократить время на работу, а также обмениваться всей информацией удаленно с любого устройства. Вся информация будет преподноситься упорядоченно, что позволит увеличивать продуктивность работы.

Экономическая эффективность данного решения обуславливается сокращением рабочего времени сотрудников. По спорным ситуациям не нужно будет выходить из своего отдела, а встречи и совещания проводить дистанционно.

Создание уникальной автоматизированной информационно-коммуникационной сети с помощью отдельного специалиста компании выйдет дороже, среднемесячная заработная плата программиста-разработчика составляет 50 тыс. рублей, а так как данную сеть нужно постоянно поддерживать, обновлять и дорабатывать, в год на содержание данного специалиста уйдет 600 тыс. рублей. Этот вариант решения проблемы в несколько раз дороже подписки Microsoft 365, в которую также входит программное обеспечение, затраты на которое в связи с подпиской сократятся.

Для решения проблемы проведения эффективной рекламной кампании, предприятию следует обращаться с предложениями сотрудничества к инфлюенсерам. Инфлюенсеры в социальных сетях делают разбор продукции, рекомендации и место ее покупки. С целью привлечения большего доверия потребителей, предлагается сотрудничество с большим количеством инфлюенсеров, которые имеют небольшую аудиторию. Стоимость такой рекламы невысокая, в среднем 20 долларов за обзор. К примеру, если привлечь 2 000 человек рекламная кампания фабрики, в общей сумме затрат обойдется 40 000 долларов, что (при курсе 90,50 рубля за доллар) составит 3 620 тыс. рублей.

Данная рекламная кампания является намного эффективнее, чем реклама по телевидению, участие в международных выставках, создание баннеров и видеороликов, так как, в социальных сетях пользователи подписаны на тех, кто вызывает у них доверие и уважение, поэтому многие захотят попробовать продукт, на который смотрят обзор.

Таким образом, данная рекламная кампания является наиболее эффективной на современном этапе развития рынка, с помощью нее увеличится аудитория марки, а также предприятие добьется большего доверия покупателей и увеличит объемы зарубежных продаж.

Сложность цепочки создания стоимости продукции и импорт дорого сырья какао-бобов вынуждает предприятие увеличивать выпуск шоколадных изделий с меньшим процентным содержанием какао-продуктов. Большая зависимость предприятия от импортных поставок сырья наталкивает компанию к разработкам различных альтернатив содержания состава изделия. Фабрика с данной проблемой справляется с помощью разработки продукции со сложными начинками, тем самым, снижая процентное содержание импортных какао-продуктов. Примером можно назвать конфеты с корпусом из мягкой грильяжной массы «Чернослив с миндалём».

Для разработки и внедрения продукции нового вида важно знать предпочтения населения, которыми должно руководствоваться предприятие, основными из которых являются:

- состав (калорийность, процентное содержание допустимых в данной стране тех или иных добавок);
- религиозные убеждения, образ жизни;
- уровень доходов населения;
- внешний вид (упаковка, расфасовка) и другие.

Роль в решении о покупке продукции для потребителя либо заказчика играет внешний вид упаковки. Яркая, красочная упаковка, привлекающая внимание, указание точных сведений о производителе, составе, пищевой ценности продукта, о соответствии нормам технического регулирования

могут повысить лояльность покупателя и склонить его к покупке. Фабрике следует и в дальнейшем разрабатывать больше изделий с различными начинками, благодаря этому импорт какао-бобов будет снижаться и существенно сокращаться затраты.

Таким образом, подводя итог оценки оптимизации сформировано, что общие расходы на реализацию мероприятий, связанных с решением проблем внешнеэкономической деятельности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» составляет 6 750,4 тыс. руб., в том числе:

- формирование отдела ВЭД составит 2751,2 тыс. руб.;
- подписка на «Microsoft 365 базовый для бизнеса» составит 379,2 тыс. руб.;
- рекламная кампания составит 3 620 тыс. руб.

Анализ финансовой отчетности за последние три года показал среднюю прибыль предприятия - 62 258 тыс. руб.

Примерная ожидаемая потенциальная прибыль от проектов составляет 8 200 тыс. рублей.

Рентабельность проекта составит: $(8200 / 6750,4) * 100\% = 121,5\%$

Срок окупаемости: $(6750,4 / 8200) * 12 = 7,2$ мес.

В результате данного исследования получено, что при ожидаемой прибыли в 8 200 тыс. руб. данный проект окупится в среднем за 10 месяцев.

Таким образом, можно считать предложенные мероприятия по совершенствованию внешнеэкономической деятельности являются эффективными.

Рассматриваемой организации в связи с увеличением зарубежного экспорта, необходимо создать полноценный отдел ВЭД, внедрить для информационного коммуникационного обмена данными Microsoft 365 базовый для бизнеса, осуществить рекламную кампанию с помощью зарубежных инфлюенсеров, сократить объемы импорта сырья какао-бобов и содержания их в шоколадной продукции, внедряя разнообразную начинку.

Данные проекты являются затратными, но достаточно эффективными со сроком окупаемости чуть более семи месяцев и потенциалом на дальнейшую прибыль для ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенных исследований позволили сформулировать следующие выводы.

В настоящее время наблюдается тенденция роста кондитерской промышленности на внутреннем и мировом рынке, увеличиваются масштабы данного вида деятельности, растет ежегодный спрос, благодаря которому кондитерская отрасль оказывает большое влияние на развитие экономики страны. Именно поэтому в данных международных экономических условиях, российские предприятия крупного бизнеса, в том числе и кондитерской отрасли, все больше выходят на мировой рынок, заключают международные контракты, закупают товары и оборудование, экспортируют сырье и продукты собственного производства.

Изучая ВЭД предприятий кондитерской отрасли России, можно заметить, что данная деятельность имеет большое экономическое значение для пищевой промышленности в целом, а также оказывает существенное влияние на экономическое развитие страны. В число таких предприятий входит и ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», являющаяся частью холдинга «Объединенные кондитеры».

В процессе написания выпускной квалификационной работы были приведены следующие исследования.

Выявлены основные принципы и особенности кондитерских предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. Опираясь на эти принципы и особенности формируются правила, которые обеспечивают четкое понимание данной отрасли, ее сложности и благодаря которым оказывается влияние на качество развития экономики страны.

Дана общая характеристика предприятия ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика». Сегодня фабрика производит товары почти в каждом сегменте рынка кондитерской продукции и выпускает свыше 130 наименований ассортиментного ряда кондитерских изделий,

сертифицированные по стандартам международной системы менеджмента безопасности и качества пищевых продуктов. ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» активно развивает свои экспортные направления сбыта, на сегодняшний день основными странами-импортерами ее продукции являются Германия, Канада, Китай, Кыргызстан, Армения, Казахстан, Монголия. Предприятие стремится к долгосрочным отношениям со своими партнерами, предлагая им специальные мотивационные программы для постоянных оптовых клиентов. Осуществление ВЭД, позволяет предприятию становиться более конкурентоспособным, получать дополнительную прибыль, а также завоевывать новые мировые рынки.

В ходе анализа зарубежного экспорта ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» увеличила свои показатели поставок по сравнению с предыдущими годами. Финансовые показатели имеют как положительные, так и отрицательные данные, которые дают компании понимание о существовании проблем, которые требуют решений.

Анализ внешней среды предприятия показал высокую конкуренцию на рынке кондитерских изделий. Поэтому фабрике, помимо совершенствования современного производства и модернизации производственного оборудования, необходимо уделять основное внимание и организации осуществления внешнеэкономической деятельности.

Среды проблемных вопросов осуществления ВЭД анализируемого предприятия можно выделить следующие:

- отсутствие в организационной структуре специализированного подразделения ВЭД;
- несовершенство информационно-коммуникационного обмена данными на предприятии;
- отсутствие у фабрики эффективной рекламной кампании;
- большая зависимость от импорта сырья какао-бобов.

В целях устранения, выявленных в ходе анализа внешнеэкономической деятельности недостатков, в данном исследовании предложены соответствующие мероприятия.

Так, в качестве основного мероприятия, способствующему оптимизации ВЭД, является создание полноценного отдела ВЭД, который на сегодняшний день отсутствует в структуре предприятия. Также фабрике требуется организовать информационно-коммуникационный обмен работы предприятия с помощью подписки на программный продукт Microsoft 365 и разработать широкомасштабную рекламную кампанию. А с помощью разработки продукции со сложными начинками, предприятию удастся снизить процентное содержание импортных какао-продуктов в кондитерских изделиях.

Предложенные мероприятия в данном исследовании являются затратными, но достаточно эффективными со сроком окупаемости чуть более семи месяцев и потенциалом на дальнейшую прибыль для ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика». В результате, это позволит расширить спектр иностранных покупателей и повысить эффективность деятельности исследуемой организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // Официальный сайт Евразийского экономического союза URL: <http://www.eaeunion.org/> (дата обращения: 18.02.2024).
2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Собрание законодательства РФ. № 3. 04.08.2014.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ // Российская газета. № 148-149. 06.08.1998.
4. Налоговый кодекс // Российской Федерации (часть вторая) от 05.05.2000 № 117-ФЗ. Российская газета № 106. 03.06.2003.
5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 03.04.2014 № 195-ФЗ. // Российская газета. № 256. 31.12.2001.
6. Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ (с изменениями от 13.07.2020) «О качестве и безопасности пищевых продуктов» // Российская газета. № 5. 10.01.2000.
7. Федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ (с изменениями от 19.12.2023) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» // Российская газета. № 254. 18.12.2003.
8. Федеральный закон от 29.06.2015 г. № 162-ФЗ (ред. от 30.12.2020 № 523-ФЗ) «О стандартизации в Российской Федерации» // Российская газета. № 144. 03.07.2015.
9. Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства. № 32 (часть 1). 06.08.2018. С.5082.

10. Закон РФ от 21.05.1993 N 5003-1 (ред. от 25.12.2023 № 630-ФЗ) «О таможенном тарифе» // Российская газета. № 107. 05.06.1993.
11. Распоряжение Правительства РФ от 29.06.2016 N 1364-р «Об утверждении Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года // Собрание законодательства. № 28. 11.07.2016. С. 4758.
12. «Технический регламент на кондитерскую продукцию» (ред., принятая ГД ФС РФ в I чтении 03.09.2008) // Проект Федерального закона. № 469750-4.
13. Анопченко, Т. Ю., Новицкая, А. И. Динамика и тенденции развития пищевой промышленности в современных условиях России // Вопросы регулирования экономики. 2023. № 1. С. 26-30.
14. Ашальян Л. Н., Зебелян Р. С., Шурухина Т. В. Стратегический анализ состояния рынка кондитерских изделий // Управленческое консультирование. 2023. № 6. С. 89-95.
15. Баркова, Н. Н. Автоматическая регистрация таможенной декларации // Молодой ученый. 2023. № 13.1. С. 17-19.
16. Головинов, О. Н., Кузьменко, С. С. Государственное регулирование кондитерского рынка // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Москва: Экономика и управление. 2023. № 3. С. 76.
17. Дианова, В. Ю., Дианов, Ю. А. Приоритетные направления развития взаимодействия участников ВЭД и таможенных органов ЕАЭС в рамках единого экономического пространства // Таможенное дело. 2023. № 1. С. 17 - 21.
18. Искевич, И. С., Куркин, Б. А. К вопросу о правовых режимах внешнеторговой деятельности // Международное публичное и частное право. 2023. № 3. С. 29 - 33.
19. Козырин, А. Н. Таможенное право России. Общая часть // А. Н. Козырин // М.: Спарк, 2020. 135 с.

20. Колесов В. П. Международная экономика / В. П. Колесов, М. В. Кулаков; под ред. В. П. Колесова // М.: ИНФРА –М, 2019. 316 с.
21. Коренькова В. И. Функции таможенных органов в системе обеспечения экономической безопасности России / В. И. Коренькова // Электронный научный журнал. 2023. № 2-2 (17). С. 128-131.
22. Кругман П. Р. Международная экономика / П. Р. Кругман, М. Обстфельд; под ред. П. Р. Кругмана. // Санкт-Петербург: ПИТЕР, 2019. 520 с.
23. Ксенофонтова Е. М. Основы внешнеэкономической деятельности : учебное пособие. Санкт-Петербург : Интермедия, 2021. 193с.
24. Курьеров В. Г. Эволюция системы государственного регулирования внешней торговли России / В. Г. Курьеров // ИСКРАН. 2023. № 1. С. 31-39.
25. Оганесян Г. О. Механизмы стимулирования экспортной деятельности // Проблемы экономики и юридической практики. 2023. № 4. С. 39-41.
26. Пашкова И. А. Создание системы содействия экспорту в России / И. А. Пашкова, Г. М. Шорохов // Внешняя торговля. 2023. №1. С. 12-23.
27. Попов Е. В., Семячков К. А., Симонова В. Л. Оценка влияния информационно-коммуникационных технологий на инновационную активность регионов // Финансы и кредит. 2023. № 46. С. 46-60.
28. Пузикова Е. А. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебное пособие / Е. А. Пузикова, В. В. Свечникова, Н.И. Тришкина. 3-е изд. Москва : ФЛИНТА, 2021. 130 с.
29. Руденко Г. Д. Цифровые технологии: новые возможности для бизнеса. //Эффективное антикризисное управление 2023. № 1 С. 26.
30. Савин В. А. Экспортная база РФ / В. А. Савин // Внешнеэкономический бюллетень. 2022. № 10. С. 22-28.
31. Сальникова О. В., Рожкова Л. В. Основные направления развития экспорта кондитерской продукции в России // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. 2023. № 1(7). С. 56.

32. Соркин С. Л. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: экономика и управление: учебное пособие. М.: Экономика, 2020. 235 с.
33. Стрекалов С. В. Механизм управления таможенно-логистическими процессами внешнеторговой деятельности промышленных предприятий // Вестник Российской таможенной академии. 2022. № 4. С. 31 - 39.
34. Тактарова С. В., Агамагомедова С. А. Актуальные проблемы внешнеэкономической деятельности и таможенного дела // Издательство ПГУ. 2020. № 10. С. 134.
35. Уткина С. И. Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие. Москва : МИСИС, 2021. 133 с.
36. Фаминский И. П. Внешнеэкономические связи России / И. П. Фаминский // Экономика и жизнь. 2023. № 2. С. 33-37.
37. АО «Росбизнесконсалтинг». Потребление сладкого в России побило рекорд. URL: <https://www.rbc.ru/business/15/05/2019/5cda919e9a794781894e23a6> (дата обращения: 03.05.2024).
38. Официальный сайт Объединенные кондитеры. URL: <https://www.uniconf.ru>. (дата обращения: 02.05.2024).
39. Официальный сайт Министерства экономики Пензенской области. URL:<http://econom.pnzreg.ru/> (дата обращения: 23.04.2024).
40. Официальный сайт Федеральной налоговой службы URL: <https://www.nalog.ru>. (дата обращения: 15.04.2024).
41. Официальный сайт Федеральной службы статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 05.04.2024).
42. Официальный сайт Microsoft URL:<https://www.microsoft.com/ru-ru>
43. Портал внешнеэкономической информации. URL: <http://www.ved.gov.ru>. (дата обращения: 25.04.2024).
44. Портал поддержки малого и среднего предпринимательства Пензенской области. URL:<http://mbpenza.ru/> (дата обращения: 17.04.2024).

45. Проверка и анализ российских юридических лиц и предпринимателей. ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика». URL: <https://www.rusprofile.ru/id/2013427>. (дата обращения: 13.04.2024).

46. Рейтинг российских организаций по выручке от продаж кондитерских изделий. URL: <https://www.testfirm.ru> (дата обращения: 21.04.2024).

47. Российский продовольственный рынок. URL: <http://foodmarket.spb.ru> (дата обращения: 26.04.2024).

48. Российский экспортный центр. URL: <https://www.exportcenter.ru> (дата обращения: 28.04.2024).

49. Статистика внешней торговли. По данным ФТС России. Экспорт кондитерских изделий из Пензенской области. URL: <https://ru-stat.com/date-Y2019-2020/RU56000/export/world> (дата обращения: 28.04.2024).

50. Центр Исследований Кондитерского Рынка. Кондитерский рынок России в 2023 году – лучший год после кризиса. URL: http://cikr.ru/news/?ELEMENT_ID=604 (дата обращения: 27.04.2024).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Требования к качеству кондитерских изделий



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Цели внешнеэкономической деятельности предприятия

