

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему:

«УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ І ЯКІСТЮ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ»

(тема кваліфікаційної роботи)

Виконав: студент II курсу,
групи ДМП-МС23мг+МС23(2)мг
спеціальності: 076 «Підприємництво та торгівля»
(ОП «Митна справа»)

(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

_____ /	<u>Єгор ФАЛАЛЕСВ</u>
(підпис)	(ім'я та прізвище)
Керівник _____ /	<u>Марина ЧУЙКО</u>
(підпис)	(ім'я та прізвище)
Рецензент _____ /	<u>Юлія БЕЗУГЛА</u>
(підпис)	(ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»

В.о. завідувача кафедри _____ /	<u>Вікторія ЧОБИТОК</u>
(підпис)	(ім'я та прізвище)
Нормоконтроль _____ /	<u>Марина ГНЄЗДІЛОВА</u>
(підпис)	(ім'я та прізвище)
Секретар ЕК _____ /	<u>Ірина БЛУДОВА</u>
(підпис)	(ім'я та прізвище)

Харків – 2024 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В.Н. КАРАЗІНА

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
Освітньо-професійна програма «Митна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
д.е.н., проф.
Вікторія ЧОБИТОК

(підпис)

«14» жовтня 2024 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу (дипломну роботу)
другого (магістерського) рівня вищої освіти

здобувачу Єгору ФАЛАЛЕЄВУ

1. Тема: «Управління асортиментом і якістю хлібобулочних виробів та особливості їх митного оформлення» затверджена наказом по навчально-науковому інституту № 4801-5/3704 від «21» листопада 2024 р.
2. Термін здачі закінченої роботи: «25» листопада 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: Закони України, Митний кодекс України, Постанови Верховної Ради, Постанови Кабінету Міністрів, національні стандарти України, теоретичні та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів за темою роботи, періодичні видання, статистичні дані.
4. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити): сучасні тенденції розвитку ринку хлібобулочних виробів; аналіз діяльності ФОП Новіков С.Ю. і перспективи розвитку його зовнішньоекономічної діяльності; управління асортиментом хлібобулочних виробів та особливості їх митного оформлення.
5. Перелік графічного матеріалу (презентаційний матеріал): аналіз міжнародного хлібобулочних виробів, показники діяльності ФОП Новіков С.Ю.; механізм оцінки ефективності бізнес-процесу «управління експортними операціями»; об'єкти дослідження; органолептичні показники якості хліба пшеничного; порядок митного оформлення хлібобулочних виробів в митному режимі експорт; шляхи вдосконалення системи митного контролю.

6. Консультант:

Розділ	Консультант	Підпис, дата		Оцінка (бали)
		Завдання видав	Завдання прийняв	
	не передбачено			

7. Дата видачі завдання: «14» жовтня 2024 р.

Керівник:

(підпис)

Марина ЧУЙКО

Завдання прийняв до виконання:

(підпис)

Єгор ФАЛАЛЕЄВ

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК
виконання кваліфікаційної роботи
(дипломної роботи)**

№ з/п	Назва етапів роботи та питань, які мають бути розроблені відповідно до завдання	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1	Систематизація матеріалів про діяльність об'єкту дослідження	14.10.2024 р.	
2	Вивчення теоретичного матеріалу, написання першого розділу роботи	21.10.2024 р.	
3	Аналіз діяльності об'єкту дослідження, написання другого розділу	28.10.2024 р.	
4	Розробка та написання рекомендаційної частини роботи	11.11.2024 р.	
5	Завершення вступу та висновків, формування анотації, впорядкування списку літератури	18.11.2024 р.	
6	Перевірка на антиплагіат	21.11.2024 р.	
7	Оформлення дипломної роботи та представлення її на кафедрі	25.11.2024 р.	

Здобувач

(підпис)

Єгор ФАЛАЛЕЄВ

Нормоконтроль:

(підпис)

Марина ГНЄЗДІЛОВА

АНОТАЦІЯ

Фалалеев Є.С. Управління асортиментом і якістю хлібобулочних виробів та особливості їх митного оформлення. – Рукопис.

Магістерська кваліфікаційна робота зі спеціальності *076 Підприємництво та торгівля*. – ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія» ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2024. – 76 с.

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних положень щодо управління асортиментом хлібобулочних виробів та особливостей їх митного оформлення. Проведено аналіз ринку хлібобулочних виробів в Україні та світі, розглянуто особливості контролю якості хлібобулочних виробів і фактори, що впливають на формування їх споживчих властивостей, наведено особливості експортного контролю товарів в ЄС. Проведено аналіз діяльності ФОП Новіков С.Ю., його фінансово-економічного забезпечення, запропоновано перспективи розвитку його зовнішньоекономічної діяльності. Товарознавча оцінка хліба пшеничного, представленого у вітчизняній торговельній мережі, а також аналіз сучасного асортименту хлібобулочних виробів показали можливість їх експорту. Розроблено митні формальності при переміщенні хлібобулочних виробів через митний кордон України в митному режимі експорт. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення системи митного контролю.

Метою кваліфікаційної роботи є управління асортиментом хлібобулочних виробів, а також розроблення порядку здійснення їх митного оформлення в митному режимі експорт.

Об'єктом дослідження є митні формальності при митному оформленні хлібобулочних виробів, зразки хліба пшеничного різних торговельних марок, діяльність ФОП Новіков С.Ю.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є товарознавча характеристика та митне оформлення хлібобулочних виробів в митному режимі експорт, показники діяльності ФОП Новіков С.Ю.

Результати розробок можуть бути застосовані для підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, при пошуку та виборі оптимальних форм митного контролю та митного оформлення хлібобулочних виробів.

Ключові слова: хлібобулочні вироби, якість, експорт, зовнішньоекономічна діяльність, підприємство, товарознавча оцінка, пакування, маркування, митний режим, митне оформлення.

ANNOTATION

Falaleyev E.S. Management of the assortment and quality of bakery products and peculiarities of their customs clearance. – Manuscript.

Master's qualification work on the specialty *076 Entrepreneurship and trade*. – Educational and Research Institute «Ukrainian Engineering and Pedagogics Academy» of V. N. Karazin Kharkiv National University. – Kharkiv, 2024. – 76 p.

The master's qualification work is devoted to the study of theoretical principles and practical provisions for managing the range of bakery products and the peculiarities of their customs clearance. The author analyses the market of bakery products in Ukraine and the world, considers the peculiarities of quality control of bakery products and factors influencing the formation of their consumer properties, and presents the peculiarities of export control of goods in the EU. The article analyses the activities of the FLP S.Y. Novikov, his financial and economic support, and suggests prospects for the development of his foreign economic activity. The commodity assessment of wheat bread presented in the domestic retail network, as well as the analysis of the current range of bakery products, showed the possibility of their export. Customs formalities for the movement of bakery products across the customs border of Ukraine in the customs regime of export have been developed. Recommendations for improving the customs control system have been developed.

The purpose of the qualification work is to manage the range of bakery products, as well as to develop a procedure for their customs clearance in the export customs regime.

The object of study is customs formalities in the customs clearance of bakery products, samples of wheat bread of various brands, and the activities of the FLP S.Y. Novikov.

The subject of the qualification work is the commodity characteristics and customs clearance of bakery products in the export customs regime, performance indicators of the FLP S.Y. Novikov.

The results of the development can be applied to enterprises engaged in foreign economic activity in the search and selection of optimal forms of customs control and customs clearance of bakery products.

Key words: bakery products, quality, export, foreign economic activity, enterprise, commodity assessment, packaging, labelling, customs regime, customs clearance.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ.....	9
1.1. Аналіз ринку хлібобулочних виробів в Україні та світі.....	9
1.2. Контроль якості хлібобулочних виробів і фактори, що впливають на формування їх споживчих властивостей	26
1.3. Експортний контроль товарів в ЄС	33
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	37
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ФОП НОВІКОВ С.Ю. І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЙОГО ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	38
2.1. Загальна характеристика ФОП Новіков С.Ю.	38
2.2. Аналіз фінансово-економічного забезпечення діяльності підприємства ..	46
2.3. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності ФОП Новіков С.Ю.	52
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	58
РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ	59
3.1. Аналіз сучасного асортименту хлібобулочних виробів	59
3.2. Товарознавча характеристика хлібобулочних виробів	63
3.3. Особливості митного оформлення хлібобулочних виробів у митному режимі експорт і шляхи вдосконалення системи митного контролю	71
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	75
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	76
СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
ДОДАТКИ.....	84

ВСТУП

Хліб є основною частиною раціону багатьох людей у всьому світі. Хлібобулочні вироби займають ключове місце у харчуванні завдяки своїй універсальності, доступності та поживній цінності. Вони забезпечують понад 50% добової потреби в енергії. Близько 75% добової потреби в рослинному білку також надходить із цими продуктами. Механізація виробництва дозволяє підвищити ефективність і стабільно забезпечити якість продукції. Використання інноваційних методів збагачення тіста та альтернативних інгредієнтів розширює асортимент. Завдяки оптимізації виробничих процесів та розвитку логістичних мереж хліб залишається доступним за ціною для всіх верств населення.

Хлібопекарська галузь України відіграє ключову роль у забезпеченні населення основними продуктами харчування. Завдяки сучасним виробничим потужностям, високому рівню механізації технологічних процесів та широкому асортименту продукції, українські пекарі здатні постачати різноманітні хлібобулочні вироби за доступними цінами.

Сучасний ринок хліба та хлібобулочних виробів в Україні характеризується високою конкуренцією та потребою в інноваціях. Споживачі все частіше обирають вироби, виготовлені з натуральної сировини, що стимулює виробників пропонувати продукцію без використання хімічних поліпшувачів, консервантів, штучних барвників і підсилювачів смаку. Виробництво на основі заквасок, використання органічного борошна та натуральних добавок підвищують довіру до виробника хлібобулочних виробів.

Для успішної конкуренції на українському ринку хліба та хлібобулочних виробів виробники мають зосередитися на якості, натуральності та інноваціях. Створення функціональної продукції з урахуванням сучасних тенденцій і потреб споживачів дозволяє закріпити позиції на ринку та забезпечити довготривалий успіх.

На сьогодні українські виробники хлібобулочних виробів виготовляють продукцію у широкому асортименті та високої якості, що обумовлює зростання їх експортних можливостей на світові ринки. Дотримання міжнародних стандартів якості та безпечності забезпечує конкурентоспроможність хлібобулочної продукції на зовнішніх ринках.

Отже, проблема контролю якості хлібобулочних виробів, що надходять на споживчий вітчизняний ринок і експортуються в інші країни, є досить актуальною.

Метою кваліфікаційної роботи є управління асортиментом хлібобулочних виробів, а також розроблення порядку здійснення їх митного оформлення в митному режимі експорт.

Поставлена мета обумовила розв'язання таких завдань:

- 1) проаналізувати ринок хлібобулочних виробів в Україні та світі;
- 2) розглянути проведення контролю якості хлібобулочних виробів;
- 3) вивчити особливості проведення експортного контролю товарів в Європейському Союзі;
- 4) провести аналіз діяльності ФОП Новіков С.Ю.;
- 5) запропонувати перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності ФОП Новіков С.Ю.;
- 6) проаналізувати сучасний асортимент хлібобулочних виробів;
- 7) дослідити якість упакування та повноту маркування хлібобулочних виробів;
- 8) провести товарознавчу оцінку хлібобулочних виробів різних торговельних марок;
- 9) розробити митні формальності при переміщенні хлібобулочних виробів через митний кордон України в митному режимі експорт;
- 10) надати рекомендації щодо вдосконалення системи митного контролю.

Об'єктом дослідження є митні формальності при митному оформленні хлібобулочних виробів, зразки хліба пшеничного різних торговельних марок, діяльність ФОП Новіков С.Ю.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є товарознавча характеристика та митне оформлення хлібобулочних виробів в митному режимі експорт, показники діяльності ФОП Новіков С.Ю.

У роботі використовувались методи: системний, порівняльно-правовий, синтез та моделювання форм митного контролю та митного оформлення, органолептичні, метод математико-статистичної обробки отриманих результатів. Інформаційною базою дослідження є відповідні законодавчі та нормативні акти, офіційні статистичні матеріали, національні стандарти та інші джерела.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробленні рекомендацій щодо перспективних шляхів розвитку зовнішньоекономічної діяльності ФОП Новіков С.Ю. та вдосконалення системи митного контролю. Отримані результати можуть застосовуватись для підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, при пошуку та виборі оптимальних форм митного контролю та митного оформлення хлібобулочних виробів. Результати товарознавчої оцінки хліба пшеничного мають бути враховані виробниками з метою поліпшення їх якості, а також можуть бути корисними для споживачів та підприємств, що займаються їх реалізацією на вітчизняному та міжнародному ринках.

Основні положення роботи викладені у тезах доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (додаток А).

РОЗДІЛ 1

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ

ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

1.1. Аналіз ринку хлібобулочних виробів в Україні та світі

Хліб є основним продуктом харчування, який споживали 80% населення світу в 2023 році. Очікується, що розмір світового ринку хліба зафіксує CAGR 3,66% з 2023 по 2030 рік. У 2023 році прогнозується, що розмір ринку досягне 227,41 млрд. дол. США. Очікується, що до 2030 року оцінка досягне 291,29 млрд. дол. США [1].

Хлібобулочні вироби, такі як хліб і печиво, залишаються популярними як основні продукти домашнього вжитку, а їхні продажі зумовлюються тим фактом, що вони є основними дієтичними продуктами для споживачів із обмеженим часом.

Ринок хліба – це купівля та продаж різних видів хлібобулочних виробів. Він включає в себе ряд хлібобулочних виробів, виготовлених з борошна, дріжджів, води та інших інгредієнтів, таких як цукор, сіль і жир. Хліб є основним продуктом харчування в багатьох культурах, і його щодня споживають мільйони людей у всьому світі.

Ринок хліба різноманітний і включає різноманітні хлібобулочні вироби, такі як білий хліб, цільнозерновий хліб, хліб на заквасці, булочки, круасани тощо. На ринок впливають такі фактори, як уподобання споживачів, регіональні та культурні відмінності, тенденції здоров'я та інновації в хлібопекарській промисловості.

Протягом багатьох років ринок хліба стабільно зростає, а також глобальний попит на хлібобулочні вироби зростає. Одним із головних факторів зростання ринку хліба є зростання населення, оскільки все більше людей споживають хлібобулочні вироби як частину свого щоденного раціону.

Іншим важливим аспектом ринку хліба є зростання попиту на більш здорові та поживні варіанти хліба. Споживачі все частіше шукають хлібобулочні вироби з цільного зерна, які містять більше клітковини, вітамінів і мінералів, ніж хліб із очищеного борошна. Безглютенові та органічні хлібобулочні вироби також набувають популярності.

Крім того, інновації в хлібобулочній промисловості сприяють зростанню ринку хліба, завдяки чому впроваджуються нові види хліба, щоб задовольнити мінливі уподобання споживачів. Наприклад, кустарний хліб, хліб на заквасці та інші фірмові види хліба стають все більш популярними.

Електронна комерція та онлайн-роздрібна торгівля також сприяють зростанню ринку хліба, полегшуючи споживачам доступ до широкого асортименту хлібобулочних виробів і купівлю їх, не виходячи з дому.

Основні фактори зростання включають зростання населення та зростаючий попит на більш здорові та поживні варіанти хліба, як цільнозернові та безглютенові сорти. Інновації в хлібопекарській промисловості, такі як нові спеціальні сорти хліба, також сприяють розширенню ринку хліба. Географічно Європа є найбільшим ринком хліба, в той час як Італія є найбільшою країною, що споживає хліб у кількості 199,6 кг на душу населення на рік [2].

Виробники адаптували свої продуктові лінії відповідно до мінливих смаків споживачів і зниження продажів у ключових сегментах. Хліб, який є основним продуктом харчування, тепер включає цільнозернові, мультизернові, пророщені, безглютенові та з низьким вмістом вуглеводів. Десерти мають низький вміст цукру та жиру, цільні зерна та інгредієнти природного походження, а також доступні варіанти, які підходять для діабетиків. Основними гравцями на світовому ринку хліба є Maple Leaf Foods, George Weston, Fuji Baking Group і Angel Bakeries. Ринок хліба є відносно фрагментованим, з низькою концентрацією ринку [3].

Зміна споживчих звичок, зайнятий спосіб життя та прагнення до більш здорових варіантів спонукають до зростання попиту на ринку хліба. Ключові фактори включають:

- зміщення переваг споживачів у бік більш зручних, готових до споживання хлібобулочних виробів через зайнятий спосіб життя;
- зростаючий інтерес до більш здорових варіантів хліба, виготовлених із інгредієнтами з низьким вмістом вуглеводів, високим вмістом клітковини, мультівітамінами, збагаченими інгредієнтами з високим вмістом антиоксидантів і омега-3 серед споживачів, які піклуються про своє здоров'я;
- високий попит на хліб, виготовлений із цільної пшениці, мультизерновий, без солі, глютену та транс-жирів [4].

Щоб задовольнити цей попит, виробники впроваджують інновації, щоб покращити термін придатності та текстуру, використовуючи ферменти та впроваджуючи нові технології виробництва, як заморожене тісто, упаковані та випечені продукти. Це дозволяє їм зменшити кількість відходів і збільшити продажі, забезпечуючи довший термін зберігання хліба.

Ринок хліба стикається із серйозною проблемою пошуку та утримання кваліфікованого персоналу. Виробництво високоякісної випічки вимагає спеціальних технічних навичок і досвіду, але багато пекарень наймаються без попереднього досвіду та проходять обмежене навчання. Очікується, що до 2025 року у виробничому секторі США буде створено майже 3,5 мільйона вакансій, але очікується, що значний дефіцит навичок залишить незаповненими приблизно 2 мільйони з цих вакансій.

У той же час у період з 2018 по 2021 рік чисельність працівників хлібобулочних виробництв скоротилася приблизно з 85 000 до 75 000. Примітно, що на 65% пекарень працює менше десяти осіб, тоді як лише 1,2% мають 500 або більше працівників, що підкреслює домінування в галузі малих підприємств. Крім того, талановита молодь часто віддає перевагу університетській або професійній кар'єрі, яка пропонує вищі зарплати та можливості для зростання, створюючи розрив робочої сили [5].

Серед каналів розповсюдження хліба домінують супермаркети та гіпермаркети. Супермаркети та канали гіпермаркетів пропонують широкий вибір хлібобулочних виробів, включаючи пропозиції приватних торгових марок і власних брендів, а також отримати вигоду від значних обсягів виробництва, хоча це відбувається за рахунок меншої норми прибутку.

Інші важливі сегменти включають магазини, які задовольняють потреби зайнятих споживачів; сегмент громадського харчування, головною перевагою якого є напівприготований хліб в індивідуальній упаковці; сегмент готелів і ресторанів, який обумовлений популярністю континентальних сніданків з продуктами хлібопекарської промисловості; а також спеціалізовані магазини, роздрібна торгівля в Інтернеті, торговельні заклади випічки та франчайзингові точки продажу, різноманітні магазини та інші канали розподілу, кожен з яких відіграє важливу роль у задоволенні різноманітних потреб та вподобань споживачів хліба в різних географічних місцях та поведінці споживачів [6].

Щодо регіональної статистики ринку хліба, то Європа продовжує домінувати на світовому ринку хліба. Значне старіння населення регіону сприяє зростанню попиту на більш здорові хлібобулочні вироби, що сприяє зростанню ринку. Основні тенденції на європейському ринку хліба включають зростання попиту на якісний хліб від місцевих і спеціалізованих пекарень, нові бізнес-моделі та інновації, екологічне маркування та пакування, а також впровадження органічного хліба.

Споживачі в Європі все більше віддають перевагу етнічному, свіжому та крафтовому хлібу з доданою вартістю, що є основним фактором, що стимулює продажі. Але ринок хліба в Європі постраждав від російсько-української війни, оскільки європейські країни імпортували сировину з цих регіонів. У результаті середня ціна на хліб у Європі була набагато вищою в 2023 році порівняно з 2022 роком [7].

Італія має багаті та сильні традиції хлібобулочних виробів, у 20 регіонах країни виробляється понад 350 різних видів хліба. Італія є країною з

найбільшим споживанням хліба з 199,6 кг на душу населення на рік, що свідчить про велику перевагу традиційного хліба в щоденному раціоні.

Оскільки споживачі стають більш уважними до свого здоров'я, ринок хліба, швидше за все, спостерігатиме продовження переходу до більш здорових і поживних варіантів хліба. Це включає хліб із цільного зерна, старовинних зерен та альтернативного борошна, такого як мигдальне борошно, а також варіанти без глютену та з низьким вмістом вуглеводів [8].

Хлібобулочна промисловість постійно впроваджує інновації та впроваджує нові продукти, щоб задовольнити мінливі споживчі вподобання. Спеціальний хліб, такий як кустарний хліб, хліб на заквасці та хліб з додаванням функціональних інгредієнтів, стає все більш популярним, і з'являються нові смаки та сорти.

Напружений спосіб життя підвищує попит на зручні та прості у вживанні хлібобулочні вироби, такі упаковані сендвічі та булочки. Електронна комерція та роздрібна онлайн-торгівля також спрощують для споживачів купівлю хлібобулочних виробів і доставку їх додому.

Споживачі стають більш свідомими щодо навколишнього середовища, і ринок хліба, ймовірно, побачить зсув у бік більш стійких та екологічних практик. Це включає використання місцевих інгредієнтів, зменшення відходів упаковки та енергоефективні методи виробництва [9].

Загалом очікується, що ринок хліба продовжуватиме зростати в найближчі роки з новими тенденціями та інноваціями, які формуватимуть галузь і відповідатимуть мінливим потребам і вподобанням споживачів.

Протягом багатьох років на ринку хліба відбулася низка злиттів і поглинань, коли компанії прагнули збільшити свою частку ринку та диверсифікувати пропозицію своїх продуктів. Ці злиття та поглинання допомогли компаніям розширити свою частку ринку, урізноманітнити пропозицію продуктів і вийти на нові ринки. Вони також призвели до консолідації на ринку хліба, де кілька великих компаній домінували в галузі.

Значні загрози, з якими може зіткнутися ринок хліба в найближчому майбутньому [10]:

1. Проблеми зі здоров'ям.

Хоча хліб є основним продуктом харчування в багатьох культурах, останніми роками він також став предметом пильної уваги через занепокоєння щодо його впливу на здоров'я. Деякі споживачі взагалі уникають хлібобулочних виробів через непереносимість глютену або занепокоєння щодо високого споживання вуглеводів. Зростання низьковуглеводної та безглютенової дієти може вплинути на попит на хлібобулочні вироби.

2. Конкуренція з боку інших продуктів харчування.

Хліб конкурує з іншими продуктами харчування в категоріях вуглеводів і хлібобулочних виробів, таких як макаронні вироби, рис, печиво та тістечка. Зростання популярності інших джерел вуглеводів може знизити попит на хлібобулочні вироби.

3. Цінова конкуренція.

Ринок хліба є висококонкурентним, багато компаній змагаються за ціну, щоб залучити споживачів. Це може призвести до зниження норми прибутку та зменшення інвестицій у дослідження та розробки.

4. Проблеми сталого розвитку.

Оскільки споживачі стають більш екологічно свідомими, зростає занепокоєння щодо впливу виробництва хліба на навколишнє середовище. Це включає занепокоєння щодо використання пестицидів і добрив, а також вуглецевий слід транспортування та виробництва.

5. Економічні фактори.

Економічні спади, інфляція та зміни споживчих звичок можуть вплинути на попит на хлібобулочні вироби. Споживачі можуть перейти до більш дешевих альтернатив або зменшити загальне споживання хлібобулочних виробів під час економічної невизначеності.

Загалом ринок хліба стикається з низкою проблем, які можуть вплинути на його зростання та прибутковість. Щоб залишатися

конкурентоспроможними та досягати успіху в довгостроковій перспективі, компаніям у галузі потрібно буде впроваджувати інновації, адаптуватися до мінливих уподобань споживачів і вирішувати проблеми сталого розвитку.

На світовий ринок хліба впливає кілька факторів, які впливають на його сценарій, включаючи тенденції, драйвери та аналіз впливу. Ці фактори формують галузь і впливають на її зростання та прибутковість.

Останніми роками ринок хліба стабільно зростає, зростає попит на більш здоровий і поживний хліб. Ринок є висококонкурентним, у галузі домінують кілька великих компаній. Однак зростання виробництва спеціального хліба та зростання популярності електронної комерції та роздрібної торгівлі в Інтернеті відкривають нові можливості для компаній на ринку [11].

Однією з головних тенденцій на ринку хліба є перехід до більш здорових і поживних варіантів хліба. Це включає хліб із цільного зерна, старовинних зерен та альтернативного борошна, такого як мигдальне борошно, а також варіанти без глютену та з низьким вмістом вуглеводів. Інші тенденції включають інновації та розробку нових продуктів, зручність і доступність, а також екологічність.

Кілька чинників формують ринок хліба, зокрема зміна споживчих уподобань, підвищення обізнаності про здоров'я та технологічний прогрес. Напружений спосіб життя споживачів стимулює попит на зручні та прості в споживанні хлібобулочні вироби, а підвищення обізнаності про здоров'я та самопочуття призводить до переходу на більш здорові та поживні варіанти хліба. Зростання популярності електронної комерції та онлайн-роздрібної торгівлі також сприяє розвитку ринку [12].

Ринок хліба аналізується на основі таких регіонів, як Північна Америка, Європа, Азіатсько-Тихоокеанський регіон та решта світу.

Північна Америка є одним із найбільших ринків хліба, а Сполучені Штати є провідним ринком у регіоні. Попит на хліб у Північній Америці зумовлений такими факторами, як зайнятий спосіб життя, підвищення обізнаності про здоров'я та перевага зручним і легким у споживанні стравам.

На ринок також впливає зростання популярності варіантів хліба без глютену та з низьким вмістом вуглеводів.

Європа є ще одним великим ринком для хліба, а такі країни, як Німеччина, Франція та Італія, є провідними ринками в регіоні. Попит на хліб у Європі визначається такими факторами, як традиції, смак і зручність. На ринок також впливає зростання популярності кустарного та спеціального хліба [13].

Азіатсько-Тихоокеанський регіон є швидко зростаючим ринком хліба, а такі країни, як Китай, Індія та Японія, є провідними ринками в регіоні. Попит на хліб в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зумовлений такими факторами, як урбанізація, зміна способу життя та підвищення обізнаності щодо здоров'я. На ринок також впливає зростання популярності хліба західного зразка, а також традиційного хліба, такого як наан і роті.

Решта світу включає такі регіони, як Південна Америка, Африка та Близький Схід. Попит на хліб у цих регіонах зумовлений такими факторами, як традиції, смак і зручність. На ринок також впливає зростання популярності спеціального та кустарного хліба [14].

Отже, на ринок хліба впливають такі регіональні чинники, як традиції, смак, зручність і здоров'я. Підприємствам галузі необхідно розуміти регіональну динаміку та адаптуватися до мінливих уподобань і запитів споживачів у різних регіонах, щоб досягти успіху в довгостроковій перспективі.

Провідні виробники упакованого хліба дотримуються як органічних, так і неорганічних стратегій зростання, оскільки вони прагнуть досягти значних успіхів на ринках роздрібної торгівлі. Бренди зосереджуються на стратегіях органічного зростання, таких як отримання схвалення продукції через патенти та впровадження нових продуктів, щоб прокласти шлях для розширення бізнесу. Шукаючи важливі події на роздрібних ринках, ключові гравці позиціонують себе для довгострокового успіху на висококонкурентному ринку хліба [15].

У 2023 році світовий експорт хліба перевищив 53 млрд. дол. США (за статистикою зовнішньої торгівлі 128 країн). Минулого року він становив 46 млрд. дол. (за статистикою торгівлі товарами 133 країн).

Найбільші світові експортери хліба та хлібобулочних виробів у 2023 році наведено на рис. 1.1. [16].

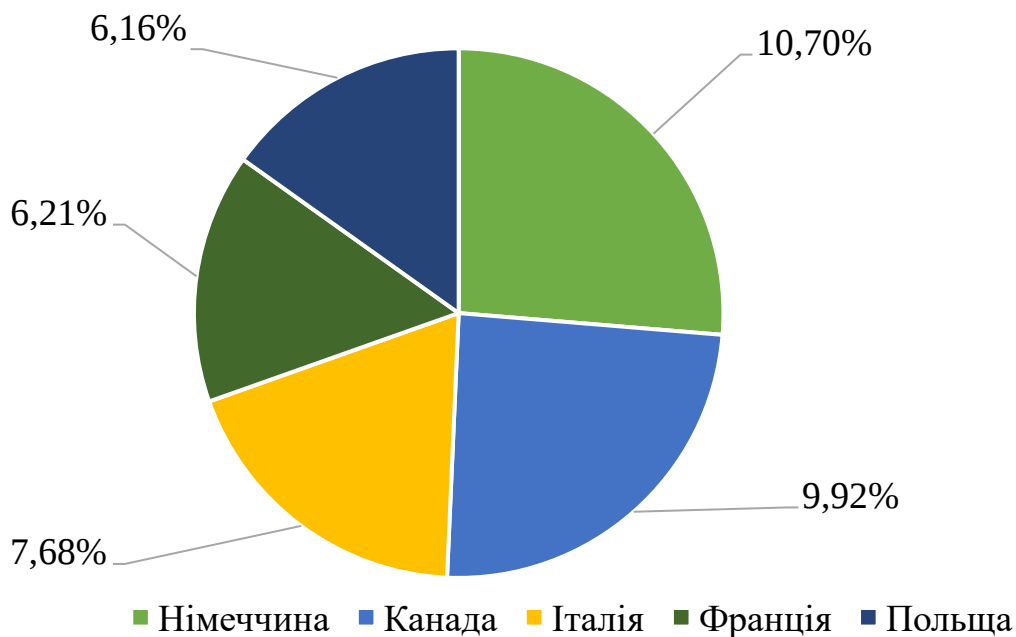


Рис. 1.1. Найбільші світові експортери хлібобулочних виробів у 2023 році

З рис. 1.1. видно, що найбільшими світовими експортерами хліба та хлібобулочних виробів у 2023 році була Німеччина – 10,7% світового експорту (5,73 млрд. дол.) та Канада – 9,92% світового експорту (\$5,28 млрд. дол.). За ними слідують такі країни як Італія – 7,68% (4,09 млрд. дол.), Франція – 6,21% (3,31 млрд. дол.), Польща – 6,16% (3,28 млрд. дол.).

Найбільший експортний потік хлібобулочних виробів у 2023 році був з Канади до Сполучених Штатів Америки із вартістю експорту 5,11 млрд. дол. США. Інші найпопулярніші експортні потоки у 2023 році наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Найбільші експортні потоки хлібобулочних виробів у 2023 році

Торговий потік	Експортне значення, дол. США
Канада – США	5,11 млрд.
Мексика – США	2,41 млрд.
США – Канада	1,6 млрд.
Польща – Німеччина	770 млн.
Бельгія – Нідерланди	681 млн.
Німеччина – Франція	674 млн.
Нідерланди – Німеччина	667 млн.
Німеччина – Австрія	659 млн.
Італія – Франція	617 млн.
Бельгія – Франція	612 млн.

З табл. 1.1 видно, що експорт хлібобулочних виробів з Канади до США становив 9,61% світового експорту (5,11 млрд. дол.), з Мексики до США – 4,52% світового експорту (2,41 млрд. дол.), із США до Канади – 3,02% світового експорту (1,6 млрд. дол.). Експорт хлібобулочних виробів з Польщі до Німеччини становив 1,44% світового експорту (770 млн. дол.), з Бельгії до Нідерландів – 1,27% світового експорту (681 млн. дол.), з Німеччини до Франції – 1,26% світового експорту (674 млн. дол.), з Нідерландів до Німеччини – 1,25% світового експорту (667 млн. дол.), з Німеччини до Австрії – 1,23% світового експорту (659 млн. дол.), з Італії до Франції – 1,16% світового експорту (617 млн. дол.), з Бельгії до Франції – 1,15% світового експорту (612 млн. дол.) [17].

У 2023 році світовий імпорт хліба та хлібобулочних виробів перевищив 52 млрд. дол. США (за статистикою зовнішньої торгівлі 135 країн). У 2022 році він становив 46 млрд. дол. (за статистикою торгівлі товарами 140 країн).

Провідні імпортери хлібобулочних виробів у 2023 році наведено на рис. 1.2.

З рис. 1.2. видно, що найбільшими світовими імпортерами хліба та хлібобулочних виробів у 2023 році були США – 20% світового імпорту (10,6 млрд. дол.). Меншу частку імпорту хлібобулочних виробів займали Велика Британія – 8,25% (4,34 млрд. дол.), Німеччина – 7,36% (3,87 млрд. дол.),

Франція – 5,97% (3,14 млрд. дол.), Канада – 4,13% (2,17 млрд. дол.), Нідерланди – 4,01% (2,11 млрд. дол.). Інші країни займали разом 50,3% світового імпорту хлібобулочних виробів [18].

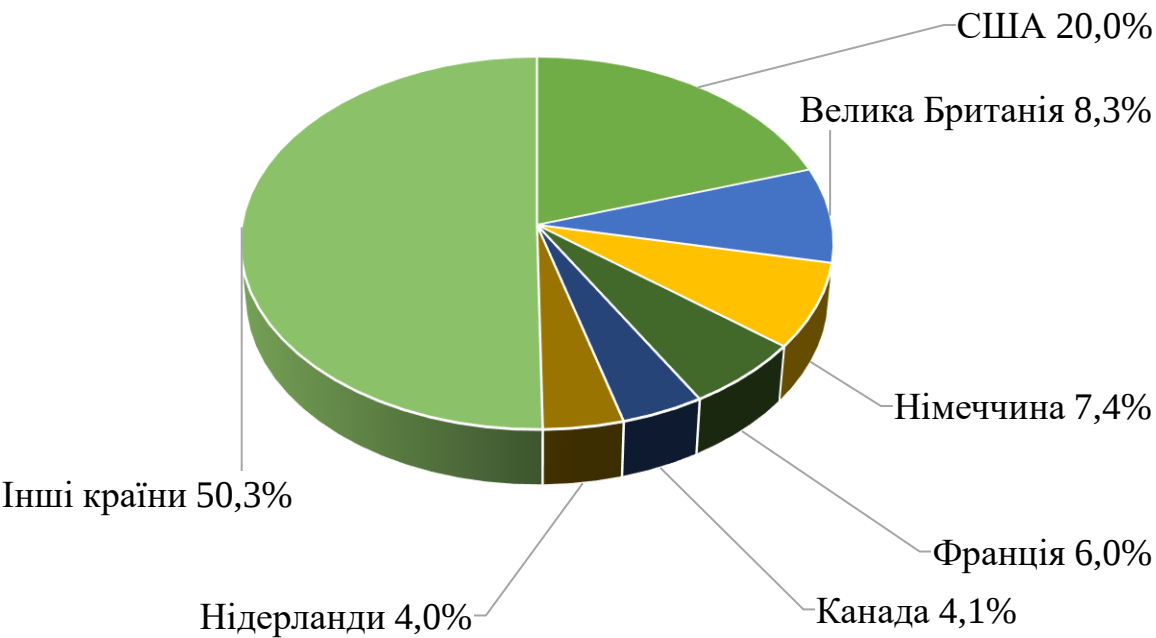


Рис. 1.2. Найбільші світові імпортери хлібобулочних виробів у 2023 році

Найбільші потоки імпорту хліба та хлібобулочних виробів у 2023 році наведено в табл. 1.2 [19].

Таблиця 1.2

Найбільші імпортні потоки хлібобулочних виробів у 2023 році

Торговий потік	Імпортне значення, дол. США
США – Канада	5,03 млрд.
США – Мексика	2,4 млрд.
Канада – США	1,54 млрд.
Німеччина – Польща	767 млн.
Велика Британія – Німеччина	717 млн.
Франція – Бельгія	707 млн.
Франція – Німеччина	669 млн.
Австрія – Німеччина	650 млн.
Німеччина – Нідерланди	643 млн.
Велика Британія – Франція	625 млн.

З табл. 1.2 видно, що у 2023 році імпорт до США з Канади склав 9,56% світового імпорту, що становило 5,03 млрд. дол. за статистикою зовнішньої торгівлі США. Також великими імпортними потоками характеризувалися імпорт до США з Мексики – 4,56% світового імпорту (2,4 млрд. дол.) та імпорт до Канади зі США – 2,92% світового імпорту (1,54 млрд. дол.). Імпорт до Німеччини з Польщі становив 1,45% світового імпорту (767 млн. дол.), імпорт до Великої Британії з Німеччини – 1,36% світового імпорту (717 млн. дол.), імпорт до Франції з Бельгії – 1,34% світового імпорту (707 млн. дол.), імпорт до Франції з Німеччини склав 1,27% світового імпорту (669 млн. дол.), імпорт до Австрії з Німеччини – 1,23% світового імпорту (650 млн. дол.), імпорт до Німеччини з Нідерландів склав 1,22% світового імпорту (643 млн. дол.), Імпорт до Великої Британії з Франції – 1,18% світового імпорту (625 млн. дол.) згідно зі статистикою зовнішньої торгівлі кожної країни.

Глобальний ринок свіжого хліба та різноманітних хлібобулочних виробів переживає значне зростання, і кілька країн стають ключовими ринками імпорту. Згідно з даними ринкової аналітичної платформи IndexBox, до топ-10 імпортерів свіжого хліба та різних хлібобулочних виробів увійшли США, Велика Британія, Німеччина, Франція, Канада, Нідерланди, Бельгія, Австралія, Італія та Іспанія [20].

Сполучені Штати Америки є найбільшим імпортером свіжого хліба та різноманітних хлібобулочних виробів із вартістю імпорту в 6,2 млрд. дол. у 2023 році. Це можна пояснити зайнятим способом життя американців, що призводить до високого попиту на зручну та готову до вживання випічку.

З невеликим відривом слідує Велика Британія з вартістю імпорту в 2,6 млрд. дол. у 2023 році. Популярність хлібобулочних виробів, таких як хліб, тістечка та торти, залишається високою у Великобританії, створюючи прибутковий ринок для іноземних виробників хлібобулочних виробів.

Німеччина займає третю позицію в списку з вартістю імпорту в 2,1 млрд. дол. США в 2023 році. Німецький ринок відомий своєю різноманітною

хлібобулочною культурою, і попит на інноваційні та високоякісні хлібобулочні вироби продовжує збільшувати імпорт.

Франція є ще одним великим гравцем на ринку імпорту свіжого хліба та різноманітних хлібобулочних виробів із вартістю імпорту в 1,7 млрд. дол. у 2023 році. Французькі споживачі мають сильну прихильність до традиційних хлібобулочних виробів, таких як багети та круасани, що стимулює попит на імпортні хлібобулочні вироби [21].

Канада, вартість імпорту якої у 2023 році склала 1,6 млрд. доларів, також є значним імпортером свіжого хліба та хлібобулочних виробів. Багатокультурне населення Канади сприяє різноманітному кулінарному ландшафту, що призводить до зростаючого попиту на міжнародні випічки.

Вартість імпорту Нідерландів у 2023 році склала 1,2 млрд. дол., що позиціонує їх як важливий ринок для свіжого хліба та хлібобулочних виробів. Голландці мають багату хлібну культуру та відомі своїм споживанням різноманітних видів хліба, що робить Нідерланди привабливим ринком для імпорту хлібобулочних виробів.

Вартість імпорту свіжого хліба та хлібобулочних виробів у Бельгію залишається високою на рівні 1,0 млрд. дол. у 2023 році. Бельгійські споживачі цінують традиційні технології випічки та смаки, що робить імпорт суттєвим компонентом їхнього ринку хлібобулочних виробів [22].

Австралія, вартість імпорту якої у 2023 році склала 718,8 млн. дол. США, стабільно зростає як ринок імпорту хлібобулочних виробів. Зміна дієтичних уподобань і зростання впливу світових кухонь сприяють зростанню попиту на свіжий хліб і хлібобулочні вироби в країні.

Італія, відома своїми всесвітньо відомими хлібобулочними та кондитерськими традиціями, у 2023 році має вартість імпорту в 686,4 млн. дол. США. Хоча Італія відома своїми власними хлібобулочними виробами, імпортний ринок надає споживачам ширший вибір і доступ до міжнародних хлібобулочних делікатесів.

У 2023 році ринок імпорту свіжого хліба та хлібобулочних виробів в Іспанії оцінюється в 667,0 мільйонів доларів. Іспанські споживачі люблять хліб і випічку, а ринок імпорту задовольняє їхній попит на спеціальні хлібобулочні вироби.

Таким чином, за найкращими ринками імпорту свіжого хліба та різноманітних хлібобулочних виробів у світі лідирують Сполучені Штати Америки, за ними йдуть Великобританія, Німеччина, Франція, Канада, Нідерланди, Бельгія, Австралія, Італія та Іспанія. Ці країни пропонують вигідні можливості для виробників хлібобулочних виробів, які прагнуть розширити свою присутність у всьому світі. Дані висвітлюють значення імпорту для цих ключових ринків і підкреслюють потенціал для зростання хлібопекарської галузі [23].

Хлібопекарська промисловість України змінює важливу соціальну роль, забезпечуючи стабільність у суспільстві та задовольняючи потреби різних верств населення в такому базовому продукті, як хліб. Однак, попри значущість галузі, останнім часом спостерігаються тривожні тенденції, які негативно впливають на її розвиток.

Економічні виклики. Зростання цін на енергоносії, сировину та логістику забезпечує собівартість виробництва. Падіння платоспроможності населення зменшує попит на деякі види продукції.

Зниження якості продукції. З нарахуванням орендної плати окремі виробники можуть знизити якість сировини або спрощувати рецептури. Використання дешевих замінників натуральних компонентів негативно позначається на смакових і харчових властивостях хліба.

Проблеми інновацій та модернізації. Недостатні інвестиції в оновлення обладнання та впровадження сучасних технологій за підтримки розвитку галузі. Відсутність стимулів для розробки нових видів хлібобулочних виробів, які відповідали сучасним вимогам споживачів [24].

Потенційними шляхами вирішення цих проблем може бути:

- державна підтримка – розробка програми субсидування енергоємних підприємств і стимулювання модернізації виробництва;
- забезпечення контролю якості – посилення нагляду за відповідністю продукції стандартам харчової безпеки;
- інновації та диверсифікація – впровадження нових технологій і розширення асортименту для задоволення різних споживчих уподобань [25].

Вирішення цих проблем є ключовим для збереження стабільності хлібопекарської галузі та забезпечення населення якісним і доступним хлібом.

Ринок хлібобулочних виробів в Україні зазнав значних змін унаслідок воєнних дій, що вплинули як на виробничий сектор, так і на споживання продукції. Основні тенденції та виклики цього ринку можна виділити за кількома напрямками [26-29]:

1. Скорочення виробничих потужностей.

Багато підприємств опинилися на тимчасово окупованих територіях або зазнали пошкоджень через обстріли. Втрата частини сировинної бази, зокрема через окупацію регіонів, які є основними постачальниками зернових культур.

2. Логістичні та сировинні виклики.

Значне зростання витрат на логістику як внутрішню, так і міжнародну, що призвело до підвищення вартості сировини. Перебої з енергозабезпеченням ускладнили роботу підприємств, зокрема хлібо заводів та пекарень.

3. Зміна структури ринку та попиту.

Спостерігається переорієнтація на використання заморожених напівфабрикатів, що дозволяє забезпечувати свіжу продукцію навіть у кризових умовах. Внутрішній попит зменшився через міграцію населення, що вплинуло на обсяги споживання хлібобулочних виробів.

4. Дефіцит кадрів.

Виробництво та логістика страждають від нестачі кваліфікованих працівників, що пов'язано з міграцією та мобілізацією населення.

5. Адаптація ринку.

Підприємства змушені шукати нові стратегії, серед яких – оптимізація асортименту, автоматизація виробництва та впровадження нових технологій.

Зростає популярність невеликих пекарень та крафтового виробництва, що дозволяє швидше адаптуватися до нових умов.

Протягом 2021-2023 років ринок хлібобулочних виробів в Україні зазнав суттєвих змін під впливом воєнних дій та економічних викликів. Ємність ринку хлібобулочних виробів в Україні протягом 2021-2023 років в натуральних показниках наведено на рис. 1.3. [30].

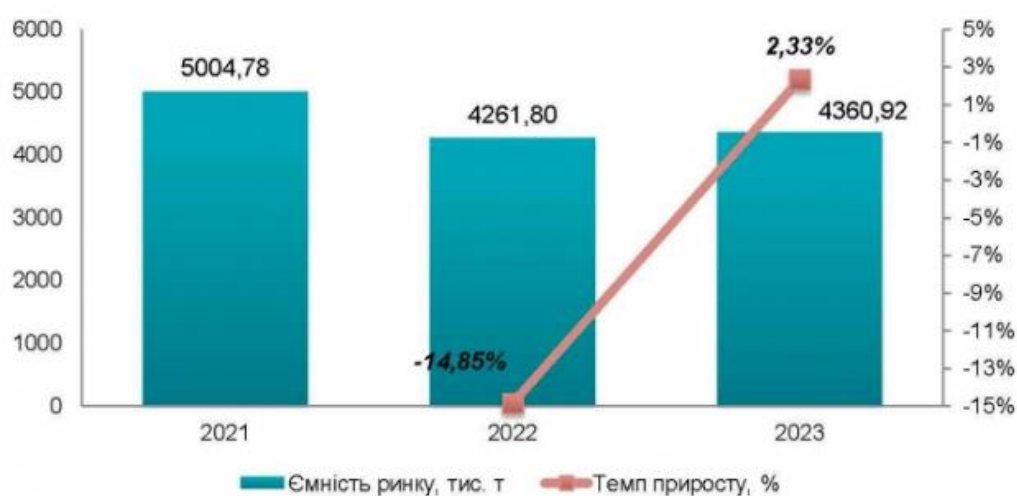


Рис. 1.3. Ємність ринку хлібобулочних виробів в Україні протягом 2021-2023 років в натуральних показниках, тис тонн

З рис. 1.3. видно, що у 2022 році виробництво скоротилося на 15,4% порівняно з довоєнним рівнем, що було спричинено зупинкою частини підприємств, руйнуванням виробничих потужностей та логістичними труднощами. У 2023 році відбулося часткове відновлення виробництва (+2,74% до 2022 року) завдяки відновленню роботи тимчасово закритих підприємств.

Експорт хлібобулочних виробів у 2022 році знизився на 23%, що пов'язано з логістичними обмеженнями, блокадою портів і зменшенням

виробничих можливостей. Це також було обумовлено переорієнтацією виробників на внутрішній ринок для задоволення базових потреб населення.

Обсяги імпорту скоротилися через зниження попиту на високовартісну продукцію, що відображає погіршення купівельної спроможності населення. Ускладнена логістика та зростання цін на сировину і доставку також сприяли падінню імпорту [31].

Попри виклики, ринок ХБВ демонструє поступове відновлення. Основні перспективи пов'язані з адаптацією до нових умов, оптимізацією виробництва та збільшенням частки локальної продукції на внутрішньому ринку.

Структуру ринку хлібобулочних виробів за видами (по кількості пропозицій на ринку) наведено на рис. 1.4. [32].

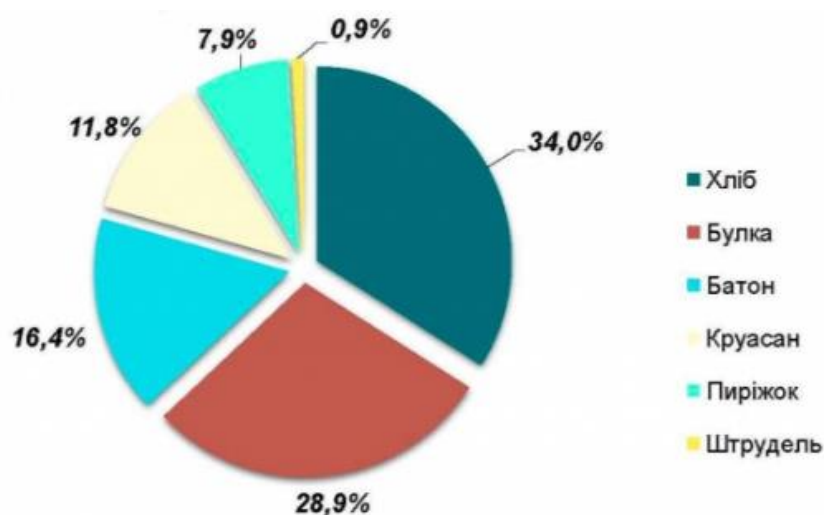


Рис. 1.4. Структура ринку хлібобулочних виробів за видами

Хлібобулочні вироби залишаються важливим сегментом продовольчого ринку України, причому хліб є найпоширенішим товаром, що займає приблизно третину ринку (рис. 1.4.). У структурі споживання виділяються два основних продукти [33, 34]:

- тостовий хліб – є найпопулярнішим серед споживачів через свою універсальність і легкість у використанні. Він зазвичай легший за традиційний

хліб, має м'якшу текстуру і довший термін зберігання. Попит на тостовий хліб зростає через зручність у приготуванні бутербродів та інших закусок, що робить його основним вибором для сучасних споживачів;

- булки – є важливою альтернативою традиційному хлібу і широко використовуються для приготування таких популярних страв, як хот-доги та бургери. Вони також приваблюють споживачів своїм різноманіттям форм і смаків – від класичних булочок до здобних і спеціальних варіантів.

Хліб і булки є основними рушіями ринку хлібобулочних виробів. Їх популярність зумовлена як традиційною важливістю хліба в раціоні українців, так і сучасними тенденціями до швидкого харчування та зручності у використанні.

Ринок хлібобулочних виробів в Україні переживає складний період, але демонструє гнучкість та адаптивність. Незважаючи на виклики, виробники знаходять можливості для продовження діяльності та задоволення потреб населення в умовах кризи. Подальший розвиток ринку залежатиме від стабілізації економічної та безпекової ситуації в країні.

1.2. Контроль якості хлібобулочних виробів і фактори, що впливають на формування їх споживчих властивостей

Роль забезпечення якості в харчовій промисловості надзвичайно важлива. Забезпечення якості – це набір заходів, які спрямовані на забезпечення встановленого стандарту якості продукції шляхом запобігання дефектам на етапі виробництва. Контроль якості зосереджений на виявленні та усуненні дефектів, які можуть існувати в кінцевому продукті, заснований на перевірках і випробуваннях для забезпечення відповідності продукту.

Контроль якості відіграє важливу роль у підтримці та підвищенні якості продукції на підприємстві. Його основна мета – підтримувати послідовність і покращувати якість продукції. Контроль якості досягає цього шляхом проведення ретельних випробувань і перевірок окремих одиниць, щоб

визначити, чи відповідають вони визначеним критеріям для кінцевого продукту. По суті, контроль якості гарантує, що продукція відповідає найвищим стандартам, встановленим виробником, державою або країною-імпортером [35].

Для хлібозаводів і пекарень постачання продуктів незмінної якості роздрібним торговцям і кінцевому споживачу має першочергове значення. Контроль якості хлібобулочних виробів є важливим етапом, що включає забезпечення якості самих інгредієнтів, а потім підтримання цієї якості під час виготовлення та доставки продукту. Виявлення сторонніх домішок є одним з основних завдань, щоб уникнути непотрібних відкликів і проблем з репутацією виробника хлібобулочних виробів.

Контроль якості хлібобулочних виробів – це процес забезпечення того, щоб усі харчові продукти, від сировини до готових виробів відповідали встановленим стандартам.

Існує ряд параметрів контролю якості, яких повинні дотримуватися виробники хліба та хлібобулочної продукції. До них належать:

- рівень забруднення;
- вміст і якість білка;
- вміст вологи та втрата вологи тощо.

Історично пекарні використовували органи чуття – дотик, зір, слух, нюх і смак – для оцінки якості випічки. Наприклад, наявність цвілі або неприємний запах є явною ознакою того, що рівень мікроорганізмів занадто високий. На сьогодні існують більш наукові, точні методи вимірювання для контролю якості хлібобулочних виробів.

Контроль якості хлібобулочних виробів здійснюється за допомогою сучасних процесів і технологій. Пекарні застосовують такі системи забезпечення якості, як Гігієнічний кодекс, НАССР (аналіз критичних контрольних точок) і ISO (Міжнародна організація стандартизації).

Гігієнічний кодекс описує виробничі процеси та вказівки для забезпечення безпечності харчових продуктів і базується на принципах НАССР. НАССР використовує план кроків для виявлення, оцінки та контролю

моментів у виробництві харчових продуктів, які мають вирішальне значення для безпечності харчових продуктів. Серія ISO 9000 спрямована на досягнення уніфікованості продуктів або послуг [36].

Однак більшість систем забезпечення якості є надто загальними; вони лише описують, якого рівня якості потрібно досягти, але не описують, як досягти цього рівня. Тут на допомогу приходять технології.

За допомогою рентгенівського обладнання для перевірки харчових продуктів виробники хлібобулочних виробів можуть постачати кінцеву продукцію, яка відповідає очікуванням роздрібних продавців і споживачів. Двоенергетичні рентгенівські системи не тільки виявляють і відкидають забруднені хлібобулочні вироби з лінії, але й одночасно виконують ключові перевірки контролю якості для забезпечення високих стандартів.

Здатні «бачити» прямо крізь упаковку з алюмінію та фольги рентгенівські системи можуть виявляти та відкидати низку сторонніх забруднювачів, включаючи осколки скла, металеві уламки, мінеральні камені, кальциновані кістки та навіть деякі види пластику та гуми.

У хлібобулочному виробництві вкрай важливо задовольняти попит, підтримувати стандарти якості, оптимізувати операції, використовувати ефективно обладнання для переробки харчових продуктів і оптимізувати виробничу лінію. Щоб процвітати в конкурентоспроможній галузі хлібобулочних виробів, виробники повинні постійно шукати шляхи вдосконалення своїх процесів.

До способів покращення хлібобулочного виробництва можна віднести:

1. Оцінка та оптимізація виробничої лінії.

Задовольняти високий попит, зберігаючи постійну якість, може бути складно. Щоб вирішити цю проблему, важливо оцінити та оптимізувати виробничу лінію. Слід переглянути виробничий процес і визначити проблеми, які були виявлені під час оцінки виробництва. Це допоможе зрозуміти, як підвищити ефективність, і поставити за мету підвищити продуктивність хлібозаводу або пекарні.

2. Проведення тренінгів та семінарів з розвитку.

Ефективність виробництва має важливе значення для підвищення прибутку. Інвестиції в навчання та розвиток працівників, таких як оператори верстатів і обслуговуючий персонал, дають їм знання, щоб краще виконувати свою роботу. Крім того, стандартизовані робочі процеси та чіткі операційні процедури забезпечують послідовність і якість продукту.

3. Впровадження системи управління якістю.

Системи управління якістю з регулярними інспекціями та випробуваннями всієї виробничої лінії забезпечують відповідність вимогам галузі та компанії. Це включає: регулярно тестувати обладнання та техніку; управління запасами сировини; автоматизація контролю якості та перевірок харчових продуктів; проведення аудитів та звітів; виявлення проблем, дефектів або проблем у процесі випічки.

4. Інвестування в надійне технологічне обладнання.

Застосування автоматизації та технологій, таких як сучасне обладнання для виробництва хлібобулочних виробів, може значною мірою полегшити виробничий процес. Високоякісне обладнання для пекарні відіграє важливу роль у забезпеченні стабільних результатів і скороченні часу виробництва. Використання передового обладнання, наприклад промислових блендерів, автоматичних темперуючих машин і промислових консервних відкривачів, може значно підвищити ефективність виробничої лінії.

5. Перегляд постачальників сировини.

Удосконалення виробництва хлібобулочних виробів передбачає отримання якісної сировини та ефективне управління запасами. Важливо будувати добрі стосунки з надійними постачальниками, щоб забезпечити постійне постачання високоякісних інгредієнтів. Це означає добре спілкуватися, отримувати своєчасні поставки та швидко вирішувати будь-які проблеми з інгредієнтами [37].

Ефективне управління запасами за допомогою таких методів, як «точно вчасно» та моніторинг запасів, допомагає зменшити відходи, зменшити

витрати на зберігання та зберегти сировину свіжою. Пекарні можуть бути ефективнішими та доставляти смачну випічку, купуючи свіжіші інгредієнти та розумно керуючи запасами.

Хліб гарної якості складається лише з чотирьох інгредієнтів: борошна, води, солі та дріжджів. Без будь-яких добавок і хімічних речовин. Борошно є найважливішим інгредієнтом. Перший крок до розуміння його важливості полягає в кроках, які ведуть до отримання борошна з зерна.

Процес перетворення зерна на борошно починається зі збирання врожаю (зрізання рослини), а потім відділення зерна від соломи та полови, обмолоту. Змочування, тобто додавання води до пшениці, зволожує висівки (оболонку, багату клітковиною, мінералами та вітамінами) і полегшує її відділення від центральної частини, ендосперму (80-85% зерна, багатого крохмалю). Потім зерно транспортується до млина, який починає звільняти зерно від оболонки. Помел здійснюється через циліндричні або кам'яні млини [38].

У кам'яних млинах зерно обробляється парою каменів, які обертаються з низькою швидкістю, не перегріваючи зерно, на відміну від циліндрового млина, де використовується система металевих циліндрів. Завдяки кам'яному помелу вдається отримати борошно високої харчової цінності, не збіднене вітамінами і білками. Подрібнене цільне зерно зберігає усі органолептичні властивості, які надають справжнього та характерного смаку хлібу. Тому при виробництві хліба варто віддати перевагу борошну, подрібненому стародавньою технологією на кам'яних жорнах, оскільки воно більш поживне та збалансоване.

Довгий час вважалося, що борошно найкраще отримати якомога біліше, оскільки було помічено, що при випіканні хліб з нього виходить більш об'ємним. Щоб отримати борошно різної якості, після помелу пшениці був винайдений процес очищення, просіювання та поступового видалення висівок і зародків з борошна.

На додаток до типу зерна (пшениця, спельта, жито, ячмінь), роль борошна тісно пов'язана зі ступенем його очищення, процесом відділення ендосперму пшениці від висівок за допомогою сит з різними вічками. За

вмістом залишків мінеральних речовин і висівок у розмеленому зерні борошно поділяють на 5 типів: цільнозернове (зі 100% просіюванням), Тип 2 (82%), Тип 1 (80%), Тип 0 (на 72%) і тип 00 (на 50%). Найбагатшим за харчовою цінністю борошном є цільнозернове борошно, яке містить усі білки, клітковину, вітаміни та мінерали, оскільки зерно пройшло лише першу фазу помелу. Далі йде тип 2, також відомий як «напівцілісний», у складі якого міститься найбільш подібна кількість клітковини та зародків пшениці порівняно з сирим цільнозерновим борошном [39].

Тому потрібно звертати увагу на етикетки, а також на продукти, які рекламуються як цільнозернові, але насправді складаються з білого борошна з додаванням висівок. Вони набагато менш цікаві з поживної точки зору, оскільки не містять зародків пшениці.

Іншим важливим фактором хліба є закваска. Хороша закваска є результатом багатьох факторів, починаючи від досвідчених рук пекаря, дотримання належного часу закваски та випікання, а також дріжджів, що використовуються (найкращими є натуральні дріжджі та закваска).

Головну роль, однак, відіграє здатність тіста утворювати клейову сітку, тобто структуру, яка утримує розпушувач і надає хлібу набухання; 80% цього процесу залежить від сорту борошна, що використовується [40].

Борошно розрізняють за міцністю. Сила борошна вказує на його здатність вбирати рідину під час перетворення в тісто та утримувати вуглекислий газ під час заквашування. Міцність борошна залежить від вмісту білка, особливо гліадинів і глютенінів, які разом утворюють клейковину. Чим вищий відсоток, тим вищими і об'ємними будуть хлібобулочні вироби.

Найміцнішим борошном є пшеничне борошно (*Triticum*), як з твердої, так і з м'якої пшениці. Цільнозернове борошно є менш міцним, ніж рафіноване, але хліб буде більш корисним.

Окремо варто відзначити борошно зі спельти. Хоча воно відноситься до слабкого борошна, борошно зі спельти насправді є стародавнім сортом борошна, дуже придатним для випічки [41].

Якість хлібобулочних виробів може залежати від кількох факторів.

1. Інгредієнти: якість сировини, що використовується, значною мірою впливає на смак, текстуру та загальну якість випічки. Магазини, які віддають перевагу використанню високоякісних свіжих інгредієнтів, таких як олія, борошно, яйця та фрукти, швидше за все, вироблять кращу випічку порівняно з тими, де використовуються низькоякісні або оброблені інгредієнти.

2. Майстерність і досвід пекарів: майстерність, досвід і знання пекарів відіграють вирішальну роль у якості хлібобулочних виробів. Виробництва з навченими та досвідченими пекарями-кондитерами або пекарями, які оволоділи технікою виготовлення хлібобулочних виробів, з більшою ймовірністю вироблятимуть випічку вищої якості порівняно з виробництвами з менш кваліфікованим або недосвідченим персоналом [42].

3. Процес виробництва: процес виробництва, включаючи змішування, формування, розстоювання та випікання, значною мірою впливає на кінцевий результат випічки. Магазини, які дотримуються точних і ретельних виробничих процесів, звертаючи увагу на такі деталі, як тривалість бродіння, температура та час випікання, з більшою ймовірністю вироблятимуть випічку незмінно високої якості.

4. Обладнання та технологія: тип і якість обладнання та технології, що використовуються в процесі випічки, можуть впливати на якість випічки. Хлібокомбінати, обладнані сучасним обладнанням для випічки та технікою, що добре обслуговується, можуть мати перевагу у виробництві випічки кращої якості порівняно з виробництвами із застарілим або погано обслуговуваним обладнанням [43].

5. Рецептури, що використовуються: рецептури, які використовуються на виробництвах, можуть відрізнятися щодо пропорцій інгредієнтів, добавок і технологій. Хлібозаводи, які розробляють і вдосконалюють свої рецептури хлібобулочних виробів для досягнення ідеального балансу смаків, текстури та зовнішнього вигляду, швидше за все, пропонуватимуть випічку найвищої

якості порівняно з тими, які використовують застарілі рецептури або рецептури масового виробництва.

6. Увага до деталей і презентації: увага до деталей і презентації випічки також сприяють її сприйняття якості. Виробники, які дбають про те, щоб випічка була представлена привабливо, приділяючи увагу охайності, оздобленню та упаковці, швидше за все, справлять позитивне враження на покупців [44].

7. Репутація бренду та стандарти: репутація та стандарти бренду магазину чи пекарні також впливають на сприйняття якості випічки. Очікується, що магазини з міцною репутацією високоякісних хлібобулочних виробів будуть підтримувати постійні стандарти якості для своєї продукції.

Загалом поєднання інгредієнтів, майстерність пекарів, виробничі процеси, обладнання, рецептури, увага до деталей і репутація бренду – усе це сприяє різниці в якості випічки різних виробників хлібобулочних виробів.

1.3. Експортний контроль товарів в ЄС

Європейський Союз (ЄС) є живим центром міжнародної комерції та торгівлі. Завдяки широкому спектру країн і культур ЄС пропонує підприємствам чудову можливість розширити свої ринки за межі національних кордонів. Але експорт товарів до ЄС може бути складним через складну правову базу, що регулює транскордонні операції.

Експорт товарів до Європейського Союзу вимагає глибокого розуміння права міжнародної торгівлі. Щоб успішно здійснювати транзакції, компанії повинні знати правила експорту, торговельну політику ЄС та управління ризиками. Для компаній також важливо розуміти вимоги до ліцензування, правила країни походження та інші пов'язані закони, які можуть вплинути на їхні ділові відносини з ЄС [45].

Торгуючи в ЄС, компанії повинні отримати юридичну консультацію, перш ніж починати будь-яку операцію. Це гарантує, що вони відповідають усім чинним нормам, що регулюють експорт та імпорт у регіоні. Крім того,

дуже важливо мати досвідченого адвоката, який може надати рекомендації з таких питань, як спори щодо контрактів або захист інтелектуальної власності. Маючи ці знання та підтримку, компанії можуть приймати обґрунтовані рішення при експорті товарів до Європи, які є економічно вигідними та юридично обґрунтованими.

За оцінками, щороку країни, що не входять до ЄС, експортують товарів до Європейського Союзу на суму понад 1 трильйон євро. Як результат, експортерам важливо розуміти складність дотримання митних вимог під час експорту товарів до країн ЄС [46].

Першим кроком до успішного митного оформлення є визначення того, які товари повинні класифікуватися відповідно до кодів ТН ЗЕД. Коди ГС визначають, які тарифи, мита та податки застосовуються при експорті товарів на єдиний ринок ЄС. Важливо зазначити, що кожна країна в ЄС може мати свої особливі вимоги щодо класифікації продуктів. Таким чином, експортерам слід ознайомитися з правилами конкретної країни призначення перед відправленням.

На додаток до належної класифікації продукту, необхідної для митного очищення, експортер повинен надати відповідні папери або документацію з кожним вантажем, що надсилається до країни ЄС. Загалом, це включає в себе комерційний рахунок-фактуру з детальним описом усіх умов продажу від покупця до продавця. Крім того, для певних типів відправлень можуть знадобитися додаткові документи залежно від типу товару, який відправляється, і місця його відправлення. Дослідження перед відправленням є логічним, щоб усі необхідні документи були включені до кожного вантажу, що доставляється в будь-яку країну ЄС [47].

Розуміючи ці основні принципи дотримання митних вимог під час доставки товарів до Європи, наприклад класифікацію продукції, експортну документацію та узгоджену систему, експортери можуть переконатися, що їхні вантажі відповідають усім чинним законам, уникаючи при цьому затримок у порту через неналежне оформлення документів або неправильну

інформацію про тарифи. Знаючи ці теми, фірми, які бажають відправляти товари через кордон, тепер можуть з упевненістю дотримуватися правил експортного контролю під час міжнародної торгівлі з Європейським Союзом.

Чітке розуміння цих нормативних вимог є ключовим для успішної діяльності на ринку ЄС. Вживаючи профілактичних заходів для забезпечення дотримання всіх відповідних законів, підприємства можуть уникнути дорогих штрафів або потенційних проблем з відповідальністю. Наступним кроком є забезпечення дотримання митних вимог при відправленні товарів до ЄС; для цього знадобляться додаткові знання про конкретні мита та податки, пов'язані з кожним типом продукції, що надходить у регіон [48].

Експортуючи товари до ЄС, важливо розуміти правила експортного контролю, які можуть застосовуватися. Правила, що регулюють міжнародну торгівлю певними продуктами, підлягають суворому експортному контролю та вимагають дотримання різноманітних законів і правил. Залежно від того, де перебуває експортер, його уряд або інші регулюючі органи можуть накладати додаткові обмеження. Тому для експортерів важливо ознайомитися з місцевими вимогами експортного контролю, перш ніж відправляти будь-який товар через кордон [49].

Загалом у більшості країн діють спеціальні процедури щодо транзакцій з акредитивами. Слід також ознайомитися зі списками обмежень на експорт перед укладенням угоди про продаж або передачу заборонених товарів. Розуміння цих вимог допоможе забезпечити плавний процес транзакції та уникнути можливих штрафів або пені через їх недотримання.

Під час міжнародної торгівлі компанії також повинні враховувати діючі тарифи та торгові угоди, які можуть вплинути на вартість ведення бізнесу в Європейському Союзі. Знання того, які податки, збори та митні збори застосовуються, допоможе зменшити загальні витрати, пов'язані з імпортом та експортом товарів. Крім того, розуміння того, як тарифні преференції можуть вплинути на експорт, дозволить компаніям максимізувати прибуток, дотримуючись усіх відповідних норм [50].

Експорт товарів до ЄС вимагає певного рівня сертифікації. Щоб переконатися, що експортована продукція відповідає європейським стандартам, експортери повинні отримати відповідні сертифікати перед її відправкою [51].

По-перше, слід розглянути фінансування експорту та страхування, оскільки вони можуть допомогти подолати будь-які потенційні втрати чи ризики, пов'язані з міжнародною торгівлею. Експортер також повинен взяти до уваги будь-які предмети подвійного використання, які можуть потребувати додаткового схвалення або дозволу від відповідних органів в обох країнах, залучених до операції. Крім того, комерційні рахунки-фактури мають бути підготовлені точно та включати всю необхідну інформацію про відправлення, таку як вміст, вартість, країна походження тощо, щоб митники могли їх обробити швидко та без проблем [52].

Щоб надалі гарантувати успішну доставку товарів до Європи, необхідно отримати відповідні вимоги до документів; ці документи включають: сертифікати походження, пакувальні листи та інші відповідні підтверджуючі докази, що стосуються безпосередньо кожного продукту, який відправляється.

Експортери повинні знати про вимоги до документації при експорті до ЄС. Важливо мати всі необхідні документи в порядку, і це допоможе уникнути торгових суперечок, які можуть виникнути. Документи фінансування торгівлі, такі як коносамент або рахунок-фактура, слід отримати з надійних джерел до експорту товарів. Усі документи також мають містити відповідну інформацію для торгівлі в ЄС, включаючи тарифи та податки на додану вартість (ПДВ). Крім того, важливо вести облік усіх операцій, пов'язаних з експортом товарів до ЄС, щоб мати до них легкий доступ у разі виникнення торговельного конфлікту [53-55].

Крім того, консультації з експертом з експортного законодавства дадуть додаткове розуміння того, які ризики існують під час експорту товарів і як цими ризиками ефективно керувати. Таким чином, стратегії управління ризиками важливі для успішних експортних операцій в ЄС.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Хлібобулочні вироби є одними із основних продуктів споживання, а підприємства цієї галузі виконують важливу місію – забезпечення населення доступним та якісним продуктом. Встановлено, що зміна споживчих уподобань і способу життя стимулює попит на інноваційний ринок хліба.

Ринок хліба стикається з кількома проблемами, які можуть вплинути на його зростання та прибутковість. До них належать проблеми зі здоров'ям, конкуренція з боку інших харчових продуктів, цінова конкуренція, проблеми сталого розвитку та економічні фактори. Компанії в хлібопекарській галузі повинні будуть впроваджувати інновації та адаптуватися до мінливих уподобань споживачів, вирішувати проблеми сталого розвитку та інвестувати в дослідження та розробки, щоб залишатися конкурентоспроможними та досягати успіху в довгостроковій перспективі.

Встановлено, що найбільший ринок експорту хліба та хлібобулочних виробів належить Німеччині та Канаді, іншими основними світовими експортерами хлібобулочних виробів є Італія, Франція, Польща. Першість у структурі світового імпорту хлібобулочних виробів належить США. Іншими провідними імпортерами хлібобулочних виробів є Велика Британія, Німеччина, Франція, Канада та Нідерланди. Аналіз структури вітчизняного ринку хлібобулочних виробів показав, що хліб і булки користуються найбільшою популярністю серед споживачів.

В даному розділі розглянуто контроль якості хлібобулочних виробів і фактори, що впливають на формування їх споживчих властивостей. Якість хлібобулочних виробів є результатом комплексного підходу, який включає використання кращих інгредієнтів, майстерність пекарів, сучасні технології та увагу до кожної деталі виробничого процесу. Саме гармонійне поєднання цих факторів створює продукцію, яка виділяється на ринку та здобуває довіру споживачів. Розглянуто особливості проведення експортного контролю товарів в Європейському Союзі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ФОП НОВІКОВ С.Ю. І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЙОГО ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Загальна характеристика ФОП Новіков С.Ю.

АН «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) – підприємство, що засноване у 1994 році у м. Харків та надає повний спектр професійних ріелторських послуг.

ФОП (фізична особа-підприємець) є найпростішою організаційно-правовою формою підприємництва в Україні, за якої фізична особа може офіційно здійснювати підприємницьку діяльність. Перевагами ФОП є:

- проста реєстрація – реєстрація здійснюється через ЦНАП, портал «Дія» або державного реєстратора;
- спрощена система оподаткування – ФОП можуть обирати єдиний податок або загальну систему оподаткування;
- особиста відповідальність – підприємець відповідає за зобов'язання своїм майном;
- бухгалтерський облік – ведення обліку спрощене в порівнянні з юридичними особами;
- мінімальні вимоги до звітності – спрощений бухгалтерський облік порівняно з юридичними особами;
- гнучкість у веденні бізнесу – ФОП може працювати як з фізичними, так і з юридичними особами.

АН «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) працює у сфері нерухомості та надає повний спектр професійних ріелторських послуг:

1. Купівля-продаж нерухомості. Допомога у виборі, перевірці та оформленні об'єктів житлової або комерційної нерухомості.

2. Оренда житла та комерційних приміщень. Підбір орендарів або орендодавців, підготовка договорів.

3. Юридичний супровід угод. Консультації щодо правових питань, перевірка документів, підготовка договорів купівлі-продажу або оренди.

4. Оцінка нерухомості. Визначення ринкової вартості об'єкта для продажу або здачі в оренду.

5. Консультації з питань інвестицій у нерухомість. Поради щодо найкращих варіантів для інвестування.

Компанія «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) є універсальним оператором на ринку нерухомості Харкова та його передмість. Основна перевага агентства – найповніша база даних об'єктів нерухомості, яка постійно оновлюється, що дозволяє:

- швидко підбирати нерухомість для купівлі, продажу чи оренди, відповідно до запитів клієнтів;
- актуалізувати інформацію щодо цін, доступності та стану об'єктів у режимі реального часу;
- пропонувати клієнтам різноманітні варіанти, від житлових квартир до комерційних приміщень та земельних ділянок.

Завдяки постійному оновленню бази даних, компанія здатна швидко реагувати на зміни ринку та пропонувати клієнтам найкращі умови, що робить її надійним партнером у сфері нерухомості.

АН «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) надає своїм клієнтам практично необмежений вибір варіантів нерухомості, що дозволяє запропонувати кожному індивідуальне, оптимальне рішення для:

- покупки: підбір об'єктів, що відповідають бюджету, розташуванню та іншим пріоритетам покупця;
- продажу: забезпечення максимально вигідних умов реалізації нерухомості завдяки доступу до великої бази потенційних покупців;
- оренди: швидкий пошук житлової або комерційної нерухомості з урахуванням умов та термінів, які підходять орендарю або орендодавцю.

Індивідуальний підхід до кожного клієнта забезпечує задоволення навіть найвибагливіших запитів, роблячи процес вибору нерухомості максимально комфортним і ефективним.

ФОП Новіков С.Ю. пропонує своїм клієнтам не лише доступ до власної бази даних, але й ексклюзивний фотокаталог об'єктів нерухомості. Завдяки цьому клієнти можуть:

- самостійно оцінити об'єкти ще до перегляду, отримавши візуальне уявлення про стан нерухомості, планування та інтер'єр;
- порівняти безліч варіантів купівлі чи оренди житла або комерційних приміщень, не витрачаючи час на зайві огляди;
- прийняти обґрунтоване рішення на основі детальних зображень та ключових характеристик нерухомості.

Такий підхід дозволяє клієнтам швидше знайти підходящий об'єкт та робить процес вибору максимально зручним і прозорим.

АН «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) заслужено має статус надійного партнера завдяки:

- багаторічному досвіду роботи на ринку, що дозволяє ефективно орієнтуватися в його динаміці та тенденціях;
- високій якості послуг і бездоганній репутації, що підтверджується довірою клієнтів та позитивними відгуками;
- професіоналізму команди: досвідчені фахівці надають повний супровід угод, від юридичних консультацій до оформлення документів;
- комплексному підходу до вирішення питань, пов'язаних із купівлею, продажем і орендою нерухомості.

Ці фактори забезпечили компанії стабільну співпрацю з найбільшими українськими та міжнародними компаніями, численними організаціями та приватними особами, які цінують надійність і якість послуг.

ФОП Новіков С.Ю. – це сучасна згуртована команда професіоналів і однодумців, де відданість спільній справі є ключовою рисою кожного співробітника, що забезпечує злагоджену і ефективну роботу. Індивідуальне

прагнення до самореалізації стимулює розвиток кожного фахівця, підвищуючи рівень професіоналізму і компетентності.

Динамічний розвиток компанії підтримується постійним удосконаленням навичок команди та адаптацією до нових викликів ринку нерухомості. Ця синергія командної роботи та особистих досягнень є рушійною силою успіху агентства, що дозволяє забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів і постійно вдосконалюватися.

Фахівці АН «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) керуються Кодексом ділової етики, що визначає ключові цінності та принципи роботи. Основні положення Кодексу включають наступне.

Взаємоповага, довіра і підтримка. У колективі цінується культура взаємодопомоги, відкритого спілкування і взаєморозуміння.

Орієнтація на клієнта. Інтереси клієнтів завжди в пріоритеті, що гарантує якість обслуговування і задоволення потреб кожного замовника.

Командна робота і націленість на загальний результат. Колектив діє як єдина команда, об'єднана спільною метою досягнення найкращого результату.

Постійне навчання і розвиток. Працівники постійно вдосконалюють свої знання та навички для відповідності сучасним стандартам ринку.

Оцінка за особистим результатом. Цінується особистий внесок кожного співробітника в успіх компанії.

Дотримання єдиних корпоративних стандартів. Усі працівники дотримуються встановлених норм і правил, що забезпечує стабільну якість послуг.

Кодекс ділової етики є основою для побудови довгострокових і взаємовигідних відносин як усередині компанії, так і з клієнтами та партнерами.

У компанії «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) діє Етична комісія, склад якої включає дирекцію та провідних співробітників агентства. Основне завдання комісії – це вирішення суперечливих питань, які можуть виникнути в ході робочого процесу, на основі Кодексу ділової етики.

Комісія забезпечує:

- справедливе та об'єктивне вирішення конфліктів. Всі суперечливі ситуації розглядаються з урахуванням принципів взаємоповаги, довіри і корпоративних стандартів;
- забезпечення дотримання етичних норм. Комісія контролює, щоб усі співробітники дотримувались правил і норм поведінки, визначених Кодексом етики;
- підтримку високих стандартів взаємодії: етична комісія сприяє формуванню здорової корпоративної культури та сприяє розвитку позитивного робочого середовища.

Такий підхід дозволяє ФОП Новіков С.Ю. зберігати стабільність у відносинах між співробітниками та клієнтами, що підвищує ефективність і надійність усіх операцій.

Організаційну структуру АН «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) представлено на малюнку наведено на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Організаційна структура ФОП Новіков С.Ю.

Організаційна схема компанії показує структуру управління та підрозділи АН «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.).

З рис. 2.1. видно, що директор знаходиться на верху ієрархії. Відділ по роботі з клієнтами у Харкові включає відділи оренди та продажу майна, а також консультантів. У Харківській області відділ по роботі з клієнтами має подібну структуру з окремими відділами оренди і продажу майна, а також консультантами.

Відділ оренди майна в компанії «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) займається організацією та супроводом процесу оренди нерухомості, що включає різноманітні послуги для клієнтів, які шукають чи пропонують нерухомість в оренду. Основні функції відділу наступні.

1. Пошук об'єктів для оренди. Відділ допомагає клієнтам знайти відповідні варіанти житлової або комерційної оренди, орієнтуючись на вимоги щодо локації, розміру, ціни, інфраструктури та інших факторів.

2. Консультування з умов оренди. Співробітники відділу надають детальну інформацію про умови оренди: розмір орендної плати, терміни, можливі додаткові витрати та інші важливі умови. Вони пояснюють права та обов'язки орендаря і орендодавця, що допомагає уникнути непорозумінь під час укладання угоди.

3. Підготовка договорів оренди. Відділ займається підготовкою договорів оренди, що відповідають законодавчим вимогам і враховують інтереси обох сторін. Проводить перевірку документів орендодавця і орендаря для забезпечення юридичної чистоти угоди.

4. Супровід угод. Орендарям і орендодавцям надається допомога на всіх етапах: від підписання договору до виконання умов оренди. Відділ організовує огляди об'єктів, переговори і рішення поточних питань, що можуть виникнути під час оренди.

5. Аналіз ринку оренди. Відділ оренди майна постійно стежить за змінами на ринку, що дозволяє клієнтам отримувати актуальні ціни та умови оренди, а також пропонує стратегії для оптимальних угод.

Завдяки високому професіоналізму працівників цього відділу, клієнти можуть бути впевнені в надійності та вигідності укладених орендних угод.

Відділ продажу майна в компанії «Прспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) займається всіма аспектами продажу нерухомості, забезпечуючи ефективний і професійний процес від початкової консультації до завершення угоди. Основні функції відділу включають:

1. Пошук покупців. Відділ активно працює над залученням потенційних покупців для об'єктів нерухомості, використовуючи власну базу даних і маркетингові інструменти. Окрім того, відділ співпрацює з іншими агентами, використовуючи різні канали для залучення нових клієнтів.

2. Оцінка нерухомості. Співробітники відділу проводять оцінку ринкової вартості нерухомості, враховуючи поточні тенденції на ринку, стан об'єкта, його локацію та інші важливі фактори. Допомагають продавцю визначити реалістичну ціну для швидкої та вигідної угоди.

3. Маркетинг і просування об'єктів. Відділ активно займається рекламою об'єктів продажу, створюючи привабливі презентації, фотокаталоги та використовуючи інші маркетингові інструменти для залучення покупців. Залучають покупців через онлайн-платформи, соціальні мережі, а також через агентські мережі.

4. Консультації та підтримка клієнтів. Відділ надає повний спектр консультацій, включаючи поради з питань фінансування покупки (іпотека, кредитні програми), вибору об'єктів, правових аспектів угоди. Допомагає продавцям і покупцям розібратися в усіх питаннях, пов'язаних із продажем майна.

5. Підготовка та оформлення угод. Відділ допомагає з оформленням усіх необхідних документів для підписання угоди, забезпечує юридичну чистоту угоди. Супроводжує процес продажу на всіх етапах, від укладання попереднього договору до остаточного оформлення документів на передачу права власності.

6. Супровід угод. Проводить переговори між продавцями та покупцями, вирішує всі виникаючі питання, організовує огляди об'єктів. Відділ також допомагає вирішити спірні питання, що можуть виникнути під час угоди.

Завдяки досвідченим співробітникам відділу продажу майна, клієнти можуть бути впевнені, що продаж їхньої нерухомості буде здійснено максимально швидко, вигідно та безпечно.

Консультант в компанії «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) виконує важливу роль у роботі з клієнтами, забезпечуючи консультації з питань нерухомості. Консультант надає професійну інформацію щодо купівлі, продажу та оренди нерухомості, допомагає клієнтам зрозуміти ринкові тенденції та вибрати оптимальний варіант.

Він підтримує клієнтів на всіх етапах угоди: від початкового пошуку об'єкта до завершення юридичних і фінансових процедур. Консультант аналізує потреби клієнта та пропонує рішення, яке найкраще відповідає їх вимогам щодо місця, бюджету та інших факторів. Він регулярно оновлює дані про об'єкти нерухомості, проводить оцінку ринку і допомагає клієнтам приймати обґрунтовані рішення. Для клієнтів, що зацікавлені у покупці чи оренді, консультант організовує огляди об'єктів, даючи детальну інформацію про кожен з них. Роль консультанта є надзвичайно важливою для забезпечення високої якості обслуговування та створення довіри між клієнтом і компанією.

У організаційній схемі компанії «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) також виділено окремі важливі підрозділи, які забезпечують діяльність компанії. Бухгалтерія, юрист, відділ персоналу, маркетинговий відділ – всі ці відділи підтримують основну діяльність компанії, забезпечуючи юридичний, фінансовий та кадровий супровід.

Бухгалтерія займається веденням фінансових звітів, обліком доходів і витрат, а також розрахунками з податками та іншими фінансовими зобов'язаннями. Вона підтримує правильність і прозорість фінансових операцій компанії.

Юрист забезпечує юридичний супровід всіх операцій, включаючи перевірку та підготовку договорів, консультування щодо правових питань, а також вирішення можливих юридичних суперечок. Він гарантує дотримання законодавства у всіх аспектах діяльності компанії.

Відділ персоналу займається наймом співробітників, управлінням трудовими відносинами, організацією навчання та розвитку персоналу. Також він підтримує корпоративну культуру і надає підтримку співробітникам у питаннях, пов'язаних з їх кар'єрним ростом і благополуччям.

Маркетинговий відділ відповідає за просування послуг компанії, створення рекламних кампаній та просування бренду на ринку нерухомості. Він використовує різні канали реклами (включаючи цифровий маркетинг, соціальні мережі та офлайн-рекламу) для залучення нових клієнтів і підвищення впізнаваності компанії.

Ці відділи працюють в тісній взаємодії, щоб забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів та ефективність бізнес-процесів компанії «Перспект Плюс».

Організаційна структура АН «Перспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) свідчить про організованість компанії та її здатність ефективно взаємодіяти з клієнтами в різних напрямках, від продажу та оренди нерухомості до юридичних і бухгалтерських питань.

2.2. Аналіз фінансово-економічного забезпечення діяльності підприємства

Однією з основних вимог функціонування підприємств у умовах ринкової економіки є беззбитковість господарської та іншої діяльності, відшкодування витрат власними доходами та забезпечення у певних розмірах прибутковості, рентабельності господарювання. Головне завдання підприємства має полягати у господарській діяльності, спрямованій на

отримання прибутку для задоволення соціальних та економічних інтересів членів трудового колективу та інтересів власника майна підприємства [51].

Фінансово-економічне забезпечення грає ключову роль у стабільності та розвитку підприємства. До фінансово-економічного забезпечення відносять [52]:

Фінансове планування. Розробка детальних фінансових планів дозволяє підприємству керувати своєю грошовою стрімкістю, прогнозувати прибуток та витрати і відстежувати фінансовий стан.

Бухгалтерський облік. Систематичне ведення обліку фінансів, включаючи доходи, витрати, активи та зобов'язання, допомагає забезпечити точність фінансової інформації та дотримуватися податкового законодавства.

Управління оборотним капіталом. Раціональне управління запасами, дебіторською та кредиторською заборгованістю допомагає зберігати необхідні ресурси для бізнесу та оптимізує ліквідність.

Фінансовий аналіз. Аналіз показників ефективності, рентабельності та інших фінансових параметрів дозволяє виявляти сильні та слабкі сторони діяльності підприємства.

В сучасних умовах найбільший інтерес для підприємств представляє фінансовий результат. Однак за одним показником прибутку не можна зробити адекватну оцінку роботи підприємства та менеджерів вищої ланки, зокрема. Оскільки на даний показник впливають не лише фактори, що знаходяться під керуванням керівників підприємства, але й екзогенні чинники. Наприклад, ставки оподаткування, які в багатьох країнах схильні до досить частой зміни чи труднощі збуту продукції, що виникають внаслідок прийнятих економічних чи політичних рішень держави, які зрештою призводять до скорочення виручки. Все це вказує на те, що прибуток не може бути універсальним показником ефективності діяльності підприємства та необхідно використовувати систему показників, що відображає сукупний вплив всіх факторів на результати роботи компанії [54].

Основні показники фінансового стану АН «Прспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) впродовж 2021-2023 років наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Показники фінансового стану підприємства

Показник	2021	2022	2023
Виручка, тис. грн.	1756,0	2241,0	2562,0
Витрати діяльності, тис. грн.	542,13	762,1	949,29
Валовий прибуток, тис. грн.	1213,87	1478,9	1612,71
Чистий прибуток, тис. грн.	1031,78	1257,06	1370,80
Рівень рентабельності (по чистому прибутку),%	190,31	164,94	144,40

Серед показників фінансового стану підприємства наведено виручку, витрати діяльності, валовий прибуток, чистий прибуток, рівень рентабельності.

Виручка є загальним обсягом грошових надходжень, який компанія отримує від продажу товарів, надання послуг або інших основних видів діяльності. Виручка є одним із ключових показників, що демонструє обсяг бізнес-операцій підприємства.

Витрати діяльності пов'язані з основною діяльністю підприємства, такі як витрати на виробництво, оплату праці, оренду, утримання інфраструктури та інші операційні витрати. Витрати також можуть включати маркетингові, адміністративні витрати та витрати на дослідження і розвиток.

Валовий прибуток визначається як різниця між виручкою від продажу та собівартістю продажу (витрати на виробництво або закупівлю товарів і послуг). Валовий прибуток дає уявлення про ефективність основної діяльності компанії, без врахування витрат на управлінські та фінансові операції.

Чистий прибуток – це прибуток, що залишається після вирахування всіх витрат, податків та інших витрат. Він відображає фактичний фінансовий

результат діяльності підприємства. Чистий прибуток є одним з основних показників фінансової стабільності та ефективності компанії.

Рентабельність визначається як відношення прибутку до витрат або прибутку. Це показник ефективності використання ресурсів підприємства.

Рівень рентабельності (по чистому прибутку) – це показник, який демонструє ефективність використання ресурсів підприємства для отримання чистого прибутку. Він відображає, яку частину від загальної виручки становить чистий прибуток і дозволяє оцінити, наскільки ефективно компанія перетворює свої доходи на чистий прибуток. Цей показник допомагає оцінити фінансову ефективність підприємства, зокрема в контексті здатності компанії генерувати прибуток після покриття всіх витрат.

Всі ці фінансові показники дозволяють оцінити ефективність підприємства, його здатність генерувати прибуток, а також відстежувати тенденції в фінансовому стані компанії.

З табл. 2.1 видно, що виручка протягом 2021-2023 років зростає. Так, у 2023 році цей показник став на 45,9% більше, ніж у 2021 році. Збільшення виручки впродовж 2021-2023 років свідчить про стабільний розвиток компанії, успішну реалізацію її стратегічних цілей та покращення її фінансових результатів. Це також може вказувати на здатність компанії адаптуватися до змін у ринковому середовищі і забезпечити свою конкурентоспроможність.

Динаміка витрат діяльності на підприємстві за період 2021-2023 років свідчить про тенденцію до збільшення витрат. Витрати за 2021-2022 роки зросли з 542,13 тис. грн. до 762,1 тис. грн., що становить приріст на 220 тис. грн. або приблизно 40,6%. У 2023 році витрати зросли з 762,1 тис. грн. (порівняно з 2022 роком) до 949,29 тис. грн., що становить приріст на 187,19 тис. грн. або приблизно 24,6%. Зростання витрат може бути пов'язане зі збільшенням цін на енергоносії, оренду або заробітну плату персоналу. Можливо, підприємство збільшило масштаби своєї діяльності, що призвело до зростання витрат на маркетинг, адміністративні витрати або нові проєкти.

Якщо підприємство вкладало кошти у розвиток (наприклад, модернізацію, IT-системи або навчання персоналу), це могло спричинити збільшення витрат. Також можливі зміни в економічних умовах, зокрема курсові коливання або вплив глобальних подій.

Хоча витрати підприємства зросли, це не обов'язково негативний фактор. Зростання витрат може бути наслідком активного розвитку бізнесу, інвестицій або зовнішніх економічних факторів. Оцінювати фінансову ефективність слід у контексті динаміки виручки, валового та чистого прибутку, а також рентабельності підприємства.

Аналіз змін валового прибутку свідчить, що у 2022 році (порівняно з 2021 роком) валовий прибуток зріс із 1 213,87 тис. грн. до 1 478,9 тис. грн., тобто приріст склав 265,03 тис. грн., що становить приблизно 21,8%. Приріст валового прибутку у 2023 році порівняно з 2022 роком склав 133,81 тис. грн., що становить приблизно 9%.

Протягом трьох років підприємство демонструє постійне зростання валового прибутку, що є ознакою позитивної динаміки фінансових показників і ефективної комерційної діяльності. Попри зростання витрат діяльності, валовий прибуток продовжує збільшуватися. Це свідчить про здатність підприємства ефективно управляти собівартістю та отримувати стабільний дохід. Зростання валового прибутку може бути пов'язане з розширенням клієнтської бази, підвищенням попиту на послуги, або підвищенням ефективності операційних процесів.

Аналіз змін чистого прибутку показав, що у 2022 році порівняно з 2021 роком) чистий прибуток зріс із 1 031,78 тис. грн. до 1 257,06 тис. грн., що еквівалентно приросту в 21,8%. Збільшення чистого прибутку у 2023 році (порівняно з 2022 роком) відбулося із 1 257,06 тис. грн. до 1 370,80 тис. грн., що складає приріст у 9%.

За період 2021-2023 років чистий прибуток підприємства зростає щорічно. Це свідчить про ефективне управління бізнесом, незважаючи на збільшення витрат.

Зростання чистого прибутку навіть за умов збільшення витрат свідчить про те, що підприємство успішно контролює свої витрати і забезпечує стабільний рівень прибутковості. Постійне зростання чистого прибутку є позитивним сигналом для інвесторів і партнерів, що вказує на фінансову стійкість і здатність компанії генерувати дохід у довгостроковій перспективі.

Щоб оцінити ефективність управління, доцільно обчислити рентабельність по чистому прибутку для кожного року. Це допоможе зрозуміти, наскільки ефективно підприємство перетворює виручку на чистий прибуток.

Зниження рівня рентабельності за чистою прибутковістю підприємства протягом трьох років виробництва про певні тенденції або проблеми, які можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми. Ось основні моменти:

Аналіз рівня рентабельності (по чистому прибутку) протягом 2021-2023 років свідчить про поступове зниження рентабельності протягом трьох років.

Причинами можуть бути зміни в економічному середовищі, наприклад, інфляція, падіння попиту або зміни в податковому законодавстві, конкуренція на ринку або зміна ціни на послуги. Також це можуть бути внутрішні фактори: зростання витрат, зниження ефективності управління, зменшення обсягів продажу або прибутковості окремих видів послуг.

Для покращення ситуації рекомендовано:

- провести аналіз витрат для виявлення можливостей їх оптимізації;
- розглянути можливості диверсифікації підприємства або виходу на нові ринки;
- переглянути цінову політику та стратегії роботи з клієнтами;
- інвестувати в підвищення ефективності виробничих процесів або в маркетингові стратегії.

Диверсифікація та вихід на нові ринки можуть стати потужними стратегіями для підвищення рентабельності підприємства. Це може бути запуск суміжних продуктів, послуг, впровадження нових технологій, вихід на нові географічні ринки, освоєння нових сегментів, онлайн-продажі тощо.

2.3. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності ФОП Новіков С.Ю.

В умовах сучасної динамічності бізнес-середовища під впливом глобалізації все більше підприємств прагне розвиватися у вигляді виходу на зовнішні ринки. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на такому ринку необхідною умовою є формування відповідної стратегії, яка враховуватиме, як внутрішні можливості підприємства, так і ринкові умови, в яких йому доведеться працювати.

Від правильності розробки та реалізації стратегії виходу на зовнішній ринок залежить, наскільки результативним буде даний крок підприємства та чи допоможе він зміцнити позиції підприємства на світовій арені. Дуже важливо, щоб між стратегічними рішеннями, що приймаються підприємством, та ресурсами, з якими воно працює, був тісний взаємозв'язок. У разі його відсутності може виникнути пробіл між тим, що компанія хоче зробити і тим, що вона робить. Зважаючи на важливість виходу на зовнішній ринок для економічного розвитку підприємства, перед формуванням стратегії виходу на зовнішні ринки та її реалізацією, необхідно провести оцінку існуючої стратегії підприємства: не можна спланувати майбутнє, не маючи чіткого уявлення про те, в якому стані знаходиться підприємство та які стратегії воно реалізує [56].

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства безпосередньо залежить від правильно спланованої та організованої роботи з виходу на зовнішні ринки у довгостроковій перспективі. Здійснюючи зовнішньоекономічну діяльність, підприємства функціонують у світі, що постійно змінюється. Сучасне міжнародне середовище, що визначається характеристиками сучасного бізнесу, вимагає нових підходів до стратегічного управління. До таких характеристик можна віднести [57]:

- складність зовнішнього середовища. Кількість та різноманітність факторів значно збільшується під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності;

- мінливість зовнішнього середовища. Швидкість змін у зовнішньому оточенні не піддається якомусь внутрішньому контролю. Сучасна світова економіка зазнає глибоких і швидких змін, що виявляються в процесі глобалізації, що стрімко посилюється, яка, у свою чергу, призводить до багатовимірної конкуренції, набуває характеру гіперконкуренції, посилення інноваційних і інтеграційних процесів у світовому масштабі;

- взаємопов'язаність факторів зовнішнього середовища. Зміна одного фактору з певною силою викликає зміну інших чинників;

- некерованість зовнішнього середовища. Підприємство, яке здійснює діяльність на зовнішньому ринку, має дуже обмежені можливості для впливу на зовнішній контекст умов. Компанії вимушені безперервно адаптуватися до змін;

- турбулентність зовнішнього середовища. Зміни у зовнішньому середовищі відбуваються з високим рівнем невизначеності та непередбачуваності.

Розробка стратегії та тактики визначається оптимально спланованим та організованим освоєнням іноземних ринків та реалізується у вигляді певних етапів, кожен із яких передбачає опрацювання конкретних специфічних завдань. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є процесом управління підприємством на основі синтезу чотирьох методичних підходів: функціонального, ситуаційного, ризикового та системного. Цей процес враховує національні особливості здійснення бізнесу, спрямований на розробку та реалізацію зовнішньоекономічної стратегії на підприємстві за своєчасного здійснення інновацій, що відповідають вимогам зовнішнього середовища, з метою забезпечення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках у довгостроковій перспективі. Для того, щоб успішно працювати на зовнішніх ринках, керівникам підприємств необхідно чітко розуміти специфіку міжнародного бізнесу при використанні функціонального, ситуаційного, системного та ризикового підходу до стратегічного управління.

Так, функціональний підхід дозволить побудувати курс розвитку підприємства, належним чином організувати діяльність різних його підрозділів. При цьому, функціональний підхід може бути зведений до реалізації основних функцій управління: планування, мотивації, організації та контролю. У кожній країні та у кожного народу існують свої, тільки їм притаманні психологічні, соціальні та інші особливості, до яких належать, перш за все, цінності, переконання, звички, традиції, звичаї під час бізнесу. Знання цих систем цінностей значно підвищує ефективність управління [58].

При здійсненні стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства на основі ситуаційного підходу буде отримано необхідну інформацію щодо факторного впливу ззовні. Однак вона не дозволить з усього різноманіття факторів виділити найбільш значущі для підприємства, що становлять загрозу для його діяльності. Чіткому курсу розвитку та системності виконуваних операцій, ефективної реалізації функцій управління з метою досягнення стратегічного бачення також не буде приділено належну увагу. Ситуаційний підхід до процесу стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства стає необхідним до доповнення функціонального підходу. Функції керування потрібно реалізовувати з урахуванням впливу ситуаційних факторів, що виникають на тому чи іншому цільовому ринку. У цьому випадку керівництву підприємства необхідно вирішити важливе завдання, яке полягає у забезпеченні управління в умовах безперервних змін у зовнішньому середовищі за допомогою розробки та реалізації стратегії змін. При цьому під реалізацією стратегії змін розуміється досягнення не якогось запланованого результату, а успіху, пов'язаного зі здатністю підприємства ефективно адаптуватися до нових умов довкілля та зберігати стійкість розвитку [59].

Ризиковий підхід проявляється в обліку ймовірності можливих негативних впливів середовища при роботі на зовнішньому ринку та сприяє відбору найбільш значимих факторів з точки зору найбільшої загрози діяльності підприємства. Орієнтація на ризиковий підхід надасть можливість

виділити фактори, що становлять загрозу діяльності підприємства. Однак у цьому випадку буде враховано не весь перелік факторних ознак, що впливають ззовні, як при ситуаційному підході, а лише найбільш значущі для діяльності підприємства з погляду настання можливих ризиків. Також будуть відсутні чіткий курс розробки зовнішньоекономічної стратегії підприємства та системність її формування [60].

Системний підхід передбачає взаємозв'язок усіх підрозділів підприємства при здійсненні стратегічного управління, системність функцій управління, їх нерозривний зв'язок один з одним, ситуаційний підхід, облік ризикової складової. Системний підхід являє собою об'єднання наступних процесів при розробленні зовнішньоекономічної стратегії: процесу осмислення; формального процесу; аналітичного процесу; процесу передбачення; ментального процесу; процесу, що розвивається; процесу ведення переговорів; колективного процесу; реактивного процесу; процесу трансформації. Системний підхід забезпечить підприємству взаємозв'язок, узгодженість усіх підрозділів у контексті розв'язуваних завдань, розглядаючи функції управління у нерозривному зв'язку один з одним. Крім того, за допомогою системного підходу менеджери підприємства зможуть врахувати увесь перелік факторних ознак у комплексі. Як і при функціональному підході, буде нівельована значимість ситуаційних та ризикових факторів, а також буде відсутнє чітке функціональне розуміння розв'язуваних задач [61].

Таким чином, реалізуючи функції управління, необхідно орієнтуватися на ситуаційні особливості, що виникають у країні ведення бізнесу. У свою чергу, виникнення тієї чи іншої ситуації на зовнішньому ринку пропонується супроводжувати ризиковою складовою, тобто описувати можливий ризик для підприємства при виникненні певної події в країні та оцінювати ймовірність виникнення цієї ризикової ситуації. Ці дії слід здійснювати системно.

Перевагами використання стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві в умовах глобалізаційних процесів світової економіки є:

- мінімізація ризиків негативних динамічних впливів міжнародного середовища;
- підготовленість до непередбачуваних змін умов зовнішнього оточення;
- стимулювання менеджерів до реального запровадження прийнятих управлінських рішень у довгостроковій перспективі;
- підвищення скоординованості дій;
- створення передумов підвищення кваліфікації керівників та спеціалістів;
- раціоналізація використання ресурсного потенціалу підприємства;
- формалізація повноважень та відповідальності його працівників.

Зовнішньоекономічна сфера діяльності для компанії «Проспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.) є досить перспективним інструментом подальшого розвитку та підвищення своєї конкурентоспроможності. Нами запропоновано розглянути можливість розширення напрямів діяльності ФОП Новіков С.Ю. з огляду торгівлею хлібобулочними виробами та його участі у зовнішньоекономічних операціях.

Слід зазначити, що зараз переважна більшість компаній використовують функціональний підхід до управління підприємством загалом та зовнішньоекономічною діяльністю зокрема. Цей підхід полягає в тому, що всі функції організації надаються окремо, незалежно одна від одної, приводячи до розриву єдиного ланцюжка системи управління. Об'єктивним результатом такого підходу до управління підприємством, зокрема його зовнішньоекономічною діяльністю, є зростання чисельності апарату управління, створення функціональних бар'єрів, ускладнення взаємодії між підрозділами та виникнення перешкод на шляху впровадження нових технологій, зниження конкурентоспроможності як на зовнішньому, і на внутрішньому ринку тощо.

У зв'язку з цим існує об'єктивна необхідність у розробці механізмів адаптації процесно-орієнтованого управління експортними операціями, що дозволяють використовувати ефективні способи виробничої діяльності з

урахуванням динамічності зовнішнього середовища. Адже саме за допомогою процесного підходу створюються та підтримуються умови, необхідні для забезпечення якості процесів виробництва, що гарантують задоволення споживачів. Він дозволяє керівникам визначати та керувати ключовими процесами, що створюють додану вартість, а також інтегрувати часто розрізнені дії функціональних департаментів та спрямовувати їх зусилля на єдиний результат.

Таким чином, дуже актуальним стає питання радикальної модернізації та переосмислення процесу реалізації продукції на зовнішньому ринку, у зв'язку з чим доцільним є формування механізму оцінки ефективності такого бізнес-процесу як «управління експортними операціями».

Цей бізнес-процес включає наступні підпроцеси (кількість яких не повинна перевищувати десяти, оскільки керівник не зможе ефективно керувати та сприймати інформацію від більшої кількості основних напрямів діяльності):

- визначення потреб зарубіжних ринків;
- вимірювання задоволеності зарубіжних споживачів;
- здійснення моніторингу змін на ринку або в очікуваннях споживачів;
- розробка концепції продукту, його позиціонування на зарубіжних ринках;
- виконання зовнішньоторговельного контракту: підготовка та проведення переговорів; обробка замовлень споживачів; управління процесом експортного виробництва та постачання; контроль розрахунків;
- планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- формування попиту, стимулювання збуту;
- розвиток та навчання персоналу;
- управління продуктивністю.

Перевагами такого підходу є підвищення прозорості експортних операцій, оперативне реагування на зміни ринкової кон'юнктури, скорочення витрат і підвищення прибутковості експортних операцій.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Особливості сучасного розвитку світової економіки, породжені інтенсифікацією процесів глобалізації, створюють очевидні передумови для активнішого виходу підприємств на зовнішні ринки. У таких умовах підприємства керуються певними мотивами, найважливішими серед яких вважається очікуване збільшення частки ринку та відповідне розширення масштабів діяльності підприємства, що, у свою чергу, може забезпечити посилення конкурентних переваг такого підприємства.

У другому розділі надано характеристику діяльності АН «Перспект Плюс» (ФОП Новіков С.Ю.), проведено аналіз фінансово-економічного забезпечення його діяльності. Усі наведені техніко-економічні показники діяльності підприємства свідчать про його стабільну роботу на ринку.

Встановлено, що для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно вивчати структуру виробництва, впроваджувати та розробляти нові види продукції, послуг; використовувати новітні досягнення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; впроваджувати диверсифікацію та вихід на нові ринки.

Розглянуто перспективи розвитку діяльності ФОП Новіков С.Ю. в напрямі торгівлі хлібобулочними виробами на міжнародних ринках. Запропоновано здійснення стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю ФОП Новіков С.Ю., а також формування механізму оцінки ефективності такого бізнес-процесу як «управління експортними операціями». Цей механізм дозволяє підприємству своєчасно виявляти слабкі ці місця та вдосконалювати управління експортом, забезпечуючи довгостроковий успіх на зовнішніх ринках.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є ключовим елементом його розвитку та може внести вагомий вклад у забезпечення стабільності і конкурентоспроможності: розширення ринків збуту, залучення іноземних інвестицій, обмін технологіями, участь у міжнародних проектах тощо.

РОЗДІЛ 3

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ

3.1. Аналіз сучасного асортименту хлібобулочних виробів

Хліб і хлібобулочні вироби залишаються одними із найпопулярніших продуктів, потрібним у всіх соціальних групах. Існує близько 900 рецептур хлібобулочних виробів, але на поточному вітчизняному виробництві перебуває 200-240 сортів. Це свідчить про можливість адаптації виробництва до потреб ринку.

Обсяги виробництва узгоджуються із замовленнями споживачів, що вказує на гнучкість і готовність до змін у виробничих процесах. Хоча ринок хлібобулочних виробів має великі резерви для зростання, ключовим фактором для реалізації цього потенціалу є підвищення доходів населення. Це означає, що зростання доходів споживачів сприятиме більшому попиту на різноманітні та якісніші види хлібобулочних виробів, які, у свою чергу, стимулюють розвиток виробництва та асортименту.

Ринок хлібобулочних виробів в Україні характеризується широким асортиментом продукції, що охоплює різні категорії.

1. Хлібні продукти:

- традиційний хліб (пшеничний, житній, змішаний);
- батони, багети та інші вироби з пшеничного тіста;

2. Солодка та солена випічка:

- вироби з листкового тіста: круасани, слойки;
- здобна випічка: булочки, бріюші, рогалики.

3. Солоні вироби: піци, пироги, несолодкі слойки.

4. Борошняні кондитерські вироби:

- пряники, печиво різних видів;
- торти, кекси, рулети, мафіни, медяники та інші десертні вироби.

Цей асортимент забезпечує різноманітність смаків і форм продукції, що дозволяє задовольнити потреби різних груп споживачів: від базових харчових продуктів до десертних і святкових страв.

На сьогоднішній день у торговельній мережі м. Харкова конкурують такі виробники хлібобулочної продукції: ТОВ «Українсько-словенське підприємство «Хлібопекарський комплекс Кулиничівський», ТОВ КВФ «Рома» Ліхачовський хлібозавод, Хлібозавод «Основа», ПАТ «Люботинський хлібозавод», ТОВ Хлібозавод «Ново-Баварський». Також до торговельної мережі м. Харкова надходять ХБВ з довколишніх регіонів (м. Полтави – ТОВ «Полтавахліб-3», м. Суми – ТОВ «Сумська паляниця»). Окрім потужних підприємств-виробників значну частку займають супермаркети, які випікають власну хлібобулочну продукцію.

Проаналізувавши сучасний ринок хліба і хлібобулочних виробів м. Харкова, можна сказати, що велику частку займає хлібозавод ТОВ «Українсько-словенське підприємство «Хлібопекарський комплекс «Кулиничівський». Асортимент продукції містить такі позиції: хліб із житнього і пшеничного борошна, хліб із пшеничного борошна, булочні вироби, здобні вироби, пряники, печиво та соціальні сорти хліба. В даний час хлібозавод «Кулиничівський» випускає кілька видів хліба соціальних сортів – це пшеничний хліб «Орільський» (0,55 кг) з борошна першого і вищого сорту, а також житньо-пшеничні хліба – «Дарницький» (0,7 кг) та «Український» (0,7 кг). Обсяг виробництва «соціального» хліба становить близько 18 т на добу. Також значну частку виробництва хліба займає ТОВ Хлібозавод «Ново-Баварський».

Популярність здорового способу життя значно вплинула на хлібопекарську галузь, сприяючи розширенню асортименту хлібобулочних виробів, особливо тих, які виготовляються за технічними умовами (ТУ). Ці види хліба утворюють компоненти рослинного походження, які дають

продукту додаткову поживну цінність та привабливість для споживачів, що підтримує принципи здорового харчування.

До популярних видів хліба належать такі, що містять:

- висівки – джерело клітковини, що сприяє покращенню травлення;
- ядро соняшника – багате на корисні жири та вітамін Е;
- гарбузове насіння – джерело магнію, цинку та антиоксидантів;
- волоські горіхи – містять омега-3 жирні кислоти, корисні для серця;
- шрот з льону – збагачений клітковиною та жирними кислотами;
- сухофрукти (курага, ізюм) – надають природну солодкість і є джерелом вітамінів та мінералів.

Попит на таку продукцію зростає за рахунок підвищеної уваги до здоров'я, що стимулює підприємство до створення інноваційних видів хліба, які поєднують традиції з сучасними тенденціями харчування.

Сучасний ринок хлібобулочних виробів демонструє яскраву тенденцію повернення до автентичних національних традицій та впровадження новітніх технологій виробництва. Попит на продукцію, виготовлену за старовинними рецептами, зростає на фоні інтересу до національної ідентичності та здорового харчування. Серед популярних національних видів хліба можна виділити:

- лаваш (Вірменія, Грузія) – тонкий, еластичний із застосуванням простої рецептури;
- матнакаш (Вірменія) – пухкий хліб з хрусткою скоринкою;
- марокканський корж – щільний коржик з м'якою текстурою;
- маца (Ізраїль) – тонкий, хрусткий хліб без дріжджів;
- хала (Ізраїль) – плетений хліб із солодкуватим смаком;
- тортилья (Мексика) – м'який кукурудзяний або пшеничний хліб;
- наан (Індія) – м'який хліб, що випікається в тандирі, часто з додаванням масла;

- симит (Туреччина) – круглий хліб з хрусткою скоринкою і кунжутом.

Також активно застосовуються інновації у виробництві хліба.

Хліб «Живий» – продукт з пророщеного зерна, що збагачує хліб високим вмістом вітамінів і мінералів.

Біо-хліб – виробляється без додавання консервантів, штучних розпушувачів або інших харчових добавок.

Бездріжджовий хліб – замість дріжджів використовують закваски на основі природної ферментації.

Цільнозерновий хліб – містить усі частини зерна, що зберігає максимальну кількість клітковини та поживних речовин.

Таким чином, сучасні хлібопекарні об'єднують традиції і технологічний прогрес, що дозволяє створити як автентичні, так і інноваційні види хліба, які відповідають вимогам споживачів, орієнтованих на здоровий спосіб життя.

Світовий сегмент ринку хліба поділяється за різними ознаками.

1. За типом продукту: батони; багети; торти та тістечка; роли; булочки для бургерів; скибочки бутербродні; чіабатта; заморожений хліб; інше.

2. За інгредієнтами: білий хліб; цільнозерновий хліб; багатозерновий хліб; крафтовий хліб.

3. За харчовою цінністю: хліб з високим вмістом клітковини; низьковуглеводний хліб; безглютенний хліб; функціональний хліб; з іншою харчовою цінністю.

4. За каналом збуту: супермаркети та гіпермаркети; магазини міні-маркетів; інтернет-канал роздрібної торгівлі; спеціалізовані магазини.

За типом продукту сегмент тортів і тістечок є найшвидше зростаючим сегментом на світовому ринку хліба в 2023 році. Це зростання зумовлено високим попитом на індивідуальні торти та тістечка, багаті кремом, різноманітним смаком і поживністю. Ці вироби особливо популярні для таких урочистостей, як вечірки та дні народження. Висока вартість тортів і тістечок порівняно зі звичайним хлібом не відлякує покупців, яких приваблює широкий вибір, можливості індивідуального оформлення та можливість замовлення онлайн. Ця тенденція сприяє зростанню доходів сегмента та галузі в цілому.

3.2. Товарознавча характеристика хлібобулочних виробів

Хліб пшеничний, що виготовляється з пшеничного борошна, займає лідируючі позиції на ринку хлібобулочних виробів і є найбільш популярним серед споживачів. Це пояснюється кількома факторами:

1. Традиційність і доступність. Пшеничний хліб є основним у багатьох культурах і національних кухнях. Його виробництво налагоджено на усіх хлібопекарських підприємствах, що робить його доступним за ціною і легко доступним у будь-який час.

2. Універсальність. Пшеничний хліб використовується для різноманітних страв, є основою для бутербродів, гарнірів і супів, тому завжди вважається затребуваним продуктом.

3. Смакові якості. Пшеничний хліб має м'яку текстуру і приємний смак, що приваблює споживачів, особливо тих, хто надає переваги традиційному смаку.

4. Обсяги виробництва. Пшеничний хліб виробляється у великих масштабах, що дозволяє зменшити його собівартість за рахунок економії на масштабах і широкому розповсюдженні.

5. Економічна доступність. Пшеничний хліб часто має доступну ціну, що робить його популярним серед різних соціальних груп, незалежно від рівня доходів.

Завдяки цим факторам пшеничний хліб збільшує перевагу на ринку і є найбільш затребуваним серед інших видів хлібобулочної продукції.

Тому для дослідження було обрано 10 зразків хліба пшеничного формового, що реалізується у роздрібній торговельній мережі м. Харкова, а саме:

зразок № 1: хліб пшеничний, хлібозавод «Основа», ТМ «Основ'янський хліб», м. Харків;

зразок № 2: хліб пшеничний, ТОВ «Віал-Маркет», ТМ «Класс», м. Харків;

зразок № 3: хліб пшеничний формовий, ТОВ «Полтавахліб-3», ТМ «Хліби Полтави», м. Полтава;

зразок № 4: хліб білий, ТОВ «Українсько-словенське підприємство «Хлібопекарський комплекс Кулиничівський», ТМ «Кулиничі», Харківська обл., смт. Кулиничі;

зразок № 5: хліб пшеничний формовий, ТОВ КВФ «Рома», ТМ «Рома», Харківська обл., м. Первомайськ;

зразок № 6: хліб білий, ПАТ «Люботинський хлібо завод», ТМ «Люботинський»;

зразок № 7: хліб пшеничний формовий, ТОВ Хлібо завод «Ново-Баварський», ТМ «НБХЗ», м. Харків;

зразок № 8: хліб «Поліський», ТОВ «РОДОНІТ-Р», ТМ «Посад», м. Харків;

зразок № 9: хліб пшеничний формовий «До сніданку», ТОВ «Харків», ТМ «Харків», м. Харків;

зразок № 10: хліб пшеничний, ТОВ «Сігмастелс», ТМ «Рост», м. Харків.

Таким чином, для дослідження було обрано зразки хліба пшеничного формового, що виробляються як крупними хлібокомбінатами та хлібо заводами, так і власними невеликими пекарнями торговельних мереж. Це дозволяє здійснити порівняння якості та характеристики продукції, яка користується попитом серед споживачів.

Оцінку якості хліба пшеничного було проведено згідно ДСТУ 7517:2014 «Хліб із пшеничного борошна. Загальні технічні умови» [62].

Хліб пшеничний формовий випускається упакованим у поліетиленові, паперові пакети або реалізується без у пакування. Так, зразок хліба пшеничного формового ТМ «Харків» був у пакований в паперовий пакет та мав стікер, на якому були нанесені маркувальні дані. Зразки хліба ТМ «Клас», «Посад» і «Рост» не мали у пакування, всі інші зразки хліба пшеничного, обрані для дослідження, були у паковані в поліетиленові пакети з відповідним маркуванням.

Маркування споживчої тари для хліба має відповідати вимогам ДСТУ 7517:2014 [62] і мати маркування державною мовою, що містить таку інформацію: найменування підприємства-виготовлювача; найменування виробу; маса виробу; термін зберігання та дата виготовлення; склад виробу; харчова та енергетична цінність /100 г виробу; нормативний документ, за яким виготовлено продукцію.

Маркування споживчої тари для хліба повинно відповідати вимогам ДСТУ, що регулює порядок маркування продуктів харчування, зокрема хлібобулочних виробів. Це важливий аспект для забезпечення прав споживачів та забезпечення їхньої безпеки. Назва продукту повинна мати чітке визначення виду хліба, наприклад, «хліб пшеничний формовий». У складі повинні бути зазначені усі інгредієнти, що використовуються у виробництві хліба, з обов'язковим зазначенням наявності алергенів.

Маркувальні дані на упакованні з хлібом пшеничним різних виробників представлені в табл. 3.1.

З табл. 3.1 видно, що на упакованні зразків хліба ТМ «Класс», «Посад», «Харків» і «Рост» відсутня інформація щодо складу виробу, харчової та енергетичної цінності на 100 г виробу, терміну придатності до споживання та дати виготовлення. На маркуванні хліба ТМ «Посад», «Харків» і «Рост» також відсутнє позначення нормативної документації (НД). У всіх інших зразках хліба пшеничного, обраних для дослідження, на пакуванні містяться усі необхідні елементи маркування.

Дослідивши пакувальні дані, можна зробити висновок, що переважна більшість зразків хліба була виготовлена за ДСТУ 7517:2014 «Хліб із пшеничного борошна. Загальні технічні умови», зразок ТМ «Класс» був виготовлений за ТУ У 15.8-25294089-011:2005, інші зразки взагалі не мали ніякого позначення НД.

Таким чином, можна зробити висновок, що упаковання і маркування хліба пшеничного ТМ «Класс», «Посад», «Харків» і «Рост» не відповідало встановленим вимогам на даний вид продукції.

Таблиця 3.1

Маркувальні дані на упакованні хліба пшеничного різних торговельних марок

Маркувальні дані	«Основ'янський хліб»	«Клас»	«Хліби Полтави»	«Кулиничі»	«Рома»	«Люботинський»	«НБХЗ»	«Посад»	«Харків»	«Рост»
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Назва підприємства-виготовлювача	Хлібозавод «Основ'янський»	ТОВ «Віал-Маркет»	ТОВ «Полтавахліб-3»	ТОВ «Українсько-словенське підприємство «Хлібопекарський комплекс Кулиничівський»	ТОВ КВФ «Рома»	ПАТ «Люботинський хлібозавод»	ТОВ Хлібозавод «Ново-Баварський»	ТОВ «РОДОНІТ-Р»	ТОВ «Восторг»	ТОВ «Сігмастелс»
Найменування виробу	Хліб пшеничний	Хліб пшеничний	Хліб пшеничний формовий	Хліб білий	Хліб пшеничний формовий	Хліб білий	Хліб «Ново-Баварський білий»	Хліб «Поліський»	Хліб пшеничний формовий	Хліб формовий
Маса нетто, г	500	450	550	500	450	500	500	300	450	550

Склад виробу	Борошно пшеничне вищого сорту, вода питна, цукор, маргарин, дріжджі пресовані, сіль кухонна.	Немає	Борошно пшеничне, вода питна, сіль йодована, дріжджі пресовані, цукор білий.	Борошно пшеничне вищого сорту, вода питна, цукор білий кристалічний, дріжджі хлібопекарські пресовані, сіль кухонна.	Борошно пшеничне першого сорту, вода питна, сироватка молочна, цукор білий, олія рослина, концентрована молочно-кисла закваска, сіль харчова.	Борошно пшеничне вищого сорту, вода питна, дріжджі пресовані, сіль кухонна, цукор білий кристалічний.	Борошно пшеничне вищого сорту, вода питна, дріжджі хлібопекарські пресовані, олія соняшникова, цукор білий кристалічний, сіль кухонна.	Немає	Немає	Немає
Харчова та енергетична цінність / 100 г виробу	Білки - 7,8 г; жири - 3,0 г; вуглеводи - 54,5 г. 1210кДж (280 ккал)	Немає	Білки - 7,4 г; жири - 0,8 г; вуглеводи - 48,5 г. 966 кДж (231 ккал)	Білки - 7,1 г; жири - 4,8 г; вуглеводи - 48,3 г. 1126кДж (269 ккал)	Білки - 7,7 г; жири - 3,0 г; вуглеводи - 51,9 г. 1105кДж (229 ккал)	Білки - 7,7 г; жири - 0,8 г; вуглеводи - 49,5 г. 1009кДж (241 ккал)	Білки - 7,8 г; жири - 2,0 г; вуглеводи - 53,3 г. 954 кДж (256 ккал)	Немає	Немає	Немає
Термін придатності до споживання, дата виготовлення	48 годин, дата виготовлення вказана.	Немає	48 години, дата виготовлення вказана.	48 годин, дата виготовлення вказана.	48 годин, дата виготовлення вказана.	48 годин, дата виготовлення вказана.	48 годин, дата виготовлення вказана.	Немає	Немає	Немає
Позначення НД	ДСТУ 7517:2014	ТУ У 15.8-25294089-011:2005	ДСТУ 7517:2014	ДСТУ 7517:2014	ДСТУ 7517:2014	ДСТУ 7517:2014	ДСТУ 7517:2014	Немає	Немає	Немає

Оцінку якості хліба пшеничного формового десяти підприємств-виробників проводили за органолептичними показниками. Для зразків хліба органолептично встановлювалась відповідність нормативній документації таких показників як зовнішній вигляд (форма, поверхня, колір), стан м'якушки, смак і запах.

Органолептична цінність хліба є показником його якості та впливає на його споживчі характеристики. Вона залежить від таких факторів, як зовнішній вигляд, стан м'якушки, смак, аромат виробу.

Хліб має бути правильної форми, без деформацій або пошкоджень. Цей показник свідчить про дотримання технологічних норм під час випікання.

Добре підрум'янена, хрустка скоринка є ознакою правильно приготовленого хліба. Вона повинна мати рівний колір, без обвуглених або не пропечених ділянок.

М'якушка повинна бути рівномірно пористою, з пухкою і еластичною текстурою. Вона повинна бути зволоженою, але не мокрою, і не кришитися під час нарізання.

Велика пористість хліба може свідчити про надто тривалий час бродіння тіста, а надто дрібні пори – про низьку якість борошна або неправильні параметри бродіння.

Смак хліба залежить від вмісту органічних кислот, спиртів, ефірів, альдегідів та інших речовин, які утворюються під час бродіння тіста та випікання.

Правильне тісто має мати приємний, легкий кислий смак (як результат бродіння), що не має бути надто вираженим, а також не повинно бути гіркоти або сторонніх смаків, що свідчать про порушення технології або використання неякісних сировинних компонентів.

Результати органолептичної оцінки хліба пшеничного різних торговельних марок (ТМ) наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Органолептичні показники якості хліба пшеничного різних ТМ

Найменування показника	«Основ'янський хліб»	«Класс»	«Хліби Полтави»	«Кулиничі»	«Рома»	«Люботинський»	«НБХЗ»	«Посад»	«Харків»	«Рост»
Зовнішній вигляд: форма, поверхня, колір	без забруднень, світло-жовтий, без підгорілої скоринки	блідо-жовтий, без забруднень	темно-коричневий колір, без підгорілості	без забруднень, світло-жовтий, без підгорілої скоринки		блідо-жовтий, без забруднень	темно-коричневий колір, без підгорілості	без забруднень, світло-жовтий, без підгорілої скоринки		
Стан м'якушки	еластичний, не мокрий на дотик, з розвинутою пористістю, без слідів непромісу	еластичний, не мокрий на дотик, має дещо велику пористість	еластичний, не мокрий на дотик, з розвинутою пористістю, без слідів непромісу	еластичний, не мокрий на дотик, має дещо велику пористість	еластичний, не мокрий на дотик, з розвинутою пористістю, без слідів непромісу	має менш пористу м'якушку, еластична, мокра на дотик		еластичний, не мокрий на дотик, з розвинутою пористістю, без слідів непромісу		еластичний, не мокрий на дотик, має дещо велику пористість
Смак та запах	без стороннього смаку та запаху, властивий даному виду хліба	смак деяких спецій, менш приємний запах	без стороннього смаку та запаху, властивий даному виду хліба			без стороннього смаку та запаху, властивий даному виду хліба		смак деяких спецій, менш приємний запах	без стороннього смаку та запаху, властивий даному виду хліба	

Органолептична оцінка обраних для дослідження зразків хліба пшеничного показала, що за зовнішнім виглядом (формою, поверхнею, кольором) зразки хліба ТМ «Основ'янський хліб», «Кулиничі», «Рома», «Посад», «Харків» і «Рост» відповідали вимогам ДСТУ 7517:2014 «Хліб із пшеничного борошна. Загальні технічні умови» [54]. Зразки ТМ «Класс» та «Люботинський» мали більш світлу поверхню, але також без забруднень. Зразки ТМ «Хліби Полтави» і «НБХЗ» мали більш темну поверхню, без підгоріlostей.

За станом м'якушки зразки хліба пшеничного ТМ «Основ'янський хліб», «Рома», «Класс», «Посад», «Хліби Полтави» і «Харків» відповідали встановленим вимогам. М'якушка була еластичною, не мокрою на дотик, з розвинутою пористістю, без слідів непромісу. Зразки ТМ «Кулиничі» та «Рост» мали еластичну м'якушку, не мокру на дотик, але мали занадто великі пори, а зразки хліба ТМ «Люботинський» та «НБХЗ» мали пори меншого розміру, еластичну, але мокру на дотик м'якушку, що свідчить про те, що виробник не дотримується технології виробництва або транспортування та зберігання продукції відбувалося у середовищі з підвищеною відносною вологістю повітря.

Зразки хліба пшеничного ТМ «Основ'янський хліб», «Рома», «Кулиничі», «Люботинський», «НБХЗ», «Хліби Полтави», «Харків», «Рост» за смаком та запахом відповідали вимогам діючого стандарту, мали властивий даному виду хліба смак і запах, без стороннього присмаку. Зразки хліба ТМ «Посад» і «Класс» мали смак деяких прянощів, менш приємний запах.

Таким чином, зразки хліба пшеничного ТМ «Люботинський» та «НБХЗ» не відповідали встановленим вимогам за станом м'якушки, а зразки ТМ «Посад» і «Класс» – за смаком і запахом.

Дослідження зразків хліба за органолептичними показниками дозволили встановити, що продукція більшості вітчизняних ТМ задовольняє вимоги національного стандарту та може бути реалізована як на внутрішньому, так і на міжнародному споживчих ринках.

3.3. Особливості митного оформлення хлібобулочних виробів у митному режимі експорт і шляхи вдосконалення системи митного контролю

Експорт є важливою складовою економічної діяльності будь-якої країни. Експорт дозволяє країні реалізовувати свою продукцію на зовнішніх ринках, отримувати іноземні валютні кошти, розширювати можливості для внутрішнього підприємництва та створювати нові робочі місця.

Основні переваги експорту включають [63-65]:

- збільшення прибутку, адже експорт дозволяє компаніям розширити свій ринок збуту, залучати нових клієнтів і отримувати додаткові прибутки;
- розширення виробництва, бо збільшення обсягів експорту може вимагати збільшення виробничих потужностей підприємства, що сприяє розвитку інфраструктури та підтримці робочих місць;
- різноманіття ринків, оскільки експорт дозволяє розширити ринки збуту, що робить компанії менш залежними від внутрішніх економічних коливань;
- залучення іноземних інвестицій. Успішний експорт може збільшити привабливість країни для іноземних інвесторів та сприяти розвитку бізнес-співпраці;
- технологічний обмін. Експорт сприяє обміну технологіями та кращими практиками між країнами.

Тому для того, щоб забезпечити успішний експорт, країни часто вживають заходи митного регулювання, встановлюють та удосконалюють торговельні угоди та розробляють стратегії підтримки експортерів.

Митне регулювання визначається як система заходів, що реалізуються митними органами та спрямовані на регулювання обігу товарів через митний кордон. Це важлива складова зовнішньоекономічної політики країни та має значний вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємств [66].

Митне регулювання включає в себе ряд заходів, таких як встановлення тарифів на ввіз та вивіз товарів, визначення квот та обмежень, застосування антидемпінгових заходів, а також інших митних інструментів. Всі ці заходи спрямовані на захист інтересів держави, регулювання зовнішньоторговельного обігу та створення конкурентних умов для внутрішнього виробництва [67, 68].

Митне регулювання важливо для забезпечення економічної безпеки країни, захисту внутрішнього ринку та підтримки певних галузей промисловості. Однак важливо забезпечити баланс між заходами митного контролю та створенням умов для розвитку зовнішньої торгівлі [69].

Нами розглянуто особливості митного оформлення хліба в митному режимі експорт, бо встановлено, що в Україні велика кількість виробників виробляє широкий асортимент хлібобулочних виробів, які є важливим об'єктом міжнародної торгівлі.

Для правильного митного оформлення товару в режимі експорту обов'язковим є визначення коду УКТ ЗЕД (Українського класифікатора товарів зовнішньоекономічної діяльності). УКТ ЗЕД встановлює стандартизовану класифікацію товарів, яка визначає їх характеристики для митного контролю та статистичного обліку [70-73].

Хліб відноситься до:

IV розділу «Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замінники», в якому знаходяться групи товарів з шістнадцятої по двадцять четверту.

Група 19 «Готові продукти із зерна зернових культур, борошна, крохмалю або молока; борошняні кондитерські вироби»;

Код товарної позиції 1905 «Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти»;

- інші:

- - - інші:
- - - хлібобулочні вироби [65].

Отже, код хліба пшеничного згідно з УКТЗЕД складає 1905 90 30 00 – хлібобулочні вироби без додавання меду, яєць, сиру або плодів, з вмістом у сухому стані не більш як 5 мас. % цукру і не більш, як 5 мас. % жиру.

Ставка мита в режимі імпорт складає 10 % від митної вартості, в режимі експорт – 0 %.

Митна вартість – це вартість товару для митних цілей, що базується на ціні, яка фактично сплачена або підлягає сплаті. Вона використовується для нарахування митних платежів.

Заявлення митної вартості здійснюється декларантом або уповноваженою ним особою під час декларування товару. Декларація митної вартості не подається, якщо митна вартість партії товару не перевищує 5000 євро.

У декларації зазначаються [75-77]:

- метод визначення митної вартості;
- числове значення митної вартості та її складові;
- умови зовнішньоекономічного договору;
- документи, що підтверджують митну вартість.

Для товарів, які експортуються, митною вартістю є ціна, зазначена в рахунку-фактурі або рахунку-проформі. Вона була при першому розміщенні товарів у митному режимі з подальшим їх фактичним вивезенням за кордон.

Якщо митний режим змінюється, коли товари знаходяться за межами України, митна вартість береться на момент першого розміщення товарів у митному режимі. Митні платежі розраховуються в національній валюті України. Ставки застосовуються ті, що діють на день подання митної декларації або на день оформлення без декларації [78].

Ці правила застосування порядку обчислення митної вартості та забезпечують правильність нарахування митних платежів відповідно до чинного законодавства України.

Слід зазначити, що митний контроль є необхідною умовою забезпечення економічної безпеки у різних векторах її прояву (у рамках виконання фіскальної, контрольно-наглядової та регулюючої функцій). При цьому важливо усвідомлювати, що система митного контролю не повинна перешкоджати розвитку зовнішньоекономічних відносин, а, навпаки, стимулювати формування сприятливого бізнес-середовища [79, 80].

Нами розглянуто перспективні шляхи вдосконалення системи митного контролю у вигляді розвитку цифровізації в аспекті забезпечення економічної безпеки країни. Для цього необхідним є виявлення основних проблем у галузі митного контролю, формування пропозицій щодо вдосконалення митного контролю на всіх етапах його здійснення за допомогою розширення використання інформаційних технологій.

Встановлено, що основними напрямками вдосконалення системи митного контролю є: цифровізація митної діяльності, розширення взаємодії з іншими органами державної влади з урахуванням апробації позитивного світового досвіду, а також відповідної модернізації нормативної правової бази.

Одним з важливих етапів під час переміщення товарів через митний кордон України, в рамках якого слід провести заходи щодо вдосконалення митного контролю, є декларування товарів.

За допомогою введення декларування в електронній формі з'являється можливість відмовитися від надання деяких документів, а потім, поступово, автоматизувати прийняті митними органами рішення. Тому доцільним є впровадження технології здійснення митних операцій без необхідності безпосередньої участі посадових осіб митних органів, такі, як автоматична реєстрація декларацій та автоматичний випуск товарів. Це сприятиме значному скороченню часу, що витрачається на здійснення митних операцій, тобто тривалості їх здійснення, що, безсумнівно, сприятиме розвитку участі України в міжнародній торгівлі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Сучасний асортимент хлібобулочних виробів стає більш різноманітним, орієнтованим на різні сегменти споживачів, у тому числі прихильників здорового способу життя та тих, хто шукає нові гастрономічні смаки. На сьогодні спостерігаються тенденції до індивідуалізації, здорового харчування та використання натуральних продуктів. Встановлено, що найбільшим попитом на сьогодні серед споживачів залишається хліб пшеничний. В Україні представлено велику кількість вітчизняних торговельних марок хлібобулочних виробів з високими споживчими властивостями.

Експертиза упаковки та маркування дозволила зробити висновок, що упаковка і маркування хліба пшеничного ТМ «Класс», «Посад», «Харків» і «Рост» не відповідало встановленим вимогам на даний вид продукції. Упакування і маркування зразків хліба усіх інших ТМ відповідало вимогам ДСТУ 7517:2014 «Хліб із пшеничного борошна. Загальні технічні умови».

Проведено товарознавчу експертизу хліба пшеничного десяти різних торговельних марок за органолептичними показниками якості ірке5. Органолептична оцінка якості хліба пшеничного показала, що за станом м'якушки зразки ТМ «Люботинський» та «НБХЗ» не відповідали встановленим вимогам, а за смаком і запахом не відповідали зразки ТМ «Посад» і «Класс».

Розглянуто особливості митного оформлення хліба в митному режимі експорт, визначено код товару за УКТ ЗЕД, визначено необхідну митну документацію. Запропоновано заходи щодо вдосконалення системи митного контролю, що включають цифровізацію митної діяльності, розширення взаємодії з іншими органами державної влади з урахуванням апробації позитивного світового досвіду, а також відповідної модернізації нормативної правової бази. Встановлено, що всі заходи щодо вдосконалення системи митного контролю повинні проходити в аспекті створення та розвитку умов найбільшого сприяння для здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У першому розділі кваліфікаційної роботи проведено аналіз стану міжнародного та вітчизняного ринку хлібобулочних виробів. Встановлено, що на світовому ринку хлібобулочних виробів домінують в експорті Німеччина та Канада, тоді як США залишаються найбільшим імпортером. В Україні традиційні види хліба залишаються лідерами споживання, але зростає інтерес до нових форматів і здорових альтернатив. Розглянуто особливості контролю якості хлібобулочних виробів, фактори формування їх якісних показників, а також особливості проведення експортного контролю товарів в ЄС.

У другому розділі надано характеристику діяльності ФОП Новіков С.Ю., проведено аналіз фінансово-економічного забезпечення його діяльності. Розглянуто перспективи розвитку діяльності ФОП Новіков С.Ю. в напрямі торгівлі хлібобулочними виробами на зовнішніх ринках. Запропоновано здійснення стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю ФОП Новіков С.Ю., а також формування механізму оцінки ефективності такого бізнес-процесу як «управління експортними операціями».

У третьому розділі проведено аналіз сучасного асортименту хлібобулочних виробів. Встановлено, що найбільшою популярністю користується пшеничний хліб завдяки його смаковим якостям, доступності та різноманіттю форм. Водночас зараз представлено на ринку безглютенові, веганські вироби, з додаванням функціональних інгредієнтів. Проведено експертизу упакування та маркування хліба пшеничного. Дослідження якості хліба пшеничного різних торговельних марок за органолептичними показниками свідчить про високу його якість, а отже можливість експорту. Розглянуто особливості митного оформлення хлібобулочних виробів в митному режимі експорт, визначено код товару за УКТ ЗЕД, визначено необхідну митну документацію. Запропоновано заходи щодо вдосконалення системи митного контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Світові тренди на ринку хліба. URL: <https://www.rodals.com.ua/post>
2. Вивести крафт на індустріальний рівень, або Куди рухається ринок хліба. URL: <https://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/vivesti-kraft-na-industrialniy-riven-abo-kudi-ruhayetsya-rinok-hliba>
3. Україна збільшила експорт хлібобулочних кондитерських виробів. URL: <https://propozitsiya.com/ua/ukrayina-zbilshila-eksport-hlibobulochnih-konditerskih-virobiv>
4. Експорт хлібобулочних виробів до ЄС. URL: <https://people2people.com.ua/ru/eksport-hlibobulochnih-virobiv-do-yes-nyuansi-shhodo-ne-kompozitnih-produktiv-upravlinnya-yakistyu-%E2%84%96-04-kviten-2024/>
5. Ринок хлібобулочних виробів в Україні. URL: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/rynok-hlebobulochnyh-izdelij-v-ukraine-snizhenie-proizvodstva-na-15-4-v-2022-godu>
6. Споживання хлібобулочних виробів знижується: українці все більше купують заморожений хліб. URL: <https://agroportal.ua/publishing/lichnyi-vzglyad/spozhivannya-hlibobulochnih-virobiv-znizhuyetsya-ukrajinci-vse-bilshe-kupuyut-zamorozheniy-hlib>
7. Шандрівська О., Бурдик Х. Конкурентне середовище розвитку підприємств на українському ринку хліба та хлібобулочних виробів в умовах збурень. *Food Industry Economics*, 16(1), 202441-54. URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v16i1.2889>
8. В Україну стали менше імпортувати хлібобулочних виробів. URL: https://tvoemisto.tv/news/v_ukrainu_staly_menshe_importuvaty_hlibobulochnyh_v_yrobiv_66011.html
9. Кондіус І.С. Тенденції розвитку хлібопекарської галузі в Україні. URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-01.pdf>

10. Сичевський М.П., Коваленко О.В. Хлібопекарська галузь України: тенденції та проблеми її розвитку. *Економіка АПК*. 2018, № 5. С. 14-23.
11. Дослідження ринку пшеничного хліба та прісних борошняних виробів України. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/issledovanie-rynka-pshenichnogo-hleba-i-presnyh-muchnyh-izdelij-ukrainy-2019-2020-gg>
12. Соколова Н. Ю. Аналіз проблем хлібопекарської галузі, стан ринку та актуальні шляхи розширення асортименту. *Зернові продукти і комбікорми*. 2020. Т. 18. № 3. С. 20-24.
13. Навольська Н. В. Дослідження ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2021. №11. С. 438-441.
14. Бергер В. В. Дослідження ринку хлібопекарної та кондитерської галузей України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2023. № 1. С. 64-70.
15. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
16. Васіна К. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів України. URL: <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/12894/>.
17. Костецька Н. І. Ринок хліба і хлібобулочних виробів України: стан і перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*. 2022. Т. 48. № 1. С. 26-31.
18. Кузьо Н. Є. Дослідження ринку хліба та хлібобулочних виробів України та обґрунтування товарних інновацій виробників на ньому. *Економіка і суспільство*. 2023. № 12. С.284-291.
19. Ліщинська В. В. Аналіз конкурентного середовища хлібопекарської промисловості України. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. С.3-9.
20. Волохова Н. А. Тенденції європейського ринку хлібобулочних виробів. *Молодий вчений*. 2021. № 8. С. 25-26.
21. Костюк В. К. Сучасний стан і перспективи розвитку хлібопекарської промисловості України. *Наукові праці НУХТ*. 2020. № 11. С. 93-94.
22. Лебеденко Т. Є. Сучасні погляди на проблему забезпечення високої якості хлібних виробів. *Харчова наука і технологія*. 2023. № 1.С. 70-75.

23. Завертаний Д. В. Сучасний стан та перспективи розвитку хлібопекарської галузі України. *Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління*. 2019. Т. 14. Вип. 2. С. 194-203.
24. Струнін В. В. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів : сучасний стан та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3661>.
25. Давидюк Ю. В. Напрями підвищення економічної ефективності діяльності підприємств хлібопекарської галузі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 2. Т. 3. С. 32-35.
26. Вітчизняний ринок хлібобулочних виробів: сучасний стан та перспективи розвитку URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3661>.
27. Дзюбенко С. О. Сучасний стан та проблеми ринку хлібобулочних виробів. Збірник наукових праць II студентської науково-практичної інтернет-конференції. 2021. С. 191-193.
28. Жужукіна Н. О. Парадигма регіонального інноваційного розвитку хлібопекарських підприємств України. *Економіст*. 2020. № 4. С. 28-43.
29. Калашніков В. М. Динаміка обсягу та структури товарної позиції на ринку хліба та хлібобулочних виробів. *Економіка : проблеми теорії та практики*. 2021. № 224. С. 514-521.
30. Косован А. П. Концептуальні підходи та резерви оновлення матеріальної бази хлібопечення. *Зберігання та переробка сільгоспсировини*. 2020. № 1. С. 6-9.
31. Мінаєва Є. В. Науково-теоретичні засади розвитку підприємств хлібопродуктового комплексу. *Зберігання та переробка сільгоспсировини*. 2021. № 9. С. 7-11.
32. Поландова Р. Д. Погіршення якості і розширення асортименту хлібопекарської продукції. *Техніка та обладнання для села*. 2019. № 3. С. 15-18.
33. Белік В. В. Стан і проблеми хлібопекарської промисловості України. *Техніка АПК*. 2021. № 5. С. 11-13.

34. Карнаушенко Л. І. Шляхи розвитку хлібопекарської промисловості України. *Зернові продукти і комбікорми*. 2020. № 1. С. 17-19.
35. Кравченко Х.Ю., Кравченко Р.Ю. Дослідження основних показників якості хлібобулочних виробів. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/42158/2/MNTK_2023_Kravcheniuk_K_Y-Research_of_the_main_quality_37.pdf
36. Як визначити якість хліба. URL: <https://analit-pribor.com.ua/uk/developments/yak-vyznachyty-yakist-hliba/>
37. Сельський В.Р., Свента Н.М. Харчова цінність і якість хліба і хлібобулочних виробів. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35447/2/MNTK_2021_Selsky_V_R-Nutritional_value_and_quality_39.pdf
38. Вимоги до якості хлібобулочних виробів. URL: <https://baker-group.net/bread-and-bakery-products/technology-of-bread-and-bakery-products/requirements-for-the-quality-of-bakery-products.html>
39. Якість хліба і фактори, що її визначають. URL: <https://foodtechnology.pro/tehnologiya-virobnitstva-hliba/yakist-hliba-i-factory-shho-yiyi-vyznachayut>
40. Прилепа Н., Томаля Т. Критерії оцінювання якості хліба та хлібобулочних виробів в Україні. *Development Service Industry Management*. №4, 2023. С. 145–148. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4\(24\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4(24))
41. Іваніщева, О., Пахомська О. Тенденції формування якості хлібобулочних виробів функціонального призначення. *Молодий вчений*. №5 (93), 2021. С. 159-163. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-5-93-30>
42. Якість хлібобулочних та кондитерських виробів. URL: <https://ifdcsms.com.ua/uk/news/421/iakist-khlibobulochn>
43. Визначення фізико-хімічних показників якості хліба. URL: http://vtei.edu.ua/konfa/26_02/3/8.pdf
44. Упаковка хлібобулочних виробів: види та особливості. URL: <https://mantinga.org/uk/stati/95-upakovka-hlibobulochnih-virobiv-vidi-ta->

osoblivosti.html?srsId=AfmBOooc0cVk9_MkDrJMG9w9_ak6RnzipzAkui9X71_brblfPD-00AJl9

45. ЄС оновив правила експортного контролю за товарами подвійного призначення. URL: <https://epravda.com.ua/news/2021/05/10/673705/>

46. Експорт в ЄС. URL: <https://dpss.gov.ua/mizhnarodne-spivrobitnictv/yevropejska-integraciya/eksport-v-yes>

47. Особливості здійснення міжнародних передач товарів до країн світу. URL: <https://www.dsecu.gov.ua/ua/osoblivosti-peredach>

48. Штулер І., Герзанич В. Європейський досвід експортного контролю в удосконаленні концепції розвитку національної економіки. *Actual problems of economics*. №7-8 (205-206), 2018. С. 16-21.

49. FAQ з питань функціонування вільної торгівлі між Україною та ЄС. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b142801e-b932>

50. Експортний контроль. URL: <https://mfa.gov.ua/pitannya-mizhnarodnoyi-bezpeki/eksportnij-kontrol>

51. ЄС попросить треті країни посилити контроль за експортом через Росію. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-eu-sanktsii-rosia-eksport/32313344.html>

52. Стандартна операційна процедура щодо включення потужностей оператора ринку до списку експортерів харчових продуктів до країн-членів Європейського Союзу (СОП-експорт на ЄС). URL: <https://dpss.gov.ua/storage/app/sites/12/uploaded-files.pdf>

53. Що потрібно знати українському експортеру. URL: https://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/algoritm_eksportu.pdf

54. Огляд стратегічних документів Європейського Союзу у сфері економічної безпеки. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2024-08/ad_strategiya-eb-es-sayt14082024.pdf

55. Забезпечення якості харчових продуктів у ЄС. Вимоги до виробництва хліба у Великобританії та Франції. URL: <https://infocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/29347.pdf>

56. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16 квітня 1991 року № 959-ХІІ. Законодавство України про зовнішньоекономічну діяльність : зб. нормат.-прав. актів. Київ : Парлам. вид-во, 1991. С. 21-36.

57. Мазаракі А.А. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Київ: Книга, 2013. 272 с.

58. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності / (Дахно І. І., Барановська В. М., Бовтрук Ю. А. та ін.); за ред. І. І. Дахна. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 472 с.

59. Пічугіна Т.С., Волченко А.В. Способи виходу підприємства на зовнішні ринки. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. № 20 (1296). С. 20–24.

60. Заїнчковський А. О. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової переробної промисловості України. Соціально-економічні дослідження. 2020. № 2. С. 22–26.

61. Ткаченко О.М. Конкурентоспроможність та економічна безпека кондитерських підприємств України: взаємозв'язок в умовах політичної та соціальної нестабільності країни. Формування ринкових відносин в Україні : збірник наукових праць. 2019. Вип. 4 (167). С. 39–44.

62. Хліб із пшеничного борошна. Загальні технічні умови : ДСТУ 7517:2014. [Чинний від 2015-02-01]. 2014. 11 с.

63. Жорін Ф.Л. Правові засади митної справи України. Київ, 2018. 298 с.

64. Макогон Ю.В. Митна справа. Київ, 2015. 342 с.

65. Шершун А.А. Митне оформлення товарів та транспортних засобів. Київ : Кондор, 2007. 328 с.

66. Правила заповнення декларації митної вартості : Наказ Міністерства фінансів України від 24 травня 2012 р. № 599-VI. Міністерство юстиції України : зб. нормат.-прав. актів. Київ : Парлам. вид-во, 2012. С. 4-19.

67. Положення про діяльність підприємств, що здійснюють декларування на підставі договору : Наказ ДМСУ від 22 липня 2002 р. № 340. Відомості ДМСУ. 2002. 62 с.

68. Положення про митні декларації : Постанова кабінету міністрів від 21 травня 2012 р. № 450- V. Законодавство України про митну справу : зб. нормат.-прав. актів. Київ : Парлам. вид-во, 2012. – С. 8-21.

69. Бережнюк І. Г. Митне регулювання України: національні та міжнародні аспекти : монографія. Дніпропетровськ : Академія митної служби України, 2019. 543 с.

70. Волик О. Ф. Митні інформаційні технології: навч. посіб. / О. Ф. Волик, О. В. Кашеєва, І. В. Дорда та ін. ; за ред. П. В. Пашка ; передмова А. В. Толстоухова. – К. : Знання, 2021. – 391 с.

71. Корнєва Т. В. Митний контроль в Україні: організаційно- правові питання: автореф. дис. на здобуття кандидата юрид. наук : спец. 12.00.07. НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. Київ, 2017. 255 с.

72. Курило Т.В. Митне право України : навчальний посібник. Львів : Новий світ-2020, 2020. 240 с.

73. Митний кодекс України від 02.03.2015 (Про внесення змін до Митного кодексу України щодо посадових осіб органів доходів і зборів Верховна Рада України; Закон від 02.03.2015 № 214-VIII).

74. Закон України «Про митну справу в Україні» (зі змінами і доповненнями, внесеними Законами України від 22 лютого 2000 року).

75. Закон України «Про податок на додану вартість» від 03.04.1997 № 168/97-ВР.

76. Наumenко В.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Київ : Знання, 2014. 621 с.

77. Дудчак В. І. Митна справа. Київ : КНЕУ, 2022. 310 с.

78. Терещенко С. П. Основи митного законодавства України: Питання теорії та практики ЗЕД. Київ : АТ „Август”, 2020. 422 с.

79. Курило Т. В. Митне право України. Львів: Новий Світ-2000, 2018. 240 с.

80. Митне право України (Дьомін Ю. М., Дьоміна С. Ю., Железняк Н. М. та ін.); за ред О. Х. Юлдашева. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 232 с.

ДОДАТКИ

Матеріали публікацій власних результатів досліджень

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ**

**“ІСТОРІЯ ТОРГІВЛІ, ПОДАТКІВ
ТА МИТА”**

**МАТЕРІАЛИ ХVІІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

25 жовтня 2024 р.

**Дніпро
2024**

УДК 930+339:336.24

*Рекомендовано до друку вченою радою Університету митної справи та фінансів
(протокол № 5 від 28.10.2024)*

**ОРГКОМІТЕТ
XVIII Міжнародної наукової конференції
“ІСТОРІЯ ТОРГІВЛІ, ПОДАТКІВ ТА МИТА”**

Головуючі:

Смолій В. А., д.і.н., академік НАН України, директор Інституту історії України Національної академії наук України

Ченцов В. В., д.і.н., д.держ.упр., проф., перший проректор Університету митної справи та фінансів

Заступники головуючих:

Морозов О. В., д.і.н., доц., в.о. завідувача кафедри історії та теорії держави і права Університету митної справи та фінансів

Приймаченко Д. В., д.ю.н, проф., проректор з наукової роботи Університету митної справи та фінансів

Шевченко В. В., к.і.н., с.н.с., старша наукова співробітниця відділу історії України XIX – початку XX ст. Інституту історії України Національної академії наук України

Берестень Ю. В., к.і.н., доц., доцент кафедри історії та теорії держави і права Університету митної справи та фінансів

Сухомлин О. Д., доктор філософії з історії та археології, ст. викл. кафедри історії та теорії держави і права Університету митної справи та фінансів

Члени організаційного комітету:

Блануца А. В., к.і.н., старший науковий співробітник відділу історії України середніх віків та раннього нового часу Інституту історії України Національної академії наук України

Григораши О. В., к.е.н., доц., начальниця відділу міжнародних зв'язків Університету митної справи та фінансів

Дерев'янка Т. П., заступник начальника відділу документального забезпечення Університету митної справи та фінансів

Марценюк О. О., к.держ.упр., керівник навчально-наукового центру Університету митної справи та фінансів

Історія торгівлі, податків та мита : матеріали XVIII Міжнародної наукової конференції. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. – 200 с.

ISBN 978-966-328-228-2

У збірнику опубліковано тези доповідей учасників XVIII Міжнародної наукової конференції “Історія торгівлі, податків та мита”, присвячені конкретно-історичним, історіографічним та джерелознавчим аспектам розвитку торгівлі, справляння податків та зборів, митних органів окремих держав та міжнародних організацій від стародавніх часів до сьогодення.

Упорядкування і редакція Берестень Ю. В., Сухомлин О. Д.

ISBN 978-966-328-228-2

© Колектив авторів, 2024

© Університет митної справи та фінансів, 2024

© Інститут історії України, 2024

Ченцов В. В., Григораши О. В. Музей митної справи УМСФ на міжнародній арені	119
Дегтярьов Є. О. Контрабанда зброї в Україні у XXI ст.: історичний аспект	122
Куцька О. М., Кмін А. Функціонування чорноморського зернового коридору в умовах російсько-української війни (досвід 2022–2024 рр.)	125
Похваліта К. С. До питання торгівлі людьми в Україні в умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну	129
Богачова Г. С. Організаційні аспекти реалізації митної політики в системі фінансової політики держави засобами тарифного та нетарифного регулювання	132
Щербина Ю. Використання мотиваційного менеджменту в підприємницькій діяльності	135
Чуйко М. М., Фалалєєв Є. С. Митне оформлення імпорту товарів в ЄС	139
Чуйко М. М., Носов Б. А. Світові тенденції експорту та імпорту шоколаду	141
Тимченко Н. М. Історія розвитку бенчмаркінгу як інструменту управління торговельними підприємствами в Україні	144
Воруша К. В. Актуалізація питань удосконалення митного оформлення транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України	148
Чернетко В. Д., Запорожченко Ю. В. Вивезення культурних цінностей з України в умовах “гібридної” війни (2014–2024 рр.)	150
Моїсєєв Д. Контрабанда лісу в Україні на початку 20-х рр. XXI ст.	153
Доброхліб А. С., Запорожченко Ю. В. Контрабанда наркотиків в Україні під час повномасштабного вторгнення. 2022–2024 рр.	157
Брюхова К. О. Аналіз стану торговельної галузі України у 2022–2024 рр.	160
Запорожченко Ю. В. Нелегальна торгівля в Україні. 2022–2024 рр.	164

МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ ІМПОРТУ ТОВАРІВ В ЄС

Чуйко Марина Миколаївна

ННІ “Українська інженерно-педагогічна академія”

ХНУ ім. В. Н. Каразіна (м. Харків)

Фалалєєв Єгор Сергійович

ННІ “Українська інженерно-педагогічна академія”

ХНУ ім. В. Н. Каразіна (м. Харків)

Товари, що ввозяться на митну територію Європейського Союзу, підлягають митному контролю з моменту їх ввезення до завершення митних формальностей. На такі товари подається загальна декларація після пред'явлення товарів працівникам митниці. Проте митні органи можуть дозволити період для заповнення спрощеної декларації, який не може бути продовжений після першого робочого дня, що настає за днем, коли товари представлені митниці.

Загальна декларація заповнюється особою, яка ввезла товари на митну територію Європейського Союзу, будь-якою особою, яка бере на себе відповідальність за перевезення товарів після такого ввезення, або особою, від імені якої діяла зазначена вище особа.

Загальна декларація може бути оформлена за формою, наданою митними органами. Однак митні органи також можуть дозволити використання будь-якого комерційного чи офіційного документа, який містить конкретну інформацію, необхідну для ідентифікації товарів. Єдиний адміністративний документ є декларацією імпортера Європейського Союзу. Ця форма описує товари та їх переміщення по всьому світу та є важливою для

торгівлі за межами Європейського Союзу або торгівлі товарами, що не входять до ЄС. Він охоплює як митні збори, так і ПДВ і діє в усіх державах-членах. Декларацію складає той, хто здійснює митне оформлення товарів, як правило, зареєстрований імпортер або агент від імені імпортера.

Країни Європейської асоціації вільної торгівлі, включаючи Норвегію, Ісландію, Швейцарію та Ліхтенштейн, також використовують єдиний адміністративний документ.

Митний союз ЄС є опорою єдиного ринку та життєво важливий для вільного потоку товарів і послуг між державами-членами. У 2013 р. Європейський Союз прийняв Митний кодекс Союзу, правову основу для поточних дій з модернізації митниці ЄС. Його основні положення набули чинності в травні 2016 р. Його цілі полягають у створенні всебічної бази для митних правил і процедур на митній території ЄС і у створенні безпаперової та повністю автоматизованої системи митного союзу.

Ключовим пріоритетом ЄС є забезпечення безпеки продукції, що продається в регіоні, для навколишнього середовища та здоров'я людини. Виробники, які експортують до Європейського Союзу, повинні переконатися, що їхня продукція відповідає цим вимогам, щоб вийти на ринок. Нові законодавчі ініціативи, опубліковані Європейською комісією, регулярно публікуються для громадського обговорення на веб-сайті ЄС.

Для товарів, що складаються з продуктів тваринного походження або побічних продуктів, держави – члени ЄС вимагають, щоб вантажі супроводжувалися сертифікатом, виданим компетентним органом країни-експортера. Це стосується незалежно від того, призначений продукт для споживання

людиною, чи ні. Більшість цих сертифікатів є єдиними для всього Європейського Союзу, але процес узгодження все ще триває. Поки гармонізація не завершена, імпорتنі вимоги держав-членів продовжують застосовуватися. Окрім обов'язкових згідно із законодавством сертифікатів здоров'я ЄС, у міжнародній торгівлі використовується ряд інших сертифікатів. Ці сертифікати, які також можуть бути гармонізовані в законодавстві ЄС, засвідчують походження для митних цілей і певні атрибути якості. Фітосанітарні сертифікати необхідні для більшості свіжих фруктів, овочів та інших рослинних матеріалів.

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ ШОКОЛАДУ

Чуйко Марина Миколаївна

ННІ “Українська інженерно-педагогічна академія”

ХНУ ім. В. Н. Каразіна (м. Харків)

Носов Богдан Андрійович

ННІ “Українська інженерно-педагогічна академія”

ХНУ ім. В. Н. Каразіна (м. Харків)

Шоколад є одним з найулюбленіших ласощів, яким насолоджуються люди в усьому світі. Глобальний ринок цих смачних продуктів процвітає, зростаючий попит на високоякісний шоколад стимулює імпорتنі ринки по всьому світу. Шоколад і шоколадні вироби завжди користувалися популярністю і серед населення України. За популярністю серед

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**“ІСТОРІЯ ТОРГІВЛІ, ПОДАТКІВ
ТА МИТА”**

**МАТЕРІАЛИ XVIII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

25 жовтня 2024 р.

Упорядкування та редакція Берестень Ю. В., Сухомлин О. Д.

Підписано до друку 28.10.2024. Формат 60х84 1/16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 12,50. Облік.-вид. арк. 11,11. Тираж 100 прим.
Замовлення № 70.

Дніпро: Університет митної справи та фінансів
(свідоцтво про видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.).
49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4