

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Оцінка конкурентоспроможності та організація імпорту зтяжного печива»

Студентки 2 курсу, 7м групи,
спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації
«Товарознавство та організація
зовнішньої торгівлі»

Горової Анастасії
Олександрівни

Науковий керівник
канд.техн.наук, доцент

Каменева Наталія
Вікторівна

Науковий консультант
канд.екон.наук., доцент

Головня Юлія Ігорівна

Гарант освітньої програми
док-р.техн.наук, професор

Мокроусова Олена
Романівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Горова А.О. Оцінка конкурентоспроможності та організація імпорту зтяжного печива

У роботі наведено стан та перспективи розвитку ринку печива в Україні та світі, вивчено вимоги до якості та безпечності печива, досліджено споживні властивості зтяжного печива та їх зміну під час виробництва та товароруку, проаналізовано організацію операцій з імпорту зтяжного печива, визначено основні підходи до визначення конкурентоспроможності, проаналізовано асортимент зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», проведено товарознавчу оцінку якості зтяжного печива та виконано аналіз конкурентоспроможності.

Досліджено особливості проведення операцій з імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», охарактеризовано зовнішньо-економічну та фінансово-господарську діяльність підприємства, а також наведено напрями вдосконалення операцій з імпорту на майбутні періоди.

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість, ефективність імпорту, майбутні періоди.

SUMMARY

Horova A.O. Assessment of competitiveness and organization of import of long-lasting cookies

The paper presents the state and prospects of the development of the market for cookies in Ukraine and the world, examines the requirements for the quality and safety of cookies, examines the consumer properties of the protracted cookie and their change during production and commodity routing, analyzes the organization of import batches, determines the basic approaches to the definition of competitiveness, analyzes the range of long biscuits on LLC RITAIL TREND, conducted a commodity evaluation of the quality of a long biscuit and performed a competitive analysis.

The peculiarities of carrying out operations on imports of lingering biscuits on RITAIL TREND LLC are explored, characterized the foreign economic and financial and economic activities of the enterprise, as well as directions of improvement of import operations for future periods.

Key words: competitiveness, quality, import efficiency, future periods.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади оцінки конкурентоспроможності та організації імпорту зятого печива.....	10
1.1. Стан та перспективи розвитку ринку зятого печива в Україні та світі.....	10
1.2. Вимоги до якості та безпечності зятого печива.....	20
1.3. Споживні властивості зятого печива та їх вплив на зміну якості в процесі виробництва та товароруху.....	25
1.4. Організація операцій з імпорту зятого печива.....	32
1.5. Методичні підходи до визначення конкурентоспроможності товарів.....	37
Розділ 2. Оцінка якості та конкурентоспроможності зятого печива.....	45
2.1. Організація, об'єкти та методи дослідження.....	45
2.2. Аналіз асортименту зятого печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».....	50
2.3. Товарознавча оцінка якості зятого печива.....	56
2.4. Аналіз конкурентоспроможності зятого печива.....	59

Розділ 3. Особливості проведення операцій з імпорту зтяжного печива на матеріалах ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»	64
3.1. Характеристика зовнішньо-економічної та фінансово-господарської діяльності ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»	64
3.2. Особливості організації та проведення операцій з імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»	70
3.3. Напрями вдосконалення операцій з імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»	76
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86
ДОДАТКИ	95

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сьогодні здоров'я людини значною мірою залежить від харчування. Тому низька якість продуктів харчування є основною причиною збільшення хронічних захворювань та зниження тривалості життя нації. Важливим напрямком розвитку харчової промисловості є збагачення продуктів харчування незамінними амінокислотами, мінеральними речовинами, вітамінами, клітковиною.

Борошняні кондитерські вироби є популярними в межах України. Частка ринку, яку займають дані вироби, складає 42% і цей сегмент розвивається дуже динамічно. Затяжне печиво займає значне місце за обсягом виробництва, а його фізико-хімічні дослідження свідчать про потребу удосконалення його біологічної та харчової цінності. Окрім харчової цінності, важливим фактором є збереженість борошняних кондитерських виробів через окиснювальне псування.

У процесі оцінки конкурентоспроможності затяжного печива вирішується питання оцінки якості, визначення способу виробництва та дослідження якості сировини. Постає питання використання методів дослідження для оцінювання якості готового продукту.

Вагомий внесок у вивчення даної проблеми був здійснений такими вченими : Сирохманом І.В., Соболевою М.І., Дорохович О.М., які вивчали вплив нетрадиційних олій, фруктово-ягідної сировини на формування біологічно-активної цінності затяжного печива. Споживачам цікава детальна характеристика продукції, яка реалізується на внутрішньому ринку. Показники якості, які визначаються не завжди відповідають дійсності. У зв'язку з цим набуває актуальності питання якості та безпечності.

Процедура організації імпорту є дуже важливою для ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» і сьогодні постає питання удосконалення імпортерських операцій.

Мета дослідження. Науково-практичне обґрунтування і дослідження конкурентоспроможності затяжного печива вітчизняного та закордонного виробни-

цтва та організації імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

Завдання випускної кваліфікаційної роботи :

- дослідити стан та перспективи розвитку ринку печива в Україні та світі;
- вивчити вимоги до якості та безпечності печива;
- проаналізувати споживні властивості зтяжного печива та їх вплив на зміну якості в процесі виробництва та товароруху;
- вивчити організацію операцій з імпорту зтяжного печива;
- вивчити методичні підходи до визначення конкурентоспроможності товарів;
- здійснити аналіз асортименту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»;
- виконати товарознавчу оцінку якості зтяжного печива;
- здійснити аналіз конкурентоспроможності зтяжного печива;
- охарактеризувати зовнішньо-економічну та фінансово-господарську діяльність ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»
- проаналізувати особливості організації та проведення операцій з імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»
- виділити напрями вдосконалення імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

Об'єктом дослідження обрано зтяжне печиво вітчизняних та закордонних виробників.

Предметом дослідження є показники якості та безпечності при організації імпорту зтяжного печива та діяльність ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

Методи дослідження органолептичні, фізико-хімічні, мікробіологічні методи, методи статистично-математичної обробки експериментальних даних на основі комп'ютерних технологій.

Наукова новизна полягає у обґрунтуванні оцінки якості та конкурентоспроможності зтяжного печива, а також запровадження напрямів удосконалення системи організації імпорту.

Практична цінність одержаних результатів полягає в тому, що систематизація показників якості при імпорті зтяжного печива та напрями вдосконалення організації імпорту можуть бути впроваджені в діяльність ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

Апробація роботи. Основні положення роботи доповідалися і обговорювалися на міжнародній студентській конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (КНТЕУ, м. Київ, 13-14 березня 2018 р.)

Публікація. За матеріалами досліджень опубліковано статтю «Оцінка конкурентоспроможності зтяжного печива вітчизняних та іноземних виробників» у збірнику наукових статей студентів «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ст. 196 (Додаток А).

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, 3 розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота викладена на 103 сторінках комп'ютерного тексту, вміщує 29 таблиць, 11 рисунків та 5 додатків. У роботі використано 81 джерело, з яких 4 іноземні.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ЗАТЯЖНОГО ПЕЧИВА

1.1 Стан та перспективи розвитку ринку печива в Україні та світі

В умовах глобалізації та постійно зростаючої конкуренції в усіх сферах народного господарства, і, зокрема, в харчовій промисловості України, об'єктом пильної уваги науковців стає пошук нових шляхів підвищення конкурентоспроможності національних підприємств.

Нині ці питання залишаються актуальними та першочерговими і для вітчизняної кондитерської галузі, яка є однією з найрозвиненіших у харчовій промисловості України. Кондитерська галузь, окрім забезпечення потреб внутрішнього ринку, також забезпечує значний експортний потенціал, що робить галузь більш чутливою до світових тенденцій розвитку кондитерського ринку. Саме тому постає необхідність постійного моніторингу та досліджень глобальних і вітчизняних тенденцій розвитку кондитерського ринку, щоб забезпечувати конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що причини кризових явищ у кожній галузі національної економіки постійно були об'єктом пильної уваги науковців, як в контексті загальних економічних криз, так і стосовно особливостей окремої галузі зокрема. Проблема розвитку вітчизняної кондитерської галузі займалися: Шашина М.В., яка досліджувала можливі шляхи удосконалення ресурсного потенціалу кондитерської галузі; Тюха І.В., Кравчук Н.В. – досліджували сучасні тенденції розвитку світового кондитерського ринку; Кроніковський Д.О. –

проводив аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України [1].

Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95% в загальному обсязі виробництва подано у табл.1.1.

Таблиця 1.1

Динаміка виробництва основних видів кондитерської продукції за 2013-2017 роки

Продукція	Роки					Зміна 2017/2016 р., %
	2013	2014	2015	2016	2017	
Печиво солодке і вафлі, тис. т	374	392	388	299	249	-32,2
приріст до минулого періоду, %	x	4,81	-1,0	-22,9	-16,7	-302,2
Шоколад та готові продукти, що містять какао, тис. т	344	341	331	235	183	-48,0
приріст до минулого періоду, %	x	-0,9	-2,9	-29	-22,1	-431,3
Вироби цукрові, що не містять какао, тис. т	230	218	202	185	190	-24,6
приріст до минулого періоду, %	x	-5,2	-7,3	-8,4	2,7	-150,9

Із табл. випливає, що прирости обсягів виробництва протягом періоду, що розглядається, були нерівномірними. В виробництві печива солодкого та вафель спостерігалась позитивна динаміка до 2014 року. За всіма іншими видами продукції галузі простежується стабільна спадна динаміка. В цілому за 2013-2017 роки виробництво печива скоротилося на 32,2%, шоколаду та продуктів що містять какао – на 48%, виробів цукрових, що не містять какао – 24,6%. Максимальний спад виробництва за всіма групами товарів спостерігався в 2015 р. У 2016 році негативна тенденція скорочення обсягів виробництва тривала. Політична і економічна кризи були головними причинами зменшення обсягів виробництва кондитерської продукції, бо це зменшення почалося у 2014 р. Також, серед причин падіння обсягів виробництва можна назвати функціонування галузі в умовах

жорсткої внутрішньої і зовнішньої конкуренції, введенням захисних заходів країнами-імпортерами української продукції.

Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 800 компаній. За оцінками експертів, список найбільших гравців кондитерського ринку виглядає наступним чином: 1 місце - Roshen; 2 - Конті; 3- АВК; 4 - Грона; 5 - Бісквіт-Шоколад; 6- КФ Ярич; 7 - КФ Лагода [2].

Сумарно ці компанії утримують більше половини ринку кондитерських виробів. Тимчасово вибула з ринку борошняних кондитерських виробів компанія «АВК», в зв'язку тим, що основні її виробничі потужності знаходилися в Донецьку і Луганську.

Через закриття двох заводів, був повністю припинений випуск печива. Проте, вже на початку 2016 року компанії вдалося перенести виробничі потужності в місто Дніпро і відновити велику частину ліній [3].

Незважаючи на зменшення обсягів виробництва, вся трійця (Roshen, АВК, Конті) входить в ТОП 100 світових виробників борошняних кондитерських виробів.

Виходячи з рейтингу авторитетного видання Candy Industry, позиції українських кондитерів наступні (подано у табл. 1.2.) :

Таблиця 1.2

Українські кондитерські компанії в ТОП-100 кондитерських компаній світу за підсумками 2017 року

№ п/п	Кондитерська компанія	Чисті продажі, млрд. дол. США	Кількість працівників, осіб	Кількість фабрик, од.
1	Mars Inc	18000	3400	52
2...	Mondelez International	12900	100 000	156
24	Roshen	892	10 000	8
43	Конті	469	3 792	5
67	АВК	275	5 500	3

Кондитерська корпорація «Roshen» безперечний лідер ринку кондитерської продукції. Вона існує з 1996 р. і її продукцію можна придбати в США, Канаді,

ОАЕ, Китаї, Японії, Алжирі, Ізраїлі, країнах ЄС та СНД. Roshen стабільно входить у ТОП-100 кондитерських компаній світу. В 2017 р. «Roshen» посіла 24 місце. Загальний обсяг виробництва продукції досягає 450 тис.т. в рік. Головний офіс корпорації розташований у м. Київ [4].

Компанія «Конті» входить у трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. В 2017 р. вона увійшла до рейтингу ТОП-100 кондитерських компаній світу і посіла 43 місце. У загальному обсязі виробництва кондитерських виробів в Україні частка її становить 14%. Щомісяця на фабриках групи виробляється 17 тис. т продукції – близько 11 тис. т в Україні і 6 тис. т в Росії. Щорічно компанія експортує майже 30% виробленої продукції. Однією з візитних карток компанії є шоколадна цукерка «Джек».

Компанія «АВК» на ринку України є лідером у категорії шоколадних цукерок. Експортує продукцію у більше ніж 20 країн світу, серед яких Німеччина, Великобританія, Латвія та Ізраїль. У світовому рейтингу кондитерів в 2017 р. компанія посіла 67 місце. До складу АВК входять три кондитерські фабрики, розташовані в Донецьку, Дніпропетровську і Луганську [5].

Крім того, кондитерський ринок України представлений ще декількома виробниками – Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі», Компанія «Nestle», ПАТ «Монделіс Україна», ПАТ «Полтавкондитер», ПрАТ «КФ «Лагода».

Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі» входить до п'ятірки лідерів кондитерського ринку України. Продукція компанії успішно експортується в Німеччину, Ізраїль, Росію, Молдову, США, Естонію, Латвію, Азербайджан. Вона розрахована на споживача з середнім та низьким рівнями доходу. Виробничі потужності розраховані на 80 тис. т продукції в рік.

Компанія «Nestle» належить до найбільших компаній світу у сфері виробництва продуктів харчування. На українському кондитерському ринку вона представлена Львівською кондитерською фабрикою «Світоч».

ПАТ «Монделіс Україна» – українське підприємство, що належить до групи компаній швейцарського гіганта «Mondelez International» – однієї з найбільших у

світі компанії-виробника шоколадної продукції, печива та цукерок, а також другого найбільшого в світі виробника жувальної гумки.

ПАТ «Полтавкондитер» має виробничі потужності більше 200 т продукції на добу. Експортує в Естонію та Грузію.

ПрАТ «КФ «Лагода» займає 6,5% українського ринку у виробництві вафель та печива. Асортимент містить 140 найменувань [4].

Повертаючись до локального ринку, варто відзначити, що за останні роки виробники почали розширювати продуктові лінійки, особливо відзначилися в цьому плані «Бісквіт-Шоколад», «Грона» і КФ «Ярич». Остання, наприклад, за рахунок активного розширення зайняла цілу чверть ринку простого печива.

Можемо спостерігати, що за 2014–2015 роки відбувся значний спад експорту на 92,78 тис. дол. Україна в 2016 році експортувала 83,466 тис. т. кондитерських виробів, що на 6 % менше, ніж у 2015 році. Проте у 2017 році експорт знову збільшився до 100,593 тис.т, тобто зріс на 16 % у порівнянні з аналогічним періодом минулого року.

У 2016 році показник експорту в європейські країни зріс у 8 разів [6].

Таке збільшення пов'язано з європейською направленістю економіки, акцент збуту продукції припадає на такі країни як : Білорусь, Польща, Казахстан, Азербайджан, близько половини експорту займають інші країни.

За даними Державної фіскальної служби України, експорт борошняних кондитерських виробів за останніх три роки зменшився в грошовому вираженні, але виріс в кількісному. Це сталося через переорієнтацію виробників кондитерських виробів на бюджетний сегмент.

Бачимо, що у 2017 році Україна поставила іноземним партнерам 100,6 тис. тонн продукції, загальною вартістю 139,4 тис. доларів США. Що стосується географічної структури експорту, найбільш відданими покупцями українських солодоців стали Молдова, Казахстан, Туркменістан і Азербайджан. Ще чотири роки тому, на РФ припадало до 40% експорту в цьому сегменті [3].

Для товарної групи 19 за УКТЗЕД - готові продукти із зерна зернових культур, борошна, крохмалю або молока; борошняні кондитерські вироби маємо наступну статистику експортних операцій, подано на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Експорт борошняних кондитерських виробів в грошовому виразі в 2013-2017 роках, тис.дол США

КФ «Ярич» організувала поставки в Польщу, Чехію, Іспанію, Угорщину, і навіть США. «Бісквіт-шоколад» також успішно освоїв американський ринок.

Спостерігається різке скорочення обсягів експорту та імпорту борошняних кондитерських виробів з 2013-2016 роки, проте у 2017 році тенденція до збільшення обсягів зовнішньо-торговельних операцій, що свідчить про часткову стабілізацію виробництва (подано на рис.1.2.)

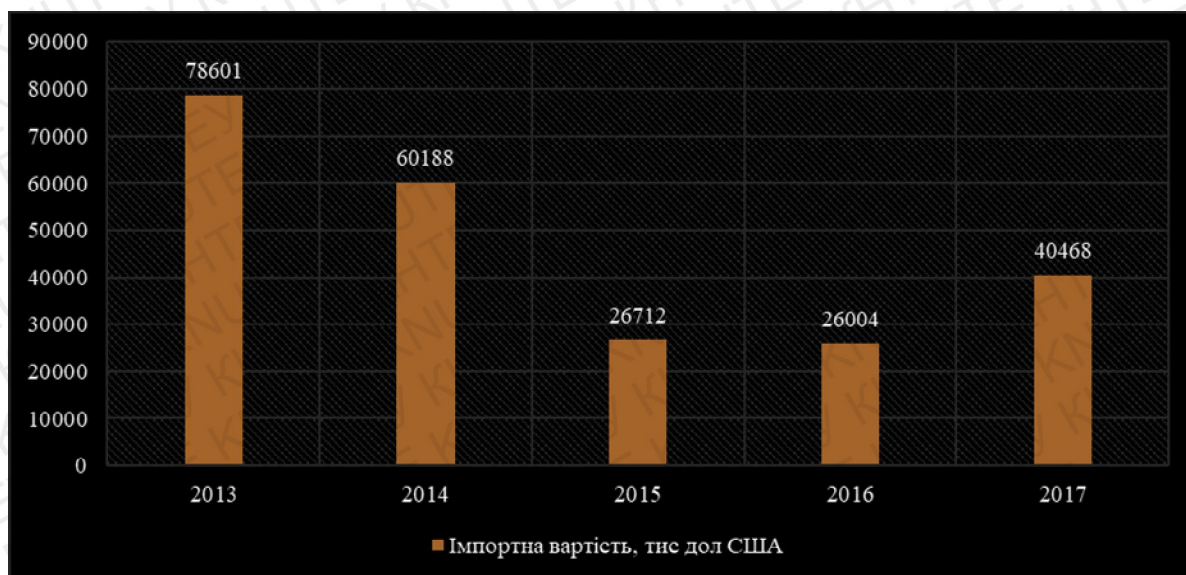


Рис. 1.2 Імпорт борошняних кондитерських виробів в грошовому виразі в 2013-2017 роках, тис.дол США

Найбільше українцям до душі польські, турецькі, німецькі та голландські солодоші. Більшість експортерів - країни-сусіди. Сумарно в 2017 році було імпортовано більше 30 тис. тонн кондитерських виробів.

Україні вдалось у 2016-2017 роках збільшити імпорт кондитерських виробів в порівнянні з 2015 роком. Різкий спад частки імпорту відбувся через закриття російського ринку для України. Аналізуючи перший місяць 2016 р. (2 644,6 тис. дол.) і 2017 р. (3 838,8 тис. дол.) можемо спрогнозувати, що показники експорту та імпорту будуть зростати у порівнянні з минулим роком. Основними постачальниками в Україну стали Німеччина, Польща, Туреччина, Нідерланди, Болгарія [5].

Основними проблемами розвитку кондитерського ринку в Україні є війна на сході України, втрата ринку Росії, що призвело до пошуків можливостей експорту своєї продукції в інші країни.

Діаграма експортно-імпортних операцій борошняних кондитерських виробів у натуральному виразі подано на рис.1.3.

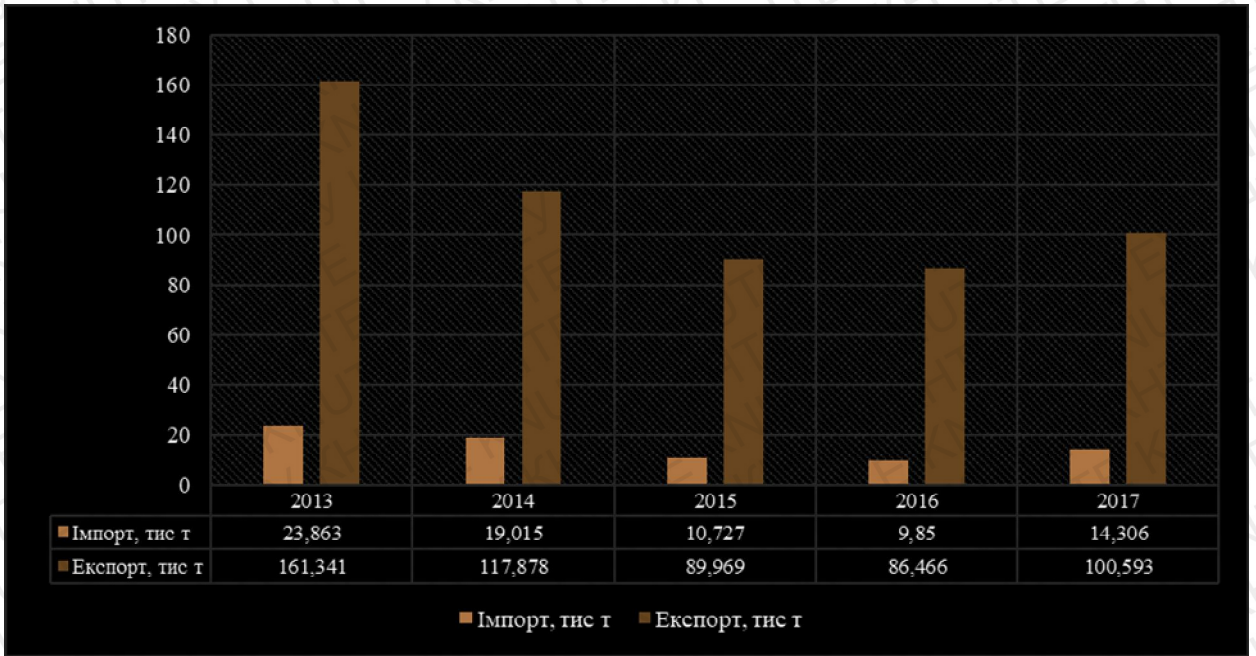


Рис. 1.3 Діаграма експортно-імпортних операцій борошняних кондитерських виробів у натуральному виразі, тис.т

Діаграма питомої ваги експортно-імпортних операцій борошняних кондитерських виробів подано на рис.1.4.

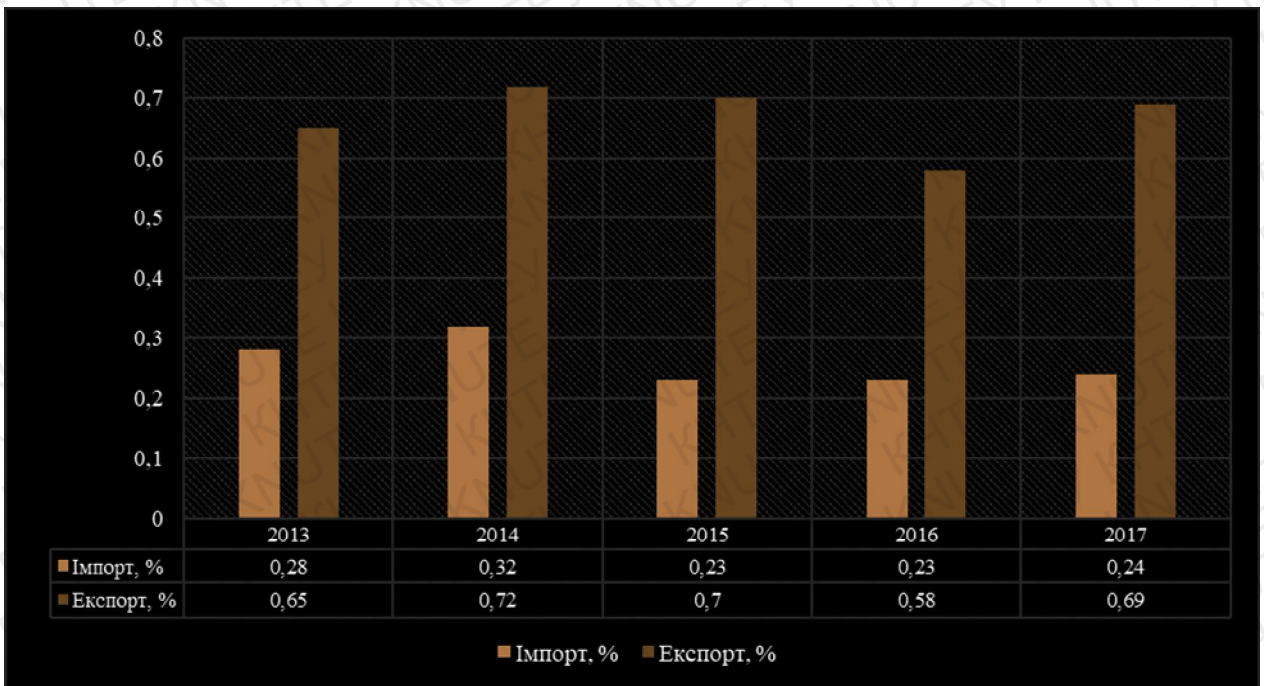


Рис.1.4 Діаграма питомої ваги експортно-імпортних операцій борошняних кондитерських виробів, %

Проаналізувавши діаграми експортно–імпортних операцій борошняних кондитерських виробів у натуральному та грошовому виразі спостерігається тенденція збільшення експорту та імпорту, при цьому у загальному обсязі експортно-імпортних операцій, варто відмітити, що експорт значно перевищує імпорт майже в 3 рази, що є позитивною тенденцією. Спостерігається скорочення обсягів експорту та імпорту борошняних кондитерських виробів з 2013-2016 роки, проте у 2017 році спостерігається тенденція до відновлення обсягів виробництва, що є позитивним [6].

Нарощування обсягів виробництва, розширення асортиментних лінійок продукції сприяє розширенню географії експорту.

Щодо географічної структури експорту борошняних кондитерських, варто відмітити, що основну частку займають інші країни (60%), Російська Федерація (15%) та Казахстан (14%), Азербайджан (11%). Проте у 2016-2017 роках експорт до Російської Федерації припинився (подано на рис.1.5.)

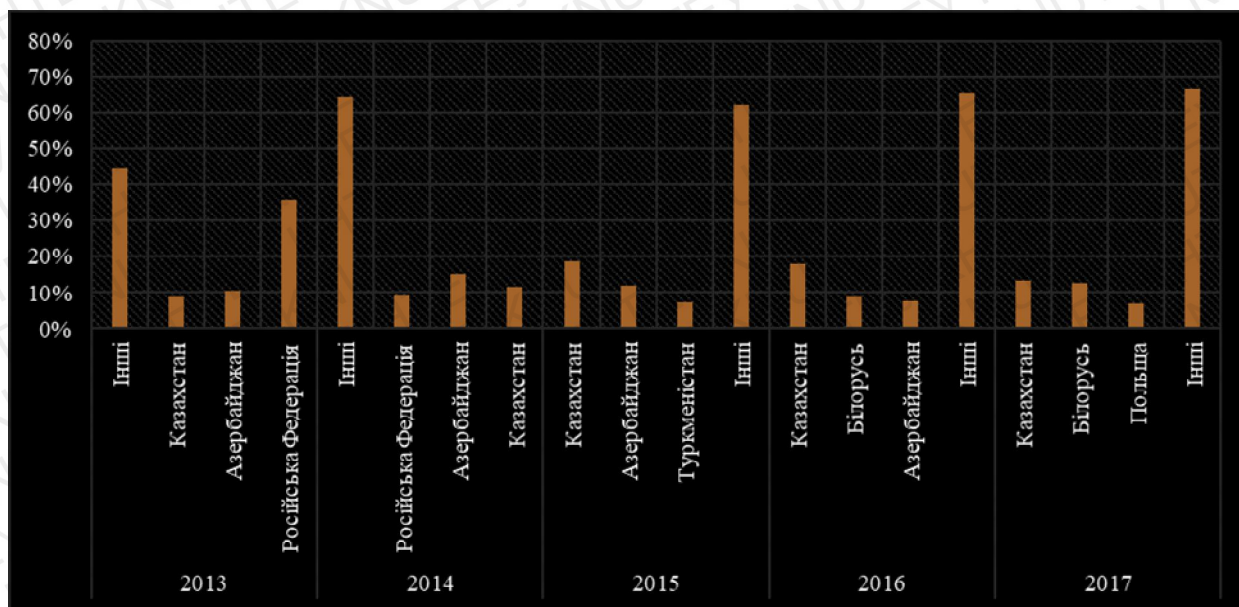


Рис. 1.5 Географічна структура експорту борошняних кондитерських виробів, %

Проаналізувавши географічну структуру імпорту борошняних кондитерських виробів, варто відмітити, що основну частку займають інші країни (38%), Російська

Федерація(35 %), та Німеччина (14%), Туреччина (11%). Проте у 2016-2017 роках імпорт до Російської Федерації припинився (подано на рис.1.6.)

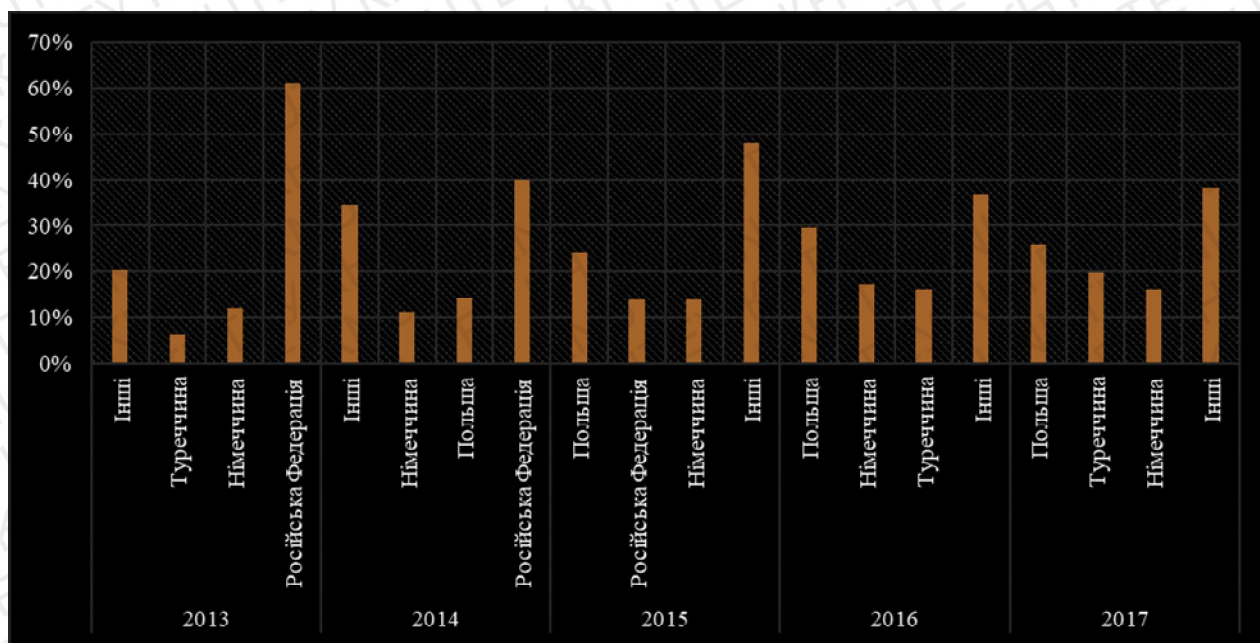


Рис. 1.6 Географічна структура імпорту борошняних кондитерських виробів, %

Найбільше кондитерських виробів споживають у Швеції, Фінляндії та Данії; шоколадної продукції – у Швейцарії, Норвегії та Великобританії; борошняних кондитерських виробів – у Нідерландах, Бельгії та Італії.

За останніми даними обсяг світового кондитерського ринку за підсумком 2017 р. склав близько 183,5 млрд. дол. США. Найбільшу частку світового виробництва кондитерських виробів займає Західна Європа, і складає 28,7%. На другому місці по виробництву кондитерських виробів у світі стоїть Азіатсько-Тихоокеанський регіон – 21,1%. За даними Міністерства сільського господарства США, світовий ринок кондитерських виробів досяг рекордного обсягу в 198 млрд. дол. США в 2017 році, збільшившись у порівнянні з підсумком 2016 р. Нарощенню загального обсягу ринку сприяло зростання попиту на кондитерські вироби на ринках, що розвиваються, зокрема на Близькому Сході, в Африці, Латинській Америці, Східній Європі та Азіатсько-Тихоокеанському регіонах [5].

Незважаючи на пережиті кризи і ринкові потрясіння, можна сказати, що український ринок борошняних кондитерських виробів прийшов до якоїсь точки

стабільності. Виробники звикли до нового положення речей і успішно адаптувалися до обстановки.

Перша помітна тенденція ринку борошняних кондитерських виробів - збільшення мінімальної планки вимог до якості продукції. Якщо в розпал кризи вирішальним фактором була низька ціна виробів, то разом зі стабілізацією ринку споживачі знову хочуть бачити тільки якісні інгредієнти в складі продуктів.

Ще одне нове віяння - переорієнтація на «здорову» продукцію. Споживачі намагаються стежити за своєю фігурою і станом тіла, тому віддають перевагу кондитерським виробам, що містять натуральні злаки, фрукти, висівки [6].

Остання тенденція українського ринку борошняних кондитерських виробів - переорієнтація на експорт. Особливо це характерно для продуктових груп високого і преміум сегменту. Експортні солодощі будуть володіти різноманітними смаками, в той час як продукція для локального ринку буде залишатися консервативною і стриманою.

До того ж останнім часом виробники печива намагаються зменшити собівартість продукції, а отже і її якість, за рахунок використання у рецептурі низькоякісних жирових компонентів, їх неприродних замінників, нанесення неправдивої інформації на маркування продукції щодо її складу, термінів зберігання тощо, тим самим вводячи в оману споживачів і наражаючи їх на небезпеку. Придбавши неякісний товар покупець надалі з обережністю відноситься до таких виробників.

Отже, ринок печива, як частина кондитерського ринку України, розвивається в умовах жорсткої внутрішньої і зовнішньої конкуренції, що стимулює постійно вдосконалювати управлінські процеси і забезпечувати високі світові стандарти якості виробленої продукції. Обсяги експортно-імпортних операцій з кожним роком зростають. Основними країнами експорту є інші країни (60%), Російська Федерація (15%), Казахстан (14%), Азербайджан (11%). Проте у 2016-2017 роках експорт до Російської Федерації припинився. Основними країнами імпорту є Російська Федерація (38 %), інші країни (35%) та Німеччина (14%), Туреччина (11%). Проте у 2016-2017 роках імпорт до Російської Федерації припинився.

1.2 Вимоги до якості та безпечності печива

Основними нормативними документами, що регулюють якість та безпечність печива є ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови», Технічні умови, Технічний Регламент щодо правил маркування харчових продуктів, Закон України "Про захист прав споживачів", а також положень Директиви Європейського Парламенту та Ради від 20 березня 2000 року N 2000/13/ЄС про наближення законодавства держав-членів про етикетування, оформлення та рекламування продуктів харчування і Директиви Комісії від 30 січня 2008 року N 2008/5/ЄС щодо обов'язкового зазначення на етикетці певних продуктів харчування деякої докладної інформації, визначає загальні вимоги до маркування (етикетування) розфасованих харчових продуктів, які вводяться в обіг в Україні [7,8,9].

Маркування печива згідно Технічного регламенту повинно містити таку обов'язкову інформацію:

- 1) назву харчового продукту;
- 2) склад харчового продукту;
- 3) кількість окремих інгредієнтів (класу інгредієнтів);
- 4) кількість харчового продукту у встановлених одиницях виміру;
- 5) часові характеристики придатності харчового продукту;
- 6) умови зберігання, якщо харчовий продукт потребує особливих умов зберігання;
- 7) умови та рекомендації використання, якщо харчовий продукт потребує особливих умов використання;
- 8) найменування та місцезнаходження і номер телефону виробника або гарячої лінії, фактичну адресу потужностей (об'єкта) виробництва, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження і номер телефону імпортера;

9) найменування та місцезнаходження і номер телефону підприємства, яке здійснює функції щодо прийняття претензій від споживача, у разі якщо цим підприємством не є виробник;

10) номер партії виробництва;

11) інформацію про генетично модифіковані організми в складі харчового продукту (відповідно до чинного законодавства);

12) інформацію щодо місця походження для харчових продуктів, які лише упаковані або розфасовані в Україні, якщо відсутність такої інформації може ввести в оману споживача;

13) поживну (харчову) цінність із позначенням кількості білків, вуглеводів та жирів у встановлених одиницях виміру на 100 г (100 мл) харчового продукту та енергетичну цінність (калорійність) виражену в кДж та/або ккал на 100 г (100 мл) харчового продукту;

14) застереження щодо споживання харчового продукту певними категоріями споживачів (дітьми, вагітними жінками, літніми людьми, спортсменами та алергіками), якщо такий продукт може негативно впливати на їх здоров'я при його споживанні;

15) позначення знака для товарів і послуг, за яким харчовий продукт реалізується (за наявності) [8].

Класифікація зтяжного печива регулюється ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови» .

Печиво класифікують за різними класифікаційними ознаками : залежно від способу виробництва та рецептури класифікують на: цукрове, зтяжне, здобне (пісочно-виїмкове, пісочно-відсадне, виготовлене методом екструзії, збивне, сухарики, листкове, горіхове), вівсяне, спеціального дієтичного призначення. Крім того, стандарт відрізняє печиво глазуроване (частково чи повністю), декороване або оздоблене.

Стандарт ДСТУ 3781:2014 визначає характеристики печива за органолептичними, фізико-хімічними, мікробіологічними показниками, а також встановлює вимоги щодо безпеки та охорони навколишнього середовища. Крім

того, у документі подаються правила маркування та пакування продукції, а також методи її контролювання та правила приймання [10].

Згідно з ГОСТ 24901-2014 «Печенье. Общие технические условия» термін придатості встановлює виробник.

Якість печива контролюють за станом форми, поверхні, кольором, смаком, запахом і виглядом у розломі, а також за фізико-хімічними показниками. Дані показники встановлені залежно від класу формувальних машин та сорту пшеничного борошна.

Норма масової частки цукру та жиру, розрахована за рецептурою. Масова частка загального цукру вперерахунку на суху речовину (за цукрозою) печива кожної назви повинна відповідати її розрахунковому значенню за рецептурами з граничним відхиленням $\pm 2,0\%$ [10].

Масова частка жиру в перерахунку на суху речовину печива кожної назви повинна відповідати її розрахунковому значенню за рецептурами з граничним відхиленням, у відсотках, для:

- печива цукрового та зтяжного $\pm 1,3$;
- печива здобного з вмістом жиру до $20\% \pm 1,0$;
- печива здобного з вмістом жиру понад $20\% \pm 1,5$. Вологість цукрового печива - $3-10\%$, зтяжного - $5-9,5\%$,
- здобного - не більше $15,5\%$. Допускається підвищення вологипечива на 2% під час зберігання [10].

Масова частка вологи в печиві в значній мірі обумовлює його товарознавчі характеристики. Вона залежить в основному від типу печива і сорту борошна. На вологість печива також впливає його товщина: чим вона більше, тим більше вологи залишається в печиві при випіканні.

Лужність – важливий показник, що є одним з основних на виробництві при визначенні доброякісності печива. Визначають титруванням фільтрату продукту $0,1$ н розчином сірчаної або соляної кислоти з індикатором бромтимоловим синім. Показник лужності показує вміст у продукті лугу, виражений в градусах чи

відсотках. Градуси лужності – це кількість мл 0,1 н розчину кислоти, що йде на нейтралізацію лугу, який міститься в 100 г продукту [11].

Намочуваність є важливим показником якості печива, який характеризує його структуру та пористість. Намокання – це непрямий показник пористості печива, який визначається за збільшенням маси борошняних кондитерських виробів при зануренні у воду з температурою 20° С на встановлений час. Намочуваність характеризується відношенням маси виробів після намокання до маси сухих виробів (у масових частках відсотка).

Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» визначає порядок забезпечення безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, що виробляються, перебувають в обігу, ввозяться (пересилаються) на митну територію України та/або вивозяться (пересилаються) з неї. Сертифікація харчових продуктів необов'язкова. Під час виробництва харчових продуктів оператор ринку може користуватися технічними умовами, державна реєстрація яких є необов'язковою. Також закон встановлює загальні гігієнічні вимоги щодо поводження з харчовими продуктами: гігієнічні вимоги до потужностей, приміщень, транспортних засобів, обладнання та інвентарю, постачання води, персоналу, пакування [7].

Наказ МОЗ України від 29.12.2012 р. №1140 визначає Державні санітарні норми та правила «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини» [12].

Гігієнічні вимоги безпечності та поживної цінності харчових продуктів визначають, що органолептичні властивості харчових продуктів не повинні змінюватися під час зберігання, транспортування (перевезення) і в процесі їх реалізації [12].

Харчові продукти за органолептичними властивостями повинні відповідати харчовим звичкам населення, а також повинні бути специфічними для даного виду продукту. Продукти не повинні мати сторонніх запахів, присмаків, зміни кольору і консистенції та інших дефектів.

Органолептичні показники окремих продуктів визначаються в нормативно-технічній документації.

Гігієнічні нормативи за мікробіологічними показниками безпеки харчових продуктів згідно Наказу включають такі групи мікроорганізмів: санітарно-показові, до яких належать: кількість мезофільних аеробних і факультативно-анаеробних мікроорганізмів (КМАФАнМ), бактерії групи кишкових паличок - БГКП (коліформи), бактерії родини Enterobacteriaceae, ентерококи; умовно-патогенні мікроорганізми, до яких належать: *E. coli*, *S. aureus*, бактерії роду *Proteus*, *B. cereus* і сульфитредукуючі клостридії, *Vibrio parahaemolyticus*; патогенні мікроорганізми, у тому числі бактерії роду *Salmonella* та *Listeria monocytogenes*; мікроорганізми, що свідчать про псування продуктів, - дріжджі і плісневі гриби, молочнокислі мікроорганізми [12].

Нормування мікробіологічних показників безпеки харчових продуктів здійснюється для більшості груп мікроорганізмів за альтернативним принципом, тобто нормується маса продукту, в якій не допускаються бактерії групи кишкових паличок, більшість умовно-патогенних мікроорганізмів, а також патогенні мікроорганізми, у тому числі роду *Salmonella* та *Listeria monocytogenes*. В інших випадках норматив відображає кількість колонієутворювальних одиниць в 1 г (мл) продукту (КУО/г, мл).

Рекомендована періодичність контролю за показниками безпеки продовольчої сировини та харчових продуктів, які виробляються на харчових та переробних підприємствах України згідно Наказу МОЗ України № 329 від 02.07.2004 р. Методичні рекомендації «Періодичність контролю продовольчої сировини та харчових продуктів за показниками безпеки» вміст важких металів у борошняних кондитерських виробках : свинець, ртуть, кадмій, мідь. цинк перевіряється раз на три місяці, вміст пестицидів регламентується в сировині [13].

Вміст токсичних елементів у печиві не повинен перевищувати гранично допустимі концентрації, визначені Медичними вимогами до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини, а також Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [7].

Вміст пестицидів та мікотоксинів у печиві не повинен перевищувати рівні, передбачені ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови».

Форма і кількість штук в 1 кг зтяжного печива повинна відповідати вимогам, що зазначені в рецептурі.

Отже, основним документом, який встановлює вимоги до якості та безпечності печива є ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови», Технічні умови, Технічний Регламент щодо правил маркування харчових продуктів, Закон України "Про захист прав споживачів", Наказ МОЗ України від 29.12.2012 р. №1140 «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини», а також Наказу МОЗ України № 329 від 02.07.2004 р. «Періодичність контролю продовольчої сировини та харчових продуктів за показниками безпеки».

1.3 Споживні властивості зтяжного печива та їх вплив на зміну якості в процесі виробництва та товароруку

Печиво зтяжне - продукт обмеженої вологості різної форми невеликої товщини. До складу зтяжного печива входить значна частка крохмалю та цукридів, г/100 г: до 57; моно- і дицукриди - від 18. Масова частка білків становить 7- 10 г/100 г, а жирів залежно від рецептури - від 5 до 35 г/100 г. Енергетична цінність 100 г печива досягає 414-486 ккал [14].

Завдяки високому вмісту вуглеводів, жирів і недостатній кількості білків значна частина зразків печива не відповідає вимогам нутріціології щодо співвідношення основних поживних речовин. У багатьох виробках на одну частину білка приходить до дванадцяти частин вуглеводів.

Більшість видів печива має приємний солодкий смак і характерний аромат, добрі засвоюваність, а тому потрібно регулювати споживання виробів особам, що схильні до повноти і віддавати перевагу печиву з низьким вмістом цукру та жиру.

До споживних властивостей зтяжного печива належать:

1. призначення (профілактичне, дієтичне, дитяче);

2. органолептичні показники (зовнішній вигляд, колір, консистенція, вигляд у розломі);
3. фізико–хімічні показники (масова частка вологи, кислотність, намочуваність);
4. упаковка (цілісність, відсутність шкідливих речовин);
5. маркування (містить всі необхідні дані згідно Технічного регламенту);
6. естетичні показники (дизайн, зручність упакування, стійкість маркувальних фарб);
7. показники безпеки (відсутність загроз мікробного походження, відсутність загроз неякісних речовин, ГМО, відсутність загроз зовнішнього середовища, безпека домішок);
8. показники зберігання (строк зберігання);
9. показники транспортабельності (середня тривалість і вартість підготовки до перевезень, вантажно–розвантажувальних робіт, середня матеріаломісткість упакування).
10. економічні показники (ціна, прибуток, собівартість, рентабельність, трудомісткість, експлуатаційні витрати, як в абсолютному виразі, так і на одиницю основного показника призначення) [15].

Споживні властивості печива змінюються під час виробництва та товароруку. Товарорух охоплює такі підсистеми як зберігання, транспортування, розвантажування, реалізацію товару. На зміну споживних властивостей печива в процесі товароруку впливає низка чинників: зокрема зовнішні (температура, вологість, освітленість, механічна дія різної сили) та внутрішні (хімічний склад, наявність ферментів, мікроорганізмів). Під їх впливом в печиві відбуваються фізико-хімічні, хімічні, біохімічні та мікробіологічні процеси.

Загальна схема споживних властивостей печива зтяжного подано на рис. 1.7 [16].



Рис. 1.7 Споживні властивості печива затяжного

На етапі виробництва споживні властивості печива змінюються у період проведення таких технологічних операцій: підготовка сировини, замішування тіста, його прокатування, формування, випікання, охолодження.

На споживні властивості печива суттєво впливає якість борошна. Використання борошна з підвищеною активністю протеолітичних ферментів або препаратів протеаз дозволяє збільшити об'єм печива під час випікання [16].

За останні роки запропоновано нові види сировини для печива для покращення споживних властивостей. Функціональну направленість виробам забезпечує включення до складу борошняних композитних сумішей продуктів екструдкування: гречки, рису, соєвого борошна, порошкоподібних напівфабрикатів (патока і порошки абрикосові, журавлинні або чорноплідної горобини), порошки лікарської сировини (цикорій, шипшина, кропива). На основі борошна різних видів, з використання багатокomпонентних порошкоподібних напівфабрикатів і продуктів екстудування круп створені борошняні композитні суміші для печива лікувально-профілактичного і дієтичного призначення. Вироби характеризуються високим вмістом заліза. Для виробів лікувально-профілактичного, дієтичного і дитячого

харчування розроблені сушені ПЧ-методом горобина і морква з максимальним збереженням вітамінної активності [17].

Для окремих виробів пропонують сироватку, яку отримують під час переробітку соєвих бобів. Вона містить значну кількість білка, ізофлавонів та олігоцукридів. Гідролізати, отримані за атмосферного тиску, мають вищу антиокислювальну активність, ніж білки сироватки.

Поліпшення збалансованості складу печива запропонований склад виробничої суміші, що включає квасолеве борошно і курячі яйця. Суміш містить борошно зернових культур (25- 30 %), цукор (15-25 %), маргарин (15-16 %), харчову соду (0,33-0,36 %), вуглекислий амоній (0,35-0,36 %), сіль (0,4- 0,5), квасолеве борошно (15-20 %), яйця (3-4 %). Квасоллю екструдують, а потім подрібнюють до дисперсності борошна [18].

Розроблені кілька видів печива, в яких 50 % жиру замінено сумішшю на основі вуглеводів або білків. Завдяки цьому підвищується твердість і крихкість печива, але їх помірне зростання досягається з внесенням заміників, які поліпшують структурну характеристику у порівнянні з печивом з низьким вмістом жиру без заміників. Пружно-в'язкий компонент також збільшується у випадку заміни жиру, а параметри моделі залежать від типу заміника.

Розроблена технологія і науково обгрунтовані рецептури борошняних кондитерських виробів з оптимальним співвідношенням жирних кислот. З метою корекції реологічних властивостей тіста з новою жирною сировиною для кожного виду виробів, з врахуванням сорту використаного борошна, вибрані спеціальні емульгатори.

Замішування затяжного тіста базується на створенні всіх умов для більш повного набрякання білків клейковини борошна. Цьому сприяє нижча концентрація цукру і жиру в тісті, більша вологість, підвищена температура тіста і більш тривале замішування. Зниження кількості цукру і жиру веде до більш повного набрякання білків борошна і утворення пружно-пластичної в'язкої консистенції тіста [19].

Створена технологія виробництва на емульсії і зтяжного печива, але основна кількість тіста замішується у періодично діючих місильних машинах. Готове тісто повинно бути пружно-пластичним і без слідів непромісу.

Прокатування зтяжного тіста проводять багаторазово з чергуванням поворотів тіста на 90°C , внаслідок чого напруга розміщується рівномірно, тобто проходить релаксація напруги, і заготовки тіста одержують без помітного погіршення форми. Багаторазове прокатування і складання шару сприяє одержанню листового тіста, що надає характерної структури зтяжному печиву, тобто збільшується його крихкість і набряклість.

Формування зтяжного тіста здійснюють переважно на штамп машині. Внаслідок цього отримують заготовки відповідної форми і з проколами, які забезпечують вільний вихід парів води в процесі випікання і тим самим попереджують роздування окремих ділянок [20].

Під час витримання в тісті продовжуються фізико-хімічні і колоїдні процеси, в результаті чого кількість вільної води в ньому зменшується.

Тістові заготовки випікають в умовах, що забезпечують підвищення температури внутрішніх шарів тіста до $106-108^{\circ}\text{C}$. Під час нагрівання тіста білки борошна денатурують і коагулюють. Водночас виділяється частина води, яка бере участь у набряканні крохмалю і його частковій клейстеризації. Зневоднені і коагульовані білки клейковини та частково клейстеризований крохмаль утворюють пористий скелет, на поверхні якого у вигляді тонких плівок адсорбується жир. Внаслідок розкладу хімічних розпушувачів збільшується об'єм тістових заготовок, що інтенсифікується з підвищенням температури, у тому числі за рахунок пароутворення. Має також місце карамелізація, меланоїдиноутворення, зменшення кількості альбуміну, глобуліну і гліадину [21,22].

Під час цукроамінних реакцій зв'язується до 30 % загальної кількості білків. Частина з них перетворюється в меланоїдини, починаючи з теплового обробітку і завершуючи зберіганням. Інтенсивність меланоїдиноутворення знижується у кислому середовищі за умов достатнього вмісту органічних кислот, фенольних сполук і у випадку скороченого теплового обробітку. Вважають, що

меланоїдиноутворення знижує харчову цінність. Разом з тим ці сполуки беруть участь у формуванні специфічного аромату й смаку, характерного для готових виробів. Під час цих реакцій утворюються оксиметилфурфурол, який деякі зарубіжні вчені вважають мутагеном. У промислових пробах печива виявлено 0,5-74,6 мг/кг-1 оксиметилфурфуролу

Після випікання виробу охолоджують, щоб попередити деформування їх. Дуже низька температура охолоджуючого повітря може сприяти розтріскуванню виробів.

Для приготування деяких видів печива зтяжного використовують глюкозний сироп концентрацією 25-30 % сухих речовин. Його отримують подвійним ферментативним гідролізом борошна із рисової січки і додатково використовують фермент нейтрази, функцією якої є ослаблення клейковини борошна, збільшення її розтяжності; поліпшення структурно-механічних властивостей тіста; використання в якості замітника піросульфїту при виробництві борошняних кондитерських виробів; поліпшення якості борошняних кондитерських виробів (зтяжне і цукрове печиво, крекер, бісквіт, вафлі, пряники).

Оптимальне дозування нейтрази 1,5 складає 5-20 г на 100 кг борошна для борошняних кондитерських виробів [23,24].

Печиво зтяжне із борошна 1-го сорту виробляють тільки на маргарині, кулінарному жири з обмеженим вмістом поліпшувачів.

Для нових різновидів зтяжного печива профілактичного призначення пропонують добавки, що містить харчові волокна, зокрема морські бурі водорості - ламінарії і фукуси, у вигляді крупок, продукти їх переробки - водоростевий порошок Мароніт і альгінат кальцію, а також яблучний пектин і мікрокристалічну целюлозу у порошкоподібному стані. Використання поліфункціональних рослинних добавок дозволяє розширити асортимент печива профілактичного призначення, знизити енергетичну цінність і подовжити тривалість збереження свіжості. Розроблені серії перспективних сортів зтяжного печива.

Використання низьких температур, герметичних упаковок і внесення антиоксидантів дозволяє довести строк зберігання печива цукрового і зтяжного до 9 - 12 міс [25].

На печиві досліджено вплив екстрактів із плодів ембліки (*Emblica officinalis*), листя хрінного дерева (*Moringa olifera*) та ізюму (*Vitis vimifera*), які володіли високою антиокислювальною активністю, що оцінювалась *in vitro* у модельній системі Р-каротин - лінолева кислота. Вироби, що містили рослинні екстракти, мали приємні органолептичні властивості після зберігання протягом 8 тижнів. Рослинні екстракти сповільнювали збільшення кислотного і перекисного чисел ліпідів під час зберігання.

Під час товароруху в зтяжному печиві відбуваються такі фізико-хімічні процеси : під дією температури – десорбція – випаровування вологи, втрата ароматичних речовин, під дією відносної вологості повітря – адсорбція – утворення борошняних грудочок, злипання, під дією механічної сили – деформація, механічні пошкодження – зміна розміру, форми [26].

Хімічні процеси під час товароруху прискорюються під дією температури, тиску, відносної вологості – відбуваються хімічні псування. Частим є меланоїдиноутворення – неферментативне потемніння, прогіркання жирів, окиснення.

До мікробіологічних процесів можна віднести гниття, пліснявіння - відбувається гідроліз білків до пептидів, а потім амінокислот.

Біологічні процеси виникають внаслідок життєдіяльності комах, гризунів (миші, криси), і проявляють при транспортуванні, зберіганні та споживанні товарів.

До заходів боротьби зі зміною споживних властивостей під час виробництва та товароруху належать: дотримання санітарно-гігієнічних умов, дотримання температури та вологості повітря - в сухому та прохолодному місці за температури (18+/-5) °C і відносної вологості повітря, що не перевищує 75%, виключення можливості проникнення гризунів до приміщення [27].

Отже, споживні властивості зтяжного печива змінюються у процесі виробництва та зберігання. Печиво сорбує вологу, зволожується, внаслідок чого погіршується його консистенція, смак і запах. Жир печива внаслідок зберігання окислюється з утворенням первинних і вторинних продуктів окислення, які погіршують харчову цінність виробів. Всі ці фактори мають прямий вплив на

споживні властивості, тому запропоновано введення нових компонентів, зокрема : натуральних екстрактів, добавок, різних видів борошна.

1.4 Організація операцій з імпорту зтяжного печива

Імпорт – це придбання (купівля) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів із ввезенням їх на територію України, включаючи придбання товарів, призначених для споживання установами і організаціями України, розташованими за її межами.

Відповідно до Митного кодексу України, імпорт (випуск для вільного обігу) – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, встановлених законами України на імпорт цих товарів, та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України [28].

Імпортна операція – комерційна діяльність, пов'язана із закупівлею і ввезенням до України іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх подальшої реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності.

Передумовою здійснення імпортних операцій є проведення переговорів з іноземним контрагентом та укладання імпортного контракту.

Для того, щоб ввезти товари на митну територію України, підприємство повинне зареєструватися в митних органах і відкрити в банку валютний рахунок.

При імпорті товарів необхідно подати на митницю, де оформляється їхнє ввезення, картку акредитації, митну декларацію, рахунок-фактуру, товарно-транспортну накладну, контракт на придбання товарів, довідку валютної інспекції, довідку про транспортні витрати, копії паспорта митного брокера та його ліцензії, а також платіжних доручень про сплату податку на додану вартість, послуг з митного оформлення за кожним платежем окремо [29].

Зокрема, подаються такі документи:

- технічні паспорти, креслення, інструкції із встановлення, монтажу, налагодження;
- сертифікати якості, відвантажувальні специфікації, пакувальні листи, комплектуючі відомості;
- залізничні накладні, багажні квитанції, коносаменти, автотранспортні накладні тощо;
- акти приймання товарів, докові розписки про приймання вантажів на зберігання в іноземному порту;
- рахунки-фактури;
- заяви на переказ валюти, інкасові доручення, доручення про відкриття акредитива, чеки, заяви на розподіл експортної виручки;
- митні декларації, сертифікати походження товарів, довідки про оплату мита, акцизного збору;
- претензійні листи, позовні заяви до суду або арбітражу, постанови цих органів;
- комерційні акти, в яких зафіксовано нестачі, аварійні сертифікати, рекламации [30].

Обов'язковою умовою є наявність сертифіката, що засвідчує відповідність імпортованих товарів встановленим в Україні санітарним, ветеринарним, екологічним, фармакологічним нормам.

Імпорт товарів здійснюється за угодами (контрактами), що укладаються між резидентами-підприємствами (установами, організаціями) України і нерезидентами з урахуванням Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів ІНКОТЕРМС.

Одним із найважливіших у контракті на здійснення діяльності у сфері зовнішньоекономічних відносин є розділ "Ціна і загальна вартість товарів". Ціни на товари, що імпортуються, визначаються за домовленістю сторін з урахуванням цін світового ринку, які публікуються в каталогах, прейскурантах, бюлетенях, зокрема у бюлетені "Огляд цін українських і зовнішніх товарних ринків", що видається

Державним інформаційно-аналітичним центром моніторингу зовнішніх ринків [31].

Процедура здійснення митного контролю і митного оформлення товарів з використанням митної декларації складається з трьох етапів.

Перший етап – оформлення митної декларації.

За відсутності яких-небудь претензій митні органи здійснюють прийом митної декларації до оформлення шляхом проставлення відмітки "Під митним контролем" на всіх її аркушах, а також присвоюють митній декларації реєстраційний номер;

- звіряння даних електронної копії митної декларації з даними митної декларації на паперових носіях;
- перевірку відповідності товарної номенклатури Митному тарифу України при класифікації товарів, тобто перевіряється правильність визначення кодів товарів;
- перевірку правильності визначення декларантом митної вартості товарів;
- перевірку правильності нарахування податків і зборів, а також контроль за надходженням грошових коштів;
- перевірку відповідності даних про товари, вказані у митній декларації, даним, вказаним у дозвільних документах уповноважених держорганів;
- підготовку запиту в митну лабораторію за необхідності проведення лабораторних досліджень [31].

На другому етапі митним органом ухвалюється рішення про необхідність проведення митного огляду. В ухвалення позитивного рішення огляд здійснюється у присутності власника і декларанта. За наслідками огляду складається акт про проведення митного огляду товарів.

На третьому етапі виконується нарахування та стягнення платежів і завершується проходження митного оформлення.

Підсумовуючи, відмітимо, що поміщення товарів у митний режим імпорту відбувається у такій послідовності (ст. 75 Митного кодексу) (подано на рис. 1.8).

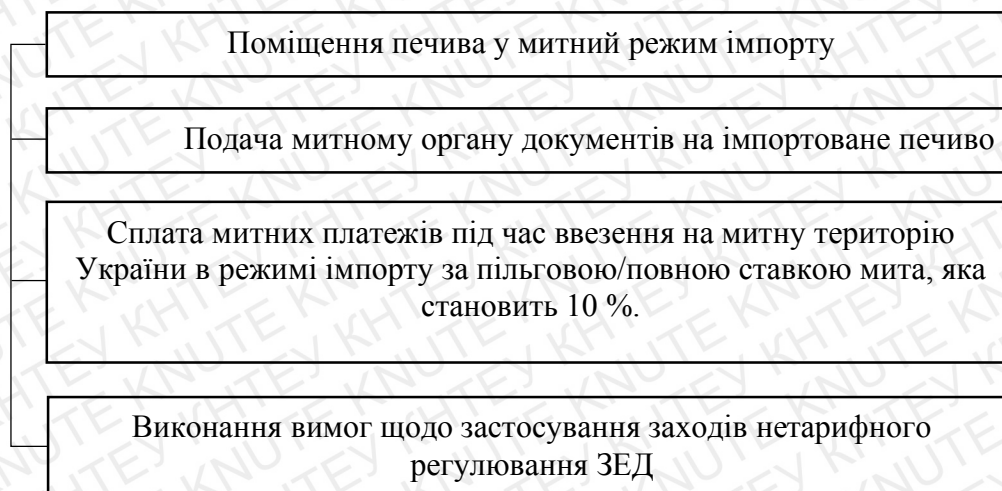


Рис. 1.8. Алгоритм поміщення товарів у митний режим імпорту

Митне оформлення вважається завершеним після виконання всіх митних формальностей, визначених Митним кодексом відповідно до заявленого митного режиму, що засвідчується органом доходів і зборів шляхом проставлення відповідних митних забезпечень (у тому числі за допомогою інформаційних технологій), інших відміток на митній декларації або документі, який відповідно до законодавства її замінює, а також на товаросупровідних та товарно-транспортних документах у разі їх подання на паперовому носії.

Митною вартістю товарів, які ввозяться на митну територію України відповідно до митного режиму імпорту, є ціна, що була фактично сплачена або підлягає сплаті за товари, якщо вони продаються на експорт в Україну, скоригована в разі потреби з урахуванням положень Митного кодексу [32].

Основним методом визначення митної вартості товарів, які ввозяться на митну територію України відповідно до митного режиму імпорту, є перший метод – за ціною договору (вартість операції). Відповідно, ціна, що була фактично сплачена або підлягає сплаті, – це загальна сума всіх платежів, які були здійснені або повинні бути здійснені покупцем оцінюваних товарів продавцю чи на користь продавця через третіх осіб та / або на пов'язаних із продавцем осіб для виконання зобов'язань продавця.

Метод визначення митної вартості за ціною договору (контракту) застосовується у разі, якщо:

- 1) немає жодних обмежень щодо прав покупця (імпортера) на використання оцінюваних товарів;
- 2) щодо продажу оцінюваних товарів або їх ціни відсутні будь-які умови або застереження, які унеможливають визначення вартості цих товарів;
- 3) жодна частина виручки від будь-якого подальшого перепродажу, розпорядження або використання товарів покупцем не надійде прямо чи опосередковано продавцеві, якщо тільки не буде зроблено відповідне коригування з урахуванням положень Митного кодексу;
- 4) покупець та продавець не пов'язані між собою особи або хоч і пов'язані між собою особи, однак ці відносини не вплинули на ціну товарів.

Кожний наступний метод застосовується лише у разі, якщо митна вартість товарів не може бути визначена шляхом застосування попереднього методу відповідно до норм Митного кодексу. Застосуванню другорядних методів передують процедура консультацій між митним органом та декларантом з метою визначення основи вартості згідно з положеннями Митного кодексу [33].

У разі, якщо неможливо застосувати жоден із зазначених методів, митна вартість визначається за резервним методом.

Під час таких консультацій митний орган та декларант можуть здійснити обмін наявною у кожного з них інформацією за умови додержання вимог щодо її конфіденційності.

Відомості про митну вартість товарів використовуються для:

- нарахування митних платежів;
- застосування інших заходів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України;
- ведення митної статистики та розрахунку податкового зобов'язання, визначеного за результатами документальної перевірки.

Отже, імпортні поставки зтяжного печива в Україну здійснюються відповідно до коду УКТЗЕД 1905 90 45 00 за пільговою/повною ставкою мита, яка становить 10 %.

1.5 Методичні підходи до визначення конкурентоспроможності товарів

Оцінка конкурентоспроможності продукції - визначення її рівня, що дає відносну характеристику здатності продукції задовольняти вимоги конкретного ринку в даний період, порівняно з продукцією конкурентів.

Оцінка конкурентоспроможності продукції необхідна для обґрунтування прийнятих рішень при комплексному вивченні ринку; оцінці перспектив продажу конкретних вітчизняних товарів для внутрішнього і зовнішнього ринків; оцінці перспектив закупівлі конкретних імпортованих і вітчизняних зразків товарів; встановленні та коригуванні цін нових товарів вітчизняного виробництва, експортних та імпортованих товарів; коригуванні цін при надходженні нової партії відомого товару; контролі якості експортних товарів; знятті товарів з експорту або їх модернізації; припиненні закупівлі імпортованих товарів; підготовці інформації для реклами нових товарів вітчизняного виробництва, імпортованих товарів, товарів для експорту; оптимізації торгового асортименту; формуванні товаровиробниками політики у сфері якості і конкурентоспроможності; позиціонуванні продукції; прийнятті управлінських рішень щодо доцільності витрат на розробку, проектування і серій [34].

Для визначення конкурентоспроможності товару керуються певними принципами її оцінки - базовими вихідними положеннями, дотримання яких дає змогу підвищити точність оцінки, врахувати інтереси ринкових суб'єктів, уніфікувати порядок дій, що являють собою зміст процедури оцінки.

Методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності товару :

- методична база має будуватися відповідно до суті товару як продукту, призначеного для продажу і подальшого споживання; при визначенні конкурентоспроможності товару оцінюється те, наскільки краще/гірше, порівняно з товарами-конкурентами, він задовольняє запити користувачів, а при обстеженні чинників - наскільки вони сприяють або перешкоджають досягненню конкурентоспроможності товару;
- при виявленій проблемі конкурентоспроможності товару її вирішення доцільно здійснювати на основі маркетингового дослідження, що передбачає

вивчення ставлення покупців до товарів підприємства і його конкурентів, а також переваг та недоліків внутрішнього середовища фірми; ефективності використання можливостей та уникнення загроз її зовнішнього оточення;

- оцінку конкурентоспроможності товару слід проводити періодично, а не лише в разі виникнення проблемної ситуації (вживання превентивних заходів на основі виявлення сигналів про потенційне погіршення конкурентоспроможності товару ефективніше, ніж спроба підвищити його реальну низьку конкурентоспроможність);
- оскільки товари орієнтовані на певні сегменти покупців, складові конкурентоспроможності товару є технічні, економічні та комерційні характеристики продукту, якими більшість покупців конкретного сегменту в основному керуються при виборі того або іншого товару;
- перелік значущих для покупців складових конкурентоспроможності товару має специфіку залежно від типу останнього, тому постає необхідність виділення складових конкурентоспроможності у кожному конкретному випадку;
- визначення набору складових конкурентоспроможності товару - ключовий момент її оцінки; при цьому на перший план необхідно висувати ті, які мають найбільшу значущість для покупця; визначення «ваги» кожного параметра може проводитися як за допомогою експертних, так і соціологічних методів; найбільш значущі параметри слід досліджувати в першу чергу, що не виключає вивчення другорядних складових, які в деяких випадках можуть відчутно впливати на ринковий успіх товару;
- етапи оцінки конкурентоспроможності товару мають специфіку залежно від конкурентної ситуації на ринку, виду товару, завдань оцінки, діяльності й стану підприємства, продукти якого оцінюються [35].

Конкурентоспроможність у загальному вигляді визначається співвідношенням корисного ефекту до сумарних затрат, які включають витрати, пов'язані з придбанням та експлуатацією товару.

Споживчі властивості - це характеристики товару, спрямовані на задоволення вимог споживача, які він пред'являє до товару з урахуванням умов його використання за призначенням. Вимірюється в натуральних одиницях (наприклад, продуктивність однопараметричних машин та устаткування), грошовому вираженні або в умовних балах (для об'єктів з кількома важливими параметрами, що доповнюють один одного).

Корисний ефект товару (Е) характеризує фактичну здатність товару задовольняти конкретну потребу покупця. Він розраховується як інтегральний показник якості товару, що включає три групи показників: основні характеристики товару (технічні, конструктивні); параметри, що регламентуються (відповідають стандартам); параметри й ознаки, що характеризують естетичні властивості товару (дизайн, упаковка тощо). Кожен показник входить в інтегральний показник зі своєю вагою, залежною від його значущості для споживача.

Сукупні витрати протягом життєвого циклу - витрати, які обов'язково потрібно зробити, щоб одержати від об'єкта відповідний корисний ефект. Приймаючи рішення про купівлю, покупець враховує не тільки ціну товару, а й те, у скільки йому обійдеться експлуатація, утримання товару в процесі його використання. Тому, визначаючи рівень конкурентоспроможності товару, слід враховувати витрати споживача на придбання й експлуатацію товару, а не лише оцінювати товар за мірою його відповідності конкретним потребам [36].

Разом усі витрати складають величину ціни споживання (С) - обсяг коштів, необхідний споживачу впродовж усього строку служби товару.

У загальному вигляді елементами ціни споживання виступають: ціна товару; витрати на транспортування товару до місця використання; вартість установки, монтажу, приведення в дієдатний стан; навчання обслуговуючого персоналу; витрати на паливо (електроенергію); заробітна плата обслуговуючого персоналу; витрати на післягарантійний сервіс та придбання запасних частин; податки; витрати на утилізацію виробу після закінчення строку експлуатації; непередбачені витрати; інші елементи, які характеризують індивідуальні властивості товару [37].

Конкурентоспроможність об'єктів, для яких неможливо розрахувати корисний ефект чи сукупні витрати, можна визначити за результатами експериментальної перевірки за конкретних умов споживання, пробного продажу, експертних та інших методів.

Найбільшу конкурентоспроможність (K) на ринку має той товар, який завдяки своїм споживчим властивостям забезпечує найбільший корисний ефект (E_k) стосовно ціни споживання ($C_{\text{спож}}$), тобто умова конкурентоспроможності товару має вигляд:

$$K_T = \frac{E_k}{C_{\text{спож}}^{\max}} \quad (1.1)$$

Але визначити, чи відповідає потенційно товар даній умові, можна лише в результаті порівняльного аналізу сукупних характеристик товару з товарами-конкурентами за ступенем задоволення конкретних потреб і за ціною споживання [37].

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності товару в сучасній економічній літературі, заснована на обліку тільки двох, хоч і інтегральних, показників - його якості (E_H) і ціни споживання ($C_{\text{спож}}$), тобто конкурентоспроможність можна представити як функцію цих двох показників:

$$K_T = \int \frac{E_H}{C_{\text{спож}}} \max \quad (1.2)$$

На практиці критерії, за якими споживач оцінює і вибирає товар, включають набагато більшу кількість показників, ніж ціна і якість. Тому оцінюючи конкурентоспроможність товару, необхідно враховувати не тільки вимоги споживача до його ціни та якості, а й інші чинники (забезпеченість запчастинами, організація сервісу, репутація країни-виробника і конкретного постачальника; ступінь популярності марки та прихильності до неї споживача).

На різних ринках значення кожного з цих критеріїв може бути різне, а тому оцінку конкурентоспроможності слід проводити для кожного ринку окремо.

Залежно від мети оцінювання може бути визначена прогнозована (очікувана здатність товарів задовольняти потреби) чи реальна (фактична здатність товарів

задовольняти потреби) конкурентоспроможність. Для розрахунку прогнозованої конкурентоспроможності можна застосувати показники, нормовані стандартами, передбачені при проектуванні та розробці чи властиві товарам, які займають домінуюче положення на ринку (ціна лідера, переважна ціна). Для оцінки реальної конкурентоспроможності слід визначити справжні значення показників за допомогою емпіричних й евристичних методів (органолептичних, вимірювальних, експертних).

Якщо в показнику конкурентоспроможності врахувати всі критерії споживачів конкретного ринку, то він відобразить лише очікувану, а не реальну конкурентоспроможність, бо для успішного продажу товару необхідно, щоб він з'явився на тому ринку, на якому дійсно потрібний, у потрібній кількості, в потрібний момент часу, щоб споживач був підготовлений до появи даного товару, а маркетингова програма була б краща, ніж у конкурентів. Усе це залежить від ефективного виконання маркетингових функцій: вивчення ринку, управління розробкою і виробництвом товару, управління збутом і просуванням [36].

Таким чином, враховуючи концепцію маркетингу, можна говорити про ширше розуміння реальної конкурентоспроможності товару, що залежить не тільки від співвідношення «якість-ціна» і не тільки від відповідності критеріям споживачів ($K_{\text{спож}}$), а й від конкурентоспроможності всієї маркетингової діяльності фірми ($K_{\text{маркет}}$), тобто:

$$K_T = \int K_{\text{спож}} + K_{\text{маркет}}. \quad (1.3)$$

У цілому, для визначення конкурентоспроможності продукції продуценту необхідно знати: конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку товару; можливі розміри та динаміку попиту на продукцію; розрахунковий рівень ринкової ціни товару; очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів; визначальні параметри продукції основних конкурентів; найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них; термін окупності сукупних витрат, пов'язаних із проектуванням, продукуванням і просуванням на ринок нового товару [37].

Проблема вибору конкретного показника конкурентоспроможності товару (або їх групи) розв'язується наданням йому відповідно певним критеріям.

Зокрема, показник має:

- відображати результат бізнес-процесів виробництва, просування і реалізації певного товару;
- уособлювати показник ефективності, оскільки сам феномен конкурентоспроможності відображає ефективність сукупності процесів бізнесу відносно певного товару;
- бути об'єктивним, таким, що по можливості виключає експертні оцінки, і відображати прояв конкурентоспроможності в зовнішньому середовищі;
- враховувати баланс інтересів виробника і споживача; утворювати зручність для проведення чинникового аналізу (величина показника конкурентоспроможності має бути статистично значущою величиною, варіабельною, чутливого до зміни параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства) [38].

Процес оцінки рівня конкурентоспроможності товару умовно включає три стадії:

1. Вибір товарів-аналогів.
2. Формування номенклатури критеріїв конкурентоспроможності.
3. Визначення рівня конкурентоспроможності товару.

Оцінка конкурентоспроможності товару проводиться через зіставлення параметрів аналізованої продукції з параметрами бази порівняння. При цьому використовуються диференціальний, комплексний і змішаний методи оцінки.

Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності базується на використанні і зіставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння. Якщо за базу оцінки береться потреба, розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності здійснюється за формулою:

$$q_i = \frac{i}{i_0} \times 100\%$$

(1.4)

де q_i - одиничний параметричний показник конкурентоспроможності за i -м параметром ($i = 1, 2, 3, \dots, n$);

i - величина i -го параметра для продукції, що аналізується;

i_0 - величина i -го параметра, за якого потреба задовольняється повністю;

n - кількість параметрів.

Оскільки параметри можуть оцінюватися різним способом, то при оцінці за нормативними параметрами одиничний показник набуває лише два значення - 1 або 0. Якщо аналізована продукція відповідає обов'язковим нормам і стандартам, показник рівний 1, якщо параметр продукції в нормі і в стандарти не укладається, - рівний 0. При оцінці за технічними й економічними параметрами одиничний показник може бути більше або рівний одиниці, якщо базові значення параметрів встановлені нормативно-технічною документацією, спеціальними умовами, замовленнями, договорами. Якщо аналізована продукція має параметр, значення якого перевищує потреби покупця, то вказане підвищення не оцінюватиметься споживачем як перевага й одиничний показник за даним параметром не може мати значення 100 % і при розрахунках має використовуватися мінімальна з двох величин - 100 % або фактичне значення цього показника [38].

Якщо за базу оцінки береться зразок, розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності здійснюється за формулами:

$$\frac{q}{i} = \frac{p_0}{p} \times 100\%$$

(1.5)

де q/i , P - одиничний показник конкурентоспроможності за i -тим технічним параметром.

З формул вибирають ту, в якій зростанню одиничного показника відповідає підвищення конкурентоспроможності. Якщо технічні параметри продукції не мають кількісної оцінки, для надання цим параметрам кількісних характеристик використовуються експертні методи оцінки в балах. Диференціальний метод дає змогу лише констатувати факт конкурентоспроможності аналізованої продукції або

наявності у неї недоліків, порівняно з товароманалогом, проте не враховує вплив на перевагу споживача при виборі товару вагомості кожного параметра [39].

Комплексний метод застосовується у випадку, якщо для характеристики якості товару використовується сукупність параметрів, що описують якунебудь властивість. Метод ґрунтується на використанні комплексних показників або зіставленні питомих корисних ефектів продукції, що аналізується, та зразка.

Особливістю даної формули є те, що якщо хоч би один з одиничних показників рівний 0, що означає невідповідність параметра обов'язковій нормі, то груповий показник також рівний 0. Очевидно, що товар при цьому буде неконкурентоздатний [39].

Змішаний метод є поєднання диференціального і комплексного методів. У змішаному методі оцінки конкурентоспроможності використовується частина параметрів розрахованих диференціальним методом і частина параметрів, розрахованих комплексним методом.

У цьому методі проводяться такі дії: найбільш важливі показники застосовуються як одиничні; інші одиничні показники об'єднуються в групи, для кожної з яких визначаються групові показники; на основі здобутої сукупності групових і одиничних показників якості оцінюється рівень конкурентоспроможності диференціальним методом [39].

Отже, у результаті порівняння з використанням диференціального, комплексного або змішаного методу дається один з таких висновків: продукція конкурентоспроможна на даному ринку в порівнюваному класі виробів; у продукції низька конкурентоспроможність у порівнюваному класі виробів на даному ринку; продукція повністю неконкурентоспроможна в порівнюваному класі виробів на даному ринку. Доповнюється перевагами і недоліками оцінюваної продукції порівняно з аналогами, конкретними пропозиціями щодо покращення положення її на ринку.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАТЯЖНОГО ПЕЧИВА

2.1 Організація, об'єкти та методи дослідження

Теоретичні та експериментальні дослідження проводились на базі лабораторій кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю харчових продуктів КНТЕУ.

Об'єктами досліджень були:

- 1) Печиво зтяжне «Napolitana CUETARA»–виробник Cuetara S.L.U., Іспанія.
- 2) Печиво зтяжне «Крокетний слодич» (ТМ «Slodych») – виробник ОАТ «Кондитерська фабрика «Slodych», Білорусь, м. Мінськ.
- 3) Печиво зтяжне «Petit Beurre» – виробник Gattegno Bros Ltd, Ізраїль.
- 4) Печиво зтяжне «Марія класична»– виробник ТОВ «КФ «Yaguch», Україна, с. Старий Яричів, Львівська обл.
- 5) Печиво зтяжне «Марія Загора»– виробник ПАТ «КФ «Лагода»», Україна, м.Кагарлик, Київська обл.

Експериментальні дослідження проводили поетапно та включали 5 етапів.

На першому етапі виконано аналіз маркування зтяжного печива на відповідність Технічному регламенту щодо маркування харчових продуктів

На другому етапі визначено показники та виконано органолептичну оцінку якості печива зтяжного.

На третьому етапі були виконані фізико-хімічні та мікробіологічні дослідження. Встановлено масову частку вологи виробів, лужність, намочуваність. Визначено мікробіологічні показники печива.

На четвертому етапі було визначено коефіцієнти стабільності, широти та глибини товарного асортименту.

Коефіцієнт стабільності товарного асортименту (печива) - це різниця між 1 та часткою від ділення кількості різновидів товарів, що були відсутні у магазині під час перевірки(8 видів) на добуток кількості перевірок (3 перевірки) і кількість різновидів товарів в асортименті(126 видів)

$$K_{ca} = 1 - \frac{\cdot KPT_{\epsilon}}{n \times KPT_a} = 1 - \frac{8}{3 \times 126} = 0,98$$

(2.8)

Коефіцієнт широти товарного асортименту(печива) - відношення кількості товарних груп, що реалізує магазин (KTT_{ϕ}) – 5 товарних груп, до кількості товарних груп, визначених у асортиментному переліку (KTT_{an}) – 9 товарних груп.

$$K_{ua} = 1 - \frac{\cdot KTT_{\phi}}{KTT_{an}} = \frac{5}{9} = 0,55$$

(2.9)

Коефіцієнт глибини товарного асортименту - відношення кількості різновидів, що реалізує магазин (KPT_{ϕ}) - 118 різновидів, до кількості різновидів товарів, визначених у асортиментному переліку (KPT_{an}) - 126 різновидів [7].

$$K_{ca} = \frac{\cdot PTT_{\phi}}{KPT_{an}} = \frac{118}{126} = 0,93$$

(2.10)

Коефіцієнт стабільності асортименту печива становить 0,98, що говорить про те, що асортимент є стабільним. Коефіцієнти широти і глибини товарного асортименту (0,55 та 0,93) свідчать про достатню насиченість асортименту печива у ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» [40].

На *n'ятому етапі* було побудовано «дерево властивостей» з градацією на функціональні, естетичні, екологічні, економічні показники, а також врахована престижність використання, репутація печива на ринку (Додаток Б). Виконано порівняльну кваліметричну оцінку зтяжного печива, визначено інтегральний показник конкурентоспроможності зтяжного печива вітчизняного та закордонного

виробництва. Визначено найбільш конкурентоспроможний зразок серед обраних для дослідження зразків.

Характеристика критеріїв, засобів і методів дослідження зтяжного печива подано у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Характеристика критеріїв, засобів і методів дослідження зтяжного печива

Критерії	Засоби	Методи
Повнота маркування	Якісне посвідчення, ТР щодо маркування харчових продуктів, товаросупровідні документи	Органолептичний, аналітичний
Органолептичні показники	ДСТУ 3781:2014, якісне посвідчення	Сенсорний, аналітичний
Масова частка вологи	ДСТУ 4910: 2008, якісне посвідчення	Інструментальні, вимірювальний
Намочуваність	ДСТУ 5023: 2008, якісне посвідчення	Інструментальні, вимірювальний
Лужність	ДСТУ 5024:2008, якісне посвідчення	Інструментальні, вимірювальний
Мікробіологічні показники	ДСТУ ISO 4833:2006, ГОСТ 30518-97, якісне посвідчення	Інструментальні, аналітичні
Широта, глибина, стабільність товарного асортименту	Згідно методики підручника Апопій В.В. «Організація торгівлі»	Аналітичний
Кваліметрична оцінка якості	ДСТУ 3781:2014, ГОСТ 24901-2014, ДСТУ 4910: 2008, ДСТУ 5023: 2008, ДСТУ 5024:2008	Аналітичний
Конкурентоспроможність	Згідно методики визначення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності	Аналітичний

Органолептичну оцінку якості печива проводили сенсорним методом відповідно до вимог чинного стандарту ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови» на основі розробленої балової шкали (таблиця 2.1.). Основними показниками, що визначалися є : форма, поверхня, колір, вигляд у розломі, смак, запах. Для кожного показника якості передбачено максимальну оцінку в 5 балів, а також визначено коефіцієнти вагомості [10,44].

Фізико-хімічні показники визначали відповідно до розроблених методик та стандартів:

Масову частку вологи – висушуванням до постійної маси за температури 105 градусів Цельсія згідно ДСТУ 4910: 2008 [41].

Намочуваність – характеризується відношенням маси виробів після намочання до маси сухих виробів (у масових частках відсотка). Пов'язана з органолептичним відчуттям: легкого таяння у роті, крихкістю та пористістю згідно ДСТУ 5023: 2008 [42].

Лужність – титруванням згідно ДСТУ 5024:2008 [11].

Серед мікробіологічних показників печива зтяжного були визначені наступні:

-мезофільні аеробні та факультативно анаеробні мікроорганізми, КУО в 1 г – проводили за допомогою обчисленні колоній, які зростають на твердому живильному середовищі після інкубації за температури 30 °С згідно з ДСТУ ISO 4833:2006 [28].

-бактерії групи кишкових паличок(коліформи) – метод визначення якої базується на властивостях бактерії групи кишкової палички (БГКП) розщеплювати глюкозу на лактозу. Дослідження проводилося згідно з ГОСТ 30518-97 [43, 45,46].

Порівняльна кваліметрична оцінка зтяжного печива проводилася за наступним алгоритмом:

1. Визначення показників якості для оцінки. З метою перетворення якісних характеристик у кількісні нами було розроблено 5-балову шкалу (Додаток В).
2. Визначення коефіцієнта вагомості показників якості. Сума коефіцієнтів вагомості дорівнює постійному числу, як правило це 1.
3. Визначення еталонних та бракувальних значень показників якості. Еталонне - найкраще можливе значення показника якості. Бракувальне – це найгірше допустиме значення показника.
4. Розрахунок відносних значень показників якості, тобто переведення їх у безрозмірний вигляд [44,45].

$$P_i = \frac{p_i - p_{i(\text{бр})}}{p_{i(\text{ем})} - p_{i(\text{бр})}}$$

(2.1)

для позитивних показників якості, збільшення яких характеризує підвищення якості.

$$P_i = \frac{p_{i(\bar{p})} - p_{i(em)}}{p_{i(\bar{p})} - p_i} \quad (2.2)$$

для негативних показників якості, збільшення яких характеризує зниження якості.

Комплексний показник якості

$$Q = \sum a_i \times p_i \quad (2.3)$$

де a_i - коефіцієнт вагомості i -параметра;

p_i - відносний показник параметра, найкраще можливе значення показника якості.

Оцінку якості проводили за комплексом органолептичних та фізико-хімічних показників.

Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності зтяжного печива проводилося за таким алгоритмом:

1. Аналіз ринку і вибір найбільш конкурентоспроможного товару-зразка, як бази для порівняння та визначення рівня конкурентоспроможності досліджуваного товару.
2. Визначення переліку порівнюваних параметрів конкурентоспроможності – показники, які впливові для споживача.
3. Визначення коефіцієнта вагомості певних показників для споживачів.
4. Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності за наступною методологією: з урахуванням функціональних, естетичних та економічних параметрів конкурентоспроможності [40].

Розрахунок збірного параметричного індексу для функціональних показників :

$$P_\phi = \sum a_i \times q_i \quad (2.4)$$

$$q_i = \frac{p_{\text{досл.}}}{p_{\text{конк.}}} \quad (2.5)$$

де $p_{\text{досл.}}$ - параметр досліджуваного товару ;

$p_{\text{конк.}}$ - параметр товару–конкуренту.

$$q_{\text{екон}} = \frac{C_{\text{досл.}}}{C_{\text{конк.}}} \quad (2.6)$$

$$K = \frac{P_{\text{ф.}} + P_{\text{ест.}}}{q_{\text{екон.}}} \quad (2.7)$$

де $P_{\text{ф.}}$ - збірний параметричний індекс для функціональних показників ;

$P_{\text{ест.}}$ - збірний параметричний індекс для естетичних показників ;

$q_{\text{екон.}}$ - відносний показник економічного параметру.

Якщо $K < 1$, то досліджуваний зразок має нижчу конкурентоспроможність порівняно з товаром–конкурентом, $K > 1$, досліджуваний зразок має вищу конкурентоспроможність порівняно з товаром–конкурентом.

2.2 Аналіз асортименту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

В торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» реалізується печиво фасоване(49 найменувань), печиво вагове (54 найменування), пряники (3 найменування), крекери (20 найменувань). Зтяжного печива – 18 найменувань, що складає приблизно 20% від усього товарного асортименту. Всього 126 найменувань [47].

Діаграма представленого всортименту подано на рис. 2.1.

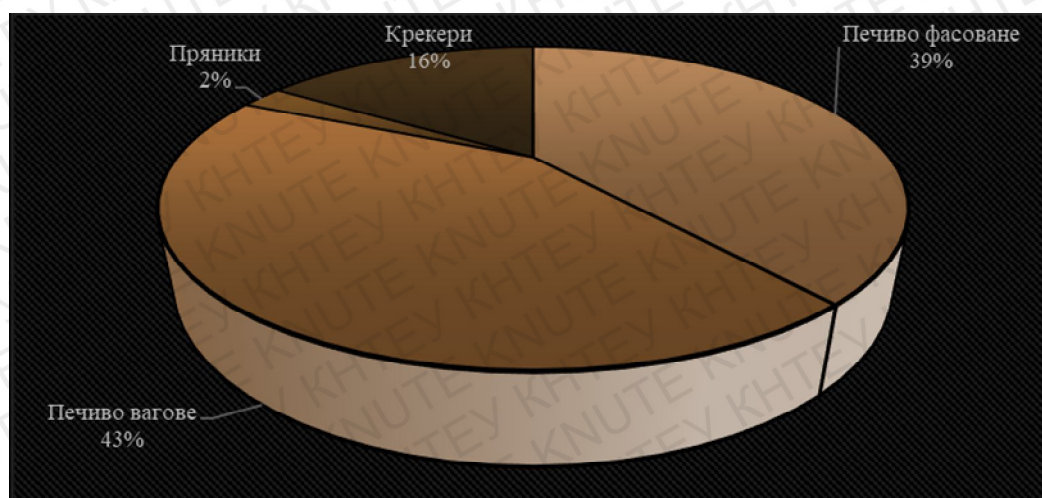


Рис. 2.1 Діаграма асортименту, представленого у ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Перелік компаній-виробників, печиво яких реалізується в торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» подано у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Перелік компаній-виробників печива, які реалізуються в торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Виробник	Кількість найменувань,шт
Barni	6
Бісквіт Шоколад	23
Bahlsen	9
Конті	16
Київхліб	2
Roshen	5
Yarych	11
Ржищев	2
Фуршет	13
Dr. Schaer	1
Здрово	2
АВК	2
Деліція	12
Лукас	2
Lukas	3
Каравай	1
Диканське	7
Нововолинський ХЗ	1
Тук	4
Finest	1

Найбільшу частку серед асортименту печива займає ТМ «Бісквіт Шоколад» (23 найменування), ТМ «Конті» (16 найменувань), ТМ «Фуршет» (13 найменувань), ТМ «Деліція» (12 найменувань), ТМ «Ярич» (11 найменувань) [47].

Управління асортиментом печива пов'язано з його кількісною оцінкою, яка здійснюється за допомогою коефіцієнтів широти, глибини і стійкості (стабільності) асортименту.

Асортимент імпортованого печива представлений 17-ма найменуваннями, серед імпортерів Польща, Швейцарія, Німеччина, Данія, Італія, Об'єднане Королівство.

Асортимент імпортного печива ТОВ «Рітейл ТРЕНД» подано у таблиці 2.3 [47].

Таблиця 2.3

Перелік компаній-виробників імпортного печива ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Країна	Найменування	Ціна грн/шт
Данія	Печиво Тіволі Апел.Jacobsens 150г x24шт	124.15 грн/шт
	Печиво Тіволі Груш.Jacobsens 150г x24шт	124.15 грн/шт
	Печиво Тіволі Європ.Jacobsens 150г x24шт	124.15 грн/шт
Італія	Печиво Choco Chip Cookie Dr.Schaer 200г	107.75 грн/шт
Об'єднане Королівство	Печиво вафел.Finest Waffle crisps 200г	110.80 грн/шт
Польща	Печиво Bahlzen Зоопарк 100г	48.45 грн/шт
	Печиво Хит Минис Какао Bahlzen 130г	43.85 грн/шт
	Печиво Лейбниц Пети Бер Bahlzen 220г	55.55 грн/шт
	Печиво Лейбниц Баттер слив.Bahlzen 200г	65.25 грн/шт
Німеччина	Печиво Hit Bahlzen Vanilla 250г x30	67.15 грн/шт
	Печиво масляне Лейбниц Balzen 100г x20шт	48.45 грн/шт
	Печиво Bahlzen Лейбниц Минис Баттер сливочное 100г	42.45 грн/шт
	ПечивоBahlzen Лейбниц Минис Чоко с шоколадом 100г	42.45 грн/шт
	Печиво Хит Минис Милк Bahlzen 130г	43.85 грн/шт
Швейцарія	Бісквіт з мол.начинкою Барні 150г	37.10 грн/шт
	Бісквіт Барні с бананово-йогуртової начинкою 30г	7.45 грн/шт
	Печиво Bagni-міні з медом Bagni 25г	5.45 грн/шт

Проаналізувавши асортимент імпортного печива ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», варто відмітити, що на полицях присутня продукція, імпортована з таких країн як : Польща

(4 найменування), Швейцарія (6 найменувань), Німеччина (5 найменувань), Італія (1 найменування), Данія (3 найменування), Об'єднане Королівство (1 найменування)

Асортимент вагового печива ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» подано у таблиці 2.4 [47].

Таблиця 2.4

Перелік виробників вагового печива, які реалізуються в торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Виробник	Повне найменування	Ціна/кг
Бісквіт Шоколад	Печиво Зоологічне Бісквіт	35.90 грн/кг
	Печиво Марія Бісквіт	55.99 грн/кг
	Печиво Шпаргалка Бісквіт	58.99 грн/кг
	Вафлі Трубочки з молоком Бісквіт	97.99 грн/кг

Закінчення таблиці 2.4

Виробник	Повне найменування	Ціна/кг
Бісквіт Шоколад	Печиво Ведмедики-Гішки Бісквіт Шокол.ваг	61.99 грн/кг
	Печиво Гримасики Бісквіт Шоколад	60.99 грн/кг
	Печиво Кофеюшка Бисквіт-Шоколад ваг.	69.99 грн/кг
Roshen	Печиво До кави Пряжене Молоко Roshen	49.99 грн/кг
АВК	Снекі Бам-Бук Згущене молоко АВК	83.99 грн/кг
	Снекі Бам-Бук Ананас АВК	83.99 грн/кг
Конті	Печиво Карапуз з кунжутом Конті	56.99 грн/кг
	Печиво Артемон у глазури Конті	80.99 грн/кг
	Печиво День та ніч Конті	76.99 грн/кг
	Печиво Ненажера апельсин Конті	47.99 грн/кг
	Печиво Буратіно горіх Конті	54.99 грн/кг
	Печиво Карапуз з цукром Конті	51.99 грн/кг
	Печиво Буратіно Асорті Конті ваг.	56.99 грн/кг
Деліція	Печиво Альпійське з декором Деліція	110.99 грн/кг
	Печиво Домашнє в цукровій пудрі Деліція	61.99 грн/кг
	Печиво Деліція вишня	99.99 грн/кг
	Печиво Деліція апельсин	103.99 грн/кг
	Печиво здобне Ромео Деліція	64.99 грн/кг
	Печиво здобне Фітнес Деліція	93.99 грн/кг
	Печиво Маргаритка у мол.глазури Деліція	83.99 грн/кг

Лукас	Печиво Вушка слоєнне Лукас	64.99 грн/кг
	Печиво Марцелик з родзинками Лукас ваг.	80.99 грн/кг
	Печиво Джага-Джага Лукас ваг.	95.99 грн/кг
	Печиво Грильяжне Лукас	77.99 грн/кг
	Печиво Зернове Лукас	77.99 грн/кг
Yarych	Печиво Марія класична Яричів	41.99 грн/кг
Фуршет	Печиво здобне Нагорода Фуршет ваг.	61.99 грн/кг
	Трубочки вафел.Хрумка Сгуц.молоко Фуршет	69.99 грн/кг
	Трубочки вафел.Хрумка Шоколад Фуршет вес	69.99 грн/кг
Диканське	Печиво цукрове Магма Диканское ваг.	95.99 грн/кг
	Печиво цукрове Малюки Диканское ваг.	50.99 грн/кг
	Печиво цукрове Кукурузка Диканське ваг.	50.99 грн/кг
	Печиво цукрове Диканське с изюм. Диканське	55.99 грн/кг
	Печиво Наслаждение шокол.-орех. Диканск.	65.99 грн/кг
	Печиво Поцелуйчики Диканское ваг.	88.99 грн/кг
	Печиво цукр.пересл.Лиро Ирис Диканское	75.99 грн/кг
Нововолинський ХЗ	Печиво Овсяное отрубн.Нововолинск.ХЗ	49.99 грн/кг
Фуршет	Печиво Зоосвіт Фуршет	39.99 грн/кг
	Печиво Марія Фуршет	38.99 грн/кг
	Печиво Чай-Кава пряжене молоко Фуршет	29.50 грн/кг
	Печиво в шоколад.Галіція вишня Фуршет	59.50 грн/кг
	Печиво в шоколад.Галіція апельсин Фуршет	59.50 грн/кг
	Печиво в біл.шок Галіція апельсин Фуршет	59.50 грн/кг

На основі аналізу асортиментного переліку вагового печива, варто відмітити, що найбільшу частку займають ТМ «Бісквіт Шоколад», «Конті», «Диканське», «Фуршет».

Стосовно цінової політики- в межах середнього цінового сегменту.

Асортимент фасованого печива ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» подано у таблиці 2.5 [47].

Таблиця 2.5

Перелік компаній-виробників фасованого печива, які реалізуються в торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Виробник	Повне найменування	Ціна/шт
Barni	Бісквіт з мол.начинкою Барні 150г	38.99 грн/шт
	Бисквит Барні с шоколадной начинкой 30г	7.70 грн/шт
	Бисквит Барні с шоколадной начинкой 150г	38.99 грн/шт
	Бісквіт з мол.начинкою Барні 30г	7.70 грн/шт
Бісквіт Шоколад	Печиво Коровка пряжене молоко ХБФ 180г	12.99 грн/шт
	Печиво ХБФ Зоологическое картон 300г	23.99 грн/шт
	Печиво Кофеюшка Бисквит 250г	20.99 грн/шт

Конті	Печиво Конті День и Ночь 210г	18.99 грн/шт	
	Печиво Конті Атремон в глазури 270г	30.99 грн/шт	
	Печиво Карапуз-Конті с сахаром 165г	10.99 грн/шт	
	Печиво-Сэндвич Супер Контік со сгущенным молоком 100г Украина	11.99 грн/шт	
	Печиво-Сэндвич Супер Контік с орехом 100г Украина	11.99 грн/шт	
	Печиво-Сэндвич Супер Контік ванильный 100г Украина	11.99 грн/шт	
	Печиво Конті День и Ночь 210г	18.99 грн/шт	
Конті	Печиво Конті Атремон в глазури 270г	30.99 грн/шт	
	Печиво Карапуз-Конті с сахаром 165г	10.99 грн/шт	
	Печиво-Сэндвич Супер Контік со сгущенным молоком 100г Украина	11.99 грн/шт	
	Печиво-Сэндвич Супер Контік с орехом 100г Украина	11.99 грн/шт	
	Печиво-Сэндвич Супер Контік ванильный 100г Украина	11.99 грн/шт	
	Київхліб	Печиво Киевхлеб Крендельки 300г Украина	19.99 грн/шт
		Печиво Киевхлеб Овсяное 400г Украина	22.99 грн/шт
Finest	Печиво вафел.Finest Waffle crisps 200г	110.99 грн/шт	
Ржищев	Печиво Ржищев с кунжутом 500г Украина	47.99 грн/шт	
	Печиво Ржищев с изюмом 500г Украина	46.99 грн/шт	
Yarych	Печиво Крекер з какао Yarych 180г	11.99 грн/шт	
	Печиво Petit с отрубями Yarych 155г	11.99 грн/шт	

Закінчення таблиці 2.5

Виробник	Повне найменування	Ціна/шт
Bahlsen	Печиво Bahlsen Лейбниц Минис Баттер сливочное 100г	42.99 грн/шт
	Печиво Bahlsen Лейбниц Минис Чоко с шоколадом 100г	43.99 грн/шт
	Печиво Хит Минис Какао Bahlsen 130г	42.99 грн/шт
	Печиво Хит Минис Милк Bahlsen 130г	43.99 грн/шт
Фуршет	Печиво Галиция с апельсином 300г Украина	29.99 грн/шт
	Печиво смородина 300г	29.99 грн/шт
Dr.Schaer	Крендели соленые Salinis Dr.Schaer 60г	48.99 грн/шт
	Печиво Choco Chip Cookie Dr.Schaer 200г	107.99 грн/шт
Київхліб	Печиво Киевхлеб Крендельки 300г Украина	19.99 грн/шт
	Печиво Киевхлеб Овсяное 400г Украина	22.99 грн/шт
Фуршет	Печиво Галиция с апельсином 300г Украина	29.99 грн/шт
	Печиво смородина 300г	29.99 грн/шт
	Печиво вишня 300г	29.99 грн/шт
Piacelli	Палочки для Тирамису Piacelli 200г	47.99 грн/шт

На основі аналізу асортиментного переліку фасованого печива, варто відмітити, що найбільшу частку займають ТМ «Бісквіт Шоколад», «Конті», Bahlsen та «Фуршет». Стосовно цінової політики- в межах середнього цінового сегменту.

Стосовно зтяжного печива, то воно займає 20 % асортиментного переліку ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» - 18 найменувань, його частка поступово збільшується у зв'язку з розширенням асортиментних лінійок виробників. Діаграма асортименту печива залежно від способу виробництва та рецептури подано на рис. 2.2

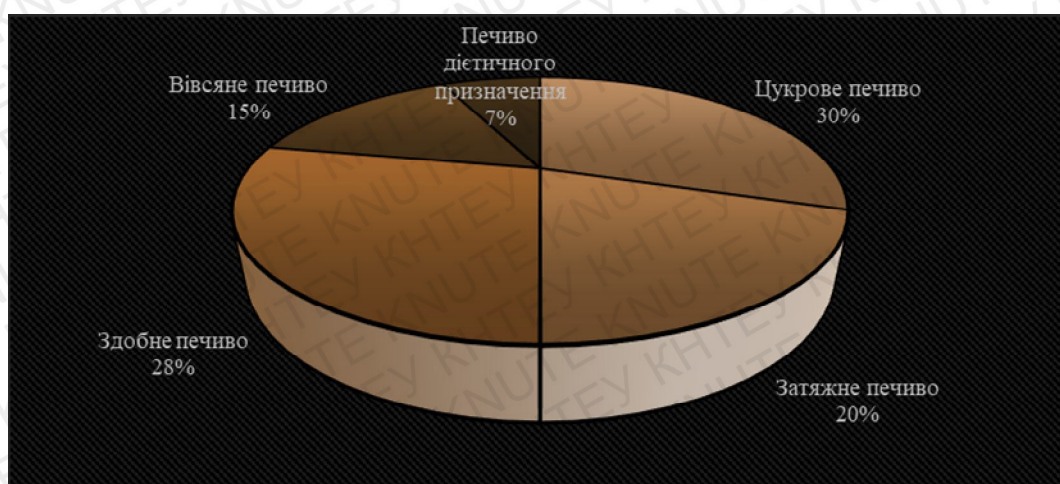


Рис.2.2. Діаграма асортименту печива залежно від способу виробництва та рецептури представленого у ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Асортимент зтяжного печива у ТОВ «Рітейл ТРЕНД» подано у таблиці 2.6 [47].

Таблиця 2.6

Асортимент зтяжного печива у ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Торгова марка	Найменування	Ціна/шт/кг
Бісквіт Шоколад	Печиво Цибулька Бісквіт	68.80 грн/кг
	Печиво Бутербродний Бісквіт	67.45 грн/кг
	Печиво ХБФ Цибулька 400г	29.70 грн/шт
	Печиво ХБФ Буковки 400г	27.50 грн/шт
	Печиво ХБФ Пасьянс 400г	26.00 грн/шт
	Печиво Ніжність Харків 400гх10	26.00 грн/шт
	Печиво Пас'янс Бісквіт	60.10 грн/кг
	Печиво Сеньор Батонио Бисквит 350г	26.85 грн/шт
Тус	Печиво Тус солений с сыром 100г	16.95 грн/шт
	Печиво Тус солений с паприкой 100г	16.95 грн/шт
	Печиво Тус солений со сметаной и луком 100г	16.95 грн/шт

	Печиво солений со вкусом піциTuk 100г	16.95 грн/шт
Yaguch	Печиво Yaguch «Марія»180г	10.80 грн/шт
	Печиво Yaguch Нежный 180г	10.80 грн/шт
	Печиво Yaguch Сливочный 180г	10.80 грн/шт
Фуршет	Печиво Традиційний солоний Фуршет	43.15 грн/кг
Здрaво	Печиво простые Настоящие Здрaво 300г	24.80 грн/шт
	Печиво Сеньор Батонио Бисквит 350г	26.85 грн/шт

Отже, в торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» асортимент печива є доволі широким, зокрема : реалізується печиво фасоване (49 найменувань), печиво вагове (54 найменування), пряники (3 найменування), крекери(20 найменувань). Затяжного печива – 18 найменувань. Всього 126 найменувань, серед яких 17 найменувань печива імпортного походження.

Коефіцієнт стабільності асортименту печива становить 0,98, що говорить про те, що асортимент є стабільним. Коефіцієнти широти і глибини товарного асортименту (0,55 та 0,93) свідчать про достатню насиченість асортименту печива у ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

2.3 Товарознавча оцінка якості затяжного печива

Товарознавча оцінка затяжного печива проводилася за дослідженням маркування, пакування, органолептичними та фізико-хімічними показниками.

На пакуванні наведено інформацію, яка регламентується чинними нормативними документами. Результати аналізу представлені у Додатку Г.

За результатами досліджень упакування та маркування обраної для досліджень продукції можна визначити, що всі обрані зразки відповідають вимогам Технічного регламенту. Під час порівняння строків придатності, зазначених на маркуванні печива, зі строками придатності, вказаними у ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови», встановлено, що для печива ТМ «Загора» термін придатності становив 11 місяців, ТМ«Ярич» 9 місяців, ТМ «Sloduch» 12 місяців, на зразках «Napolitana CUETARA» та «Petit Veurre» було вказано лише кінцевий термін споживання.

Згідно з ГОСТ 24901-2014 «Печиво. Общие технические условия» термін придатості встановлює виробник [10].

Результати дослідження органолептичних показників подано у табл.2.7.

Таблиця 2.7

Балова оцінка органолептичних показників

Позначення	«Napolitana CUETARA» Зразок №1	«Крокетний сладич» Зразок №2	«Petit Beurre» Зразок №3	«Марія Yarych» Зразок №4	«Марія Загора» Зразок №5
Зовнішній вигляд	5	4	4	5	4
Смак	4	4	3	4	3
Запах	5	4	4	5	4
Вигляд у розломі	4	4	4	4	3
Колір	4	5,0	4	5	4
Середній бал	4,4	4,2	3,8	4,6	3,6

Результати органолептичної оцінки зтяжного печива показали, що лише за показником вигляду у розломі зтяжне печиво ТМ «Загора» не відповідало встановленим вимогам на даний вид продукції, а саме містило сліди непромісу. Найвищий бал за органолептичними показниками отримав зразок №4 ТМ «Yarych» - Україна 4,6 балів та Зразок № 1 ТМ «Napolitana CUETARA» - Іспанія – 4,4 бали.

Решта обраних для дослідження зразків печива за усіма органолептичними показниками, а саме формою, станом поверхні, кольором, смаком, запахом і виглядом у розломі, відповідали вимогам, що пред'являються ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови» [10].

Результати дослідження фізико-хімічних показників подано у табл.2.8.

Таблиця 2.8

Фізико-хімічні показники якості

Позначення	Вимоги ДСТУ 3781:2014	«Napolitan a Зразок №1	«Крокетни й сладич» Зразок №2	«Petit Beurre» Зразок №3	«Марія Yarych» Зразок №4	«Марія Загора» Зразок №5
Масова частка вологи, %	5,0-9,0	5,7	5,5	6,1	6,2	5,8
Лужність, град не більше ніж	2,0	1,7	1,3	1,2	1,5	1,4
Намочуваність, % не менше ніж	130,0	137	142	136	138	135

Аналіз результатів дослідження фізико-хімічних показників свідчить про те, що масова частка вологи досліджуваних зразків печива коливалась в межах 5,5-6,2% і відповідала ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови». Найвищі значення показника вологості мали зразки ТМ «Загора», «Petit Beurre», що пов'язано з більшою товщиною печива цих ТМ порівняно з іншими. Лужність зтяжного печива різних ТМ складала від 1,2 до 1,7 град., причому найнижчу лужність мало печиво ТМ «Petit Beurre», а найвищу – печиво ТМ «CUETARA», що свідчило про швидку здатність до псування. Стосовно намочуваності, то всі зразки відповідали встановленим вимогам.

Результати дослідження мікробіологічних показників подано у табл.2.9.

Таблиця 2.9

Мікробіологічні показники зтяжного печива

Позначення	Вимоги ДСТУ 3781:2014	«Napolitana» Зразок №1	«Крокетний слодич» Зразок №2	«Petit Beurre» Зразок №3	«Марія Yarych» Зразок №4	«Марія Загора» Зразок №5
МАФАМ, КУО в 1 г, не більше ніж	5×10^3	$2,3 \times 10^2$	5×10^3	6×10^3	$4,2 \times 10^2$	7×10^3
БГКП(коліформи)	відсутні в 0,1 г	відсутні	відсутні	відсутні	відсутні	відсутні

Отже, під час дослідження мікробіологічних показників було встановлено, що за кількістю МАФАМ зразки № 1 ТМ «Napolitana», № 4 ТМ «Yarych» та зразок №2 «Крокетний слодич» відповідали вимогам ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови», у решти зразків, кількість МАФАМ перевищувала допустимі значення, а саме БГПК були відсутні у всіх досліджуваних зразків.

За результатами товарознавчої оцінки якості зтяжного печива можна навести наступну градацію представлених зразків: зразок № 4 ТМ «Yarych» - Україна, зразок № 1 ТМ «Napolitana CUETARA» - Іспанія, зразок №2 «Крокетний слодич». Ці три зразка відповідали вимогам ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови».

2.4 Аналіз конкурентоспроможності зтяжного печива

Якість – комплексне поняття, яке включає як органолептичні і фізико-хімічні показники, нами розраховано комплексний показник якості (подано у табл.2.10.)

Кількісні значення показників якості продукції визначаються такими групами методів: експериментальними - базуються на застосуванні технічних засобів і дозволяють оцінити якість продукції найбільш об'єктивно; органолептичними - засновані на аналізі сприйняття органів чуття - зору, нюху, слуху, дотику, смаку.

Точність і достовірність такого аналізу залежать від кваліфікації, навичок і здатності осіб, що визначають якість цими методами. Вони широко застосовуються для визначення показників якості кондитерських виробів.

Для вираження показників, що визначаються такими методами, звичайно використовується бальний спосіб, тобто умовна система балів; соціологічними - на основі збору і аналізу думок фактичних або можливих споживачів; експертними - на основі рішень, що приймаються групою фахівців-експертів.

На практиці досить широко застосовується показник "рівень якості продукції". Це відносна характеристика якості, отримана шляхом порівняння його показників з будь-якими базовими (вихідними) показниками або аналогічними виробами інших виробників.

Розрахувавши інтегральний показник якості було встановлено, що найбільший інтегральний показник якості має зразок №1 ТМ «Napolitana»- 0,98, зразок № 4 ТМ «Ярич» – 0,95, зразок № 2 ТМ «Slodych» - 0,84 , зразок № 3 ТМ «Petit Beurre» - 0,72, а найнижчий зразок № 5 – ТМ «Загора» - 0,68 за рахунок органолептичних показників якості, зокрема форма та стан поверхні, вигляд у розломі, колір, смак, запах.

Зразок №5 мав сліди непромісу, тому за інтегральним показником якості має найнижче значення.

Фізико-хімічні показники у всіх представлених зразків були в межах норми і суттєво не вплинули на визначення інтегрального показника якості.

У загальному вигляді конкурентоспроможність товару характеризується його споживними властивостями.

Як товар-конкурент при визначенні конкурентоспроможності було обрано зразок №4 ТМ «Ярич», бо саме ця торгова марка печива знаходиться на найвищій сходинці серед вподобань споживачів, до того ж ціна зтяжного печива даної торгової марки представлена низьким ціновим сегментом. Основними споживачами є такі категорії споживачів: студенти, особи середнього віку, пенсіонери.

До органолептичних та фізико-хімічних показників було включено також естетичні показники, зокрема дизайн, зручність упакування, стійкість друкувальних фарб, що були переведені у балові характеристики.

Серед економічних показників було включено роздрібну ціну за 100 г та розраховано відносний показник параметру діленням ціни досліджуваного товару на ціну товару-конкуренту.

Оцінку конкурентоспроможності зтяжного печива було здійснено шляхом розрахунку інтегрального показника відносної конкурентоспроможності (подано у табл.2.11.).

На основі проведених розрахунків визначено найбільш конкурентоспроможний зразок відносно товару-конкуренту – зразок № 4 ТМ «Ярич».

Таблиця 2.10

Порівняльна кваліметрична оцінка зтяжного печива

Показники	К. ваг. a_i	P_i ет	P_i бр	ТМ «Napolitana»		ТМ «Sloduch» Білорусь		ТМ «Petit Beurre» Ізраїль		ТМ «Ярич» Україна		ТМ «Загора» Україна	
				P_i	P_i	P_i	P_i	P_i	P_i	P_i	P_i	P_i	P_i
Органолептичні													
Зовн. вигляд (форма, поверхня)	0,12	5	2	5	1,0	4	0,67	4	0,67	5	1,0	4	0,67
Смак	0,19	5	2	4	0,67	4	0,67	3	0,33	4	0,67	3	0,33
Запах	0,13	5	2	5	1,0	4	0,67	4	0,67	5	1,0	4	0,67
Вигляд у розломі	0,12	5	2	4	0,67	4	0,67	4	0,67	4	0,67	3	0,33
Колір	0,12	5	2	4	0,67	5,0	1,0	4	0,67	5	1,0	4	0,67
Фізико—хімічні													
Масова частка вологи, %	0,12	5	9,1	5,7	1,2	5,5	1,1	6,1	1,4	6,2	1,4	5,8	1,2
Лужність, град	0,10	1,1	2,1	1,7	2,5	1,3	1,3	1,2	1,1	1,4	1,4	1,4	1,4
Намочуваність, %	0,10	145	129	137	0,5	142	0,8	136	0,4	138	0,6	135	0,4
Інтегральний показник якості	\sum_1			0,98		0,84		0,72		0,95		0,68	

Результати розрахунків інтегрального показника конкурентоспроможності

Показники	Коефіцієнт вагомості, a(i)	ТМ «Ярич» Україна	ТМ «Napolitana» Іспанія	
		Товар-конкурент	P _i	Q _i
1	2	3	4	5
Функціональні				
Зовнішній вигляд (форма, поверхня)	0,09	5	5	1
Смак	0,1	4	4	1
Запах	0,09	5	5	1
Вигляд у розломі	0,07	4	4	1
Колір	0,06	5	4	0,8
Масова частка, %:				
Масова частка вологи, %	0,1	6,2	5,7	0,92
Лужність, град	0,15	1,4	1,7	1,21
Намочуваність, %	0,12	138	137	0,99
Збірний параметричний індекс по функт. пок-кам			0,79	
Естетичні				
Дизайн	0,1	3	4	1,33
Зручність упакування	0,06	4	4	1,00
Стійкість друк. фарб	0,06	4	4	1,00
Збірний параметр. індекс по естет. пок-кам.			0,25	
Економічні показники:				
Роздрібна ціна, грн./100 г	-	8	24	3
Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності	(1)		0,85	

Отже, найвище значення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності порівняно зі зразком-конкурентом ТМ «Ярич» має зразок №5 ТМ «Загора» виробництва України, інтегральний показник відносної конкурентоспроможності даного зразка становить 0,93, а також зразок №2 ТМ «Слодич» виробництва Білорусь, інтегральний показник відносної конкурентоспроможності якого становить 0,87.

Високий показник відносної конкурентоспроможності печива зтяжного зразок №5 ТМ «Загора» зумовлений низькою ціною порівняно з представленими імпортними зразками, фізико-хімічні показники даного зразка знаходились в межах нормованих значень, проте даний зразок за органолептичними показниками містить сліди непромісу, чим програє імпортним зразкам печива.

Зразок №2 ТМ «Слодич» також має високий інтегральний показник відносної конкурентоспроможності, який становить 0,87 за рахунок органолептичних показників, таких як смак, запах, колір, вигляд у розломі, проте має високу ціну порівняно з товаром-конкурентом ТМ «Ярич».

Зразок № 3 «Petit Beurre» виробництва Ізраїль також має високий інтегральний показник відносної конкурентоспроможності, який становить 0,86 за рахунок зниженої ціни порівняно зі зразком №2 ТМ «Слодич» та за рахунок естетичних показників.

Найнижчий інтегральний показник відносної конкурентоспроможності має зразок №1 ТМ «Napolitana» виробництва Іспанія, що спричинено високою ціною та показником лужності порівняно з товаром-конкурентом, проте за органолептичними показниками даний зразок має найвищі значення поряд з товарами-конкурентами.

Таким чином, за результатами проведених досліджень встановлено, що якість зтяжного печива вітчизняного виробництва не поступається за якістю імпортній продукції. Вітчизняним виробникам слід звернути увагу на якість сировини та оптимізувати технологію виготовлення зтяжного печива.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ЗАТЯЖНОГО ПЕЧИВА НА МАТЕРІАЛАХ ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

3.1 Характеристика зовнішньо-економічної та фінансово-господарської діяльності ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Аналіз фінансово--економічного стану виконано на підприємстві ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» , що займається реалізацією продовольчої та непродовольчої груп продукції по всій території України.

ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» є юридичною особою, яка здійснює свою діяльність відповідно до Статуту та законодавства України. Діє на ринку України, зокрема міста Києва, з 1998 року.

Основні види діяльності:

Код КВЕД 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами (основний);

Код КВЕД 47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах;

Код КВЕД 68.10 Купівля та продаж власного нерухомого майна;

Код КВЕД 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна [47].

Наразі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» працює в усіх регіонах України: мережа нараховує 74 магазини, які щоденно відвідують десятки тисяч людей. Середня торгова площа наших магазинів складає від 300 до 4500 кв. м. У киян є можливість замовити продуктовий кошик в інтернет-магазині «Фуршет» - www.efurshet.com.

ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» пропонує широкий асортимент продукції незмінно високої якості у різному ціновому діапазоні – понад 20 000 найменувань українських та імпортних товарів. Більш ніж 80% товарів - українського виробництва.

Метою підприємства є ефективна реалізація продукції, методом пропозиції – співвідношення високоякісного товару й доступної ціни [47].

Горизонтальний та вертикальний аналіз активу балансу подано у таблиці 3.1

Таблиця 3.1

Горизонтальний та вертикальний аналіз активу балансу

Актив	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
I. Необоротні активи	52364	58348	53645	59865	52392	11,4	-8,1	-2,3	0,1
II. Оборотні активи	34125	34256	33852	32900	38360	0,4	-1,2	-2,8	16,6
Запаси	23548	24569	26547	27342	31280	4,3	8,1	3,0	14,4
Дебіторська заборгованість за продукцію, роботу, послуги	1254	786	795	754	1930	-37,3	1,1	-5,2	156,0
Гроші та їх еквіваленти	1056	689	765	894	1084	-34,8	11,0	16,9	21,3
III. Витрати майбутніх періодів	104	125	198	179	98	20,2	58,4	-9,6	-45,3
Баланс	81425	82645	84562	85340	90966	1,5	2,3	0,9	6,6

Проведені розрахунки свідчать, що обсяг необоротних активів спочатку зменшується протягом 2014-2016 років, проте у 2017 ситуація стабілізується. Обсяг оборотних активів також зростає з року в рік, дебіторська заборгованість зростає, що є негативною тенденцією, що засвідчує низький рівень можливостей швидкого генерування прибутку підприємства. Обсяг грошових коштів та їх еквівалентів також зростає, що є позитивним, а витрати майбутніх періодів спадають. В цілому баланс підприємства має позитивну динаміку протягом 2013-2017 років.

За аналізований період майно товариства поступово збільшувалось і становить на кінець періоду 90966 тис.грн. Така зміна зумовлена і збільшенням оборотних активів на 5460 тис.грн., а також необоротних активів на 58 тис.грн.

ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» щороку подає Звіт про фінансові результати (Баланс на 31 грудня 2016/2017 року), Форму №2, Звіт про власний капітал (Форма №4), Звіт про рух грошових коштів (Форма №3), Примітки до річної фінансової звітності (Форма №5) (Додаток Д.) [48,49].

Для оцінювання майнового стану доцільно розрахувати показники (коефіцієнти), які характеризують виробничий потенціал підприємства.

Горизонтальний та вертикальний аналіз пасиву балансу подано у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Горизонтальний та вертикальний аналіз пасиву балансу

Пасив	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
I. Власний капітал	37452	37823	38956	39977	40360	1,0	3,0	2,6	0,9
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	29564	28963	27985	28192	29742	-2	-3,4	0,7	5,5
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	18652	16852	16965	17171	20864	-9,6	0,6	1,2	21,5
Поточна кредиторська заборгованість за продукцію, роботу, послуги	11258	12356	10856	11533	9610	9,7	-12,1	6,2	-16,7
Інші поточні зобов'язання	1435	1456	1568	1664	1490	1,4	7,7	6,1	-10,4
Баланс	81425	82645	84562	85340	90966	1,5	2,3	0,9	6,6

Проведені розрахунки свідчать, що обсяг власного капіталу зростає протягом 2014-2017 років, обсяг довгострокових зобов'язань також зростає з року в рік, дебіторська заборгованість зростає, що є негативною тенденцією, що засвідчує низький рівень можливостей швидкого генерування прибутку підприємства. Поточна кредиторська заборгованість за продукцію, роботи, послуги також спадає на 16,7% у 2017 році. В цілому баланс підприємства має позитивну динаміку протягом 2013-2017 років.

Розрахунок показників фінансової стійкості подано у таблиці 3.3

Таблиця 3.3

Показники фінансової стійкості

Найменування коефіцієнта	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
Фінансової автономії(КФА)	0,351	0,456	0,443	0,469	0,444	29,9	-2,9	5,9	-5,3
Фінансової заборгованості(КФЗ)	0,521	0,569	0,623	0,531	0,556	9,2	9,5	-14,8	4,7
Фінансової залежності(КФЗал)	2,135	2,265	2,145	2,133	2,253	6,1	-5,3	-0,5	5,6

Закінчення таблиці 3.3

Найменування коефіцієнта	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
Покриття боргу(КПБ)	1,135	1,234	1,436	1,418	1,357	8,7	16,4	-1,25	-4,3
Довгострокової фінансової незалежності (КДФН)	0,695	0,713	0,685	0,799	0,771	2,6	-3,9	16,6	-3,5
Фінансової автономії(КФА)	0,351	0,456	0,443	0,469	0,444	29,9	-2,9	5,8	-5,3
Фінансової заборгованості(КФЗ)	0,521	0,569	0,623	0,531	0,556	9,2	9,5	-14,7	4,7

Отже, показники фінансової стійкості ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» показують, що підприємство функціонує за рахунок позикового капіталу, коефіцієнт фінансової заборгованості та фінансової залежності зростає у 2017 порівняно з 2013 роком. Коефіцієнт покриття боргу спадає, що свідчить про фінансову залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування його діяльності [50,51].

Також було проведено визначення типу поточної фінансової стійкості, подано у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Визначення типу поточної фінансової стійкості

Найменування показника	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
Обсяг запасів і витрат(ЗВ)	25645	26458	26546	27521	31378	3,2	0,3	3,7	14,0
Обсяг чистого оборотного капіталу (ЧОК)	14985	15236	16452	15777	17652	1,7	8,0	-4,1	11,9
Обсяг «Нормальних» джерел фінансування (НДФ)	26687	27610	29835	28086	29602	3,5	8,1	-5,9	5,4
Тип фінансової стійкості	2	2	2	2	2				

На основі інформації балансу не можна виявити наявність прострочених банківських кредитів та позик і простроченої кредиторської заборгованості.

На основі інформації балансу встановлено, що тип фінансової стійкості ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» протягом 2013-2017 років - 2 тип – нормальна $ЧОК < 3B \leq НДФ$ [52,53].

Показники оцінки ліквідності і платоспроможності підприємства подано у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Показники оцінки ліквідності і платоспроможності підприємства

Найменування показника	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
Загальний коефіцієнт покриття	1,654	1,562	1,785	1,916	1,839	-5,56	14,3	7,34	-4,0
Проміжний коефіцієнт покриття	0,486	0,435	0,420	0,463	0,474	-10,49	-3,4	10,24	2,3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,051	0,051	0,053	0,052	0,052	0,00	3,9	-1,89	0,0
Коефіцієнт відволікання оборотних активів у запаси	0,803	0,826	0,817	0,816	0,831	2,86	-1,1	-0,12	1,8
Коефіцієнт відволікання оборотних активів у дебіторську заборгованість	0,954	0,852	1,034	1,031	0,951	-10,69	21,3	-0,29	-7,7

Отже, показники ліквідності і платоспроможності показують, що загальний коефіцієнт покриття оборотних активів поточними пасивами зменшується у 2017 році, порівняно з 2016 та 2015 роком., проте проміжний коефіцієнт покриття зростає у 2016-2017 роках, коефіцієнт абсолютної ліквідності підприємства залишається незмінним, коефіцієнт відволікання оборотних активів у запаси збільшується, а також коефіцієнт відволікання оборотних активів у дебіторську заборгованість зменшується у 2017, що є позитивним.

Показники оцінки рентабельності підприємства розраховано за величиною чистого прибутку до витрат, подано у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Показники оцінки рентабельності підприємства

Найменування показника	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
Рентабельність діяльності	1,3	1,5	1,7	1,6	1	15,3	13,3	-5,8	-37,5
Рентабельність витрат	8,2	9,5	9,7	13	8,1	15,8	2,1	34,0	-37,7
Рентабельність активів	8,7	9,4	8,3	10,5	6,6	8,0	-11,7	26,5	-37,1
Рентабельність власного капіталу	8,56	11,7	10,8	11,1	7,5	36,7	-7,6	2,7	-32,4
Економічна рентабельність	19,2	22,1	24,3	23,8	19,1	15,1	9,9	-2,0	-19,7

Отже, показники оцінки рентабельності ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» свідчать про те, що підприємство несе збитки, проте у 2017 році збиток впав майже у 2 рази. Рентабельність діяльності, витрат, активів, власного капіталу та економічна рентабельність спадає, що спричинено економічною кризою в країні.

Проаналізувавши господарську діяльність ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» варто відмітити, що основним видом діяльності є роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Компанія має у своєму складі ряд структурних підрозділів, серед яких, консалтингові, фінансові та будівельні компанії [57,58].

На основі дослідження фінансово- економічних показників діяльності ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» можна запропонувати такі заходи з метою підвищення ефективності його функціонування: - забезпечити ефективність використання основних засобів підприємства з метою зниження питомих непрямих витрат у собівартості продукції; - підвищити інтенсивність використання обігових активів підприємства з метою зниження питомої ваги позикових коштів у їхній загальній сумі; - знизити використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили й робочого часу; - вивчити можливість розширення обсягів і ринків збуту продукції (товарів) з метою подальшого збільшення обсягів реалізації,

грошових надходжень і отримуваних прибутків та розробити необхідні заходи щодо її втілення в життя.

3.2 Особливості організації та проведення операцій з імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Імпорт зтяжного печива відбувається для продажу на внутрішньому ринку, здійснюється з метою ширшого задоволення потреб споживачів та диверсифікації продукції.

Його обсяг не значний. Імпортна виручка в 2016 році впала, проте у 2017 знов відновила свої позиції. Це пояснюється коливаннями курсу валют, в яких заключаються імпортні контракти. Через цей же фактор можна спостерігати підвищення середньої ціни імпорту.

Географічна структура імпорту ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» подано на рис. 3.1.

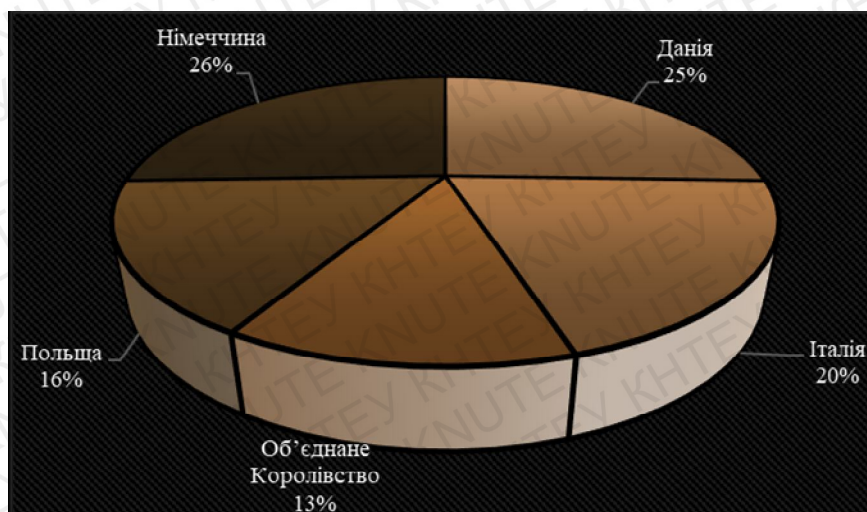


Рис. 3.1. Географічна структура імпорту ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2017 році зображена на рис. 3.1.

З аналізу географічної структури імпорту, можна зробити висновок, що найбільшу частку зтяжного печива підприємство імпортує з Німеччини, Данії та Італії, найменшу частку імпортує з Об'єданого Королівства (13 %) [47,67].

Товарна структура імпорту ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» за 2017 р. подано у табл.

3.7.

Таблиця 3.7

Товарна структура імпорту ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» за 2017 р.

Країна	Продукція, к-сть пачок				
	Вівсяне печиво	Здобне печиво	Цукрове печиво	Затяжне печиво	Печиво дієтичного призначення
Данія	101	144	234	131	95
Італія	128	324	283	115	90
Об'єднане королівство	101	135	178	132	65
Польща	99	250	158	125	120
Німеччина	128	403	352	175	164
Швейцарія	80	70	119	106	95

За 2017 рік найбільшу частину імпорту становило здобне печиво (28,2 %), цукрове печиво (28,1 %), затяжне печиво (16,7 %), вівсяне печиво (13,5 %), Їх поставки здійснюються з всіх зазначених країн та становили значну частину. Найменшу частку імпорту займає печиво дієтичного призначення (13,3 %).

Головною умовою проведення імпортової операції є її ефективність. На сучасному етапі будь-який суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності вирішує проблему підвищення ефективності імпортованих операцій. В поточних умовах ведення бізнесу вирішення цієї проблеми є надзвичайно важливим [68].

Обчислення показників ефективності імпорту на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» проводилося із застосуванням декількох підходів до оцінки прибутковості зовнішньоторговельних операцій, зокрема :

1. За показниками економічної ефективності імпорту.
2. За відношенням цін імпортованих товарів на внутрішньому та зовнішньому ринках.
3. За системою показників оцінки ефективності конкретних зовнішньоторговельних угод.

Результати застосування першого підходу до оцінки прибутковості зовнішньоторговельних операцій за показниками економічної ефективності імпорту подано у табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Показники економічної ефективності імпорту

Найменування показника	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
I. Вартість реалізації імпортного печива на внутрішньому ринку, тис. грн (ВРім)	5380	5456	5119	4894	5232	1,4	-6,2	-4,4	6,9
II. Витрати на імпорт зтяжного печива, тис. грн (Вім)	4463	4471	4098	3970	4213	0,2	-8,3	-3,1	6,1
-контрактна вартість зтяжного печива	2027	2352	2256	2124	2137	16,0	-4,1	-5,9	0,6
-сума митних платежів	756	689	765	894	1084	-8,9	11,0	16,9	21,3
-вартість накладних витрат	1680	1430	1077	952	992	-14,9	-24,7	-11,6	4,2
III. Абсолютний економічний ефект від імпорту, тис.грн	917	985	1021	924	1019	7,4	3,7	-9,5	10,3

В результаті проведення розрахунків абсолютного економічного ефекту імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», можна зробити висновок, що прибуток від реалізації імпортного печива зростає у розрізі 2013-2017 років, причому у 2017 порівняно з 2016 році абсолютний економічний ефект зріс майже на 20 %. Розширення кола імпортних партнерів сприятиме підвищенню абсолютного економічного ефекту від імпорту.

Застосування другого підходу за співвідношенням цін на внутрішньому та зовнішньому ринках базується на абстрагуванні від факторів виробництва та технологій, що діють в різних країнах, а також від торговельних бар'єрів, що виникають при імпорті [69].

Враховується вплив цін на імпортовані товари, а також критерій зовнішньоекономічної діяльності – кожна сторона угоди отримує прибуток.

Результати оцінки прибутковості зовнішньоторговельних операцій з використанням жругого підходу подано у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Оцінка ефективності імпорту зтяжного печива на внутрішній ринок

Найменування показника	Абсолютні величини, тис. грн					Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	14/13	15/14	16/15	17/16
I. Ціна одиниці імпортного зтяжного печива на внутрішньому ринку, грн (Рвнутр.)	41,88	42,32	81,86	117,5	124,1	1,1	93,4	43,5	5,6
II. Ціна одиниці імпортного зтяжного печива на зовнішньому ринку, \$ (Рзовн.)	5,12	5,08	4,89	4,86	4,64	-0,8	-3,7	-0,6	-4,5
Курс обміну іноземної валюти на національну	8,18	8,33	16,74	24,18	26,73				

В результаті проведення розрахунків за показниками економічної ефективності за співвідношенням цін на внутрішньому та зовнішньому ринках було встановлено, що співвідношення Рвнутр/Рзовн не менше, ніж офіційний курс обміну іноземної валюти на національну, що свідчить, що операції з імпорту на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» є прибутковими. Також спостерігається зниження ціни на зовнішньому ринку відповідно через курс долара зростає ціна на внутрішньому ринку у 2015 порівняно з 2014 роком на 93,4 %, у 2016 порівняно з 2015 роком на 43,5 %, у 2017 порівняно з 2016 роком на 5,6 %.

На зовнішньому ринку коливання цін незначне та зменшується з 2013 року до 2017 року.

Підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» уклало імпортні контракти на поставки зтяжного печива з таких країн як Данія (CIF) , Італія (FOB) , Польща (EXW) , Швейцарія (FCA). Співробітництво з іноземними партнерами триває уже близько 10 років і є економічно ефективним [47,48,71].

Було проаналізовано ефективність імпортних угод, укладених ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» подано у табл.3.10.

Таблиця 3.10

Умови угод імпорту зтяжного печива

Країна-експортер	Найменування			
	Данія	Італія	Польща	Швейцарія
Ціна за одиницю, \$	4,6	4,3	4,2	4,5
Орієнтовна ціна реалізації на внутрішньому ринку України	129	120	118	127
Загальна кількість	1200 пачок	1300 пачок	1150 пачок	1050 пачок
Умови постачання	СІF(Одеса)	FOB(Рим)	EXW(Варшава)	FCA(Женева)
Ставка митного тарифу \$ за 1 кг	1	0,5	0,1	0,2
Курс НБУ на час здійснення платежів	28,2	28	28,1	28,3

Данія (СІF – «вартість, страхування та фрахт») продавець виконав постачання, коли товар перейшов через поручні судна в порту відвантаження. Італія (FOB – «Франко борт») означає, що продавець виконав постачання, коли товар перейшов через поручні судна в названому порту відвантаження. Польща (EXW – «Франко завод») означає, що продавець вважається таким, що виконав свої обов'язки з постачання, коли він надасть товар у розпорядження покупця на своєму підприємстві чи в іншому названому місці (наприклад: на заводі, фабриці, складі). Швейцарія (FCA - "франко-перевізник" означає, що продавець доставить товар, який пройшов митне очищення, зазначеному покупцем перевізнику до названого місця. Вибір місця постачання вплине на зобов'язання по завантаженню і розвантаженню товару на даному місці. Якщо поставка здійснюється в приміщенні продавця, то продавець несе відповідальність за відвантаження [72,73].

Структура витрат, пов'язаних із закупівлею зтяжного печива та його реалізацією на внутрішньому ринку включає : витрати на транспортування, навантаження, страхування, розвантаження, матеріальні витрати, комісійні

експедитора, понесені імпортером, витрати на оплату праці та відрахування від ФОП подано в табл. 3.11.

Таблиця 3.11

Структура витрат до ціни контракту, %

Найменування	CIF(Одеса)	FOB(Рим)	EXW(Варшава)	FCA(Женева)
Витрати на транспортування до кордону	-	-	15	16
Морський фрахт	-	22	-	-
Автомобільний фрахт	12	-	-	-
Витрати на страхування	10	7	7	6
Витрати на навантаження	0,1	0,5	3	0,3
Витрати на розвантаження	0,1	0,5	4	2
Комісійні експедитора	3	0,7	0,5	0,5
Витрати на території України	1			
Матеріальні витрати імпортера	1,7	1,5	0,9	2,5
Витрати на оплату праці	7	5	5	5
Відрахування від ФОП	38,3% від ФОП	38,3% від ФОП	38,3% від ФОП	38,3% від ФОП

Визначення ефективності імпортних угод ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» подано у табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Оцінка ефективності імпортних угод ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Найменування	CIF(Одеса)	FOB(Рим)	EXW(Варшава)	FCA(Женева)
Фактурна вартість партії(ФВ), грн	155664	156520	135723	133718
Митна вартість партії(МВ)	191623	203006	169658	163537
Розрахунок суми мита	1916	1015	167	327
Розрахунок податку на додану вартість	38708	40804	33965	32773
Розрахунок імпоротної вартості партії	324449	343489	285306	281191
Розрахунок виручки від реалізації на внутрішньому ринку, грн	532698	485326	425689	425489
Розрахунок ефекту	208249	141837	140383	144298

імпортової операції, грн				
Коефіцієнт ефективності імпортової операції	1,64	1,41	1,49	1,51

Провівши оцінку ефективності імпортних угод, укладених ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», варто відмітити, що найбільш ефективною є угода на умовах CIF (Одеса) імпортера Данії – 1,64, на другій позиції за ефективністю FCA(Женева) – 1,51, на третьому EXW (Варшава) – 1,49.

Отже, на основі проведених розрахунків можна зробити висновок, що імпортна діяльність зятяжного печива, впроваджена на підприємстві є достатньо ефективною, проте потребує вдосконалення та розширення збутової діяльності, а також збільшення географії імпорту. Система управління імпортом потребує формування достовірного та оперативного інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у системі зовнішньоекономічної діяльності :

- 1) усебічний облік усіх складових елементів витрат та результатів ЗЕД у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;
- 2) зведення витрат і результатів для зіставлення до однакових кількісних одиниць виміру та виключення дублювання даних;
- 3) дисконтування різних за терміном витрат, доходів та результатів ЗЕД;
- 4) зіставлення даних поточного періоду з даними базового періоду для оцінювання поточного стану зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання та опрацювання пропозицій щодо поліпшення ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується [78,81].

3.3. Напрями вдосконалення операцій з імпорту зятяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Імпортні операції будуть більш успішні, якщо вихід підприємства на зовнішній ринок буде не тільки добре продуманий, всебічно обґрунтований, але і впливатиме з довгострокових цілей.

Досвід розвинених країн у сфері підвищення ефективності імпорту свідчить про те, що одним із основних методів зміцнення позицій на ринку є використання концепції логістики, їхнє використання дає змогу підприємствам ефективно діяти на внутрішньому і на зовнішньому ринках.

Оскільки невід'ємною частиною логістичного циклу є наявність інформаційного потоку, який охоплює збір даних про матеріальний потік, їх передачу, оброблення, систематизацію й видачу, то схематично цей ланцюг можна зобразити таким чином (рис.3.2.) [81].

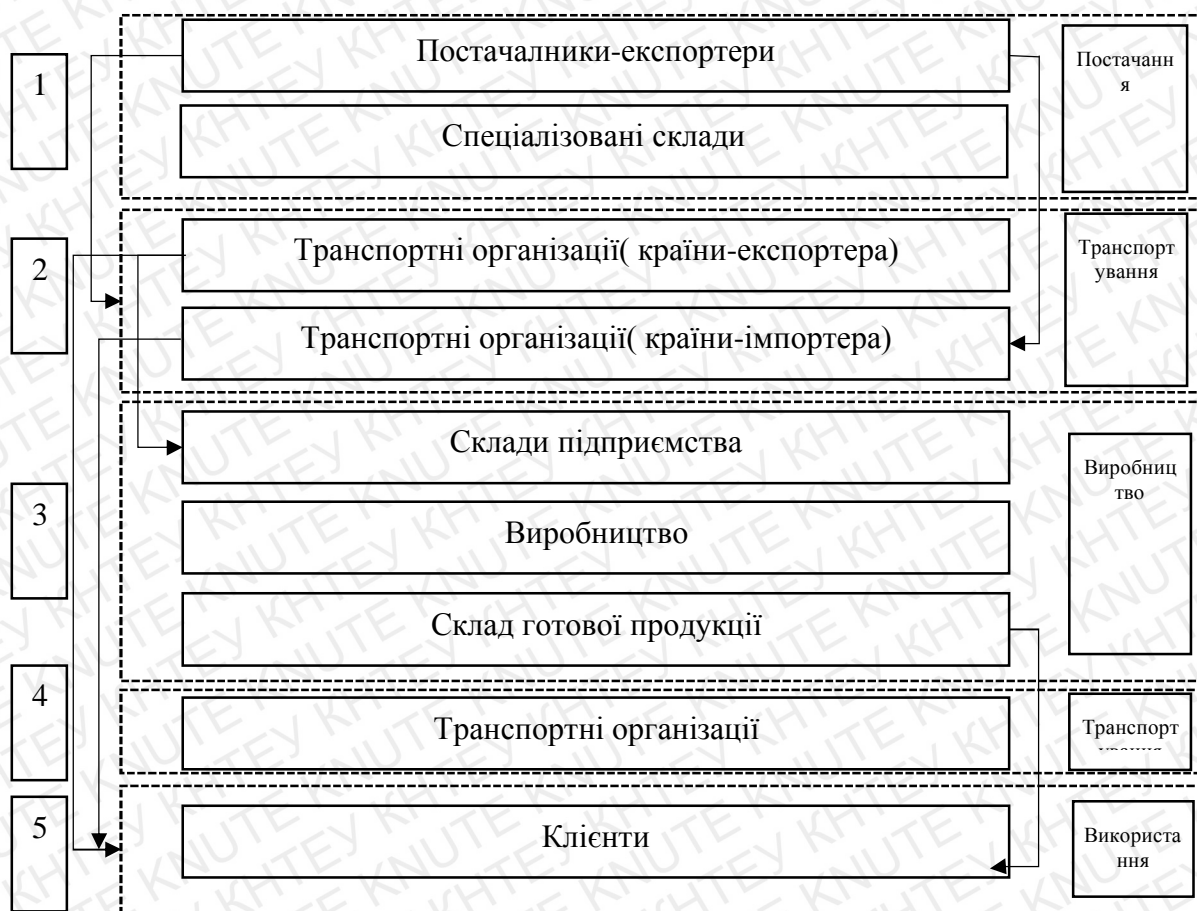


Рис.3.2. Загальна схема логістичного ланцюга при здійсненні імпортих поставок

Загальна схема логістичного ланцюга при здійсненні імпортих поставок включає:

- 1 етап : логістика постачання імпортих товару;
- 2 етап : логістика транспортування ;
- 3 етап : логістика виробництва та збуту (виробничо-торгівельна) ;

4 етап : логістика транспортування ;

5 етап : логістика маркетингу [79,81].

Можна сказати, що логістичний ланцюг – це об'єднання підсистем, кожна з яких зберігає свою автономію. Як бачимо, загальна схема логістичного ланцюга під час здійснення імпортного постачання сформована з кількох підсистем: постачання, транспортування, виробництва (збуту) та споживання. При цьому, в логістичному ланцюгові доцільно формувати дві підсистеми транспортування – одна з яких буде забезпечувати експортно-імпортні операції, а інша – внутрішньо-організаційні операції.

Використання логістичного системного підходу до операцій; створення інтегрованої системи отримання та обміну інформацією; використання графічних та табличних методів при обробці інформації у імпортних операціях можуть бути мінімізовані за допомогою логістики та системного підходу.

Пропозиції стосуються розширення географії імпорту з європейських країн, зокрема з Іспанії через ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО». Було запропоновано використати вексельно-форфейтингову схему розрахунків, яка має на меті застрахувати продавця від можливого ризику неоплати шляхом авальювання рахунку банком покупця.

Для удосконалення ефективності фінансового механізму розрахунків при імпортних операціях ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» пропонується впровадження вексельної схеми розрахунків покупцем-нерезидентом 100% авальюваним векселем та його фактор врахування в комерційному банку - нерезиденті з отриманням до 80% суми готівкових коштів по векселю без очікування повної оплати відгруженої партії.

Обраним методом стала вексельно-форфейтингова схема розрахунків, за якої банк надає гарантії стосовно проведення оплати. Схема операцій та грошових потоків при розрахунках в зовнішньоекономічних операціях імпорту за механізмом вексельної відстрочки оплати банківського переказу (максимальний ризик імпортера) при наступних умовах контракту - надання імпортером-нерезидентом авальюваного банком імпортера простого векселя зі строком пред'явлення до

погашення до 80 днів (не більше контрольного строку в 90 днів) в обмін на документи по відгрузці продукції на умовах EWX – франко-склад імпортера на заводі (складі) в Україні.

Встановлюючи ціну на свій товар, необхідно звернути увагу не лише на закордонних конкурентів, але й на вітчизняних, що працюють на даному ринку. Так, їхні ціни коливаються в межах 4,5-5 доларів за упаковку фасованого печива.

Оскільки ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» робить лише перші кроки по завоюванню даного ринку, то доцільно буде встановити ціни нижчі ніж в конкурентів, проте не забуваючи про максимізацію свого прибутку.

За умови фіксування запропонованої ціни, контрактна вартість товарів, що мають імпортуватися становить:

- зтяжне печиво – 1000 пачок ? 4,5 дол/п = 4500 тис. дол.; ціна на внутрішньому ринку 129грн/пачку.

- здобне печиво – 1100 пачок ? 5 дол/п = 5500 тис. дол. ; ціна на внутрішньому ринку 159 грн/пачку.

У випадку стабільності курсу національної валюти і утримання її на позиціях, закладених в бюджеті на 2018 рік (28,2 грн/дол) ефективність імпорту за внутрішніми та зовнішніми цінами наступна:

- ефективність імпорту зтяжного печива :

$$E_{iz} = 126900 \text{ тис.} / 129000 \text{ тис.} = 0,98.$$

- ефективність імпорту здобного печива :

$$E_{izd} = 155100 \text{ тис.} / 159000 \text{ тис.} = 0,97.$$

В обох випадках показник не досягає позитивного значення (більше 1), що пояснюється тим, що підприємство навмисне занизило ціни в порівнянні з внутрішніми та цінами конкурентів для отримання цінової переваги і завоювання ринку.

Розрахуємо показник економічного ефекту імпорту:

Показник економічного ефекту імпорту ($E_{e.i.}$) розраховується шляхом віднімання від вартості імпортової продукції на внутрішньому ринку ($B_{iv.p.}$) витрат на її придбання (B_i):

$$Ee.i = V_{iB.p.} - B_i = 129000 \text{ тис.} - 96900 \text{ тис.} = 32\,000 \text{ тис. грн}$$

$$Ee.i = V_{iB.p.} - B_i = 159000 \text{ тис.} - 109800 \text{ тис.} = 49\,200 \text{ тис. грн}$$

Проведені розрахунки свідчать про ефективність операцій з імпорту здобного печива з Іспанії через ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО».

В порівнянні з внутрішніми цінами продажу, підприємство недоотримує прибуток, що пов'язане зі становищем новичка на ринку. Але одночасно це дає можливість збільшити кількість продукції, що продається, збільшивши тим самим прибутки компанії. Заключення договору на рік з іспанським підприємством ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО», одна з найбільших компаній в секторі виробництва хлібобулочних виробів: виробник солодких і солоних закусок, печива, тортів і тістечок відповідно до традицій Андалусії. про щомісячні поставки дає гарантію замовлень, а відповідно і припливу валюти до підприємства.

Прогноз прибутку ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» було виконано за допомогою функції передбачення MS EXCEL (подано у табл.3.13).

Таблиця 3.13

Прогноз прибутку ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Роки	Чистий прибуток, тис грн
2013	298 359
2014	325 648
2015	315 625
2016	285 741
2017	304 839
2018	297 958
2019	306 112
2020	384 012

На основі проведених розрахунків можна стверджувати, що прибуток ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» буде збільшуватись у зв'язку з запровадженням нового проекту з ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО» дозволить додатково збільшувати прибуток щомісяця на 100 тис. грн.

Початкові витрати проекту подано у таблиці 3.14.

Таблиця 3.14

Початкові витрати проекту ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО»

Стаття витрат	Вартість, тис.грн	Сукупні витрати
Оренда торгової площі	200	1006,8
Транспортні послуги	200	
Оплата юридичних послуг	50	
Закупівля допоміжного обладнання	150	
Оплата праці	100	
Електроенергія	63	
Страховання	80	
Витрати на імпортовану продукцію	163,8	

Розрахунок строку окупності проекту на основі методу екстраполяції (вивчення попереднього розвитку об'єкта і перенесення закономірностей його розвитку в минулому і сьогодні на майбутнє) подано у таблиці 3.15.

Таблиця 3.15

Строк окупності проекту ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО»

Стаття витрат		Початкові інвестиції	2019 рік	2020 рік
Чистий грошовий потік, млн.грн	Витрати	1006,8	-1056,3	-1085,6
	Надходження		+1653,6	+1586,8
Чистий дисконтований грошовий потік, млн грн	Витрати		-1108,6	-1176,8
	Надходження		+2308,7	+2386,7.
	Всього		1200,1	1209,9
Накопичений чистий дисконтний грошовий потік, тис грн			-1208,8	+1152,5
Дисконтний множник			0,769	0,592
Термін окупності				0,99

З наведених даних, можна зробити висновок, що строк окупності проекту буде становити $= 1 + 1208,8 / 1209,9 = 0,99$ роки або 1 рік.

Отже, на основі проведених розрахунків можна зробити висновок, що співпраця з підприємством ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО» буде вигідна для ТОВ ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», прибуток буде поступово збільшуватися на 100 тисяч гривень щомісяця.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У випускній кваліфікаційній роботі наведено науково-практичне обґрунтування і дослідження конкурентоспроможності зтяжного печива вітчизняного та закордонного виробництва та організації імпорту зтяжного печива на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

1. Було проведено аналіз ринку печива, як частини кондитерського ринку України, що розвивається в умовах жорсткої внутрішньої і зовнішньої конкуренції і стимулює постійно вдосконалювати управлінські процеси і забезпечувати високі світові стандарти якості виробленої продукції. Основними гравцями ринку в Україні є Roshen, Konti Group, «АВК», що складають понад 70% частки ринку.

Обсяги експортно-імпорتنих операцій з кожним роком зростають. Основними країнами експорту є інші країни (60%), Російська Федерація (15%), Казахстан (14%), Азербайджан (11%). Проте у 2016-2017 роках експорт до Російської Федерації припинився. Основними країнами імпорту є Російська Федерація (38%), інші країни (35%) та Німеччина (14%), Туреччина (11%).

2. Систематизовано основні вимоги до якості та безпечності печива, а також вивчено основні нормативні документи, зокрема Технічний Регламент щодо правил маркування харчових продуктів, ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови», ГОСТ 24901-2014 «Печенье. Общие технические условия», Наказ МОЗ України від 29.12.2012 р. №1140 «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини», а також Наказу МОЗ України № 329 від 02.07.2004 р. «Періодичність контролю продовольчої сировини та харчових продуктів за показниками безпеки».

3. Досліджено зміну споживних властивостей зтяжного печива у процесі виробництва та зберігання. Печиво сорбує вологу, зволожується, внаслідок чого погіршується його консистенція, смак і запах. За вологості понад 13% печиво

пліснявіє. Жир печива внаслідок зберігання окислюється з утворенням первинних і вторинних продуктів окислення, які погіршують харчову цінність виробів. Всі ці фактори мають прямий вплив на споживні властивості, тому запропоновано введення нових компонентів, зокрема : натуральних екстрактів, добавок, різних видів борошна.

4. Проаналізовано організацію операцій з імпорту зтяжного печива, імпортні поставки зтяжного печива в Україну здійснюються відповідно до коду УКТЗЕД 1905 90 45 00 за пільговою/повною ставкою мита, яка становить 10 %.

5. Виконано порівняння з використанням диференціального, комплексного або змішаного методів. На їх основі приймається рішення про майбутнє виробництво і збут продукції, проведення модернізації, пошук нових ринків збуту, системи товаропросування, можливість забезпечення сервісного обслуговування.

6. Об'єктами дослідження були такі зразки печива : печиво зтяжне «Napolitana CUETARA» – Іспанія, «Крокетний слодич» (ТМ «Slodych») – Білорусь, «Petit Veure» – Ізраїль, «Марія класична» – Україна, с. Старий Яричів, Львівська обл. «Марія Загора» – Україна, м.Кагарлик, Київська обл. Серед критеріїв дослідження використані : маркування, органолептичні, фізико-хімічні, мікробіологічні показники, широта, лина, стабільність товарного асортименту, кваліметрична оцінка якості, конкурентоспроможність. З основних методів дослідження було обрано: органолептичний, інструментальний, аналітичний та вимірювальний. До засобів дослідження якості та безпечності належать нормативні, товаросупровідні документи, методичні рекомендації.

7. Аналіз асортименту в торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» показав, що є доволі широким, зокрема : реалізується печиво фасоване (49 найменувань), печиво вагове (54 найменування), пряники (3 найменування), крекери (20 найменувань), зтяжного печива – 18 найменувань. Всього 126 найменувань, серед яких 17 найменувань печива імпортного походження. Коефіцієнт стабільності асортименту печива становить 0,98, що говорить про те, що асортимент є стабільним. Коефіцієнти широти і глибини товарного асортименту (0,55 та 0,93) свідчать про достатню насиченість асортименту печива у ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

8. Під час проведення товарознавчої оцінки якості було встановлено, що маркування всіх зразків відповідало вимогам ТР щодо маркування харчових продуктів. За результатами товарознавчої оцінки якості зтяжного печива можна навести наступну градацію представлених зразків: зразок № 4 ТМ «Yarych» - Україна, зразок № 1 ТМ «Napolitana CUETARA» - Іспанія, зразок №2 «Крокетний слодич». Ці три зразка відповідали вимогам ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови».

9. Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності порівняно зі зразком-конкурентом ТМ «Ярич» мав зразок №5 ТМ «Загора» виробництва України, інтегральний показник відносної конкурентоспроможності даного зразка становить 0,93, а також зразок №2 ТМ «Слодич» виробництва Білорусь, -0,87 за рахунок органолептичних показників, а також низької ціни порівняно з імпорнтними зразками. Найнижчий інтегральний показник відносної конкурентоспроможності має зразок №1 ТМ «Napolitana» виробництва Іспанія, що спричинено високою ціною та показником лужності порівняно з товаром-конкурентом.

10. За аналізований період майно товариства поступово збільшувалось і становить на кінець періоду 90966 тис.грн. Така зміна зумовлена і збільшенням оборотних активів на 5460 тис.грн., а також необоротних активів на 58 тис.грн. Обсяг власного капіталу зростає протягом 2014-2017 років, обсяг довгострокових зобов'язань також зростає з року в рік, що засвідчує низький рівень можливостей швидкого генерування прибутку підприємства. Поточна кредиторська заборгованість за продукцію, роботи, послуги також спадає на 16,7% у 2017 році. В цілому баланс підприємства має позитивну динаміку протягом 2013-2017 років. Показники ліквідності і платоспроможності показують, що загальний коефіцієнт покриття оборотних активів поточними пасивами зменшується у 2017 році, порівняно з 2016 та 2015 роком., проте проміжний коефіцієнт покриття зростає у 2016-2017 роках.

Показники оцінки рентабельності ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» свідчать про те, що підприємство несе збитки, проте у 2017 році збиток впав майже у 2 рази.

Рентабельність діяльності, витрат, активів, власного капіталу та економічна рентабельність спадає, що спричинено економічною кризою в країні.

11. Провівши оцінку ефективності імпорتنих угод, укладених ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», варто відмітити, що найбільш ефективною є угода на умовах CIF (Одеса) імпортера Данії – 1,64, на другій позиції за ефективністю FCA(Женева) – 1,51, на третьому EXW (Варшава) – 1,49. Імпортна діяльність зтяжного печива, впроваджена на підприємстві є достатньо ефективною, проте потребує вдосконалення та розширення збутової діяльності, а також збільшення географії імпорту.

13. Було запропоновано логістичний ланцюг між ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» та ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО» - це об'єднання підсистем, кожна з яких зберігає свою автономію. В логістичному ланцюгові доцільно формувати дві підсистеми транспортування – одна з яких буде забезпечувати експортно-імпортні операції, а інша – внутрішньо-організаційні операції. Пропонується впровадження вексельної схеми розрахунків покупцем-нерезидентом 100% авальованим векселем та його фактор врахування в комерційному банку - нерезиденті з отриманням до 80% суми готівкових коштів по векселю без очікування повної оплати відгруженої партії.

14. Було розраховано, що ефективність імпорту зтяжного та здобного печива становитиме 98% та 97% відповідно. Незважаючи на це, обґрунтовано необхідність розширення поля діяльності компанії на нові закордонні ринки для розширення меж діяльності підприємства. Аналіз показав, що початкові інвестиції в цьому випадку становитимуть 1006,8 тис. грн, а дисконтований термін окупності проекту становить 1 рік. На основі проведених розрахунків можна стверджувати, що прибуток ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» буде зменшуватись у зв'язку з нестабільною ситуацією з курсом іноземних валют, проте запровадження нового проекту з ТОВ «КОМПАНІЯ БАРБЕРО» дозволить додатково збільшувати прибуток щомісяця на 100 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анализ рынка кондитерских изделий Украины: тенденции. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html>
2. Все в шоколаді. Скільки заробляють РОШЕН і інші кондитерські фабрики з світового топ-100 [Електронний ресурс]// ТСН. – Режим доступу: <https://ru.tsn.ua/infografika/vse-v-shokolade-skolkozarabatyvayut-roshen-i-drugie-konfabriki-iz-mirovogo-top-100-infografika-796964.html>
3. Экспорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Экспорт кондитерських виробів [Електронний ресурс] // Н.В. Микольська // Стаття – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/News/Detail>
5. Закревська Л. М. Сучасний стан та перспективи розвитку експортної політики підприємств кондитерської промисловості України // Л. М. Закревська // Економіка: проблеми теорії і практики: – М.:ЛНУ, 2015. – С. 165.
6. Статистичний збірник. Україна в цифрах. 2017. За редакцією І. М. Жук. Державна служба статистики України, 2017 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.iaastat.kiev.ua
7. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 04.04.2018 № 771/97 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97>
8. Технічний регламент щодо правил маркування харчових продуктів від 28.10.2010 № 487 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11>

9. Закон України «Про захист прав споживачів» від 10.06.2017 № 1023/ XII // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
10. ДСТУ 3781:2014 Печиво. Загальні технічні умови. – Введ. 2015–07–01. – К. : Держспоживстандарт України, 2014. – 14 с.
11. ДСТУ 5024:2008 Вироби кондитерські. Методи визначання кислотності та лужності. – Введ. 2008–10–01. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 12 с.
12. Наказ МОЗ України від 29.12.2012 р. №1140 Державні санітарні норми та правила «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини», зареєстрований в Міністерстві юстиції України від 9 січня 2013р. за № 88/22620// [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0088-13>
13. Наказ МОЗ України від 02.07.2004 р. № 329 Методичні рекомендації «Періодичність контролю продовольчої сировини та харчових продуктів за показниками безпеки», зареєстрований в Міністерстві юстиції України від 7 грудня 2011р. за № 886 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0329282-04>
14. Бачинська Я.О. Формування споживних властивостей галетного печива за допомогою математичного моделювання / Я. О. Бачинська, Т.А. Непочатих // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства та торгівлі. – 2012. – №1. – С. 328-335.
15. Бутейкис Н.Г. Технология изготовления мучных кондитерских изделий : учебник / Н.Г. Бутейкис. – 9-е изд. стер. – Москва : Академия, 2014. – 304 с.
16. Взаємодія мікроелементів : біологічний, медичний, соціальний аспекти / Трахтенберг І.М., Чекман І.С., Линман В.О. [та ін.] // Вісник НАН України. – 2013. – №6. – С.11-20.
17. Давидович О.Я. Нетрадиційні види борошна у кондитерському виробництві/ О.Я. Давидович, Т.М. Лозова // Товарознавство та інновації . – 2011. – №3. – С.229–234.

18. Давидович О.Я. Нетрадиційні види олій у виробництві борошняних кондитерських виробів / О.Я. Давидович, Н.С. Палько // Продукты & Ингредиенты. – 2012. – №3. – С.8–9.
19. Дорохович А. Зберігання борошняних кондитерських виробів / А. Дорохович, Н. Олексієнко // Харчова і переробна промисловість. – 2008. – № 5. – С. 23-28
20. Інноваційні технології печива із застосуванням вівсяного солодового борошна / В. Оболкіна, Н. Ємельнікова, Г. Волощук // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2016. – №4. – С. 16–18.
21. Ковальчук Х.І. Поліпшення жирнокислотного складу нових кексів / Х. І. Ковальчук // Обладнання і технології харчових виробництв. – 2013. №30. – С. 356-361.
22. Магомедов, Г.О. Функциональные пищевые ингредиенты и добавки в производстве кондитерских изделий: учеб. пособие / Г.О. Магомедов, А.Я. Олейникова, И.В. Плотникова. – СПб.: ГИОРД, 2015. – 440 с.
23. Машир Н. Нетрадиційна сировина в кондитерських výroбах знижує їх калорійність і подовжує термін свіжості / Н. Машир, К. Паламарек // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2011. – №7. – С. 18–20.
24. Павлов А.В. Сборник рецептов мучных кондитерских изделий / А.В. Павлов. – 14 изд. – 2012. – 296 с.
25. Пащенко, Л.П. Технология хлебопекарного производства / Л.П. Пащенко, И.М. Жаркова. – СП.: ЛАНЬ, 2014. – 672 с.
26. Пересічна С. Поживна цінність борошняних кондитерських виробів з лецитином соєвим / С. Пересічна // Товари і ринки. – 2018. – №1. – С.91–96.
27. Плутенко Я. Интересное о муке из водоростей, гречки и банановой кожуры / Я. Плутенко, С. Юрова // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2013. – №5. – С. 18–19.
28. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності / А.М. Вічевич, О.В. Максимець. – Львів : Афіна, 2016. – 140 с.

- 29.Бутинець Ф.Ф. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності / Ф.Ф. Бутинець, І.В. Жиглей, В.М. Пархоменко ; за ред. Ф.Ф. Бутинця ; 2-е вид., доп. і перероб. – Житомир : Рута, 2015. – 544 с.
- 30.Гребельник О. П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / О. П. Гребельник – К.: Центр навчальної літератури, 2016. –696 с.
- 31.Грущинська Н.М. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств України в умовах становлення процесів митного регулювання України // Н.М. Грущинська / Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 7 (49).
- 32.Дідьківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник / М. І. Дідьківський – К.: Знання, 2010. – 462 с.
- 33.Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : [навч. посіб.] / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, І.Ю. Сіваченка ; 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2016. – 792 с.
- 34.Бойко Т.Г. Отримання коефіцієнта вагомості для кількісної оцінки якості продукції за складовими непевності оцінювання / Т.Г. Бойко, Б.Ю. Гриневич // Вимірювальна техніка та метрологія. – 2014. – №72. – С.111-118.
- 35.Богач А. Принципи та напрямки аналізу витрат на функціонування логістичних систем // А. Богач / Логістичні системи. - 2016. - № 2.
- 36.Кваліметрична оцінка якості сухих сніданків / В.М. Ковбаса, Н.Г. Миронова, А.М. Дорохович // Харчова промисловість. – 2016. – №47-48. –С. 24-28.
- 37.Луценко Л.М. Современные технологии производства и их социокультурное и экономическое влияние на качество и безопасность продуктов / Л.М. Луценко // Вестник Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта. – 2012. – №9. – С. 163-175.
- 38.Примак Т. О. Конкурентоспроможність товарів : Навч. посіб. — К.: МАУП, 2015. — 228 с.: іл. — Бібліогр.: с. 223-228.
- 39.Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М, 2016 — 216 с.: іл. — Бібліогр.: с. 223-228.

40. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Н.О. Голошубова. – 2-ге вид. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 608 с.
41. ДСТУ 4910:2008 Вироби кондитерські. Методи визначення масових часток вологи та сухих речовин. – Введ. 2009–01–01. – К. : Держспоживстандарт, 2008. – 13 с.
42. ДСТУ 5023:2008 Вироби кондитерські борошняні. Метод визначання здатності до намокання. – Введ. 2010–10–01. – К. : Держспоживстандарт України, 2010. – 13 с.
43. ГОСТ 30518-97 Продукти харчові. Методи виявлення та визначення кількості бактерій групи кишкових паличок (коліформних бактерій) . – Введ. 2001–07–01. – К. : Держспоживстандарт України, 2001. – 12 с.
44. ДСТУ 4683:2006 Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин. – Введ. 2007–01–01. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 16 с.
45. ДСТУ 4619:2006 Вироби кондитерські. Правила приймання, методи відбору та підготовки проб. – Введ. 2006–07–01. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 8 с.
46. ДСТУ ISO 4833:2006 Мікробіологія харчових продуктів і кормів для тварин. Горизонтальний метод підрахунку мікроорганізмів. Техніка підрахування колоній за температури 30°C (ISO 4833:2003, IDT) - На заміну ДСТУ ISO 4833:2005 (ISO 4833:1991, IDT) . – Введ. 2007–10–01. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 11 с.
47. Офіційний сайт Фуршет [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://furshet.ua/>
48. Вакульчик О.М. Визначення зон економічних ризиків на основі аналізу показників економічної безпеки підприємства / О.М. Вакульчик, Д.П. Дубицький // Економіст. – 2009. – № 8. – С. 40–43.
49. Васенко В.К. Валютно-фінансовий механізм зовнішньо-економічної діяльності: Навч. посібник / В. К. Васенко – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 216 с.

- 50.Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / О.П. Гребельник ; 3–те вид., перероб. та доп. –К. : Центр учбової літератури, 2008. – 432 с.
- 51.Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : [навч. посіб.] /За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. – К. : Освіта України, 2012. – 300 с.
- 52.Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : [навч. посіб.] / За ред. О.В. Шкурупій. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
- 53.Івасів Б. С. Міжнародні розрахунки: Підручник / Б. С. Івасів – Тернопіль: Карт–бланш, 2009. – 223 с.
- 54.Інфографіка: хто контролює кондитерський ринок в Україні? [Електронний ресурс] // – Режим доступу: http://www.liga.net/infografica/323868_sladkie-brendy-kto-kontroliruet-konditerskiy-rynok-ukrainy.htm
- 55.Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Навч. посібник / О. Л. Каніщенко – К.: Політехніка, 2017. – 214 с.
- 56.Ковальчук Х.І. Поліпшення жирнокислотного складу нових кексів / Х. І. Ковальчук // Обладнання і технології харчових виробництв. – 2013. №30. – С. 356-361.
- 57.Козик В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Я.С. Карп'як та ін. - 2–ге вид., перероб. і доп. - К.: Центр навчальної літератури, 2016. - 608 с.
- 58.Корніковський Д. О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України / Д.О. Корніковський // Економіка харчової промислово-сті – 2014. – С. 47.
- 59.Магомедов, Г.О. Функциональные пищевые ингредиенты и добавки в производстве кондитерских изделий: учеб. пособие /Г.О. Магомедов, А.Я. Олейникова, И.В. Плотникова. – СПб.: ГИОРД, 2015. – 440 с.

60. Мазаракі А.А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: монографія / А.А. Мазаракі, Д.М. Пшеслинський, І.В. Смолін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 384 с.
61. Машир Н. Нетрадиційна сировина в кондитерських виробках знижує їх калорійність і подовжує термін свіжості / Н. Машир, К. Паламарек // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2011. – №7. – С. 18–20.
62. Нилова Л.П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров: Учебник / Л.П. Нилова. – 2-е изд. – Высшее образование. Гриф, 2013. – 448 с.
63. Олейникова, А.Я. Технология кондитерских изделий: учебник / А.Я. Олейникова, Л.М. Аксенова, Г.О. Магомедов. – СПб.: РАПП, 2010. – 672 с.
64. Омельченко Н.В. Розробка програми для визначення комплексного показника якості товарів / Н.В. Омельченко, Л.М. Губа, // Товарознавство та інновації. – 2009. – № 1. – С.4-9.
65. Основи раціонального і лікувального харчування / П.О. Карпенко, С.М. Пересічна, І.М. Грищенко, Н.О. Мельничук : [за заг. Ред. П.О. Карпенка]. – Київ : Київ.нац.торг.-екон.ун-т. 2011. – 504 с.
66. Павлов А.В. Сборник рецептов мучных кондитерских изделий / А.В. Павлов. – 14 изд. – 2012. – 296 с.
67. Пащенко, Л.П. Технология хлебопекарного производства / Л.П. Пащенко, И.М. Жаркова. – СП.: ЛАНЬ, 2014. – 672 с.
68. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квітня 1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
69. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України, № 771/97 ; за станом на 01 січня 2016 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua>
70. Профілактика мікробіологічного псування – основа стабільної якості хлібобулочних виробів у теплий період року // ООО «Лесафар Украина» // Хлебный бизнес. – 2013. – №3. – С.40-42.

71. Рум'янцев А. П., Рум'янцева Н. С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посібник / А. П. Рум'янцев, Н. С. Рум'янцева – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 384 с.
72. Саллі В. І., Трифонова О. В., Швець В. Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник / Саллі В. І., Трифонова О. В., Швець В. Я. – К.: ВД «Професіонал», 2009. – 176 с.
73. Сирохман І. В., Лебединець В. Т. Асортимент і якість кондитерських виробів. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 624-636 с.
74. Сирохман І. В., Задорожний І. М., Пономарьов П. Х. Товарознавство продовольчих товарів: Підручник. - К.: Лібра, 2007. – 322-357 с.
75. Упаковка Укрпластика для кондитерської випечки [Електронний ресурс] // Мир продуктів : портал продовольственої промисленості.– Режим доступу : <http://www.proinfo.com.ua>
76. Чуйко А.М. Подовження термінів зберігання пісочного печива з використанням нетрадиційних добавок / Чуйко А.М., Томашевська Р.Я., Соболев Ю. В. // Соціум. Наука. Культура : матеріали ІІ Всеукр.наук.-практ. інтернет-конф. – Ч.2. – Київ : Меганом, 2007. – С.63.
77. Effects of dietary fatty acids and carbohydrates on the ratio of serum total to HDL cholesterol and on serum lipids and apolipoproteins : A meta-analysis of 60 controlled trials / P.P. Mensink, P.L. Zock, D.M. Kester [et al] // Am.J. Clin. Nutr. – 2003. – 77. – P. 1146-1155.
78. Use of sourdough fermented wheat germ for enhancing the nutritional, texture and sensory characteristics of the white bread / C. G. Rizzello, L. Nionelli, R. Coda, etc. // European Food Research And Technology. – 2010. – V. 230. – P. 645 – 650.
79. Quality of wheat germ oil obtained by cold pressing and supercritical carbon dioxide extraction / M. M. Ozcan, A. Rosa, M. A. Dessi, etc. // Czech Journal of Food Sciences (CJFS). – 2013. – V. 31. – № 3. – P. 236 – 240.
80. IMARC. Wheat Starch Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2017 – 2022, Analytical Study, 2016. URL: <https://www.imarcgroup.com/food-and-beverage/Wheat-Starch-Market-Global-Industry-Trends-Share-Size-Growth-Opportunity-and-Forecast-2017-2022-Analytical-Study-2016/>

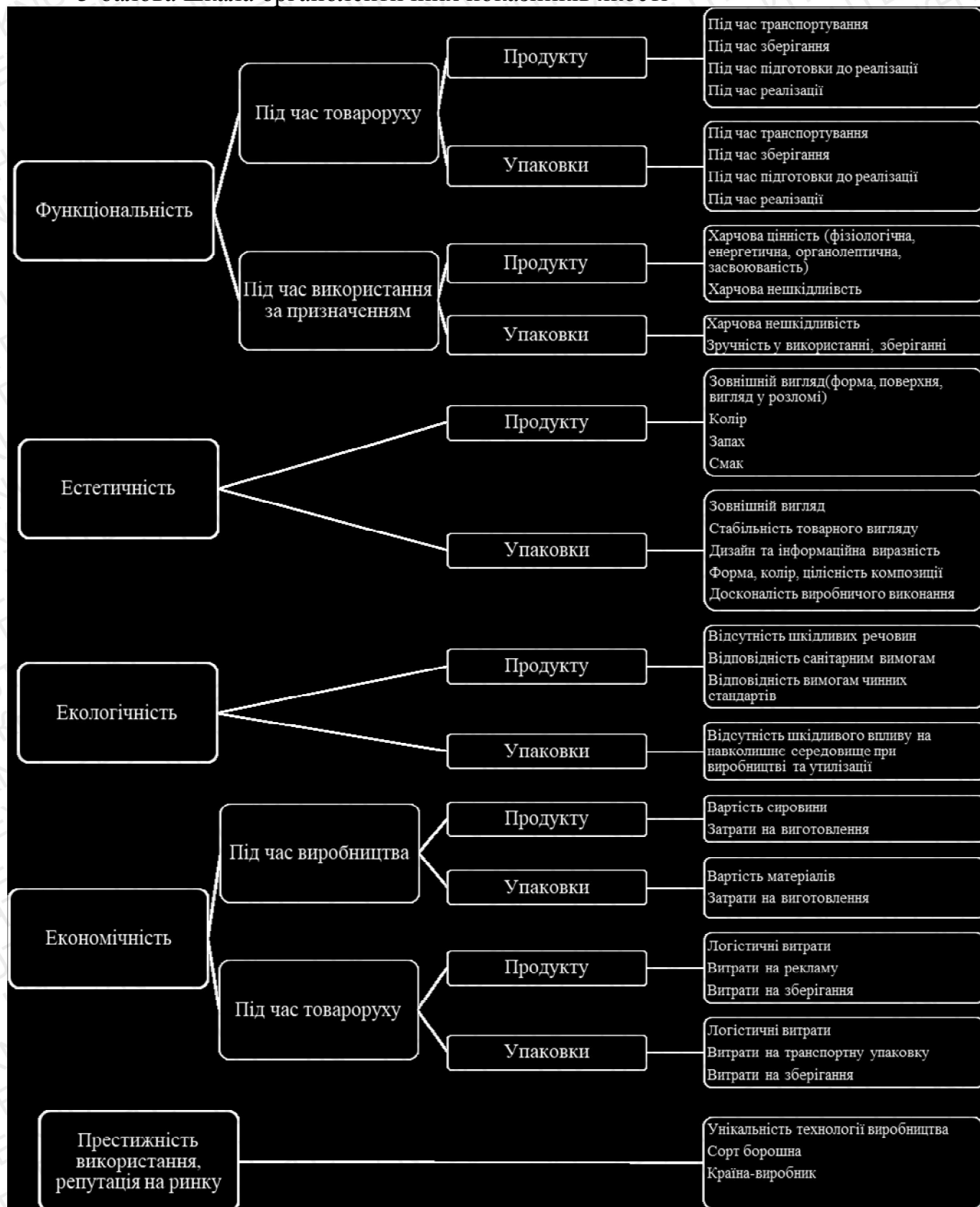
//www.pdf-archive.com / 2017 / 10 / 10 / wheat-starch-market / wheat-starch-market. Pdf

81. *Wheat starch production, structure, functionality and application – review* / K. Shevkani, N. Sing, R. Bajaj, etc. // *International journal of food science & technology*. – 2017. – V. 52. – № 1. – P. 38 – 58.

«Дерево властивостей» зatoryжне печиво

Додаток Б
Додаток В

5-балова шкала органолептичних показників якості



Бали	Показники		Характеристика, бали		
	5	4	3	2	1
Форма	Правильна, що відповідає цій назві печива, без вмятин, краї рівні та фігурні	Правильна, що відповідає цій назві печива, вироби надломлені не більше як 5% від маси нетто пакувальної одиниці, краї рівні та фігурні	Правильна, що відповідає цій назві печива, вироби надломлені більше як 5% від маси нетто пакувальної одиниці, краї рівні та фігурні	Правильна, що відповідає цій назві печива, з вмятинами, краї нерівні та фігурні	Неправильна, що не відповідає цій назві печива, з вмятинами та надривами, краї нерівні
Поверхня	Гладка з чітким малюнком на лицьовій стороні, не підгоріла, без вкраплень крихт	Гладка з чітким малюнком на лицьовій стороні, не підгоріла, з вкрапленнями крихт	Гладка з нечітким малюнком на лицьовій стороні, не підгоріла, з вкрапленнями крихт	Гладка з нечітким малюнком на лицьовій стороні, підгоріла, зі значними вкрапленнями крихт	Негладка з нечітким малюнком на лицьовій стороні з невеликими здутинами, зі значними вкрапленнями крихт
Колір	Властивий, різних відтінків, рівномірний	Властивий, нерівномірний	Властивий, різних відтінків, зі слідами підгорілості	Властивий, нерівномірний, зі слідами підгорілості	Невластивий, значна частка підгорілих виробів
Смак і запах	Властиві печиву цієї назви, без сторонніх запахів і присмаків	Властиві печиву цієї назви, менш інтенсивно виражений, без сторонніх запахів і присмаків	Не виражений смак і запах	Не виражений смак з стороннім відтінком	З наявністю стороннього присмаку і аромату
Вигляд у розломі	Пропечене печиво з рівномірною пористістю, без пустот	Пропечене печиво з рівномірною пористістю, з невеликими пустотами	Пропечене печиво з нерівномірною пористістю, з пустотами	Пропечене печиво з нерівномірною пористістю, зі слідами непромісу	Недостатньо пропечене печиво з нерівномірною пористістю, з пустотами

Додаток Г

Аналіз маркування зразків зтяжного печива

Вимоги технічного регламенту щодо маркування харчового продукту	Зразок 1 ТМ «Napolitana CUETARA»	Зразок 2 ТМ «Slodych»	Зразок 3 ТМ «Petit Beurre»	Зразок 4 ТМ «Yarych»	Зразок 5 ТМ «Лагода»
Найменування, місце знаходження та номер телефону виробника	Печиво зтяжне «Napolitana CUETARA» з присмаком кориці Cuetaara S.L.U.Herman os Gomez Cuetaara 1; 28590 VILLAREJO DE SALVANES Espana 902 202 106 www.cuetara.es	Печиво зтяжне «Крокетний слодич» (ТМ «Slodych») OAT «Кондитерська фабрика «Slodych» вул.Радіальна 54/2, м. Мінськ Республіка Білорусь,220070 тел..(+375 17) 369-25-30 факс (+375 17) 398-97-29 www.slodych.by	Печиво зтяжне ТМ «Petit Beurre», Gattengno Bros Ltd, адреса - 15 HAYARKON ST BNEI, ISRAEL, TEL-972-3-6186289, FAX-972-3-5707528	Печиво зтяжне «Марія класична» (ТМ «Yarych», ТОВ КФ «Ярич», вул. Заводська ,1, с.Старий Яричів, Львівська обл.,Україна , 80463, тел. 0622473038 www.yarych.com	Печиво зтяжне «Марія» (ТМ «Лагода», ПАТ КФ «Лагода», вул.Фрунзе,99, м. Кагарлик, Київська обл.,Україна , 09200, тел. (044) 7361204 www.lagoda.com.ua
Найменування продукції	Печиво зтяжне				
Кількість в одиницях виміру	213 г	175 г	400 г	155 г	175 г
Часові характеристики придатності	Кінцева дата споживання 03.2019	Кінцева дата споживання 10.2018	Кінцева дата споживання 11.2018	Кінцева дата споживання 11.2018	Кінцева дата споживання 12.2018
Умови зберігання	Зберігати в сухому та прохолодному місці за температури (18+/-5) °C і відносної вологості повітря, що не перевищує 75%				
Умови та рекомендації використання	+	+	+	+	+
Позначення нормативної документації на продукцію	-	ГОСТ 24901 РІ ВУ 100129695.095-2011	-	ДСТУ 3781	ДСТУ 3781
Склад харчового продукту	Борошно пшеничне, рослинна олія(пальмова), цукор, глюкоза та фруктозний сироп, декстроза, сіль, емульгатор – лецитин, розпушувачі (карбонати натрію та амонію), кориця 0,2%, ароматизатор та засіб для обробки борошна (метабісульфіт натрію). Може містити молоко.	Борошно пшеничне першого сорту, цукор, маргарин(масла рослинні рафіновані дезодоровані, масла рослинні модифіковані рафіновані дезодоровані, вода, сироватка суха, емульгатори(лецитин соєвий, моно- та дигліцериди жирних кислот, консервант: сорбат калію, барвник- бета-каротин, ароматизатор «Масло вершкове», антиокислювач : концентрат суміші токоферолів, інвертний сироп, сироватка молочна суха, розрихлювачі(гідрокарбонат натрію, гідрокарбонат амонію, сіль йодована(агент антизлежучий ферроціанід калію)	Борошно пшеничне(вміщує глютен-клітковину), цукор, тверді жири рослинного походження(масло рослинне)- соєве, емульгатор(соєвий лецитин), сіль,розпушувачі(E-503, E-500), штучні ароматизатори.	Борошно пшеничне вищого сорту, цукор, жир рослинний пальмовий, вода питна, молоко сухе знежирене(3%), крохмаль кукурудзяний, емульгатор(концентрат фосфатидний соняшниковий), сіль кухонна, розпушувачі тіста(сіль вуглеамонійна,бікарбонат натрію), ароматизатори(ванілін,мо локо), регулятор кислотності(кислота лимонна), агент для обробки борошна(метабісульфіт натрію), стабілізатор (карбонат кальцію(0,02%).	Борошно пшеничне першого сорту, цукор, жир рослинний пальмовий, інвертний сироп,(цукор, регулятори кислотності: кислота молочна харчова, натрій двовуглекислий), сироватка молочна суха, розпушувачі тіста(сіль вуглеамонійна харчова, натрій двовуглекислий, емульгатор концентрат фосфатидний, сіль кухонна «Екстра», ароматизатор ванілін.

Продовження додатку Г

Вимоги технічного	Зразок 1	Зразок 2	Зразок 3	Зразок 4	Зразок 5
-------------------	----------	----------	----------	----------	----------

регламенту щодо маркування харчового продукту	ТМ «Napolitan а CUETARA»	ТМ «Slodych»	ТМ «Petit Beurre»	ТМ «Yarych»	ТМ «Лагода»
Інформація про генетично модифіковані організми у складі	+	+	+	+	+
Інформація щодо місця походження	Іспанія	Білорусь	Ізраїль	Україна	Україна
Поживна(харчова цінність) та енергетична цінність	Енергетична цінність на 100 г – 489 ККАл білки-6г, вуглеводи 68г, з них цукрів – 26 г, Жири-21 г, в тому числі насичених-9,7г Сіль – 1,1г	Енергетична цінність на 100 г – 400 ККАл білки-8г, вуглеводи – 70г, жирів – 9г.	Енергетична цінність на 100 г – 447 ККАл білки-7,9г, вуглеводи 73, 1 г, з них цукрів – 21,3г, Жири-13,7 г, в тому числі насичених- 5,2г Транс жирів менше 0,5 г Холестерину менше ніж 2,5 мг Соди – 195 мг	Енергетична цінність на 100 г – 431 ККАл білки-8,8 г, вуглеводи 71, 6 г, з них цукрів – 27,9г, Жири-11,6 г, в тому числі насичених- 6,5 г	Енергетична цінність на 100 г – 402 ККАл білки-8,9г, вуглеводи 70,2 г, з них цукрів – 27,6г, Жири-9,5г, в тому числі насичених- 6,7 г
Застереження щодо споживання певними категоріями споживачів	+	+	+	+	+

Додаток Д

Баланс(Звіт про фінансовий стан на 31 грудня 2017)

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2017 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	17	15
первісна вартість	1001	21	21
накопичена амортизація	1002	4	6
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 499	461
Основні засоби	1010	50 852	51 640
первісна вартість	1011	80 687	85 519
знос	1012	29 835	33 879
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	24	334
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	52 392	52 450
II. Оборотні активи			
Знаси	1100	27 342	31 280
Виробничі запаси	1101	2 388	2 795
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	24 954	28 485
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестраховування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	754	1 930
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	283	498
з бюджетом	1135	307	102
у тому числі з податку на прибуток	1136	71	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 729	2 103
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	894	1 084
Готівка	1166	221	273
Рахунки в банках	1167	119	212
Витрати майбутніх періодів	1170	179	98
Частка перестрахованих у отриманих резервах	1180	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

Продовження додатку Д

резервах незароблених премій	1183	-	-
інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	412	1 265
Усього за розділом II	1195	32 900	38 360
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	48	156
Баланс	1300	85 340	90 966

Назва	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2 778	2 778
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	38 682	38 666
Додатковий капітал	1410	1	1
Емійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 484)	(1 085)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Видучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	39 977	40 360
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податки зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	28 192	29 742
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благочинна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	28 192	29 742
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	776	2 340
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	11 533	9 610
розрахунками з бюджетом	1620	302	1 900
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	197
розрахунками зі страхування	1625	89	104
розрахунками з оплати праці	1630	326	396
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	2 481	5 024
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страхового діяльність	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 664	1 490
Усього за розділом III	1695	17 171	20 864
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	85 340	90 966

Продовження додатку Д

Баланс(Звіт про фінансові результати на 31 грудня 2017)

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	304 839	285 741
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
<i>премії підписані, валова сума</i>	2011	-	-
<i>премії, передані у перестраховування</i>	2012	-	-
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	-	-
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(261 717)	(243 828)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	43 122	41 913
збиток	2095	(-)	(-)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	-	-
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	2 688	2 504
у тому числі:	2121	-	-
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(8 871)	(7 019)
Витрати на збут	2150	(26 664)	(25 488)
Інші операційні витрати	2180	(1 646)	(1 832)
у тому числі:	2181	-	-
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>			
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	8 629	10 078
збиток	2195	(-)	(-)
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	17	-
Інші доходи	2240	74	397
у тому числі:	2241	-	-
<i>дохід від благодійної допомоги</i>			
Фінансові витрати	2250	(5 676)	(5 708)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(45)	(322)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатку Д

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	2 999	4 445
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(563)	(951)
Прибуток (збиток) від приписної діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	2 436	3 494
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2 436	3 494

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	4 059	3 298
Витрати на оплату праці	2505	13 361	10 469
Відрахування на соціальні заходи	2510	2 920	2 295
Амортизація	2515	4 296	4 318
Інші операційні витрати	2520	13 385	13 959
Разом	2550	38 021	34 339

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-