

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Ідентифікаційна експертиза та організація ланцюгів поставок шоколадних цукерок»

Студента 2 курсу, 9 м групи,
спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації
«Товарознавство і комерційна
логістика»

Лакісова Максима
Володимировича

Науковий керівник
Док-р т. наук, професор

Мотузка Юлія
Миколаївна

Науковий консультант
канд. екон. наук, доцент

Харсун Людмила
Григорівна

Гарант освітньої програми
док., техн. наук, професор

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2019

АНОТАЦІЯ

Блажиєвська Д.В. Ідентифікаційна експертиза та організація ланцюгів поставок шоколадних цукерок

Випускна кваліфікаційна робота присвячена проведенню ідентифікаційної експертизи шоколадних цукерок та аналізу ефективності організації ланцюгів поставок шоколадних цукерок на підприємство ТОВ «Сільпо-Фуд».

В роботі проаналізовано ринок шоколадних цукерок в Україні, законодавчо-нормативне регулювання їх обігу. Проведено ідентифікаційну експертизу шоколадних цукерок з помадною цукерковою начинкою.

Визначені ланцюги поставок шоколадних цукерок на підприємство ТОВ «Сільпо-Фуд». Запропоновані шляхи до удосконалення постачання шоколадних цукерок на підприємство.

Ключові слова: шоколадні цукерки, ринок, ідентифікація, якість, безпека, постачання.

SUMMARY

Blazhyievska D.V. Identification expertise and organization of the chocolate candy supply chain

The final qualification work is devoted to carrying out the identification expertise of chocolates and the analysis of the effectiveness of the organization of chains of supply chocolates to the enterprise of «Silpo-Food» LLC.

The work analyzes the market of chocolates in Ukraine, legislative and regulatory regulation of their circulation. An identification expertise of chocolates with fondant candy filling was carried out.

Chocolate candy supply chains for «Silpo Food» LLC have been identified. Proposed ways to improve the supply of chocolate candy to the company.

Keywords: chocolate candy, market, identification, quality, safety, supply.

ЗМІСТ

| | С. |
|--|----|
| ВСТУП..... | 9 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІДЕНТИФІКАЦІЙНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК | 11 |
| 1.1 Аналіз стану ринку та законодавчо-нормативне регулювання безпечності та якості шоколадних цукерок | 11 |
| 1.2 Особливості ідентифікаційної експертизи шоколадних цукерок | 21 |
| РОЗДІЛ 2. ІДЕНТИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК З ПОМАДНОЮ ЦУКЕРКОВОЮ МАСОЮ, ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ..... | 26 |
| 2.1 Організація, об’єкт та методи досліджень | 26 |
| 2.2 Ідентифікаційна експертиза шоколадних цукерок з помадною цукерковою масою | 28 |
| РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»..... | 33 |
| 3.1 Характеристика системи постачання шоколадних цукерок на підприємстві ТОВ «Сільпо – Фуд» | 33 |
| 3.2 Підходи до удосконалення ланцюгів постачання шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд»..... | 41 |
| ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ..... | 46 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 48 |
| ДОДАТКИ | 50 |

ВСТУП

Актуальність дослідження. Стабільний динамічний розвиток країни залежить від економічного зростання усіх галузей економіки. Нині в умовах посилення суспільно-економічної кризи, кондитерська галузь України залишається однією з небагатьох, яка продовжує успішно розвиватися. Зростання доходів населення, підвищення його купівельної спроможності та попиту на харчові продукти, посилення вимог покупців до їх якості й безпечності є основними факторами збільшення виробництва в кондитерській галузі.

Ринок шоколадних цукерок є важливою складовою ринку кондитерських виробів України, адже основні позиції на ньому займають саме вітчизняні виробники. При цьому високий рівень конкуренції місцевих виробників забезпечує не тільки якість та смакові характеристики виробленого шоколаду, але й дає змогу підтримувати досить стабільний рівень цін на нього[1].

Безпечність та якість шоколадних цукерок є найважливішими факторами при їх виборі, а отже проведення ідентифікаційної експертизи дає змогу оцінити ці показники і зробити висновки щодо певних виробів.

Мета випускної кваліфікаційної роботи – провести ідентифікаційну експертизу шоколадних цукерок з помадною цукерковою масою та визначити підходи до удосконалення ланцюгів їх постачання на підприємстві ТОВ «Сільпо-Фуд».

Завдання, що поставлені для досягнення мети:

- проаналізувати ринок шоколадних цукерок в Україні;
- ознайомитися з законодавчо-нормативним регулюванням безпечності та якості шоколадних цукерок;

- провести ідентифікаційну експертизу шоколадних цукерок з помадною цукерковою масою різних виробників;
- вивчити ланцюги постачання шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- розробити пропозиції щодо удосконалення якості та постачання шоколадних цукерок.

Об'єктом дослідження є шоколадні цукерки з помадною цукерковою масою, ТОВ «Сільпо-Фуд».

Предметом дослідження є ідентифікація шоколадних цукерок, ланцюги поставок.

Методи дослідження – органолептичні, фізико-хімічні дослідження.

Наукова новизна роботи полягає у встановленні підходів до проведення ідентифікаційної експертизи шоколадних цукерок та шляхів до удосконалення логістичних процесів на підприємстві ТОВ «Сільпо-Фуд».

Практична цінність роботи полягає у розробці рекомендацій щодо удосконалення ланцюгів постачання шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд», що можуть бути використані підприємством.

Апробацію роботи забезпечено виступом на Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» 12 березня 2019 року.

Публікація – за результатами виконання випускної кваліфікаційної роботи опубліковано статтю: «Експертиза якості шоколадних цукерок з помадною начинкою різних виробників» / Д. Блажиевська // Збірник наукових статей студентів «Інновації в підприємстві і торгівлі» / відп. ред. В.А. Осика. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2019. – Ч. 1. – С. 125-129 (дод. А).

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел (50 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи – 57 сторінок. Вона містить 8 таблиць та 10 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІДЕНТИФІКАЦІЙНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК

1.1 Аналіз стану ринку та законодавчо-нормативне регулювання безпеки та якості шоколадних цукерок

Кондитерська галузь – одна з найбільш розвинених галузей харчової промисловості України. За статистичними даними, загальний обсяг виробництва підприємств галузі складає більше 1,5 млн. т продукції на рік, що дозволяє повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку та експортувати значні обсяги продукції закордон. Ринок кондитерських виробів в Україні є таким, що постійно розвивається. Кондитерські вироби значно різняться між собою за складом, якістю, дизайном і споживними властивостями. Майже в кожній людини кондитерські вироби входять в раціон харчування та користуються попитом, насамперед, завдяки вишуканим смаковим властивостям, своєю якістю[2].

Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку, а саме ринку шоколадних цукерок в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95 % в загальному обсязі[3].

Вітчизняний кондитерський ринок є консолідованим і охоплює близько 850 фірм, серед яких є як потужні фабрики, так і невеликі цехи. При цьому 5 компаній-лідерів займають понад 60% у структурі національного виробництва, що свідчить про високу концентрацію на цьому ринку. Загальний обсяг виробництва понад 1 мільйон продукції на рік надає змогу не лише задовольняти потреби внутрішнього ринку, а й експортувати продукцію за кордон.

На рис. 1.1 наведені провідні кондитерські підприємства України та їх частка на ринку[4].

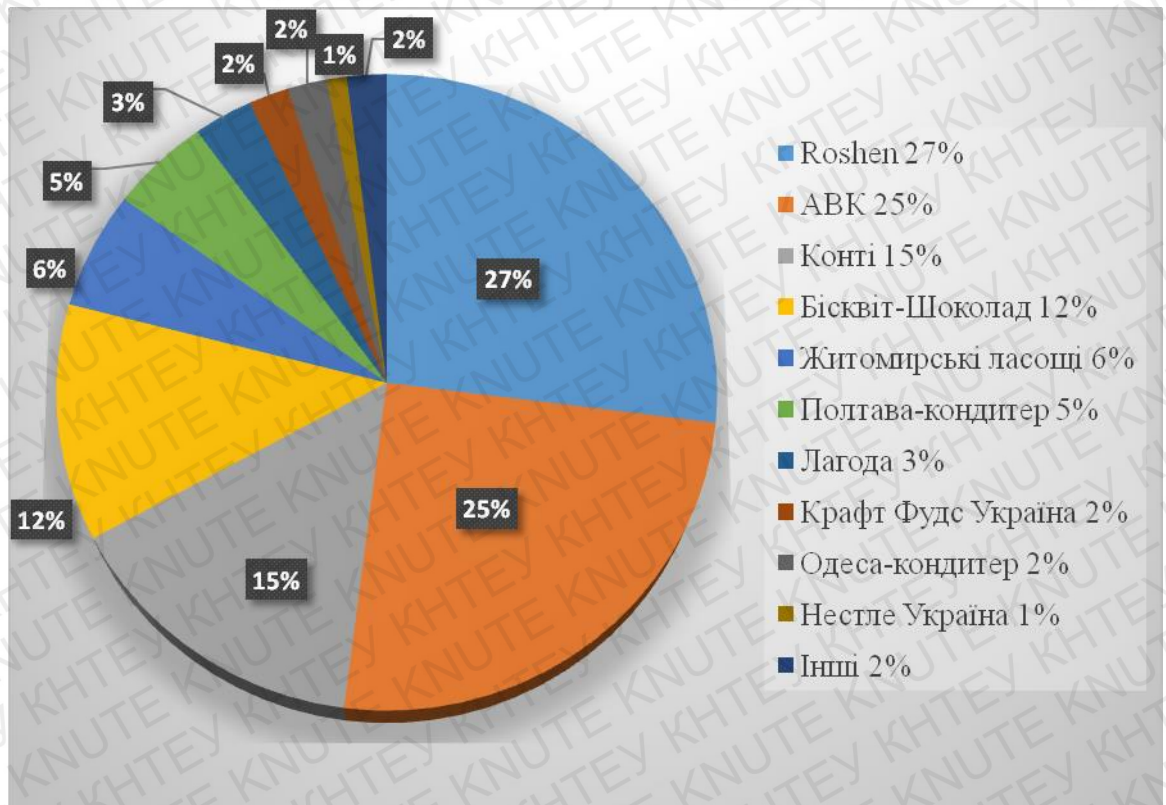


Рис. 1.1 Провідні підприємства кондитерської галузі України

Стабільність української кондитерської галузі сьогодні забезпечують десять підприємств, найбільші з них: «Roshen», «ABK», «Конті», «ХБФ», «Житомирські ласощі». Як видно з рис. 1.1 вони виробляють понад дві третини всієї продукції України[5].

1. *Компанія «Roshen»* займає близько 27 % ринку кондитерської продукції. Під власним брендом ROSHEN виробляє до 200 видів продукції. Загальний обсяг виробництва становить 410 тисяч тон в рік. Продукція представлена в Україні, Росії, Казахстані, Узбекистані, Киргизстані, Азербайджані, Вірменії, Молдавії, Естонії, Латвії, Литві, США, Канаді, Німеччині, Ізраїлі та в інших країнах

2. *Кондитерська компанія «ABK»* складає близько 25 % українського кондитерського ринку, та займає 23,2 % ринку шоколадних виробів. «ABK» робить ставку на просування на ринку ЄС, в першу чергу в Німеччині, і в

арабських країнах. На даний момент компанія сертифікує свою продукцію для початку поставок в Іран.

3. Компанія «Конті» виготовляє близько 15% вітчизняних кондитерських виробів. «Конті» побудувала два сучасні, повністю автоматизовані логістичні центри, ставши компанією-першопрохідцем у логістичній сфері. Продукція «КОНТИ» з успіхом експортується більш ніж до 20 країн світу: Німеччина, Ізраїль, Польща, Латвія, Греція, Ірак, Ємен, Азербайджан, Грузія, Естонія та інші.

4. Корпорація «Бісквіт-Шоколад» займає приблизно 12% ринкового обсягу. До складу корпорацій входить ЗАТ кондитерська фабрика «Харків'янка» і Харківська бісквітна фабрика. Продукція реалізується в усіх регіонах України, а також в країнах СНД, Західної Європи, Близького Сходу, Америки та в Китаї.

Проблемою українського ринку шоколаду і шоколадних цукерок є залежність від імпортової сировини (какао-бобів та какао-порошку), ціни на яку ростуть у зв'язку з дефіцитом на світовому ринку какао, а також знеціненням гривні[6]. Аналізуючи стан ринку шоколадних цукерок в Україні, слід зазначити широкі перспективи для розвитку вітчизняної шоколадної галузі, оскільки існуючий на даний момент у країні рівень споживання цукерок на душу населення має великий потенціал для зросту (за умови поліпшення добробуту населення). За даними Міжнародної дослідницької компанії TNS, кожний українець з'їдає приблизно 3 кг шоколаду і шоколадних виробів на рік. Ця цифра менша східноєвропейського рівня щорічного споживання в 5–6 кг шоколаду на душу населення. У Західній Європі та США споживається також 5–6 кг шоколаду на рік[7].

Основні виробники українського внутрішнього кондитерського ринку успішно випереджають іноземних виробників. Останніх на нашому ринку не багато: голландський концерн «Mars» – традиційний лідер виробництва шоколадних батончиків і постачальник драже і цукерок ТМ «Ferrero». У низці супермаркетів можна знайти шоколадні цукерки італійських компаній «Sorini»,

«Witor's», французьких – «Vahlrona», «Семой», «Jaquot», «Maxim's», бельгійських – «Duc d'Oi Hamlet», німецьких – «Storck, Mauxio» і «P. Reber», скандинавської «Fazer», швейцарських – «Frey», «Midor», «Lindt»[8].

Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках: продукція цієї галузі відповідає європейським показникам якості. Про це свідчить той факт, що українські виробники солодоців традиційно входять до світових топ-рейтингів кондитерів. У 2018 році за результатами світового рейтингу спеціалізованого видання Candy Industry, корпорація «Roshen» посіла 24-те місце з обсягом чистих продажів у \$800 млн, «Konti» – \$469 млн, а «ABK» виявилася на 67-му місці з рівнем чистих продажів у \$275 млн. У лідерах рейтингу – корпорації «Mondelez International» (2-ге місце) і «Nestle» (5-те місце), які володіють вітчизняними брендами «Світоч» і «Корона».

Вітчизняні підприємства щороку інвестують в розвиток галузі значні кошти. На провідних кондитерських фабриках вже проведено повну модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії, значно підвищено технологічність і наукомісткість підприємств[9]. Стратегічні плани українських виробників шоколадних цукерок наведені на рис. 1.2.



Р

рис. 1.2 Стратегія щодо удосконалення виробництва кондитерських виробів

Аналізуючи рис. 1.2 зрозуміло, що враховуючи жорсткі умови ринку, кожне підприємство займається розробкою шляхів до удосконалення виробництва. Безперечним є той факт, що галузь розвивається в умовах жорсткої внутрішньої і зовнішньої конкуренції, що дає ритм до постійного вдосконалення управлінських процесів і забезпечення світових стандартів якості виробленої продукції. Відомо, що великі кондитерські компанії і особливо транснаціональні не можуть успішно розвиватися без експортної діяльності.

Частка експорту в загальному обсязі виробництва окремих підприємств становить від 30% до 70%, що формує та суттєво впливає на їхню стратегічну політику, обумовлює подальше нарощування потенціалу[10].

Частка закордонних торгових марок на українському кондитерському ринку складає лише 5%. Поруч із загальною перспективністю кондитерської галузі слід зазначити, що досить обмеженими є умови розвитку невеликих та нових підприємств. Більшість невеликих кондитерських підприємств

потребують заміни застарілого обладнання та впровадження нових технологій при нестачі власних коштів. Тому виробництво й надалі концентруватиметься в найбільших холдингах. Для невеликих фірм потрібно вирішити фінансові проблеми за рахунок залучення інвестицій.

За даними Державної служби статистики України виробництво шоколадної продукції в країні в 2018 році скоротилася на 6% - до 170,4 тис. тонн. У 2017 році виробники випустили 181,7 тис. тонн товарів[11].

Найбільшу частку експортерів серед виробників кондитерських виробів становлять великі підприємства (15 підприємств). Частка продукції, що експортується, дуже різна. Так, більше 50% підприємств експортують до 30% виробленої продукції, близько 40% підприємств – від 30% до 70% товарів[12].

Країни-експортери українських шоколадних цукерок в 2018 році наведені на рис. 1.3.



Рис. 1.3 Країни-експортери українських шоколадних цукерок

Основною країною-імпортером шоколаду в Україні в грошовому вираженні стала Польща. На її частку припадає 36,8% всіх поставок. Країни-імпортери шоколаду в Україну в 2018 році наведені на рис. 1.4.

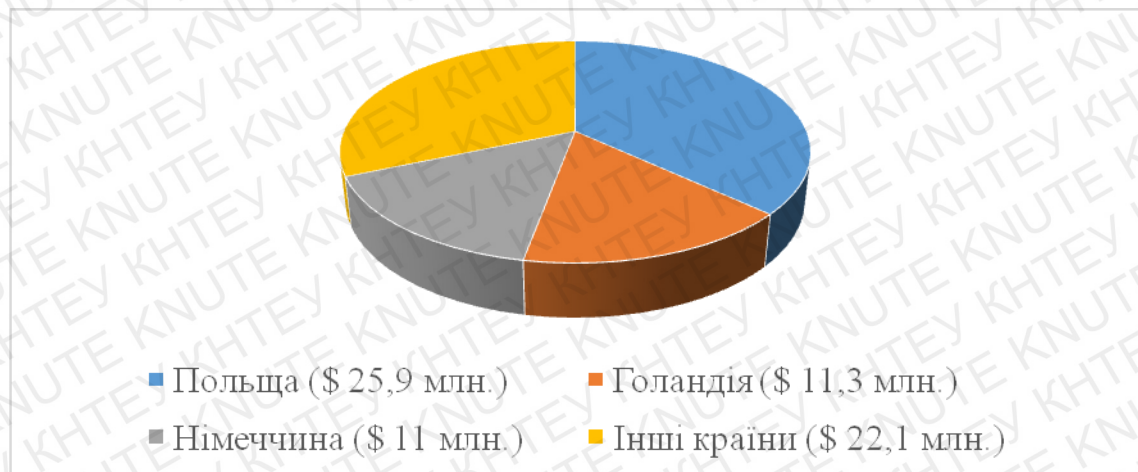


Рис. 1.4. Країни-імпортери шоколаду в Україні

Кондитерське виробництво відрізняється значною залежністю від зовнішніх чинників, сезонністю попиту, високою матеріаломісткістю[13]. Серед основних ризиків діяльності на кондитерському ринку варто виділити наступні:

- *Девальвація національної валюти.* Кондитерська галузь є залежною від імпортової сировини. Девальваційні процеси в Україні, що спричинили з початку 2014 року втрату більш ніж третини вартості національної валюти обумовлюють відносне зростання вартості імпортованих матеріалів для українських виробників. Скорочення реальних обсягів доходів українських споживачів кондитерських виробів, в тому числі внаслідок девальваційних та інфляційних процесів в економіці, негативно впливає на обсяги реалізації продукції на внутрішньому ринку.
- *Політичний ризик.* Тобто реалізація ряду чинників політичного характеру, зокрема проведення бойових дій на сході України, анексія Криму та ескалація напруги в міжнародному політичному середовищі. Наслідками цих подій є зупинка або скорочення обсягів виробництва кондитерської продукції окремими підприємствами; суттєве скорочення експорту внаслідок встановлення обмежень на ввезення українських кондитерських виробів до ряду країн тощо.
- *Загострення конкуренції.* Внаслідок встановлення зони вільної торгівлі між ЄС та Україною, українські виробники будуть працювати в умовах

підвищеної конкуренції, адже скасування мит на імпорт кондитерських виробів з країн ЄС очікувано призведе до збільшення присутності іноземних виробників на ринку солодощів України.

- *Зростання боргового навантаження.* У окремих виробників спостерігається накопичення значного обсягу зобов'язань та скорочення доходів протягом останніх звітних періодів[14].

Сьогодні ринок шоколадних цукерок України майже нічим не відрізняється від європейського, оскільки вітчизняні виробники пропонують різноманітний асортимент кондитерської продукції своїм споживачам. Визначено, що основними економічними факторами, що впливають на потужність кондитерського сектора є демографія населення, ціни на сировину, заробітна плата в галузі, а також ціни на енергоресурси[15].

Головною перевагою українських виробників на зовнішньому ринку найчастіше є ціна на вироби. Отже, аналізуючи стан ринку шоколадних кондитерських виробів в Україні, слід зазначити, що в цілому кондитерська галузь України має передумови для успішного розвитку і високої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках. На провідних кондитерських фабриках вже проведено модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії, значно підвищено технологічність і наукомісткість підприємств[16].

Актуальною проблемою кондитерської галузі є забезпечення харчової безпеки товарів. Це пов'язано із забрудненням навколишнього середовища, мікробіологічною небезпекою та іншими загрозами, які виникають протягом технологічного процесу виробництва продукції. Найбільш дієвими превентивними засобами дотримання вимог безпеки продукції є впровадження дієвих систем контролю якості на підприємствах[17].

Кондитерська галузь розвивається в умовах жорсткої внутрішньої та зовнішньої конкуренції, що сприяє постійному вдосконаленню управлінських процесів і забезпеченню високих світових стандартів якості виробленої продукції. На всіх провідних підприємствах галузі впроваджені та

функціонують системи менеджменту якості, а саме: ДСТУ ISO 22000:2018, ДСТУ-П ISO/TS 22003:2013 та ДСТУ-П ISO/TS 22004:2014[18]. Запровадження систем управління якістю на підприємствах зображено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Стан запровадження міжнародних систем управління якістю на підприємствах – учасниках Асоціації «Укркондпром» станом на 2019 р.

| ISO 9000 | НАССР | ISO 22000 |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Упроваджено на 19 підприємствах | Упроваджено на 11 підприємствах | Упроваджено на 16 підприємствах |

Регулювання безпеки та якості кондитерської продукції визначається методами, які викладені в гармонізованих з міжнародними та європейськими стандартами ISO та EN. На сьогодні їх кількість становить близько 20. На основі цих стандартів здійснюються визначення вмісту нітратів, залишків пестицидів газохроматографічним методом, визначається вміст ацесульфаму-К, аспартаму та сахарину, ізомальту, лактіту, мальтіту, маніту, сорбіту та ксиліту, а також описані методи виявлення генетично модифікованих організмів і продуктів з їх вмістом. Усі дослідження здійснюються за допомогою методів високоефективної рідинної хроматографії.

Згідно з Наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України, технічний комітет стандартизації «Продукція кондитерська та харчоконцентратна» почав розробку нової редакції національного стандарту на шоколад, пріоритетним завданням якого було привести вимоги чинного ДСТУ 3924-2014 до вимог міжнародного стандарту CODEX STAN 87-1981 на шоколад і шоколадні вироби. Аналіз вимог до шоколаду в новій редакції ДСТУ 3924[19] вказує на те, що класифікація шоколаду, терміни та визначення основних його характеристик, масова частка начинки відповідають міжнародному стандарту. Перевагою вимог до шоколаду в новій редакції є

недопустимість додавання до шоколадної маси рослинних жирів (еквівалентів, поліпшувачів какао-масла тощо).

Мінагрополітики розробило проект постанови, в якому прописані нові вимоги до продуктів з какао та шоколаду. У проекті зазначено вимоги щодо термінології та маркування шоколадної продукції і прописана чітка класифікація шоколадних виробів з конкретними вимогами до кожного з них[20].

Сьогодні багато кондитерів використовують в цукерках не шоколад, а шоколадну глазур. До неї входять какао-порошок і рослинний жир, а самого шоколаду немає. Основні вимоги щодо безпечності кондитерської продукції викладено в Законі України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»[21]. За новим підходом контролюється весь ланцюг виробництва харчового продукту. Це дає змогу виявити загрозу на ранньому етапі та запобігти виробництву небезпечного продукту та, відповідно, потраплянню такого продукту до споживача. На законодавчому рівні це закріплено у формі вимог щодо обов'язкового запровадження системи управління безпечності харчових продуктів за принципами НАССР[22].

Контроль безпечності кондитерських продуктів повинна здійснювати:

- Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів;
- Міністерство охорони здоров'я України.

У законодавчо-нормативному регулюванні кондитерських виробів в Україні є багато аспектів, які можна удосконалити. У більшості країн ЄС функції ринкового нагляду, акредитації, захисту прав споживачів розмежовано. Ринковий нагляд здійснюється відповідними інспекціями за галузями економіки або інспекцією нагляду за безпекою промислових товарів та окремо інспекцією нагляду за безпекою харчової продукції[23].

У світі існує велика кількість добровільних схем та стандартів із систем управління якістю та безпечністю харчових продуктів. Зокрема провідні компанії на ринку продовольства прийняли рішення та створили організацію

GFSI («Global Food Safety Initiative» - «Глобальну ініціативу з харчової безпеки») – неприбуткову міжнародну організацію. GFSI об'єднує всіх провідних учасників світового ринку продовольства: роздрібні торговельні мережі, виробників, перевізників та інших учасників ланцюга постачань кінцевому споживачеві, а також фахівців з харчової безпеки і науковців. Більше 20 найбільших світових торговельних мереж (Carrefour, Tesco, ICA, Metro Cash&carry, Migros, Ahold, Wal-mart, Delhaize) становлять «ядро» GFSI[24].

Отже, ринок шоколадних цукерок в Україні досить розвинений, існують провідні підприємства-виробники, що становлять основну частину вітчизняного ринку, а також експортують продукцію за межі країни. Відповідність вимогам харчової безпечності досягається впровадженням і сертифікацією діяльності підприємств і постачальників за стандартами, що гарантують безпеку. Найбільш відомими і поширеними стандартами, що визнаються GFSI, є: FSSC 22000 (Food Safety Certification 22000), International Food Standard (IFS) і BRC Global Standard for Food Safety. У їх основу покладені принципи HACCP.

1.2 Особливості ідентифікаційної експертизи шоколадних цукерок

Широке розповсюдження на українському ринку неякісної, фальсифікованої, зокрема контрафактної харчової продукції, розширення експортно-імпортних постачань з'явилося причиною виділення в особливий вид експертної діяльності ідентифікаційної експертизи. Ідентифікаційну експертизу можна розглядати як один з видів товарної експертизи, оскільки об'єктом дослідження в обох випадках є товарні характеристики продукції[25].

До інформаційних джерел ідентифікації відносяться нормативні документи (технічні регламенти, стандарти, технічні умови, правила та ін.), що регламентують показники якості, які можуть бути використані з метою ідентифікації, а також документи, в тому числі товаросупровідні. Найважливішим інформаційним джерелом при ідентифікації харчових продуктів є маркування, яке повинно містити інформацію, придатну для цілей ідентифікації і підтвердження відповідності. Ідентифікація є обов'язковою

операцією, яка проводиться при будь-якій оцінювальній діяльності, в тому числі експертному оцінюванні[26].

Ідентифікаційна експертиза є основоположною, і всі дії з товаром повинні починатися тільки з неї. Адже дослідний продукт може відноситися до небезпечних продуктів, або включеним в перелік заборонених товарів. Крім того, поки товар не ідентифікований, неможливо правильно оцінити його відповідність, коректно провести експертизу його якості. Ідентифікаційна експертиза товару проводиться з метою встановлення приналежності даного виробу до тієї чи іншої однорідної групи чи певному переліку на основі характерних індивідуальних ознак, приведених в нормативно-технічній і іншій супровідній документації[27].

Склад і порядок робочих етапів при ідентифікації товару визначає експерт. Якщо для ідентифікації експерту достатньо аналізу документів, зовнішнього огляду та органолептичних досліджень, то лабораторні дослідження можуть не проводитися.

При зовнішньому огляді та органолептичних дослідженнях перевіряються як стан і зовнішні характеристики самої продукції, так і упаковка та маркування.

Для ідентифікації товару заявник повинен представити наступні документи:

- контракт (договір) на поставку товарів;
- рахунок-фактуру;
- товаросупровідні документи.

Поряд з цими документами, експерт має право вимагати представити інші документи, необхідні для проведення робіт з ідентифікації товару (копії сторінок з технічних вимог, які містять інформацію про показники ідентифікації)[28].

Якщо є сумніви в справжності продукції, експерт відправляє її в лабораторію на дослідження з використанням інструментальних методів. За

результатами проведеної роботи оформлюється експертне заключення (протокол проведення ідентифікації).

Порядок проведення ідентифікаційної експертизи шоколадних цукерок наведений на рис. 1.5.

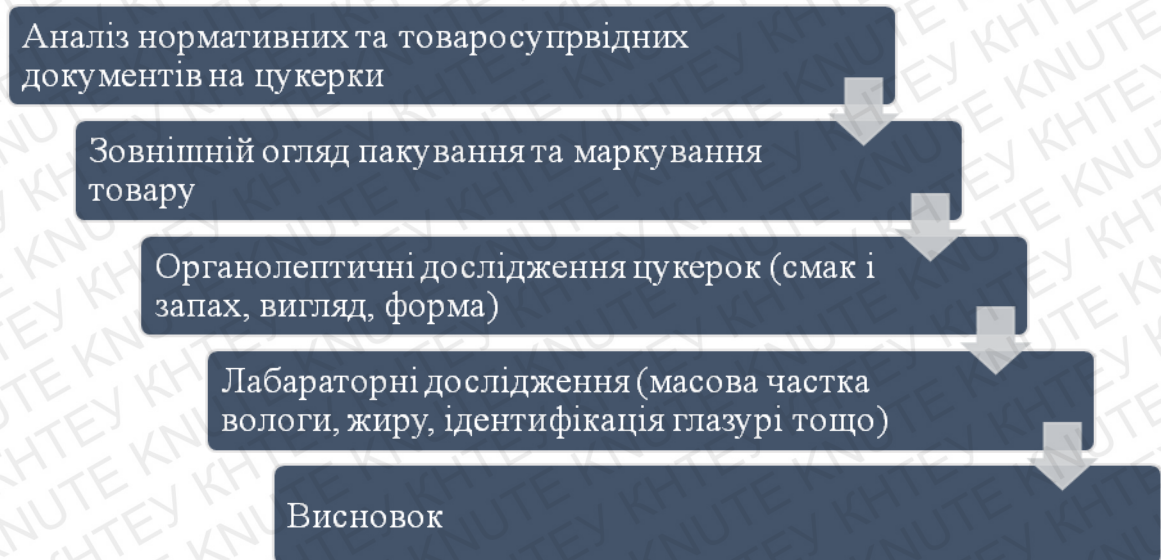


Рис. 1.5 Порядок проведення ідентифікаційної експертизи шоколадних цукерок

У Законі України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» є визначення поняттю «фальсифіковані харчові продукти». Це продукти, навмисне змінені (підроблені) та (або) ті, що мають приховані властивості і якість, інформація про які є свідомо неповною або недостовірною». Таким чином, фальсифікація може досягатися двома шляхами: або за рахунок зміни істотних характеристик товару, що грають визначальну роль у формуванні на нього ціни, і надання про них свідомо неповної і/або недостовірної інформації, або тільки за рахунок надання недобросовісної інформації без зміни товарних характеристик.

Фальсифікація шоколадних цукерок може бути двох видів – асортиментна та фальсифікація якості. Тому особливістю ідентифікаційної експертизи цукерок – є її виявлення[29].

Асортиментна фальсифікація шоколадних кондитерських виробів зустрічається досить рідко, тому що підмінити цукерки карамельними виробами, ірисом або драже практично неможливо. Але інколи замість дорогих

шоколадних цукерок споживачеві можуть продати цукерки, глазуrowані шоколадом. Шоколадні цукерки складаються з молочношоколадної оболонки (55-60 %), всередині якої знаходиться начинка (40- 45%). Це такі цукерки як «Асорті», «Вечірній Київ». У цукерках, глазуrowаних шоколадом, кількість глазури має бути приблизно 22 %.

Фальсифікація якості шоколадних кондитерських виробів частіше за все відбувається у процесі їхнього виробництва. Здебільшого така фальсифікація супроводжується заміною цінних і дорогих компонентів рецептурного складу менш цінними і більш дешевими компонентами або звичайним зменшенням цінних компонентів у рецептурі виробів. Так, у ці кондитерські вироби можуть додавати менше, ніж передбачено рецептурою, цукру, вершкового масла, какао-продуктів, шоколадної глазури, горіхів тощо.

Зменшення кількості шоколадної глазури на цукерках, глазуrowаних шоколадною глазуру, також відноситься до фальсифікації якості. Якщо раніше, згідно вимог стандарту кількість шоколадної глазури мала бути не менше 22 %, то зараз кількість глазури на глазуrowаних цукерках регламентується рецептурою, а склад рецептури найчастіше є «комерційною таємницею». Тому дуже часто зустрічаються цукерки, не покриті повністю шоколадною глазуру, мають просвіти, або взагалі нижня частина цукерок не покрита глазуру[30].

Для збільшення маси шоколадної глазури і зменшення у її складі какао-масла в неї додають підвищену кількість цукру або води. Але у зв'язку з тим, що вода у какао-маслі не розчинюється, то для її емульгування використовують поверхнево-активні речовини (лецетин, фосфатиди), що дозволяє збільшити вміст води в глазури з 1 % до 6-9 %. Частину какао-масла у складі шоколадної глазури можуть замінювати гідрогенізованими жирами. Така жирова глазури має такі ж ознаки, як і штучний шоколад. Для подовження термінів зберігання цукерок, що мають у своєму складі підвищену кількість жиру, деякі виробники додають штучні антиокислювачі, не вказуючи на маркуванні, які саме антиокислювачі були введені в дані вироби. При цьому споживач стикається не

тільки з фальсифікацією якості а й з інформаційною фальсифікацією, оскільки не одержує достовірної інформації про склад тих кондитерських виробів, які купує[31].

Дуже негативним є широке використання в Україні у виробництві цукерок, шоколаду та шоколадної глазурі пальмової олії. Додавання пальмової олії у ці продукти інколи сягає 95 %. І це тоді, як у всьому світі її вживають переважно для змащення обладнання в металургійній промисловості. Пальмова олія зашлаковує організм. Вона нагадує пластилін, осідаючи липкою масою на стінках судин. То ж у людському організмі ця олія практично не засвоюється, зате виводиться з нього дуже повільно[32].

Отже, на даному етапі розвитку харчової промисловості існує багато способів фальсифікації кондитерських виробів, а саме шоколадних цукерок, тому дуже важливою є процедура ідентифікаційної експертизи цукерок, яка дає змогу ідентифікувати товар, та бути впевненим в його якості та безпечності.

РОЗДІЛ 2

ІДЕНТИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК З ПОМАДНОЮ ЦУКЕРКОВОЮ МАСОЮ, ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1 Організація, об'єкт та методи досліджень

Оскільки завданням випускної кваліфікаційної роботи є ідентифікаційна експертиза шоколадних цукерок з помадною цукерковою масою, були обрані шоколадні цукерки з помадною начинкою «Ромашка»:

- ✓ Зразок 1 – шоколадні цукерки «Ромашка» (виробник – корпорація «Roshen»);
- ✓ Зразок 2 – шоколадні цукерки «Біла Ромашка» (виробник – кондитерська фабрика «Житомирські ласощі»);
- ✓ Зразок 3 – шоколадні цукерки «Ромашка», (виробник – ТОВ «Світоч»);
- ✓ Зразок 4 – шоколадні цукерки «Ромашка», (виробник – ТОВ «АВК»);
- ✓ Зразок 5 – шоколадні цукерки «Рома+Машка», (виробник – група «Конті»).

Цукерки були придбані в супермаркеті «Сільпо» за адресою м.Київ, проспект Перемоги 26 Б.

Ідентифікаційна експертиза включала в себе аналіз пакування та маркування шоколадних цукерок згідно з вимогами Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»[33]. Також визначення органолептичних і фізико-хімічних показників відповідно до вимог ДСТУ 4135:2014 «Цукерки. Загальні технічні умови»[34].

Усі дослідження проводилися в лабораторії кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю Київського національного торговельно-економічного університету.

Організація досліджень випускної кваліфікаційної роботи наведена на рис. 2.1.



Рис. 2.1 Організація досліджень

Експертиза пакування цукерок включала в себе перевірку цілісності та чистоти упаковки.

При аналізі маркування цукерок перевірялась відповідність наявності наступної інформації: назва харчового продукту, перелік/кількість інгредієнтів, дата виготовлення та термін придатності, умови зберігання, маса нетто, назва та

повна адреса виробника, поживна та енергетична цінність, штрихований код, наявність інформації щодо використання ГМО.

До органолептичних показників, що були досліджені відносяться: смак і запах, зовнішній вигляд, форма. Органолептичні показники були досліджені відповідно до вимог ДСТУ 4683:2006 «Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин»[35].

Далі досліджувалися фізико-хімічні показники, такі як: масова частка вологи в начинці, масова частка глазури, масова частка редукувальних речовин, масова частка жиру.

Метод визначення масової частки вологи в начинці відноситься до фізико-хімічних методів визначення і базується на видаленні вологи із досліджуваних виробів висушуванням наважки у сушильній шафі. Дослідження проводиться згідно вимог ДСТУ 4910:2008 «Вироби кондитерські. Методи визначення масових часток вологи та сухих речовин»[36].

Масову частку глазури визначають ваговим методом, обчислюючи за формулою різницю між масою цукерки і глазури.

Визначення вмісту редукувальних речовин базується на відновленні двовалентної міді в одновалентну редукувальним цукром досліджуваного об'єкта. Дослідження проводиться згідно вимог ДСТУ 5059:2008 «Вироби кондитерські. Методи визначення цукрів»[37].

При рефрактометричному методі масову частку жиру визначають за різницею коефіцієнтів переломлення розчинника (моно-бромнафталіну) і розчину жиру в розчиннику. Дослідження проводиться згідно вимог ДСТУ 5060:2008 «Вироби кондитерські. Методи визначення масової частки жиру»[38].

2.2 Ідентифікаційна експертиза шоколадних цукерок з помадною цукерковою масою

Досліджувані цукерки пакують в картонні коробки, застелені пергаментом, укладаючи рядами або насипом. Цукерки загортають на

автоматах: в фольгу і етикетку або тільки в етикетку. Цукерки усіх досліджуваних зразків були упаковані в цілісну і чисту обгортку. Шоколадні цукерки торгових марок «Roshen», «Житомирські ласощі» і «Світоч» загорнуті в етикетку, а «АВК» і «Конті» - в фольгу і етикетку. На етикетах товарів нанесена наступна інформація: назва продукту, назва і повна адреса виробника, адреса потужності виробництва. Аналіз маркування на коробках наведений в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз маркування шоколадних цукерок «Ромашка»

| Показник | ТМ «Roshen» | ТМ«ЖЛ» | ТМ «Світоч» | ТМ «АВК» | ТМ «Конті» |
|---|---|--|---|---|---|
| Назва продукту | Цукерки «Ромашка» | Цукерки «Біла Ромашка» | Цукерки «Ромашка» | Цукерки «Ромашка» | Цукерки «Рома+Машка» |
| Назва і повна адреса виробника | ДП «КК «Roshen», м.Київ, проспект Науки 1, корпус 1 | ЗАТ «Житомирські Ласощі», м.Житомир, вул.Щорса 67 | АТ «ЛКФ «Світоч», м.Львів, вул.Ткацька 10 | ПРАТ «КФ «АВК», м.Дніпро, вул.Журналістів 11 | АТ «ВО «Конті», Донецька обл., м.Костянтинівка, вул.Інтернаціональна 460 |
| Маса нетто, кг | 20 кг | 20 кг | 40 кг | 20 кг | 30 кг |
| Склад | Цукор, молоко згущене, какао терте, маргарин, патока крохмальна, какао-масло, какао-порошок, коньяк, емульгатор соєвий лецитин, ароматизатор «Ваніль», «Ром», ванілін | Цукор, молоко згущене, какао, патока крохмальна, маргарин, молоко сухе, коньяк, ароматизатор «Ром», «Ваніль», цукор молочний | Цукор, молоко згущене, еквіваленти какао-масла, маргарин, патока крохмальна, коньяк, какао-масло, емульгатор соєвий, ароматизатор «Ром» | Цукор, еквіваленти какао-масла, маргарин, патока крохмальна, какао-порошок, емульгатор соєвий лецитин, ароматизатор «Ром» | Цукор, молоко згущене, какао, маргарин, патока крохмальна, какао-порошок, какао-масло, емульгатор соєвий лецитин, ароматизатор «Ром», ванілін |
| Поживна, енергетична цінність на 100 г продукту | Білки – 3,7 г; жири – 16,1 г; вуглеводи – 69,9 г. 440 ккал | Білки – 2,6 г; Жири – 11,1 г; Вуглеводи – 77,6 г. 427 ккал | Білки – 3,6 г; Жири – 12,9 г; Вуглеводи – 75,2 г. 435 ккал | Білки – 2,8 г; Жири – 14,1 г; Вуглеводи – 68,2 г. 430 ккал | Білки – 3,1 г; Жири – 12,2 г; Вуглеводи – 69,0 г. 428 ккал |

Продовження таблиці 2.1

| | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|
| Строк придатності | 12 місяців | 6 місяців | 6 місяців | 12 місяців | 12 місяців |
| Умови зберігання | При $t 18\pm 3^{\circ}\text{C}$ та відносній вологості повітря не вище 75% | При $t 18\pm 3^{\circ}\text{C}$ та відносній вологості повітря не вище 75% | При $t 18\pm 3^{\circ}\text{C}$ та відносній вологості повітря не вище 75% | При $t 18\pm 3^{\circ}\text{C}$ та відносній вологості повітря не вище 75% | При $t 18\pm 3^{\circ}\text{C}$ та відносній вологості повітря не вище 75% |
| Штриховий код | + | + | + | + | + |
| Товарний знак | + | + | + | + | + |
| Номер партії | + | + | + | + | + |

Маркування усіх досліджуваних зразків містить всю необхідну інформацію і відповідає вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів».

В таблиці 2.2 наведені результати органолептичної оцінки шоколадних цукерок «Ромашка» різних виробників.

Таблиця 2.2

Органолептична оцінка шоколадних цукерок «Ромашка»

| Показник | Вимоги ДСТУ 4135:2014 | ТМ «Roshen» | ТМ «ЖЛ» | ТМ «Світоч» | ТМ «АВК» | ТМ «Конті» |
|--------------|---|--|---|---|-----------------------------------|---|
| Смак і запах | Характерний конкретному виду, без сторонніх присмаків | Властивий рецептурі, солодкі цукерки, приємна консистенція | Властивий рецептурі, солодкі, виражений смак шоколаду | Властивий рецептурі, але дуже відчувається гірчинка | Властивий рецептурі, дуже солодкі | Властивий рецептурі, в міру солодкі, приємна консистенція, але начинка прилипає |

Продовження таблиці 2.2

| | | | | | | |
|------------------|--|--|--|---|--|--|
| Зовнішній вигляд | Властивий конкретному виду відповідно до затверджених рецептур | Повністю покрита глазур'ю цукерка, рівна, без пошкоджень | Повністю покрита глазур'ю цукерка, рівна, без пошкоджень | Повністю покрита глазур'ю цукерка, з хвилястими лініями, без пошкоджень | Повністю покрита глазур'ю цукерка, з однієї сторони цукерка прим'ята | Невеликий шматочок шоколаду відпав, поверхня рівна, блискуча |
| Форма | Різноманітна, відповідно до затверджених рецептур | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок |

З таблиці можна зробити висновок, що цукерки усіх досліджуваних виробників відповідають вимогам стандарту. Найсолодшими виявилися цукерки ТМ «АВК», а у цукерок ТМ «Світоч» є гірчинка.

Не менш важливою була оцінка фізико-хімічних показників шоколадних цукерок. Було визначено масову частку вологи в начинці, глазури, редукувальних речовин та жиру. Результати досліджень наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Фізико-хімічні показники шоколадних цукерок «Ромашка»

| Показник | Норма за ДСТУ 4135:2014 | ТМ «Roshen» | ТМ «ЖЛ» | ТМ «Світоч» | ТМ «АВК» | ТМ «Конті» |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------|---------|-------------|----------|------------|
| Масова частка вологи в начинці, % | не більше 30 | 10,5 | 11,4 | 19,0 | 12,2 | 12,8 |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

Продовження таблиці 2.3

| | | | | | | |
|--|---------------|------|------|------|------|------|
| Масова частка глазури, % | не нормується | 12,6 | 15,5 | 14,8 | 10,3 | 11,7 |
| Масова частка редукувальних речовин, % | не нормується | 14,3 | 15,2 | 16,0 | 18,1 | 17,5 |
| Масова частка жиру, % | не нормується | 31,5 | 40,2 | 34,8 | 41,0 | 43,5 |

Найбільший вміст води в начинці (19%) у цукерках ТМ «Світоч», а найменший (10,5%) – ТМ «Житомирські Ласощі». Глазури найбільше (15,5%) в цукерках ТМ «Житомирські Ласощі», а найменше (10,3%) - ТМ «АВК». Найбільша частка редукувальних речовин (18,1%) встановлена в шоколадних цукерках ТМ «АВК», а найменша (14,3%) – в ТМ «Roshen». Найбільший показник масової частки жиру (43,5%) у цукерках ТМ «Конті», а найменший (31,5%) - ТМ «Roshen».

Отже, ідентифікаційна експертиза шоколадних цукерок є важливим показником для оцінки якості та безпечності кондитерських виробів, а їх відповідність вимогам ДСТУ 4135:2014 «Цукерки. Загальні технічні умови» та Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» свідчить про якість товару. Цукерки усіх досліджуваних виробників відповідають вимогам стандарту та Закону України. За оцінкою незалежних експертів найсмачнішими виявилися цукерки «Ромашка» ТМ «Житомирські ласощі» та ТМ «Roshen», а тому вони користуються найбільшим попитом серед споживачів.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

3.1 Характеристика системи постачання шоколадних цукерок на підприємстві ТОВ «Сільпо – Фуд»

Ланцюг поставок – це глобальна мережа, яка перетворює вихідну сировину в продукти і послуги, необхідні кінцевому споживачеві, керуючи потоками інформації, матеріальних цінностей та грошових коштів. Логістичний ланцюг — лінійно впорядкована сукупність фізичних та юридичних осіб (виробників, дистриб'юторів, складів загального користування та ін.), які здійснюють логістичні операції з метою доведення матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої (щодо продукції виробничо-технічного призначення) або до кінцевого споживача. У найпростішому варіанті логістичний ланцюг складається з двох елементів – постачальника та споживача і має такі характеристики: логістичний канал, логістичний цикл та логістичний центр[39].

Логістичний канал як канал розподілу, збуту, руху товару – частково впорядкована сукупність посередників (дилерів, фірм транспортно-експедиційного обслуговування та ін.) для доведення матеріального потоку від конкретного виробника до споживачів. У цьому випадку має значення час з моменту оформлення замовлення на постачання продукції до її доставки на склади споживача, який визначає логістичний цикл[40].

Дослідники виділяють шість основних областей, на яких фокусується увага управління ланцюгами поставок:

– виробництво;

- поставки;
- місце розташування;
- запаси;
- транспортування;
- інформація[41].

Від ефективного управління ланцюгами постачань залежить конкурентоздатність та успішність підприємства. Тому необхідно постійно вимірювати та визначати ефективність ланцюга постачань. Для цього дуже важливо розробити та застосовувати єдину систему оцінювання в його межах. Концепція операційної системи бізнесу спирається на принципі обслуговування клієнта. З цієї причини відношення типу «клієнт-постачальник» сполучає всі функції і відділи на підприємстві і вказує сфери, в яких показники функціонування мають істотне значення з погляду успіху всього підприємства[42].

Логістичний ланцюг формується на засадах кооперації постачальників сировини, матеріалів, покупних частин, перевізників, складських підприємств, посередників, виробників, виробників-субпідрядників, підприємств та організацій дистрибуційної мережі, споживачів з метою спільної координації їх діяльності в координатах простір — час[43]. Останнім часом у літературі вживається термін «керування ланцюгом поставок» як варіант повної системної інтеграції процесів постачання, виробництва та дистрибуції, що видозмінює інституційовані межі функціонування окремих учасників логістичного ланцюга, формуючи в нових межах нову логістичну систему вищої ієрархії. Така логістична система набуває рис системної, функціонально наскрізної орієнтації на переміщення[44].

Керування ланцюгом поставок означає концепцію планування, управління і контролю за допомогою ланцюга поставок, який охоплює всі фази створення і доставки логістичних вартостей – від місця отримання сировини через виробництво до кінцевого покупця з метою пропозиції відповідних товарів у відповідному місці та часі, у відповідній кількості та якості, за

обґрунтованих витрат, з використанням сучасних інформаційних технологій[45].

Товариство з обмеженою відповідальністю «Сільпо-Фуд» (ТОВ «СільпоФуд») – структурна одиниця Fozzy Group. Fozzy Group – це мережа гіпермаркетів Fozzy, працюючих у форматі Cash and Carry з асортиментом від 30000 до 50000 позицій, що об'єднують продуктові та не продуктові напрями. Гіпермаркети Fozzy C&C найвдаліше поєднують характеристики оптової бази і роздрібного магазину. Мережа є частиною однойменної торгово-промислової корпорації Fozzy, що дозволяє, беручи участь в найбільшому в країні закупівельному пулі, отримувати оптимальні ціни, що входять, від постачальників і, як наслідок, мати можливість запропонувати оптимальні ціни клієнтам[46].

Завдяки логістиці торговельних мереж Fozzy Group через власні розподільні центри ТОВ «Сільпо-Фуд» змогла налагодити своєчасне постачання мережі магазинів «Сільпо» продуктами харчування, в тому числі і шоколадними цукерками по всій Україні. Крім того, в ТОВ «Сільпо-Фуд» функціонує власна система контролю якості, яка забезпечує дотримання стандартів зберігання, транспортування і продажу товарів. Схема логістичної системи ТОВ «Сільпо-Фуд» наведена на рис. 3.1.

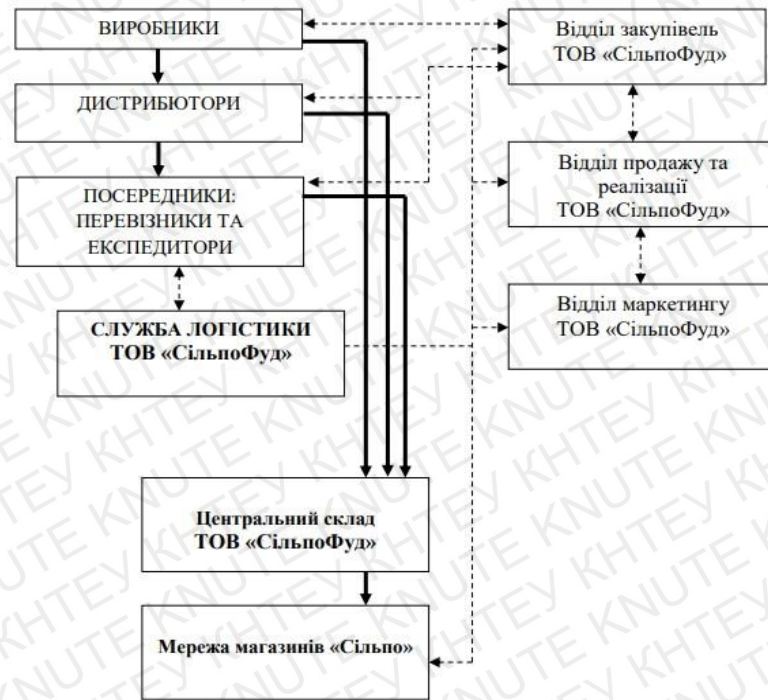


Рис. 3.1 Схема логістичної системи ТОВ «Сільпо-Фуд»

Кожен магазин, що належить до ТОВ «Сільпо-Фуд» (мережа магазинів «Сільпо») має невеликий склад, необхідний для зберігання, підтримання товарних запасів, передпродажної підготовки та реалізації товарів. Товар на складські приміщення в магазин, надходить з центрального складу ТОВ «Сільпо-Фуд».

Центральний склад - це структурний елемент ТОВ «Сільпо-Фуд», на якому здійснюється відбір, зберігання і розподіл товарів для магазинів роздрібною мережі «Сільпо»[47].

Завдяки використанню регіональних центрів дистрибуції і впровадження автоматизованої системи управління товарними запасами, мережі «Сільпо» вдалося налагодити ефективну систему логістики. Використання розподільного центру дозволяє мережевим магазинам «Сільпо» знижувати закупівельні ціни, а також навантаження на магазини при прийомі товару, що сприяє більш раціональній організації торгово-технологічного процесу.

Функції відділів логістики ТОВ «Сільпо-Фуд» тісно пов'язані з функціями таких відділів, як: закупівель, продажу та реалізації та маркетингу, оскільки маркетинг забезпечує реалізацію продукції, логістика цю продукцію

безпосередньо реалізовує, а відділи закупок та продажів проводять аналіз попиту та організують збут.

Система логістичного менеджменту ТОВ «Сільпо-Фуд» включає такі підсистеми, як:

- управління логістичною інфраструктурою;
- управління інформаційними технологіями в логістиці;
- управління запасами товарів;
- управління складуванням і транспортуванням.

Функціональний цикл логістики ТОВ «Сільпо-Фуд» розділений на три стадії: логістику закупівель; внутрішньомагазинну логістику; логістику продажів і обслуговування.

Закупівельна логістика ТОВ «Сільпо-Фуд» – область, в якій вирішуються питання, пов'язані із забезпеченням підприємства продукцією, сировиною і матеріалами. Для ТОВ «Сільпо-Фуд» - це одна з найважливіших областей, так як саме на цьому етапі вивчаються і вибираються постачальники товарів, укладаються договори поставки і використовується механізм контролю за їх виконанням.

У закупівельній діяльності одним із основних є питання вибору постачальників. Важливість цієї проблеми полягає не тільки у тому, що на сучасному ринку функціонує велика кількість постачальників майже однакових товарно-матеріальних ресурсів, але головним чином у тому, що постачальник повинен буди надійним партнером. Оскільки в асортименті супермаркетів «Сільпо» більше 200 видів шоколадних цукерок, підприємство має досить значну кількість постачальників[48].

Основні постачальники кондитерських виробів, а саме шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд» наведені на рис. 3.2.

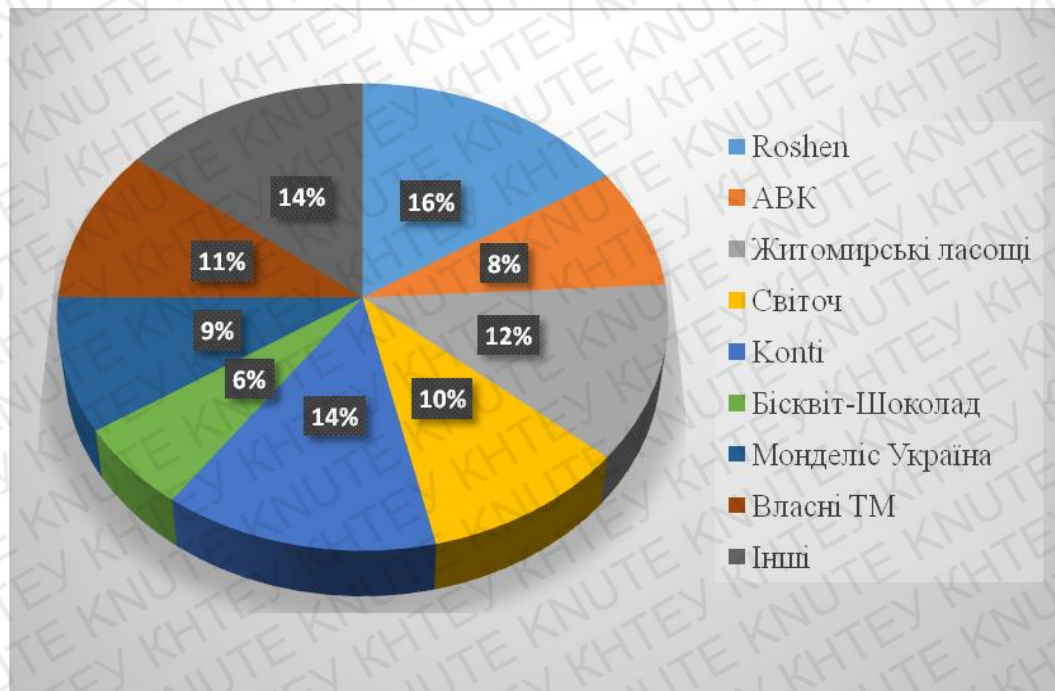


Рис. 3.2 Структура постачання шоколадних цукерок у ТОВ «Сільпо-Фуд» у розрізі основних постачальників

Внутрішньомагазинна логістика ТОВ «Сільпо-Фуд», а в загальному підході – виробнича логістика – вирішує завдання створення матеріальних благ або надання послуг. Специфіка цієї області полягає в тому, що основний обсяг виконується в межах території одного підприємства. Учасники виробничого процесу взаємодіють між собою в результаті рішень, прийнятих системою управління підприємством. Для ТОВ «Сільпо-Фуд» виробнича логістика, забезпечує обробку товарних потоків, починаючи з надходження товарів в магазин і закінчуючи повною підготовкою їх до продажу, складається з наступних операцій: приймання товарів за кількістю і якістю, зберігання, фасування і пакування товарів, їх переміщення та викладка в торгових залах магазинів, організація зберігання та ін. Ці операції є продовженням процесу виробництва в сфері обігу, вони здійснюються без участі покупців і безпосередньо впливають на споживчі властивості товарів[49].

Одним з елементів внутрішньомагазинної логістики ТОВ «Сільпо-Фуд» є мерчандайзинг, який розглядається як комплекс заходів, вироблених в торговому залі, спрямований на збільшення продажів того чи іншого товару. Так, організована розстановка товару на полицях магазину дозволяє збільшити

продажі як мінімум на 15%. Обсяги поставок шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд» в 2018 році наведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Обсяги поставок шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд» в 2018 році у розрізі основних постачальників

| Постачальник | Кількість товару (тис.т) |
|---------------------|---------------------------------|
| Roshen | 3976,9 |
| АВК | 1988,5 |
| Житомирські Ласощі | 2982,7 |
| Світоч | 2485,6 |
| Konti | 3479,8 |
| Бісквіт-Шоколад | 1491,4 |
| Монделіс Україна | 2237,04 |
| Інші | 6214 |

Схема процесу закупівель шоколадних цукерок ТОВ «Сільпо-Фуд» наведена на рис. 3.3.

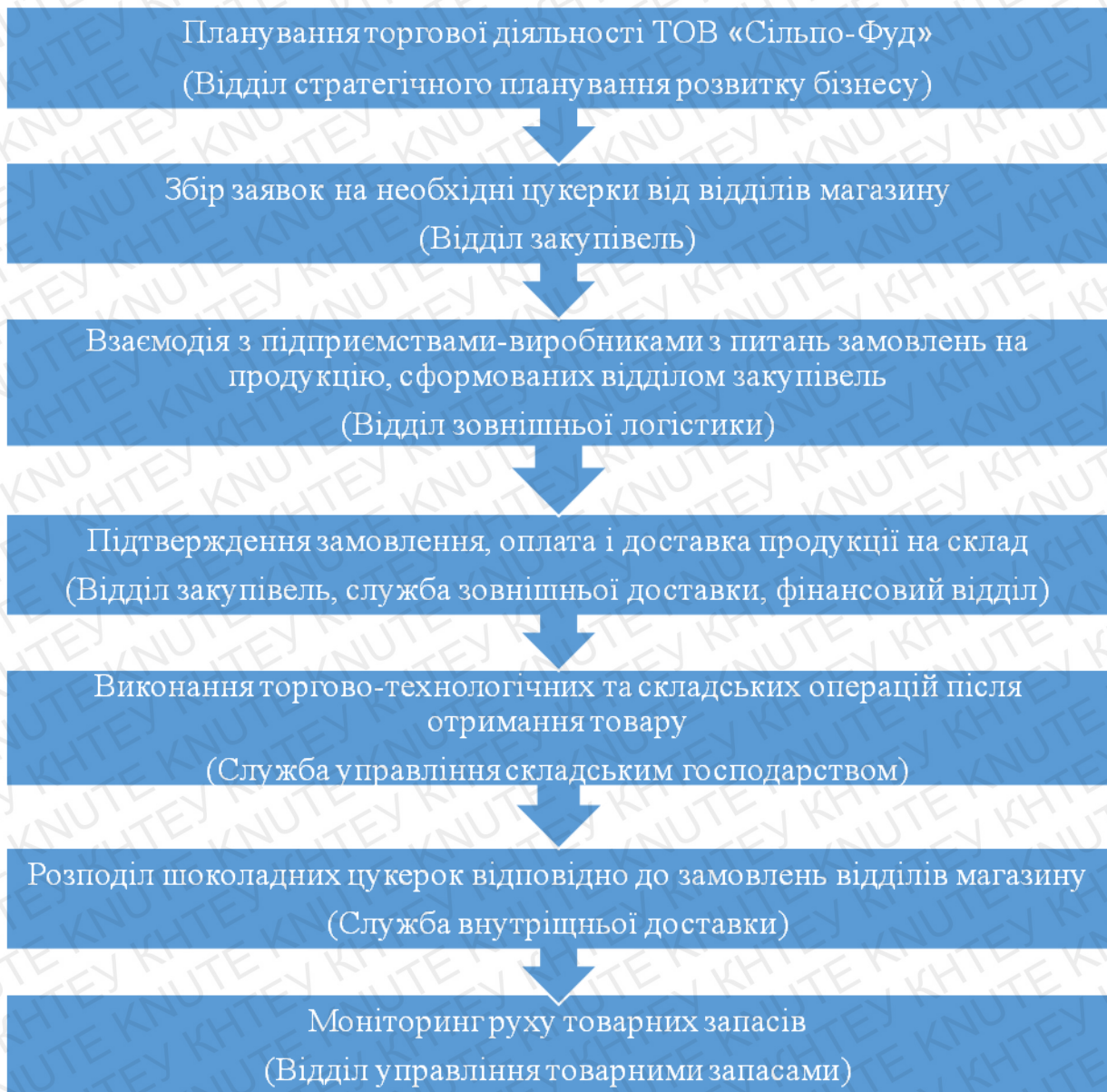


Рис. 3.3 Схема процесу закупівель шоколадних цукерок ТОВ «Сільпо-Фуд»

Логістика продажів ТОВ «Сільпо-Фуд» включає виконання таких операцій як вивчення попиту та формування асортименту товарів, вибір форм і організацію продажу товарів, касове обслуговування, відпуск товару (включаючи пакування та перевірку функціонування товару), а також операції післяпродажного обслуговування (доставка товарів на замовлення, гарантійне обслуговування при необхідності і ін.).

Отже, логістична система ТОВ «Сільпо-Фуд» – це сукупність логістичної мережі і системи адміністрування, що формується підприємством для реалізації своєї логістичної стратегії. Структура служби логістики ТОВ «Сільпо-Фуд» є дивізійною, що являє собою поєднання лінійнофункціональних структур, кожна з яких забезпечує логістичну підтримку певного регіонального ринку або певного виду продукції підприємства. Хоча дивізіональні структури призводять до дублювання функцій логістичного управління в центрі і на місцях, однак на ТОВ «Сільпо-Фуд» (оскільки це підприємство з різною географією продажів, широким асортиментом продукції) цей недолік компенсується швидкістю і гнучкістю рішень регіональних відділень.

3.2 Підходи до удосконалення ланцюгів постачання шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд»

Для дослідження передумов удосконалення управління логістичними процесами у ТОВ «Сільпо-Фуд» необхідно визначити чинники, які впливають на управління логістичними процесами на підприємстві. Серед них виділяють чинники зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Для більш детального дослідження факторів зовнішнього середовища була побудована матриця PEST-аналізу (дод. Б), за допомогою якої визначені напрями впливу факторів зовнішнього середовища на логістичні процеси ТОВ «Сільпо-Фуд». Неможливість спрогнозувати розвиток політичних подій в Україні призводить до збільшення ризиків ведення бізнесу та зменшення обсягів інвестицій у розвиток підприємств, в тому числі і ТОВ «Сільпо-Фуд»[50].

Таким чином, провівши PEST – аналіз, можна зробити висновки, що є ряд факторів, які гостро впливають на логістичні процеси ТОВ «Сільпо-Фуд», саме на це слід звертати увагу та впроваджувати шляхи удосконалення вразливих сторін.

Існує ряд факторів, які гостро впливають на логістичні процеси постачання шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд». Основні фактори та їх вплив наведені на рис. 3.4.

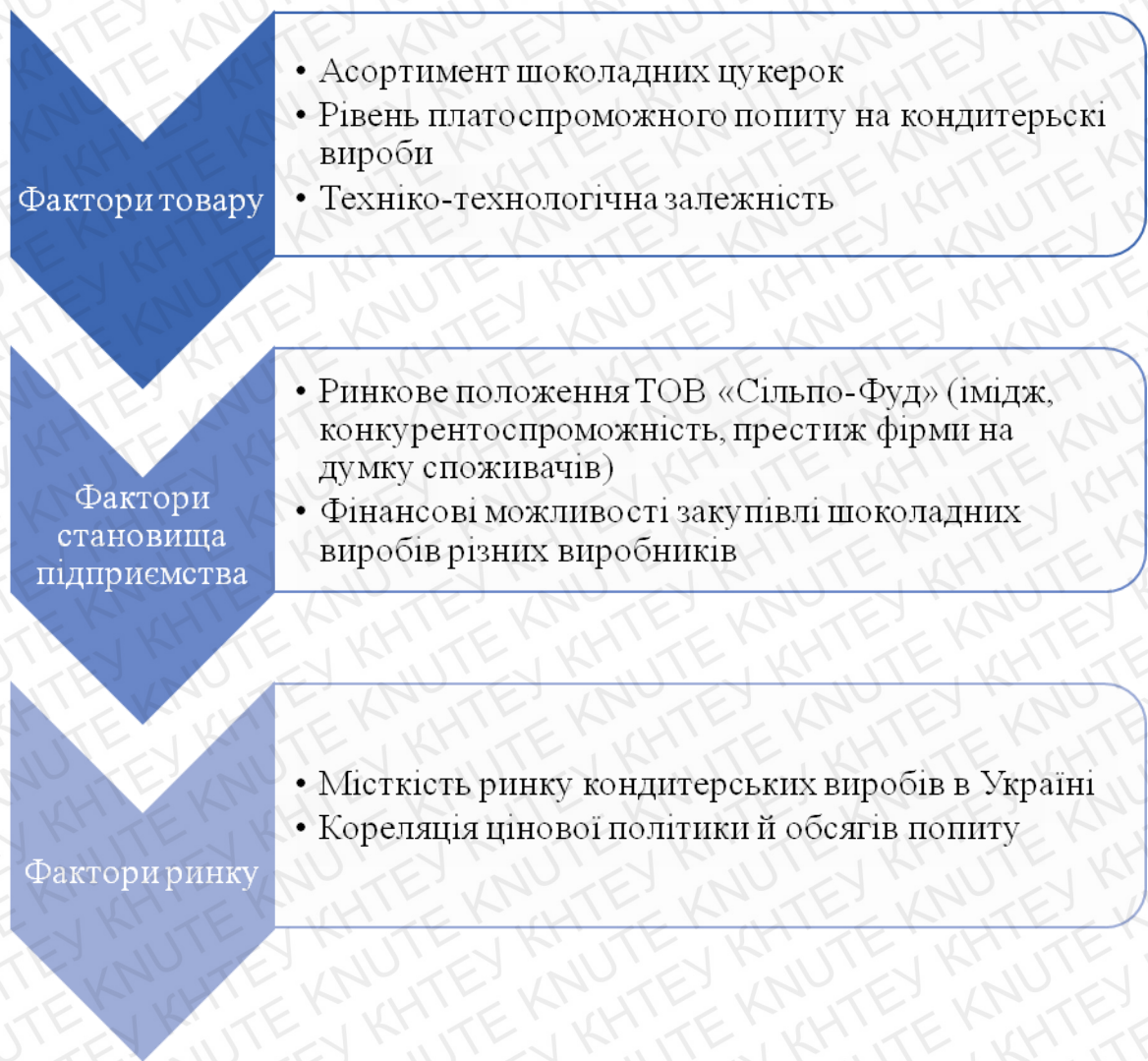


Рис. 3.4 Основні фактори, що впливають на логістичні процеси постачання шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд»

Серед загальних переваг в системі управління логістичними процесами ТОВ «Сільпо-Фуд» можна назвати наступні:

- наявність єдиного методологічного підходу до логістичної концепції компанії;
- орієнтацію керівництва компанії на новітні логістичні концепції;
- ефективно сформована служба логістики на підприємстві і цілеспрямована діяльність в області управління логістичною діяльністю;
- наявність ясних стратегічних цілей і планів компанії і лінійних підрозділів.

Серед загальних недоліків в системі управління логістичними процесами ТОВ «Сільпо-Фуд» можна назвати наступні:

- недостатня діяльність компанії в області сегментації ринку та позиціонування продукції;
- низька ефективності використання інформаційних технологій;
- відсутність налагодженої системи міжособистісних комунікацій.

Основні переваги та недоліки системи управління логістичними процесами ТОВ «Сільпо-Фуд» вказані в табл. 3.2

Таблиця 3.2

Систематизація переваг та недоліків системи управління логістичними процесами ТОВ «Сільпо-Фуд»

| Переваги системи управління логістичними процесами | Недоліки системи управління логістичними процесами |
|--|--|
| <p>1. Ефективне проведення маркетингових досліджень на підприємстві, в тому числі асортименту та якості продукції, динаміки цін та вимог до якості продукції та послуг</p> <p>2. Ефективне планування та організація логістичних процесів на підприємстві (наявність та види планів, їх адаптивність до змін зовнішнього середовища функціонування підприємства, ефективна організаційна структура логістики)</p> <p>3. Якість управління та організація відділів логістики підприємства, в тому числі забезпечення узгодженого виконання всіх функцій відділами логістики</p> | <p>1. Зниження ефективності сегментації ринку та позиціонування продукції підприємства, в тому числі визначення цільових сегментів та управління брендом.</p> <p>2. Зниження ефективності використання інформаційних технологій.</p> <p>3. Неefективна взаємодія відділів логістики з іншими підрозділами підприємства (неefективна система міжособистісних комунікацій)</p> |

Для аналізу ефективності постачання шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд» були досліджені деякі показники основних постачальників. Результати дослідження наведені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Показники для вибору найкращих постачальників шоколадних цукерок на ТОВ «Сільпо-Фуд»

| Показник | Roshen | АВК | ЖЛ | Світоч | Konti |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ціна шоколадних цукерок (з помадною цукерковою начинкою) грн/кг | 88 | 90 | 79 | 91 | 93 |
| Відповідність якості товару | + | + | + | + | + |
| Строки постачання, днів | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| Мінімальний об'єм партії, кг | 500 | 500 | 400 | 500 | 400 |
| Надійність постачань (штраф у разі недотримання умов угоди), % від суми договору | 90 | 95 | 75 | 50 | 95 |
| Умови постачання (доставка за рахунок) | зам-ка | зам-ка | зам-ка | зам-ка | зам-ка |
| Можливість отримання знижок | - | + | + | + | - |

За результатами дослідження можна зробити висновок, що найкращими постачальниками шоколадних цукерок на підприємство є корпорація «Roshen» та кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі».

Для подолання ряду негативних тенденцій в процесі управління логістичними процесами на ТОВ «Сільпо-Фуд», можна впровадити на підприємстві систему логістичного контролінгу, яка надасть можливість:

- координувати управлінську діяльність з досягнення логістичних цілей підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- надавати інформаційну і консультаційну підтримку прийняття управлінських рішень щодо логістичних процесів на ТОВ «СільпоФуд»;
- створювати і забезпечувати функціонування загальної інформаційної системи управління логістичною діяльністю ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- забезпечувати раціональність управлінського процесу;
- забезпечувати ефективне управління логістичними процесами на підприємстві.

Отже, логістична система ТОВ «Сільпо-Фуд» – це сукупність логістичної мережі і системи адміністрування, що формується підприємством для реалізації своєї логістичної стратегії.

На ТОВ «Сільпо-Фуд» добре налагоджені ланцюги постачання товарів, а саме шоколадних цукерок. Завдяки використанню регіональних центрів дистрибуції і впровадження автоматизованої системи управління товарними запасами, мережі «Сільпо» вдалося налагодити ефективну систему логістики. Використання розподільного центру дозволяє мережевим магазинам «Сільпо» знижувати закупівельні ціни, а також навантаження на магазини при прийомі товару, що сприяє більш раціональній організації торгівотехнологічного процесу. Функції відділів логістики ТОВ «Сільпо-Фуд» тісно пов'язані з функціями таких відділів, як: закупівель, продажу та реалізації та маркетингу, оскільки маркетинг забезпечує реалізацію продукції, логістика цю продукцію безпосередньо реалізовує, а відділи закупок та продажів проводять аналіз попиту та організують збут.

Існують фактори, що можуть удосконалити логістичну систему ТОВ «Сільпо-Фуд», найголовнішим з яких – є впровадження логістичного контролінгу.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. На основі проведеного аналізу встановлено, що кондитерська галузь є однією з найрозвиненіших галузей харчової промисловості. Стабільність української кондитерської галузі сьогодні забезпечують десять підприємств, найбільші з них: «Roshen», «АВК», «Конті», «ХБФ», «Житомирські ласощі». Однак низка проблем зумовила спад виробництва більшості видів кондитерських виробів. До основних проблем розвитку кондитерської галузі належать: обмежена інвестиційна діяльність, зниження споживчого попиту на цукерки, зростання вартості сировини, загострення конкуренції на ринку кондитерських виробів тощо. Законодавчо-нормативне регулювання кондитерських виробів в Україні забезпечує якість та безпеку готових виробів, але може бути удосконалене.

2. Встановлено, що якість та безпечність шоколадних цукерок є найбільш важливими показниками кондитерських виробів, тому ідентифікаційна експертиза є основоположною, і всі дії з товаром повинні починатися тільки з неї. Ідентифікаційна експертиза товару проводиться з метою встановлення приналежності даного виробу до тієї чи іншої однорідної групи чи певному переліку на основі характерних індивідуальних ознак, приведених в нормативно-технічній і іншій супровідній документації.

3. Проведена ідентифікаційна експертиза шоколадних цукерок з помадною цукерковою начинкою «Ромашка» різних виробників підтвердила якість усіх досліджуваних виробів. За оцінкою незалежних експертів найсмачнішими виявилися цукерки «Ромашка» ТМ «Житомирські ласощі» та ТМ «Roshen», а тому вони користуються найбільшим попитом серед споживачів.

4. ТОВ «Сільпо-Фуд» - структурна одиниця Fozzy Group. Fozzy Group - це мережа гіпермаркетів Fozzy, працюючих у форматі Cash and Carry з асортиментом від 30000 до 50000 позицій, що об'єднують продуктові та непродуктові напрями. Логістична система ТОВ «Сільпо-Фуд» - це сукупність логістичної мережі і системи адміністрування, що формується підприємством для реалізації своєї логістичної стратегії.

5. Ефективність логістичних процесів ТОВ «Сільпо-Фуд» знаходиться на досить високому рівні – 91,59% . Серед загальних недоліків в системі управління логістичними процесами ТОВ «Сільпо-Фуд» можна назвати наступні: недостатня діяльність компанії в області сегментації ринку та позиціонування продукції; низька ефективності використання інформаційних технологій; відсутність налагодженої системи міжособистісних комунікацій. Саме ці показники можуть бути удосконалені для найефективнішої роботи підприємства.

На основі проведених досліджень розроблено наступні пропозиції:

- для підвищення якості, а тому і конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках, виробникам шоколадних цукерок рекомендується поступово змінювати рецептуру кондитерських виробів для того, щоб уникати використання заміників натуральних компонентів, пальмової олії, штучних емульгаторів та стабілізаторів;
- підприємству ТОВ «Сільпо-Фуд» пропонується забезпечити систему логістичного контролінгу, яка дасть змогу більш ефективно координувати управлінську діяльність, а також забезпечити раціональність управлінського процесу;
- для підвищення рівня продажу шоколадних цукерок необхідно удосконалювати управління маркетингом, впроваджувати нові технології та обладнання на підприємствах та раціонально організувати всі операції торгово-технологічного процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басова, О. О. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кондитерської галузі України / О. О. Басова // Ефективна економіка. – 2018. – № 5. – С. 17-19.
2. Артюх Т.М. Аналіз системи технічного регулювання кондитерської галузі в Україні / Т.М. Артюх // Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2017. – №7. – С. 33-34.
3. Кроніковський Д.О. Тенденції кондитерської промисловості України / Д.О. Кроніковський // Ефективна економіка. – 2015. – №14. – С. 4-9
4. Чуприна О.А. Сучасний стан кондитерського виробництва як сегменту харчової промисловості / О.А. Чуприна // Економіка і суспільство. – 2018. – №16. – С. 27-28.
5. Поліщук І.І., Ковальчук А.І. Сучасний стан та оцінка прибутковості підприємств кондитерської промисловості України / І.І. Поліщук, А.І. Ковальчук // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. – 2018. – № 6. – С. 12-15.
6. Хамініч С.Ю. Формування асортименту товарів кондитерських виробів на ринку України / С.Ю. Хамініч // Економіка та управління підприємствами. – 2018. – №3. – С.6-7.
7. В'як І.К. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах / І.К. В'як // Молодий вчений. – 2016. – № 9(36). – С. 7-10.
8. Кроніковський, Д. О. Тенденції кондитерської промисловості України / Д. О. Кроніковський // Ефективна економіка. – 2017. – № 14. – С. 42-43
9. Чорна М. В., Глухова С.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств / М.В. Чорна, С.В. Глухова // Монографія. – Харків : ХДУХТ, 2015. – 210 с.

10. Вудвуд В.А., Шуткевич Т.В. Проблеми виробництва харчової промисловості України в сучасних умовах господарювання / В.А. Вудвуд, Т.В. Шуткевич // Молодий вчений. – 2015. – № 2(17). – С. 21-27.
11. Державна Служба Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org>
12. Седікова І.О., Семко О.І. Управління інноваційною діяльністю підприємств кондитерської галузі / І.О. Седікова, О.І. Семко // Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018. – №12. – С. 19-22.
13. Тоцька К. А. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства харчової галузі / К. А. Тоцька, Н. М. Олійник // Проблеми економіки підприємств: Збірник матеріалів дев'ятої науково-практичної конференції. – Херсон: ХНТУ, 2015. – С. 83 – 90.
14. Тарасевич А.П. Дослідження сучасного стану та динаміки вітчизняного кондитерського ринку / А.П. Тарасевич // Інноваційний менеджмент. – 2015. – № 5. – С. 30-32.
15. Кондитерський ринок України напередодні змін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kviten.com/news-business/konditerskij-rynok-ukrainy-nakanune>
16. Харчова промисловість України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://vseosvita.ua/library/harcova-promislovist-ukraini-2461.html>
17. Запотоцька О. В. Поняття адміністративно-правового механізму у сфері безпеки та якості харчової продукції / О.В. Запотоцька // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція. – 2018. – № 33. – С. 9-11.
18. Стасіневич, С. А. Ринок кондитерських виробів України: пропозиція і попит / С. А. Стасіневич, С. М. Валявський, Л. Д. Калюжа // Продукты & ингредиенты. Производство, Переработка. Хранение. Реализация: научно-практический журнал. – 2017. – № 1. – С. 20-23.

19. Шоколад. Загальні технічні вимоги : ДСТУ 3924:2014 – [Чинний від 2014–12–012]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. – (Національні стандарти України). 22 с.
20. Про затвердження Вимог до продуктів з какао та шоколаду : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0688-16>
21. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>
22. НАССР в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lab.biz.ua/vnedrenie-system-iso/hassp-upravlenie-bezopasnostyu-produktsii/>
23. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.consumer.gov.ua/>
24. GFSI - признаваемые стандарты / Global Food Safety Initiative / Глобальная инициатива по безопасности пищевых продуктов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://foodsmi.com/a539/>
25. Боровко О.Г., Булгакова О.В. Товарознавство. Продовольчі товари: навч. посібник / О.Г. Боровко, О.В. Булгакова // – К.: Кондор, 2018. – 540 с.
26. Назаренко Л. О. Ідентифікація та фальсифікація продовольчих товарів: Навчальний 19 слайд-курс: навч. посіб. / Л. О. Назаренко // - К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 248 с.
27. Димань Т. М. Безпека продовольчої сировини і харчових продуктів : [підруч.] / Т. М. Димань, Т. Г. Мазур // – К. : ВЦ «Академія», 2012. – 375 с.
28. Ідентифікація товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/15941024/ekonomika/identifikatsiya_tovariv
29. Павлов В.І. Основи стандартизації, сертифікації та ідентифікація товарів/ В.І. Павлов // — К.: Кондор, 2011. – 418 с.
30. Остапюк М.Г. Впровадження європейських стандартів якості продукції / М.Г. Остапюк// Кондитерська промисловість. – 2015. – № 1 (16). – С. 46–47.

31. Дубініна А.А. Методи визначення фальсифікації товарів / Дубініна А.А.// – К.: Видавничий дім «Професіонал». Центр учбової літератури, 2010. – 272 с.
32. Малигіна В.Д., Титаренко Л.В. Основи експертизи продовольчих товарів: Навч. посібник для ВУЗів / В. Д. Малигіна, Л.Д. Титаренко, Л.В. // — К.: Кондор, – 2009. – 296 с.
33. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2639-19>
34. Цукерки. Загальні технічні вимоги : ДСТУ 4135:2014. – [Чинний від 2015–02–01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2015. – (Національні стандарти України). 27 с.
35. Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин : ДСТУ 4683:2006. – [Чинний від 2006–09–07]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2006. – (Національні стандарти України). 12 с.
36. Вироби кондитерські. Методи визначення масових часток вологи та сухих речовин : ДСТУ 4910:2008. – [Чинний від 2009–01–01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2009. – (Національні стандарти України). 13 с.
37. Вироби кондитерські. Методи визначення цукрів : ДСТУ 5059:2008. – [Чинний від 2010–01–01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2010. – (Національні стандарти України). 35 с.
38. Вироби кондитерські. Методи визначення масової частки жиру : ДСТУ 5060:2008. – [Чинний від 2010–01–01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2010. – (Національні стандарти України). 22 с.
39. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи / Б. Паласюк // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 3(36). – С. 166-170.
40. Основи логістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://westudents.com.ua/glavy/34910-2-logstichn-kanali-ta-logstichn-lantsyugi.html>

41. Логістичні канали і ланцюги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/7577606/page:9/>
42. Григорак, М.Ю. Логістичне управління зворотними матеріальними потоками виробничого підприємства / М.Ю. Григорак, А.О. Бондуровська // Вісник СНУ ім. В. Даля. – 2017.– № 5. – С. 23 – 24.
43. Паласюк Б.В. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи / Б.В. Паласюк // Галицький економічний вісник. – 2016. – № 3. – С. 66-68.
44. Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент / В. С. Пономаренко, К. М. Таньков, Т. І. Лепейко. // За ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка – Х.: ВД «ІНЖЕК». – 2012. – 356 с.
45. Чернописька Н.В. Методичні підходи оцінювання логістичної діяльності підприємства / Н.В. Чернописька // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – № 623. – 2014.
46. Офіційний сайт ТОВ «Сільпо-Фуд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://silpo.ua/>
47. Звіт про управління «Сільпо-Фуд» за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://silpo.ua/assets/Report_Silpo%20Food_2018_site.pdf
48. Аудит з якості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://trademaster.ua/intervju/1296>
49. Григорак, М.Ю. Логістичне управління зворотними матеріальними потоками виробничого підприємства / М.Ю. Григорак, А.О. Бондуровська // Вісник СНУ ім. В. Даля. – 2016.– № 5 (159). – С. 15-19.
50. Іваницька Т.Є. Методичний підхід до оцінки ефективності управління будівельним підприємством на основі логістичних критеріїв / Т.Є. Іваницька // Економіка. Управління. Інновації. – 2017. – 269 с.



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІННОВАЦІЇ
В ПІДПРИЄМНИЦТВІ
І ТОРГІВЛІ**

**Збірник
наукових статей
студентів**

Частина 1

Київ 2019

ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК З ПОМАДНОЮ НАЧИНКОЮ

**БЛАЖИСЬВСЬКА Д., 1 курс ФТМ КНТЕУ,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціалізація «Товарознавство і комерційна логістика»**

У статті надано характеристику ринку шоколадних цукерок в Україні та проведена експертиза якості шоколадних цукерок різних виробників.

The article gives a description of the market of chocolate sweets in Ukraine and evaluates the quality of chocolate candies from different manufacturers.

Шоколадні цукерки – улюблені ласощі населення, що користуються великим попитом. Вони характеризуються високими споживними властивостями і широким асортиментом. Асортимент їх формується за видами цукеркових мас і внесених поліпшувачів. Шоколадна глазур має характерний блиск поверхні і на зломі – достатню твердість та водночас легкоплавкість, приємний смак й аромат.

Різноманітність асортименту шоколадних цукерок вражає увагу. Поряд з відомою продукцією шанованих виробників сьогодні пропонується безліч новинок. Для шоколадних цукерок з помадною начинкою виготовляють помадні цукеркові маси шляхом уварюванням рецептурної суміші з наступним збиванням, темперуванням і формуванням. Новим і перспективним напрямком у технології виробництва помадних цукерок є використання порошкоподібних цукрових напівфабрикатів, які можуть мати різний склад: цукрово-патокові, цукрово-молочні, цукрово-глюкозні, суха патока та інші [1].

В даний час в економіці спостерігається тенденція, при якій такий показник як якість відіграє одну з головних ролей в управлінні виробництвом продукції і її наступним рухом. У розвинених країнах управлінню якістю на підприємстві приділяється особлива увага всіх підрозділів, що впливають на якість продукції, яка випускається [2].

Якість продукції – є одним з найважливіших засобів конкурентної боротьби й утримання позицій на ринку. Тому підприємства приділяють особливу увагу забезпеченню високої якості продукції, встановлюючи контроль на всіх стадіях виробничого процесу, починаючи з контролю якості використовуваних сировини і матеріалів, і закінчуючи визначенням відповідності готового продукту відповідним характеристикам.

Метою дослідження є проведення експертизи якості шоколадних цукерок з помадною начинкою різних виробників.

Об'єктом дослідження є шоколадні цукерки з помадною начинкою.

Предметом дослідження є якість шоколадних цукерок з помадною начинкою різних виробників.

Виходячи з цього, були поставлені наступні завдання: дослідити стан ринку шоколадних цукерок, вивчити вимоги до оцінки якості шоколадних цукерок з помадною начинкою, провести експертизу їх якості.

Український шоколад відомий далеко за межами нашої країни. Експортні поставки здійснюються більше ніж в 50 країн світу. За підсумками 2018 року в світовому рейтингу кондитерських компаній Candy Industry є три представники з України – ROSHEN, Konti і АВК [3].

Люблять шоколадні вироби і українські споживачі. На внутрішньому кондитерському ринку продукція з шоколаду займає 28% від його загального обсягу. Дві третини всього ринку і три чверті експорту контролюють: «Roshen», «АВК», «Конті», «Світоч» (Nestle), «Монделіс Україна», «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтавакондитер». Регулярно проводяться опитування про переваги споживачів. Найбільшим попитом серед цукерок користуються горіхові. Арахіс, фундук, кеш'ю, волоський горіх – лідери начинок. Об'єми виробництва кондитерських шоколадних виробів вказані на рис. 1.



Рис. 1. Об'єми виробництва кондитерських шоколадних виробів в 2018 році

Споживач в Україні надає перевагу власному виробнику. Це пов'язано з кількома факторами: ціни на вітчизняні цукерки нижче, ніж на імпортні; якість солодощів висока, не поступається європейським цукеркам; широкий асортимент продукції різних смакових властивостей та цінової політики [4].

Основні виробники шоколадних цукерок в Україні:

- Корпорація «Roshen» – лідер українського ринку кондитерської продукції. Компанія існує з 1996 року. Продукцію можна купити в США, Канаді, ОАЕ, Китаї, Японії, країнах ЄС, і СНД. Roshen стабільно входить в топ 100 кондитерських компаній світу, в 2018 році знаходився на 32 позиції.

- Група «Конті» – заснована в 1997 році, і входить в трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. У 2018 році також потрапили в топ 100 кондитерських компаній ринку, розмістившись на 51 місці. Виробничі активи компанії включають в себе п'ять фабрик, з яких дві зараз знаходяться на території проведення АТО.

- ТОВ «АВК» – компанія працює з 1991 року, основні виробничі потужності знаходяться в Дніпропетровській області – це фабрика площею 14639 кв. м. Експортує в більш ніж 20 країн світу, серед яких Німеччина, Великобританія, Латвія, і Ізраїль. У світовому рейтингу кондитерів у 2018 році компанія зайняла 71 місце. У компанії є лінійка солодощів «Халяль». Компанія також постраждала через проведення АТО, довелося призупинити роботу Донецької та Луганської фабрик.

- ТОВ Nestle Україна – на Українському ринку з 1994 року, кондитерська – не основна спеціалізація корпорації. В Україні з 1998 року володіє брендом «Світоч». Найпопулярнішими є батончики – «Aero», «Nuts», «KitKat» (шоколадний бренд номер 3 в світі), Lion, Nesquik.

- Кондитерська фабрика «Житомирські ласощі» входить до п'ятірки лідерів кондитерського ринку України. Продукція компанії розрахована на споживача із середнім і низьким рівнем доходу. У компанії є лінійка для діабетиків. Також є лінійка «Халяль». Виробнича потужність підприємства – 80 тисяч тонн продукції на рік.

- Корпорація Бісквіт-Шоколад – харківське підприємство, існує з 2001 року, включає в себе 2 фабрики. Експортує у Казахстан, Грузію, Азербайджан, Молдову, Латвію, Литву, Монголію, США, Канаду, Ізраїль, Німеччину. На експорт йде близько 30% усієї виробленої продукції. Компанія також випускає лінійку «Халяль».

- ПАТ «Полтавкондитер» (торгова марка Домінік) – кондитерська фабрика виробляє до 200 тонн продукції в день, експортує в Естонію і Грузію, як і інші постраждала від російського ембарго на українські продукти. Виробничі потужності – 2 фабрики, обидві в Полтаві. Бренд «Домінік» випускає близько 50 видів цукерок.

- ПАТ Монделіс Україна – український підрозділ швейцарського компанії, належить групі «Mondelēz InternationaL», найбільшого в світі виробника шоколаду, шоколадних цукерок і печива. В Україні працює Тростянецька фабрика, на якій виробляють шоколадки і міні-шоколадки «Milka», «Alpen Gold» і «Корона»

Для експертизи якості були обрані шоколадні цукерки з помадною начинкою «Ромашка»:

Зразок 1 – шоколадні цукерки «Ромашка» (виробник корпорація «Roshen»);

Зразок 2 – шоколадні цукерки «Біла Ромашка» (виробник кондитерська фабрика «Житомирські ласощі»);

Зразок 3 – шоколадні цукерки «Ромашка», (виробник ТОВ «Світоч»);

Зразок 4 – шоколадні цукерки «Ромашка», (виробник ТОВ «АВК»);

Зразок 5 – шоколадні цукерки «Рома+Машка», (виробник група «Конті»).

Експертиза якості включала в себе визначення органолептичних і фізико-хімічних показників, та їх порівняння з вимогами ДСТУ 4135:2014 «Цукерки. Загальні технічні умови» [5]. А також аналіз пакування та маркування шоколадних цукерок, і порівняння показників з вимогами Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів [6].

Цукерки пакують в картонні коробки, застелені пергаментом, укладаючи рядами або насипом. Цукерки загортають на автоматах: в фольгу і етикетку або тільки в етикетку. Шоколадні цукерки торгових марок «Roshen», «Житомирські ласощі» і «Світоч» загорнуті в етикетку, а «АВК» і «Конті» – в фольгу і етикетку. На етикетках товарів нанесена наступна інформація: назва продукту, назва і повна адреса виробника, адреса потужності виробництва. Аналіз маркування на коробках вказана в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз маркування шоколадних цукерок

| Показник | ТМ «Roshen» | ТМ «ЖЛ» | ТМ «Світоч» | ТМ «АВК» | ТМ «Конті» |
|--|-------------|---------|-------------|----------|------------|
| Назва продукту | + | + | + | + | + |
| Назва і повна адреса виробника | + | + | + | + | + |
| Маса нетто, у грамах, кілограмах | + | + | + | + | + |
| Склад | + | + | + | + | + |
| Поживна та енергетична цінність на 100 грамів продукту | + | + | + | + | + |
| Дата виготовлення та строк придатності | + | + | + | + | + |
| Номер партії | + | + | + | + | + |
| Умови зберігання | + | + | + | + | + |
| Штриховий код | + | + | + | + | + |
| Товарний знак | + | | | | |

Маркування усіх досліджуваних зразків містить всю необхідну інформацію і відповідає вимогам технічного регламенту.

Табл. 2 містить результати органолептичної оцінки шоколадних цукерок «Ромашка» різних виробників.

Таблиця 2

Органолептична оцінка шоколадних цукерок «Ромашка»

| Назва показника | Вимоги ДСТУ 4135:2014 | ТМ «Roshen» | ТМ «ЖЛ» | ТМ «Світоч» | ТМ «АВК» | ТМ «Конті» |
|------------------|---|--|---|---|--|---|
| Смак і запах | Характерний конкретному виду цукерок, без сторонніх присмаків чи запаху | Властивий рецептурі, достатньо солодкі цукерки, приємна консистенція | Властивий рецептурі, солодкі цукерки, приємна консистенція, яскраво виражений смак шоколаду | Властивий рецептурі, але дуже відчувається гірчинка | Властивий рецептурі, дуже солодкі, приємна консистенція | Властивий рецептурі, в міру солодкі цукерки, приємна консистенція, але начинка прилипає |
| Зовнішній вигляд | Властивий конкретному виду відповідно до затверджених рецептур | Повністю покрита глазур'ю цукерка, рівна, без пошкоджень | Повністю покрита глазур'ю цукерка, рівна, без пошкоджень | Повністю покрита глазур'ю цукерка, з хвилястими лініями, без пошкоджень | Повністю покрита глазур'ю цукерка, з однієї сторони цукерка прим'ята | Невеликий шматочок шоколаду відпав, поверхня рівна, блискуча |
| Форма | Різноманітна, відповідно до затверджених рецептур | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок | Прямокутна форма, властива виду цукерок |

З таблиці можна зробити висновок, що цукерки усіх досліджуваних виробників відповідають вимогам стандарту.

В органолептичній оцінці брали участь 5 експертів – студенти-товарознавці 1 курсу магістеріуму ФТМ КНТЕУ, що дало змогу більш об'єктивно оцінити товари і визначити, який зразок найпривабливіший для покупців. Експерти не знали торгову марку цукерки, яку дегустували, тому результати чесні і основані лише на смакових відчуттях. Було запропоновано поставити 10-ти бальну оцінку таким показникам, як смак, зовнішній вигляд і консистенція. Середня оцінка цукерок вказана у табл. 3.

Таблиця 3

Балова оцінка шоколадних цукерок з помадною начинкою «Ромашка» різних виробників

| Експерти | ТМ «Roshen» | ТМ «ЖЛ» | ТМ «Світоч» | ТМ «АВК» | ТМ «Конті» |
|----------------|-------------|---------|-------------|----------|------------|
| 1 | 9,2 | 9,5 | 9,0 | 9,1 | 8,8 |
| 2 | 8,7 | 9,0 | 8,0 | 9,3 | 9,5 |
| 3 | 9,1 | 9,8 | 8,5 | 8,2 | 8,5 |
| 4 | 9,5 | 9,4 | 8,2 | 9,1 | 8,7 |
| 5 | 9,6 | 9,5 | 8,8 | 8,5 | 8,2 |
| Середня оцінка | 9,22 | 9,44 | 8,5 | 8,84 | 8,74 |

Найвищу оцінку отримали цукерки ТМ «Житомирські ласощі» та «Roshen», ці шоколадні цукерки виявилися найсмачнішими на думку експертів. Вироби ТМ «Світоч» отримали найнижчий бал, а отже виявилися найменш смачними.

Не менш важливою була оцінка фізико-хімічних показників шоколадних цукерок. Було визначено масову частку вологи, начинки та жиру. Результати досліджень наведені в табл. 4.

Таблиця 4

Фізико-хімічні показники шоколадних цукерок «Ромашка»

| Назва показника | Норма за ДСТУ 4135:2014 | ТМ «Roshen» | ТМ «ЖЛ» | ТМ «Світоч» | ТМ «АВК» | ТМ «Конті» |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------|---------|-------------|----------|------------|
| Масова частка вологи в начинці, % | не більше 30 | 10 | 11 | 19 | 12 | 12 |
| Масова частка начинки, % | не нормується | 95 | 97 | 94 | 92 | 96 |
| Масова частка жиру, % | не нормується | 31 | 40 | 34 | 41 | 43 |

Найбільший вміст вологи у цукерках ТМ «Світоч», а найменший – ТМ «Житомирські Ласощі». Начинки найбільше в цукерках ТМ «Житомирські Ласощі», а найменше – ТМ «АВК». Найбільший показник масової частки жиру у цукерок ТМ «Конті», а найменший – ТМ «Roshen».

Отже, цукерки усіх досліджуваних виробників відповідають вимогам ДСТУ 4135:2014 «Цукерки. Загальні технічні умови». За оцінкою незалежних експертів найсмачнішими виявилися цукерки «Ромашка» ТМ «Житомирські ласощі» та ТМ «Roshen», а тому вони користуються найбільшим попитом серед споживачів.

Список використаних джерел

1. Товарознавство. Продовольчі товари: навч. посібник / О.Г. Боровко, О.В. Булгакова // – К.: Кондор, 2018. – 540 с.
2. Тенденції кондитерської промисловості / П. Гук // Хлібний і кондитерський бізнес. – К.: 2019. – №2. – С.41 – 47.
3. Спеціалізований сайт світового кондитерського ринку Candy Industry. The Top 100 Candy Companies in the World in 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.candyindustry.com/articles/87585-the-top-100-candy-companies-in-the-world-in-2018>
4. Ринок кондитерських виробів в Україні: тенденції і перспективи розвитку / О.С. Кільницька, Н.І. Кравчук // Економіка АПК. – 2018 – №11 – С.29 – 33.
5. Цукерки. Загальні технічні вимоги: ДСТУ 4135:2014. – [Чинний від 2015–02–01]. – Київ: Мінекономрозвитку України, 2015. – 27 с. – (Національні стандарти України).
6. Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11>

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра техн. наук, професора
МОТУЗКИ Ю.М.

Додаток Б

Аналіз можливостей та загроз зовнішнього середовища логістичних процесів ТОВ «Сільпо-Фуд» із застосуванням PEST – аналізу

| Група факторів | Фактор | Напрямок впливу | Стан фактору |
|----------------|---|-----------------|---|
| Політичні | Політична нестабільність | - | Масштабні проведення АТО на території України призводять до зниження рівня міжнародного іміджу України на світовому ринку послуг |
| | Членство у СОТ | + | Завдяки лібералізації торгівлі послугами та товарами, а також разом зі зниженням ввізних мит на товари економіка України почала набувати вагомості на світовому ринку |
| | Формування міжнародних транспортно-термінальних систем вантажних перевезень | + | Створення міжнародних логістичних центрів у вузлі Чоп-Захонь |
| | Євроінтеграція | + | Нині у розвитку ринку транспортно-логістичних послуг задіяні усі 27 учасників Співдружності, що є свідченням розгалуженої системи економічних відносин між Україною та Європейським Союзом |
| Економічні | Вплив світової фінансово-економічної кризи | - | Під впливом світової фінансово-економічної кризи, протягом останніх років Україною були втрачені значні обсяги транзитних та експортних вантажних перевезень морським транспортом, що негативно вплинуло на рентабельність галузі, ефективність діяльності морських та річкових портів, які дедалі потребують модернізації портової інфраструктури та облаштування сучасними засобами автоматизації систем управління на зразок європейських портів-конкурентів |
| | Загальна економічна ситуація в країні Рівень інфляції | - | Рівень інфляції в Україні за 2018 р. зріс до 43,3%, що є максимальним значенням за останні 20 років. Про це повідомляє Державна служба статистики на офіційному сайті |
| | Комунальні витрати і тарифи на обслуговування | - | Тенденційне подорожчання комунальних витрат і тарифів на обслуговування |
| | Кон'юнктура | - | Жорстка конкуренція на ринку роздрібно-торгівлі |

| | | | |
|--------------|--|-----|--|
| | конкретного ринку | | регіону, зростання числа потенційних конкурентів |
| Соціальні | Рівень заробітної плати. Мотивація трудової діяльності та її значимість | - | Зменшення доходів населення через зменшення реальної середньомісячної зарплати - 34,0 % за 2018 року |
| | Імідж підприємства на ринку роздрібно торгівлі | + | ТОВ «Сільпо-Фуд» вже встигло завоювати велику прихильність споживачів даного сегменту ринку |
| | Рівень освіти працівників | +/- | Кількість учнів професійно-технічних навчальних закладів зростає у 2018/2017 навчальному році на 3,4%. Проте у ВНЗ I-II рівнів акредитації цей показник зменшився на 3,3%, III-IV – зменшився на 6,6% за аналогічний період. |
| Технологічні | Інновації, що стосуються логістичних процесів | + | Висока інформаційна обізнаність про ступінь наукових розробок в галузі. |
| | Інші технологічні інновації | +/- | Оновлення логістичних процесів відповідно до розвитку технологій і вимог ринку |
| | Вимоги до кваліфікації працівників | + | Всі працівники, які задіяні в діяльності ТОВ «СільпоФуд» мають відповідну освіту. На підприємстві працюють тільки кваліфіковані працівники. |