

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

## **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**Конкурентоспроможність та організація постачання сарделенок**

Студента 2 курсу, 8м групи,  
спеціальності  
(076, Товарознавство та біржова  
діяльність )

спеціалізації (Товарознавство та  
комерційна логістика)

Науковий керівник

Канд. техн. наук,

Доцент

Науковий консультант,

канд. екон наук,

Доцент

Гарант освітньої програми

док-р. техн. наук,

професор

Осадчого Олексія  
Андрійовича

\_\_\_\_\_ *підпис  
студента*

Павлюченко Юрій  
Петрович

\_\_\_\_\_ *підпис  
керівника*

Харсун Людмила  
Григорівна

\_\_\_\_\_ *підпис  
консультанта*

Сидоренко Олена  
Володимирівна

\_\_\_\_\_ *підпис  
керівника*

Київ 2019

## АНОТАЦІЯ

### **Осадчий О.А. Конкурентоспроможність та організація постачання сардельок**

В роботі визначено теоретичні основи формування якості сардельок, проаналізовано стан ринку варених ковбасних виробів, вимоги до безпечності та якості сардельок в Україні та світі. Проведена комплексна оцінка якості сардельок на ТОВ “Рітейл Тренд”, визначена конкурентоспроможність сардельок. Проаналізовано сучасний стан та перспективи розвитку системи постачання сардельок на ТОВ “Рітейл Тренд”, визначено елементи організації постачання сардельок, зроблено висновок щодо вдосконалення напрямів організації постачання сардельок на ТОВ “Рітейл Тренд”.

Ключові слова: сардельки, якість, безпечність, конкурентоспроможність, постачання.

## SUMMARY

### **Osadchii O. A. Competitiveness and organization of supply of sausages**

The theoretical bases of formation of quality of sausages are defined in the work, the state of the market of cooked sausage products, requirements for safety and quality of sausages in Ukraine and the world are analyzed. Complex assessment of quality of sausages on "Retail Trend" is conducted, competitiveness of sausages is determined. The current state and prospects of the development of the delivery system of wipers at “Retail Trend” are analyzed, the elements of the organization of supply of wipers are determined, the conclusion is made regarding their improvement of the directions of delivery of wipers at “Retail Trend”.

Keywords: sausages, quality, safety, competitiveness, supply.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ САРДЕЛЬОК НА РИНКУ УКРАЇНИ ....	12
1.1. Стан та перспективи розвитку ринку варених ковбасних виробів .....	12
1.2. Вимоги до безпечності та якості сарделёк в Україні та світі .....	17
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ САРДЕЛЬОК.....	24
2.1. Організація,об'єкт і методи дослідження.....	24
2.2. Комплексна оцінка якості та конкурентоспроможність сарделёк, що реалізуються ТОВ «Рітейл Тренд».....	30
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПОСТАЧАННЯ САРДЕЛЬОК НА ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».....	41
3.1. Елементи організації постачання сарделёк на ТОВ «Рітейл Тренд».....	41
3.2. Напрями вдосконалення організації постачання сарделёк на ТОВ «Рітейл Тренд».....	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ .....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	64
ДОДАТКИ.....	69

## ВСТУП

**Актуальність роботи.** Харчування було, є і залишатиметься найближчим часом єдиним тотальним засобом задоволення потреб організму людини у поживних речовинах, які компенсують його витрати на рухливу, розумову, емоційну та інші складові життєдіяльності. Сьогодні слід констатувати, що небувалі досягнення науково-технічного прогресу не тільки не поліпшили якість харчового раціону основної маси населення, а в деяких регіонах планети – значно погіршили.

Сардельки мають велике значення у харчуванні населення, а їх виробництво є найбільш поширеним методом переробки м'яса та інших продуктів забою тварин у м'ясній промисловості.

В умовах ринкової економіки особливо важливим є випуск і забезпечення населення конкурентноспроможною харчовою продукцією. М'ясні товари займають вагому частку у структурі роздрібного товарообороту серед інших товарних груп.

Сьогодні на українському ринку фігурує понад 20 тисяч найменувань ковбасних виробів. Не всі 20 тисяч, звісно, можна зустріти на торгівельних прилавках України, але можна сказати, що асортимент та їх якість дуже різна.

Останніми роками з врахуванням сучасних вимог специфічної економічної ситуації в Україні з використанням комп'ютерної техніки проводиться пошук і розробка нових рецептур м'ясної продукції заданого хімічного складу, яка збалансована за вмістом білків, жирів і вуглеводів, води, мінеральних речовин і вітамінів. З метою підвищення харчової і біологічної цінності продукції використовують білкові компоненти тваринного і рослинного походження – знежирене молоко, казеїн, білки сої і крові тощо.

Сардельки – це продукти з м'ясного фаршу із сіллю і спеціями, в оболонці, піддані термічному обробленню або ферментації до готовності для споживання. Вони характеризуються високою харчовою цінністю завдяки вдалому поєднанню високоякісної сировини, відповідній її обробці, наявності широкого вибору

продукції, яка задовольняє потреби різноманітних споживачів.

Нині на Україні працює велика кількість підприємств, що випускають ковбасні вироби, асортимент їх продукції дуже різноманітний, проте якість часто не відповідає вимогам до цих продовольчих товарів.

Все це і визначає **актуальність** товарознавчого дослідження асортименту, якості та конкурентоспроможності сардельок.

**Мета роботи** – на основі аналізу літературних джерел, вивчення статистичних даних провести товарознавчу оцінку та дослідити організацію постачання сардельок в ТОВ «Рітейл Тренд».

Для реалізації цієї мети було сформульовано та вирішено такі **завдання**:

- розглянути стан та перспективи розвитку ринку варених ковбасних виробів;
- визначити вимоги до безпечності та якості сардельок в Україні та світі;
- навести організацію, об'єкт і методи дослідження;
- провести комплексну оцінку якості та конкурентоспроможність сардельок, що реалізуються ТОВ «Рітейл Тренд»;
- оцінити елементи організації постачання сардельок на ТОВ «Рітейл Тренд»;
- обґрунтувати напрями вдосконалення організації постачання сардельок на ТОВ «Рітейл Тренд».

**Об'єкт дослідження** – конкурентоспроможність, оцінка якості сардельок з сиром, що реалізується на ТОВ «Рітейл Тренд».

**Предмет дослідження** – якість та організація постачання сардельок з сиром ТОВ «Рітейл Тренд».

Методологічною та теоретичною базою дослідження стали положення економіки підприємства, теорії управління, ідеї та концепції, закріплені в основних нормативно-правових актах, що регулюють торговельну діяльність в Україні.

Для досягнення поставленої мети та завдань використовувалися такі *методи дослідження*: метод аналізу (для вивчення специфіки застосування

сучасних методів економіко-математичного моделювання у вирішенні проблем оптових торговельних підприємств); загально прийняті органолептичні та фізико-хімічні методи досліджень та математичні для розрахунку конкурентоспроможності сарделок (на прикладі ТОВ «Рітейл-Тренд»).

**Наукова новизна** одержаних результатів. У роботі здійснено постановку та розв'язання важливої проблеми збереженості якості – розроблення напрямків удосконалення постачання та формування якості сарделок на прикладі ТОВ «Рітейл Тренд»

**Практичне значення** одержаних результатів полягає у: можливості практичного застосування розроблених теоретичних і методологічних засад постачання та формування якості сарделок на торговельних підприємствах; запровадженні управління якістю та асортиментом на будь-якому етапі життєвого циклу сарделок.

**Апробація.** За результатами досліджень опубліковано статтю “Стан та перспективи розвитку ринку варених ковбасних виробів” У збірнику наукових статей студентів освітнього ступеня “магістр” спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність” спеціалізації «Товарознавство та комерційна логістика».Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019.-С. 360-366.

**Обсяг і структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів основної частини, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладено на 65 сторінках комп'ютерного набору. Робота містить 18 таблиць, 5 рисунків, список використаних джерел із 50 найменувань та додатки.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ САРДЕЛЬОК НА РИНКУ УКРАЇНИ

#### 1.1. Стан та перспективи розвитку ринку варених ковбасних виробів

З кожним роком обсяги виробництва ковбаси динамічно зростають, при цьому розширюється і асортимент продукції. Тому початківці виробники для завоювання своєї ніші на ринку повинні детально дослідити вимоги до якості і такі положення асортимент, класифікація та експертиза.

У залежності від сировини і технологічної обробки ковбасні вироби, які реалізуються в Україні можна розділити на такі види: варені ковбаси, фаршировані ковбаси, сосиски і сардельки, напівкопчені ковбаси, сирокочені ковбаси, варено-копчені ковбаси, ліверні ковбаси, кров'яні ковбаси, м'ясні хліба, паштети, сальтисон, холодці, дієтичні ковбасні вироби, кінські ковбаси, копченості.

Обсяг виробництва ковбасних виробів зазвичай млявий протягом перших трьох місяців року, зростання починається з квітня і продовжується до листопада. Це означає, що споживачі не їдять багато ковбасних виробів взимку, та починають споживають ковбасні вироби в другій половині весни та протягом літа, можливо це пов'язано із сезоном відпусток, великодніми та травневими святами. Цей сегмент більше орієнтований на задоволення потреб внутрішнього ринку. Експортується лише невелика частина вітчизняного продукту, а імпортні відвантаження, хоч і перевищують експортні, знаходяться в межах 100 тонн (у поточному році). Розглядаючи обсяг вітчизняного виробництва за чотири місяці 2019 року, варто зазначити зниження обсягу внутрішньої пропозиції на 2,6% проти показника аналогічного періоду 2018 року (75,7 тис. т проти 77,7 тис. т) [25]. Зниження відбулось через зниження виробництва в січні та березні (як порівняти з аналогічними місяцями 2018 року). Квітневий обсяг виробництва – найвищий у 2019 році (20,2 тис. т) (рис. 1.1).

Розглядаючи детальніше підсегменти виробництва, можна зазначити, що в квітні загальний обсяг ковбасних продуктів із м'яса, субпродуктів або крові тварин і подібних виробів, а також харчових продуктів на їхній основі зріс на 0,6% проти квітня 2018 року, однак знизився на 3,3%, якщо порівняти з січнем – квітнем 2018 року.

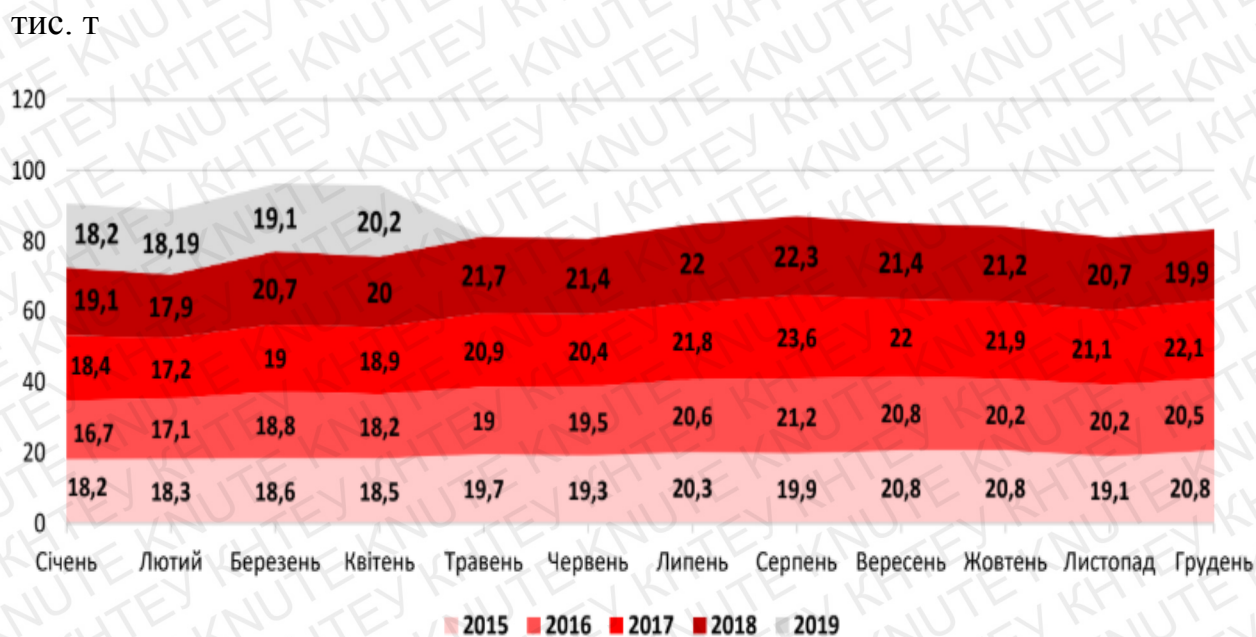


Рис. 1.1. Виробництво ковбасних виробів протягом 2015-2019 рр (тис т)

Джерело: [25]

До великих підприємств м'ясопереробної галузі можна віднести:

- ТМ «Глобино» – група компаній «Глобино» отримали ДСТУ ISO 9001:2009 в 2007 р.; ДСТУ ISO 22000:2007 – в 2010 р. У 2012 році підприємство пройшло сертифікаційний аудит на відповідність вимогам Міжнародного стандарту на харчову продукцію IFS. Асортимент: 400 найменувань продукції: варені ковбаси, сосиски, варено-копчені та напівкопчені, сиров'ялені та сирокопчені ковбаси, шинка, а також м'ясні та курячі делікатеси.

-ТМ «Ятрань», ТМ «Ятранчик» – компанія-виробник: м'ясокомбінат «Ятрань», ISO 9001 – система управління якістю продукції та ISO 22 000 – система управління харчовою безпекою, яка включає в себе принципи HACCP



[25]. Асортимент: варені ковбаси, сосиски, сардельки, сосиски без оболонки, «Пікнік», «Ятранчик», сирокоччені, сиров'ялені ковбаси, варено-копчені ковбаси, напівкопчені ковбаси, копченості, шинки, паштети, заливні, кров'яні ковбаси, нарізка, пельмені, вареники [25].

- ТМ «Фарро» компанія-виробник: ПрАТ «Кременчуг-м'ясо» 2006 р. – сертифікат ДСТУ 9001-2000 у системі УкрСепро. Торгові представництва в Києві, Харкові, Одесі, Донецьку, Львові, Рівному [25]. Асортимент: варені ковбаси у натуральній оболонці, варені ковбаси у векторній оболонці, варені ковбаси у поліамідній оболонці, сосиски у натуральній оболонці, сосиски у поліамідній оболонці, сардельки у поліамідній упаковці, інші субпродуктові вироби, ковбаси напівкопчені, ковбаси варено-копчені, ковбаси сирокоччені, ковбаси сиров'ялені, паштети, хлібці, м'ясні делікатеси копчено-варені курячі, м'ясні делікатеси копчено-варені зі свинини, м'ясні делікатеси копчено-варені зі свинини та яловичини, м'ясні делікатеси копчено-варені з яловичини, шинки у поліамідній оболонці, м'ясні сирокоччені делікатеси, сервіровочна нарізка.

- ТМ «Юбілейний» (М'ясокомбінат «Юбилейный») Сертифікат системи управління безпечністю харчових продуктів, який відповідає вимогам ДСТУ ISO 22000- 2007 і ДСТУ 4161-2003 Системи управління безпечністю харчових продуктів. Продукція підрозділяється на такі серії: «Преміум» (ковбаса сирокоччена, копченості, делікатеси, ковбаса варено-копчена, напівкопчена, варена, сосиски, сардельки); «Классика» (ковбаса варено-копчена, напівкопчена, варена, ковбаса варена – фіксована вага, сосиски, сардельки, шинки); «Добрий смак» (ковбаса варено-копчена, напівкопчена, варена, сосиски, сардельки, шинки); ТМ «Петрович» (шинки варені).

- ТМ «Дружба народів» – компанія-виробник: м'ясокомбінат «Дружба народів», ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» Сертифіковане відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001 + FSSC 22000. Асортимент продукції – 90 найменувань. Унікальний смак й аромат ковбасних виробів і м'ясних делікатесів отриманий завдяки копченню на букових трісках, близько 10% найменувань продукції випускаються згідно з ГОСТом. Також ПрАТ «Тульчинм'ясо» (торгова

марка «Тулчин»), ПрАТ «Ідекс», МПЗ «Колос» (ТМ «Чернівецькі ковбаси»), ПрАТ «Ковельські ковбаси», ТОВ «Алан», ТОВ «М'ясна гільдія», ПрАТ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», ПрАТ «М'ясная фабрика «Фаворит», ПрАТ «ВМП», ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат», ТОВ «Укрпромпостач-95 Лтд», ТОВ «Роганський м'ясокомбінат», ТОВ «М'ясний м'ясокомбінат». [25].

За інформацією Державної митної служби, імпорتنі постачання ковбасних виробів у поточному році продовжують своє стабільне зростання. Загальний обсяг імпорту протягом січня – травня 2019 року зріс на 158% (до 581 тонни), якщо порівнювати з 2018 роком, та на 223% проти січня – травня 2017 року (179 тонн) [9].

Основними постачальниками сарделенок до України протягом 2019 року були: Польща (38,5%, або 977 тис. USD), Іспанія (37,1%, 941 тис. USD) й Італія (9,7%, або 246 тис. USD). [11].

Загальний обсяг імпорту в травні 2019 року склав 168 тонн; загальна вартість становила 715 тис. USD (рис. 1.2.).

Це – рекордний показник протягом останніх трьох років. Основними постачальниками в травні 2019 були Польща (100 тонн, або 277 тис. USD), Іспанія (41 тонна, або 280 тис. USD) й Італія (9 тонн, або 45 тис. USD). [11].

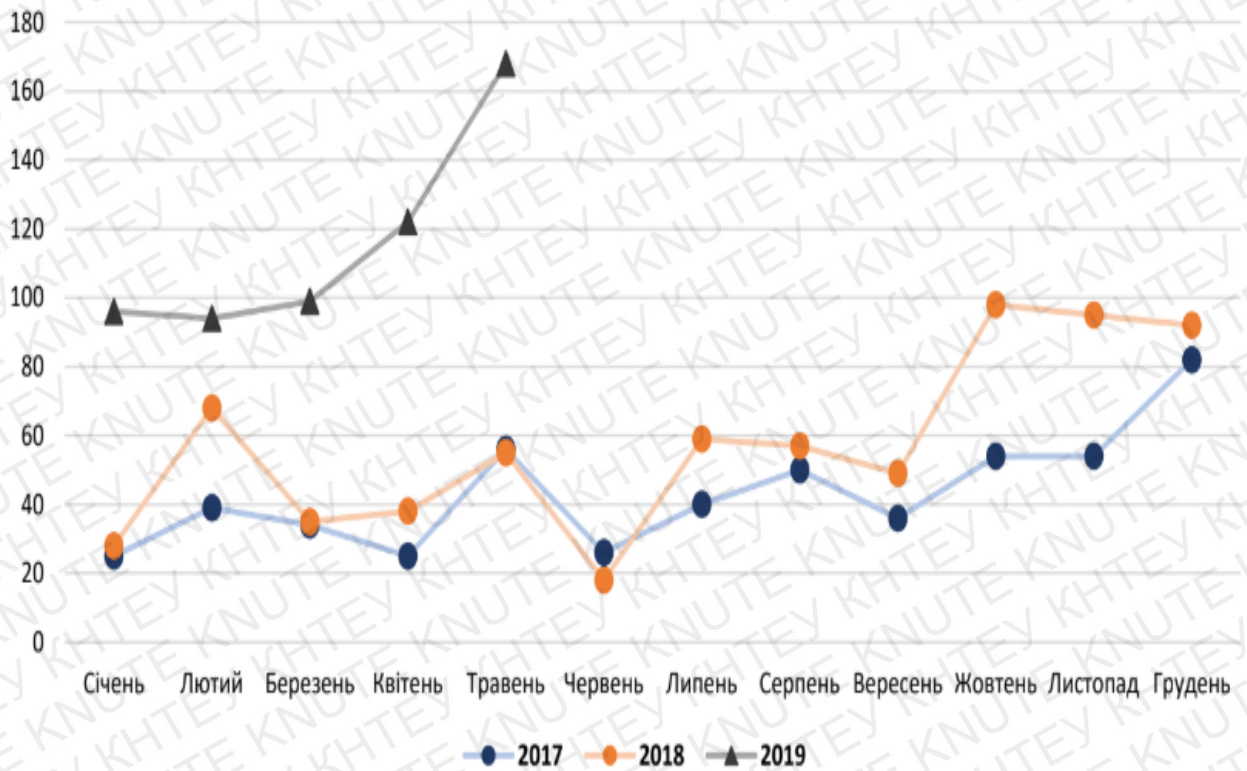


Рис. 1.2. Імпорт варених ковбасних виробів протягом 2017-2019 рр (тонн)

Джерело: [9]

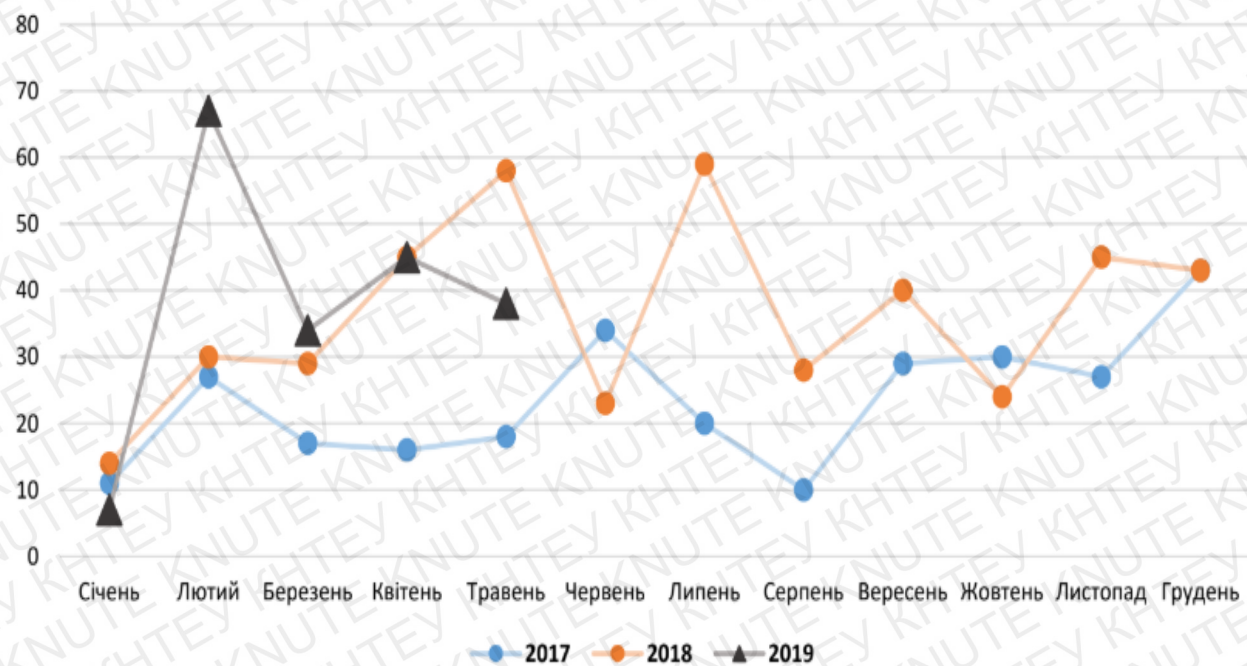


Рис. 1.3. Експорт варених ковбасних виробів протягом 2017-2019 рр (тонн) Джерело: [9]

Моніторинг сучасного українського ринку варених ковбас показує, що українські виробники в 2019 році експортували близько 439 т ковбасних виробів, загальною вартістю \$1,3 млн.

У травні 2019 року експортний обсяг поставок варених ковбасних виробів знову не досяг показника сотні тонн (всього 38 тонн) і був нижчим за показник травня 2018 року (58 тонн). Згідно з даними Державної митної служби, усього в період із січня по травень 2019 року було експортовано 191 тону продукції із загальною вартістю 560 тис. USD. [27]

Основними напрямками експорту протягом січня – травня 2019 були такі країни: Грузія (47,7%, або 267 тис. USD), Азербайджан (14,8%, або 83 тис. USD) і Республіка Молдова (10,4%, або 58 тис. USD) (рис. 1.3).

Отже, підприємства м'ясної промисловості в умовах критичного дефіциту вітчизняної сировини проводять структурну перебудову виробництва, спрямовану на збільшення виходу готових до споживання м'ясних продуктів (70% ресурсів м'яса переробляється та реалізується у вигляді ковбасних виробів), змінюють стратегію розвитку, реорганізують виробництво та збут, займаються організацією особистих торгових марок.

Розширюється асортимент варених ковбасних виробів, підвищується їх якість, зростають об'єми виробництва продукції, збільшується асортимент, який користується підвищеним попитом у населення.

Будь-які реформи доцільні тільки при умові, що вони приведуть до зростання виробництва, підвищать життєвий рівень населення, закріплять та помножать сукупну міцність країни.

## 1.2. Вимоги до безпечності та якості сардельок в Україні та світі

Якість сардельок визначають за органолептичними, хімічними і бактеріологічними показниками.

Вимоги до якості сардельок нормуються ДСТУ 4436:2005. Ковбаси варені. сосиски. сардельки. хліби м'ясні. Загальні технічні умови. Ковбасні вироби повинні відповідати стандарту за рецептурою та технології виготовлення.

Сардельки згідно з державним стандартом – варений виріб, виготовлений з ковбасного фаршу з однорідною структурою. Ці вироби мають подовжено-овальну або циліндричну форму з діаметром 32-44 мм і призначаються для вживання в їжу переважно в гарячому стані. ДСТУ допускає відхилення до 4 мм від мінімального і максимального діаметру сардельок і можливість короткочасного копчення виробів в процесі термічної обробки [10].

У стандарті йдеться про класифікацію варених ковбасних виробів, в тому числі сардельок, на м'ясну (масова частка м'ясних інгредієнтів понад 60%) і м'ясовмісну продукцію (м'яса в складі від 5 до 60%). Також є поділ за масовою часткою м'язової тканини в рецептурі на категорії А (більше 60%), Б (40-60%), В (20-40%) і Г (5-20%).

Сардельки продаються у вигляді батончиків з чистою і сухою поверхнею, що не мають пошкоджень оболонки, бульйонних і жирових набряків, сліпів і напливів фаршу.

Ці вироби наділені пружною консистенцією, а в розігрітому стані відрізняються соковитістю.

Колір сардельок на зрізі від світло-рожевого до рожевого, але можуть бути інші відтінки, якщо в рецептурі використовуються додаткові інгредієнти.

Ковбасний фарш рівномірно перемішаний і однорідний, можливі невеликі м'ясні шматочки і незначна пористість.

Технічні вимоги (стандарт підприємства) на ковбасну продукцію розробляють ініціативно або на замовлення у випадку відсутності національних

стандартів на продукцію, що розробляється, або за наявності потреби в доповненні, конкретизації, підвищенні вимог чинних стандартів на дану продукцію чи розширенні асортименту. При цьому в стандарті підприємства зазначаються лише відмінні від установлених стандартами вимоги, без повторів вже регламентованих норм та положень.

У державних стандартах України чітко зазначені вимоги до якості та безпечності для конкретної групи товарів, а в міжнародних стандартах сформульовані лише методики визначення вмісту певних речовин у ковбасній продукції, які зобов'язані використовувати всі підприємства-виробники.

Методологічні підходи до розробки чинної нормативної документації у Європі та Україні різні: в Україні існує вертикальна система, тобто стандарти розробляються на кожну класифікаційну одиницю продукції, а у міжнародній практиці застосовують горизонтальну систему нормативно-правових актів (директив) для широкого кола продукції за принципами Кодекс Аліментаріус (Codex Alimentarius).

В Україні й досі існує детальне регулювання, яке зосереджене на вузьких технічних характеристиках, а не на кінцевому результаті, основна увага приділяється контролю за додержанням формальних вимог. Перевірка безпеки продукції, яка гарантується виробничим процесом та відповідністю основним технічним вимогам, дотриманням точних характеристик не відбувається. Отже, ринковий нагляд ще не запрацював.

Тому законотворчий процес в Україні сьогодні спрямований на приведення національного законодавства відповідно до міжнародних вимог, визначених Угодами СОТ про санітарні та фітосанітарні заходи та про технічні бар'єри в торгівлі тощо. В ЄС обов'язкове регулювання передбачено, насамперед, для потенційно небезпечної продукції на підставі директив Нового підходу, що мають статус законодавства Євросоюзу. Директивами передбачено добровільність застосування гармонізованих стандартів виробниками та встановлено, що у разі використання цих стандартів виробник повинен зазначити, що продукція відповідає необхідним вимогам безпеки. Однак виробники мають право

звернутись до інших методів виробництва. У будь-якому разі суттєві вимоги щодо безпеки існують лише для певних видів товарів з високим рівнем ризику.

В Україні існують відмінні від європейської системи методи адміністрування щодо забезпечення якості та безпечності продукції. Законом України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» визначається, що нормування максимально допустимих рівнів показників безпечності здійснюється через затвердження нормативно-правових актів у зазначеній сфері.

Відповідно до Закону України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», державним правовим актом з контролю якості та безпечності харчових продуктів визнано МБВ 5061-89 «Медикобіологічні вимоги і санітарні норми якості продовольчої сировини та харчових продуктів». Норми токсичних елементів у світовому співтоваристві закріплені у CODEX STAN 193 «Загальний стандарт щодо забруднювачів і токсинів у харчових продуктах та кормах» та стандартах комісії Кодекс Аліментаріус на готову продукцію, для країн Євросоюзу – у Директиві № 1881/2006. [39]

Згідно з медико-біологічними вимогами і санітарними нормами якості продовольчої сировини та харчових продуктів шість токсичних елементів контролюють як у м'ясі забійних тварин, так і в продуктах його переробки (ковбасах, кулінарних виробках з м'яса, консервах м'ясних та м'ясо-рослинних тощо). У Директиві 1881/2006, чинній для країн Євросоюзу, у м'ясі контролюють лише свинець і кадмій. За міжнародними вимогами, згідно з CODEX STAN 193, у м'ясі контролюють свинець, у продуктах перероблення – олово. За іншими стандартами комісії Кодекс Аліментаріус, що поширюються на готову продукцію, контролюють лише свинець та олово. Набір показників контролю в Україні ширший за міжнародний та європейський, однак ми дещо поступаємось за нормами за деякими з них. Так, вітчизняні норми свинцю у м'ясі в 5 разів перевищують європейські, перевищені ці норми й для їстівних відходів. [19]

Отже, збільшувати перелік токсичних елементів у вітчизняних документах недоцільно, але необхідно переглянути норми щодо свинцю у м'ясі.

Важливим є той факт, що «Медико-біологічні вимоги і санітарні норми якості продовольчої сировини та харчових продуктів» регламентують вміст гормональних препаратів як у сировині, так і у продуктах, що перероблені: ковбасних і кулінарних виробів, консервах м'ясних, м'ясо-рослинних, з м'яса птиці. Гормональні препарати, визначені у стандарті САС/MRL 02 «Максимально допустимі рівні пестицидів», регламентують тільки у сировині.

Особливою відмінністю між стандартами є той факт, що в ЄС взагалі заборонена наявність гормонів у м'ясній продукції як фактора ризику для здоров'я споживачів, а за межами ЄС певні гормональні препарати контролюють. Тому велика кількість ветпрепаратів, внесених у міжнародні нормативні документи, свідчить про широке застосування їх у світі, що зумовлює обов'язковий контроль. А державна система технічного регулювання не визнається більшістю міжнародних партнерів і змушує експортерів проводити повторні аналізи, що суттєво збільшує собівартість продукції.[39]

З метою приведення національної системи стандартизації до європейських норм і правил у 2015 р. прийнято Закон України «Про стандартизацію», який передбачає вдосконалення правових та організаційних засад національної стандартизації, який не містить положень щодо нормативно-правового регулювання відносин, пов'язаних із розробкою стандартів підприємств, установ та організацій і технічних умов. У цьому законі визначено, що стандарти, кодекси та ТУ, прийняті підприємствами, установами та організаціями, застосовуються на добровільній основі. Крім цього, в Законі України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скорочення кількості документів дозвільного характеру» виключено статті щодо державної реєстрації ТУ або змін до них в територіальних органах центрального органу виконавчої влади з питань технічного регулювання, тобто їх реєстрація є не обов'язковою, вони є дійсними без проведення такої реєстрації. ТУ затверджуються наказом керівника підприємства та зберігаються у прошнурованому і затверженому підписом



керівника підприємства та печаткою у вигляді оригіналу на підприємстві. У зв'язку з цим уся відповідальність за якість та безпечність продукції покладена на виробника [9]. 20 вересня 2015 р. набрали чинності положення Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпеки і якості харчових продуктів». Фахівці називають його євроінтеграційним, адже за стандартами безпеки харчових продуктів, які впроваджуються, він наближає Україну до Європи. Закон має чимало нововведень, що стосуються виробників харчових продуктів, їх переробників і реалізаторів. А головне – він упроваджує систему контролю безпеки харчових продуктів на всіх етапах їх виробництва й обігу (від поля до столу). [11]

Цим законом встановлюється принципово новий підхід до забезпечення безпеки харчових продуктів. Основна відповідальність за безпеку харчових продуктів покладається на операторів ринку. У ході дослідження стану стандартизації, вимог до якості та оцінювання відповідності ковбасної продукції України вимогам ЄС встановлено, що певні нормативні документи не узгоджені між собою, немає логічної послідовності заходів та чіткої методики щодо відтворення залежного виробничого середовища в Україні. А також відсутня єдина стратегія вдосконалення системи контролю та оцінювання якості та безпечності продукції.

Для підвищення рівня якості та безпечності ковбасної продукції, розширення ринків збуту, збільшення обсягів експорту необхідно продовжувати імплементацію європейського законодавства в українську правову систему, гармонізувати українські стандарти з європейськими, впроваджувати міжнародні стандарти та відмовитись від практики застосування різних стандартів для внутрішнього ринку та експорту. [9]

Для порівняння: Асоціації м'ясної галузі ЄС проводять більш складну процедуру тестування, яка охоплює корми, відгодівлю, забій, обробку туші, галузь м'ясного виробництва, транспортування в рефрижераторах та роздрібну торгівлю – що важливо як для виробництва, так і для підтвердження якості м'ясної продукції. З іншого боку, така процедура є

чіткою, належним чином технічно й організаційно відпрацьованою, зрозумілою для європейського виробника та споживача. Зазначене підтверджує якість та безпеку харчових продуктів як один з головних пріоритетів політики європейських держав.

Зокрема, Бельгійське агентство з продуктів харчування є прикладом того, як можна перетворити погано координовану систему контролю якості продуктів харчування, до якої входять численні установи, на цілісну систему контролю, яка забезпечує ефективний, цілеспрямований та координований нагль

## РОЗДІЛ 2

## ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ САРДЕЛЬОК

## 2.1. Організація, об'єкт і методи дослідження

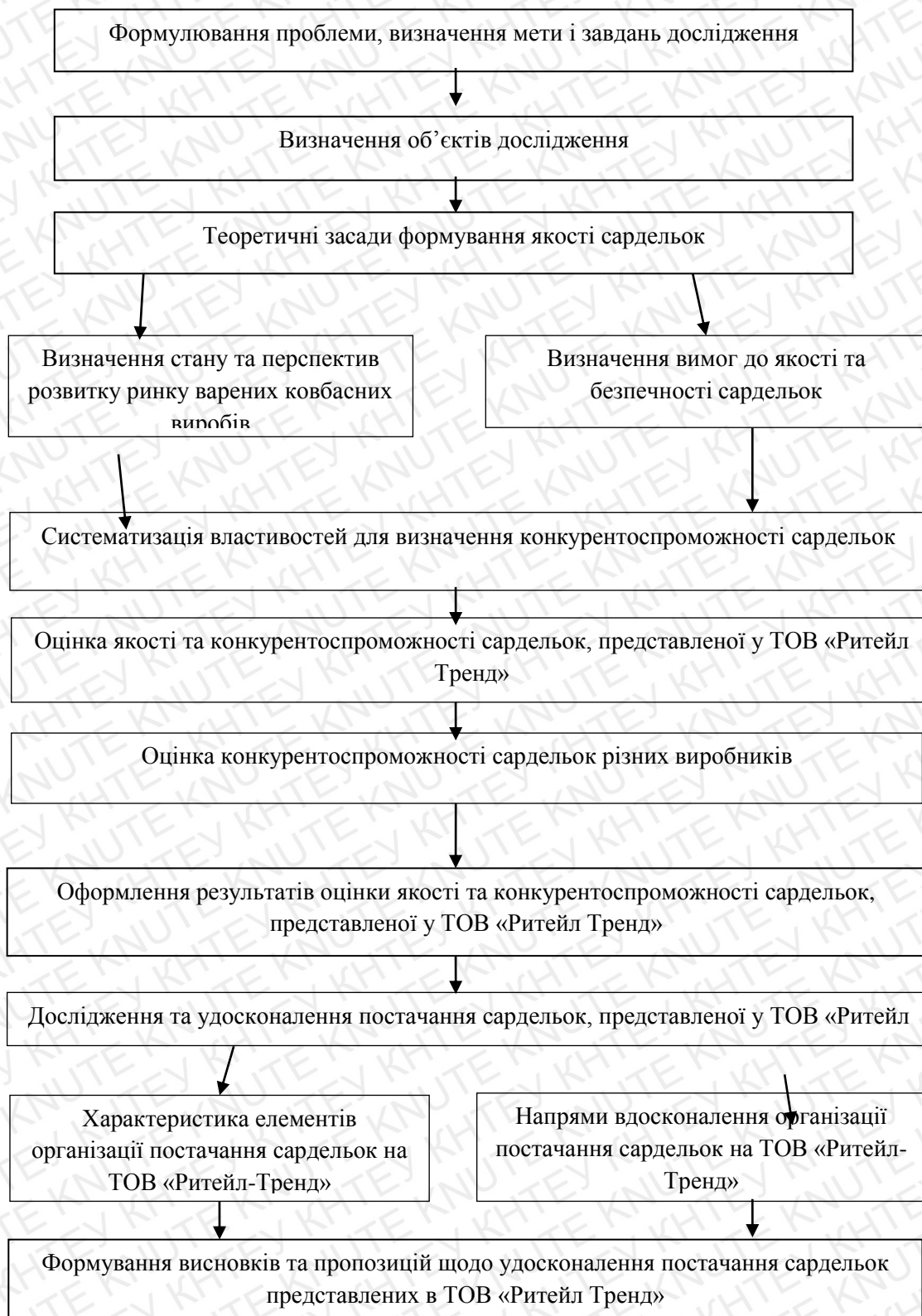


Рис. 2.1. Схема проведення дослідження

З метою системного підходу до виконання передбачених змістом завдань була розроблена схема проведення досліджень, яка представлена на рис 2.1. Об'єктом досліджень було обрано сардельки з сиром, що реалізуються ТОВ «Рітейл Тренд», 04071, м.Київ, Вулиця Ярославська, будинок 56-А. Зразки відбирались безпосередньо в торговельній залі.

Для досліджень було обрано 5 зразків сардельок з сиром 1 сорту різних виробників, які найчастіше купують споживачі :

*Зразок № 1* «Сардельки з сиром», 1-го сорту, виробництва ТМ «М'ясна лавка», виробництва ТОВ М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», м.Дніпро, Україна

*Зразок № 2* «Сардельки з сиром Ятрань», 1-го сорту, виробництва ТМ «Ятрань», виробництва ТОВ « Ятрань», м.Кропивницький, Україна.

*Зразок № 3* «Сардельки з сиром», 1-го сорту, виробництва ТМ «Тульчин», виробництва ТОВ « Тульчин м'ясо», м. Тульчин, Україна.

*Зразок № 4* «Сардельки Женевські з сиром», 1-го сорту, виробництва ТМ «Алан», виробництва ТОВ « Алан», м. Дніпро, Україна.

*Зразок № 5* «Сардельки з сиром» 1-го сорту, виробництва ТМ «Рогань», виробництва ТОВ « Роганський м'ясокомбінат», м. Харків, Україна.

Всі досліджувані зразки сардельок з сиром були запаковані у вакуумну полімерну плівку з прозорого матеріалу.

Дослідження органолептичних та фізико-хімічних показників якості проводили в лабораторіях кафедри товарознавства, управління безпеністю та якістю Київського національного торговельно-економічного університету.

Товарознавча оцінка якості сардельок включала аналіз інформації, що містилось на маркуванні, а також фізико-хімічні та органолептичні дослідження.

Для проведення досліджень зразків сардельок використовували сучасні методи із використанням відповідного устаткування, стандартні методики та нормативна нормативна документація.

Маркування на м'ясних товарах здійснюють згідно Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів, затвердженого Наказом

Держспоживстандарту України від 28.10.2010 № 487, а також згідно з ДСТУ 4518:2008 “Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила”.

Дослідження якості пакування, досліджуваних зразків сардельок, засноване на перевірці цілісності пакування, всі виробники пакують під вакуумом або в середовищі інертних газів в полімерну плівку.

Дослідження органолептичних показників проводили за допомогою органів чуття, які слугують приймачами відповідної інформації.

70-80% інформації про показники якості отримують за допомогою візуального методу. Значення показників (якісних характеристик) отримують на основі аналізу отриманих відчуттів на основі накопиченого людиною досвіду. При оцінці товарів експертами навіть незначні коливання в значеннях органолептичних показників відіграють суттєву роль.

Відбір проб проводили згідно з вимогами нормативно-технічної документації на відповідні види продукції

Органолептичну оцінку сардельок проводили на відповідність вимог ДСТУ 44362005.«Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні». Визначали показники – Зовнішній вигляд, колір, смак, запах, консистенцію – за допомогою органів чуттів відповідно до ГОСТ 9959-91.” Продукти М'ясні”. Загальні умови проведення органолептичної оцінки.

Показники якості сардельок з сиром визначали у такій послідовності:

- Зовнішній вигляд, колір и стан поверхні – візуально шляхом зовнішнього огляду;
- запах - на поверхні продукту. За необхідності визначення запаху в товщі продукту визначали за запахом щойно вийнятої із товщі продукту спеціальної дерев'яної або металевої шпідці;
- консистенцію – надавллюванням шпателем або пальцем.

Смакові властивості дослідних зразків оцінювали за бальною системою, ГОСТ 9959-91 «Продукти М'ясні» на відповідність показників якості вимогам стандартів і технічних умов.

При бальній оцінці якості м'ясної продукції були використані 5-бальні шкали, представлені в дегустаційних листах відповідно до вимог додатків 1-4 ГОСТ 9959-91. Продукти М'ясні. Загальні умови проведення органолептичної оцінки. Кожен показник шкали має відповідно 5 ступенів якості, виражених в балах..

Для проведення лабораторних досліджень необхідно підготувати пробу. З сардельок знімають оболонку, двічі пропускали через м'ясорубку і отриманий фарш ретельно перемішують.

Фізико - хімічними показниками якості сардельок є вологість, масова частка крохмалю.

Визначення вологості сардельок - вологість визначли висушуванням наважки зразка до постійної ваги при температурі не нижче 102-105°C, протягом 1 години.

Визначення наявності крохмалю за стандартом ДСТУ 4436:2005 «Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні» Крохмаль або пшеничне борошно додаються у фарш м'ясних виробів для збільшення вологи у виробі, його кількість не повинна перевищувати допустимі норми.

В даний час з'явилося багато підприємств з виробництва сардельок, і вони нерідко відступають від ДСТУ і додають у фарш підвищену кількість крохмалю чи борошна, що є фальсифікацією. Сардельки з підвищеною кількістю крохмалю чи борошна нерідко закисає, іноді стає тягучою від присутності в ній картопляної палички тому визначення наявності, а іноді і концентрації крохмалю є необхідним.

Аналітичні дослідження із застосуванням органолептичних методів надасть змогу з'ясувати та охарактеризувати критерії конкурентоспроможності сардельок різних виробників, які представлені в ТОВ «Рітейл Тренд».

Аналіз конкурентоспроможності проводили на основі визначення органолептичних та фізико-хімічних показників методами, зазначеними у ДСТУ 4436:2005. "Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні".

Регламентовані показники описують найважливіші функції товару і зв'язані з ними характеристики, це – екологічні, безпечні, патентно-правові.

Вибір регламентованих параметрів забезпечується за допомогою альтернативного методу - застосовується показник, який має лише 2 значення: дорівнює нормі (1) і не дорівнює нормі (0). Груповий показник усієї сукупності нормативних показників дорівнює добутку одиночних показників кожного з них.

Розрахунок представимо за формулою:

$$I_{pn} = \prod_{s=1}^n Q_{ni} \quad (2.1)$$

Де  $I_{pn}$  - груповий показник регламентованих параметрів;  $Q_{ni}$  - одиничний показник  $i$ -го параметра;  $n$  - кількість параметрів, що підлягає оцінюванню.

$$Q_i = P_i/P_{i0}, \quad (2.2.)$$

Де  $P_i$  – одиничний показник якості сардельок,

$P_{i0}$  – одиничний показник якості зразкового товару.

Стандартизовані параметри характеризують органолептичні властивості.

Корисною може виявитися також оцінка виробу не стільки по його безпосередньому сприйняттю, скільки на основі досвіду маркетингової діяльності на ринку, на основі інтуїтивного визначення ролі тієї чи іншої властивості в задоволенні потреб покупців. Цей метод називають кваліметричним, тому що він заснований на порівнянні різних властивостей виробу. З урахуванням сукупності всіх думок будується кількісна оцінка стандартизованого параметра:

$$I_{cn} = \sum_{i=1}^n Q_{ni} q_i \quad (2.3)$$

Де  $Q_{ni}$  – відносний показник  $i$ -го параметру,

$q_i$  – коефіцієнт вагомості  $i$ -го параметру.

Величини економічних параметрів (розмір витрат) визначаються: ціною послуги ( $C_1$ ), витратами на заробітну плату ( $C_2$ ). У сукупності ці витрати складають ціну споживання -  $\Pi$ :

$$\Pi = C_1 + C_2 \quad (2.4.)$$

Економічні параметри, що складаються, індивідуальні для кожного товару.

$$I_{en} = C_i / C_{i0}, \quad (2.5.)$$

Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності товару оцінюється за формулою:

$$K_m = I_{pn} * I_{cn} / I_{en} + \text{маркетинг (імідж фірми)} \quad (2.6.)$$

Інтегральний показник конкурентоспроможності товару є вираженням ступеня привабливості товару для покупця.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої “Радіальної діаграми конкурентоспроможності” або “Багатокутника конкурентоспроможності”. На рис. 2.2 співставлено багатокутники конкурентоспроможності чотирьох підприємств по дев’яти критеріях. Побудова багатокутників здійснювалася наступним чином: коло було поділене радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнювала кількості обраних критеріїв (у даному випадку – 9); шкали на радіальних прямих було градуйовано так, щоб всі значення критеріїв знаходилися всередині оціночного кола; значення критеріїв збільшувалися по мірі віддалення від центра кола; на кожній вісі з використанням відповідного масштабу вимірювання було позначено точки, що відповідали значенням критеріїв; по точках відповідно для кожного з підприємств проведено ламану лінію, яка і сформувала багатокутник. З рис. 2.3 видно, як відрізняються підприємства одне від одного по окремих критеріях.





Рис. 2.2. Багатокутник конкурентоспроможності

Перевагою графічного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність; недоліком слід вважати те, що він не дає змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства.

## **2.2. Комплексна оцінка якості та конкурентоспроможність сарделенок, що реалізуються ТОВ «Рітейл Тренд»**

Першим кроком наших досліджень було вивчення маркування та пакування сосисок з сиром 1 сорту різних виробників.

Результати досліджень упакування та маркування сарделенок з сиром різних виробників: ТМ «М'ясна Лавка», ТМ «Ятрань», ТМ «Тулечин», ТМ «Алан», ТМ «Рогань» в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

**Результати досліджень упакування та маркування сарделюк з сиром  
різних виробників**

Досліджувані зразки					
	№1	№2	№3	№4	№5
Торгова марка	ТМ«М'ясна Лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тульчин»	ТМ «Алан»	ТМ «Рогань»
Фірма - виробник	ТОВ "М'ясна фабрика "Фаворит Плюс" м.Дніпро, Україна	ТОВ "Ятрань" м. Кропивницький Україна	ТОВ "Тульчинм'ясо" м.Тульчин, Вінницька обл.	ТОВ "Алан" Дніпро, Україна	ТОВ "ПП Роганський м'ясокомбінат" м.Харків, Україна
Склад	м'ясо 87% (свинина, яловичина), сир твердий 10%, молоко сухе знежирене, вода, сіль, емульгатор E471, загусники E407 і E415, декстроза, екстракт прянощі(майоран, перець чорний), прянощі (мускатний горіх, боршно гірчична), стабілізатор E450, підсилювач смаку E621, антиоксидант E316, фіксатор кольору E250	м'ясна сировина 72% (яловичина, свинина напівжирна, свинина жирна, сало), вода, м'ясо куряче, білково-жирова емульсія (шкурка свиняча, вода), сир твердий 5%, сіль, молоко сухе знежирене, пряно-ароматична суміш (стабілізатори E450 і E452, прянощі перець білий і кардамон, декстроза, антиоксидант E300, екстракти	м'ясна сировина 78% (свинина нежирна, сало, філе куряче), вода, сир твердий 15% (молоко незбиране та знежирене, сіль, стабілізатор E509, консервант E252, молокозсідальної препарат, квасять препарат, натуральний барвник аннато), молоко сухе знежирене, сіль, стабілізатор E450, декстроза, антиоксидант	М'ясна сировина 77% (свинина напівжирна, свинина жирна, сало, філе куряче, яловичина), вода, сир твердий, молоко сухе незбиране 1,5%, вершки сухі 6%, сіль, аскорбінова кислота, стабілізатори харчові фосфати, екстракти прянощів, нітрит натрію	60% (свинина нежирна, м'ясо курки, свинина напівжирна, свинина жирна), 10% сир твердий, ММО, шкурка свиняча, білок соєвий, крохмаль, вода, сіль, підсилювач смаку E621, стабілізатор E450, E451, антиоксидант E316, стабілізатор кольору E250

		<p>прянощів (перець чорний, мускатний колір, мускатний горіх, перець духмянний)), яєчний порошок, стабілізатор (загусники E407,E412, E407,E410, E415),E508), часник, глутамат натрія, барвник натуральний ферментований рис, нітрит натрія</p>	<p>E316, E330, сіль, екстракти спецій (перець чорний, колір мускатного горіха), аромат (глюкозний сироп, ароматизатор свинини), стабілізатор кольору E250</p>		
Енергетична цінність, ккал в 100г	258	325	265	204,8	355
Білки г в 100г продукту	10	10	10,4	10,7	10
Жири г в 100г продукту	25	24	30,4	18	35
Вуглеводи г в 100 г продукту	Не вказано	0,8	0,8	0,5	0

Продовження табл. 2.1

	№1	№2	№3	№4	№5
Термін зберігання	30 днів при 0...6°C	20 днів при 0...6°C	20 днів при 0...4°C	15 днів при 0...6°C	15 днів при 0...6°C
Нормативний документ	ТУ У 15.1-37373551-001:2011	ТУ У 10.1-05507071-029:	ТУ У 15.1-33125301-002:2011	ТУ У 15.1-24447183-001:2004	ТУ У15.1-31806583-002:2002

Дослідивши упакування представлених зразків сардельок з сиром, можна відмітити, що зауважень стосовно упаковки не було, всі досліджувані зразки запаковані в прозору полімерну плівку, під вакуумом або в середовищі інертних газів. Зауваження по маркуванню були до сардельок у ТМ «Тульчин» на етикетці невеликий нерозбірливий шрифт, етикетка мало потьоки фарби, що заважало читанню повної інформації про склад продукту. Сардельки ТМ «М'ясна Лавка» на лицьовій стороні золотисті літери нанесені поверх малюнка, але на звороті є розбірлива етикетка. У складі сардельок ТМ «Рогань» вказано м'ясо механічного обвалювання, що погіршує якість готового виробу. У сардельок виробництва ТМ «Алан» дві етикетки з різною інформацією, що вводить споживача в оману.

Результати органолептичних досліджень сосисок з сиром 1 сорту різних виробників показані в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

**Результати досліджень органолептичних показників якості сарделенок  
з сиром різних виробників**

Досліджувані зразки					
Торгова марка	ТМ «М'ясна Лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тулчин»	ТМ «Алан»	ТМ «Рогань»
Зовнішній вигляд	Світло-рожевий фарш з шматочками сиру	Світло-рожевий фарш	Світло-рожевий фарш	Світло-рожевий фарш з шматочками сиру	Темно-рожевий фарш з шматочками сиру
Смак	Виражений, сирний	Смак сиру не виражений	Не виражений, прісний	Характерний, в міру солоний, зі смаком сиру	Солоний, пряний
Запах	З легким відтінком копчення	Характерний	З легким ароматом прянощів	Характерний, з легким ароматом прянощів	З відтінком копчення
Консистенція	Пружна	М'яка	В міру пружна	Пружна	Недостатньо пружна

Можна відмітити, що сардельки виробництва ТМ «Рогань» мали на розрізі та зовні темний колір, дещо рихлу консистенцію, смак солонуватий. У виробника ТМ «Ятрань» смак сиру ледве відчувається. Найбільше сподобалися сардельки виробництва ТМ «Алан» в міру солоні, у складі присутні великі шматочки сиру.

Саме переваги та недоліки дослідних зразків сосисок з сиром 1 сорту були відмічені за результатами 5 бальної оцінки якості, які представлені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

**Результати бальної оцінки якості сардельок з сиром різних виробників**

Досліджувані зразки					
Торгова марка	ТМ «М'ясна Лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тульчин»	ТМ «Алан»	ТМ «Рогань»
Маркування	4	2	5	4	5
Упакування	5	5	5	5	5
Зовнішній вигляд	5	4	4	5	3
Смак	4	3	3	5	3
Запах	4	4	4	5	3
Консистенція	5	4	4	5	3

Результати бальної оцінки якості підтвердили, що сардельки виробництва ТМ «Алан» набрали найбільшу кількість балів - 5, а сардельки ТМ «Рогань» найменшу - 3.

Результати досліджень фізики-хімічних показників представлено в таблиці 2.5

Таблиця 2.4

**Результати досліджень фізики-хімічних показників сардельок з сиром різних виробників**

Досліджувані зразки					
Торгова марка	ТМ «М'ясна лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тульчин»	ТМ «Алан»	ТМ«Рогань»
Вміст вологи, %	60,4	67,5	64,4	68,2	70,7
Вміст жиру, %	19,4	19,3	20,3	13,3	20,9
Крохмаль, %	Не виявлено	Не виявлено	Не виявлено	Не виявлено	3,5%

За результатами досліджень фізико-хімічних показників якості видно, що не всі зразки відповідають вимогам ДСТУ 4436:2005 «Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби». Зразок сардельок ТМ «Рогань» має завищений вміст крохмалю.

Результати попередніх досліджень, для розрахунку конкурентоспроможності зведемо у таблицю 2.5.

Таблиця 2.5

**Дані для розрахунку конкурентоспроможності сардельок з сиром різних виробників**

Дослідження	Досліджувані зразки					
	ТМ «М'ясна Лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тульчин»	ТМ «Алан»	ТМ «Рогань»	
1	2	3	4	5	6	
<b>Стандартизовані показники</b>						
Органолептичні показники	Зовнішній вигляд	5	4	4	5	3
	Консистенція	5	4	4	5	3
	Запах	4	4	4	5	3
	Смак	4	3	3	5	3
Упакування	4	2	5	4	5	
Маркування	5	5	5	5	5	

Регламентовані показники					
Вміст вологи, %	60,4	67,5	64,4	68,2	70,7
Середня ціна, грн	124,8	107,6	117,9	174,3	170,41
Вміст крохмалю, %	5	5	5	5	1

Наступним етапом наших досліджень був розрахунок показники конкурентоспроможності сардельок. Узагальнені результати зведемо у таблицю 2.7.

Таблиця 2.6

**Узагальнені дані для розрахунку конкурентоспроможності сосисок з сиром різних виробників**

Результати Дослідження	Досліджувані зразки					Еталонні показники	
	ТМ «М'ясна Лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тулчин»	ТМ «Алан»	ТМ «Рогань»		
1	2	3	4	5	6	5	
<b>Регламентовані показники</b>							
Органолептичні показники	Зовнішній вигляд	1	0,8	0,8	1	0,6	5
	Консистенція	0,75	0,6	0,6	0,75	0,45	5
	Запах	0,6	0,6	0,6	0,75	0,45	5
	Смак	1,6	1,2	1,2	2	1,2	5
Упакування	0,2	0,1	0,25	0,2	0,25	5	
Маркування	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	5	
Разом	4,4	3,55	3,7	4,95	3,2	5	
<b>Стандартизовані показники</b>							
Вміст вологи, %	1	1	1	1	1		
Цінові показники	124,8	107,6	117,9	174,3	170,41	100,0	
Промоушн	3	4	3	5	3	5	



Далі в експертній оцінці був використаний графічний метод дослідження конкурентоспроможності, який дозволив наочно підтвердити переваги сардельок.

Розрахунки для побудови багатокутника конкурентоспроможності зведемо у табл. 2.9

Таблиця 2.7

**Дані для побудови багатокутника конкурентоспроможності  
сосисок з сиром**

Результати дослідження		Досліджувані зразки					Вагомість
		ТМ «М'ясна Лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тулчин»	ТМ «Алан»	ТМ «Рога нь»	
1		2	3	4	5	6	
<b>Регламентовані показники</b>							
Органолептичні показники	Зовнішній вигляд	1	0,8	0,8	1	0,6	0,2
	Консистенція	0,75	0,6	0,6	0,75	0,45	0,15
	Запах	0,6	0,6	0,6	0,75	0,45	0,15
	Смак	1,6	1,2	1,2	2	1,2	0,4
Упакування		0,2	0,1	0,25	0,2	0,25	0,05
Маркування		0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,05
Разом		4,4	3,55	3,7	4,95	3,2	1

За даними таблиці 2.9. побудуємо багатокутник конкурентоспроможності (рис. 2.3).

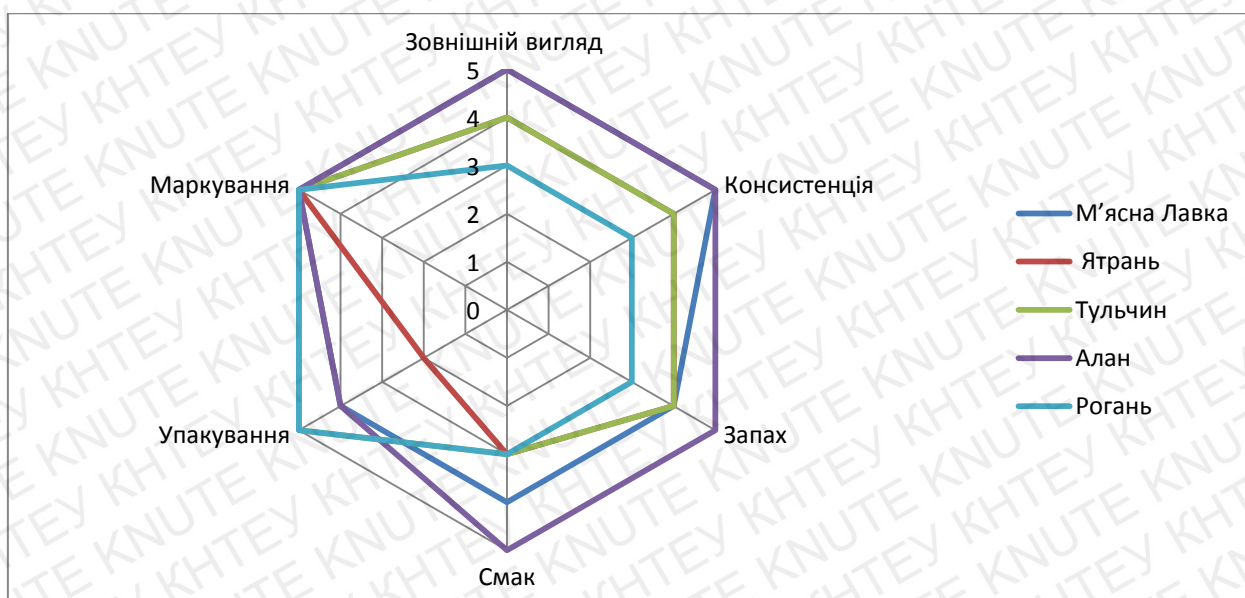


Рис. 2.3. Багатокутник конкурентоспроможності

Розрахуємо інтегральний показник конкурентоспроможності, для чого оберемо компанію – еталон. За думкою експертів еталоном виробництва сардельок можна вважати сардельки ТМ «Алан».

Результати розрахунків зведемо у табл. 2.10.

Таблиця 2.8

### Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності

Напрямки дослідження	Досліджувані зразки				
	ТМ «М'ясна Лавка»	ТМ «Ятрань»	ТМ «Тульчин»	ТМ «Алан»	ТМ «Рогань»
1	2	3	4	5	6
<b>Регламентовані показники</b>					
Разом	0,88	0,71	0,74	0,99	0,64
<b>Стандартизовані показники</b>					
Разом	1	1	1	1	1
Цінові показники	0,80	0,93	0,85	0,57	0,59
Промоушн	0,6	0,8	0,6	1	0,6
Інтегральний показник конкурентоспроможності	1,70	1,56	1,47	2,73	1,69

Таким чином, згідно шкали оцінювання конкурентоспроможності сардельок:

- по регламентованим показникам,
- по іміджу фірми;
- інтегральному показнику понкурентоспроможності,

Найбільш конкурентоспроможним є сардельки ТМ «Алан», оскільки його інтегральний показник у 1,6 разів вищий ніж у другого конкуренту - сардельок «М'ясна лавка».

Отже, у відповідності до вищезазначеної шкали показників виявлено, що «Сардельки Женевські з сиром» ТМ «Алан», конкурентоспроможні інших досліджуваних зразків.

Визначаючи чинники, що зумовлюють конкурентоспроможність сардельок на ринку ковбасних виробів на прикладі сардельок, можна визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції даного виду. До них, на нашу думку, відносять:

1. Підвищення показників якості продукції (вироби з якісної сировини, пружна консистенцій, зовнішній вигляд, упаковка). Товар повинен мати показники, що будуть відрізняти його від аналогічного товару, представленого конкурентами.
2. Забезпечення ціни, що буде відповідати якості товару, і при цьому буде прийнятною для споживача.
3. Підвищення естетичності та оригінальності презентації продукції та вітрини. Численні дослідження показують, що від додаткових атрибутів, що допомагають представити товар у кращому вигляді (підсвічування товару на вітрині, запах готових виробів, презентації тощо) реалізувати товар більше шансів, аніж без них.
4. Проведення дегустації товару.
5. Розміщення інформації про товар, торгову марку в місцях реалізації тощо.

### РОЗДІЛ 3

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПОСТАЧАННЯ САРДЕЛЬОК НА ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

### 3.1. Елементи організації постачання сарделюк на ТОВ «Рітейл Тренд»

Розглянемо загальні положення відділу логістики, який організовує постачання сарделюк. Відділ логістики є самостійним структурним підрозділом підприємства ТОВ «Рітейл Тренд». Відділ створюється і ліквідується наказом директора підприємства. Відділ підпорядковується безпосередньо директору підприємства.

Відділ очолює начальник відділу логістики, призначений на посаду наказом директора підприємства. Задачі та функції майбутнього відділу логістики наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

#### Задачі і функції відділу логістики

Задача	Функції
1	2
Збір, обробка та аналіз організаційної, технічної і фінансової інформації про діяльність українських та іноземних організацій, що працюють у сфері інтересів підприємства.	<p>Проведення необхідних заходів з метою укладання угод з іноземними та українськими партнерами (збір інформації, встановлення ділових контактів з іноземними підприємствами, розробка планів спільної роботи).</p> <p>Забезпечення виконання зобов'язань з постачання продукції і товарів відповідно до укладених угод.</p> <p>Розробка спільно з технічними та економічними службами підприємства планів співробітництва з вітчизняними та іноземними організаціями; контроль за виконанням цих планів.</p> <p>Збір, накопичення й аналіз інформації щодо міжнародного досвіду вирішення окремих проблем в області логістичної діяльності. Збір, накопичення й аналіз інформації щодо міжнародного досвіду вирішення окремих проблем.</p>

Продовження табл. 3.1

<p>Планування, організація, контроль і керування матеріальними і нематеріальними операціями, здійснюваними в процесі доведення сировини, матеріалів і готової продукції до споживача згідно з інтересами та вимогами останнього, а також обробка, аналіз і збереження відповідної інформації.</p>	<p>Здійснення організації, планування і контролю за зовнішньоекономічною діяльністю підприємства на стадіях:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- укладання угод;</li> <li>- постачання продукції відповідно до укладених угод;</li> <li>- митного оформлення товарів;</li> <li>- ведення обліку і звітності на складах.</li> </ul> <p>Розробка заходів щодо реалізації угод, укладених під час переговорів з українськими та іноземними фірмами.</p> <p>Контроль за виконанням постачальниками зобов'язань за укладеними угодами (терміни постачань, ціни, кількість, якість, номенклатура тощо).</p> <p>Організація, планування і контроль забезпечення діяльності складського господарства.</p> <p>Здійснення контролю за товарними та інформаційними потоками з урахуванням комплексного підходу за схемою: потрібний товар - у потрібній кількості - потрібної якості - у потрібний час - у потрібне місце з мінімальними витратами.</p> <p>Подання претензій, штрафних санкцій до замовників продукції підприємства за порушення умов укладених угод, встановленого порядку розміщення замовлень.</p> <p>Розробка рекомендацій щодо організації діяльності відповідних служб підприємства з метою оптимізації витрат при доведенні матеріальних потоків від продавця до покупця.</p>
---	--

Взаємодія відділу логістики з іншими підрозділами наведена у табл. 3.2

*Таблиця 3.2*

**Взаємодія відділу логістики з іншими підрозділами**

Підрозділ	З питань
1	2
З відділом матеріально-технічного постачання	<p>Визначення потреби в продукції.</p> <p>Керування замовленнями, їхніми обсягами, підготовкою і розміщенням.</p> <p>Керування спеціальними замовленнями.</p>

*Продовження табл. 3.2*

З транспортним відділом	Організація приймання товару перевізником. Організація перевезення вантажів. Організація передачі товару вантажоодержувачу. Організація експедирування товарів.
Зі складом	Розрахунок потреби складського устаткування. Організація складського обліку. Розрахунок витрат на складську діяльність. Організація надходження товарів на склад. Організація розвантаження товарів. Організація приймання товарів за кількістю та якістю. Організація збереження товарів на складі. Організація завантаження товарів на транспортні засоби. Організація переміщення виробів усередині підприємства. Організація упакування і маркування продукції. Організація уніфікації тари. Організація маркування продукції.
З планово-економічним відділом	Розрахунок техніко-експлуатаційних показників. Розрахунок економічних показників. Розрахунок вартісних показників.
З відділом контролю якості	Організація процесів розробки стандартів підприємства. Сертифікація продукції. Організація робіт, пов'язаних із підготовкою претензій до постачальників. Організація процесу забезпечення сировиною, матеріалами, товарами, інструментом, спецодягом, господарським інвентарем і т.д. Контроль дотримання норм розрахунків по відділу, відповідно до затвердженого кошторису.

Функції закупівлі запасів на ТОВ «Рітейл Тренд» виконує відділ закупівельної логістики, організаційна структура якого наведена на рис. 3.1.

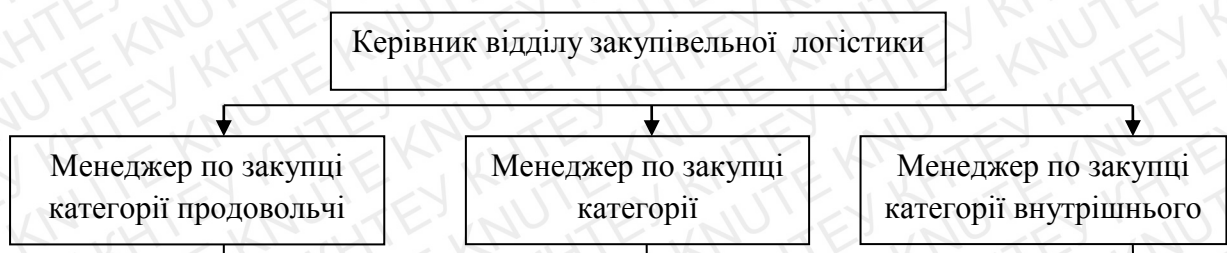


Рис. 3.1. Структура сектору закупівельної логістики ТОВ «Рітейл Тренд»

Основною його функцією є вчасно і без перевищення бюджету постачати сировину на підприємство.

До переліку завдань, що поставлено перед відділом закупівельної логістики, належать:

- оперативне планування закупівель;
- ведення переговорів з постачальниками щодо їх цінової і збутової політики, а також з інших питань оптимізації товаропостачання;
- оформлення замовлень постачальникам і контроль за їх виконання;
- про ведення платіжного календаря витрат грошових коштів;
- контроль розрахунків з постачальниками.

Розподіл обов'язків у відділі закупівельної логістики здійснюється за товарною спеціалізацією, кожен менеджер відділу несе відповідальність за закупівлі своєї категорії продукції. Спеціалісти відділу є допоміжним персоналом відділу і виконують функції адміністрування, документообігу, формування звітності і тощо.

Процес постачання товарів є першочерговою ланкою технології закупівельної логістики (рис. 3.2).



Рис. 3.2 Технологія закупівельного процесу в ТОВ "Ритейл Тренд"

Після надходження товарів до складу експедитор зі сторони постачальника надає прибуткові документи на доставлений товар завскладу, який, в свою чергу, інформує менеджера відділу закупівель і передає прибуткові документи.

Перед початком фізичного розвантаження товарів, менеджер в обов'язковому порядку перевіряє відповідність прибуткових документів

здійсненому замовленню щодо асортименту та кількісних показників отриманих товарів. В разі відсутності відхилень менеджер інформує завідувача складом про необхідність розвантаження транспорту.

Вантажники ТОВ «Рітейл Тренд» здійснюють розвантаження, перевіряють відповідність товару кількісним та якісним параметрам.

В разі відсутності відхилень прибуткові документи (екземпляр) передаються у відділ закупівель і до бухгалтерії. В бухгалтерії здійснюється оприбуткування товарів і постановка рахунку постачальника в графік платежів.

Позитивним фактором технології товароруку є обов'язковість резервування товару, що надійшов згідно невиконаних замовлень клієнтів. Дана функція здійснюється менеджером з закупівель спільно з менеджером з продажу. Внаслідок даного підходу відсутній ризик невиконання замовлень клієнтів і прискорюється оборотність товароруку.

Основним недоліком закупівельної діяльності в ТОВ «Рітейл Тренд» є відсутність реєстрації і систематизації бланків замовлень в єдиному реєстрі, наприклад, журналі замовлень. Внаслідок цього відсутня контрольно-аналітична функція за станом виконання замовлень зі сторони постачальників щодо їх своєчасності і повноти.

Основними проблемами закупівельної логістики ТОВ «Рітейл Тренд» є вибір постачальника. У процесі вибору постачальника виникають наступні труднощі.

Оснoву торговельного процесу ТОВ «Рітейл Тренд» становлять комерційні операції закупки сировини та продажу продукції оптовим або роздрібним покупцям. Насамперед, ці операції пов'язані зі здійсненням організаційних, економічних і юридичних функцій.

Компанія не має власних виробничих потужностей і закуповує продукцію у своїх основних постачальників. Продукція всіх постачальників доставляється автотранспортом продавця, що доставляє її до власне складських приміщень даного підприємства, або власна команда водіїв.



На підприємстві ТОВ «Рітейл Тренд» організація постачання базується на таких принципах:

- формування та розвиток ланцюга поставок на основі стратегічного партнерства визначають кошти кінцевого споживача, який приймає рішення щодо придбання продукції і відповідного сервісу, всі інші учасники процесу поставки продукції та послуг лише перерозподіляють такі кошти між собою;
- забезпечення стабільності та ефективності відносин усіх учасників процесу поставки кінцевому споживачеві продукції та послуг визначається отриманням кожним елементом ланцюга поставок прибутку від своєї діяльності;
- уявлення про ланцюг поставок виходять з безперечного забезпечення умов для створення додаткової цінності. Його формування й розвиток визначається не потребою максимального зниження сукупних витрат (що, безперечно, є важливим для даного підприємства), а наповненням кінцевого продукту, тобто прикрас якістю, способами доставки та зберігання тощо.

Характеристика контрагентів ланцюга поставок ТОВ «Рітейл Тренд» представлена у табл.3.3.

Таблиця 3.3

### Характеристика контрагентів ланцюга поставок ТОВ «Рітейл Тренд»

Контрагенти ланцюга поставок	Ланки ланцюга поставок	Географічне положення
Постачальники	Заводи-виробники ПрАТ «Тульчинм'ясо» (торгова марка «Тульчин»), ПрАТ «Ідекс», МПЗ «Колос» (ТМ «Чернівецькі ковбаси»), ПрАТ «Ковельські ковбаси», ПрАТ «Горлівський м'ясокомбінат», ПрАТ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», ПрАТ «М'ясная фабрика «Фаворит», ПрАТ «ВМП»	Україна
Транспортні	Автотранспорт продавців,	Україна

посередники	транспорт посередників	
Фокусні компанії	Головний офіс	Україна, Київ
Споживачі	Власні магазини	Україна, Київ
	Співпраця з мережею магазинів «Сільпо», «Фора»	Україна

У розпорядженні компанії знаходяться наступні об'єкти логістичної інфраструктури: склад в Києві, 7 власних магазинів в столиці (площі магазинів знаходяться в оренді), плідна співпраця з такими мережами магазинів як «Сільпо», «Фора», мережею гіпермаркетів «Ашан» тощо.

Розглянемо особливості організації постачання сардельок на підприємствах торгівлі.

Розрахуємо місячну потребу в сардельках. Так, у 2020 році намічено здійснити продаж наступної кількості виробів 56,3 т.

Спочатку розрахуємо раціональний розмір замовлення.

Транспортні витрати на доставку однієї тони приходиться близько 2,0 тис грн.

Витрати на збереження умовно складають:

*ціна одиниці \* не одержаний через заморожування капіталу відсоток (банківський депозит).*

Таким чином, вони рівні

*70,4 тис грн \* 10 % = 7040 грн за рік, або 7040/365 = 19,3 грн на день*

Економічний розмір замовлення (economic order quantity – EOQ) визначається за формулою, отриманою Ф.У. Харрісом. Однак у теорії управління запасами вона більш відома як формула Уілсона:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times C_0 \times S}{C_1 \times U}} \quad (3.1)$$

EOQ – економічний розмір замовлення, од.;

$C_0$  – витрати виконання замовлення, грн.;

$C_1$  – закупівельна ціна одиниці товару, грн.;

$S$  – річний обсяг продажів, од.;

$U$  – частка витрат зберігання в ціні одиниці товару.

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times 2000 \times 56,3}{70400 \times 0,1}} = 5,66 \text{ т}$$

У результаті одержуємо поточний складський запас рівний 5,66 тис т.

Страховий запас визначимо в розмірі 50 % поточного запасу:

$$CЗ = 5,66 * 0,5 = 2,83 \text{ тис т}$$

Сукупна норма, таким чином, дорівнює  $5,66 + 2,83 = 8,49 \text{ т}$ .

Час доставки складає 1 – 2 дні. Таким чином, величина партії ковбасних виробів, що замовляється, відповідає реальному розмірові замовлення, здійсненого підприємством (5,66 т).

Інтервал часу між постачаннями повинен складати 7 днів., щоб постачання товарів було безперервним.

Оцінивши роботу ТОВ «Рітейл Тренд» прийшов до висновку, що функції закупівлі запасів на підприємстві виконує відділ закупівельної логістики. Процес планування діяльності у ТОВ «Рітейл Тренд» розподілений відповідно до логістичних завдань по вертикальним ланкам управлінської структури в залежності і від планового періоду.

### **3.2. Напрями вдосконалення організації постачання сарделюк на ТОВ «Рітейл Тренд»**

Даному підприємству в цілях удосконалення постачання важливо покращити роботу с постачальниками.

Вибір постачальника становить важливу частину функції закупівель та включає пошук джерел постачання та оцінку можливості своєчасного постачання. Функція аналізу і вибору постачальника на сьогоднішній день є найбільш суб'єктивною, тому що велику роль відіграє людський фактор. Для підвищення ступеня довіри до даної процедури всередині підприємства і

оптимального співвідношення ціни і якості товарів процес вибору постачальника повинен відповідати наступним вимогам:

1) Процедури вибору постачальника для різної номенклатури повинні бути чітко визначені, при цьому процедури вибору постачальника повинні бути прозорі і забезпечувати оптимальне співвідношення витрат на організацію процедур вибору постачальника і потенційної економії бюджету закупівель;

2) Організація роботи з підготовки процедур вибору постачальника повинна забезпечувати можливість отримання всебічної оцінки отриманих пропозицій:

- чітка і професійна технічна специфікація продукції, формулювання умов договору;

- повнота переліку потенційних постачальників для проведення тендера або складання конкурентної карти.

3) Об'єктивність вибору постачальника для укладення договору:

- прозорість застосовуваних оцінок для альтернативних пропозицій при виборі постачальника;

- незалежність і об'єктивність умов для всіх учасників процедур вибору постачальника.

Підприємство співпрацює з певною кількістю постачальників, але їх кількість з часом збільшується. Тому необхідно провести їх аналіз з метою виявлення групи з великим обігом (Q), оскільки такі партнери мають більший вплив на ефективність нашого підприємства. Рекомендується для вирішення задачі скористатися ABC-аналізом. Вихідні дані наведені у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

**Обсяг постачання сарделенок за 1 квартал 2019 року у розрізі  
основних постачальників, тис грн**

Постачальник	ПрАТ «Тульчинськ`ясо»	ПрАТ «Ідекс»	МПЗ «Колос»	ПрАТ «Ковельські ковбаси»	ТОВ «Алан»	ПрАТ «М`ясна фабрика «Фаворит»	ТОВ «Ковбасний світ»	ТОВ «М`ясна гільдія»	ВКФ «Укрпромстач-95»	ТОВ «Глобино»
Q, тис грн	12	34	39	25	97	100	49	156	87	65

Розташуємо постачальників за зменшенням обігу, потім знайдемо загальну суму обігу та розрахуємо частку кожного постачальника в сумарному обігу

Знайдемо кумулятивний ряд обігу (дані у табл. 3.5)

Таблиця 3.5

**Кумулятивний ряд постачання сарделенок**

Постачальник	Q <sub>i</sub> , тис. грн.	q <sub>i</sub>	$\sum q_i, \%$
ТОВ "М`ясна гільдія"	156	23,49	23,49
ПрАТ «М`ясна фабрика «Фаворит»	100	15,06	38,55
ТОВ «Алан»	97	14,61	53,16
ВКФ «Укрпромстач»	87	13,10	66,27
ТОВ «Глобино»	65	9,79	76,05
ТОВ «Ковбасний світ»	49	7,38	83,43
МПЗ «Колос»	39	5,87	89,31

ПрАТ «Ідекс»	34	5,12	94,43
ПрАТ «Ковельські ковбаси»	25	3,77	98,19
ПрАТ «Тульчинм'ясо»	12	1,81	100,00
<b>Разом</b>	<b>664</b>	<b>100,00</b>	<b>-</b>

Побудуємо графік та поділимо товари на групи залежно від їх частки у загальних витратах на придбання.

Усереднений показник:

$$q_A = \frac{100}{N} = \frac{100}{10} = 10\%$$

Таким чином, до групи А належать усі позиції, для яких значення  $q_i$  більше чи дорівнює середньому значенню показника для всієї множини. Відповідно частка постачальників групи А – 40% від загальної кількості показників: ТОВ "М'ясна гільдія", ПрАТ «М'ясная фабрика «Фаворит», ТОВ "Алан", Прат «Тульчинм'ясо».

Продовжуємо поділ на групи останньої частини множини, скориставшись наведеним прийомом.

Для групи В:

$$q_B = \frac{100 - q_{\sum A}}{N - N_A} = \frac{100 - 66.27}{10 - 4} = 5.62\%$$

Таким чином, в групу В потрапляють постачальники з показниками  $q_i$ , які підпадають під нерівність:

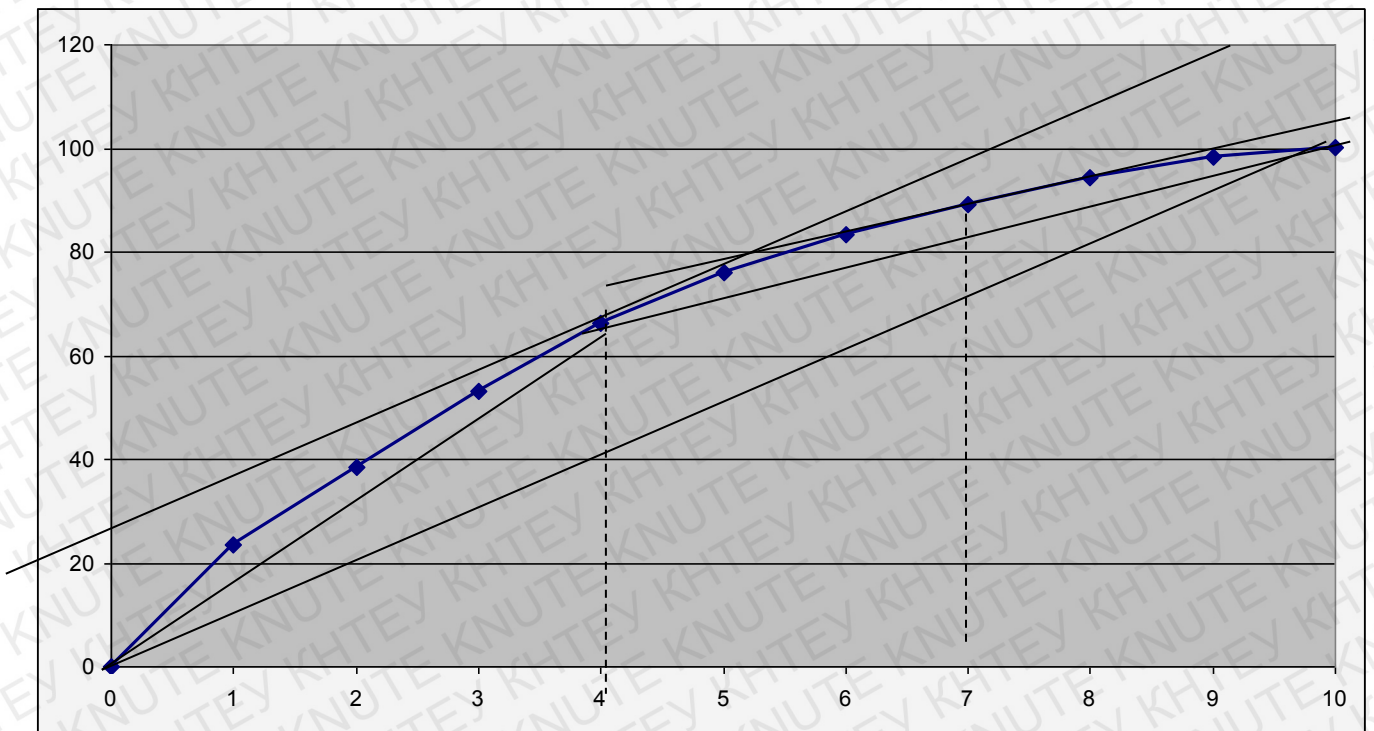


Рис 3.2. ABC-аналіз постачальників сарделенок на ТОВ «Рітейл Тренд»

$$\bar{q}_A > q_i > \bar{q}_B$$

В групу В потрапляють наступні постачальники: ТзОВ «Доменік», ТзОВ "Ковбасний світ", МПЗ «Колос».

Загальна частка груп А та В складає 89,31%, решту 10,69% складає група С, до якої належать ПрАТ «Ідекс», ПрАТ «Ковельські ковбаси», ПрАТ «Тульчинм'ясо».

З метою покращення договірної роботи з постачальниками спробуємо визначити постачальника за методикою рейтингової оцінки.

Протягом перших 2 місяців року ТОВ «Рітейл Тренд» одержувала від постачальників ТОВ "Алан" і ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» сардельки класичні та сардельки особливі. Інформація про ціни і сумлінність постачальників представлені в табл. 3.6-3.8.

Таблиця 3.6

**Динаміка цін на товари, що постачаються на ТОВ "Рітейл Тренд"**

Постачальник	Місяць	Товар	Обсяг поставки, кг	Ціна за одиницю, грн.
ТОВ "Алан"	Січень	сардельки класичні	2000	100
		сардельки особливі	2000	50
ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»	Січень	сардельки класичні	9000	90
		сардельки особливі	2000	40
ТОВ "Алан"	Лютий	сардельки класичні	12000	110
		сардельки особливі	1200	60
ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»	Лютий	сардельки класичні	7000	100
		сардельки особливі	10000	60

Для ухвалення рішення про продовження договору з одним із постачальників необхідно розрахувати рейтинг кожного постачальника. При розрахунку рейтингу постачальників прийняли наступні ваги показників: ціна – 0,5, якість товару, що поставляється – 0,3, надійність постачання – 0,2.

Таблиця 3.7

**Динаміка поставки товарів неналежної якості**

Місяць	Постачальник	Кількість товарів неналежної якості, од/міс.
Січень	ТОВ "Алан"	75
	ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»	300
Лютий	ТОВ "Алан"	120
	ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»	425

Таблиця 3.8

**Динаміка порушень встановлених строків поставки**

ТОВ "Алан"			ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»		
місяць	кількість поставок, одиниць	всього запізнь днів	місяць	кількість поставок, одиниць	всього запізнь, днів
Січень	8	28	Січень	10	45
Лютий	7	35	Лютий	12	36



Для розрахунку рейтингу постачальників необхідно провести обчислення у нижчезазначеній послідовності.

1. Розрахунок середньозваженого темпу росту цін (показник ціни).

Для оцінки постачальника за першим критерієм (ціна) варто розрахувати середньозважений темп росту цін (Тц) на товари, що поставляються ним:

$$\bar{T}_u = \sum_{i=1}^n T_{ui} \times d_i$$

де Т - темп росту ціни на і-й різновид постачаємого товару;

$d_i$  - частка і-го різновиду товару в загальному обсязі поставок поточного періоду;

n - кількість різновидів товарів, що поставляються.

Темп росту ціни на і-й різновид товару, що поставляється, розраховується за формулою:

$$T_{ui} = (P_{i1} / P_{i0}) \times 100$$

де  $P_{i1}$  - ціна і-го різновиду товару в поточному періоді;

$P_{i0}$  - ціна і-го різновиду товару в попередньому періоді.

Частка і-го різновиду товару в загальному обсязі поставок розраховується за формулою:

$$d_i = (S_i / \sum S_i)$$

де  $S_i$  - сума, на яку поставлений товар і-го різновиду в поточному періоді, грн.

Розрахуємо дані показники.

Для першого постачальника ТОВ «Алан»:

Сардельки класичні:

$$T_{цi} = 11/10 * 100 = 110\%$$

$$d_i = 12000 * 11 / (12000 * 11 + 1200 * 6) = 0,948$$

Сардельки особливі:

$$T_{цi} = 6/5 * 100 = 120\%$$

$$d_i = 1200 \cdot 6 / (12000 \cdot 11 + 1200 \cdot 6) = 0,052$$

$$T_{\text{ц}} = 110 \cdot 0,948 + 120 \cdot 0,052 = 110,5\%$$

Для другого постачальника ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»:

Сардельки класичні:

$$T_{\text{ц}} = 10/9 \cdot 100 = 111,1\%$$

$$d_i = 7000 \cdot 10 / (7000 \cdot 10 + 10000 \cdot 6) = 0,538$$

Сардельки особливі:

$$T_{\text{ц}} = 6/6 \cdot 100 = 100\%$$

$$d_i = 10000 \cdot 6 / (10000 \cdot 6 + 7000 \cdot 10) = 0,462$$

$$T_{\text{ц}} = 111,1 \cdot 0,538 + 100 \cdot 0,462 = 106\%$$

2. Розрахунок темпу росту постачання товарів неналежної якості (показник якості).

Для оцінки постачальників по другому показнику (якість товару, що поставляється,) розрахуємо темп росту постачання товарів неналежної якості (Тн.к.) по кожному постачальнику

$$T_{\text{н.к.}} = \frac{d_{\text{н.к.1}}}{d_{\text{н.к.0}}} \times 100$$

де  $d_{\text{н.к.1}}$  – частка товару неналежної якості в загальному обсязі постачань поточного періоду;

$d_{\text{н.к.0}}$  – частка товару неналежної якості в загальному обсязі постачань попереднього періоду.

Розрахуємо дані показники.

Для першого постачальника ТОВ "Алан":

$$d_{\text{н.к.1}} = 120 / (12000 + 1200) = 0,0091$$

$$d_{\text{н.к.0}} = 75 / (2000 + 2000) = 0,01875$$

$$T_{\text{н.к.}} = 0,0091 / 0,01875 \cdot 100 = 48,5\%$$

Для другого постачальника ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»:

$$d_{\text{н.к.1}} = 425 / (12000 + 1200) = 0,025$$

$$d_{\text{н.к.0}} = 300 / (9000 + 2000) = 0,027$$

$$T_{\text{н.к.}} = 0,0091 / 0,01875 \cdot 100 = 92,6\%$$

3. Розрахунок темпу росту середнього запізнення (показник надійності постачання, Тнп).

Кількісною оцінкою надійності постачання служить середнє запізнення, тобто число днів запізньєв, що приходяться на одне постачання. Ця величина визначається як частка від ділення загальної кількості днів запізнення за певний період на кількість постачань за той же період.

$$T_{н.п.} = (O_{ср1} / O_{ср0}) \times 100$$

Таким чином, темп росту середнього запізнення по кожному постачальнику визначається за формулою:

де  $O_{ср1}$  - середнє запізнення на одне постачання в поточному періоді, днів,

$O_{ср0}$  - середнє запізнення на одне постачання в минулому періоді, днів.

Розрахуємо дані показники.

Для першого постачальника ТОВ "Алан" :

$$O_{ср1} = 35/7 = 5 \text{ дня}$$

$$O_{ср0} = 28/8 = 3,5 \text{ ня}$$

$$T_{н.п.} = 5/3,5 * 100 = 142,85\%$$

Для другого постачальника ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»:

$$O_{ср1} = 36/12 = 3 \text{ дня}$$

$$O_{ср0} = 45/10 = 4,5 \text{ дня}$$

$$T_{н.п.} = 3/4,5 * 100 = 66,66\%$$

4. Розрахунок рейтингу постачальників.

Для розрахунку рейтингу необхідно по кожному показнику знайти добуток отриманого значення темпу росту на вагу показника.

Розрахуємо рейтинг постачальників:

ТОВ «Алан»:

$$R = 0,5 * 110,5 + 0,3 * 48,5 + 0,2 * 142,85 = 98,37\%$$

ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»:

$$R = 0,5 * 106 + 0,3 * 92,6 + 0,2 * 66,66 = 94,11\%$$

Отже, оскільки рейтинг другого показника нижче, то потрібно заключати договір на поставку саме з ним. Тому що чим більше показник - тим більше помилок здійснює постачальник.

Для визначення пріоритетності окремих критеріїв, за якими передбачається вибирати постачальників, застосовують методи експертних оцінок.

Рейтинг постачальника визначається за формулою:

$$R = \sum_{i=1}^n c_i \times k_i, \text{ де}$$

$n$  – кількість показників оцінки рейтингу постачальника;

$k_i$  – значимість показника (коефіцієнт вагомості);

$c_i$  – бальна оцінка величини показника, що забезпечує постачальник.

Таблиця 3.9

**Визначення оптимального постачальника сардельок на ТОВ  
«Ритейл Тренд»**

Постачальник	Динаміка цін			Динаміка якості			Динаміка запізнення			Рейтинг постачальника
	%	бал	вага	%	бал	Вага	%	бал	Вага	
ТОВ "Алан"	110,5	2	0,5	48,5	1	0,3	142,85	2	0,2	1,7
ТОВ «Глобино»	106	1		92,6	2		66,66	1		1,3

Таким чином згідно рейтингу постачальника необхідно заключати договір саме з ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат».

Ще одним напрямком організації постачання сардельок на ТОВ «Ритейл Тренд» є організація логістичного складу. ТОВ «Ритейл Тренд»

володіє 7 магазинами в Києві та Київській області, в 5 магазинів Києва завозить сардельки самостійно.

Розташування магазинів відносно головного офісу Ярославська 56а наведен у табл. 3.10.

Таблиця 3.10

**Розташування споживачів сардельок ТОВ «Ритейл Тренд»**

Магазини	X <sub>i</sub>	Y <sub>i</sub>	Q <sub>i</sub> , тис грн/кв	xQ	yQ
1	65	15	100	6500	1500
2	45	35	120	5400	4200
3	80	60	150	12000	9000
4	20	75	80	1600	6000
5	40	10	90	3600	900
Разом			545	29100	21600

Визначення розташування складу – це знаходження координат географічної точки, від якої сума відстаней до всіх споживачів мінімальна. Передбачається, що транспортні витрати є функцією виключно відстані, тобто варто мінімувати сумарну відстань перевезень. Ваги вантажу до уваги також не береться.

Визначаємо центр ваги вантажних потоків:

$$X_{\text{склад}} = \frac{\sum_{i=1}^n (Q_i \cdot X_i)}{\sum_{i=1}^n Q_i} = 29100/545 = 53,4 \text{ км}$$

$$Y_{\text{склад}} = \frac{\sum_{i=1}^n (Q_i \cdot Y_i)}{\sum_{i=1}^n Q_i} = 21600/545 = 39,6 \text{ км}$$

Побудуємо систему координат та нанесемо на неї споживачів та місце розташування складу (рис. 3.2).

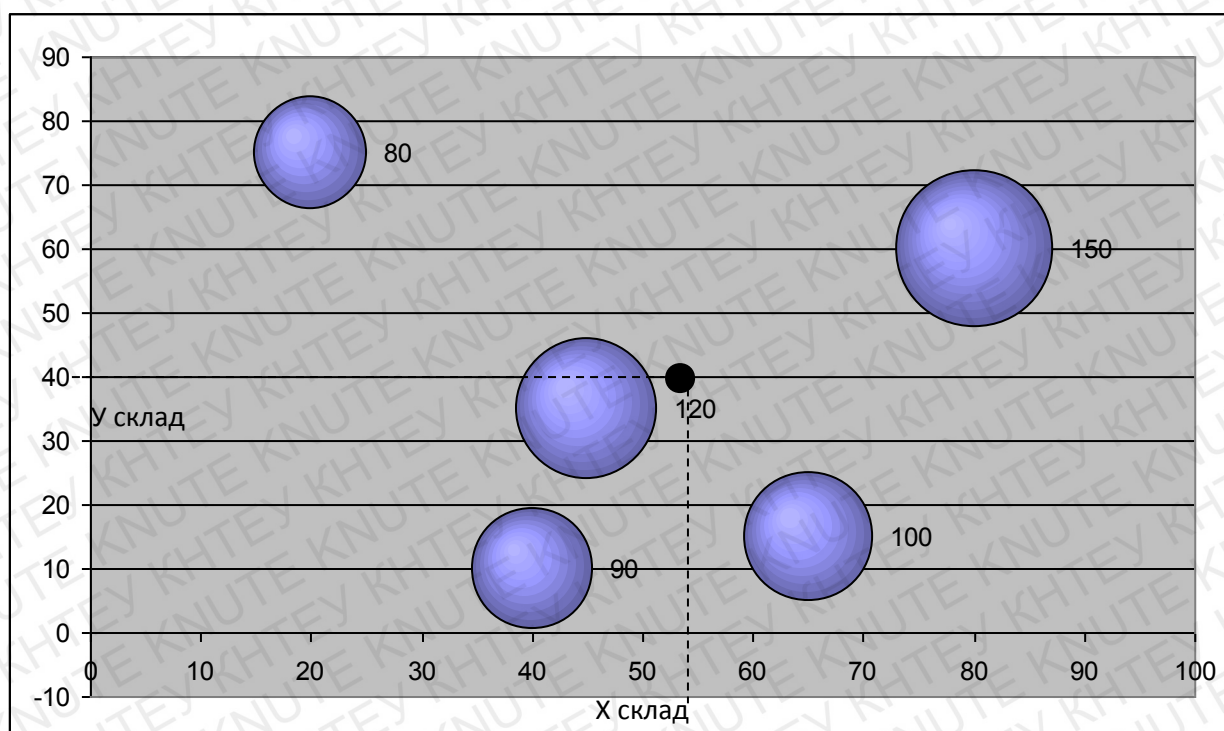


Рис. 3.2. Розташування складу для ТОВ «Ритейл Тренд»

Отже, на основі проведених розрахунків та висновків за матеріалами дослідження можемо констатувати, що склад для компанії слід розмістити на Набережно-Хрещатицькій вулиці.

Досліджуючи стан збуту готової продукції на ТОВ «Ритейл Тренд» ми дійшли висновку щодо необхідності застосування в збутовій діяльності підприємства логістичних прийомів і методик, що в свою чергу вимагає вирішення таких задач:

- систематизація основних логістичних завдань служби збуту підприємства;
- необхідність аналізу чинників впливу організаційних параметрів на ефективність діяльності логістичного підрозділу підприємства;
- постійна діагностика проблем організації роботи служби логістики збуту і розробка шляхів підвищення її ефективності.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Проаналізувавши ринок варених ковбасних виробів, можна зазначити, що обсяг виробництва ковбасних виробів зазвичай невеликий протягом перших трьох місяців року, зростання починається з квітня і продовжується до листопада. Цей сегмент більше орієнтований на задоволення потреб внутрішнього ринку. Експортується лише невелика частина вітчизняного продукту, а імпортні відвантаження, хоч і перевищують експортні, знаходяться в межах 100 тонн (у поточному році). Розглядаючи обсяг вітчизняного виробництва за чотири місяці 2019 року, варто зазначити зниження обсягу внутрішньої пропозиції на 2,6% проти показника аналогічного періоду 2018 року (75,7 тис. т проти 77,7 тис. т). Зниження відбулось через зниження виробництва в січні та березні (як порівняти з аналогічними місяцями 2018 року). Квітневий обсяг виробництва – найвищий у 2019 році (20,2 тис. т).

2. До великих підприємств м'ясопереробної галузі можна віднести: ПрАТ «Тульчинм'ясо» (торгова марка «Тульчин»), ПрАТ «Ідекс», МПЗ «Колос» (ТМ «Чернівецькі ковбаси»), ПрАТ «Ковельські ковбаси», ТОВ «Алан», ТОВ «Глобино», ПрАТ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», ПрАТ «М'ясная фабрика «Фаворит», ПрАТ «ВМП».

Вимоги до якості ковбасних виробів нормуються ДСТУ 4436:2005. «Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні». Сардельки повинні відповідати стандарту за рецептурою та технології виготовлення.

3. Для дослідження були відібрані сардельки з сиром 1-го сорту, що реалізується ТОВ «Ритейл Тренд».

1) «Сардельки Женевські з сиром», 1-го сорту, ТМ «Алан», виробництва ТОВ «Алан», м.Дніпро, Україна.

2) «Сардельки з сиром», 1-го сорту, ТМ «Тульчин», виробництва ТОВ «Тульчин м'ясо», м. Тульчин, Україна.

3) «Сардельки з сиром Ятрань», 1-го сорту, ТМ «Ятрань», виробництва ТОВ «Ятрань», м.Кропивницький, Україна.

4) «Сардельки з сиром», 1-го сорту, ТМ «М'ясна Лавка», виробництва ТОВ М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», м.Дніпро, Україна.

5) «Сардельки з сиром», 1-го сорту, ТМ «Рогань», ТОВ «Роганський м'ясокомбінат», м.Харків, Україна.

Дослідження проводилися з метою відповідності дослідних зразків вимогам стандарту ДСТУ 4436:2005 «Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні» за показниками: маркування, пакування, органолептичних показників, фізико-хімічних- а саме вміст вологи, вміст жиру, наявність крохмалю

Виявлено найбільш конкурентоспроможного виробника сарделок ТМ «Алан».

Чинники, що зумовлюють конкурентоспроможність сарделок на ринку ковбасних виробів на прикладі сарделок:

- підвищення показників якості продукції (вироби з якісної сировини, пружна консистенцій, зовнішній вигляд, упаковка). Товар повинен мати показники, що будуть відрізняти його від аналогічного товару, представленого конкурентами.

- забезпечення ціни, що буде відповідати якості товару, і при цьому буде прийнятною для споживача.

- підвищення естетичності та оригінальності презентації продукції та вітрини.

- проведення дегустації товару.

- розміщення інформації про товар, торгову марку в місцях реалізації тощо.

Функції закупівлі запасів на підприємстві виконує відділ закупівельної логістики. Процес планування діяльності у ТОВ «Ритейл Тренд» розподілений по вертикальним ланкам управлінської структури в залежності і від планового періоду.



Організація ефективного ланцюга поставок потребує комплексного підходу та постійної оптимізації усіх його елементів. Рекомендовано здійснювати взаємодію і взаємовигідну співпрацю в ланцюгах поставок торгових мереж з урахуванням принципів категорійного менеджменту, базовими поняттями якого є правила формування товарного асортименту і підтримки необхідного рівня товарних запасів з метою максимального задоволення попиту кінцевих споживачів.

Для цього запропоновано використовувати метод ABC-аналізу для розрахунку внеску кожної товарної групи в товарообіг та прибуток підприємства. Результати ABC-аналізу дозволили розподілити товарні групи на п'ять категорій, відповідно до внеску кожної категорії в товарообіг та прибуток торгової мережі.

Рекомендовано дотримуватися окремої стратегії управління для кожної товарної категорії в межах ланцюга поставок. Зокрема організовувати внутрішньомагазинну логістику з врахуванням значень категорій. Якісніше управління постачанням товарів та інтеграції ланцюга поставок сприятиме встановлення критеріїв вибору постачальника. Пропозиції щодо управління поставками товарів залежно від значень категорій сприятимуть оптимізації товарних запасів та підвищенню рівня обслуговування покупців.

Перехід на управління асортиментом по товарних категоріях дає змогу підвищити продажі та прибуток у кожній категорії. Знижується кількість неліквідних і малооборотних позицій, оптимізуються товарні запаси, знижуються витрати, виникає економія витрат за рахунок залучення партнерів.

Удосконалити організацію товаропостачання торгової мережі підприємства, на нашу думку, можна за допомогою: впровадження ефективної системи визначення товарної потреби для торговельних точок, на яких є економічно доцільним ведення кількісно-сумового обліку за допомогою комп'ютерної техніки; впровадження методики визначення товарної потреби та автоматизованого формування заявки в середовищі 1С

без участі менеджерів середньої ланки; розширення автоматизованої системи товаропостачання торговельної мережі підприємства – впровадження цієї системи в тих торгових точках ТОВ, на яких вона ще не діє; складання графіків (на місяць, декаду або день) та маршрутів (кільцевих) доставки товарів у роздрібну торговельну мережу підприємства на основі заявок (замовлень), які формуються на АРМ-ах; внесення пропозицій керівниками відділів, менеджерами, товарознавцями та завідувачами магазинів ТОВ щодо удосконалення організації товаропостачання торговельної мережі підприємства, при цьому слід заохотити їх до цієї співпраці різними стимулами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артюх Т. М. Імплементация Україною системи технічного регулювання ЄС: економічний та законодавчий аспект. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/implementatsiya-ukrayinoyu-sistemi-tehnicnogoregulyuvannya-es-ekonomichniy-tazakonodavchiyaspe>
2. Афанасенко И. Д. Логистика снабжения: Учебник для вузов /И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. – СПб.: Питер, 2010. – 336 с.
3. Беспалов Р. С. Транспортная логистика. Новейшие технологии построения эффективной системы доставки / Р.С. Беспалов. – М.: Вершина, 2007. – 384 с.
4. Бизнес-словарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://encdic.com/business/Zakupka-4671.html>.
5. Большой экономический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Книжный мир, 2017. – 860 с.
6. Бузукова Е. А. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2010. – 251 с.
7. Гаєва Ю. Біжу вже. Біжу! / Ю. Гаєва // Власть Денег. – 2017. – №253. – С. 3-11.
8. Денисенко М. П. Організація та проектування логістичних систем: Підручник/ за ред. проф. М. П. Денисенка, проф. П. Р. Левковця, проф. Л. І. Михайлової. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 336 с.
9. Державна митна служба України, сумарний обсяг імпорту та експорту продукції за кодом УКТЗЕД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://arc.customs.gov.ua/dmsu/control/cstat/f2a/showstat>
10. ДСТУ 4436: 2005 Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'які

11. Закон України про стандартизацію затверджений ВР від 5 червня 2014 р. 1315-VII -К, 2015.-96с.
12. Кодекс Алиментаріус. Гігієна харчових продуктів.-пер з англійської М.: Весь Світ, 2007.-124 с.
13. Комкова Е. Товарные портфели и управление закупками в рознице. – СПб.: Питер, 2008. – 336 с.
14. Коноваленко В. М. Концептуальні основи та принципи управління закупівельною діяльністю підприємства / Коноваленко В. М. // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. – С. 92–101.
15. Коробкіна З. В., Романенко О. Л. Товарознавство смакових товарів: Підручник. – К.: КНТЕУ, 2003. – 432 с.
16. Кристофер М. Логістика і управління цепями поставок / М. Кристофер. – СПб.: Питер, 2004. – 316 с.
17. Кузнецов М. С. Принципы формирования интегрированной логистической цепи организации розничной торговли на рынке продовольствия / М. С. Кузнецов // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2006. – № 4. – С. 48-51.
18. Лиса С. Методичні підходи до оцінювання логістичних ланцюгів торговельних мереж / С. Лиса // Вісник КНТЕУ. – 2010. – №4. – С. 56-63.
19. Лист "Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України Роздрібна, оптова торгівля. Основні поняття. Терміни і визначення" від 17.03.1998 р. № 15-03/29-192. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v-192204-98>.
20. Медико-біологічні вимоги і санітарні норми якості продовольчої сировини та харчових продуктів: стандарт затверджений МОЗ СРСР від 1 серпня 1989 р. 5061
21. Міхальська А. В. Перевірка державних закупівель як новий різновид фінансового контролю / Міхальська А. В. // Фінансовий контроль. – 2007. – № 6 (41). – С. 10–11.

22. Москвітіна Т. Д. Комерційні зв'язки торговельного підприємства: навч. посіб. / Т. Д. Москвітіна, В. В. Черепов. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2002. – 126 с.
23. Названо ТОП-5 експортерів української ковбаси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroportal.ua/ua/news/zhivotnovodstvo/nazvany-top5-eksporterov-ukrainskoi-kolbasy/>
24. Нестеренко О. О. Аналіз асортиментної політики підприємства роздрібної торгівлі / О. О. Нестеренко // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3 (53). – С. 172-178.
25. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
26. Перов К. О. Планування – етап управління закупівлями / Перов К. О. // Бюлетень "Редукціон". – 2006. – № 12. – С. 26–28.
27. Позняковский В. М. Экспертиза мяса и мясопродуктов. – Новосибирск: Изд-во Новосибирского. ун-та, 2001. – 526 с.
28. Рогов І. А., Жаринов А. І. Виробництво ковбас і м'ясних делікатесів. – М.:Профіздат, 1994. – 210 с.
29. Сергеев В. И. Проектирование цепей поставок на основе Референтной модели операций в цепях поставок (SCOR-mod – Supply Chain Operations Reference model): методические рекомендации / В. И. Сергеев Т. В. Левина. – М., 2013. – 156 с.
30. Сидоренко О.В. Товарознавчі складові ринкознавства. К.: КНЕУ, 2001. - 89 с.
31. Сидоров Д. Розничные сети. Секреты эффективности и типичные ошибки при работе с ними / Сидоров Д. – М. : Вершина, 2007. – 229 с.
32. Сирохман І. В., Задорожний І. М., Пономарьов П. Х. Товарознавство продовольчих товарів. – К.: Лібра, 1997. – 563 с.
33. Смирнова Е. А. Управление цепями поставок: учеб. пособ. / Смирнова Е. А. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 120 с.

34. Ткаченко Н. Б. Управління державними закупівлями : монографія / Ткаченко Н. Б. – К. : Вид. "Книга", 2007. – 296 с.
35. Украинская советская энциклопедия / Т. А. Гаврилова, А. В. Геталов, А. Ф. Денисов и др. – К.: Главная редакция украинской советской энциклопедии, 1985. – 624 с.
36. Фирон Х., Линдерс М. Управление снабжением и запасами. Логистика / Пер. с англ. – СПб.: Полигон, 1999. – 768 с.
37. Черкин Э. Управление цепями поставок. Лучшая российская и мировая практика / Черкин Э. – М. : Roland Berger, 2013. – 22 с.
38. Чукурна О. П. Особливості використання ABC-аналізу на підприємствах роздрібної торгівлі України / О. П. Чукурна // Вісник соціально- економічних досліджень. – 2010. – № 40. – С. 200-207.
39. Якубчак О. М., Хоменко В. І. Кравців Р. І. Виготовлення ковбас і м'ясних продуктів. – К: Бібліотека ветеринарної медицини, 1999. – 122 с.
40. Codex General Standard For Contaminants and Toxins in Foods: CODEX STAN 1993-1995
41. Coyle J., Bardi E., Langley C. Zarządzanie logistyczne. - Warszawa: PWE , 2002. – 619 s.
42. Florian Hofer, Management der Filiallogistik im Lebensmitteleinzelhandel: Gestaltungsempfehlungen zur Vermeidung von Out-of-Stocks (Supply Chain Management) – Wiesbaden: Gabler Verlag, 2009.
43. Joris J. A. Leeman, Supply Chain Management: Fast, Flexible Supply Chains in Manufacturing and Retailing. – Norderstedt: Books on Demand GmbH, 2010.
44. Kardasz H. Rozwoj zarządzania zakupami w korporacjach // Gospodarka Materialowa i Logistyka. – 2008. – № 1. – P. 24-26.
45. Lysons K. Zakupy zaopatrzeniowe. - Warszawa: PWE, 2004. – 504 s.
5. Kraska M. E-procurement – popraw swoje zaopatrzenie // Logistyka. – 2007. – № 5. – S.64-67.

46. Ray, R. Supply chain management for retailing. – New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited, 2010.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Зовнішній вигляд упаковки зразків



Рис. А.1. Зразок № 1, ТМ М'ясна Лавка





Рис. А.2. Зразок № 2, ТМ Ятрань



Рис. А.3. Зразок № 3, ТМ Тульчин



Рис. А.4. Зразок № 4, ТМ Алан



Рис. А5. Зразок №5, ТМ Рогань