

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Оцінка якості печива здобного при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності»**

Студентки 2 курсу, 7м групи,  
спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля таТкаченко Діани

біржова діяльність» Вікторівни  
спеціалізації

«Товарознавство та організація  
зовнішньої торгівлі»

Науковий керівник,  
канд. техн. наук, доцент

Дончевська Раїса  
Степанівна

Науковий консультант,  
канд. екон. наук, ст. викл.

Пугачевська Катерина  
Сергіївна

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

Мокроусова Олена  
Романівна

Київ 2019





## АНОТАЦІЯ

### **Ткаченко Д.В. Оцінка якості печива здобного при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності**

В роботі проаналізовано стан та перспективи розвитку ринку кондитерських виробів в Україні та світі, сформульовано фактори формування якості та розглянуто особливості законодавчо – нормативного регулювання обігу печива здобного. Проведено комплексну оцінку якості печива здобного, охарактеризовано асортимент печива здобного на ТОВ «Сільпо-Фуд», визначено конкурентоспроможність печива здобного вітчизняного та закордонного виробництва, виокремлено шляхи вдосконалення асортименту печива здобного. Проаналізовано особливості організації операцій з імпорту печива здобного на ТОВ «Сільпо-Фуд» та сформульовано пропозиції щодо удосконалення ефективності імпорту печива здобного на ТОВ «Сільпо-Фуд».

*Ключові слова:* печиво здобне, асортимент, якість, безпечність, імпорт, ефективність.

## SUMMARY

### **Tkachenko D.V. Assessment of the quality of cookie-making in the implementation of foreign economic activity**

The paper analyzes the state and prospects of the development of the confectionery market in Ukraine and the world, formulates the factors of quality formation and discusses the peculiarities of the legislative and regulatory regulation of the circulation of cookies. Complex assessment of the quality of the cookie is made, the commodity characteristic of the range of the cookie of the cooker at Silpo-Food is given, the competitiveness of the cookie of the domestic and foreign production is determined, the ways of improvement of the assortment of cookie of the cook are distinguished. The peculiarities of the organization of import operations of the Silpo-Food cookie are analyzed and proposals for improving the efficiency of the import of the Silpo-Food cookie are formulated.

*Keywords:* butter biscuits, assortment, quality, safety, import, efficiency.



## ЗМІСТ

## С

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Стан та перспективи розвитку ринку кондитерських виробів в Україні та світі.....	9
1.2. Фактори формування якості печива здобного.....	16
1.3. Законодавчо – нормативне регулювання обігу печива здобного.....	20
<b>РОЗДІЛ 2. ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ ПЕЧИВА ЗДОБНОГО.....</b>	<b>24</b>
2.1. Організація, об’єкти та методи дослідження.....	24
2.2. Структура асортименту печива здобного, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд».....	30
2.3. Комплексна оцінка якості та конкурентоспроможності печива здобного різних виробників, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд».....	35
<b>РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ІМПОРТУ ПЕЧИВА ЗДОБНОГО.....</b>	<b>39</b>
3.1. Організація та ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні операцій з імпорту печива здобного.....	39
3.2. Напрями вдосконалення ефективності імпорту печива здобного на ТОВ «Сільпо-Фуд».....	46
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>50</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>53</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>58</b>

## ВСТУП

*Актуальність.* Сегмент ринку борошняних кондитерських виробів залишається одним з найбільш динамічних в кондитерській галузі за останні роки, а асортимент борошняних кондитерських виробів постійно оновлюється та розширюється за рахунок використання традиційних і нетрадиційних видів сировини. Продуктом масового споживання є печиво здобне, що зумовлено високими споживними властивостями, зокрема харчовою, біологічною та енергетичною цінністю. З урахуванням високого рівня споживання кондитерських виробів у харчуванні населення України, зокрема у дитячому, зумовлює актуальність обраної теми, а саме доцільність оцінки якості та конкурентоспроможності печива здобного, що реалізується на ринку України.

*Метою роботи* є оцінка якості та конкурентоспроможності печива здобного, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд», а також оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні імпорту печива здобного.

Відповідно до мети були поставлені наступні завдання:

- дослідити стан і перспективи розвитку ринку кондитерських виробів в Україні та світі;
- охарактеризувати фактори формування якості печива здобного;
- проаналізувати законодавчо-нормативне регулювання безпечності та якості печива здобного в Україні;
- охарактеризувати асортимент печива здобного, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- провести комплексну оцінку якості та конкурентоспроможності печива здобного різних виробників, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- дослідити особливості організації та ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні операцій з імпорту печива здобного;
- розробити напрями вдосконалення ефективності імпорту печива здобного на ТОВ «Сільпо-Фуд».

*Об'єкт роботи* – печиво здобне; ТОВ «Сільпо-Фуд».

*Предмет роботи* – якість та конкурентоспроможність печива здобного, зовнішньоекономічна діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні імпорту печива здобного.

*Методи дослідження* – органолептичні, фізико-хімічні, статистично-математичні (обробка експериментальних даних на основі комп'ютерних програм MicrosoftWord, Excel).

*Наукова новизна роботи* полягає в дослідженні проблеми якості та конкурентоспроможності печива здобного різних виробників, що реалізуються в ТОВ «Сільпо-Фуд» та наданні пропозицій для покращення якості та розширення асортименту, а також дослідженні особливостей зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні імпорту печива здобного.

*Практична цінність роботи* полягає у наданні виробникам рекомендацій, щодо покращення якості печива здобного, а також впровадженні на ТОВ «Сільпо-Фуд» запропонованих заходів вдосконалення ефективності імпорту печива здобного.

*Публікації.* За результатами досліджень опублікована стаття і тези:

1. Дончевська Р.С., Ткаченко Д.В. Якість печива здобного провідних виробників: VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів» (м. Полтава, 4-5 квітня 2019 р.). – Полтава: Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» 2019. – С. 178-181.

2. Ткаченко Д.В. Якість та конкурентоспроможність печива здобного / Д.В. Ткаченко // Інновації в підприємстві і торгівля: зб. наук. ст. студ. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – С. 263-269.

*Апробація результатів.* Основні положення випускної кваліфікаційної роботи було сформовано й обговорено на конференціях:

– Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгіві та маркетингу», (Київ, 12-13 березня 2019 року);



– VI Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів» (м. Полтава, 4-5 квітня 2019 року).

*Структура роботи.* Випускна кваліфікаційна робота добре структурована та складається з вступу, 3 розділів, висновків, загальним обсягом 52 сторінок основного тексту, а також 5 таблиць і 9 рисунків, списку використаних літературних джерел (53 найменувань) і 10 додатків.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

#### 1.1. Стан і перспективи розвитку ринку кондитерських виробів в Україні та світі

Ринок кондитерських виробів в Україні характеризується високим рівнем конкуренції, що обумовлює широкий асортимент продукції, який динамічно оновлюється і відповідає потребам споживачів.

Події останніх років мали істотний вплив на весь ринок кондитерських виробів, і печива зокрема. Головними негативними чинниками виявилися: зниження купівельної спроможності населення, втрата частини території, обмеження експорту до Росії. Всі вони призвели до зниження обсягу виробництва кондитерської продукції з 218 тис. тонн у 2012 році до 187,6 тис. тонн в 2018-му [1]. Загальний обсяг виробництва кондитерських виробів демонструє зниження у 2019 році, тим самим показуючи негативну тенденцію. Однак, даний факт не мав негативного впливу на експорт та імпорт. Більш ніж 50% всіх вітчизняних виробів 2019 року експортували, а 45% забезпечують потреби внутрішнього ринку (рис. 1.1).

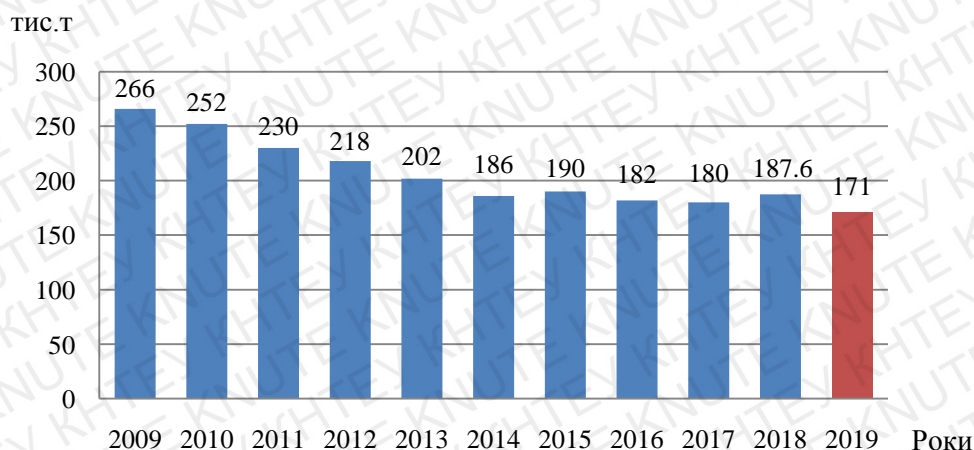


Рис.1.1 Виробництво кондитерських виробів у 2009-2019 рр., тис.т

На ринку існують достатні резерви для збільшення споживання кондитерської продукції. За підрахунками, в середньому українець витратив близько 300 грн за добу в 2019 році на придбання кондитерської продукції, при цьому, найменше витрачається на борошняні кондитерські вироби, що, на нашу думку, пов'язано з меншою ціною на вироби даної категорії (табл. А, Додаток А). Дослідження свідчать, що найбільше споживачі купують шоколадні цукерки, шоколад з різними начинками та вафлі. Вироби кондитерські з цукру користуються найменшою популярністю серед населення [2].

У структурі виробництва кондитерських виробів в Україні в натуральному вираженні більше половини (55,3%) займають різні борошняні вироби. Шоколад і продукти з вмістом какао разом складають частку в 23,6% (рис. Б1, Додаток Б).

Поступово відновлюється сегмент ринку печива і вафель після падіння в 2015 році[3] та має найбільшу зростаючу динаміку серед всіх видів кондитерської продукції. Кондитери намагаються зацікавити споживачів даного виду продукції, розширюючи її асортимент за видами і ціновими діапазонами. На українських прилавках переважає продукція вітчизняних виробників. Вона більш приваблива для населення України за співвідношенням ціна-якість. З імпортованої продукції переважає шоколад та вироби із вмістом какао (14,6%). Детальніше структуру ринку показано на рис 1.2.

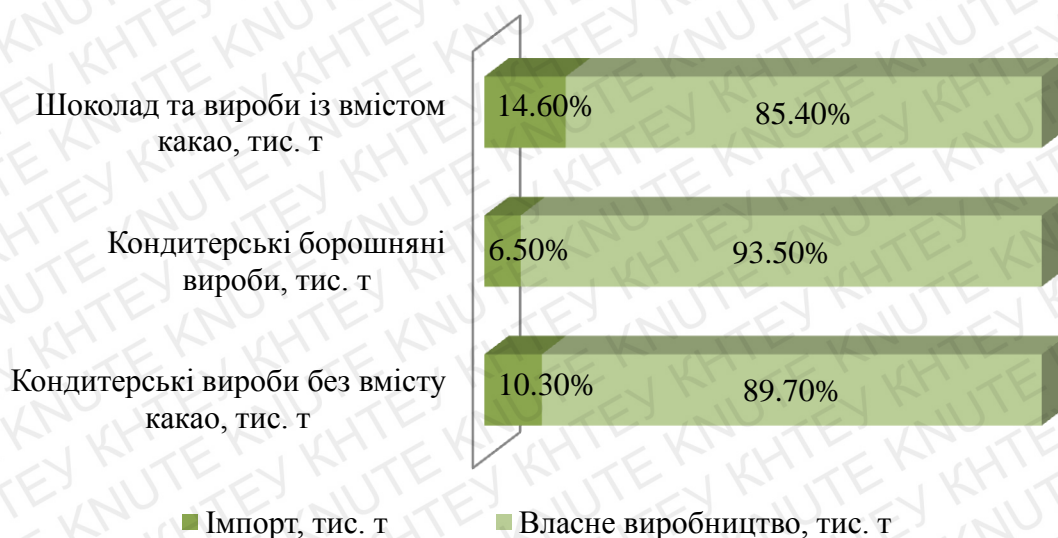


Рис.1.2 Структура ринку кондитерських виробів за видами 2018 р., %



Сьогодні налічується понад 850 підприємств, які виготовляють різну кондитерську продукцію. Найбільш потужними є: КК «Рошен»; АТ «АВК»; КК «Бісквіт-Шоколад»; ТОВ «Житомирські ласощі»; АТ «Полтавакондитер»; КФ «Лагода»; АТ «Монделіс Україна»; АТ «Одесакондитер»; ТОВ «Нестле Україна» та ін. Основними виробниками борошняних кондитерських виробів, за підсумками 2019 року, стали компанії: ТМ «Рошен», ТМ «Конті», ТМ «АВК», ТМ «Бісквіт-Шоколад», ТМ «Лагода». Консолідована ринкова частка інших виробників склала 52,6% [4].

У 2019 році у лідера, компанії «Рошен», фактичні обсяги ринку скоротилися на 10,9 % (рис.1.3). Можемо спостерігати, що абсолютним лідером в усіх трьох сегментах на українському ринку кондитерських виробів є компанія «Рошен», що виготовляє 48 580 тонн/рік шоколадних, 47 648 тонн/рік - борошняних та 104 576 тонн/рік - цукристих виробів. Хоча, декілька років назад найбільша частка виробництва шоколадних виробів припадала на «АВК», а борошняних – «Конті» [5].

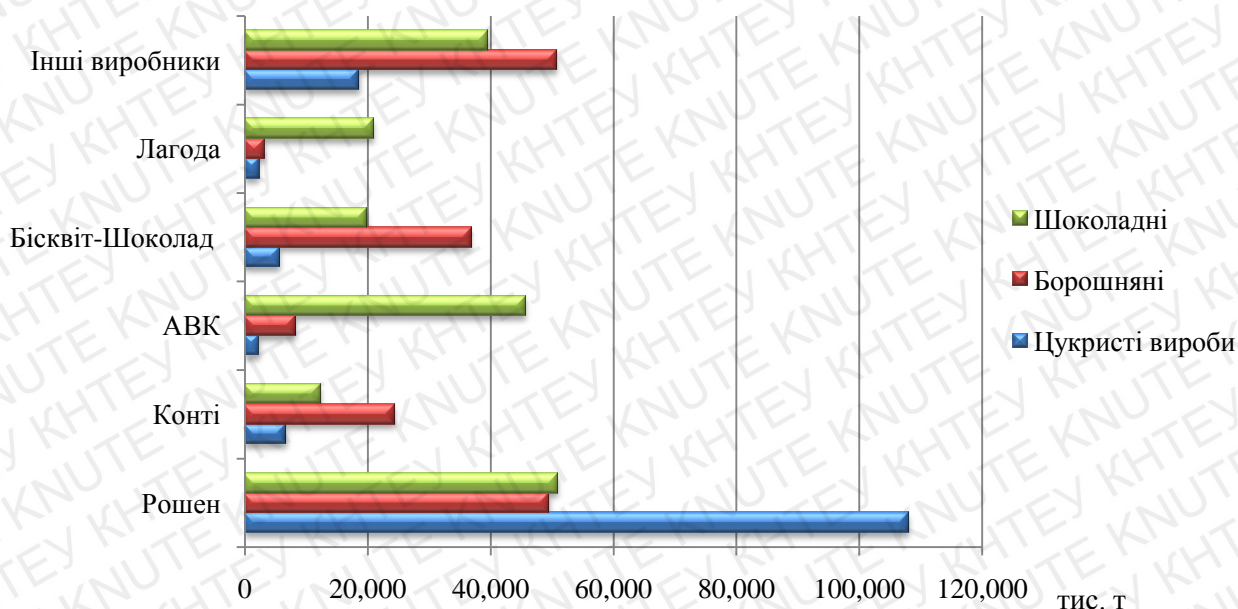


Рис.1.3 Найбільші виробники кондитерських виробів в Україні за 2019 рік, тис.т

Українські виробники увійшли до світового рейтингу кондитерських виробників «Candy Industry»: «Рошен» - 27 місце з оборотом 800 млн. дол. і Конті - 44 місце і 473 млн. дол. Не увійшла у сотню кращих виробників

кондитерських виробів світу компанія «АВК», яка у 2017 році була 64-ю з товарним оборотом 275 млн. дол[6].

Перше місце в рейтингу «Candy Industry» займає американський виробник шоколадних виробів Mars Inc. з обсяг продажів 18 млрд. дол., друге місце - італійська кондитерська компанія Ferrero (12 млрд. дол.) і відповідно третє - американська компанія Mondelez International Inc. (11,56 млрд. дол.) [11].

Згідно даних Державної фіскальної служби, за перший місяць 2019 року з України було експортовано 6,165 тис. т кондитерських виробів, що на 25% більше за експорт січня 2018 р.

Основними країнами-імпортерами українських кондитерських виробів є Казахстан (9960 тонн), Білорусь (6180 тонн), Польща (3530 тонн), Азербайджан (3390 тонн), Монголія (3090 тонн), Ірак (3080 тонн), Данія (3020 тонн), Іран (2310 тонн), Литва (2260 тонн) (рис. 1.4).

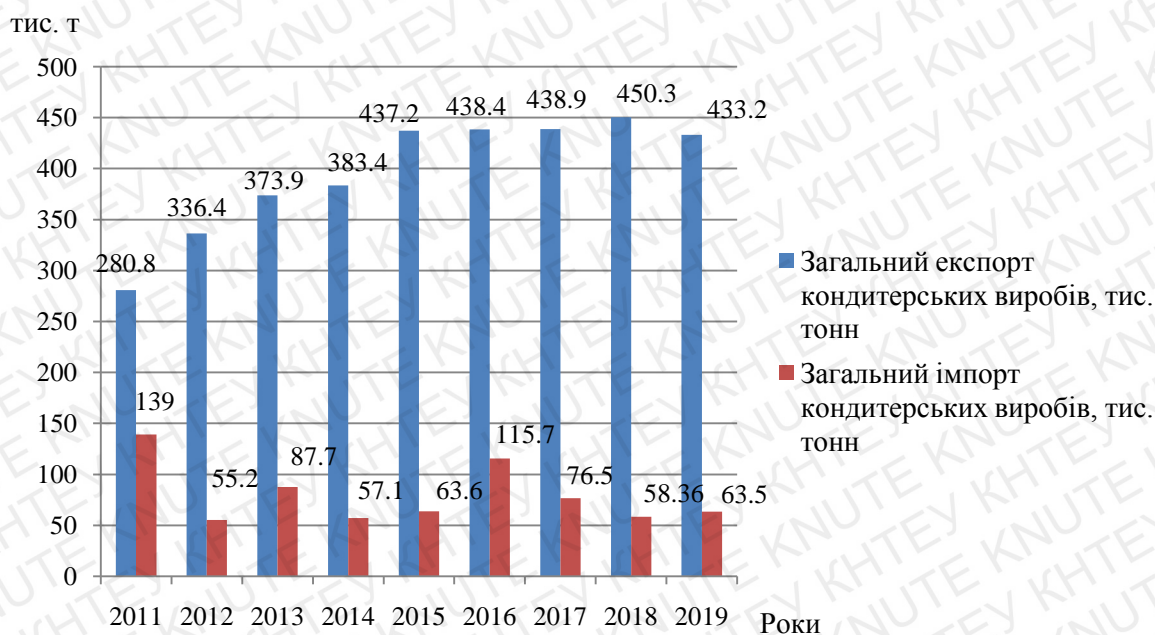


Рис.1.4 Структура експорту/імпорту кондитерських виробів у кількісному вираженні, тис.т

Експортний обсяг перевищує імпортний у 9 разів. Згідно з інформацією Державної митної служби, у січні 2019 року загальний обсяг імпорту кондитерських виробів склав 0,673 тис.т із загальною вартістю 2,6 млн. дол (рис. 1,5) [4].



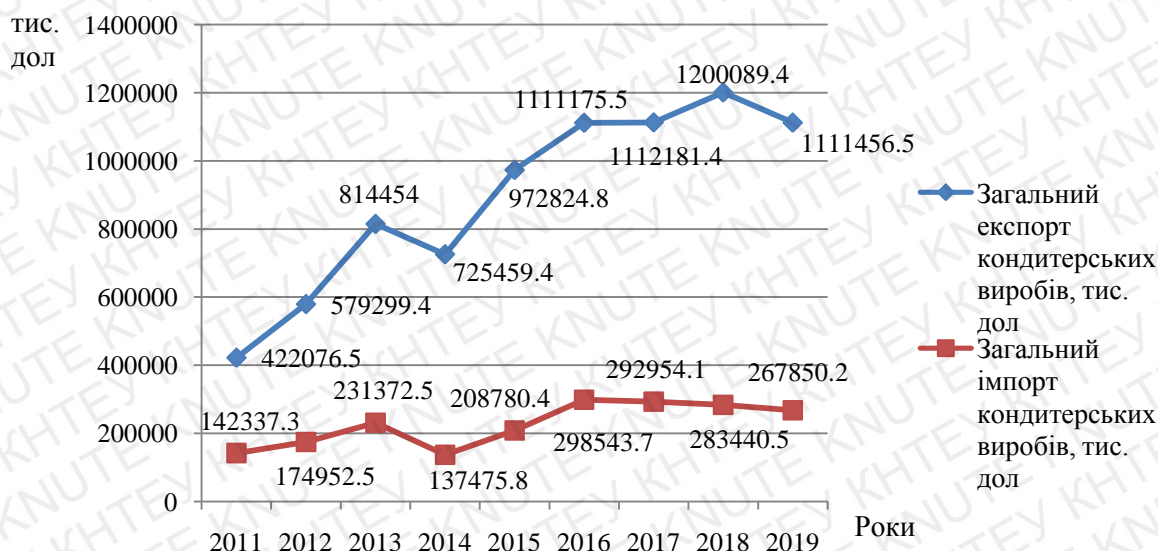


Рис.1.5 Загальний експорт/імпорт кондитерських виробів у вартісному вираженні, тис. дол

Лідером з експорту кондитерських виробів у перші два місяці 2019 року стала КК «Рошен» (51,2%). На другому місці — ТОВ «Плюс» (20,6%). На третьому — ПрАТ «Монделіс Україна» (7,2%). Далі — «Три стар» (3,2%) і ТОВ КФ «Дружківська» (3,2%), ТОВ «Ліком» (1,2%) та ПрАТ «Харківська бісквітна фабрика» (1,2%)[4].

До початку військового конфлікту на сході України (2014 рік) найбільший експорт кондитерських виробів здійснювали до Росії, але на сьогодні найбільшими покупцями української продукції є Європейські країни та країни СНД: Казахстан – 19 %, Білорусь – 9 %, Азербайджан – 8 %, інші країни світу (рис. Б2, Додаток Б) [3].

Українські солодощі активно купують в Білорусі, Казахстані, Азербайджані, Молдові і в Туркменістані. В ЄС великим попитом користується продукція в Литві і Польщі. Відзначаються темпи зростання експорту 120% (країни колишнього СНД) і 60% (ЄС). Збільшується збут продукції в Америку, Монголію, а також Ірак. Згідно Держстату, за січень-серпень 2018 року експорт склав 297,2 млн. дол. У найближчий час планується розглянути питання щодо виходу вітчизняних кондитерських виробів не лише на європейські країни, але й на такі екзотичні ринки як Індія, Гана, Нігерія, Китай [5].

Розглядаючи статистичні дані імпорту України можна зробити висновок про зворотню тенденцію: обсяги імпорту кондитерських виробів постійно зменшується, а експорту - збільшується.

На світовому кондитерському ринку Європейський союз є лідером з виробництва і споживання кондитерських виробів (Швеція, Фінляндія, Данія – цукристий сегмент; Швейцарія, Норвегія, Велика Британія – шоколадний сегмент; Нідерланди, Бельгія, Італія – борошняний сегмент) [10].

Світовий кондитерський ринок поділяють на три сегменти: шоколадний, нешоколадний та сегмент жувальної гумки. Майже 60% ринку солодоців займає шоколадний сегмент. Європа являє собою найбільший регіональний ринок кондитерської продукції, особливо шоколаду та жувальної гумки. Ринки США та Азії дещо їй поступаються. Можливо, це тому, що найбільше шоколадних виробів споживають саме в Європі (рис. В, Додаток В).

Ринок кондитерських виробів є одним з найбільш динамічних у світовій економіці – за даними Euromonitor International в 2018 році його вартість становила майже 200 млрд. дол (темп зростання – 2 %). За прогнозами експертів ринок кондитерських виробів і надалі зростатиме - його ріст, в середньому, складатиме 2,68%. І це попри те, що споживання солодоців протягом останніх п'яти років у Північній Америці та Європі знизилось [10].

Кондитерська промисловість представлена групою величезних компаній по всьому світу, які виробляють різні види шоколаду, жувальної гумки і цукерок, а також інших продуктів з какао. П'ятірка лідерів кондитерського ринку така: Mars Incorporated, Nestle SA, The Ferrero Group, Cadbury і Mondelez International (табл. В, Додаток В).

Згідно Статистичної бази даних торгівлі споживчими товарами ООН (Unkomtrade), яка дослідила обсяги імпорту та експорту солодоців 160 країн світу, імпорт солодоців у 2016 році зменшився і склав 95 % у кількісному і 92 % у вартісному вираженні від минулорічних показників. Однак вже у 2017 р. обсяг імпорту значно зростає і становить 127 % у кількісному та 130 % у вартісному вираженні, порівняно з показниками 2016 р. У 2016-2017 роках лідером з



імпорту кондитерських виробів була Російська Федерація, а у 2018 р. та 2019 р. першу позицію утримує США (табл. Г1, додаток Г) [10].

На 10 провідних країн-імпортерів кондитерських виробів у 2017 році припадає 44,16% світового імпорту кондитерських виробів, у 2018 році цей показник збільшується до 48,54%, а у 2019 році взагалі становить більше половини світового імпорту - 52,03%. Серед країн-експортерів кондитерської продукції США знаходиться лише на 12-му місці, лідером є Бразилія (табл. Г2, додаток Г).

Таким чином, слід відмітити, що ринок кондитерських виробів в Україні є досить насиченим і повністю задовольняє потреби споживачів різних вікових категорій. Ринок кондитерської продукції умовно поділяється на три сегменти: цукристи, борошняні й шоколадні вироби. Борошняні кондитерські вироби у структурі складають 47%. Основними виробниками є КК «Рошен»; АТ «АВК»; КК «Бісквіт-Шоколад»; ТОВ «Житомирські ласощі»; АТ «Полтавакондитер»; КФ «Лагода»; АТ «Монделіс Україна»; АТ «Одесакондитер»; ТОВ «Нестле Україна» та ін. Найбільшими світовими імпортерами кондитерських виробів є США, Росія, Великобританія, Корея, Малайзія, а найбільшими експортерами: Бразилія, Австралія, Німеччина, Китай, Тайланд та ін. До основних світових виробників кондитерських виробів належать: Mars Inc (США), Mondelez International (США), Nestle SA (Швейцарія), Ferrero Group (Люксембург/Італія) та ін. За результатами аналізу ринку кондитерських виробів в Україні можна прогнозувати подальше збільшення його обсягу за рахунок підвищення купівельної спроможності населення. Зростанню випуску продукції буде також сприяти розширення географії і кількісних характеристик експорту. Зміцнити позиції на внутрішньому і міжнародному ринках вітчизняним кондитерським компаніям сприятиме вдосконалення технології виробництва і розширення його асортименту.

## 1.2 Фактори формування якості печива здобного

Основними чинниками, що формують якість печива, його споживні властивості, біологічну і харчову цінність є сировина, технологія виробництва, спосіб та вид пакування, умови зберігання. Відповідно, дотримання даних вимог є запорукою виробництва якісного продукту і запобігання виникненню таких дефектів як: смак і запах прогрітого жиру різної інтенсивності, окислення ароматичних речовин, неферментативне потемніння й обсіменіння мікроорганізмами.

Сировиною для виготовлення печива здобного є борошно пшеничне вищого сорту, цукор, крохмаль, яєчні та молочні продукти, жир (масло вершкове, маргарин, гідрогенізований жир, кондитерські жири, масло какао), розпушувачі, барвники, фосфатиди, ароматичні речовини, ягоди і фрукти, харчові кислоти [13].

Борошно найбільш суттєво впливає на властивість тіста печива і його якість. Основні показники якості борошна є сорт, колір борошна, кількість та якість клейковини, а також крупність помелу. Пшеничне борошно зі слабкою і середньою клейковиною забезпечує виготовлення здобного печива доброї якості, тоді як із борошна з сильною клейковиною утворюється недостатньо пластичне тісто для печива, внаслідок чого тістова заготовка і виріб деформуються [13].

Цукор є структуроутворювачем, він впливає на фізичні властивості тіста, на смак, колір, сухість. Зміна кількості цукру в рецептурі значно відбивається на смакових властивостях, структурі, кольорі і намочуваності виробів [14].

Крохмаль підвищує намочуваність та крихкість виробів, надає їм блискучої поверхні. Яєчні продукти надають печиву приємного смаку і кольору, а також збагачують повноцінними білками. Жири підвищують харчову цінність і якість печива, роблять його шаруватим, розсипчастим, сприяють збереженню аромату, поліпшують колір та інші фізичні властивості. Хімічні розпушувачі – це хімічні сполуки, що розкладаються під час випікання і виділяють газоподібні речовини, які розпушують тісто, надають печиву пористості та збільшують його в об'ємі.



Наступним чинником формування якості печива здобного є технологія виробництва, яка складається з таких технологічних операцій: підготовка сировини, замішування тіста, його прокатування, формування, випікання, охолодження, оздоблення та пакування. Технологічна схема виробництва печива здобного (рис. Д, додаток Д).

Підготовка сировини передбачає вивільнення від тари всієї необхідної сировини: борошна, крохмалю, цукру та інших сипких продуктів. Потім їх просіюють для видалення домішок і обробляють на магнітних апаратах для очищення від металодомішок. Тверді жири ретельно зачищають, рідкі проціджують через сита. Масло вершкове бажано попередньо розм'якшити до мазеподібного стану і в такому вигляді завантажувати у місильні машини; для цього його підігрівають до температури, близької до початкової температури плавлення [15].

Молоко повинно мати кислотність не більше  $22^{\circ}\text{T}$ , жиру не менше 3,2%, сухого знежиреного залишку не менше 8,8% [16].

Велика увага повинна бути приділена на підготовку яєць до виробництва, враховуючи значне обсіменіння шкаралупи яєць мікроорганізмами. Яйця зберігаються в окремих холодильних камерах при  $t 0-4^{\circ}\text{C}$ . Для обробки яєць використовують облаштоване спеціальне приміщення з секційними ваннами і столами. Для приготування яєчної маси використовуються дістичні яйця I-II категорії з чистою непошкодженою шкаралупою після санітарної обробки. Продезинфіковані яйця розбивають по 3-5 шт в окремий посуд, перевіряють на запах і проціджують крізь сито з отворами не більше 5мм у загальний посуд, перемішують до однорідної маси для отримання меланжу [17].

Замішування тіста: для пісочно-виймального печива в тістомісильну машину завантажують всю сировину, за виключенням яєць (меланжу) і борошна. Вершкове масло попередньо розтоплюють і перемішують протягом 6-8 хв. Потім в два прийоми додають яйця (меланж) і воду, перемішують ще 2-4 хв; в отриману масу поступово засипають борошно і перемішують 5-8 хв. Тісто для пісочно-відсадного печива містить більшу кількість жиру. Тому замішування тіста

починають зі збивання вершкового масла з цукровою пудрою протягом 10-15 хв. Частоту обертання місильного апарату під кінець операції збільшують. Потім додають всі інші компоненти, крім борошна. В отриману однорідну масу додають борошно і перемішують 1-4 хв при незначній частоті обертання агрегату [18].

Прокачування тіста між вальцями застосовують для рівномірного розподілення в ньому компонентів і для отримання пласта визначеної товщини з гладкою і блискучою поверхнею. Прокачування сприяє збільшенню пластичності тіста. Завдяки йому рівномірно розподіляється повітря, яке потрапило в тісто в процесі перемішування. При прокачуванні надлишок повітря видаляється і тісто набуває дрібнопористої структури. Багаторазове прокачування і складання пласта сприяють отриманню шаруватого тіста, що надає здобному печиву характерної структури: збільшує його крихкість і намочуваність, тобто покращує якість.

Формування здобного печива здійснюють в основному ротаційними машинами. Збивне здобне печиво формують методом виймання і відсаджуванням. Після формування тістові заготовки направляють на випікання [18].

Після випікання і охолодження деякі вироби здобного печива прошаровують начинкою, для чого відсаджують начинку на нижню поверхню печива і покривають іншим печивом. Печиво, прошароване начинкою, глазурують цукровим сиропом або частково шоколадом [19].

Печиво зазвичай загортають у два шари паперу: підгортку з жиронепроникного паперу (пергаменту або прозорих плівок) і етикетку. При використанні целофану як етикетки печиво загортають без паперової підгортки. Загортання печива частіше за все проводять на напівавтоматах. В коробки вироби укладають рядами, лицьовою поверхнею в один бік. Для уникнення появи жирових плям на коробках, що псує товарний вигляд упакованої продукції, практикується застилення коробок жиронепроникним папером у тому випадку, якщо в них розфасовуються вироби з підвищеним вмістом жиру (здобне

печиво). При розфасовуванні печива безпосередньо в ящики необхідно внутрішні боки ящика вистилати папером, а кожний горизонтальний шар печива застилати листом підпергаментного, парафінованого чи обгорткового паперу [20].

Упаковка повинна забезпечувати стійкість до впливу вологи та механічних пошкоджень, гігієнічний захист і захист від світла.

Таким чином основними факторами, що впливають на формування споживних властивостей здобного печива є якість сировини, дотримання співвідношення основних компонентів сировини та режимів проведення технологічних операцій. Основною сировиною для виробництва здобного печива є: борошно, цукор, замінники цукру, мед, патока, крохмаль, крохмалепродукти, яєчні продукти, молочні продукти, жир, горіхи, розпушувачі, барвники, фосфатиди, ароматичні речовини, драглеутворювачі, ягоди і фрукти, харчові кислоти. Основні етапи виробництва здобного печива: підготовка сировини, замішування тіста, його прокатування, формування, випікання, охолодження, оздоблення та пакування.



### 1.3. Законодавчо-нормативне регулювання обігу здобного печива в Україні

В останні роки спостерігається зростання уваги до проблеми безпечності харчових продуктів. У зв'язку з цим, гарантування безпечності і якості харчових продуктів, здійснення державного нагляду і контролю у сфері обігу та виробництва є одним з основних завдань сучасного суспільства, від розв'язання якого залежить здоров'я населення і збереження його генофонду [20].

В Україні безпечність і якість продуктів харчування регулюється такою законодавчо-нормативною базою: Конституція України [20], закони: «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»[21], «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення»[22], «Про захист прав споживачів»[23], «Про рекламу» [24], «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [25], «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» та інші, ДСТУ, ГОСТ, санітарні норми і правила.

Нормативне регулювання безпечності і якості здобного печива включає ДСТУ, ТУ (що не є обов'язковими і застосовуються виробниками на добровільній основі), а також санітарні правила і норми:

- ДСТУ 3781-2014 Печиво. Загальні технічні умови [26];
- ДСТУ 4619-2006 Вироби кондитерські. Правила приймання, методи відбору та підготовки проб [27];
- ДСТУ 4683-2006 Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин [28];
- ДСТУ 4910:2008 Вироби кондитерські. Методи визначення масової частки вологи та сухих речовин [29];
- ДСТУ 5024-2008 Вироби кондитерські. Методи визначення кислотності та лужності [30];
- ДСТУ 5023:2008 Вироби кондитерські борошняні. Метод визначення здатності до намокання [31];



– ДСанПіН 4.2-180-2012 Державні санітарні правила і норми «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини» (Зареєстровано: Мін'юстУкраїни від 09.01. 2013 за № 88/22620 ) зі змінами Наказ МОЗ від 18.08.2014 № 576 [32].

Право на забезпечення високоякісним і безпечним харчуванням є складовою частиною гарантованого Конституцією України права на достатній життєвий рівень та охорону здоров'я. У ст. 42 зазначено, що «держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції» [20].

Основним нормативно-правовим актом у сфері харчової промисловості є Закон України «Про основні принципи і вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Цей закон регулює відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями (постачальниками) та споживачами харчових продуктів і визначає правовий порядок забезпечення безпечності та якості харчових продуктів, що виробляються, знаходяться в обігу, імпортуються, експортуються. Даний Закон є основою регулювання процесу забезпечення якості та безпеки харчових продуктів і продовольчої сировини [21].

Слід зазначити, що санітарно-епідеміологічний нагляд здійснюється відповідно до Закону України «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення». Цей Закон регулює суспільні відносини, які виникають у сфері забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя, визначає відповідні права і обов'язки державних органів, підприємств, установ, організацій та громадян, встановлює порядок організації державної санітарно-епідеміологічної служби і здійснення державного санітарно-епідеміологічного нагляду в Україні[22].

Відносини між споживачами та операторами роздрібною торгівлі будь-якої споживчої продукції, в тому числі харчової, регулюється Законом України «Про захист прав споживачів».Цей Закон регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також

визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів [23].

Закон України «Про рекламу» визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами. В законі не допускається застосування недобросовісної і недостовірної реклами, тому що недобросовісна реклама вводить споживачів в оману щодо рекламованого товару, а недостовірна реклама – це та реклама, яка, в тому числі, має посилання, рекомендації не схвалені юридичними або фізичними особами [24].

Спеціальні вимоги щодо здійснення державного нагляду та контролю у сфері обігу та виробництва харчових продуктів визначено Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [21].

З 6 серпня 2019 року набув чинності Закон України «Про інформацію для споживачів харчових продуктів», який встановлює загальні принципи та вимоги щодо інформації про харчові продукти, зокрема, стосовно їх маркування, а також обов'язки операторів ринку стосовно доведення цих даних до споживачів. Вимоги нового закону поширюватимуться не тільки на виробників харчових продуктів на всіх етапах виробництва та обігу, але і на харчові продукти, що призначені для кінцевого споживача, зокрема такі, що реалізуються у закладах громадського харчування. Відповідно до вимог Закону України інформація про харчовий продукт має бути точною, достовірною та зрозумілою для споживача та не повинна вводити в оману стосовно характеристик, властивостей, складу харчових продуктів[25].

Основним нормативним документом для здобного печива є ДСТУ 3781-2014 «Печиво. Загальні технічні умови» [26] та технічні умови підприємств, що поширюються на усі види печива та регулюють його безпечність та якість.

Державні санітарні норми та правила (ДСанПіН 4.2-180-2012) визначають медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини, поширюються на відносини, що виникають у сфері забезпечення безпечності та якості харчових продуктів, що виробляються, перебувають в

обігу, імпортуються та є обов'язковими для виконання підприємствами, установами та організаціями незалежно від форм власності та громадянами [32].

На всіх провідних підприємствах кондитерської галузі впроваджені та функціонують системи менеджменту безпеки харчових продуктів, а саме: ДСТУ ISO 22000:2007, ДСТУ-П ISO/TS 22003:2009 та ДСТУ-П ISO/TS 22004:2009.

Регулювання безпеки та якості кондитерської продукції визначаються 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.

Отже, можна сказати, що в Україні для контролю і забезпечення безпеки і якості продуктів харчування створено відповідну законодавчо-нормативну базу: Конституція України і закони: «Про основні принципи та вимоги до безпеки та якості харчових продуктів», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», «Про інформацію для споживачів харчових продуктів». Нормативне регулювання включає нормативні документи ДСТУ, що регулюють якість продукції і її відповідність технічним вимогам. Санітарні норми і правила висувають вимоги до якості і безпеки харчових продуктів та продовольчої сировини.



## РОЗДІЛ 2

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

#### 2.1. Організація, об'єкти та методи дослідження

Метою роботи є оцінка якості та конкурентоспроможності печива здобного, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд», а також оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні імпорту печива здобного. Для виконання поставлених завдань нами була розроблена програмно – цільова модель досліджень (рис. 2.1).



Рис. 2.1 Програмно – цільова модель досліджень печива здобного



Товарознавча оцінка якості здобного печива передбачала аналіз маркування, дослідження органолептичних та фізико-хімічних показників. Для виконання поставленого завдання нами було обрано 5 дослідних зразків провідних виробників, а саме:

– зразок 1: печиво здобне пісочно-відсадне ТМ «Домашне» - виробник ТОВ «Світ Ласощів-Кременчук», адреса потужностей: Україна, 39721, Полтавська обл., Кременчуцький р-н, с. Ялинці, вул. Миру 15;

– зразок 2: печиво здобне пісочно-відсадне ТМ «Асорті» - виробник ФОП «Рядинська», адреса потужностей: Україна, 08300, Київська обл. Бориспільський р-н, с. Сеньківка, вул. Миру 11;

– зразок 3: печиво здобне пісочно-відсадне ТМ «Чарівна мозайка» - виробник ТОВ «Чарівна мозайка», адреса потужностей: Україна, 61038, м. Харків, Автострадна набережна 21-А;

– зразок 4: печиво здобне пісочно-відсадне ТМ «Piselli» - виробник Tedesco s.r.l. Via delle Cantine, 4452022 Cavriglia (AR) Italy. Імпортер: ТОВ «Інтерброк-Бізнес», м. Київ, вул. Академіка Туполева, 19, офіс 217. Дистриб'ютор: ТОВ «Італфуд Трейд» м. Київ, вул. Народного ополчення 18б;

– зразок 5: печиво здобне пісочно-відсадне ТМ «Mulino Bianco» - виробник Barilla G. e R. Fratelli - Società per Azioni Via Mantova 16643122 Parma Italy. Імпортер: ТОВ «Італімпорт», Україна, Київська обл. Гореничі, узвіз Кленовий 6.

Першим етапом дослідження був аналіз маркування печива здобного відповідно до вимог закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [25]. Наступний етап передбачав органолептичну оцінку дослідних зразків здобного печива на відповідність вимогам ДСТУ 3781-2014 «Печиво. Загальні технічні умови» [26]. Дослідження здійснили за такими показниками як: зовнішній вигляд виробу, форма, розмір, стану поверхні, консистенція та структура, вигляду на зламі, колір, смак і запах, кількість виробів в 1 кг.

При визначенні кількості штук в 1 кг ми зважували 10 шт печива кожного виду і розраховували за формулою кількість штук в 1 кг. Далі проводили огляд

поверхні виробів, кольору, форми. Печиво повинно мати правильну квадратну або прямокутну форму. Для цього ми здійснювали замір геометричних розмірів 3-х штук печива і визначали середнє. Під час огляду поверхні печива звертали увагу на рівномірну товщину, без здуття, тріщин, краплень, рівномірне забарвлення виробу. Далі печиво розламували наполовину і розглядали поверхню розлому, відмічаючи рівномірну пористість або шаруватість, відсутність чи наявність здуття і непромісу. Печиво на розломі перевіряли також на присутність стороннього запаху. Смак печива повинен відповідати сорту, в ньому не допускається сторонні присмаки [26].

Приймання, відбір проб та підготовку їх аналізу здійснювали відповідно до ДСТУ 4619-2006 «Вироби кондитерські. Правила приймання, методи відбору та підготовки проб» [27].

Серед фізико – хімічних показників якості печива здобного визначали: масову частку вологи, лужність та намочуваність.

Масову частку вологи визначали арбітражним методом – шляхом висушуванням наважки продукту при температурі  $130\pm 2^{\circ}\text{C}$  згідно ДСТУ 4910:2008 [29].

Лужність визначали розчином соляної кислоти згідно ДСТУ 5024-2008[30].

Намочуваність визначали як відношення маси виробів після намочування до початкової маси виробів. Для визначення намочуваності використовували трисекційну клітку, яку вироблено із нержавіючої металевої сітки згідно ДСТУ 5023:2008 [31].

Аналіз асортименту печива здобного, представленого у ТОВ «Сільпо-Фуд» здійснили за такими показники, як ширина, глибина, насиченість і гармонійність.

Під шириною асортименту слід розуміти загальну кількість асортиментних груп, які відображають різноманітність товарної пропозиції торговельного підприємства. Чим ширший асортимент, тим повніше можуть бути задоволені різноманітні потреби споживачів[33].

Розрахунок коефіцієнта ширини асортименту товарів:

$$K_{ш} = \frac{A_{ф}}{A_{б}}, \quad (2.1)$$

де,  $A_{ф}$  – фактична кількість асортиментних груп;  $A_{б}$  – кількість асортиментних груп, передбачених базовим переліком.

Глибина асортименту – це кількість асортиментних позицій в межах асортиментної групи чи товарної категорії. Чим більший показник глибини асортименту, тим повніше представлений видовий асортимент конкретного товару.

Розрахунок коефіцієнта глибини асортименту товарів[33]:

$$K_{гл} = \frac{P_{ф}}{P_{б}}, \quad (2.2)$$

де,  $P_{ф}$  – фактична кількість видів, різновидностей та найменувань товарів однорідної групи;  $P_{б}$  – кількість, передбачена базовим переліком.

Ступінь задоволення попиту покупців сильно залежить від повноти (насиченості) асортименту - здатності набору товарів певної товарної групи задовольняти однакові потреби. Чим більша повнота асортименту, тим вища ймовірність того, що попит покупців на товари певної групи буде задоволений.

Розрахунок коефіцієнта повноти (насиченості) асортименту товарів[33]:

$$K_{п} = \frac{N_{ф}}{N_{б}}, \quad (2.3)$$

де  $N_{ф}$  – фактична кількість асортиментних позицій;  $N_{б}$  – кількість позицій, передбачених базовим переліком.

Важливою характеристикою асортименту товарів є його гармонійність, яка характеризує ступінь подібності товарів різних асортиментних позицій і груп з точки зору призначення, технології виготовлення, методів збуту. Негармонійним вважається асортимент товарів, коли поряд з асортиментними групами, тісно зв'язаними між собою, включаються товари невластивих підприємству товарних груп. Гармонійність забезпечує якісну характеристику асортименту і не вимірюється кількісно, внаслідок чого ця властивість носить описовий характер [33].

Останнім етапом дослідження було визначення комплексного показника якості та конкурентоспроможності. Оцінку конкурентоспроможності печива



здобного проводили із використанням комплексного методу, який передбачав комплексну оцінку якості, в основу якої покладено такі принципи кваліметрії: формування еталонної множини показники, визначення коефіцієнтів вагомості, еталонних і бракувальних значень показників[34].

Оцінку якості органолептичних показників було здійснено експертним методом за бальною системою. Балова шкала органолептичних показників якості дослідних зразків печива здобного наведена у таблиці М (Додаток М), а відповідно результати балової оцінки органолептичних показників якості дослідних зразків печива здобного наведено у таблиці Л (Додаток Л).

Комплексну органолептичну оцінку печива здобного визначали шляхом розрахунку інтегрального показника якості з урахуванням бракувальних та еталонних значень показників за формулою[34]:

$$Y = \sum_{i=1}^n a_i \frac{p_i - p_i^{\text{бр}}}{p_i^{\text{ет}} - p_i^{\text{бр}}} \quad (2.5)$$

де,  $p_i$  –  $i$ -й показник якості в натуральному вигляді;  $p_i^{\text{бр}}$  – бракувальне значення  $i$ -го показника;  $p_i^{\text{ет}}$  – еталонне значення  $i$ -го показника;  $a_i$  – коефіцієнт вагомості  $i$ -го показника;  $n$  – кількість оцінюваних показників.

Оцінку конкурентоспроможності печива здобного здійснювали шляхом розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності за функціональними, естетичними та економічними показниками з урахуванням коефіцієнта вагомості[34]. Оцінку конкурентоспроможності печива здобного розраховували за формулами (2.6 - 2.10):

$$K = \frac{P_{\phi} + P_{\text{ест}}}{g_{\text{ек}}} \quad , \quad (2.6)$$

де,  $P_{\phi}$  – збірний параметричний індекс за функціональними показниками;  $P_{\text{ест}}$  – збірний параметричний індекс за естетичними показниками;  $g_{\text{ек}}$  – параметричний індекс економічних показників.

Розрахунок збірного параметричного індексу для функціональних показників [34]:

$$P_{\phi} = \sum a_i g_i, \quad (2.7)$$

де,  $a_i$  – коефіцієнт вагомості;  $g_i$  – відносний показник якості, який розраховували за формулою:

$$g_i = \frac{P_{\text{досл.}}}{P_{\text{конк.}}}, \quad (2.8)$$

де,  $P_{\text{досл.}}$  – значення параметра досліджуваного товару;  $P_{\text{конк.}}$  – значення параметра конкуруючого товару.

Розрахунок збірного параметричного індексу для естетичних показників:

$$P_{\text{ест.}} = \sum a_i g_i, \quad (2.9)$$

Розрахунок параметричного індексу для економічних показників [34]:

$$g_{\text{ек}} = \frac{C_{\text{досл.}}}{C_{\text{конк.}}}, \quad (2.10)$$

де,  $C_{\text{досл.}}$  – цінові характеристики досліджуваного товару;  $C_{\text{конк.}}$  – цінові характеристики конкуруючого товару.

Отримані результати опрацьовували за допомогою статистично-математичних методів (обробка експериментальних даних на основі комп'ютерних програм Microsoft Word, Excel).

## 2.2. Структура асортименту печива здобного, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд»

Асортимент ТОВ «Сільпо-Фуд» нараховує до 20 000 найменувань продуктів харчування і супутніх товарів. Частка харчових продуктів становить близько 80%. У ТОВ «Сільпо-Фуд» представлено такі асортиментні групи: зерноборошняні товари; плодоовочеві товари; крохмаль, цукор, мед і кондитерські товари; молоко і молочні товари; жирові товари; м'ясо і м'ясні товари; яйця і яєчні товари; риба і рибні товари; харчові концентрати [35].

Асортимент борошняних кондитерських виробів ТОВ «Сільпо-Фуд» дуже різноманітний і нараховує 240 найменувань від 14 різних виробників, його можна розділити на наступні групи: печиво, галети, пряники, вафлі, тістечка, торти, кекси, рулети і ромова баба. Частка кожної групи борошняних кондитерських виробів наведена на рис 2.1



Рис. 2.1 Структура асортименту борошняних кондитерських виробів ТОВ «Сільпо-Фуд»

В залежності від способу приготування і рецептури здобне печиво поділяють на чотири групи: пісочне, бісквітнозбивне і білково-збивне, сухарики і горіхове (мигдалеве). Пісочне печиво, у свою чергу поділяють на дві підгрупи: виймальне і відсадне. Структура асортименту печива здобного, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд» наведена на рис 2.2. Печиво пісочне (виймальне і відсадне) виготовляють з рідкого тіста сметаноподібної консистенції в основному на маслі



вершковому з різними поліпшувачами, містить значну кількість цукру і жиру, має різну форму. ТОВ «Сільпо-Фуд» ваговим і фасованим реалізує печиво «Домашнє», «Асорті», «Чарівна мозайка», «Ласунка», «Хризантема», «Радість», «Весняне», «Паличка цукрова», «Бджілка», «Білочка», «Моє улюблене», «Листики», «Масляне», «Кураб'є», «Черепашка», «Мулатка», «Пісочне», «Люкскураб'є» [35].

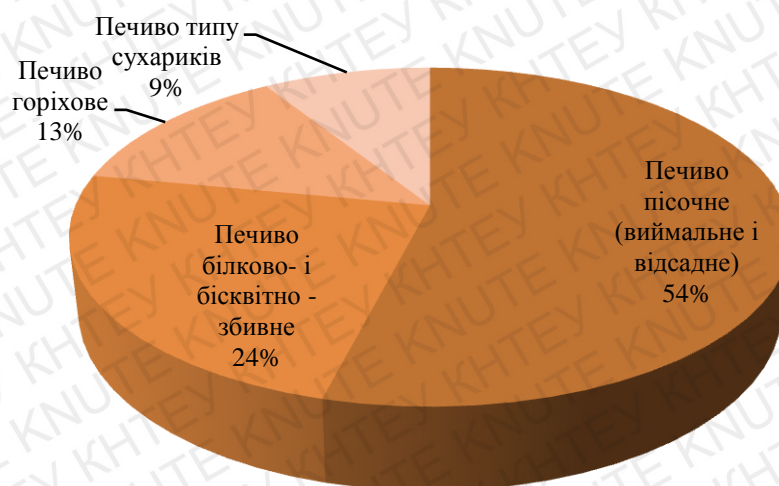


Рис. 2.2 Структура асортименту печива здобного, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд», %

Печиво білково-збивне має круглу форму, поверхню посипану мигдалем, 60 % виробів склеюють по дві штуки фруктовою начинкою, а 40 % глазуровані шоколадною глазур'ю. Печиво бісквітно-збивне включає значну кількість меланжу (255-399 кг/т) і цукрової пудри (268-552 кг/т).

Асортимент ТОВ «Сільпо-Фуд» включає печиво «Деліція», «Попелюшка», «Крапелька», «Фантастичне», «Ласунка».

Печиво горіхове містить багато цукру (41-66 %), горіха (23-38 %) і яєчного білка. Асортимент ТОВ «Сільпо-Фуд» включає печиво «Майстер боб», «Буратіно з горіхом», «Молочно-горіхове», «Люкс з горіхом у шоколаді», «Мигдалеве», «Артемон», «Поліно». Поверхня деяких видів оздоблена горіхами, цукатами, начинкою.

Печиво типу сухариків містить значну кількість жиру, цукру, а деякі види і меланжу. Печиво виготовляють у вигляді неправильного шматка батону. Воно включає какао порошок і має неправильну прямокутну форму.

Асортимент ТОВ «Сільпо-Фуд» включає печиво «Сухарі класичні», «Сухарі столичні», «Київські», «Ванільні», «Гірчичні», «Котигорошко».

Здобне печиво реалізується поштучно, на вагу або розфасованим у коробки. З різних груп здобного печива складають набори, які фасують у художньо оформлені види упаковок.

Основними виробниками здобного печива, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд» є АТ «Конті», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», ПрАТ «Домінік», КФ «Лагода», ТЗОВ «Світ Ласощів», ТДВ «Житомирські ласощі», ТОВ «Конд-клас», ТЗОВ «Біскотті», АТ «Монделіс Україна», АТ «Одесакондитер», ТОВ «ДЕЙ-СОН ЛПК» (ТМ «Бом-Бік»), ЗАТ «Крафт Фудз Україна», ТОВ «Нестле Україна» та ін.[35].

ТОВ «ДЕЙ-СОН ЛПК» (ТМ «Бом-Бік») - один з найбільших виробників кондитерських виробів в Україні. Частка на ринку кондитерських виробів складає 4%. Асортимент печива здобного, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд», включає печиво здобне листкове: «Золотисте», «Родзинка», «Шеврончик», «Незвичайне», «Шалене»; печиво здобне пісочне (виїмне і відсадне): «Смуглянка», «Хрустик», «Конвертик», «Улюблене» «Горішок», «Малятко», «Катруся»; печиво здобне збивне: «Крапелька», «Попелюшка», «Фантастичне» [36].

Корпорація «Бісквіт-Шоколад» - займає приблизно 5 % ринкового обсягу. Асортиментний ряд включає різноманітні цукерки, печиво, крекер, вафлі, вафельні трубочки, бісквіти, рулети, торти. Асортимент печива здобного, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд», включає печиво «Болеро», «Гарде», «Фруктова фантазія», «Космея», «Кокосова здоба», «Шантьє», «Здобна сімейка» [37].

Характеристика деяких видів здобного печива ТМ «Бісквіт-Шоколад», що представлені в асортименті ТОВ «Сільпо-Фуд»: здобне печиво «Болеро» покрите тонким шаром кунжуту; «Гарде» - печиво куполоподібної форми складається з



двох видів тіста: світлого і темного з какао – порошком; «Космея» - здобне двокольорове печиво ванільно-шоколадного смаку.

Компанія «Конті» виготовляє близько 14 % вітчизняних кондитерських виробів. Асортимент печива здобного ТМ «Конті» у ТОВ «Сільпо-Фуд» представлений печивом «Шарлота» зі смаком абрикосу, вишні і журавлини у формі трубочки [38].

Аналіз асортименту печива здобного, представленого у ТОВ «Сільпо-Фуд» здійснили за такими показники, як ширина, глибина, насиченість і гармонійність.

Розрахунок коефіцієнта ширини асортименту товарів ТОВ «Сільпо-Фуд»:

$$K_{ш} = \frac{A_{ф}}{A_{б}} = 1$$

Під час розрахунку коефіцієнта ширини ( $K_{ш}$ ) асортименту було виявлено, що фактична кількість асортиментних груп відповідає базовій ширині, що є затвердженою і прийнятою за основу для порівняння, коефіцієнт ширини ( $K_{ш}$ ) дорівнює 1. Числове значення коефіцієнта ширини асортименту має знаходитись в межах від 0 до 1, при цьому чим ближче цей показник до одиниці, тим ширше представлений асортимент в магазині. Тобто ширина асортименту товарів в даному випадку є достатньою для того, щоб запити клієнтів були задоволені.

Розрахунок коефіцієнта глибини асортименту борошняних кондитерських виробів ТОВ «Сільпо-Фуд»:

$$K_{г} = \frac{П_{ф}}{П_{б}} = 0,8$$

Розрахунок коефіцієнта глибини асортименту ( $K_{г}$ ) печива здобного, що реалізується в ТОВ «Сільпо-Фуд» показав, що фактична кількість різновидів становить 36, а відповідно кількість, передбачена базовим переліком – 45. Коефіцієнт глибини дорівнює 0,8 і чим ближче цей показник до одиниці, тим більше різновидів печива здобного присутні в асортименті і з більшою ймовірністю попит покупців буде задоволений. Керівництву ТОВ «Сільпо-Фуд» необхідно контролювати наявність на підприємстві встановленого асортименту відповідно до базового переліку.



Розрахунок коефіцієнта повноти (насиченості) асортименту борошняних кондитерських виробів ТОВ «Сільпо-Фуд»:

$$Kn = \frac{N\Phi}{N\phi} = 0,9$$

Коефіцієнт насиченості (повноти) асортименту борошняних кондитерських виробів дорівнює 0,9 і чим ближче цей показник до одиниці, тим повніше представлений видовий асортимент даної асортиментної групи і тим вища ймовірність того, що попит покупців на товари групи борошняних кондитерських виробів буде задоволений.

Важливою характеристикою асортименту товарів є також його гармонійність. До переваг гармонійного асортименту можна зарахувати зменшення витрат часу для споживача на пошук і придбання товарів, близьких за призначенням.

Прикладом формування гармонійного асортименту у ТОВ «Сільпо-Фуд» є близькість розташування таких відділів: кондитерського, бакалії, хлібного, молочного. Наприклад, поруч зі стелажем з кондитерськими виробами розташовують стелажи з кавою та чаєм, або поруч з печивом знаходиться відділ молочної продукції тощо.

Отже, за результатами аналізу асортименту печива здобного, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд», було виявлено, що асортимент є досить широким, глибоким, достатньо насиченим і гармонійним, що в повній мірі задовольняє потреби споживачів різних вікових категорій. Структура асортименту печива здобного ТОВ «Сільпо-Фуд»: печиво пісочне (виймальне і відсадне) – 54%, печиво білково і бісквітно - збивне – 24%, горіхове – 13%, типу сухариків – 9%. Найбільшими виробниками здобного печива, що представлене в асортименті ТОВ «Сільпо-Фуд», є АТ «Конті», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», ТДВ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Домінік», КФ «Лагода», ТзОВ «Світ Ласощів», ТОВ «Конд-клас», ТзОВ «Біскотті», ЗАТ «Крафт Фудз Україна», АТ «Монделіс Україна», АТ «Одесакондитер», ТОВ «ДЕЙ-СОН ЛПК» (ТМ «Бом-Бік»), ТОВ «Нестле Україна» та ін.

### 2.3. Комплексна оцінка якості та конкурентоспроможності печиваздобного різних виробників, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд»

Оцінку якості печива здобного здійснювали за органолептичними та фізико-хімічними показниками згідно ДСТУ 3781-2014 «Печиво. Загальні технічні умови». Органолептична оцінка передбачала дослідження форми, поверхні, вигляду у розломі, кольору, смаку і запаху. Результати органолептичної оцінки якості (табл. Н, додаток Н).

За результатами органолептичної оцінки у зразку ТМ «Чарівна мозаїка» і ТМ «MulinoBianco» було виявлено дефект зовнішнього вигляду - незначні вкраплення крихт, які не псують товарного вигляду печива. Поява крихт на поверхні свідчить про недотримання технології виробництва виробів, але так як в нашому випадку даний дефект не псує товарний вигляд, печиво допускається до реалізації. Усім дослідним зразкам був притаманний приємний смак, без сторонніх присмаків і запахів, за винятком печива здобного ТМ «Чарівна мозаїка», що характеризується слабовираженим смаком і запахом, що пов'язано з недотриманням співвідношення основних рецептурних компонентів, а саме цукру, жиру, молочних та яєчних продуктів.

Результати дослідження фізико-хімічних показників наведено в табл. 2.1

Таблиця 2.1

#### Результати дослідження фізико-хімічних показників якості печива здобного

Назва показника	Вимоги згідно ДСТУ 3781-2014	Зразок 1 ТМ «Домашнє»	Зразок 2 ТМ «Асорті»	Зразок 3 ТМ «Чарівна мозаїка»	Зразок 4 ТМ «Piselli»	Зразок 5 ТМ «Mulino Bianco»
Вологість, % не більше	15,5	3,6	4,6	5,8	4,4	3,8
Лужність, град, не більше	2	1	0,6	0,4	0,4	0,4
Намочувальність, % не менше ніж	110	212	229	209	214	191

Дослідженнями встановлено, що вологість дослідних зразків печива здобного становила в межах 3,6 – 5,8%, що не перевищує допустиму норму і відповідає вимогам ДСТУ 3781-2014.

Лужність печива здобного різних виробників склала від 0,4 до 1 град., що відповідає вимогам ДСТУ 3781-2014. Найвище значення лужності відмічено у зразку ТМ «Домашнє» - 1 град. та ТМ «Асорті» - 0,6 град., що відповідає вимогам ДСТУ 3781-2014. Дані результати свідчать про відсутність не розкладених хімічних розпушувачів, що утворюються під час випікання, в дослідних зразках здобного печива, адже їх надлишок погіршує смак борошняних кондитерських виробів.

Намочуваність дослідних зразків печива здобного становила в межах 191 - 229%, що не перевищує 110%. Проте, найвищим показником намочуваності характеризувався зразок ТМ «Асорті» (229%), що свідчить про дотримання технології виробництва, високу пористість і незначну твердість печива.

З метою оцінки конкурентоспроможності печива здобного нами було розраховано комплексний показник якості (табл. II, додаток II).

За результатами комплексного кваліметричного оцінювання, найвищим рівнем якості характеризувався зразок печива здобного ТМ «Piselli» (0,99), за рахунок кращих органолептичних показників, а також відповідністю всіх фізико – хімічних показників. Достатньо високим рівнем якості характеризувалися дослідні зразки ТМ «Домашнє» (0,96), за рахунок приємного смаку та запаху проте, порівняно з попередніми зразками, вищою лужністю, та ТМ «MulinoBianco» (0,97) - за рахунок високих органолептичних показників, а саме вигляд у зламі, колір і смак. Проте, у даному зразку виявлено найнижчий показник намочуваності, порівняно з іншими зразками. Найнижчим рівнем якості характеризувався зразок ТМ «Чарівна мозайка» (0,88), що зумовлено слабовираженим смаком і запахом печива.

Для оцінки конкурентоспроможності товаром – конкурентом було обрано зразок ТМ «Piselli», оскільки він мав найвищий, порівняно з іншими



досліджуваними зразками, рівень якості. Результати оцінки конкурентоспроможності представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

### Оцінка конкурентоспроможності печива здобного

Показники конкурентоспроможності	Коеф. вагом.	ТМ «Piselli»	ТМ «Домашнє»		ТМ «Асорті»		ТМ «Чарівна мозайка»		ТМ «Mulino Bianco»	
	ai	P конк	P досл	gi*ai	P досл	gi*ai	P досл	gi*ai	P досл	gi*ai
Функціональні										
Вологість, %	0,05	4,4	3,6	0,04	4,6	0,052	5,8	0,066	3,8	0,043
Лужність, град	0,1	0,4	1	0,25	0,6	0,15	0,4	0,1	0,4	0,1
Намочуваність, %	0,11	214	212	0,109	229	0,118	209	0,107	191	0,098
Збірний параметричний індекс функціональних показників			0,399		0,32		0,273		0,241	
Естетичні										
Форма	0,10	4,8	4,8	0,1	4,8	0,1	4,3	0,089	4,7	0,098
Колір	0,15	4,9	4,9	0,15	4,5	0,14	4,9	0,15	4,9	0,15
Смак	0,20	4,9	4,9	0,20	4,8	0,19	3,9	0,16	4,8	0,196
Запах	0,1	4,8	4,8	0,1	4,7	0,098	4,3	0,089	4,7	0,098
Вигляд у зламі	0,09	4,8	4,7	0,09	4,4	0,0825	4,5	0,084	4,9	0,092
Поверхня	0,1	4,8	4,8	0,1	4,8	0,1	4,5	0,094	4,5	0,094
Збірний параметричний індекс естетичних показників			0,74		0,710		0,666		0,728	
Економічні										
Роздрібна ціна, грн. за 100 г		24,44	23,78	0,972	25,29	1,034	25,56	1,045	24,00	0,982
Збірний параметричний індекс економічних показників			0,972		1,034		1,045		0,982	
Інтегральний показник конкурентоспроможності			1,17		0,99		0,90		0,98	

Згідно отриманих результатів, конкурентоспроможним за співвідношенням функціональних, естетичних та економічних показників встановлено печиво здобне ТМ «Домашнє» (1,17) за рахунок нижчої ціни реалізації, правильної форми і кольору, а також характерних смакоароматичних властивостей. Печиво здобне ТМ «Асорті» (0,99) та ТМ «Mulino Bianco» (0,98) також

характеризувалося достатньо високим рівнем конкурентоспроможності, за рахунок високих органолептичних показників, проте дещо вищою ціною реалізації порівняно з іншими зразками.

Найнижчий рівень конкурентоспроможності було виявлено для печива здобного ТМ «Чарівна мозайка» (0,90), що зумовлено слабовираженим смаком і запахом.

Таким чином, для оцінки конкурентоспроможності досліджуваних зразків печива здобного було обрано товар-конкурент ТМ «Piselli» (комплексний показник якості становив 0,99), за рахунок кращих органолептичних показників, а також відповідністю всіх фізико – хімічних показників. Оцінкою конкурентоспроможності печива здобного відмічено, що конкурентоспроможним зразком виявився дослідний зразок ТМ «Домашнє» (1,17), за рахунок нижчої ціни реалізації, правильної форми і кольору, а також характерних смакоароматичних властивостей. Рівень конкурентоспроможності зразка ТМ «Чарівна мозайка» був найнижчим (0,90), що зумовлено слабовираженим смаком і запахом печива.

## РОЗДІЛ 3

### ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ІМПОРТУ ПЕЧИВА ЗДОБНОГО

#### 3.1. Організація та ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні операцій з імпорту печива здобного

Для торгового бізнесу Fozzy Group власний імпорт – один зі стратегічних напрямів діяльності. Група прагне розширювати асортимент продукції в своїх торгових мережах і постачати товари, унікальні для українського ринку. Це забезпечує торговельним мережам Fozzy Group конкурентну перевагу, а покупцям – додатковий вибір. У компанію «Фоззі Груп» входять такі окремі бізнеси: Мережа гіпермаркетів «Фоззі»; Мережа супермаркетів «Сільпо»; «Thrash»; «Фора»; Мережа аптек «Біла Ромашка»; Мережа магазинів мобільного зв'язку «Ringo»; Група ресторанів «Рест-Трест»; Ніжинський консервний комбінат (ТМ «Ніжин»); Птахофабрика «Варто»;

«Власний імпорт» - так в магазинах «Сільпо» називають товари, закуплені безпосередньо у зарубіжних виробників, без залучення посередників.

Товарна структура імпорту ТОВ «Сільпо-Фуд» представлена на рис 3.1

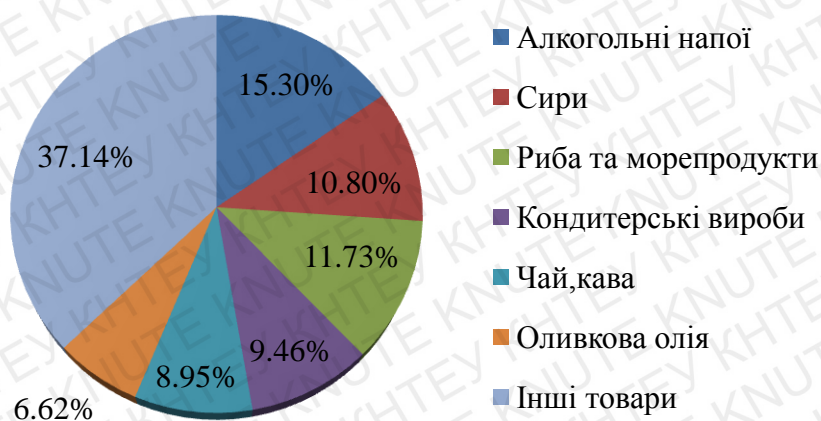


Рис. 3.1 Товарна структура імпорту ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2018 році, % [35]



Нині Fozzy Group безпосередньо співпрацює з 880 виробниками з 65 країн світу. Таким чином, географічна структура імпорту ТОВ «Сільпо-Фуд» є досить диверсифікованою і представлена рядом країн (рис. 3.2).

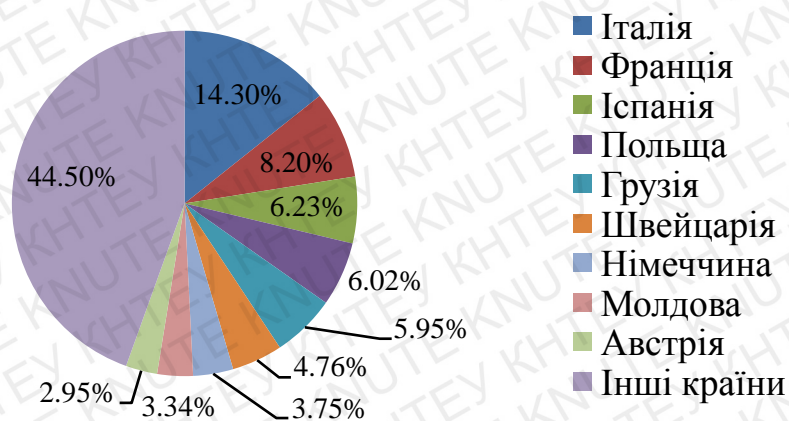


Рис. 3.2 Географічна структура імпорту ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2018 році, % [35]

У торговельній залі супермаркету продукти власного імпорту «Сільпо» виділені матеріалами з позначкою «імпорт без посередників».

На сьогодні Fozzy Group безпосередньо співпрацює з 880 виробниками з 65 країн світу. Численні торгові марки, імпортовані безпосередньо, представлені в торгових мережах Групи на ексклюзивних правах.

Fozzy Group входить до ТОП-5 найбільших імпортерів риби в Україні. Загальний обсяг імпортованої риби і морепродуктів склав близько 13 000 тонн у 2017 році [35].

Переваги «власного імпорту» для покупця:

- якість (вибір зарубіжних виробників, продукція яких відповідає найвищим міжнародним стандартам якості);
- унікальність і різноманітність асортименту (формування асортименту на ексклюзивних правах: покупець може знайти їх тільки в торгових мережах «Сільпо», «Фора» і «Фоззі»);
- стабільність асортименту (незалежність від постачальників-посередників, тому усі товари поставляються по прямій домовленості, вчасно і в необхідному асортименті);
- вигідна вартість (без націнок посередників).

Власна логістика групи компаній Fozzy Group має 562 вантажних автомобіля. Основний автопарк розміщений в с. Требухів Броварського району Київської області, де також розташовано головний офіс та СТО (2 500 кв.м). Розподільчі центри класу «А» розташовані у Запоріжжі, Одесі та Харкові, мають близько 300 одиниць складської техніки та 100 тисяч місць зберігання, сучасну систему управління, різні типи зберігання та відбору продукції, упаковки. Максимально швидка доставка продукту покупцеві — це пріоритет, тому розроблено систему зменшення часових витрат. Уже на етапі перебування продукції на розподільних центрах спеціальна програма стежить за оборотністю продукції. Група компаній «ФОЗЗИ-ФУД» встановила надійні партнерські стосунки з провідними постачальниками в Україні та за її межами [35].

Відділ ЗЕД в ТОВ «Сільпо-Фуд» поки не сформований, всі функції із управління ЗЕД виконує відділ закупівель. Управління ЗЕД здійснює безпосередньо директор з логістики та ЗЕД. Йому підконтрольні - менеджер ЗЕД та декларант. Менеджер ЗЕД - це фахівець, який забезпечує стабільний зв'язок підприємства з контрагентами, що знаходяться за кордоном, організовує співпрацю з ними. На підприємстві «Сільпо-Фуд» менеджер ЗЕД займається організацією та оптимізацією імпортного напрямку [35].

Стандартний набір обов'язків менеджера ЗЕД: організація імпортних поставок, ведення імпортних контрактів, узгодження їх з іноземними партнерами, ділове листування, підготовка документів, узгодження всіх процедур з митними терміналами і транспортними компаніями за кордоном, оптимізація логістичних витрат, вивчення ринку митних послуг, пошук шляхів і способів зниження витрат з митного оформлення.

За декларантом закріплені певні обов'язки, які він повинен виконувати в процесі митного декларування. Найважливіша з них - своєчасна подача митної декларації та подання до митниці пакету необхідних документів і відомостей для митного оформлення товару.

Динаміку індикаторів ефективності імпорту ТОВ «Сільпо-Фуд» за період з 2014 по 2018 рік наведено в табл. 3.1[35].



Таблиця 3.1

**Динаміка індикаторів ефективності імпорту  
печива ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2014 – 2018 рр.**

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість, шт.	91 500	93 400	95 750	96 200	97 000
Ціна, USD	1,02	1,05	1,2	1,2	1,4
Курс валюти, UAH/USD	15,63	16, 27	24, 50	27, 22	28,40
Ціна закупівлі, UAH	15,94	17,08	29,4	32,66	39,76
Дохід від реалізації імпортного товару, UAH	2 815 050	3 142 276,8	3 856 720	4 345 500	4 966 750
Витрати, пов'язані з імпортом, UAH*	359 347,94	401 448,096	426 416,244	428 092,826	450 026,88
% до доходу	14,86	13,86	15,78	18,66	68,63
Витрати загальні, UAH	1 817 857,94	1 996 720,1	3 241 466,24	3 569 984,83	4 306 746,88
Ефективність імпорту	1,548	1,573	1,189	1,217	1,153

\*відповідно до базисних умов постачання Інкотермс 2010

Аналізуючи табл. 3.1 ми бачимо, що протягом 5 років ТОВ «Сільпо-Фуд» проводить досить ефективну зовнішньоекономічну діяльність, про що свідчить показник ефективності імпорту, який більше за одиницю, а це відповідно свідчить про ефективність та прибутковість імпортової діяльності підприємства.

Проведемо аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» при здійсненні операцій з імпорту печива здобного.

Основними торговими марками печива здобного, що імпортує ТОВ «Сільпо-Фуд» є ТМ «Piselli» (виробник «Tedesco s.r.l.Via delle Cantine», Італія) і ТМ «Mulino Bianco» (виробник «Varilla G. e R. Fratelli», Італія).

ТОВ «Сільпо-Фуд» в основному використовує умови поставки DAP (Розподільчий центр, с. Требухів, Броварський р-н, Київська обл.). Транспортування переважно автомобільним транспортом. Поставка товару здійснюється на умовах контракту з 50% передоплатою.



Отже, ТОВ «Сільпо-Фуд» імпортує з Італії печиво здобне «Piselli» без посередників. В даному випадку із супровідних документів потрібні: зовнішньоекономічний договір, інвойс, CMR та МД-2 [40].

Відповідно до УКТЗЕД печиво здобне має код товару – 1905 31 11 00 (Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти; печиво солодке сухе; вафлі та вафельні облатки; печиво солодке сухе: повністю або частково покрите шоколадом чи іншими виробами; з вмістом какао; у первинних упаковках, масою нетто не більш як 85 г).

Печиво не є підакцизним товаром, походить з країни ЄС (Італія), знаходиться у переліку зниження ввізних мит України, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС – тобто ставка мита дорівнює 0. Тому при ввезенні даного товару ТОВ «Сільпо-Фуд» сплачує лише ПДВ – 20%.

Товар поставляється відповідно до умови DAP (с. Требухів, Київська обл.). Умова поставки DAP Інкотермс 2010 - «Delivered At Point» означає, що продавець виконав своє зобов'язання по постачанню, коли він надав покупцеві товар, випущений у митному режимі експорту і готовий до відвантаження з транспортного засобу, прибулого в вказане місце призначення. Умови поставки DAP покладають на продавця обов'язки нести всі витрати і ризики, пов'язані з транспортуванням товару в місце призначення.

Далі товар доставляється до розподільчого центру ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД». Товар замовляється магазином на розподільчий центр відповідно до графіку замовлень. Графік доставки товарів у супермаркет «Сільпо» складається Департаментом операційної логістики, узгоджується операційними офісами регіональних магазинів і затверджується Офісом Логістики Мережі «Сільпо»

Проведемо розрахунок митних платежів для здобного печива (код 1905311100) (табл.3.2)[35].

Таблиця 3.2

## Розрахунок митних платежів при імпорті здобного печива з Італії

Показник	Значення
Код товару (УКТЗЕД)	190 5311100
Вартість у валюті, €	11200
Кількість коробок печива, шт	8000
Умови поставки (Інкотермс 2010)	DAРс. Требухів, Київська обл., Броварський р-н
Курс EUR на 01.11.2019, грн /EUR	27,71
Ставка мита, %	0 до 31.12.2019
Ставка ПДВ, %	20
Сума ПДВ, грн	62 070,4
Сума митних платежів, грн	62 070,4

Аналізуючи ефективність імпортних операцій ТОВ «Сільпо-Фуд», спочатку треба знати його валютну ефективність [42].

Показник валютної ефективності імпорту (Ев.і.) розраховується як відношення суми добутків ціни і-го товару на внутрішньому ринку (Ц вр) і обсягу імпорту і-го товару (Кіі) до суми добутків валютної ціни і-го товару (Ці) і обсягу імпорту і-го товару (Кіі) [43]:

$$\text{Ев.і.} = \text{Ц вр} * \text{Кіі} / \text{Ц і} * \text{Кіі} \quad (3.1)$$

Як і для показника валютної ефективності експорту базою порівняння, як правило, слугує валютний курс. Проте порівняння виконується зі значенням курсу за прямим котируванням, а не за зворотнім.

$$\text{В еф.і.} = 48 * 8000 / 20,5 * 8000 = 2,34 > 1$$

Показник економічної (абсолютної) ефективності імпорту (Ееф.і.) розраховується діленням вартості імпортової продукції на внутрішньому ринку (ВІв.р.) на витрати на придбання імпортової продукції (Ві) [43]:

$$\text{Е еф.і} = \text{ВІв.р.} / \text{Ві} \quad (3.2)$$

Чим більший цей показник за одиницю, тим ефективніша імпортна діяльність для підприємства.

Сума ПДВ – 62 070,4 грн.

Розвантаження на складі підприємства – 2600 грн.

$$\text{Ееф.і} = 48 * 8000 / 310 352 + 62 070,4 + 2600 = 384000 / 375022,4 = 1,02 > 1$$

Показник економічного ефекту імпорту ( $Ee.i.$ ) розраховується шляхом віднімання від вартості імпортової продукції на внутрішньому ринку ( $ВІв.р.$ ) витрат на її придбання ( $Ві$ ):

$$Ee.i = ВІв.р. - Ві \quad (3.3)$$

Отже, чим більше його значення, тим більше підприємство отримує прибутку, а його імпортна діяльність – ефективніша.

$$Ee.i = 48 - (375022,4 / 8000) = 48 - 46,88 = 1,02$$

Визначення показника економічного ефекту імпорту дає можливість розрахувати показник рентабельності імпорту ( $Pi$ ) діленням його на суму витрат на придбання імпортової продукції [44]:

$$P.i = Ee.i. / Ві * 100\% \quad (3.4)$$

$$P_i = 1,02 / 46,56 * 100 = 2,19 \text{ грн.}$$

Він показує розмір прибутку від реалізації імпорту на 1 грн витрат щодо його придбання.

Отже, в даному розділі ми розглянули особливості організації зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» та розраховали ефективність здійснення операцій з імпорту печива здобного, визначивши показник валютної ефективності імпорту, економічної (абсолютної) ефективності імпорту, економічного ефекту та на кінець показник рентабельності імпорту. Розрахунок даних показників свідчить про те, що зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд» є не тільки ефективною, але й прибутковою, адже показник рентабельності імпорту показав, що на кожну 1 грн витрат підприємство отримує 2,19 грн прибутку від реалізації імпорту. Також аналіз ефективності імпортової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за період з 2014 по 2018 рік показав, що операції з імпорту є прибутковими і мають показник більше одиниці.



### **3.2. Напрями вдосконалення ефективності імпорту печива здобного ТОВ «Сільпо-Фуд»**

Мета ЗЕД на підприємстві - максималізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємстві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутрішньо-фірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфери управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними [45].

На ТОВ «Сільпо-Фуд» відділ ЗЕД не є самостійним структурним підрозділом підприємства. Він являє собою частину апарату управління, всі функції із управління якого виконує відділ закупівель. Управління ЗЕД здійснює безпосередньо директор з логістики та ЗЕД. Йому підконтрольні - менеджер ЗЕД та декларант [35].

Для удосконалення організації ЗЕД на ТОВ «Сільпо-Фуд» треба вжити таких заходів:

- необхідно створити самостійний структурний підрозділ ЗЕД з комерційним, економічним сектором та сектором маркетингу;
- комерційний сектор повинен забезпечувати швидке і точне виконання зобов'язань по міжнародних контрактах і угодах, участь у підготовці і проведенні комерційних переговорів, організацію поставок згідно контракту і контроль за їх виконанням;
- економічний сектор покликаний забезпечувати прогнозування і планування ЗЕД підприємства. Для цього необхідно проводити своєчасний аналіз ефективності експортно-імпортних операцій за всіма фінансово-економічними показниками, контроль за виконанням плану, валютний контроль і т.д;
- сектор маркетингу як ключова служба підприємства вивчає кон'юктуру світових товарних ринків. Тому треба приділити значну увагу визначенню цін на імпорту продукцію, аналізу конкурентів, можливостей постачання товару та ін;

ТОВ «Сільпо» – є прикладом по-справжньому сервісної компанії, орієнтованої на потреби і бажання свого клієнта. Підприємство постійно працює

над розширенням асортименту імпортованих товарів, щоб якомога краще задовольняти потреби споживачів за рахунок диверсифікації асортименту.

Нині частка «власного імпорту» в асортименті становить близько 8%. Під впливом економічної кризи купівельна спроможність падає, але коли покупець спробував смачний унікальний продукт, що представлений лише в асортименті «Сільпо» він за інших рівних умов не стане розмінюватися на інший. Він стане рідше купувати, але все одно буде продовжувати вибирати саме цей товар, або відмовиться зовсім – на цьому і базується імпортерна політика «Сільпо».

ТОВ «Сільпо-Фуд» імпортує лише 2 види здобного печива з Італії - ТМ «Piselli» (виробник «Tedesco s.r.l.Via delle Cantine») і ТМ «Mulino Bianco» (виробник «Barilla G. e R. Fratelli»). Італія є країною, з якої імпортується найбільше продукції (14,3%), там розташовано близько 150 виробників, з якими співпрацює ТОВ «Сільпо-Фуд». Тому напрямком вдосконалення ефективності імпорту печива здобного є пошук нових постачальників здобного печива, розширення географічної структури імпорту, а також збільшення різновидів представленого асортименту печива.

На нашу думку, найбільш перспективною країною для розвитку імпортованих відносин є Польща. Польща є найбільшим торговельним партнером України серед країн Центрально-Східної Європи. Український споживач знайомий з кондитерськими виробами Польщі, тому попит на дану продукцію є. Після проведення опитування покупців і дегустації в торговельній залі ТОВ «Сільпо-Фуд» було визначено, яке саме імпортоване здобне печиво має бути на полицях супермаркету (в опитуванні прийняли участь 54 покупця) (рис. Т, Додаток Т). За результатами опитування майже половина покупців (46%) надали перевагу польському печиву «НІТ XXL», перш за все, тому що їм відоме це печиво і вони хотіли б бачити його в асортименті «Сільпо». Отже, відділу закупівлі ТОВ «Сільпо-Фуд» необхідно розглянути можливість налагодження співпраці з виробником печива «НІТ XXL» BahlseńPolska (Польща). Необхідні супровідні документи для митного оформлення товару: зовнішньоторговельний договір з усіма додатками Інвойс (оригінал) та переклад Proforma або Commercial,

рахунок, що підтверджує вартість транспортування, страховий поліс, паспорт угоди при угоді понад 50 000 \$, пакувальний лист (packing list).

Проведемо розрахунок митних платежів при імпорті печива «НІТ XXL» на умовах DAP (с. Требухів, Київська обл.) (код 1905311100) (табл.3.3)[42].

Таблиця 3.3

**Прогнозний розрахунок митних платежів при імпорті здобного печива  
«НІТ XXL»**

Показник	Значення	
Код товару	190 5311100	
Вартість у валюті, \$	12 000	
Кількість коробок печива, шт	8000	
Курс USD на 01.11.2019 грн /\$	24,85	27,00
Ставка мита, %	0 діє з 01.01.2016 до 31.12.2019	5 (після 31.12. 2019)
Ставка ПДВ, %	20	
Сума ПДВ, грн	59 640	59 640
Сума митних платежів, грн	59 640 (мито 0%)	75 840 (мито 5%)

Менеджеру ЗЕД необхідно підготувати лист-запит на постачання товару і відправити виробнику BahlsenPolska, що розташований за адресою: Польща, TheRepublicofPoland, WerkSkawina, Ul. Pilsudskiego 1, PL-32-050 Skawina. У листі-запиті обов'язково зазначається: підстава для запиту; назва товару (його марка, якість тощо); умови й термін постачання; умови оплати. Необхідно врахувати, що ставка мита 0% на печиво є пільговою для країн ЄС до 31.12.2019, після вона становитиме 5 %.

Для визначення ефективності операцій з імпорту печива здобного «НІТ XXL», а також прибутковості ТОВ «Сільпо-Фуд» від реалізації даного товару, необхідно для початку зробити запит на невелику партію товару, під час реалізації виявити, чи має даний товар попит серед споживачів, чи потрібні додаткові затрати для продажу товару (реклама, акційні пропозиції тощо) на основі цих даних співставити витрати і отриманий прибуток після реалізації. Так як опитування показало, що даний товар має попит серед споживачів, є висока ймовірність того, що дана пропозиція з розширення асортименту печива здобного є дійсно прибутковою.



Отже, таким чином для ефективної організації ЗЕД на ТОВ «Сільпо-Фуд» необхідно створити самостійний структурний підрозділ ЗЕД з комерційним, економічним сектором та сектором маркетингу. Комерційний сектор повинен забезпечувати швидке і точне виконання зобов'язань по міжнародних контрактах і угодах, економічний сектор покликаний забезпечувати прогнозування і планування ЗЕД підприємства, сектор маркетингу вивчає кон'юктуру світових товарних ринків. Напрямок вдосконалення ефективності імпорту печива здобного для ТОВ «Сільпо-Фуд» є пошук нових постачальників здобного печива, розширення географічної структури імпорту, а також збільшення різновидів представленого асортименту печива. Відділу закупівлі ТОВ «Сільпо-Фуд» запропонований варіант розширення асортименту печива здобного за рахунок налагодження співпраці з виробником печива «НІТ XXL» BahlseńPolska (Польща).

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Ринок кондитерських виробів в Україні є досить насиченим і повністю задовольняє потреби споживачів різних вікових категорій. Загальний обсяг виробництва кондитерських виробів на кінець 2019 року становить 171 тис. тонн. Основними виробниками є КК «Рошен»; АТ «АВК»; КК «Бісквіт-Шоколад»; ТОВ «Житомирські ласощі»; АТ «Полтавакондитер»; КФ «Лагода»; АТ «Монделіс Україна»; АТ «Одесакондитер»; ТОВ «Нестле Україна» та ін. До основних світових виробників кондитерських виробів належать: Mars Inc (США), Mondelez International (США), Nestle SA (Швейцарія), Ferrero Group (Люксембург/Італія) та ін. За результатами аналізу ринку кондитерських виробів в Україні можна прогнозувати подальше збільшення його обсягу за рахунок підвищення купівельної спроможності населення.

2. Основними факторами, що впливають на формування споживних властивостей здобного печива є якість сировини, дотримання співвідношення основних компонентів сировини та режимів проведення технологічних операцій. Основною сировиною для виробництва здобного печива є: борошно, цукор, замінники цукру, мед, патока, крохмаль, крохмалепродукти, ячні продукти, молочні продукти, жир, горіхи, розпушувачі, барвники, фосфатиди, ароматичні речовини, драглеутворювачі, ягоди і фрукти, харчові кислоти. Основні етапи виробництва здобного печива: підготовка сировини, замішування тіста, його прокатування, формування, випікання, охолодження, оздоблення та пакування.

3. Для контролю і забезпечення безпечності і якості харчових продуктів в Україні є відповідна законодавчо-нормативна база: Конституція України і закони: «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», «Про інформацію для споживачів харчових продуктів». Нормативне регулювання включає нормативні документи ДСТУ, що регулюють якість продукції і її

відповідність технічним вимогам. Санітарні норми і правила висувають вимоги до якості і безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини.

4. Аналіз асортименту печива здобного, що реалізується у ТОВ «Сільпо-Фуд», було виявлено, що асортимент є досить широким, глибоким, достатньо насиченим і гармонійним, що в повній мірі задовольняє потреби споживачів різних вікових категорій. Структура асортименту печива здобного ТОВ «Сільпо-Фуд»: печиво пісочне (виймальне і відсадне) – 54%, печиво білково і бісквітно-збивне – 24%, горіхове – 13%, типу сухариків – 9%. Найбільшими виробниками здобного печива, що представлене в асортименті ТОВ «Сільпо-Фуд», є АТ «Конті», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», ТДВ «Житомирські ласощі», ПрАТ «Домінік», КФ «Лагода», ТзОВ «Світ Ласощів», ТОВ «Конд-клас», ТзОВ «Біскотті», ЗАТ «Крафт Фудз Україна», АТ «Монделіс Україна», АТ «Одесакондитер», ТОВ «ДЕЙ-СОН ЛПК» (ТМ «Бом-Бік»), ТОВ «Нестле Україна» та ін.

5. Комплексною оцінкою якості обраних зразків печива здобного встановлено найвищий рівень якості для зразка ТМ «Piselli» (0,99), за рахунок кращих органолептичних показників, а також відповідністю всіх фізико-хімічних показників. Даний зразок обрано товаром – конкурентом. Найнижчим рівнем якості характеризувався зразок ТМ «Чарівна Мозайка» (0,88), що зумовлено слабовираженим смаком і запахом. печива.

6. Оцінкою конкурентоспроможності печива здобного відмічено, що конкурентоспроможним зразком виявився дослідний зразок ТМ «Домашнє» (1,17), за рахунок нижчої ціни реалізації, правильної форми і кольору, а також характерних смакоароматичних властивостей. Інтегральний показник конкурентоспроможності зразка ТМ «Чарівна мозайка» був найнижчим (0,90), що зумовлено слабовираженим смаком і запахом печива.

7. Розрахунок показників валютної ефективності імпорту здобного печива за період з 2014 по 2018 рік продемонстрував здійснення ТОВ «Сільпо-Фуд» ефективної зовнішньоекономічної діяльності. Про це свідчить показник



ефективності імпорту, який більше за одиницю та підтверджує ефективність та прибутковість імпортової діяльності підприємства.

8. Основними напрямками вдосконалення ефективності імпорту печива здобного для ТОВ «Сільпо-Фуд», на нашу думку, є: створення самостійного структурного підрозділу ЗЕД з комерційним, економічним сектором та сектором маркетингу; пошук нових постачальників здобного печива; розширення географічної структури імпорту; збільшення різновидів представленого асортименту печива.

На основі проведених теоретичних та експериментальних досліджень пропозиції для покращення якості та розширення асортименту печива здобного:

- створення нового виду печива здобного з поліпшеними біологічними властивостями та зниженою енергетичною цінністю шляхом додавання нових інгредієнтів. Так, наприклад, якщо у здобному печиві змінити частку борошна на фруктові та плодовоовочеві порошки, а частку жиру – на нетрадиційні олії, то його споживні і біологічні властивості зростуть в декілька разів, при тому що калорійність буде меншою;
- постійний контроль якості сировини;
- суворе дотримання умов зберігання, кліматичних вимог, санітарно-гігієнічного режиму;
- систематизація та контроль технологічного процесу виготовлення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анализ рынка кондитерских изделий Украины: Тенденции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html>
2. Обзор рынка кондитерских изделий Украины 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://proconsulting.com.ua/analiz/pitanie/kond/index1.html>
3. Шестак О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / О.В. Шестак // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків: НТУ «ХП». – 2017. – № 6(980). – С. 132-137.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper\\_new.html/](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html/)
5. Інфографіка: хто контролює кондитерський ринок в Україні? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.liga.net/infografica/323868\\_sladkie-brendy-kto-kontroliruet-konditerskiy-rynok-ukrainy.htm](http://www.liga.net/infografica/323868_sladkie-brendy-kto-kontroliruet-konditerskiy-rynok-ukrainy.htm)
6. Все в шоколаді. Скільки заробляють «Рошен» і інші кондитерські фабрики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.tsn.ua/infografika/vse-v-shokolade-skolkozarabatyvayut-roshen-i-drugie-kondfabriki-iz-mirovogo-top-100-infografika-796964.html>
7. Закревська Л. М. Сучасний стан та перспективи розвитку експортної політики підприємств кондитерської промисловості України / Л. М. Закревська // Економіка: проблеми теорії і практики. – М.: ЛНУ, 2016. – С. 165 -167.
8. Мартиновський В. С. Сучасний стан та оцінка ефективності виробництва підприємств кондитерської промисловості України. Економіка харчової промисловості / Мартиновський В. С. // «Товари і ринки». – 2018. – № 2. – С. 14-16.
9. Корніковський Д.О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України / Корніковський Д.О. // «Економіка харчової промисловості». – 2017. – № 2. – С. 47- 48.
10. Тюха І.В. Сучасні тенденції розвитку світового ринку кондитерських виробів / Тюха І.В., Кравчук Н.В. // «Ефективна економіка». – 2018. – №5. – С. 53-58.

11. Спеціалізований сайт світового кондитерського ринку Candy Industry. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.candyindustry.com>
12. Світовий рейтинг «Top 100 Candy Companies у 2017 році» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/infografika/use-v-shokoladi-skilki-zaroblyayut-roshen-ta-inshikondfabriki-zi-svitovogo-top-100-infografika873810.html>
13. Сирохман І.В. Споживчі властивості печива / Сирохман І.В.//«Харчова і переробна промисловість». – 2017. – №2. – С. 15-16.
14. Аношкина А. Г. Как открыть пекарню: Мучные кондитерские изделия / Аношкина А. Г.// «Печенье. Хлебопродукты». – 2016. – № 3. – С. 50 - 52.
15. Борошно та хлібобулочні вироби. Нормативні документи : довідник / за заг. ред. В. Л. Іванова. – Львів: НТЦ «Леонорм», 2000. – 260 с.
16. Макаренко А. А. Сырье хлебопекарного, кондитерского и макаронного производств: Справочник. К.: Урожай, 2012. – 208 с.
17. Новікова О.В. Технологія виробництва борошняних кондитерських виробів / Новікова О.В., Ростовський В.С.//«Товари і ринки». – 2018. – № 5. – С. 9-11.
18. Чорна Т. О. Поліпшення споживних властивостей і збереженості печива. / Чорна Т. О. // «Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі». – 2016. – № 1. – С. 200-204.
19. Богдан С. Д. Пакувальні матеріали для печива. Харчова і переробна промисловість. «Товари і ринки». – 2014. – № 3. – С. 26-27.
20. Конституція України: офіц. текст. Київ: КМ, 2013. 96 с.
21. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 28.12.2014 р. № 67-VIII Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 4. – 19 с.
22. Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення: Закон України від 24.02.1994 р. №4004-XII Відомості Верховної Ради України. – 1994. – №27. 422 с.
23. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024-XII Відомості Верховної Ради України. – 1991. – №30. 380 с.



24. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. №271/96-ВР Відомості Верховної Ради України. – 1996.– №39. 181 с.
25. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України від 06.08.2019 р. Відомості Верховної Ради (ВВР), – 2019.– № 7. 41 с.
26. ДСТУ 3781-2014. Печиво. Загальні технічні умови. [Чинний від 2015-07-01] Вид. офіц. Київ: 2015. 14 с.
27. ДСТУ 4619-2006. Вироби кондитерські. Правила приймання, методи відбору та підготовки проб. [Чинний від 2007-11-01] Вид. офіц. Київ: 2007. 10 с.
28. ДСТУ 4683-2006. Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин. [Чинний від 2007-10-01] Вид. офіц. Київ: 2007. 15 с.
29. ДСТУ 4910:2008. Вироби кондитерські. Методи визначення масової частки вологи та сухих речовин. [Чинний від 2009-01-01] Вид. офіц. Київ: 2009. 13 с.
30. ДСТУ 5024-2008. Вироби кондитерські. Методи визначення кислотності та лужності. [Чинний від 2010-10-01] Вид. офіц. Київ: 2010. 15 с.
31. ДСТУ 5023:2008 Вироби кондитерські борошняні. Метод визначення здатності до намокання. [Чинний від 2010-07-13] Вид. офіц. Київ: 2010. 11 с.
32. ДСанПіН 4.2-180-2012 Державні санітарні правила і норми «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини» (Зареєстровано: Мін'юст України від 09.01. 2013 за № 88/22620 ) зі змінами Наказ МОЗ від 18.08.2014 № 576
33. Гармідер Л.Д. Дослідження формування товарного асортименту підприємства / Л. Д. Гармідер, І. О. Самай // Академічний огляд. - 2016. - № 1. - С. 111–118.
34. Сидоренко О.В. Товарознавчі складові ринкознавства / О.В. Сидоренко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001.
35. ТОВ «Сільпо-Фуд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://silpo.ua>
36. ТОВ «ДЕЙ-СОН ЛПК» (ТМ «Бом-Бік») [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bom-bik.com>
37. Корпорація «Бісквіт-Шоколад» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biscuit.com.ua/>

38. АТ «Конті» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.konti.com/ua>
39. Перелік документів для переміщення товарів через митний кордон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://broker-service.com.ua/htmlPages/201/menuid/111>
40. Господарський кодекс України. Стаття 377 від 16.01.2003 № 436-IV. Поняття зовнішньоекономічної діяльності.
41. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія] / Козак Ю.Г., Притула Н. В., Єрмакова О. А., Уханова І. О., Сулим О.В., Осипов В. М., Таваліка Г. Т., Постова Н.А., Швагер О. Р. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 163 с.
42. Малярець Л. М. Аналіз ефективності експортно-імпортової діяльності підприємства для її стратегічного / Малярець Л. М., Моргун Г. В. // «Товари і ринки». – 2017. – № 3. – С. 12-14.
43. Дем'яненко А.Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия / Дем'яненко А.Г. // Економіка, фінанси, право. – 2013. – №2. – С. 22– 28.
44. Вівчар О.І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / О. Вівчар // Галицький економічний вісник. – 2016. – № 2. – 30 с.
45. Волкова І.А. Облік та аналіз експортно-імпортової операцій на прикладі підприємства Західного регіону : монографія / І.А. Волкова, О.Ю. Калініна. – Луцьк : Вид-во ВІЕМ. – 2017. – 237 с.
46. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія / Л.Л. Антонюк. – К.: Вид-во "Лібра-М", 2014. – 273 с.
47. Яковлев А. І. Удосконалення методів визначення ефективності ЗЕД / А. І. Яковлев // Фінанси України. – 2010. – № 9. – С.25-27.
48. Ходорович О.С. Розвиток зовнішньоекономічних операцій та шляхи її удосконалення / О. С. Ходорович // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/25\\_WP\\_2010/Economics/71141.doc.htm](http://www.rusnauka.com/25_WP_2010/Economics/71141.doc.htm)

- 49.Вакульчик О. М. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.М. Вакульчик, Д.П. Дубицький // Вісник Академії митної служби України : наук. журн. – Д. Сер. Економіка. – 2012. – № 2. – С. 75-82
- 50.Електронне видання «Ефективна економіка»[Електронний ресурс].–Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
- 51.Продукти харчування. Зроблено в Україні [Електронний ресурс].–Режим доступу: <https://madeinua.org>
- 52.Особливості складання бізнес-плану зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс].–Режим доступу:<http://nauka-ua.ency.biz/?p=8301>
- 53.Рівні планування зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://www.rusnauka.com/14\\_NPRT\\_2011/Economics](http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Economics)



**Споживання виробів кондитерської промисловості  
в 2013-2019 роках за видами продукції**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Споживання на внутрішньому ринку, тис.т.							
Вироби кондитерські з цукру	174,4	180,6	182,9	182,4	164,5	160,7	149,9
Шоколад та інші продукти	294,7	208,4	228,1	190,6	182,9	221,4	184,1
Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби	428,4	452,4	454,2	447,8	438,0	392,3	392,7
Всього	897,5	841,5	865,2	820,8	785,4	774,5	726,7
Споживання на душу населення, кг							
Вироби кондитерські з цукру	3,7	3,9	3,9	4,0	3,6	3,5	3,3
Шоколад та інші продукти	6,3	4,5	4,9	4,1	4,0	4,8	4,0
Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби	9,1	9,7	9,8	9,7	9,5	8,6	8,6
Всього	19,1	18,0	18,7	17,8	17,1	16,9	15,9
Вартість річного споживання на внутрішньому ринку, грн							
Вироби кондитерські з цукру	70,3	75,3	89,4	85,2	82,7	79,9	80,0
Шоколад та інші продукти	79,9	55,5	90,0	70,2	80,0	107,3	93,7
Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби	1,8	16,1	51,6	32,8	63,5	61,5	61,7
Всього, грн	152,0	146,9	231,0	188,2	226,2	248,7	235,4



Рис Б1. Структура виробництва кондитерських виробів в Україні в 2019 році, %

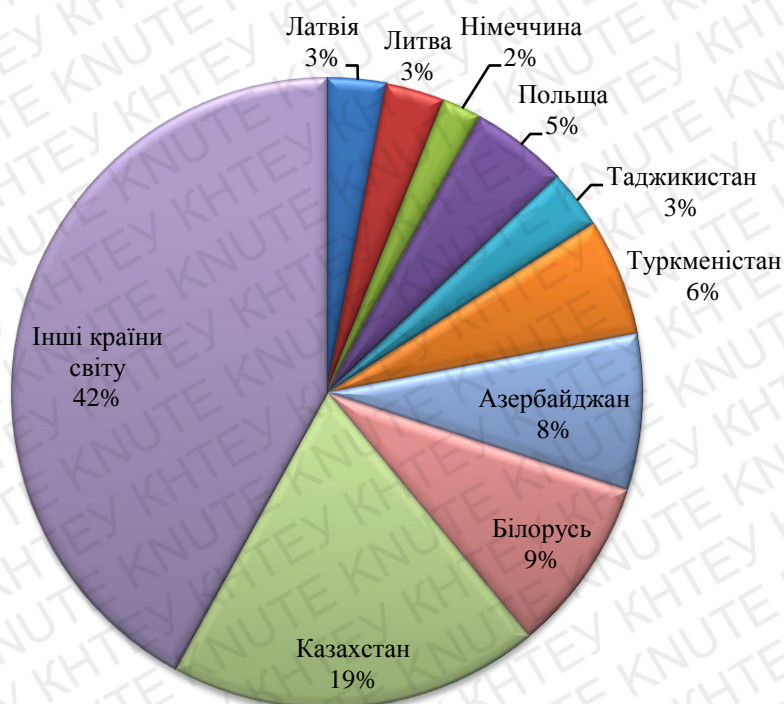


Рис Б2. Експорт кондитерських виробів у 2019 році



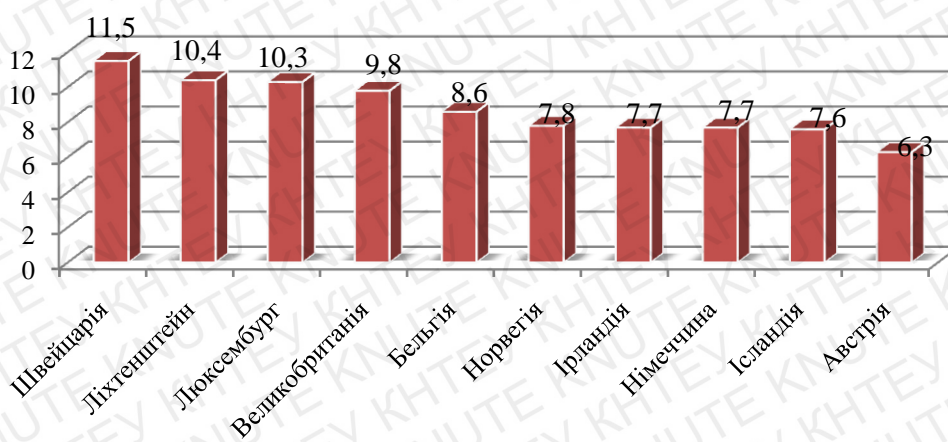


Рис В. Споживання кондитерських виробів на одного жителя, кг/рік

Таблиця В

## Лідери світового кондитерського ринку

№	Кондитерська компанія	Продажі млрд. дол. США	Число співробітників	Кількість фабрик по всьому світу
1	Mars Inc. (Virginia USA)	16,50	65000	1353
2	Nestlé SA (Vevey, Switzerland)	11,39	283000	4563
3	Ferrero Group (Piedmont, Italy)	8,99	21600	18
4	Cadbury PLC( London, UK)	8,81	47000	64
5	Mondelez International (Illinois USA)	8,33	98000	1683



## Провідні країни-імпортери кондитерських виробів у 2017-2019 рр.

№	Країна	2017 рік			2018 рік			2019 рік		
		Кількість, млн. тонн	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн. тонн	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн. тонн	Вартість млн. дол.	Питома вага, %
1	США	1927690,5	2038,39	12,2	2354173,5	2118,5	13,70	2621135,7	2727,09	12,57
2	Російська Федерація	2520516,1	1153,87	6,94	1337202,2	688,45	4,45	2211943,9	1390,76	6,41
3	Великобританія	1512004,9	1477,12	8,88	1428358,3	1272,6	8,23	1207287,5	1074,99	4,95
4	Канада	1426148,0	704,13	4,23	1139611,2	697,69	4,51	1090513,8	1047,37	4,83
5	Республіка Корея	1755237,4	661,84	3,98	1762555,4	733,2	4,74	1737843,5	986,78	4,55
6	Малайзія	1586583,4	478,13	2,87	1627791,9	665,08	4,30	1770017,5	866,29	3,99
7	Китай	550600,1	276,24	1,66	934911,21	361,87	2,34	1589234,8	847,83	3,91
8	Саудівська Аравія	-	-	-	851038	377,56	2,44	1253528,3	792,75	3,65
9	Японія	1414434,3	555,55	3,34	1311170	592,49	3,83	1232287,6	790,58	3,64
10	Іран	-	-	-	-	-	-	1815509	766,9	3,53

Таблиця Г2

## Найбільші країни-експортери кондитерських виробів у 2017-2019 рр.

№	Країна	2017 р.			2018 р.			2019 р.		
		Кількість млн.т.	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн.т.	Вартість млн. дол.	Питома вага, %	Кількість, млн.т.	Вартість млн. дол.	Питома вага, %
1	Бразилія	8632162	3264,86	19,71	9035097,1	3737,31	24,21	13851720	7403,62	34,20
2	Австралія	2349930	824,01	4,97	2375111,4	998,68	6,47	2638076,5	1441,45	6,66
3	Німеччина	242306	890,16	5,37	227696,65	789,62	5,12	343164,82	912,7	4,22
4	Китай	444527	659,88	3,98	401575,66	589,28	3,82	465213,97	706,37	3,26
5	Тайланд	1709825	698,65	4,22	1216655,1	560,63	3,63	966900,25	636,92	2,94
6	Мексика	420852	558,77	3,37	622681,44	603,96	3,91	465317,15	632,73	2,92
7	Бельгія	300711	688,19	4,15	278622,4	585,26	3,79	296774,54	596,06	2,75
8	Нідерланди	193576,8	597,02	3,60	196428,36	565,38	3,66	175472,18	566,95	2,62
9	ОАЕ	28094,68	15,28	0,09	37859,45	22,67	0,15	1339404,6	563,2	2,60
10	Франція	382099,3	548,71	3,31	355785,99	474,43	3,07	475325,96	520,7	2,41



Рис Д. Технологічна схема виготовлення печива здобного

**5-ти бальна шкала оцінки якості органолептичних показників якості  
печива здобного**

Бальна оцінка	Характеристика органолептичного показника
<b>Форма</b>	
5	Притаманна для цього виду печива, без деформацій, краї рівні без надломів
4	Притаманна для цього виду печива, краї злегка вигнуті, без надломів
3	Нерівномірна, краї сильно вигнуті, без надломів
2	Вироби сильно деформовані, наявність тріщин, але без надломів
1	Вироби деформовані, наявні тріщини, надломи.
<b>Поверхня</b>	
5	Гладка, рівна, не підгоріла
4	Гладка, нерівномірна, не підгоріла
3	Шорохувата, нерівномірна, не підгоріла
2	Наявність незначних підгоріlostей
1	Поверхня дуже підгоріла
<b>Колір</b>	
5	Рівномірний, яскравий, притаманний даному виду печива
4	Рівномірний, світло-жовтий
3	Нерівномірний, світло-жовтий
2	Нерівномірний, місцями інші відтінки
1	Колір не притаманний даному виду печива
<b>Вигляд у зламі</b>	
5	Пориста, рівномірно пропечена структура
4	Неоднорідна пористість
3	Слабопориста, рівномірно пропечена структура
2	М'яка, неоднорідна структура
1	Неоднорідна структура, псує товарний вигляд
<b>Запах</b>	
5	Гармонійний, добре виражений, насичений, без сторонніх запахів
4	Гармонійний, виражений
3	Слабко відчутний
2	Відчутний запах жиру
1	Відчувається неприємний запах згірлого жиру
<b>Смак</b>	
5	Приємний, виражений, гармонійний, насичений
4	Приємний, гармонійний
3	Слабо виражений, без сторонніх присмаків
2	Смакові відчуття бідні
1	Відчувається неприємний смак згірлого жиру



**Результати органолептичної оцінка якості печива здобного різних виробників**

Показники	ДСТУ 3781- 2014	Оцінка за 5-ти бальною шкалою				
		Зразок 1 ТМ «Домаш- не»	Зразок 2 ТМ «Асорті»	Зразок 3 ТМ «Чарівна мозайка»	Зразок 4 ТМ «Piselli»	Зразок 5 ТМ «Mulino Bianco»
Форма	5	4,8	4,8	4,3	4,8	4,7
Поверхня	5	4,8	4,8	4,5	4,8	4,5
Вигляд на зламі	5	4,7	4,4	4,5	4,8	4,9
Запах	5	4,8	4,7	4,3	4,8	4,7
Колір	5	4,9	4,5	4,9	4,9	4,9
Смак	5	4,9	4,8	3,9	4,9	4,8

Додаток Н  
Таблиця Н

Результати органолептичної оцінки якості печива здобного

Назва показника	Вимоги ДСТУ 3781- 2014	Зразок 1 ТМ «Домашнє»	Зразок 2 ТМ «Асорті»	Зразок 3 ТМ «Чарівна мозайка»	Зразок 4 ТМ «Piselli»	Зразок 5 ТМ «Mulino Bianco»
Форма	Відповідна цій назві печива без вм'ятин, краї печива рівні чи фігурні, без пошкоджень	Форма у вигляді «серця», без вм'ятин, краї фігурні, без пошкоджень	Форма у вигляді «серця», «гриба», «зірки», без вм'ятин, краї фігурні, без пошкоджень	Форма у вигляді кола, без вм'ятин, краї фігурні, без пошкоджень	Форма у вигляді «листочка», без вм'ятин, краї фігурні, без пошкоджень	Форма у вигляді квітки, без вм'ятин, краї фігурні, без пошкоджень
<b>Бали</b>	<b>5</b>	<b>4,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,7</b>
Поверхня	Непідгоріла, без здутин, що лопнули, вкраплень крихт	Без підгорілості поверхня без здутин, що лопнули, вкраплень крихт	Без підгорілості поверхня без здутин, що лопнули, вкраплень крихт	Без підгорілості поверхня без здутин, що лопнули, вкраплень крихт	Без підгорілості поверхня без здутин, що лопнули, вкраплень крихт	Без підгорілості поверхня без здутин, що лопнули, вкраплень крихт
<b>Бали</b>	<b>5</b>	<b>4,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,5</b>	<b>4,8</b>	<b>4,5</b>
Вигляд на зламі	Рівномірно-пористий, без порожнин, непромісу та закалу	Вигляд на зламі без порожнин, структура рівномірно-пориста	Вигляд на зламі без порожнин, структура рівномірно-пориста	Вигляд на зламі без порожнин, структура рівномірно-пориста	Вигляд на зламі без порожнин, структура рівномірно-пориста	Вигляд на зламі без порожнин, структура рівномірно-пориста
<b>Бали</b>	<b>5</b>	<b>4,7</b>	<b>4,4</b>	<b>4,5</b>	<b>4,8</b>	<b>4,9</b>
Запах	Властивий печиву цієї назви, без сторонніх запахів	Вдастивий, без сторонніх	Вдастивий, без сторонніх запахів	Вдастивий, але слабо відчутний	Вдастивий, без сторонніх запахів	Вдастивий, без сторонніх запахів
<b>Бали</b>	<b>5</b>	<b>4,8</b>	<b>4,7</b>	<b>4,3</b>	<b>4,8</b>	<b>4,7</b>
Колір	Властивий печиву цієї назви, від світло-жовтого до до коричневого, рівномірний	Світло-жовтий, без підгорілостей, рівномірний	Світло-коричневий, без підгорілостей, рівномірний	Світло-жовтий, без підгорілостей, рівномірний	Світло-жовтий, без підгорілостей, рівномірний	Світло-жовтий, без підгорілостей, рівномірний
<b>Бали</b>	<b>5</b>	<b>4,9</b>	<b>4,5</b>	<b>4,9</b>	<b>4,9</b>	<b>4,9</b>
Смак	Властивий печиву цієї назви, без сторонніх присмаків	Властивий, приємний без сторонніх присмаків	Властивий, приємний без сторонніх присмаків	Властивий, без сторонніх присмаків, але слабо виражений	Властивий, приємний без сторонніх присмаків	Властивий, приємний без сторонніх присмаків
<b>Бали</b>	<b>5</b>	<b>4,9</b>	<b>4,8</b>	<b>3,9</b>	<b>4,9</b>	<b>4,8</b>

## Комплексна оцінка якості дослідних зразків печива здобного

Показники	аі	Порівнюванні значення показника		Досліджуваний зразок									
		Рет	Рбр	Зразок 1 ТМ «Домашнє»		Зразок 2 ТМ «Асорті»		Зразок 3 ТМ «Чарівна мозайка»		Зразок 4 ТМ «Piselli»		Зразок 5 ТМ «Mulino Bianco»	
				рі	Pi	рі	Pi	рі	Pi	рі	Pi	рі	Pi
Форма	0,10	5	2	4,8	0,93	4,8	0,93	4,3	0,77	4,8	0,93	4,7	0,90
Колір	0,15	5	2	4,9	0,97	4,5	0,83	4,9	0,97	4,9	0,97	4,9	0,97
Смак	0,20	5	2	4,9	0,97	4,8	0,93	3,9	0,63	4,9	0,97	4,8	0,93
Запах	0,1	5	2	4,8	0,93	4,7	0,90	4,3	0,77	4,8	0,93	4,7	0,90
Вигляд у зламі	0,09	5	2	4,7	0,9	4,4	0,80	4,5	0,83	4,8	0,93	4,9	0,97
Поверхня	0,1	5	2	4,8	0,93	4,8	0,93	4,5	0,83	4,8	0,93	4,5	0,83
Вологість, %	0,05	12	16	3,6	2,1	4,6	1,85	5,8	1,55	4,4	1,9	3,8	2,05
Лужність, град	0,1	1,5	3	1	1,3	0,6	1,6	0,4	1,73	0,4	1,73	0,4	1,73
Намочувальність, %	0,11	150	100	212	0,24	229	0,31	209	0,24	214	0,26	191	0,16 4
Комплексний показник якості	1			0,96		0,94		0,88		0,99		0,97	



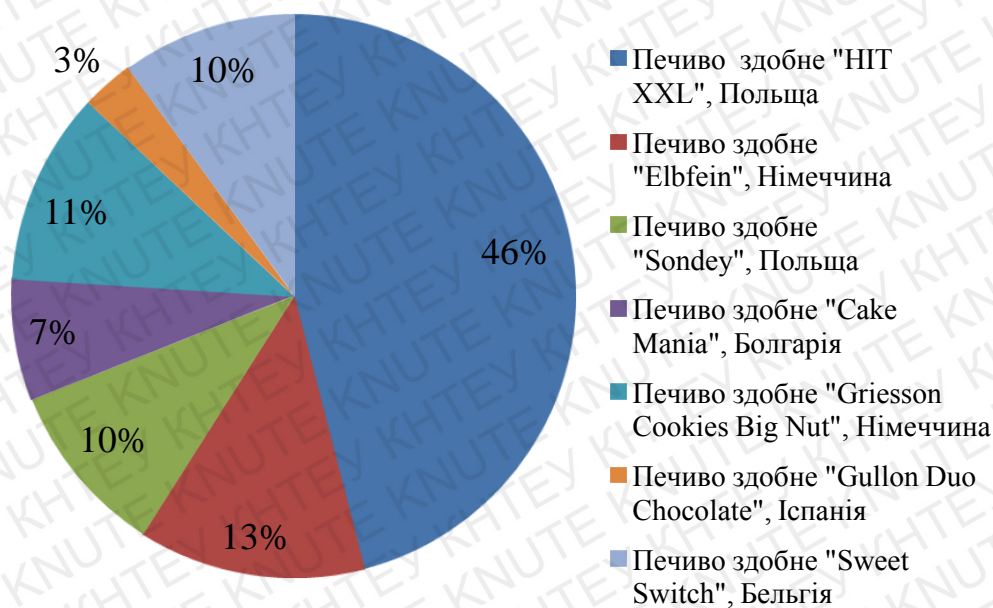


Рис Т. Результати опитування покупців ТОВ «Сільпо-Фудд»