

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Експертиза якості та управління постачанням батончиків мюслі»

Студентки 2 курсу, 8 групи
спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації

«Товарознавство та
комерційна логістика»

_____ Хмарської І.О

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

_____ Павлюченко Ю.П

Науковий
канд. екон. наук, доцент

_____ Харсун Л.Г

Гарант освітньої програми
док-р техн. наук, професор

_____ Сидоренко О.В.

Київ 2019

АНОТАЦІЯ

Хмарська І.О. Експертиза якості та управління постачанням батончиків мюслі

В роботі проаналізовано стан та тенденції розвитку батончиків мюслі в Україні. Проведено аналіз законодавчо-нормативної бази щодо виробництва та обігу батончиків мюслі в Україні та наведено результати товарознавчої експертизи батончиків мюслі вітчизняного виробництва за органолептичними та фізико-хімічними показниками, які є критеріями якості.

Проаналізовано організацію та ефективність постачання батончиків мюслі в ТОВ «Епіцентр К» та запропоновано шляхи підвищення ефективності їх постачання на даному підприємстві.

Ключові слова: ринок, батончик мюслі, експертиза, якість, товаропостачання

SUMMARY

Khmarska I.O. Quality examination and supply management of muesli bar

In qualification work analyzes the state and trends of the muesli bars in Ukraine. A analysis of the legislative and regulatory framework on the production and circulation muesli bars in Ukraine is carried out and the results of the Commodity examination of muesli bars by organoleptic and physicochemical indicators, which are the criteria for its quality, are presented.

The organization and efficiency of supply of muesli bars at Epicenter K LLC is analyzed and the ways of increasing the efficiency of its supply at the given enterprise are suggested.

Key words: market, muesli bar, expertise, quality, commodity supply

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. СТАН РИНКУ ТА ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБІГУ БАТОНЧИКІВ МЮСЛІ В УКРАЇНІ.....	11
1.1. Аналіз законодавчої бази щодо виробництва та просування батончиків мюслі.....	11
1.2. Проблеми формування ринку батончиків мюслі в Україні.....	19
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ БАТОНЧИКІВ МЮСЛІ	27
2.1. Організація, об'єкти та методи дослідження	27
2.2. Аналіз відповідності показників якості батончиків мюслі.....	31
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСТАЧАННЯ БАТОНЧИКІВ МЮСЛІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ.....	37
3.1. Аналіз системи постачання батончиків мюслі на підприємстві ТОВ «Епіцентр К».....	37
3.2. Заходи з підвищення ефективності системи постачання батончиків мюслі на торговельне підприємство.....	45
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	59

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що сьогодні в харчуванні населення домінуючою стає тенденція споживання натуральних, екологічно чистих та здорових харчових продуктів. Це обумовлено зміною образу життя: сучасні споживачі прагнуть вести здоровий спосіб життя, не знижуючи його темпу. Ця тенденція спричиняє зростання попиту на зручну в споживанні продукцію, готову до швидкого вживання.

Історія розвитку виробництва продуктів швидкого приготування починає свій відлік з тридцятих років минулого століття, коли в США Чарльз Е. Люк вперше отримав продукт на основі рису. В даний час продукти швидкого приготування, або ті, які, взагалі, не потребують обробки, стали однією з традиційних форм харчування і широко використовуються населенням багатьох країн в якості готових сухих сніданків.

В даний час багато людей стали дотримуватися здорового способу життя. Виробники будують свою політику з урахуванням переваг основного сегмента споживачів і розвитку модних тенденцій. Це проявляється і в продовольчій сфері, зокрема, в появі нових продуктів і пов'язаних з ним проблем виведення їх на ринок. Особливою популярністю користуються дієтичні злакові продукти, до яких відносяться жито, овес, пшениця, рис, кукурудза, ячмінь і т.д. Користь злаків полягає в тому, що всі вони містять велику кількість клітковини, яка покращує роботу кишечника і органів травлення - за рахунок такого очищення і відбувається зниження ваги. Вітаміни покращують структуру шкіри і волосся. Білок зміцнює м'язові волокна. Особливо впевнено розвивається попит на злакові батончики, які зручно використовувати для перекусу і при цьому вони не шкідливі для здоров'я.

На підставі вище зазначеного можна сказати, що потенціал і динаміка розвитку ринку злакових продуктів, в тому числі батончиків мюслі, досить значні.

Метою дослідження є організація і проведення експертизи якості батончиків мюслі та розробка заходів з підвищення ефективності системи постачання батончиків мюслі на торговельне підприємство.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- провести аналіз законодавчої бази щодо виробництва та просування батончиків мюслі;
- дати оцінку проблем формування ринку батончиків мюслі в Україні;
- дослідити організацію, об'єкти та методи при проведенні експертизи якості батончиків мюслі;
- проаналізувати відповідність показників якості батончиків мюслі;
- розглянути систему постачання батончиків мюслі на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»;
- запропонувати заходи з підвищення ефективності системи постачання батончиків мюслі на торговельне підприємство.

Об'єкт дослідження - батончики мюслі.

Предмет дослідження - споживчі властивості батончиків мюслі, методика проведення експертизи якості та система постачання батончиків мюслі на торговельне підприємство.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що на основі аналізу нормативно-правової бази та літературних джерел систематизовано інформацію щодо якості батончиків мюслі, розроблено критерії для проведення експертизи якості, обґрунтовано та запропоновано схему постачання та шляхи підвищення ефективності постачання батончиків мюслі на торговельне підприємство.

Практична цінність - результати, запропоновані в роботі можна використовувати в діяльності торгового підприємства.

Апробація. Результати досліджень обговорювались на Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу», яка відбулась 12-13 березня 2019 році в Київському національному торговельно-економічному університеті

(виступ на секції № 5 «Методи ідентифікації та засоби виявлення фальсифікації харчових продуктів») з темою доповіді «Товарознавча експертиза батончиків мюслі різних виробників».

Публікації. За результатами досліджень була опублікована стаття в збірнику наукових студентських робіт (Хмарська І.О. Товарознавча експертиза батончиків мюслі різних виробників // Інновації в підприємстві і торгівлі: зб. наук. ст. І-66 студ. / відп. Ред. В.А Осика. – Київ нац. торг.- екон. ун-т, 2019. – Ч.1. – С. 300-304 [1].

В якості вихідних матеріалів для дослідження були використані наукові статті, літературні джерела, нормативно-довідкова інформація, офіційна статистика, дані маркетингових досліджень, опубліковані в періодичній літературі.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, переліку використаних джерел з 52 найменування та додатків. Основний зміст роботи викладено на 50 сторінках комп'ютерного тексту. Робота ілюстрована 8 рисунками, 8 таблицями, 1 додатком, що наочно демонструють зміст та результати проведених досліджень.

РОЗДІЛ 1

СТАН РИНКУ ТА ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБІГУ БАТОНЧИКІВ МЮСЛІ В УКРАЇНІ

1.1. Аналіз законодавчої бази щодо виробництва та просування батончиків мюслі

Продовольчі товари - це основний вид товарів, тому не дивно, що підприємці прагнуть зайняти нішу в цьому бізнесі. У той же час в плані якості, умов зберігання, санітарно-гігієнічних норм і т.д. продукти харчування вимагають до себе особливої уваги.

Одне з найважливіших завдань щодо поліпшення структури харчування населення - збільшення виробництва продуктів масового споживання з покращеними споживчими властивостями і які, звичайно, були б абсолютно безпечними. В Україні регламентація безпечності та якості харчових продуктів, в тому числі і батончиків зі злаків, здійснюється на підставі Закону № 771 «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [2], а також інших документів. Законом визначено, що «...безпечний харчовий продукт - харчовий продукт, який не створює шкідливого впливу на здоров'я людини безпосередньо чи опосередковано за умов його виробництва та обігу з дотриманням вимог санітарних заходів та споживання (використання) за призначенням» [2, ст. 1].

В ЄС існує три основних типи правових актів щодо якості харчових продуктів: регламенти, директиви і рішення. Регламенти адресуються державам-членам ЄС, мають пряму дію, превалюють над національними законами і не вимагають транспонування; по своїй суті регламенти близькі до законів. Директиви адресуються державам-членам ЄС, але не встановлюють порядок реалізації вимог; вони визначають цілі, які необхідно транспонувати в національне законодавство за допомогою національних правових інструментів. Рішення можуть бути адресовані як державам-членам

ЄС, так і окремим особам; вони мають пряму дію, але, як правило, фокусуються на специфічних вузьких питаннях.

У методичних і нормативних документах України передбачені заходи державного регулювання не тільки якості та безпеки харчових продуктів, але й вимоги до суб'єктів, причетних до виробництва та обігу харчових продуктів з урахуванням санітарно-епідеміологічних, технологічних, організаційних, ветеринарних, фітосанітарних вимог, а також проведення виробничого контролю за якістю та безпекою харчових продуктів, умовами їх виготовлення, зберігання, транспортування і термінами придатності.

06.08.2019 року почала діяти основна частина Закону України 2639-VIII «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [4]. У ЄС питання надання споживачеві інформації про харчові продукти вирішено Регламентом (ЄС) № 1169/2011 [5]. Для забезпечення безпеки у багатьох країнах нині запроваджується система аналізу небезпеки за критичними точками (Hazard Analysis and Critical Control Points, далі - НАССР), яка передбачає організацію системи контролю за рівнем критеріїв ризику. Найбільш важливим законодавчим актом ЄС, що регламентує сферу застосування НАССР, є Директива 93/43/ЄЕС «Про гігієну харчових продуктів». Вона застосовується на всіх підприємствах, які працюють з харчовими продуктами.

Зміст маркування має також відповідати чинним положенням Закону № 1023 «Про захист прав споживачів» [6] і включати наступну інформацію: найменування; масу нетто; позначення стандарту; найменування та місцезнаходження виробника; термін придатності; дату виготовлення і дату пакування; відомості про харчову цінність (вміст білків, жирів, вуглеводів та енергетична цінність в ккал); склад компонентів; відомості про сертифікацію; умови зберігання.

Відповідно до Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 лютого 2016 р. № 228-р [7] Україна має імплементувати у національне

законодавство Регламент 1169/2011 [5], таким чином забезпечуючи інтереси вітчизняного споживача.

В Регламенті ЄС №1169/2011 представлено інформацію щодо речовин або продуктів, які можуть спричиняти алергію або непереносимість і яка повинна бути вказана у переліку інгредієнтів з чітким зазначенням назви речовини або продукту згідно з переліком, зокрема:

1) злакові культури, що містять клейковину, а саме: пшениця, жито, ячмінь, овес, пшениця спельта, камут або їхні гібридні штами, та відповідні продукти, що виготовлені з них 1) злакові культури, що містять клейковину, а саме: пшениця, жито, ячмінь, овес, пшениця спельта, камут або їхні гібридні штами, та відповідні продукти, що виготовлені з них;

8) горіхи та продукти з них а саме мигдаль, фундук, волоський горіх, кеш'ю, pekan горіх, бразильський горіх, фісташки, макадамія або австралійський горіх Квінсленд.

Батончики мюслі містять тільки рослинні жири. В квітні 2019 року Євросоюз прийняв нові правила безпеки продуктів харчування, що передбачають скорочення вмісту транс-ізомерів жирних кислот або трансжирів (ТІЖК) (вступає в силу з 2021 року). Насьогодні в країнах Європейського Союзу максимально допустимий рівень ТІЖК у жирах, які використовуються для виробництва харчових продуктів - 2%. В Україні загальних норми по вмісту трансізомерів жирних кислот у харчових продуктах немає. Схожі нормативи поступово намагаються впровадити по відношенню до окремих продуктів.

В ЄС дієтичні добавки до харчових продуктів регулюються Директивою № 2002/46/ЄС [8]. В число регульованих дієтичних добавок до їжі входять лише вітаміни і мінерали. В Україні питання регулювання виробництва та застосування дієтичних добавок регулюється Гігієнічними вимогами до дієтичних добавок. В цьому документі наведено перелік вітамінів і мінералів, які можуть використовуватися для виробництва дієтичних добавок та форм.

В 2008 р. в Європейському Союзі був прийнятий пакет законодавчих заходів щодо харчових добавок:

- Регламент ЄС №1331/2008 про створення єдиного порядку санкціонування харчових добавок, харчових ферментів і харчових ароматизаторів;
- Регламент ЄС №1332/2008 щодо харчових ферментів,
- Регламент ЄС №1333/2008 щодо харчових добавок;
- Регламент ЄС №1334/2008 про ароматизатори та деякі харчові інгредієнти із ароматизованими властивостями, що застосовується в та на продуктах харчування.

Що стосується смакових добавок і ароматизаторів, то, в принципі, використання наповнювачів натурального рослинного походження забезпечує оригінальні смакові і, частково, ароматичні якості готового батончика-мюслі. Тому в якості смакової добавки до складу входить, як правило, тільки лимонна кислота (ДСТУ ГОСТ 908:2006 Кислота лимонна моногідрат харчова. Технічні умови (ГОСТ 908-2004, IDT) [9].

Як ароматизатори можуть бути використані ідентичні натуральним ароматизатори.

Введення до складу батончиків мюслі лецитину дозволяє, зокрема, збагатити батончики-мюслі фосфоліпідами, вітамінами А, Е і т.д. Одночасно лецитин виконує функцію емульгатора. В ТУ У 02070758.001-99 «Харчова добавка - лецитин. Технічні умови» наведуться показники якості харчового лецитину.

В ЄС застосовують жорсткий мікробіологічний контроль харчової продукції для забезпечення її безпеки. Мікробіологічні критерії в ЄС встановлені не по окремих продуктах, а по широким ємним категоріям продукції. Окремі положення Регламенту ЄС № 2073/2005 [10] дають компетентному органу право в разі, якщо є обґрунтована загроза безпеки, провести випробування продукції на мікроорганізми, не позначені в Регламенті, а також зобов'язують операторів ринку харчової продукції

ідентифікувати інші мікроорганізми (крім перерахованих в Регламенті) як значущі мікробіологічні небезпечні фактори в рамках програм самоконтролю на основі принципів НАССР.

Для того щоб захистити здоров'я споживачів шляхом забезпечення безпеки харчових продуктів в Європейському Союзі установили ряд вимог, що дозволяють контролювати присутність в продуктах певних видів контамінантів, а також їх рівні. У ЄС підхід до формування нормативно-правової бази з контролю контамінантів є виключно горизонтальним: всі вимоги консолідовані в одному Регламенті ЄС № 1881/2006, який встановлює максимальні рівні забруднюючих речовин в харчових продуктах. Всі показники встановлені відповідно до загальної єдиної процедури, яка застосовується у всіх державах-членах. Регламент ЄС № 1881/2006, що встановлює максимальні рівні забруднюючих речовин в харчових продуктах, поширюється на широкий спектр харчових продуктів

Інформація є основоположною для здійснення споживачем вибору певного харчового продукту, виходячи з його особливостей, його стану здоров'я, вподобань, фінансових можливостей тощо.

По-перше, саме надання обов'язкової інформації про харчові продукти є важливим способом інформування споживачів про характеристики харчового продукту, у тому числі його категорію, характерні ознаки, властивості, склад, кількість, термін придатності, країну походження або місце походження, спосіб виготовлення або виробництва харчового продукту, та підставою для здійснення ними свідомого вибору.

По-друге, свідомий вибір споживачів надзвичайно важливий для забезпечення ефективної конкуренції у питаннях якості харчових продуктів.

По-третє, надання точної, чіткої та легко зрозумілої для споживача інформації про харчовий продукт вкрай важливе для підвищення рівня благополуччя споживачів, а також необхідне, наприклад, для боротьби із такими проблемами сьогодення, як надмірна вага, алергічні реакції, гіпертензія, цукровий діабет. Раніше держава за допомогою стандартів

регламентувала всі процеси виробництва харчових продуктів, чим часто створювала незручності та обмеження для виробників (наприклад, модифікація упаковки чи випуск нового продукту вимагали затвердження нового державного стандарту, хоч це і не мало відношення до безпеки харчових продуктів). При такій системі відповідальність за харчовий продукт несла, в першу чергу, держава. Наразі стандарти, відповідно до загальноприйнятої світової практики, стали добровільними, а відповідальність за харчовий продукт перейшла до операторів ринку харчових продуктів у межах діяльності, яку вони здійснюють. Тепер операторам ринку, що відповідатимуть за надання інформації про харчові продукти відповідно до законодавства, гармонізованого із Європейськими стандартами та найкращими світовими практиками, потрібно чітко усвідомлювати вимоги та формат тієї інформації, яку вони мають надавати споживачеві в обов'язковому порядку, та відповідальність, яку вони нести за ненадання такої інформації, або введення споживача в оману у будь-який інший спосіб.

Базовим законодавством ЄС у сфері харчових продуктів, зокрема Регламентом 178/2002 [11], визначений основний принцип щодо маркування, рекламування та представлення харчових продуктів, розкритий у статті 16 цього Регламенту: «маркування, рекламування та представлення харчових продуктів, включаючи їхню форму, вигляд чи пакування, використані пакувальні матеріали, спосіб оформлення та викладки, а також інформація про них, яка стає доступною у будь-який спосіб, не повинні вводити споживачів в оману».

Якість органолептичних показників - зовнішній вигляд, смак, запах, структура, колір батончиків мюслі, які є показниками якості [12] - закріплена вимогами ДСТУ 2903:2005 «Концентрати харчові. Сніданки сухі. Загальні технічні умови» [13]. Фізико-хімічні показники - параметри, масова частка вологи регламентовані ДСТУ 8004:2015 «Концентрати харчові. Методи визначання вологи» [14], відсоток складових частин та сторонні домішки -

ДСТУ 8404:2015 «Концентрати харчові. Методи визначання якості пакування, маси нетто, об'ємної маси, масової частки окремих компонентів, розміру окремих видів продукту та крупності помелу» [15].

До виробництва продовольчих товарів, в тому числі і батончиків мюслі, вітчизняне законодавства висуває цілий ряд обов'язкових вимог. Особливості складу батончика-мюслі: якщо є - глазур кондитерська (цукор білий кристалічний, жир рослинний, какао - порошок, емульгатор соєвий лецитин, ароматизатор ванілін, сіль кухонна), патока, ядра горіхів або подріблені, цукор білий, кульки круп'яні, плоди сушені, пластівці вівсяні, кукурудзяні, вологоутримуючий агент гліцерин, мальтодекстрин, сіль кухонна, кислота лимонна, ароматизатори, консервант сорбінована кислота.

Мікробіологічний контроль проводиться за ГОСТ 26668-85 «Продукты пищевые и вкусовые. Методы отбора проб для микробиологических анализов» [16] культивування мікроорганізмів - за ГОСТ 26670-91 «Продукты пищевые. Методы культивирования микроорганизмов», що чинні в Україні [17].

Мікробіологічну безпечність батончиків мюслі визначають за такими показниками: кількість мезофільних аеробних і факультативно-анаеробних мікроорганізмів (кМАФАНМ) за ГОСТ 10444.15-94. «Продукты пищевые. Методы определения количества мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов», плісневих грибів і дріжджів - за ГОСТ 10444.12-88. «Продукты пищевые. Метод определения дрожжей и плесневых грибов», наявність бактерій групи кишкової палички (БГКП) - за ГОСТ 30518-97 «Продукты пищевые. Методы выявления и определения количества бактерий группы кишечных палочек (колиформных бактерий)».

Як мікробіологічні нормативи прийнято показники ТУ10.6-3252716807-001:2015 «Продукт для спеціального дієтичного споживання. Батончик висівковий для осіб, що контролюють масу тіла», затверджені Висновком державної санітарно-епідеміологічної експертизи від 17.09.2015 № 05.03.02-06/42386 [18].

Основні вимоги до реалізації представлені в Законі про вимоги до безпечності та якості харчових продуктів; Правилах торгівлі продтоварами; Законі про захист прав споживачів; інших нормативних документах про торгівлю окремими видами продукції і багатьох інших законодавчих і нормативно-правових актах.

Підприємства, які здійснюють роздрібну торгівлю харчовими продуктами, повинні керуватися Законами № 771 [2], № 2639 «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [4] і Наказом № 185 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами» [19]. Харчові продукти, що надходять у торговельну мережу, повинні відповідати вимогам діючого законодавства, нормативно-правових актів і нормативних документів до показників якості та безпеки харчових продуктів, пакування, маркування, транспортування, приймання та зберігання (п. 11 Правил № 185). Відповідно до пункту 11 Розділу I Правил торгівлі продтоварами на харчові продукти повинні бути документи, наявність яких передбачена чинними нормативно-правовими актами.

Недотримання правил торгівлі або відсутність документів загрожує підприємцям застосуванням штрафних санкцій після перевірок [20].

Таким чином, українським законодавством встановлені норми, які стосуються, як виробництва продукції, зокрема батончиків мюслі, її маркування, безпеки, так і безпосередньо товарів, що продаються: вимоги до інформації на упаковці (етикетці і т.д.), а також до наявності у підприємця документів, що підтверджують якість та безпеку товарів.

1.2. Проблеми формування ринку батончиків мюслі в Україні

Батончики мюслі - продукт, виготовлений із сирих або запечених злаків в спресованому вигляді з додаванням ягід, сушених фруктів, горіхів, сиropу, йогурту та інших складових [21, 22, 23]. У процесі приготування можуть бути додані інші інгредієнти, такі як мед, шоколад або карамель.

Калорійність батончиків мюслі може варіювати в залежності від складу вихідних інгредієнтів: в межах від 150 до 400 кілокалорій на 100 грамів продукту. Вага батончика мюслі в середньому від 25 до 40 грамів [24, 25].

Спочатку батончики мюслі були створені в якості лікувального харчування. На сьогоднішній день вони є одними з найбільш затребуваних продуктів для людей, які ведуть здоровий спосіб життя і стежать за правильністю харчування. Також батончики мюслі підходять для дитячого і спортивного харчування, оскільки вони мають високу харчову цінність і в той же час не вимагають спеціального приготування або зберігання, мають невисоку вартість.

Сухі сніданки стали однією з небагатьох категорій продуктів харчування, які стабільно зростали в натуральному і вартісному вираженні протягом останніх кількох років. На думку аналітиків Euromonitor International [24], ця тенденція була обумовлена декількома ключовими факторами: широкою представленістю в роздрібній мережі і трендом на зручність і здоровий спосіб життя (ЗСЖ), а також доступними цінами і можливістю заощадити [26], замінюючи, наприклад, пластівцями для сніданку дорожчі товари з інших категорій. Жінки і діти, як і раніше, залишаються основними цільовими групами сухих сніданків, проте все більше число продуктів позиціонується як сімейне харчування.

Розвиток ринку сухих сніданків обумовлений в першу чергу тим, що він представлений продукцією, яка має в очах споживачів актуальні і значущі цінності - «здоров'я» і «зручність». У сучасному прискореному ритмі життя все більше людей віддають перевагу корисним продуктам в зручній упаковці,

що не вимагає тривалого приготування. Всі ці фактори сприяють позитивній динаміці в категорії. За експертною оцінкою, в 2018 році зростання ринку сухих сніданків склав близько + 15% в натуральному вираженні. У 2019 році очікується зростання на рівні + 20% [24].

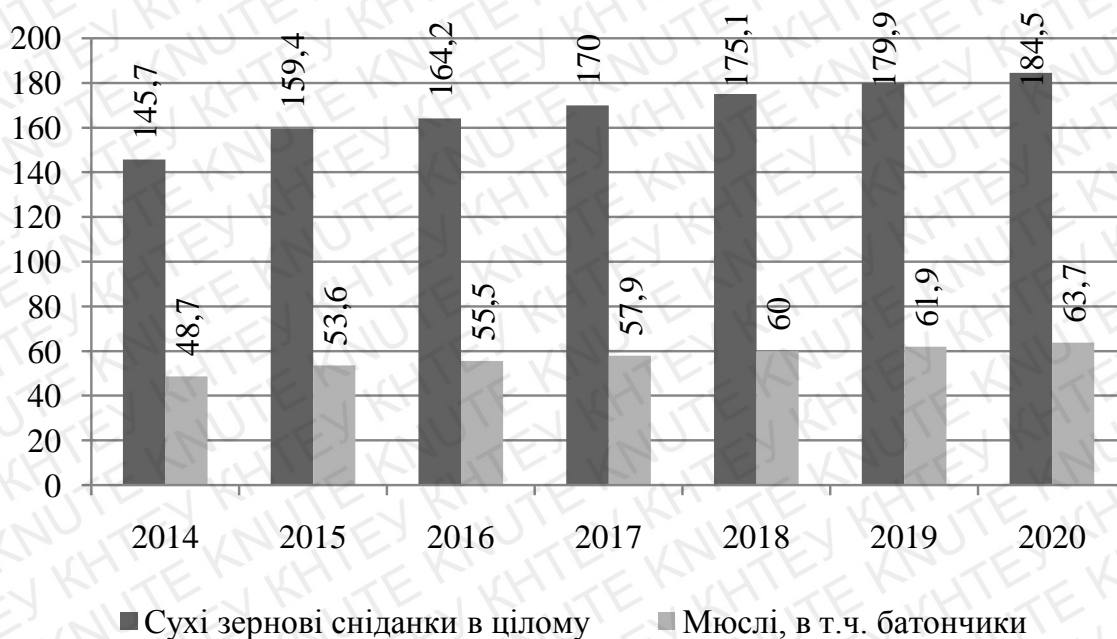


Рис. 1.1. Динаміка ринку сухих сніданків за 2014-2018 рр. та прогноз на 2019-2020 рр., тис. т.

Джерело: Euromonitor International [24]

За даними Euromonitor International, ринок сухих сніданків, що включає злакові батончики мюслі, в 2017 році збільшився на 3,7%, з 164,2 до 170 тис. т, а в 2018-м - ще на 3%, до 175,1 тис. т. Категорія мюслі, в т.ч. батончиків у 2017 році зросла на 4,3%, з 55,5 до 57,9 тис. т, а в 2018-му досягла 60 тис. т. За підсумками 2019 року аналітики очікують подальше зростання продажів в сегменті на рівні 3,1% (до 61,9 тис. т) та ще на 1,9 тис. т. в 2020 році. [24].

Думки щодо батончиків мюслі суперечливі, проте це якраз і сприяє зростанню категорії. Частина споживачів вважають, що батончики для сніданку корисні для здоров'я і не готові заощаджувати на продуктах навіть в складних економічних умовах, у інших виникають сумніви щодо корисності цих продуктів, але вони не можуть від них відмовитися через їх зручність.

За даними аналітиків, сегмент сухих сніданків в Україні зростає ще в 2014 році, а рік потому реалізація цієї продукції в натуральному вираженні стала скорочуватися [24]. За даними компанії «Nielsen», яка проводить ритейл-аудит, продаж готових сніданків в Україні зменшився з 6,2 тис. т. в 2014 році до 4,8 тис. тонн в 2016 році. При цьому в грошовому вираженні реалізація продукції збільшилася на 24% в 2015 році і на 4% в 2016 році (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Динаміка ринку сухих сніданків в Україні за 2014-2018 рр.

Джерело: Nielsen [24]

В 2017 р. зростання становило 8,5%. Темпи зростання продажу - на 32,8%, роком раніше - на 22,1%. За 2017-2018 рр. продаж зросла на 21,5% в натуральному вираженні [24].

Найбільш зростаючий сегмент в категорії - сегмент мюслі, що займає частку 18,1% в грошовому та 17,3% у натуральному вираженні - його продажі зросли на 62,0% і 37,3% в грошовому і натуральному вираженні, відповідно. Роком раніше показники динаміки продажів сегмента

дорівнювали 33,3% і 8,7% в грошовому і натуральному вираженні, відповідно [23, 24].

Серед продуктів переробки зернових, які використовуються як компоненти для виробництва батончиків мюслі, виділяються пшеничні пластівці (плющені зерна) - частка батончиків з цього виду сировини становить близько 44% продукції, яка випускається (рис. 1.3).

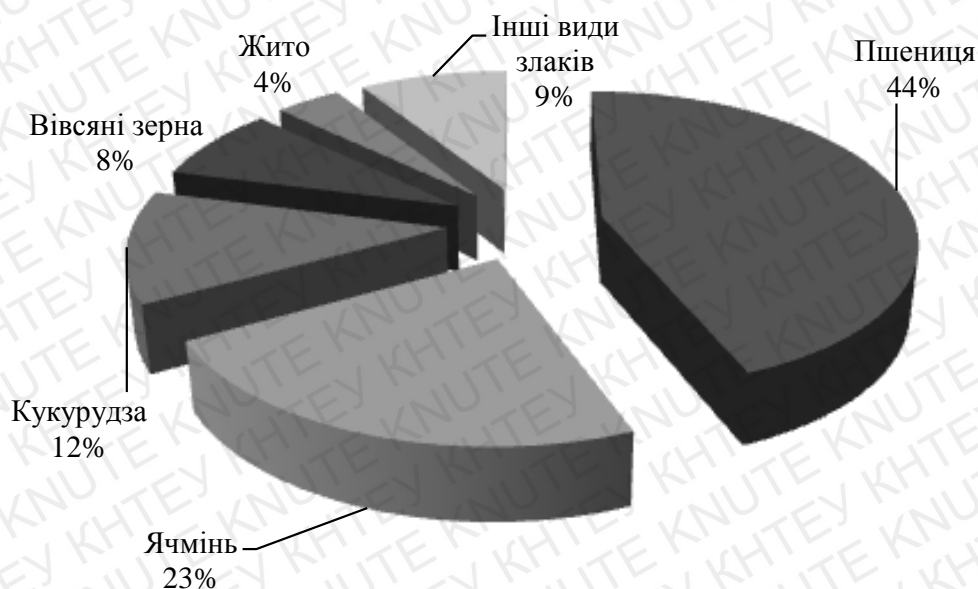


Рис. 1.3. Розподіл батончиків мюслі за використаними видами зернових
Джерело: Nielsen [24]

Частка батончиків з ячмінних зерен оцінюється в 23%, а на третьому місці - батончики з кукурудзяних зерен з показником 12%. Замикають п'ятірку батончики мюслі з вівсяними і житніми зернами - їх частки становлять, відповідно, 8 і 4%. На мюслі з інших видів злакової продукції припадає 9% [24].

В Україні продаються батончики мюслі переважно вітчизняного виробництва. Асортимент з кожним роком розширюється за рахунок вітчизняних виробників.

Стабільність традиційних категорій, таких як каші, злакові та кукурудзяні пластівці, дійсно компенсується динамічним розвитком батончиків мюслі - продуктів, зручних в споживанні і з доданою цінності.

Зміни, що відбуваються на ринку каш і пластівців швидкого приготування і не потребують варіння, стосуються в першу чергу його структури, в той час як в кількісному вираженні обсяги залишаються стабільні. Підвищення інтересу до правильного харчування, тренд на ЗСЖ і стурбованість проблемами екології тягне за собою зростання вимог до якості та різноманітності асортименту, які можуть забезпечити тільки великі виробники. Тому закономірно перерозподіл попиту в бік якісної брендової продукції, що призводить до зниження частки невеликих фасувальників і продукції «no name».

Найбільшими компаніями, які реалізують батончики мюслі в Україні є Nestle (ТМ «Fitness»), Tekmar (ТМ Tekmar), Fitness Plan (ТМ "VALE"), Вітапак (ТМ «VitaFruit»), РИФ (ТМ «Nutty Way», «VAVE»), Fozzy Group (ТМ «Премія») та ін.

Ринок сухих сніданків поділений між декількома найбільшими зарубіжними брендами, але в кожному регіоні є свої місцеві гравці, які складають їм конкуренцію на полиці. Більш низька ціна у місцевих виробників виходить завдяки зниженню витрат на доставку, а якість в цій категорії забезпечується наявністю сучасного обладнання.

Незважаючи на попереднє динамічний розвиток, пластівці, які не потребують варіння і каші моментального приготування, за спостереженнями Euromonitor International [23], не сприймаються споживачами як цілком здорові продукти, тому аналітики очікують, що в майбутні роки ці категорії будуть розвиватися помірними темпами. У той же час батончики мюслі очікує динамічне зростання, оскільки споживачі бачать в них більш природні і здорові продукти. Деякі види сухих сніданків не вписуються в розуміння споживачів про користь, незважаючи на спроби виробників виводити на ринок здорові бренди. Сьогодні покупці, орієнтовані на правильне харчування, уважно вивчають склад і калорійність. Крім того, наприклад, моментальні вівсяні каші можуть містити ненатуральні інгредієнти, що також негативно впливає на їх споживання.

Зростання продажів батончиків мюслі, за остаточною оцінкою компанії Granola House [27], відбувається в основному за рахунок переключення покупців всередині самої категорії - споживачі, вже сформували звичку споживання сухих сніданків, просто переходять на корисні альтернативи.

Основний мотив споживання батончиків мюслі - це зручність, що повністю відповідає стилю життя сучасних споживачів. Можна очікувати, що в перспективі відбудеться «оздоровлення» даної категорії. Однак виробникам необхідно перебудовувати своє позиціонування і переглядати рецептури з урахуванням нових моделей поведінки споживачів [28, 29]. Ринок батончиків мюслі має великий потенціал зростання за рахунок зручності.

Прагнення сучасного споживача до різноманітного харчування, зручності і швидкості процесу приготування, а також збільшення частки молоді серед споживачів бакалії та високий темп життя в великих містах сприяють активному розвитку категорії порційних продуктів.

Споживач вибирає порційну упаковку не тільки тому, що це зручно (можна взяти з собою, не займає багато місця), а й через можливість урізноманітнити свій раціон.

Можна чергувати смаки день у день, а разом з невисокою ціною на полиці за один батончик продукт, в якійсь мірі, навіть стає імпульсним. За рахунок порціонної упаковки ціна на полиці задовільна для українського споживача, а за рахунок якості товару покупець буде робити повторні покупки.

Важливим моментом є те, що в батончиках мюслі всі інгредієнти знаходяться в потрібній пропорції і мають смаковий баланс. Таким чином, споживачу не потрібно розраховувати порції, шукати додаткові інгредієнти. Це значно полегшує життя, особливо в такому шаленому ритмі, в якому сьогодні живуть українці.

У середньостроковій перспективі прогнозується поступове збільшення як обсягу локального виробництва, так і імпортних поставок батончиків мюслі на фоні зростання споживання. У роздрібному сегменті очікується

посилення маркетингової політики провідних іноземних гравців, які реалізують свою продукцію у великих торговельних мережах.

При цьому ключовим фактором розвитку ринку батончиків стануть споживчі переваги населення, оскільки намітився тренд на здорове харчування - поступова відмова від цукру, солі і штучних інгредієнтів. Формування нових купівельних переваг сприяє зростанню обсягу споживання як здорових продуктів загалом, так і батончиків мюслі, зокрема.

Варто окремо відзначити, що для ринку характерна наступна особливість: при зростанні доходів населення не варто очікувати різкого збільшення споживання батончиків мюслі. У свою чергу, при падінні рівня доходів перше, від чого почне відмовлятися населення, - це саме батончики, тому що культура споживання здорових продуктів перебуває на стадії формування, а покупка такої продукції носить, як правило, імпульсивний характер.

Висока консолідація ринку, а також перенасичення роздрібною пропозиції в категорії ускладнюють вхід для нових гравців. У такому насиченому конкурентному середовищі майбутнє за оригінальною, високоякісною брендованою продукцією, орієнтованою на здорове харчування. Найбільш насичене конкурентне середовище спостерігається в економсегменті, в той час як в категорії «преміум» конкуренція слабка [30]. Українські виробники останнім часом намагаються підвищувати продажі за рахунок зменшення ваги продукту, здешевлення виробництва упаковки, погіршення якості самого продукту. Зарубіжні виробники, що працюють в преміальному сегменті, навпаки, намагаються підтримувати високу якість, в тому числі за рахунок запуску органічних продуктів.

Отже, батончики мюслі - це сучасні продукти здорового харчування, нове покоління функціональних продуктів, зростання ринку яких в 2018 році склав близько 15% в натуральному вираженні, за підсумками 2019 року очікується зростання на рівні 20%. Батончиками мюслі багаті джерелом харчових волокон, вітамінів і мінералів; виготовляють на основі пластівців

або зерен різних злакових культур. Провівши аналіз законодавчої бази щодо виробництва та просування батончиків мюслі, можемо зробити висновок, що в Україні і Європейському Союзі встановлений жорсткий контроль безпеки виробництва та розміщення харчових продуктів на ринку. І Україна, і Євросоюз, в цілому, забезпечують безпеку, але використовують при цьому фундаментально різні підходи і, отже, дуже різні нормативно-правові бази, методи регулювання, системи та процедури контролю. І Україна, і Європейський Союз встановили основні вимоги до харчових продуктів. Вона повинна бути безпечною, відповідати критеріям харчової безпеки, вироблятися в належних санітарно-гігієнічних умовах, пакуватися і маркуватися належним чином. Критерії безпеки поширюються на всі харчові продукти і включають багато потенційно небезпечних факторів як з високим, так і з низьким ризиком виникнення. Європейський підхід до критеріїв безпеки харчової продукції, на відміну від України, фокусується головним чином на запобігання небезпеки шляхом застосування принципів НАССР, а вимоги до проведення випробувань встановлюються тільки для тих небезпечних факторів, які є істотними для певних видів продукції.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ БАТОНЧИКІВ МЮСЛІ

2.1. Організація, об'єкти та методи дослідження

Експертиза якості батончиків мюслі була проведена в лабораторії кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю Київського національного торговельно-економічного університету.

Для дослідження було придбано в магазинах м. Київ п'ять зразків схожих за складом (фруктові з горіховою начинкою) батончиків мюслі. (Додаток А)

Зразок № 1 - Горіховий батончик-мюслі частково глазурований (Natty Way), ТМ «VAVE», вагою 40 г., виробник - ТОВ «РИФ», м. Дніпро (ТУ У 10.8 – 30269311-001:2015)

Зразок № 2 - Батончик-мюслі «Ві - Fitt» з курагою частково глазурований кондитерською глазур'ю, ТМ «Своя лінія», вагою 40 г., виробник - ТОВ «РИФ», м. Дніпро (ТУ У 10.8 – 30269311-001:2015)

Зразок № 3 - Батончик-мюслі «Малина + гліцин» глазурований, ТМ «Vita Fruit», вагою 25 г., виробник - ТОВ «ВІТАПАК» (ТУ У 10.08-3542107-000:2012)

Зразок № 4 Батончик-мюслі «Медова диня» глазурований, ТМ «Fitto light», вагою 25 г., виробник - ТОВ «Смачні продукти» (ТУ У 10.08-3542107-000:2012)

Зразок № 5 - Батончик-мюслі з журавлиною, ТМ «Musli Bar», вагою 50 г., виробник - ТОВ «Корона» (ТУ У 10.08-3740137-000:2014)

Під час дослідження нами були використані загальні методи дослідження об'єктів [26, 27], представлених на дослідження.

Для оцінки споживчих властивостей батончиків мюслі ми провели дослідження зразків від різних виробників, а саме:

- маркування;

- органолептичні показники якості (відповідність вимогам ДСТУ 2903:2005);
- фізико-хімічні показники (відповідність вимогам ДСТУ 8004:2015 та ДСТУ 8404:2015).

Експертизу почали з дослідження маркування батончиків мюслі (фасований харчовий продукт) різних виробників, звертаючи увагу на наявність (чи відсутність) наступної обов'язкової інформації: назва харчового продукту; перелік інгредієнтів; будь-які інгредієнти або допоміжні речовини для переробки, що спричиняють алергію або непереносимість, і використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і все ще містяться у готовому продукті, навіть якщо і у видозміненій формі.

Наприклад, назва речовини або продукту має бути виділена певним шрифтом, стилем або кольором фону, завдяки чому вона чітко відрізнятиметься від решти переліку інгредієнтів;

- кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів;
- номінальна кількість харчового продукту в установлених одиницях виміру;
- мінімальний термін придатності або дата «вжити до»;
- будь-які спеціальні умови зберігання та/або умови використання (у разі потреби);
- найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, що відповідає за інформацію про харчовий продукт (для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера);
- країна походження або місце походження харчового продукту;
- інформація про поживну цінність харчового продукту.

Отже, на першому етапі дослідження п'яти зразків батончиків мюслі ми визначили:

1. Назву продукції
2. Склад

3. Масу нетто, г
4. Дату виготовлення
5. Умови зберігання
6. Найменування виробника, телефон, адреса
7. Харчову цінність на 100 г продукту
8. Нормативний документ
9. Наявність штрихкоду

Особливу увагу звернули на те, що інформація про батончик повинна бути чіткою і розбірливою та, за необхідності, наноситися так, щоб її було неможливо видалити. При цьому вона не повинна приховуватися, спотворюватися іншою текстовою чи графічною інформацією. Остання не повинна також відволікати увагу споживача від обов'язкової інформації про харчовий продукт. Якість пакування і маркування зразків батончиків мюслі визначили візуально переглядом всіх пакувальних одиниць продукції.

Перевірили вид і стан пакувального матеріалу та етикетки, зміст написів, якість, орієнтацію і чіткість друку, яскравість і поєднання фарб та відповідність цих показників вимогам технічної документації на кожен вид батончиків.

Для визначення маси нетто використали лабораторні ваги. Вміст однієї одиниці звільнили від упаковки і зважили на лабораторних вагах.

Наступним етапом ми оцінили органолептичні показники, при цьому визначили зовнішній вигляд, форму, стан поверхні, консистенцію, смак, запах і колір кожного зразка батончика мюслі (ДСТУ 2903:2005).

Зовнішній вигляд є комплексним показником і включає форму, колір (забарвлення), стан поверхні, цілісність, визначили візуально [34]. При визначенні кольору зіставили фактичний показник з контрольним, властивим даному продукту [35].

Смак і запах батончиків мюслі визначили пробою кожного зразка та визначили, чи відповідають показники нормативним.

На наступному етапі дослідили фізико-хімічні показники кожного зразка батончиків: вологість (згідно ДСТУ 8004:2015), масову частку металомагнітних домішок (згідно ДСТУ 8404:2015).

Вміст вологи у батончиках мюслі визначили за допомогою показника масової частки вологи (W , у відсотках). Для цього ми провели вимірювання маси наважки до висушування та після висушування. Наважку продукту в сушильній шафі при температурі 130°C сушили протягом 30 хвилин, охолоджували 20 хвилин і зважили на технічних терезах.

З вмістом вологи тісно пов'язана стійкість продукту під час зберігання, Надлишок вологи сприяє перебігу ферментативних і хімічних реакцій, активізує діяльність мікроорганізмів, в тому числі таких, які призводять до псування продукту, зокрема його пліснявіння. В зв'язку з цим вміст вологи в продукті визначає умови та строки його зберігання.

Для визначення довжини, ширини, товщини батончиків використали штангенциркуль.

Батончики мюслі мають різні інгредієнти, складові частини (начинка, оболонка тощо), частку яких ми визначили наступним чином: наважку масою зважили на лабораторних вагах з похибкою не більше за 0,1 г. і перенесли у суху конічну колбу об'ємом 250 см^3 . Невеликими порціями додали воду та ретельно перемішали до однорідної маси, довели до кипіння і потім проаналізували, які частки (фрукти і горіхи) присутні і порівняли з маркуванням.

Масову частку сторонніх домішок визначили шляхом виділення металомагнітних домішок за допомогою підковоподібного магніту і металевих немагнітних домішок шляхом механічного аналізу. Пробу продукту розрізали навпіл впродовж і перенесли на аркуш білого паперу. Повільно проводили магнітом у поздовжньому і поперечному напрямках так, щоб вся поверхня досліджуваної проби була пройдена магнітом.






Останнім етапом проведення дослідження стало написання висновку та розроблення пропозицій за темою випускної кваліфікаційної роботи.

2.2. Аналіз відповідності показників якості батончиків мюслі

На першому етапі був проведений аналіз маркування та пакування батончиків мюслі. Всі зразки герметично упаковані, упаковка цілісна без пошкоджень. Результати маркування представлені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Результати дослідження маркування батончиків мюслі різних виробників

Показники	Досліджувані зразки				
	ТМ «VAVE» 	ТМ «Своя лінія» 	ТМ «Vita Fruit» 	ТМ «Fitto light» 	ТМ «Musli Bar» 
1	2	3	4	5	6
Назва продукції	Горіховий батончик-мюслі частково глазурований (Natty Way)	Батончик-мюслі «Vi-Fitt» з курагою частково глазурований кондитерською глазур'ю	Батончик-мюслі «Малина + гліцин» глазуровані	Батончик-мюслі «Медова диня» глазуровані	Батончик-мюслі з журавлиною
Склад	Патока, ядра бобів арахісу, смажені та подріблені 17,4 %. Глазур кондитерська, цукор, кульки круп'яні кукурудзяні.	Патока, глазур кондитерська, пластівці вівсяні, пластівці глазуровані, кульки круп'яні глазуровані, курага 8%	Глазур шоколадна, какао-порошок, патока крохмальна кукурудзяна, цукати 6 %, кульки круп'яні кукурудзяні, рис повітряний, гліцин	Глазур шоколадна, какао-порошок, патока крохмальна кукурудзяна, мед натуральний, курага, цукати, кульки круп'яні, ароматизатор «медова диня»	Сироп глюкози, вівсяні пластівці 13,6 %, пшеничне борошно, сушена журавлина, патока, ароматизатор «журавлина»
Маса нетто, г	40	40	25	25	50
Дата виготовлення	21.12.18	23.12.18	07.09.18	04.10.18	09.12.18

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4	5	6
Найменування виробника, телефон, адреса	ТОВ «РИФ» пр. Богдана Хмельницького 162, м. Дніпро 49057, Україна. тел. +38056787018	ТОВ «РИФ» пр. Богдана Хмельницького 162, м. Дніпро 49057, Україна. тел. +38056787018	ТОВ «ВИТАПАК» вул. Гоголя 18, м. Дніпро 49044, Україна тел. 056 745 75 38	ТОВ «ВИТАПАК» вул. Гоголя 18, м. Дніпро 49044, Україна тел. 056 745 75 38	ТОВ «Корона» Стара Загора, вул. Свята Трійця 231, Болгарія. тел. +35988825 1195
Умови зберігання	У сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, які не мають стороннього запаху за t від 5 С до плюс 25 С і відносної вологості повітря не вище ніж 75 %	У сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, які не мають стороннього запаху за t від 5 С до плюс 25 С і відносної вологості повітря не вище ніж 75 %	У сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, які не мають стороннього запаху за t від 5 С до плюс 25 С і відносної вологості повітря не вище ніж 75 %	Зберігати у недоступному для дітей місці при температурі + 25 С та відносній вологості повітря не більше 75 %	Зберігати в холодному сухому місці, захищених від прямих сонячних променів
Харчова цінність на 100 г продукту	жири: 12,7 г; вуглеводи: 60,0 г; цукри: 27,67 г; білків - 4,0 г	білки: 4,4 г; жири: 10,0 г; вуглеводи: 71,7 г	вуглеводи: 55,0 г; білки: 4,5; жири: 10,7 г	вуглеводи: 55,0 г; білки: 4,5; жири: 10,7 г	вуглеводи: 73,3 г; білки: 4,06; жири: 13,06 г; клітковина: 4,87 г
Нормативний документ	ТУ У 10.8 - 30269311-001:2015	ТУ У 10.8-30269311 - 001:2015	ТУ У 10.08-3542107-000:2012	ТУ У 10.08-3542107-000:2012	ТУ У 10.08-3740137-000:2014
Штрихкод	Наявний	Наявний	Наявний	Наявний	Наявний
Інформація, щодо наявності ГМО	Без ГМО	Без ГМО	Без ГМО	Без ГМО	Без ГМО

Таким чином, всі представлені зразки відповідають нормам пакування і маркування, але у зразку №3 ТМ «Vita Fruit» було виявлення невідповідності зображення на маркуванні з зовнішнім виглядом самого зразка, що може привести до обману споживача. Маса нетто всіх зразків батончиків мюслі відповідають інформації, що вказана на споживчому маркуванні з допустимими відхиленнями. Всі зразки мають штрих-коди.

Результати органолептичних показників якості зазначені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Результати дослідження органолептичних показників якості батончиків мюслі різних виробників

Показники	Досліджувані зразки				
	Зразок №1 ТМ «VAVE»	Зразок №2 ТМ «Своя лінія»	Зразок №3 ТМ «Vita Fruit»	Зразок №4 ТМ «Fitto light»	Зразок №5 ТМ «Musli Bar»
1	2	3	4	5	6
Зовнішній вигляд товару	Правильної форми, низ глазурано рівномірно, видно відтиски від транспортної стрічки..	Правильної форми, глазурано частина блискуча, рівномірна. На розрізі наявні шматочки кураги.	Правильної форми. Глазурано частина блискуча, але наявні глазурані пустоти.	Правильної форми. Глазурано нижня частина блискуча, наявні глазурані пустоти.	Правильної форми, глазуран а
	На зовнішній поверхні присутні дрібні сушені плоди винограду, глазурано частина - блискуча	Наявні глазурані пустоти	Чітко розрізняються рисові та кукурудзяні кульки, кольором добавки малинового кольору. Кавових кульок менше. На зовнішній поверхні присутні шматочки малини.	При візуальному огляді виявлено один шматочок. Чітко розрізняються рисові та кукурудзяні кульки. Мала кількість какао кульок, які рівномірно розподілені по всій поверхні.	нижня частина має незначні проствіти та поодинокі раковини. На поверхні наявні частини журавлини.

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6
Смак	Виражений смак арахісу, після смак приємний, не терпкий	Насичений, без стороннього присмаку	Гіркуватий присмак, з присмаком окисленого жиру	Дуже солодкий, але не притомний.	Кислуватий, добре виражений шоколадний смак
Запах	Добре виражений горіховий запах, солодкуватий.	Приємний шоколадний, однорідний, після розрізу дуже виражений запах кураги	Насичений запах малини, але не різкий	Виражений запах дині, солодкуватий	Після розрізу дуже виражений запах кураги
Структура	Тверда	Структура щільна	Пластична	Тверда	Тверда
Колір	Темно-жовтий	Темно-жовтий	Коричневий з розуватим відтінком	Коричневий	Коричневий

Таким чином, зразки №3 ТМ «Vita Fruit» та №4 ТМ «Fitto light» мали такі дефекти, як глазуровані пустоти на зовнішній поверхні, зразок №3 ТМ «Vita Fruit» мав гіркуватий смак з присмаком окисленого жиру. Зразок №5 ТМ «Musli Bar» на поверхні мав просвіти та поодинокі раковини. Всі ці дефекти були набуті під час виробництва, а це свідчить, що було порушено технологію виробництва чи рецептури.

Далі визначили фізичні показники батончиків, зокрема, параметри батончиків визначили електронним штангельциркулем. Результати дослідження фізико-хімічних показників якості досліджування зразків батончиків мюслі наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Результати дослідження фізико-хімічних показників якості батончиків мюслі різних виробників

Показники	Вимоги ДСТУ 2903:2005	Зразок №1 ТМ «VAVE»	Зразок №2 ТМ «Своя лінія»	Зразок №3 ТМ «Vita Fruit»	Зразок №4 ТМ «Fitto light»	Зразок №5 ТМ «Musli Bar»
1	2	3	4	5	6	7
Масова частка вологи, %, не більше ніж	6,0	5,55	5,88	4,75	5,01	4,89

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
Відсоток складових частин, %	відповідно маркуванню	подрібнені ядра арахісу - 4,73	шматочки кураги - 6,2; ізюм - 8,7	ягоди - 7,5	шматочки фруктів - 7,01	журавлин а - 8,2
Параметри, мм: - довжина - ширина - товщина		105,23 34,22 13,41	108,01 35,28 14,51	92,66 28,75 16,50	92,26 30,26 15,43	111,48 42,68 14,29
Сторонні домішки	Не дозволено	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні

Таким чином, масова частка вологи в усіх досліджуваних зразках не перевищувала допустимі норми. У складі Зразку № 1 ТМ «VAVE» було виявлено значну кількість оболонки з арахісу і ізюму та подрібнені різної фракції шматочки арахісу. Ізюму у цілому вигляді - не виявлено. У Зразку № 2 ТМ «Своя лінія» було виявлено ізюм у вигляді шматочків та оболонки, а також кураги у вигляді великих шматочків. У зразку № 3 ТМ «Vita Fruit» не виявлено частинок малини, які були зображені на пакуванні. Це може вказувати на те, що виробник додав у склад не натуральну сировину, а лише ароматизатор. Проте було виявлено у складі частку інших ягід. У зразках № 4 ТМ «Fitto light» і №5 ТМ «Musli Bar» було виявлено значні шматочки фруктової та ягідної частини, які були вказані на пакуванні. За оцінкою співвідношення частин зразки № 2 ТМ «Своя лінія» та № 5 ТМ «Musli Bar» не відповідають вказаній інформації на маркуванні. Так, у зразку №2 ТМ «Своя лінія» у складі фактична масова частка кураги становила 6,2 %, що на 1,8 % менше ніж на маркуванні. Фактична масова частка журавлини у зразку №5 ТМ «Musli Bar» була на 2% менша за вказану на маркуванні.

Отже, в другому розділі проведена експертиза якості батончиків мюслі, для чого, в першу чергу, розглянуто організацію дослідження, запропоновані об'єкти та методи дослідження. Виходячи із цілей визначили та встановили: приналежність конкретних екземплярів продукції (в рамках даної роботи це - батончики мюслі); відповідність якості товару приписам нормативних документів (стандартам, ГОСТам та ін.); відповідність характеристик, які

зазначені в інформації про товар, яка зафіксована на упаковці і яку можна перевірити, зокрема, вагу; відповідність способів і засобів пакування товару нормативним документам. Об'єктом дослідження було вибрано п'ять зразків батончиків-мюслі, для яких проаналізовано пакування, маркування, органолептичні показники (зовнішній вигляд, смак, запах, структура, колір) та фізико-хімічні показники (масова частка вологи, відсоток складових, параметри, сторонні домішки) батончиків мюслі.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСТАЧАННЯ БАТОНЧИКІВ МЮСЛІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

3.1. Аналіз системи постачання батончиків мюслі на підприємстві ТОВ «Епіцентр К»

Організація роботи ТОВ «Епіцентр К», як і будь-якого іншого магазину, неможлива без ефективного руху товару.

Загальну структуру системи товаропостачання підприємств роздрібною торгівлі можна представити наступними етапами:

- визначення потреби в товарах;
- пошук джерел товаропостачання;
- вибір джерел товаропостачання і постачальників товарів;
- вибір форм товаропостачання;
- формування господарських зв'язків щодо закупівлі та постачання товарів, встановлення раціональних схем постачання;
- закупівля товарів через укладення угод на постачання товарів;
- забезпечення надходження товарів до торговельних підприємств, визначення раціональної частоти доставки і оптимальних розмірів партій завезення товарів, оперативний контроль за виконанням договорів поставки;
- організація доставки товарів в магазини;
- приймання товарів і його документальне оформлення [36, с. 425].

Оскільки об'єктом, в якому проводилося дослідження, є гіпермаркет будівельних матеріалів, то будемо враховувати, що такий товар, як батончики мюслі, продаються виключно в касовій зоні. Як правило це супутні товари, або дрібні товари, які спонукають до імпульсивної покупки - жувальні гумки, шоколадні батончики тощо.

Особисто ми розрізняємо продаж супутніх товарів і допродаж. Супутні товари безпосередньо пов'язані з основною покупкою, їх пропонує продавець

- в торговому залі або за своїм робочим місцем. Як правило, є час, щоб докладніше пояснити їх цінність.

Допродаж робиться касиром на касі і пропонувані товари можуть бути ніяк не пов'язані з основною покупкою, які мають дуже короткий цикл продажу - покупець хоче швидше залишити магазин, особливо якщо ще в черзі стоїть хоча б одна людина.

В рамках даного дослідження нами буде розглянуто систему постачання батончиків мюслі - товару, який продається на касі і який не є основним в асортименті гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр К».

На момент проведення дослідження в прикасовій зоні гіпермаркету ТОВ «Епіцентр К» були в продажу як продовольчі, так і непродовольчі товари (рис. 3.1).

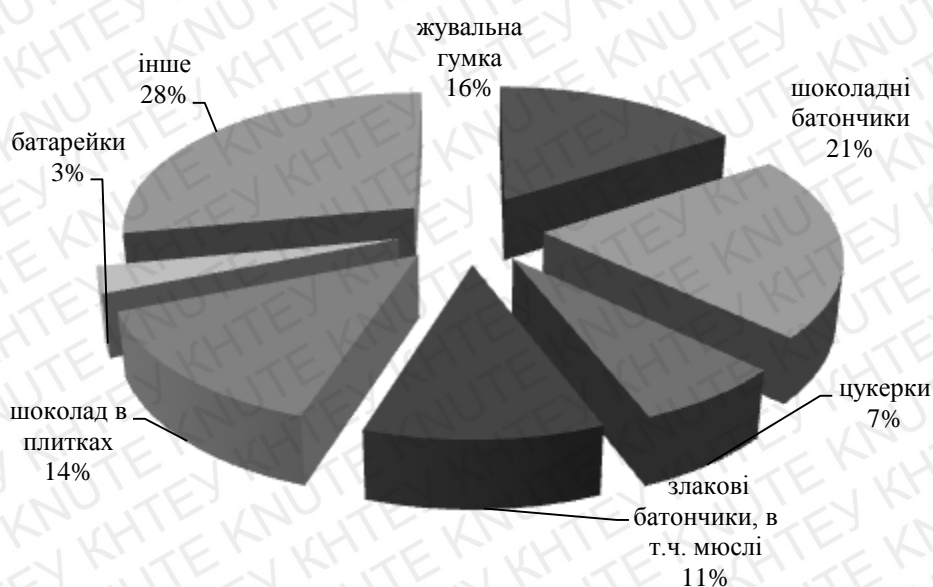


Рис. 3.1. Структура асортименту прикасової зони ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: складено автором

Серед основних товарів - шоколадні батончики (21%), жувальна гумка (16%), шоколад в плитках (14%), енергетичні, злакові батончики, в т.ч. мюслі (11%), цукерки (7%), а також корисні дрібниці, які можна забути купити під

час основного шопінгу, - наприклад, батарейки (3%), зубочистки, паперові хустки, вологі серветки та інше (28%).

Динаміка продажу товарів в при касовій зоні відображена на рис. 3.2.

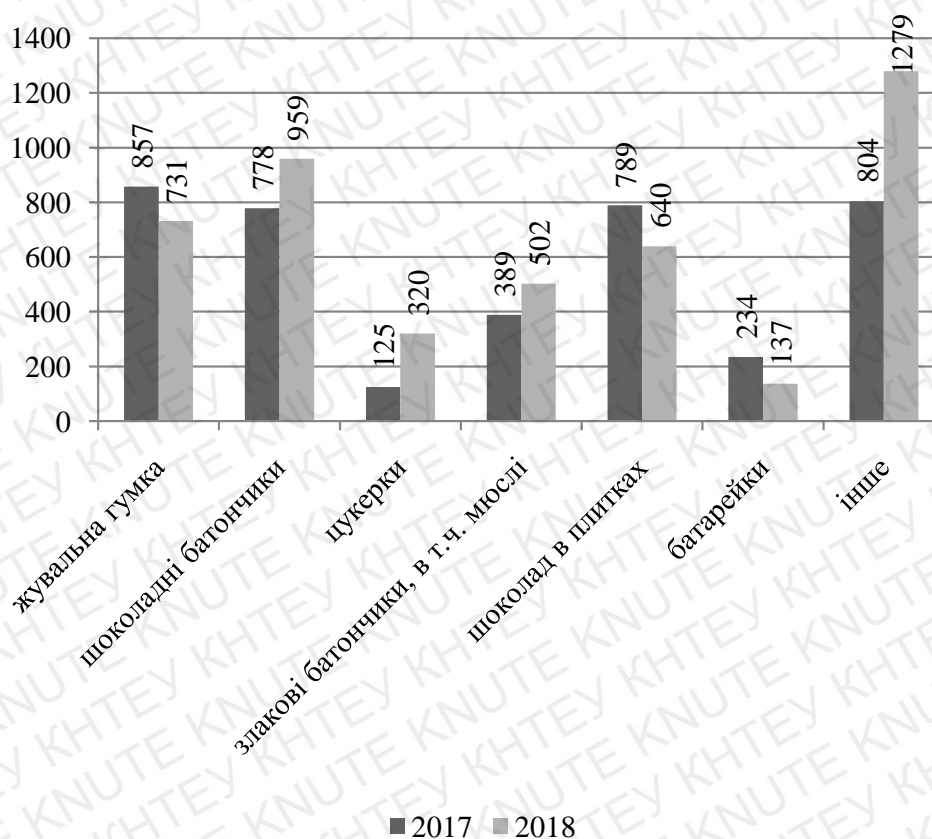


Рис. 3.2. Динаміка реалізації товарів в прикасовій зоні ТОВ «Епіцентр К» за 2017-2018 рр. (тис. грн.)

Джерело: складено автором

Процес руху товарів в ТОВ «Епіцентр К» є сукупністю взаємопов'язаних і послідовних операцій, що забезпечують доведення товарів до кінцевих споживачів належної якості при найменших затратах праці і високому рівні торговельного обслуговування.

В ТОВ «Епіцентр К» дотримуються єдиної процедури постачання будь-якого товару, для чого розроблена Політика по роботі з постачальниками товарів, призначених для реалізації в торговій мережі Епіцентр, в якій зазначено:

1. Дотримання принципів вибору постачальника (єдині стандарти - ТОВ «Епіцентр К» здійснює відбір постачальників на підставі єдиних критеріїв; прозорість і відкритість; конфіденційність; ефективність).

2. Процедура роботи з комерційними пропозиціями, процес вибору постачальника. Потреби в закупівлях товарів визначаються на підставі асортиментної матриці. Існує два основних способи визначення постачальника:

а) ТОВ «Епіцентр К» самостійно здійснює пошук потенційних постачальників, що поставляють необхідні товари;

б) Постачальник ініціює співпрацю з ТОВ «Епіцентр К» через відправку комерційної пропозиції.

Якщо говорити про батончики мюслі, то в ТОВ «Епіцентр К» вони є товаром до продажу, тому постачальники самі пропонують співпрацю.

Протягом останніх трьох років ТОВ «Епіцентр К» співпрацює з чотирма постачальниками (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Структура постачання батончиків мюслі в розрізі постачальників за 2018-2019 рр.

Джерело: складено автором

Як бачимо з рис. 3.3., основний постачальник (в 2018 р. 52% загального обсягу поставки батончиків) є ТОВ «ВІТАПАК».

3. Умови відбору постачальників

При виборі постачальників ТОВ «Епіцентр К» керується наступними критеріями:

а) репутація постачальника:

б) цінова пропозиція: закупівельна ціна товарів повинна бути конкурентоспроможною.

в) товарна пропозиція: якість товарів має відповідати вимогам санітарних, технічних і всіх інших норм і стандартів.

4. Початок роботи за договором. Основні умови поставки

Якщо говорити про об'єкт дослідження, то в ТОВ «Епіцентр К» закупівля батончиків мюслі відбувається або по мірі необхідності, або закупка дрібними фіксованими партіями

В першому випадку передбачається можливість для менеджменту ТОВ «Епіцентр К» в рамках договору, укладеного на певний термін (як правило це короткостроковий договір строком до одного року), варіювати обсяг і час поставок батончиків мюслі та оплачуючи тільки доставлену кількість товару.

В другому випадку передбачається домовленість між постачальником і ТОВ «Епіцентр К» на поставку певної кількості батончиків мюслі декількома партіями в певні проміжки часу (щонеділі). Перевагами даного методу є те, що в ТОВ «Епіцентр К» знижуються витрати зберігання, складування та економлять оборотні кошти. Проте, є і суттєвий недолік - у разі зниження попиту ТОВ «Епіцентр К» зобов'язане викупити обумовлену в договорі кількість батончиків. Крім того, ТОВ «Епіцентр К» проводить закупки як у одного постачальника, так і закупівлю з різних джерел.

5. Вимоги по якості, маркування та упаковки товарів

Найбільш простий і надійний спосіб встановлення вимог до якості - посилення на стандарт чи інший доступний як постачальнику, так і покупцю

нормативний документ. При операціях на внутрішньому ринку розумніше використовувати ГОСТи, Технічні умови тощо (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Технічні, якісні та кількісні вимоги до закупівель батончиків мюслі

№ з/п	Найменування предмета закупки	Кількість, кг	Технічні вимоги до предмета закупки
1	Горіховий батончик - мюслі з фруктами «Nutty Way» (в асортименті, не менше ніж 5-ти смаків)	5,600	ТУ У 10,8-30269311-001:2015 Горіховий батончик - мюслі з фруктами «Nutty Way», в асортименті, не менше ніж 5-ти смаків, фасований поштучно в художньо оформлену етикетку, маркування на етикетці, маса нетто 0,03...0,05кг. ТОВ «РИФ» відповідає вимогам ТУ У 10,8-30269311-001:2015
	Батончик - мюслі «Вопо Вар» (в асортименті, не менше ніж 5-ти смаків)	4,400	ТУ У 10,8-30269311-001:2015 Батончик - мюслі «Вопо Вар», в асортименті, не менше ніж 5-ти смаків, фасований поштучно в художньо оформлену етикетку, маркування на етикетці, маса нетто 0,03...0,05кг. Батончик - мюслі «Вопо Вар» Товариства з обмеженою відповідальністю «РИФ» відповідає вимогам ТУ У 10,8-30269311-001:2015.

Джерело: складено автором

Вимоги до перевірки якості закупленого товару регламентовані законодавством. Перевірка якості товару може бути (але не обов'язково) передбачена договором купівлі-продажу.

Порядок перевірки якості встановлюється законом або договором. Якщо порядок перевірки якості не встановлено, то перевірка проводиться відповідно до умовами перевірки товару, що підлягає передачі за договором купівлі-продажу. Наприклад, порядок перевірки якості товару зафіксовано в договорі, де вказано:

- місце і час перевірки (перед відправкою або при отриманні, перед або під час завантаження / розвантаження, у виробника або в пункті завантаження і т.д.);
- метод випробувань, вимірювань, аналізу, тестування і т.п.;

- обсяг перевірки (суцільна, вибіркова);
- виконавця перевірки;
- склад документів, що засвідчують за результатами перевірки відповідність продукції вимогам контракту.

За угодою між постачальником і покупцем перевірку може виконати постачальник (перша сторона), покупець (друга сторона) або незалежна організація - інспекційна (експертна) компанія (третя сторона) за дорученням продавця або покупця.

6. Порядок поставки і приймання товару

Поставка товару може здійснюватися постачальником, транспортом постачальника та за його рахунок в магазини, які вказуються в замовленні, або за адресою, вказаною в замовленні [33]. Поставка товару також може здійснюватися шляхом самовивозу товару транспортом ТОВ «Епіцентр К». Оскільки батончики мюслі є товаром до продажу, то постачальник самостійно його доставляє в ТОВ «Епіцентр К».

7. Оформлення первинної документації за договором

8. Умови оплати та проведення звірки взаєморозрахунків

9. Врегулювання розбіжностей.

Управління прийманням, зберіганням і підготовкою до продажу пов'язані з рівнем обслуговування покупців [38]. Частота і обсяг визначається обсягом обороту, ритмічністю товаропостачання, оборотністю товарних запасів і особливостями реалізованих товарів.

На рис. 3.4 приведена принципова схема руху товарного потоку на підприємстві.

Рух товару включає транспортування товарів, розвантаження, приймання їх за кількістю та якістю, зберігання, підготовку до продажу, продаж [39].

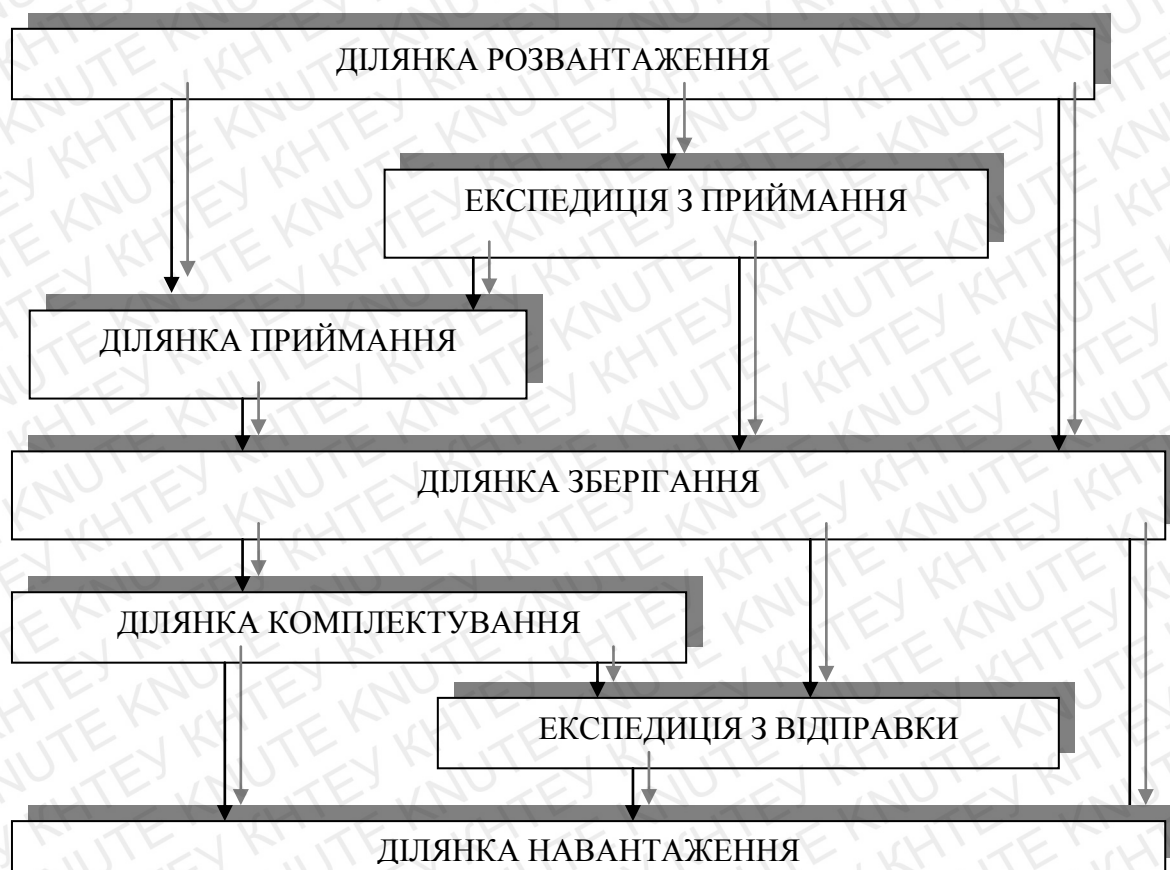


Рис. 3.4. Етапи проходження матеріального потоку через основні ланки логістичної системи підприємства

Отже, мета постачання основних видів товарів - гарантувати надійне постачання від кваліфікованого постачальника необхідного обсягу, відповідність якості і ціни вимогам покупця, додержання термінів - поставка потрібний час. При цьому покупець зобов'язується сплатити за нього обумовлену суму. Існують різні способи передачі продукції покупцю: доставка продукції безпосередньо постачальником; отримання продукції покупцем зі складу постачальника (виробника); передача продукції третій стороні (наприклад, транспортному підприємству) для подальшої доставки покупцеві.

Залежно від специфіки діяльності компанії приймається той чи інший метод закупівель: великою партією за один раз, за котирувальними відомостями, за замовленням на поставку тощо.

3.2. Заходи з підвищення ефективності системи постачання батончиків мюслі на торговельне підприємство

При використанні будь-якого з описаних вище підходів в ТОВ «Епіцентр К» керуються вибором одного або декількох джерел поставок батончиків мюслі. Цілі і завдання закупівельної діяльності мають формулюватися на основі оптимізації кількості і відбору найбільш перспективних постачальників, виходячи з оцінки та сегментування наявної бази потенційних постачальників. Оскільки батончики мюслі - товар неосновний для ТОВ «Епіцентр К», тому підприємство не приділяє значної уваги його закупкам, а підприємства без чітко визначених цілей закупівельної діяльності мають низький ступінь ефективності.

Вибір постачальника слід проводити, орієнтуючись не тільки, і не стільки на вартість товарів, що поставляється, а й на репутацію постачальника, можливість здійснити поставку точно в строк.

Виходячи з цього і дослідивши низку джерел [40, 41, 42], пропонуємо запровадити на підприємстві систему оцінки вибору постачальників в формі оцінки конкурентоспроможності.

З цією метою фахівцями експертної групи підприємства визначаються необхідні критерії вибору постачальника, за якими він і буде оцінюватися:

1. Характер діяльності постачальника (виробник, посередник)
2. Термін зберігання товару
3. Розмір асортименту у постачальника
4. Зовнішній вигляд товару
5. Умови зберігання
6. Рівень цін

Надалі всі отримані оцінки заносяться в таблицю. Але спочатку визначимо шкалу оцінки виділених 6 параметрів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Запропонована шкала оцінки підприємств-постачальників
батончиками мюслі для ТОВ «Епіцентр К»**

Параметри аналізу	Шкала оцінок (від 0 до 10)
1. Характер діяльності	Виробник і продавець - 10. Тільки виробник - 5 Тільки продавець - 0
2. Термін зберігання	5 міс. - 10 4 - 7,5 3 - 5 2 - 2,5 1 - 0
3. Розмір асортименту	Великий - 10 Середній - 5 Маленький - 0
4. Зовнішній вигляд	Відповідає всім вимогам - 10 Не відповідає вимогам - 0
5. Умови поставки	Особливі умови - 0 Не вимагають особливих умов - 10
6. Рівень цін	Нижче середньоринкових - 10 Середньоринкові - 7,5 вище середньоринкових - 5 Високі - 0

Джерело: складено автором

У число учасників ринку, орієнтованих на постачання батончиків мюслі, увійшло 4 підприємства (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Результати оцінки конкурентоспроможності постачальників
батончиків мюслі**

Показник	ТОВ «РИФ»	ТОВ «ВІТАПАК»	ТОВ «Смачні продукти»	ТОВ «Корона»
1. Характер діяльності	10	5	0	5
2. Термін зберігання	7,5	7,5	10	7,5
3. Розмір асортименту	10	5	5	5
4. Зовнішній вигляд	10	10	10	10
5. Умови поставки	10	10	10	10
6. Рівень цін	7,5	7,5	5	7,5
Середня оцінка	9,2	7,5	6,7	7,5

Джерело: розраховано і складено автором

Проведені вище розрахунки показали, що ТОВ «Епіцентр К» закуповує товар хаотично, тобто, якщо в 2017 році основну кількість (46%) батончиків було закуплено у ТОВ «РИФ», то вже наступного року 52% загального обсягу було закуплено у ТОВ «ВІТАПАК», в той час, як попереднього року частка його складала 20%.

Наші розрахунки в табл. 3.3 показали, що така тенденція є негативною і найбільш оптимальний постачальник батончиків мюслі для ТОВ «Епіцентр К» - ТОВ «РИФ», оскільки є одночасно і виробником і продавцем для роздрібних магазинів, має найширший асортимент та середню ціну. Хоча і розкид загальних середніх оцінок інших постачальників невеликий, тобто всі учасники ринку в основному схожі один на одного.



Рис. 3.5. Радар конкурентоспроможності постачальників батончиків мюслі

Джерело: складено автором

Впровадження даної моделі оцінки постачальників дозволить скоротити час прийняття рішення службою постачання по позаплановим і

терміновим заявками. Також з впровадженням даної моделі, рекомендується вести облік параметрів оцінки роботи постачальників. Це дозволить контролювати роботу постачальника, і, при необхідності, змінювати значення критеріїв і оцінок.

Як зазначалося вище, ТОВ «Епіцентр К» має 4 постачальника, але частка їх значно коливається, тому для подальшого вибору методу поставки - з одного джерела, чи декількох, з метою підвищення ефективності системи постачання доцільно визначити переваги та недоліки (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Порівняльна характеристика закупівель з різних джерел

Переваги єдиного джерела	Переваги декількох джерел
<ul style="list-style-type: none"> • змінюються довгострокові взаємовідносини • економія на масштабах і можливість отримувати цінові знижки при розміщенні як регулярних, так і великих замовлень • прозорість адміністративних функцій і процедур для регулярно розміщуваних замовлень • зменшується діапазон відхилень в характеристиках товарів і їх постачанні • легко забезпечується конфіденційність вимог 	<ul style="list-style-type: none"> • наявність конкуренції між постачальниками, яка буде вести до зниження цін • знижується ймовірність збоїв в роботі з постачальниками, підвищується оперативність усунення проблем шляхом заміни постачальника • більш легко задовольняється мінливий попит зміною асортименту • забезпечується доступ до більшого обсягу інформації • підвищується ймовірність заохочення інновацій і удосконалень

Джерело: складено автором

Викладений підхід до оцінки переваг при закупівлях з різних джерел є традиційним, проте часто він недостатній для забезпечення конкурентоспроможності продукції, особливо у випадках, коли існує необхідність співробітництва з великою кількістю постачальників по широкій номенклатурі товарів, особливо це стосується батончиків мюслі, які мають великий асортимент.

Складно вирішуються проблеми з підвищенням якості поставок і забезпечення їх ритмічності, узгодженням цін і т.п.

Орієнтирами для ТОВ «Епіцентр К» має бути вибір оптимальної кількості постачальників, що дозволить:

- підвищити ефективність ланцюжка поставок;
- знизити адміністративні витрати;
- знизити складські запаси;
- сконцентрувати менші ресурси на управлінні найбільш важливих постачальників;
- сконцентруватися на ділових відносинах з постачальниками, сертифікованими за системою ISO 9000.

Одним із суттєвих недоліків в закупівельній діяльності ТОВ «Епіцентр К» яскраво виражена установка підрозділів закупівлі на виконання оперативних, а не стратегічних завдань, недостатньо активна співпраця з іншими підрозділами і недостатньо виражене фокусування на попиті.

В зв'язку з цим, в ТОВ «Епіцентр К», оскільки воно здійснює закупівельну діяльність, пропонуємо чітко прописувати стадії закупівель і функції служби закупівель (табл. 3.5)

Таблиця 3.5

Заходи щодо удосконалення процесу закупівель і функцій служби закупівель ТОВ «Епіцентр К»

Стадії закупівлі	Ситуації закупівлі		
	Закупівля для вирішення нових завдань	Повторна закупівля зі змінами	Повторна закупівля без змін
1. Визначення потреби	Відділ планування Відділ закупівель Відділ маркетингу Виробничий відділ	Відділ закупівель Виробничий відділ Відділ планування	Виробничий відділ Відділ закупівель
2. Визначення Специфікацій	Відділ планування Відділ закупівель Виробничий відділ Відділ маркетингу	Відділ планування Відділ закупівель Виробничий відділ Відділ маркетингу Відділ контролю якості	Відділ планування Відділ закупівель Виробничий відділ
3. Оцінка Постачальників	Відділ планування Відділ закупівель Відділ маркетингу	Відділ планування Відділ закупівель Виробничий відділ	Відділ планування Відділ закупівель Виробничий відділ
4. Вибір постачальника	Відділ планування Відділ закупівель Відділ маркетингу Відділ контролю якості	Відділ планування Відділ закупівель Виробничий відділ	Відділ планування Відділ закупівель Виробничий відділ

Таким чином, батончики мюслі - неосновний вид товару в ТОВ «Епіцентр К», продається в при касовій зоні, отже і система постачання має деякі особливості. В ТОВ «Епіцентр К» закупівля батончиків мюслі відбувається або по мірі необхідності, або закупка дрібними фіксованими партіями у декількох постачальників. Нами представлено алгоритм вибору кращого постачальника при здійсненні закупівельної діяльності на підставі оцінки конкурентоспроможності. .

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Провівши дослідження, зроблені наступні висновки та пропозиції.

1. Українським законодавством встановлені норми, які стосуються виробництва продукції, зокрема батончиків мюслі, її маркування, безпеки, вимоги до інформації на упаковці (етикетці і т.д.), а також до наявності у підприємця документів, що підтверджують якість та безпеку товарів. В Україні і Європейському Союзі встановлений жорсткий контроль безпеки виробництва та розміщення харчових продуктів на ринку.

2. В Україні продаються батончики мюслі переважно вітчизняного виробництва. Асортимент з кожним роком розширюється за рахунок вітчизняних виробників. Ринок сухих сніданків, що включає злакові батончики мюслі, постійно зростає - в 2017 році збільшився на 3,7%, з 164,2 до 170 тис. т, а в 2018-м - ще на 3%, до 175,1 тис. т. Категорія мюслі, в т.ч. батончиків у 2017 році зросла на 4,3%, з 55,5 до 57,9 тис. т, а в 2018-му досягла 60 тис. т. За підсумками 2019 року аналітики очікують подальше зростання продажів в сегменті на рівні 3,1% (до 61,9 тис. т) та ще на 1,9 тис. т. в 2020 році. У середньостроковій перспективі прогнозується поступове збільшення як обсягу локального виробництва, так і імпорتنних поставок батончиків мюслі на фоні зростання споживання. У роздрібному сегменті очікується посилення маркетингової політики провідних іноземних гравців, які реалізують свою продукцію у великих торговельних мережах.

3. Об'єктом дослідження було вибрано п'ять зразків: зразок № 1 ТМ «VAVE» Горіховий батончик-мюслі частково глазурований (Natty Way), ТОВ «»РИФ»; зразок № 2 ТМ «Своя лінія» Батончик-мюслі «Vi - Fitt» з курагою частково глазурований кондитерською глазур'ю, ТОВ «РИФ»; зразок № 3 ТМ «Vita Fruit» Батончик-мюслі «Малина + гліцин» глазурований, ТОВ «ВІТАПАК»; зразок № 4 ТМ «Fitto light» Батончик-мюслі «Медова диня» глазурований, ТОВ «Смачні продукти»; зразок № 5 ТМ «Musli Bar» Батончик-мюслі з журавлиною, ТОВ « Корона». Було

проаналізовано: пакування, маркування, органолептичні показники (зовнішній вигляд, смак, запах, структура, колір) та фізико-хімічні показники (масова частка вологи, відсоток складових, параметри, сторонні домішки) батончиків мюслі.

4. За результатами проведення оцінки якості встановлено, що не всі досліджувані зразки батончиків мюслі відповідали вимогам нормативних документів. Зразок № 3 ТМ «Vita Fruit» мав невідповідність зовнішнього вигляду з зображенням на етикетці. За результатами органолептичних досліджень було встановлено, що зразки №3 ТМ «Vita Fruit» та № 4 ТМ «Fitto light» мали дефекти, як глазуровані пустоти на зовнішній поверхні. А також № 3 ТМ «Vita Fruit» мав гіркуватий присмак, що не властиво данному продукту. Зразок № 5 ТМ «Musli Bar» на поверхні мав просвіти та поодинокі раковини. Також на етапі дослідження відсотку складових частин було виявлено невідповідність в зразках № 4 ТМ «Fitto light» та № 5 ТМ «Musli Bar».

5. Аналіз системи постачання батончиків мюслі на підприємстві ТОВ «Епіцентр К» показав, що такий товар, як батончики мюслі, продаються виключно в касовій зоні. Серед товарів при касової зони гіпермаркету енергетичні, злакові батончики, в т.ч. мюслі становлять 11%.

6. Розглянуті особливості організації системи постачання батончиків мюслі в ТОВ «Епіцентр К» дозволив представити алгоритм вибору кращого постачальника при здійсненні закупівельної діяльності.

7. Для підвищення якості та розширення асортименту батончиків мюслі виробники повинні використовувати сучасне обладнання, високоякісні вітчизняні добавки та сировину, а також контролювати безпечність продукції.

8. Запропоновані методи оцінки постачальників дозволить ТОВ «Епіцентр К» скоротити час обробки заявок, змінювати значення критеріїв та оцінок постачальників, вести їх облік роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хмарська І.О. Товарознавча експертиза батончиків мюслі різних виробників / Іновачії в пілприємстві і торгівлі: зб. наук. ст. І-66 студ. / відпр. ред. В.А Осика. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – Ч. 1. С. 300. – 304.
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності харчових продуктів: Закон України № 771/97 (викладено у редакції Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів» №1602-VII від 22 липня 2014 року) - Редакція від 20.01.2018 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80/ed20180120>
3. Про затвердження технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів: наказ Держспоживстандарту від 28.10.10 № 487 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/15274> (скасовано в 2019 р.)
4. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України № 2639-VIII від 06.12.2018 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19>
5. Регламент (EU) №1169/2011 Європейського парламенту і ради Про надання споживачам інформації про харчову продукції [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.milkiland.nl/upload/pdf/laws/es/ES_1169-2011_ukr..pdf
6. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023 - Редакція від 16.07.2019 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
7. Про схвалення Всеохоплюючої стратегії імплементації Глави IV (Санітарні та фітосанітарні заходи) Розділу IV «Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею» Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 лютого 2016 р. № 228-р -

Редакція від 04.07.2017 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/228-2016-%D1%80>

8. Директива 2002/46/ЄС Європейського Парламенту та Ради з гармонізації правових норм держав-членів стосовно біологічних добавок до їжі від 10 червня 2002 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/994_523

9. ДСТУ 908:2006 Кислота лимонна моногідрат харчова. Технічні умови (ГОСТ 908-2004, IDT) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=85518

10. Регламент № 2073/2005 Комісії (ЄС) про мікробіологічні критерії, вживані до харчових продуктів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/994_a87

11. Про встановлення загальних принципів і вимог в продовольчому праві про створення європейського органу з безпеки харчових продуктів і про встановлення процедури забезпечення безпеки харчових продуктів: Регламент 178/2002 Європейського Парламенту та Ради від 28 січня 2002 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://old.minjust.gov.ua/>

12. Сирохман І.В. Товарознавство продовольчих товарів. - К.: Світ книг, 2019. - 713 с.

13. ДСТУ 2903:2005 Концентрати харчові. Сніданки сухі. Загальні технічні умови. умови - [Введений від 07.01.2006]. - К.: Державний стандарт, 2006. - 25 с.

14. ДСТУ 8004:2015 Концентрати харчові. Методи визначання вологи - [Введений 01.01.2017]. - К.: Державний стандарт, 2017. - 12 с.

15. ДСТУ 8404:2015 Концентрати харчові. Методи визначання якості пакування, маси нетто, об'ємної маси, масової частки окремих компонентів, розміру окремих видів продукту та крупності помелу - [Введений 01.07.2017]. - К.: Державний стандарт, 2017. - 12 с.

16. ГОСТ 26668-85 «Продукты пищевые и вкусовые. Методы отбора проб для микробиологических анализов» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://online.budstandart.com/ua/catalog/>
17. ГОСТ 26670-91 «Продукты пищевые. Методы культивирования микроорганизмов» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://online.budstandart.com/>
18. ТУ10.6-3252716807-001:2015 «Продукт для спеціального дієтичного споживання. Батончик висівковий для осіб, що контролюють масу тіла»
19. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами: Наказ міністерства від 11.07.2003 - Редакція від 18.02.2008 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>
20. Экспертиза та контроль якості продуктів харчування [Текст] : навч.-метод. посіб. / [П. М. Гаврилін та ін.] ; Дніпропетр. держ. аграр. ун-т, 159173-TEMPUS-DE-TEMPUS-JPCR "Експертиза та контроль якості харчових продуктів за стандартами ЄС". - Д. : [б. в.], 2012. - 198 с.
21. Бажай-Жежерун С. А. Батончик глазуrowаний на основі пророщеного зерна пшениці. Наук. пр. НУХТ. 2014. Вип. 20. Т. 3. - С. 189 - 196.
22. Злакові батончики мюслі [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ukr.media/ukrain/364909/>
23. Кордзая, Н. Аналіз ринку батончиків зернових м. Одеса / Н. Кордзая, І. Ковалів // Economic and Food Security of Ukraine. 2018. - №6(3-4). - С. 35-41.
24. Сайт Euromonitor International. (компанія по стратегічним дослідженням ринку) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.euromonitor.com/>
25. Сайт Nielsen (компанія по маркетинговому дослідженню ринків) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.nielsen.com/ua/uk/>
26. Кордзая Н. Р., Ковалів І. О. Фактори, які впливають на споживання батончиків зернових. Оздоровчі харчові продукти та дієтичні добавки: технології, якість та безпека. Збірник матеріалів міжнародної науково-

практичної конференції, 14-15 листопада 2018 р. Київ: - НУХТ, 2018. - С. 160-162.

27. Сайт компанії Granola House [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://granola-house.com/>

28. Ларіна Я.С. Поведінка споживача: навч. Посібник / Я.С. Ларіна, А.В. Рябчик; – к.: Академія, 2014. – 224 с..

29. Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: Міжнародна науково-практична конференція, 15-16 грудня 2017 р. : [тези доп.]. – Рівне: РДГУ, 2017. – 251 с.

30. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Навч.-метод. посібник. - К.: КНЕУ, 2011. - 106 с.

31. Експертиза товарів (експертиза продовольчих товарів) [Текст] : підруч. для студентів ступеня магістра / О. П. Юдічева, Н. О. Кузнецова. - Полтава : ПУЕТ, 2017. - 347 с.

32. Експрес-методи визначення якості харчових продуктів [Текст] : навч. посіб. / Б. К. Пасальський, Н. Ю. Чикун ; за ред. д-ра техн. наук, проф. Н. В. Притульської ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. - 118 с.

33. Коломієць Т.М., Притульська Н.В., Романенко О.Л. Експертиза товарів: Підручник. - К.: КНТЕУ, 2001. - 274 с.

34. Бровко О. Г. Товарознавство. Продовольчі товари: навчальний посібник. - К.: Кондор, 2010. - 730 с.

35. Назаренко Л. О. Експертиза товарів: слайд-курс (Розділ «Експертиза продовольчих товарів») [текст] навч. посіб. / Л. О. Назаренко - К.: Центр учбової літератури, 2013. - 312 с.

36. Ковальчук С.М. Інформаційна логістика та удосконалення процесів товаропостачання роздрібної торговельної мережі / С.М. Ковальчук // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/34256/1/65_422-429.pdf

37. Загурський О. М. Управління ланцюгом постачань [Текст] : навч. посіб. / О. М. Загурський ; [Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України]. - Київ ; Біла Церква : Білоцерківдрук, 2018. - 416 с.
38. Товарознавство і торговельне підприємництво [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / [А. А. Мазаракі та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф., акад. НАПН України А. А. Мазаракі ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Київ : КНТЕУ, 2014. - 651 с.
39. Управління ланцюгами постачань: логістичний аспект [Текст] : навч. посіб. / Воркут Т. А. [та ін.] ; Нац. трансп. ун-т. - Київ : НТУ, 2017. - 287 с.
40. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
41. Кондратюк Д. М. Оптимальний постачальник як чинник конкурентоспроможності підприємства / Д. М. Кондратюк. // Економіка. Управління. Інновації. - 2014. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_53.
42. Шарко В. В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення / В. В. Шарко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка. - 2015. - Вип. 2(2). - С. 120-126. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2(2)_24).
43. Бажай-Жежерун С. А. Батончик глазуrowаний на основі пророщеного зерна пшениці. Наукові праці НУХТ. 2014. Вип. 20. Т. 3. С. 189-196.
44. Бажай-Жежерун С. А. Дослідження показників якості батончика на основі біологічно активованого зерна [Електронний ресурс] / С. А. Бажай-Жежерун, М. М. Антонюк // Технологический аудит и резервы производства. - 2015. - № 3(3). - С. 15-17. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_3\(3\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_3(3)_4)
45. Вишневська Н. М. Якість товару як головний чинник підвищення конкурентоспроможності продовольчої продукції [Електронний ресурс] / Н. М. Вишневська. // Економіка. Управління. Інновації. - 2009. - № 2. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2009_2_8

46. Кордзая Н. Асортимент батончиків зернових на регіональному ринку [Електронний ресурс] / Н. Кордзая, І. Ковалів // Товари і ринки. - 2019. - № 1. - С. 40–51. - Режим доступу: [http://tr.knuteu.kiev.ua/files/2019/01\(29\)2019/6.pdf](http://tr.knuteu.kiev.ua/files/2019/01(29)2019/6.pdf)
47. Кордзая Н. Р., Ковалів І. О. Фактори, які впливають на споживання батончиків зернових. Оздоровчі харчові продукти та дієтичні добавки: технології, якість та безпека. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, 14-15 листопада 2018 р. Київ: НУХТ, 2018. С. 160-162.
48. Король С. А. Показники якості продукції та методи їх оцінювання / С. А. Король // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. - 2013. - № 2. - С. 140–150.
49. Крисанов Д. Ф. Якість і безпечність харчової продукції [Електронний ресурс] / Д. Ф. Крисанов // Економіка і прогнозування. - 2010. - № 3. - С. 103-119. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2010_3_11
50. Мардар М. Р. Маркетингові дослідження товарного асортименту зернових пластівців. Наукові праці ОНАХТ. 2014. Вип. 46. Т. 1. С. 260-263
51. Стеценко Н. О., Андрейченко Н. О. Розроблення способу виробництва фруктово-горіхових батончиків для спецконтингентів. Оздоровчі харчові продукти та дієтичні добавки: технології, якість та безпека. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, 12-13 травня 2016 р. Київ: НУХТ, 2016. С. 12-14.
52. Толлок Г.А. Шляхи впровадження системи НАССР: українські реалії / Г. Толлок // Продовольча індустрія АПК. - 2015. - № 6. - С. 4-6

Додаток А

Зразок № 1 -



Зразок № 2 -



Зразок № 3 -



Зразок № 4



Зразок № 5 -

