

**Міністерство освіти і науки України**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет - Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, підприємництва та торгівлі

Кафедра - Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти - перший (бакалавр)

Спеціальність - 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма - Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі



**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

**на тему: "ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ПЕЧИВА, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ В СУПЕРМАРКЕТАХ М.ОДЕСИ ТА ОСОБЛИВОСТІ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРИ ПЕРЕМІЩЕННІ ЧЕРЕЗ КОРДОН УКРАЇНИ"**

КРБ.ТПТтаУБ.1.168-03.1.3

Здобувач \_\_\_\_\_ Чолак Костянтин  
*Підпис* Васильович  
Керівник \_\_\_\_\_ к.с-г.н., доц.  
*Підпис* Гарбажій К.С.

**Кваліфікаційна робота допускається до захисту**  
Рішення кафедри від 30.05.2024 р., протокол № 16

Завідувач кафедри ТПТтаУБ \_\_\_\_\_ Наталія БАСЮРКІНА  
(підпис)  
Одеса - 2024 р.

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І  
МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г.Е.Вейнштейна**

Факультет – Експертизи, біотехнології, харчової інженерії, підприємництва та торгівлі

Кафедра - Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти – перший (бакалавр)

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма – Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри ТПТтаУБ

\_\_\_\_\_ Наталія БАСЮРКІНА

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

**здобувача Костянтина Чолака**

*(ім'я, ПРИЗВИЩЕ)*

1. Тема роботи: "Товарознавча оцінка печива, що реалізується в супермаркетах м.Одеси та особливості митного регулювання при переміщенні через кордон України

затвердженою наказом ОНТУ від "16" 04 2024 р. № 168-03

2. Термін здачі здобувачем закінченого роботи 01.06.2024

3. Вихідні дані роботи: три зразки печива: печиво Марія ТМ «Ярич», ТМ «Лагода», ТМ «Gullon»; нормативний документ ДСТУ ДСТУ 3781:2014 Печиво. Загальні технічні умови"

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити): Вступ. Розділ 1 Сучасний стан кондитерського ринку України та фактори, що формують його якість. Розділ 2 Об'єкти та методи досліджень. Розділ 3 Товарознавча оцінка печива та особливості митного регулювання. Розділ 4 Охорона праці. Висновки та рекомендації. Список використаних джерел. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу: презентація в електронному вигляді на 18 слайдах

6. Дата видачі завдання 04.09.2023

Керівник \_\_\_\_\_ к.с-г.н., доцент Катерина Станіславівна Гарбажій  
*Підпис*

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Костянтин Васильович Чолак  
*Підпис*

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Підбір об'єктів дослідження якості, пакування та маркування	04.09.-03.10.2023	Виконано
2	Збір нормативних документів, визначення методів дослідження	04.10.-3.11.2023	Виконано
3	Виконання експериментальних досліджень	3.11.-17.11.2023	Виконано
4	Обробка результатів дослідження	17.11.-22.11.2023	Виконано
5	Аналітичний огляд літератури. Оформлення першого розділу. Вступ.	26.02.-5.03.2024	Виконано
6	Оформлення 2-4 розділів	5.03.-30.03.2024	Виконано
7	Оформлення висновків	2.04.-27.04.2024	Виконано
8	Попередній захист	15.05.2024	Виконано
9	Виправлення помилок. Оформлення списку використаних джерел.	16.05.-21.05.2024	Виконано
10	Оформлення презентації ДР	21.05.-28.05.2024	Виконано
11	Підготовка ДР до рецензування	28.05.-4.06.2024	Виконано
12	Проходження рецензування і підготовка до захисту	4.06.-18.06.2024	Виконано
13	Захист КРБ	19.06-20.06.2024	Виконано

Керівник \_\_\_\_\_  
*Підпис*

к.с-г.н., доцент Гарбажій К.С.

Здобувач-дипломник \_\_\_\_\_  
*Підпис*

Чолак К.В.

*Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.*

*Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.*

Здобувач-дипломник \_\_\_\_\_  
*Підпис*

Чолак Костянтин Васильович

## АНОТАЦІЯ

**Чолак Костянтин Васильович.** Товарознавча оцінка печива, що реалізується в супермаркетах м.Одеси та особливості митного регулювання при переміщенні через кордон України

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля», освітня програма «Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі». Одеський національний технологічний університет. Одеса. 2024 р.

Робота викладена на 71 сторінках, що містить 4 розділів, 6 ілюстрацій, 10 таблиці, 40 інформаційних джерел та 3 додатка.

Об'єктом розгляду є продукт "печиво" вітчизняного і закордонного виробництва. Предмет роботи – споживчі властивості та нормативні документи, чинники розвитку ринку печива, що регулюють якість продукту "печива".

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження якісних характеристик та митних формальностей харчового продукту "Печива", що реалізуються в супермаркетах м.Одеси.

У першому розділі представлено аналіз сучасного стану ринку та динаміка виробництва печива, основні фактори, що формують якість продукту, вивчено асортимент, харчова цінність, показники якості.

У другому розділі представлені об'єкти та методи дослідження печива, методологія визначення коду згідно до УКТЗЕД.

У третьому розділі наведено характеристика асортименту печива в торговельних мережах м. Одеси, товарознавча оцінка якості, за маркуванням та пакуванням, органолептичними, фізико-хімічними показникам, визначено країну походження.

Четвертий розділ містить заходи щодо охорони праці та безпечної евакуації персоналу під час пожежі, вимоги до мікроклімату, освітлення та інші.

**Ключові слова:** печиво, показники якості, нормативні документи, митні формальності.

Рік виконання роботи - 2023-2024. Рік захисту роботи - 2024.

## ANNOTATION

**Cholak Kostyantyn Vasyliovych.** Merchandising assessment of cookies sold in Odessa supermarkets and peculiarities of customs regulation when moving across the border of Ukraine

Graduate qualification paper on obtaining educational-qualificative level “Bachelor” in field 076 “Entrepreneurship and trade”, program of study “Entrepreneurship and trade, commodity science and expertise in customs affairs”. Odesa National University of Technology. Odesa. Year 2024.

The paper consists of 71 pages, which contain 4 parts, 6 illustrations, 10 tables, 40 informational sources and 3 appendixes.

The object of consideration is the product "cookies" of domestic and foreign production. The subject of the work is consumer properties and regulatory documents, factors of the development of the cookie market, which regulate the quality of the "cookies" product.

The purpose of the qualification work is to study the quality characteristics and customs formalities of the food product "Biscuits", which are sold in supermarkets in Odessa.

The first chapter presents an analysis of the current state of the market and the dynamics of biscuit production, the main factors shaping product quality, the assortment, nutritional value, and quality indicators are studied.

The second section presents the objects and methods of cookie research, the methodology for determining the code according to UKTZED.

In the third section, the characteristics of the assortment of cookies in retail chains of Odessa, the quality evaluation of products by labeling and packaging, organoleptic, physico-chemical indicators, and the country of origin are given.

The fourth part contains occupational safety measures and measures on safe staff evacuation in case of fire, microclimate requirements, illumination requirements, etc.

**Key words:** biscuit, quality indicators, regulative documents, customs formalities.

Year of writing paper – 2023-2024.

Year of protection – 2024.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	8
<b>РОЗДІЛ 1 СТАН РИНКУ ТА ФАКТОРИ, ЩО ФОРМУЮТЬ ЯКІСТЬ ПЕЧИВА</b> .....	9
1.1 Загальні тенденції розвитку ринку кондитерських виробів .....	9
1.2 Ринок печива в Україні .....	14
1.3 Фактори, що формують якість печива .....	17
1.4 Аналіз торговельних операцій ринку печива .....	21
<b>Висновки до розділу 1</b> .....	23
<b>РОЗДІЛ 2 ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ</b> .....	25
2.1 Об'єкти дослідження.....	25
2.2 Методи дослідження.....	25
2.3 Методологія визначення коду УКТЗЕД печива Марія ТМ «Ярич» .....	27
<b>РОЗДІЛ 3 ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ПЕЧИВА ТА ОСОБЛИВОСТІ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ</b> .....	33
3.1 Огляд асортименту печива в торговельній мережі м. Одеси .....	33
3.2 Оцінка відповідності стану пакування та маркування споживчої тари печива .....	36
3.3 Оцінка якості печива за органолептичними та фізико-хімічними показниками.....	43
3.4 Застосування заходів нетарифного регулювання експорту печива Марія ТМ «Ярич» .....	47
3.5 Визначення країни походження печива Марія ТМ «Ярич» та застосування преференційних заходів.....	51
<b>Висновки до розділу 3</b> .....	55
<b>РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ</b> .....	57
4.1 Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів на підприємстві .....	57
4.2 Розміщення виробничого устаткування при організації робочого місця товарознавця на підприємстві роздрібною торгівлі.....	58
4.3 Забезпечення нормованих показників мікроклімату .....	59
4.4 Забезпечення нормованих значень шуму і вібрації .....	59
4.5 Забезпечення нормованих показників освітлення.....	60
4.6 Заходи і засоби захисту працюючих від ураження електричним струмом .....	60
4.7 Вимоги безпеки під час експлуатації персонального комп'ютера.....	61
4.8 Пожежовибухобезпека, заходи і засоби.....	62
4.9 Шляхи евакуації.....	62
<b>Висновки до розділу 4</b> .....	63
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	64
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	67
<b>ДОДАТКИ</b> .....	71

## ВСТУП

Виробництво печива - це складний та мультисекторальний процес, що включає в себе ряд етапів, від підготовки сировини до фасування готової продукції

Виробництво печива є складним технологічним процесом, який вимагає дотримання високих стандартів якості та безпеки, а також врахування смакових та естетичних вимог споживачів.

Печиво можна віднести до групи продуктів харчування, зокрема до категорії кондитерських виробів. Це вироби з високим вмістом вуглеводів, які часто мають високу калорійність і можуть містити такі основні інгредієнти, як мука, цукор, масло, яйця та ароматизатори.

Ці технології допомагають виробникам печива забезпечити стабільну якість продукції і відповідати вимогам споживачів та стандартам безпеки харчових продуктів.

Об'єктом дипломної роботи є печиво Марія трьох торгових марок.

Методи дослідження: дослідження органолептичних, фізико-хімічних показників якості.

Метою дипломної роботи є товарознавча оцінка печива, що реалізуються в супермаркетах м.Одеси та особливості митного регулювання при переміщенні через кордон України.

Основними завданнями дипломної роботи є:

- аналіз сучасного стану розвитку імпортно-експортних операцій;
- розглянути методологію визначення коду печива згідно до української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності;
- провести оцінку відповідності пакування, маркування;
- провести органолептичну оцінку якості печива;
- визначення країни походження печива та застосування преференційних заходів;

## РОЗДІЛ 1

### СТАН РИНКУ ТА ФАКТОРИ, ЩО ФОРМУЮТЬ ЯКІСТЬ ПЕЧИВА

#### 1. Загальні тенденції розвитку ринку кондитерських виробів

Однією з розвинутих галузей промисловості України є кондитерська галузь. Даний сегмент характеризується високим рівнем конкуренції, насиченістю, присутністю великих іноземних компаній, що обумовлює широкий асортимент продукції. Великі кондитерські компанії працюють здебільшого на зовнішні ринки та постійно нарощують експорт, а малі та середні підприємства – працюють на внутрішній ринок України. Також слід зазначити, що на внутрішньому ринку України ще не так багато підприємств, що виробляють продукцію з аерованими масами, желе, мармелад, пастилу, маршмелоу тощо, український кондитерський ринок більш спрямований на виробництво виробів з шоколаду, різних видів печива тощо. Тому обсяги імпорту продукції в досліджуваному сегменті досить високі, однак все ж значно нижчі за виробництво.

Основними факторами впливу на ринок кондитерських виробів з взбитими масами є:

- ціна на сировину (як вітчизняну, так і імпорту);
- споживчі настрої та вподобання;
- присутність міжнародних компаній на ринку України;
- наявність товарів-замінників;
- купівельна спроможність населення;
- поява нових технологій в галузі.

Даний ринок характеризується тим, що потребує постійного оновлення асортименту продукції, за рахунок нового оздоблення, смакових поєднань тощо.

На даний момент на ринку відіграє вагомий роль і упаковка продукції, тому що перед вживанням продукції, покупець спочатку повинен зацікавитися продуктом, для цього і потрібен правильний і цікавий дизайн упаковки: його естетична грамотність, новизна, візуальне сприйняття тощо. Трендом на ринку є впровадження екологічної упаковки, так як в Україні, як і в світі в цілому, почався

процес глобального захисту природи, і кожен розуміє значимість екологічності упаковки в світі.

Одним із ключових трендів розвитку і зростання світових продажів цієї категорії є впровадження інноваційних продуктів з новими смаками, ароматами, текстурами, формами і упаковками.

Ще одним важливим світовим трендом, що впливає на всю кондитерську галузь і на вироби з цукру зокрема, є тренд до здорового способу життя. Він є найбільш сильним у розвинених країнах з високим рівнем доходів. Цей тренд стримує зростання кондитерської продукції з цукру в розвинених країнах і переміщує фокус на країни, що розвиваються, насамперед, Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Близького Сходу.

У 2019 році, не дивлячись на зростання виробництва, ринок досліджуваної кондитерської продукції дещо просів, оскільки українські виробники більшу частку продукції відправили на експорт, а через високі імпорتنі ціни імпортовано було менше, ніж у 2018 році. Хоча в грошовому вираженні, знову ж таки, через високі імпорتنі ціни в цей період спостерігалось зростання ємності ринку.

2020 рік став невдалим для ринку: ємність ринку знизилася, головним чином через негативний вплив карантинних обмежень на промисловість, а також через падіння купівельної спроможності населення в період карантину.

В перші 5 місяців 2021 року українські виробники, імпортери та експортери на ринку намагались компенсувати недоотримане в 2020 році: бачимо зростання усіх складових ємності ринку і самої ємності ринку.

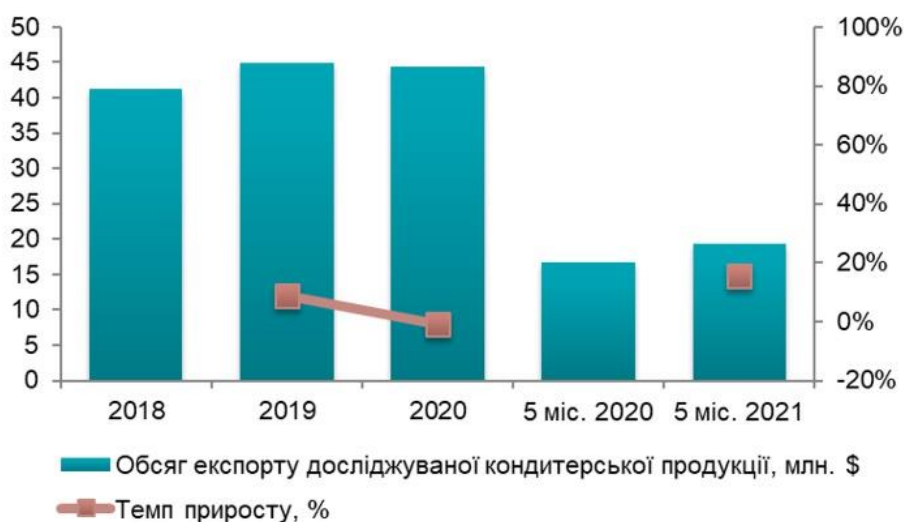
Зважаючи на те, що український ринок кондитерської продукції мав перспективи на зовнішніх ринках (експорт перевищує імпорт), виробники мають підстави для нарощення обсягів виробництва. Таке зростання відбулося в 2019 році. Через пандемію, обсяги виробництва дещо впали у 2020 році, однак уже в перших 5 місяцях 2021 року відбулось відновлення обсягів виробництва.



Джерело: за даними Державної служби статистики України, звітності підприємств,

**Рисунок 1.1 - Динаміка виробництва досліджуваної продукції в Україні в 2018-5 міс. 2021 рр., в грошовому вираженні, млн. \$**

Незважаючи на розвиток пандемії в світі, експорт кондитерських виробів зі збитими масами набирає обертів. Бачимо зростання обсягів експорту в 2019 році, в 2020 обсяги знизилися всього на 1%, що не так багато, зважаючи на жорсткість карантинних обмежень у цей період, в 2021 бачимо, що розпочалося відновлення темпів торгівлі даною продукцією з закордоном.

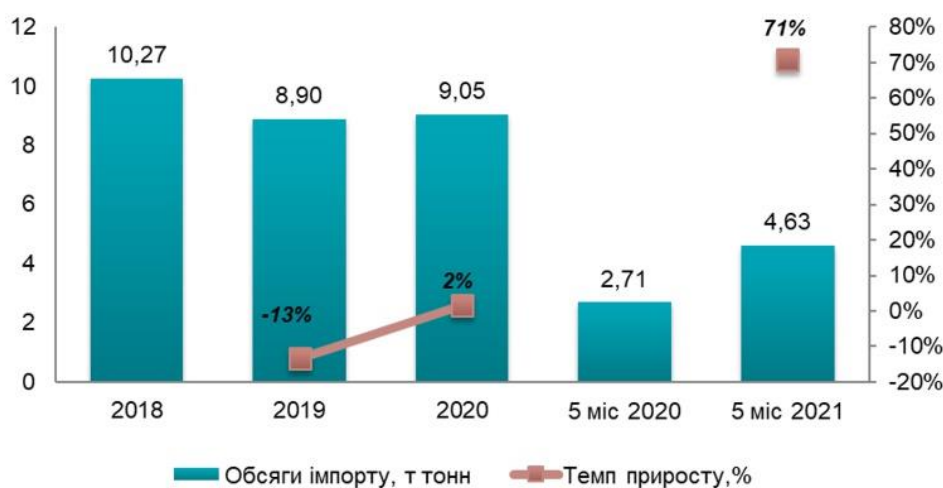


Джерело: за даними Державної служби статистики України, Митної служби України

**Рисунок 1.2 - Динаміка експорту кондитерських виробів зі збитими масами з України в 2018- 5 міс.2021 рр, грошове вираження, млн. дол. США**

В структурі експорту досліджуваних кондитерських виробів переважну частку мають вироби з желе чи мармеладом (вафлі, шоколадки, цукерки та інші, не включаючи печиво). Дана категорія наповнена в основному за рахунок желейних і мармеладних цукерок.

В натуральному вираженні обсяг імпорту у 2020 році скоротився на 12% в порівнянні з 2018 роком і склав 9,05 тис. тонн. Таке скорочення імпорту можна пояснити поширенням на території України міжнародних компаній з виробництва кондитерських виробів. Вони виробляють на території країни продукцію зарубіжних брендів. А також нарощенням виробничих потужностей великих вітчизняних компаній та загальним скороченням споживання солодоців.



Джерело: за даними Державної служби статистики України, Митної служби України

**Рисунок 1.3 - Динаміка імпорту кондитерських виробів зі взбитими масами в Україну в 2018- 5 міс.2021 рр, натуральне вираження, тис. т**

Ринок кондитерських виробів України за насиченістю та асортиментом наближається до європейських країн. Кондитерські вироби включають близько дві тисячі найменувань, з яких понад 90 % ринку солодоців належить вітчизняній продукції. Кондитерські вироби поділяють на три групи. Цукристі – ця група включає в себе карамельні цукерки, ірис, зефір, пастилу, східні солодоці, желейні цукерки тощо. Шоколадні – батончики, плитки шоколаду, шоколадні цукерки тощо. Борошняні – торти, тістечка, пряники, вафлі, бісквіти, печиво тощо.

Кондитерський виріб, до складу якого входить какао, – це шоколад у різних формах, шоколадні цукерки, цукристі вироби, покриті шоколадною глазур'ю. Ну а кондитерські вироби, до складу яких входить борошно, всім добре відомі, це торти, тістечка, печиво, рулети тощо.

Аналіз ринку кондитерських виробів України показує, що не всі солодощі подобаються нашим співвітчизникам однаково. У вітчизняних споживачів є свої улюбленці, про які розповім нижче. Розвиток ринку відбувався набагато динамічніше порівняно з попередніми роками. За результатами аналізу, кондитерський ринок України додав у грошовому обсязі відразу 25,1% порівняно з минулим роком і досяг показника 20,5 млрд грн (без урахування тіньового ринку). Вийшов такий непоганий солодкий фінансовий торт, і дістався він переважно вітчизняним виробникам, оскільки частка імпорту, хоч і трохи зросла, але не перевищила шести відсотків.

Як свідчить аналіз ринку кондитерських виробів в Україні, не вся продукція однаково вигідна для виробників. У натуральному вираженні більш як половина (55,3%) солодощів, що випускаються, – це борошняні вироби, шоколадні продукти разом займають 23,6% в загальному обсязі. Якщо ж розглянути структуру цього ринку в грошовому вираженні, то 26,6% його обсягу було забезпечено за рахунок продажів шоколадних плиток, виручка від печива і бісквітів склала 19,5%, ще 17,3% додали шоколадні цукерки, а на четвертому місці з часткою 15% виявився шоколад у коробках і пакетах.

Кондитерський ринок України з його високою конкуренцією вимагає від своїх суб'єктів проведення продуманої цінової політики. Найбільше виграли ті, хто стримував бажання підняти ціни, вкладався в рекламу, вносив цікаві для споживачів зміни в асортиментну лінійку. З іншого боку, ринок кондитерських виробів України навчив покупців уважніше ставитися до вибору солодкої продукції. Тепер фокуси виробників з керуванням ціною за рахунок зниження ваги, збільшення обсягу пакувальної коробки або спрощення рецептури вже не проходять, а розглядаються як спроба обману, що тут же негативно відбивається на

репутаційному тлі навколо компанії. В результаті кондитери змушені діяти набагато тонше, розвиваючи додаткові бюджетні лінійки продукції. Наприклад, замість цільної плитки шоколаду можна купити дешевшу шоколадку з наповнювачем. Багато покупців розглядають такий варіант як можливість спробувати нові смаки. Найбільше зросли продажі шоколадних плиток з цільними горіхами, плюс 77,4% порівняно з минулим роком. Кондитерський ринок України не обмежується тільки відносинами в системі виробник – кінцевий споживач. Тут існує і розвивається сегмент, який дуже цікавий для міні-пекарень, операторів готельно-ресторанного сектора, сервісів швидкої доставки їжі в офіси та інших бізнесів із сфери громадського харчування. Усі вони із задоволенням купують заморожені напівфабрикати кондитерських виробів. Згідно з результатами проведеного маркетингового дослідження, основними факторами розвитку цього сектора ринку є: зростання кількості малих пекарень, які можуть дуже легко змінювати асортимент продукції відповідно до запитів клієнтів; популярність пекарень-кафе, де можна не тільки купити свіже кондитерський виріб, але і тут же спробувати його; широке застосування при виробництві напівфабрикатів сучасних технологій з високим ступенем автоматизації, що дозволяє випускати великий спектр продукції високої якості.

## **1.2 Ринок печива в Україні**

Ринок печива почав активно перебудовуватись в 2020 році, з початком світової епідемії COVID-19. Під час пандемії товарна група крекерів, сендвічів і снєків скоротилася через зміну формату відпочинку споживачів - вони перестали проводити час в колективі і самоізолювались. Також "корона" змінила закупки домогосподарств, споживач почав запасатися продуктами на пару тижнів наперед. Відповідно, споживачі перейшли на акційні пропозиції, великі "сімейні" пакування і покупку одразу двох-трьох пачок печива.

З початком повномасштабного вторгнення в Україну ринок перегрупувався, а основні компанії виробники переглянули свої канали продажу в бік експорту в

інші країни. Тренд не змінився і в 2024 році – експорт продовжив зростати через спрощення умов торгівлі з країнами ЄС.

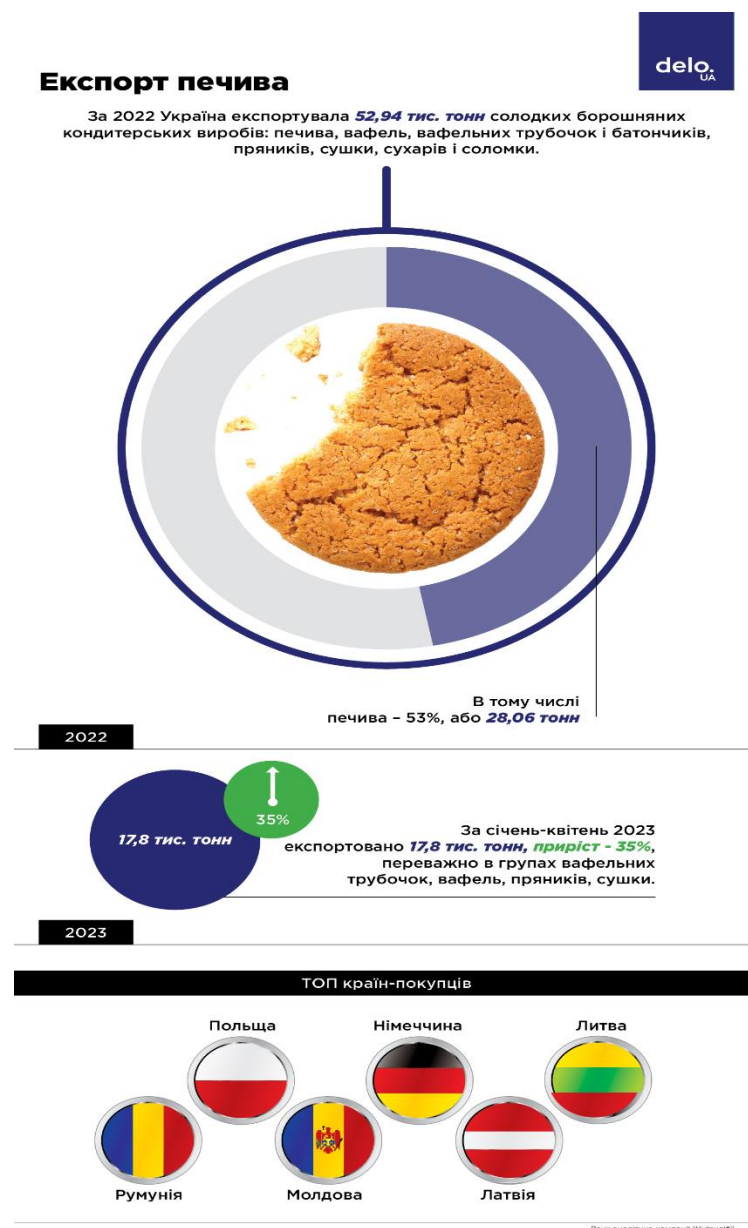


Рисунок 1.4 – експорт печива за січень-квітень 2023 року

У свою чергу, імпорту солодкої борошняної кондитерської продукції в Україну в 2022 році склав 33,23 тис. тонн, а його приріст за січень-квітень 2023 року досяг 8% порівняно з аналогічним періодом 2022 року. 75% імпортованої продукції відвантажується із країн ЄС.

Ціни на печиво підтягуються вслід за інфляцією. Виробники обережно ставляться до ціноутворення, оскільки будь-яке здорожчання печива приводить до значних втрат об'ємів продаж. Наприклад, в 2023 році здорожчання печива буде

виваженим і триматиметься в діапазоні 7-10% за рік, тобто не перевищить прогнозний показник інфляції.

Також виробники зменшують об'єм упаковки, оберігаючи таким чином психологічний стан споживача. При цьому виробник знаходиться в постійному протиріччі - забезпечити нормальну якість товару за нормальною ціною, і при цьому самому вижити. Нажаль, в умовах війни цей баланс зберігати стає все складніше, і частину товарних позицій доводиться тимчасово знімати з виробництва, констатує представник компанії.

Через війну "українське" печиво стає імпортом. На початку великої війни припинив роботу головний завод міжнародної корпорації Mondelez в Тростянці Сумської області. Наслідки зупинки підприємства і зараз можна побачити на полицях магазинів – близько 90% асортименту компанії складає імпорт таких, як "Барні" чи Огео, які до початку війни вироблялись в Україні.

Інші великі компанії виробники на ринку з великою часткою в окремих регіонах, це харківський "Бісквіт -Шоколад" і ТОВ Грона з Київської області. Обидві вищеназвані компанії фокусуються на окремих торговельних мережах і налагоджують збут продукції у великих національних торговельних мережах - "АТБ", "Сільпо" та інших.

В свою чергу, "Київхліб" досить стабільно розвивається і нарощує свою частку на ринку за рахунок своєї сталої аудиторії споживачів і "соціального" сегменту. Цей сегмент зараз стабільний, тоді як через виїзд населення з країни найбільше постраждали розраховані на цільового покупця продукти, насамперед для дітей та жінок.

Частка «private label» стабільно зростає. Марки товарів, створених іншим виробником на замовлення торговою мережі, постійно зростає, в тому числі і в 2023 році. Як правило, "приват" у торговельних мережах представлений соціальними продуктами. Деякі підприємства виробляють до 90% соціальних позицій в форматі "приват": печива "Марія", цукрового печива, сушки, сухарів. При цьому одна

торгова мережа може мати кілька брендів "приват" в різних цінових категоріях, тим самим розділяючи бренди для різних груп споживачів

З початком повномасштабної війни вітчизняні виробники переорієнтували виробництво на експорт, найбільшими його покупцями стали країни короткого плеча доставки - Румунія, Польща, Молдова, Ізраїль і Болгарія. Ці країни відвантажували продукцію досить широкого асортименту - 10-12. Переваги роботи на зовнішні ринки – швидка валютна виручка, збалансований асортимент і відсутність стандартних для України складнощів при розрахунках з торговими мережами, таких як відстрочки платежів до 120 днів і додаткових маркетингових витрат з боку ритейлерів.

## **1.2 Фактори, що формують якість печива**

Борошняні кондитерські вироби є великою групою різноманітних, переважно здобних виробів з високим вмістом цукру, жиру, білкових речовин. Вони характеризуються високою поживністю, енергетичною цінністю і вживаються не тільки як ласощі, але і деякі з них замість хліба.

Основною сировиною для виробництва борошняних кондитерських виробів є пшеничне борошно, цукор, жири, ячні, молочні і інші продукти. Для розпушування теста в більшості випадків використовують хімічні розпушувачі: соду, вуглекислий амоній, які при випічці виробів розкладаються з виділенням газоподібних продуктів і обумовлюють лужну реакцію тіста. Частіше застосовують суміш розпушувачів, що дозволяє понизити лужність виробів і виключити запах аміаку. Дріжджі використовують лише для деяких видів виробів, що містять невелику кількість жиру і цукру, оскільки останні пригніблюючи діють на дріжджові клітки.

Залежно від рецептури і технології виготовлення борошняні кондитерські вироби підрозділяють на печиво, крекер, галети, пряники, вафлі, тістечка, торти, кекси, рулети, ромові баби.

Печиво – найпоширеніший вид борошняних кондитерських виробів. Його виготовляють з борошна пшеничного вищого, 1-го і 2-го сортів, а також з борошна вівсяного з додаванням цукру, жирів, молочних продуктів, ароматичних речовин, хімічних розпушувачів.

Печиво залежно від рецептури і способу приготування підрозділяють на цукрове, що випікається з пластичного тіста; зтяжне, що випікається з еластично-пружного тіста, і здобне – з тіста, різноманітного за своїми властивостями.

Виробництво печива включає такі операції, як приготування тіста, формування виробів, випічка, охолодження, упаковка, для деяких видів – обробка поверхні.

Приготування тіста проводиться замісом або збиттям сировини, передбаченої рецептурою. Відмінність у властивостях цукрового і зтяжного тіста досягається як різним вмістом цукру і жиру, так і технологічними умовами замісу тіста. В тісті для цукрового печива більша кількість цукру і жиру, низька температура і вологість тіста, нетривалий заміс обмежує набухання білків клейковини, тому тісто пластичне, добре зберігає форму, що надається, і малюнок. При замісі тіста для зтяжного печива створюються умови для більш повного набухання білків клейковини (більша вологість, підвищена температура тіста, тривалий заміс, менше цукру і жиру) і, отже, для отримання пружного тіста.

Замішане тісто пропускають між вальцями. При цьому безформені шматки тіста перетворюються на тістову стрічку. Тісто для зтяжного печива піддається багатократному катанню і набуває шарувату структуру.

Формування виробів з тіста проводиться за допомогою штампуючих, ротаційних або тістовижимних машин. На зтяжному печиві робляться проколи, щоб запобігти утворення пухирів при випічці.

Випікають відформовані вироби в газових печах безперервної дії із заданим температурним режимом (160-200, 250, 300-350°C) протягом 25-35 хв.

Випечене печиво охолоджують, при цьому вони набувають деякої міцності. Поверхню деяких видів печива обсипають цукром, покривають шоколадною або помадною глазур'ю, перешаровують начинкою і т.д.

Завдяки більшому вмісту цукру цукрове печиво має більш солодкий смак, виражене забарвлення поверхні, значну пористість, крихкість, характерний малюнок. Асортимент печива формується залежно від сорту борошна і рецептури. З борошна вищого сорту виробляють печиво «Апельсинове», «До кави», «Пряжене молоко», «До чаю», «Корівка», «Калорійне», «Відрадне», «Молочне», «Ювілейне» і ін.; з борошна 1-го сорту – «Буратіно з маком» (з горіхами, родзинками), «Курортне», «Чудодій», «Садко», «Чайне», «Шахове», «Поляна»; з борошна 2-го сорту – «Комбайнер», «Північне», «Новина».

Затяжне печиво містить менше цукру і жиру, має шаруватість, меншу крихкість ніж цукрове. Поверхня печива в основному гладка, має нескладний малюнок і проколи, більш світлий колір. З борошна вищого сорту випікають печиво: «Дитяче», «Марія», «Шкільне», «Томатне», «Нове» і ін.; з борошна 1-го сорту – «Крокет», «Зоологічне», «Лотос», «Какаду», «Новина», «Спорт» і ін.; з борошна 2-го сорту – «Суміш № 12».

Здобне печиво на відміну від цукрового і затяжного містить більше цукру, жиру, яєчних і молочних продуктів. Виробляють його в основному з борошна вищого сорту. Це печиво невеликих розмірів, різноманітної форми, переважно із зовнішньою обробкою або прошарком з начинок.

Здобне печиво залежно від способу приготування і рецептури підрозділяють на пісочне, збивне, горіхове, сухарі, типа тістечок та ін.

- пісочне печиво (виймальне і відсадне) схоже на цукрове, але відрізняється від нього великим вмістом жиру і цукру, фігурною формою, обробкою поверхні. Асортимент: «Моє улюблене», «Листя», «Масляне», «Кураб'є», «Черепашка», «Мулатка», «Пісочне», «Пісочно-фруктове» і ін.

- збивне печиво (бісквітно-збивне і білково-збивне) готують з рідкого збитого тіста, вироби виходять пишними і крихкими. Асортимент: «Ласунка», «Горіхове», «Квітка», «Палочка-виручалочка» і ін.

- горіхове печиво за рецептурою містить ядра мигдалю або інших горіхів, які після розтирання з цукром і яечним білком замішують з борошном і іншими компонентами. Асортимент: «Слов'янське», «Мигдалеве», «Артемон», «Поліно».

- печиво-сухарі за способом приготування і зовнішнім виглядом має схожість із здобними сухарями, але відрізняється від них значним вмістом жиру, цукру і яєць, в деякі вироби додають родзинки або цукати. Асортимент: «Київські хлібці», «Московські хлібці».

- печиво типу тістечок: «Мрія», що виготовляється із заварного напівфабрикату у формі трубочки, заповненою начинкою і глазурована шоколадом, «Еклер», «Трубочка «Пломбір», «Павутинка», «Каштан» та ін.

Факторами, що формують якість печива є склад і якість сировини. Використання високоякісних інгредієнтів, таких як свіжа мука, якісне масло і свіжі яйця, може значно впливати на якість печива. Технологічні процеси. Ефективне змішування і збереження тіста, правильна температура та тривалість випікання, а також процеси охолодження та упакування важливі для створення печива з належною текстурою, смаком і зберіганням. Рецептатура і рецептурні відношення. Вірне співвідношення інгредієнтів у рецепті печива дозволяє досягти балансу між смаком, текстурою та структурою виробу. Санітарно-гігієнічні умови. Дотримання високих стандартів санітарії та гігієни на всіх етапах виробництва є важливим для запобігання забруднення продукції та забезпечення безпеки споживання.

Щодо сучасних технологій перевірки якості печива, існують різні методи і пристрої, наприклад імпедансний аналізатор. Цей пристрій вимірює електричний опір тіста або випічки для визначення вологості, структури та консистенції продукту. Спектроскопія ближнього інфрачервоного випромінювання (NIR). Цей метод дозволяє аналізувати хімічний склад печива, включаючи вміст жирів, білків, цукрів та вологи. Ультразвуковий тестувальний обладнання. Використання

ультразвуку дозволяє оцінювати структуру тіста та випічки, виявляти вироби з неправильною текстурою або структурою. Візуальні системи перевірки. Камери та програмне забезпечення для візуального контролю можуть виявляти дефекти на поверхні печива, такі як тріщини або нерівності.

#### 1.4 Аналіз торгівельних операцій ринку печива

Якщо проаналізувати структуру виробництва кондитерських виробів в розрізі товарних груп, то відповідно нині дешеві товарні групи продукції відзначаються більшою часткою у структурі виробництва борошняних кондитерських виробів в Україні (рис. 1.5).

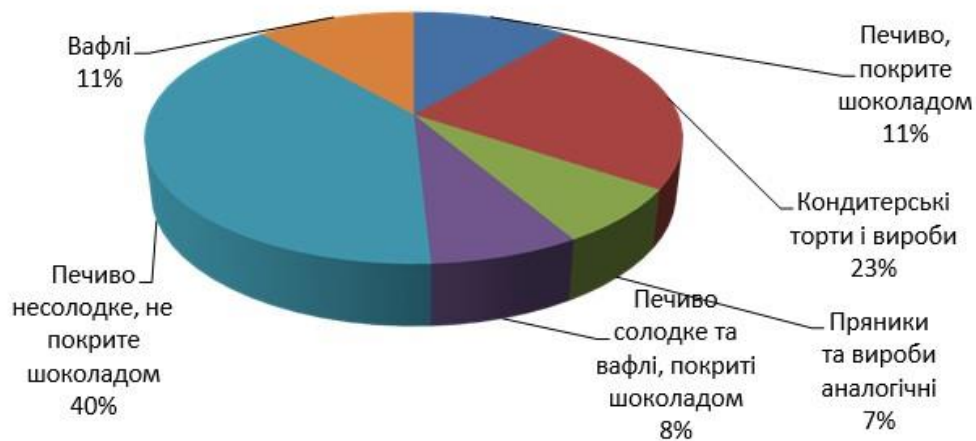


Рис. 1.5 – Структура виробництва основних борошняних кондитерських виробів в Україні у 2020 р., % [50]

Встановлено, що у 2020 р. найбільша частка у виробництві борошняних кондитерських виробів в Україні припадала на: печиво солодке, непокрите шоколадом або какао продуктами – 40 %; торти, кондитерські вироби та хлібобулочні вироби з доданням підсолоджувальних речовин – 23%; вафлі та вафельні облатки, непокриті шоколадом або какао продуктами – 11%; несолодке печиво, непокрите шоколадом або іншими сумішами, що містять какао – 11,3 %. Дещо дорожча продукція, зокрема печиво солодке та вафлі, покриті шоколадом або какао продуктами, становила у структурі виробництва 8%. Визначення тенденцій та перспектив розвитку кондитерської галузі України

Висока конкуренція на світовому ринку спонукає виробників кондитерської продукції до пошуку нових підходів для отримання популярності серед споживачів.

Враховуючи поточний стан справ у кондитерській галузі України, можна виділити наступні проблеми та перспективи її розвитку.

**Сировина.** Процес виробництва кондитерської продукції є досить матеріаломістким, що зумовлює значну чутливість виробників до стану ринків цукру та какао-бобів. Останні є імпортною сировиною, таким чином, вітчизняні кондитери є досить чутливими до валютних ризиків. Також слід зазначити, що в 2019 році можна очікувати деяке послаблення позицій українських виробників у шоколадному сегменті.

Що стосується ринку цукру, то він характеризується високим ступенем державного регулювання, що негативно позначається на його учасниках. При цьому слід зазначити, що виробництво борошняної та цукрової кондитерської продукції цілком забезпечується вітчизняною сировиною.

**Експорт.** Як уже зазначалось, українська кондитерська галузь є залежною від експорту, тому запровадження торгівельних обмежень з боку країн Митного союзу негативно впливає на її динаміку та зумовлює пошук нових ринків. Українські виробники також наражаються на високі політичні ризики. Підписання Україною угоди про асоціацію з ЄС, відповідно до якої митні тарифи країн Євросоюзу на українську продукцію суттєво знижуються, для вітчизняних кондитерів відкриється найбільш місткий регіональний ринок, що стимулюватиме вітчизняну галузь до нарощування обсягу виробництва.

З іншого боку, кондитерський ринок Євросоюзу є досить насиченим, що потребує від українських виробників розширення власного асортименту, а також приведення якості продукції до європейських стандартів, причому для конкурування з європейською продукцією не тільки на зовнішньому ринку, а й на внутрішньому. При цьому вітчизняні кондитери поступово відкривають виробничі

майданчики на території інших країн, таким чином кондитерська галузь має всі шанси стати першою транснаціоналізованою в Україні [41, 45].

Споживачі. Рівень споживання кондитерських виробів в Україні є значно нижчим, ніж у країнах ЄС, що зумовлюється низьким порівняно з європейським рівнем доходу. Покращення економічної ситуації в Україні опосередковано дасть поштовх для розвитку, в першу чергу, шоколадного сегменту, продукція якого, зважаючи на більш високу вартість, поступається в споживчих вподобаннях продукції цукрового сегменту. При цьому останнім часом попитом на вітчизняному ринку користуються складні (комбіновані) кондитерські вироби.

Збут продукції. Однією з проблем реалізації кондитерської продукції в Україні є складні відносини кондитерів з роздрібними мережами. Враховуючи дефіцит торгових площ та невелику кількість великих торговельних мереж, останні здатні диктувати кондитерам свої умови. При цьому, платіжна дисципліна контрагентів є низькою, і кондитери вимушені співпрацювати з ритейлерами в умовах постійного товарного безвідсоткового довгострокового кредитування.

Розподіл ринку. Наразі кондитерський ринок України є висококонкурентним та насиченим. Більшу частину продукції виробляють та реалізують 5-10 кондитерських компаній. На нашу думку, у наступні декілька років рівень концентрації українського кондитерського ринку підвищуватиметься, оскільки головною передумовою розвитку галузі є удосконалення виробництва, що потребує значних капітальних інвестицій, які є непосильними для дрібних кондитерських виробників.

### **Висновки до розділу 1.**

Наразі кондитерський ринок України є висококонкурентним та насиченим. Більшу частину продукції виробляють та реалізують 5-10 кондитерських компаній. На нашу думку, у наступні декілька років рівень концентрації українського кондитерського ринку підвищуватиметься, оскільки головною передумовою

розвитку галузі є удосконалення виробництва, що потребує значних капітальних інвестицій, які непосильними для дрібних кондитерських виробників.

Факторами, що формують якість печива є склад і якість сировини. Використання високоякісних інгредієнтів, таких як свіжа мука, якісне масло і свіжі яйця, може значно впливати на якість печива. Технологічні процеси. Ефективне змішування і збереження тіста, правильна температура та тривалість випікання, а також процеси охолодження та упакування важливі для створення печива з належною текстурою, смаком і зберіганням. Рецептúra і рецептурні відношення. Вірне співвідношення інгредієнтів у рецепті печива дозволяє досягти балансу між смаком, текстурою та структурою виробу. Санітарно-гігієнічні умови. Дотримання високих стандартів санітарії та гігієни на всіх етапах виробництва є важливим для запобігання забруднення продукції та забезпечення безпеки споживання.

Через війну "українське" печиво стає імпортом. На початку великої війни припинив роботу головний завод міжнародної корпорації Mondelez в Тростянці Сумської області. Наслідки зупинки підприємства і зараз можна побачити на полицях магазинів – близько 90% асортименту компанії складає імпорт таких, як "Барні" чи Огео, які до початку війни вироблялись в Україні.

Ціни на печиво підтягуються вслід за інфляцією. Виробники обережно ставляться до ціноутворення, оскільки будь-яке здорожчання печива приводить до значних втрат об'ємів продаж. Наприклад, в 2023 році здорожчання печива буде виваженим і триматиметься в діапазоні 7-10% за рік, тобто не перевищить прогнозний показник інфляції.

## РОЗДІЛ 2

### ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ

#### 2.1 Об'єкти дослідження

Об'єктами досліджень є три зразки печива, однієї асортиментної групи різних виробників. Це надає змогу порівнювати рівень якості виробництва різних торгових марок (виробників).

Таблиця 2.1 — Об'єкти дослідження

№	Найменування продукту, ТМ	Виробник	Нормативний документ
1	Печиво «Yaguch» Марія	ТОВ «КФ «Ярич»», вул. Заводська 1, с. Старий Ярич, Львівська обл., Україна	ТУУ 10.7-36767366-001:2020
2	Печиво «Лагода» Марія з фруктозою	ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода», вул. Став'янка 99, м. Кагарлик, Київська обл., Україна.	ТУУ 10.7-32967502-002:2020
3	Печиво «Gullon» Марія	ТОВ «Галетат Гуллон», С.А., Авеніда Де Бургос, 2, Агілар Де Кампу (Пленсія) Іспанія.	Не зазначено

Отже для дослідження було обрано печиво вітчизняних виробників, а саме торгові марки «Ярич» і «Лагода», та імпортного виробництва «Gullon» .

В подальшій роботі обрані зразки будуть зашифровані як:

Зразок 1 – ТМ «Ярич»;

Зразок 2 – ТМ «Лагода»;

Зразок 3 – ТМ «Gullon».

#### 2.2. Методи досліджень

Для визначення показників якості обираються методи за чинною нормативною документацією, які вказані в табл.2.2.

Таблиця 2.2 — Методи дослідження

Показник якості	Нормативний документ
Органолептичні показники Зовнішній вигляд та консистенція Колір Смак та запах Масова частка розчинених сухих речовин	ГОСТ 5897-90 Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин.  ГОСТ 5900-73 Вироби кондитерські. Методи визначення вологи і сухих речовин.
Масова частка титрованих кислот	ГОСТ 5898-87 Вироби кондитерські. Методи визначення кислотності і лужності.
Масова частка золи і металомагнітних домішок.	ГОСТ 5901-87 Вироби кондитерські. Методи визначення масової частки золи і металомагнітних домішок.

Аналіз маркування здійснювався на відповідність вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів».

Перевірку відповідності стану пакування печива проводили за нормативним документом ДСТУ 3781:2014 «Печиво». «Загальні технічні умови».

#### Профільний метод

На другому етапі органолептичних досліджень результати дегустації представляють графічно у вигляді рисунків – профілів, використовуючи профільний метод. Профільний метод заснований на тому, що окремі смакові, нюхові та інші рецептори об'єднуючись, дають якісне нове відчуття смаку (поєднання органолептичних характеристик) продукту. Виділення найбільших характеристик для даного продукту елементів смаку і запаху дозволяє встановити профіль смакоти продукту, а також вивчити вплив інших факторів (якість сировини, режими виробництва, упаковки, умов зберігання).

Балова шкала, яка використовується:

0 – ознака відсутня

1 – тільки відомий або відчувається

2 – досить чітка інтенсивність

3 – помірна інтенсивність

4 – сильна інтенсивність

5 – дуже сильна інтенсивність

При поєднанні відкладених на осях точок-оцінок, утворюється характерна фігура – профілограма. Результати, отримані профільним методом і статистично оброблені, представляють графічно у вигляді профілів-прямокутників, профілів-півкола або у вигляді профілів повного кола.

### **2.3 Методологія визначення коду УКТЗЕД печива ТМ «Yaguch» Марія**

Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності – є товарною номенклатурою Митного тарифу України, що прийняти відповідно до Закону України «Про Митний тариф України» від 19.10.2022 № 2697-ІХ.

УКТ ЗЕД розроблена на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів та Комбінованої номенклатури Європейського Союзу. Визначення коду УКТЗЕД здійснюється за для застосування до товару заходів тарифного та нетарифного регулювання.

У червні 1983 році у Брюсселі було прийнято Міжнародну конвенцію про Гармонізовану систему товарів, який вперше зафіксовано принцип цифрового кодування для класифікації товарів.

Указом Президента України від 17.05.2002 № 466/2002 "Про приєднання до Міжнародної конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів" Україна приєдналася до Конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів.

Розроблювачі ГС керувалися двома основними принципами поділу товарів на групи:

- 1) товари повинні мати самостійні відмітні ознаки;
- 2) товар, що включається до системи, має викликати зацікавленість для декількох країн. З цією метою використовувалися дані міжнародної та національної статистики зовнішньої торгівлі різних країн [3].

У Міжнародні конвенції, було встановлено, що ті країни, які використовують ГС, вони не мають права змінювати класифікацію товарів і їх код у межах шести знаків, до яких входить: товарна група, товарна позиція та товарна підпозиція.

Товарна група – перший рівень деталізації коду, які є сукупністю товарів, що їх об'єднують за ознакою однорідності сировини і матеріалу; за функцією, яку товар виконує; за ступенем обраним матеріалом. Товарна група має наскрізну нумерацію і номер групи представлений першим двома формами.

Товарна позиція – на цьому рівні товари об'єднані за так званими різноманітними і специфічними ознаками, що властиві кожному конкретному товару. Номер позиції відображається першими чотирма позиціями.

Товарні підпозиції – останній рівень деталізації товарів, на якому код товару і його текстовий опис відповідають ГС. Номер підпозиції відображає шестизначну деталізацію, в якій перші чотири знаки відповідають товарній позиції, в якій міститься ця підпозиція.

Згодом в 1988 році у ЄС було запропоновано комбіновану тарифно-статистичну номенклатура Європейського Союзу, що використовується у зовнішній торгівлі країнами ЄС. Комбінована тарифно-статистична номенклатура Європейського Союзу визначається за восьмизначними нумераціями, в якій перші шість цифр відповідають номеру підпозиції, яка включає товарну категорію.

З 1 липня 2011 року в Україні діє власна класифікація – УКТ ЗЕД, що містить опис товару та його десятизначний товарний код, яку має назву товарна підкатегорія.

УКТЗЕД поділена на 21 розділ та 97 товарних груп. Розділи позначаються римськими цифрами, а групи – арабськими цифрами. Цифри розділу не відображені в структурі коду товару. Назви розділів і груп наводяться виключно для зручності користування УКТ ЗЕД. Структура десяти знакового цифрового кодового позначення товарів в УКТ ЗЕД представлено на рис. 2.1



Рис. 2.1 Формування коду УКТ ЗЕД

Для визначення коду товару за УКТЗЕД використовуються наступні правила інтерпретації:

1. Назви розділів, груп і підгруп наводяться лише для зручності користування УКТ ЗЕД; для юридичних цілей класифікація товарів в УКТ ЗЕД здійснюється виходячи з назв товарних позицій і відповідних приміток до розділів чи груп і, якщо цими назвами не передбачено іншого, відповідно до таких правил:

2. (a) будь-яке посилання в назві товарної позиції на будь-який виріб стосується також некомплектного чи незавершеного виробу за умови, що він має основну властивість комплектного чи завершеного виробу. Це правило стосується також комплектного чи завершеного виробу (або такого, що класифікується як комплектний чи завершений згідно з цим правилом), незібраного чи розібраного;

(b) будь-яке посилання в назві товарної позиції на будь-який матеріал чи речовину стосується також сумішей або сполук цього матеріалу чи речовини з іншими матеріалами чи речовинами. Будь-яке посилання на товар з певного матеріалу чи речовини розглядається як посилання на товар, що повністю або частково складається з цього матеріалу чи речовини. Класифікація товару, що

складається більше ніж з одного матеріалу чи речовини, здійснюється відповідно до вимог правила 3.

3. У разі коли згідно з правилом 2 (b) або з будь-яких інших причин товар на перший погляд можна віднести до двох чи більше товарних позицій, його класифікація здійснюється таким чином:

(a) перевага надається тій товарній позиції, в якій товар описується конкретніше порівняно з товарними позиціями, де дається більш загальний його опис. Проте в разі коли кожна з двох або більше товарних позицій стосується лише частини матеріалів чи речовин, що входять до складу суміші чи багатокомпонентного товару, або лише частини товарів, що надходять у продаж у наборі для роздрібної торгівлі, такі товарні позиції вважаються рівнозначними щодо цього товару, навіть якщо в одній з них подається повніший або точніший опис цього товару;

(b) суміші, багатокомпонентні товари, які складаються з різних матеріалів або вироблені з різних компонентів, товари, що надходять у продаж у наборах для роздрібної торгівлі, класифікація яких не може здійснюватися згідно з правилом 3 (a), повинні класифікуватися за тим матеріалом чи компонентом, який визначає основні властивості цих товарів, за умови, що цей критерій можна застосувати;

(c) товар, класифікацію якого не можна здійснити відповідно до правила 3 (a) або 3 (b), повинен класифікуватися в товарній позиції з найбільшим порядковим номером серед номерів товарних позицій, що розглядаються.

4. Товар, який не може бути класифікований згідно з вищезазначеними правилами, класифікується в товарній позиції, яка відповідає товарам, що найбільше подібні до тих, що розглядаються.

5. На додаток до наведеного до зазначених нижче товарів застосовуються такі правила:

(a) футляри для фотоапаратів, музичних інструментів, зброї, креслярського приладдя, прикрас та подібні вироби, які мають спеціальну форму і призначені

для зберігання відповідних виробів або набору виробів, придатні для тривалого використання разом з виробами, для яких вони призначені, класифікуються разом з упакованими в них виробами. Це правило не поширюється на тару (упаковку), що становить разом з виробом одне ціле і надає останньому істотно іншої властивості;

(b) відповідно до правила 5 (a) тару (упаковку) разом з товарами, які в ній містяться, слід класифікувати разом з цими товарами, якщо вона належить до такого типу тари (упаковки), яка зазвичай використовується для упакування цих товарів. Це положення є необов'язковим, якщо ця тара (упаковка) придатна для повторного використання.

6. Для юридичних цілей класифікація товарів у товарних підпозиціях, товарних категоріях і товарних підкатегоріях здійснюється відповідно до назви останніх, а також приміток, які їх стосуються, з урахуванням певних застережень, положень вищезазначених правил за умови, що порівнювати можна лише назви одного рівня деталізації. Для цілей цього правила також можуть застосовуватися відповідні примітки до розділів і груп, якщо в контексті не зазначено інше [16].

Оскільки об'єктом переміщення через митний кордон України є печиво ТМ «Ярич» Марія, упакованого у непрозору упаковку флоупак. Для визначення коду було обрано розділ IV «Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замітники; продукти, з вмістом та без вмісту нікотину, призначені для вдихання без горіння; інші нікотиновмісні продукти, призначені для забезпечення надходження нікотину в тіло людини», який включає в собі групи 16 по 24, згідно з правилом інтерпретації 2b.

Продукт «печиво» відносять до Групи «Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, тістечка, печиво та інші хлібобулочні й 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», отже код групи 19. Позицію

було визначено завдяки посиланню на назву, а саме Позиція 1905 «печиво сухе солодке», отже код на рівні позиції – 4 знаків 1905). Для визначення підпозиції, було звернути увагу на основну відмінності печива від інших, тому було обрано Підпозицію 190531 «печиво солодке сухе», код на рівні 6 знаків 190531. Для визначення категорії, потрібно було вибрати між: «повністю або частково покрито шоколадом або какао продуктами» та «інший», нами обрана категорія 19053199 «інші». Підкатегорія не визначається, тому – «00», деталізація визначення коду УКТЗЕД печива Марія ТМ «Ярич» представлена у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Визначення коду УКТЗЕД печива Марія ТМ «Ярич»

№	Рівень деталізації	Отримані результати	Структура коду УКТЗЕД
	Розділ	Готові продукти із зерна зернових культур, борошна крохмалю або молока, борошняні кондитерські вироби	
1	Група	Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, тістечка, печиво та інші хлібобулочні й 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:	19
2	Позиція	печиво солодке сухе; вафлі та вафельні облатки	1905
3	Підпозиція	печиво солодке сухе	190531
4	Категорія	Інші	19053199
5	Підкатегорія	Інші	1905319900

Таким чином, печиво Марія ТМ «Ярич», згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності має код 1905309900, який визначається за для застосування до товару заходів нетарифного регулювання.

## РОЗДІЛ 3

## ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ПЕЧИВА ТА ОСОБЛИВОСТІ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

## 3.1 Огляд асортименту печива в торговельній мережі м. Одеси

Для того щоб обрати зразки для дослідження., спочатку провели огляд асортименту печива в торговельних мережах м.Одеси. Перелік асортименту печива в торговельній мережі «Таврія В» представлено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Асортимент печива в торговій мережі «Таврія В»

№	Найменування продукції	ТМ Країна походження	Вид тари
1	Печиво Американо	Наш хліб, Україна	Фірмові пакети
2	Печиво Вівсяне	Наш хліб, Україна	Фірмові пакети
3	Печиво Житомир Смуглянка з родзинками затяжне.	Наш хліб, Україна	Фірмові пакети
4	Печиво Вівсяне	Київхліб, Україна	Фірмовий пакет, 360 гр.
5	Печиво Вівсяне	Українська зірка, Україна	Фірмовий пакет, 400 гр.
6	Печиво Талер з насінням соняшника	Престиж, Україна	Коробка,350гр.
7	Печиво Супер Моніка	Деліція, Україна	Коробка,600 гр
8	Печиво Лагода з ароматом пряженого молока	Субота, Україна	Фірмовий пакет, 180г
9	Печиво Субота Загора до чаю	Субота, Україна	Фірмовий пакет, 190г
10	Печиво Субота Марія	Субота, Україна	Фірмовий пакет, 175г
11	Печиво Субота Казочки	Субота, Україна	Фірмовий пакет, 340г
12	Печиво вівсяне Українська Зірка Зернятко	Українська Зірка, Україна	Фірмовий пакет, 400г
13	Печиво Konti Топленкіно	Konti, Україна	Фірмовий пакет, 1 кг
14	Печиво Nefis Palmira	Молдова	Фірмовий пакет, 1 кг

15	Печиво Nefis Belus	Молдова	Фірмовий пакет, 1 кг
16	Печиво Домінік Двійнята	ТМ Домінік, Україна	Фірмовий пакет, 1 кг
17	Печиво-сендвіч Nutella	Німеччина	Фірмовий пакет, 340г
18	Печиво АВК Мажор вишня за 1 кг	АВК, Україна	Фірмовий пакет, 1 кг
19	Печиво Lukas Грильязне	Lukas, Україна	Фірмовий пакет, 290г
20	Печиво-сендвіч Bahlsen Ніт Шоколад	Німеччина	Фірмовий пакет, 220г

Як видно з таблиці 1.1 у торговельній мережі «Таврія В» пропонується доволі великий асортимент печива, представлено 20 позицій товару українських і закордонних виробників. Серед вітчизняних торговим марок представлені «Київхліб», «Українська зірка», «Престиж», «Деліція», «Акуга» та власна торгова марка Таврії – «Наш хліб» та Субота. Печиво фасовані у споживчу тару, яка представлена фірмовими пакетами та Коробками.

Асортимент печива представлений в торговельній мережі «Обжора», наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2-Асортимент печива в торговій мережі «Обжора»

№	Найменування продукції	ТМ.,Крїна походження	Вид тари
1	Печиво галети здобні	ST. MICHEL, Франція	Фірмова коробка, 130 гр
2	Печиво lovita з какао та шаматочками глазури	ROSHEN, Україна	Фірмова упаковка, 150 гр
3	Печиво вершковий смак бісквіт-шоколад	КОРІВКА, Україна	Фірмова упаковка, 180 гр
4	Печиво до кави з пряженим молоком	ROSHEN, Україна	Фірмова упаковка, 370 гр
5	Печиво наполеон пряжене молоко	GRONA, Україна	Фірмова упаковка, 228 гр

6	Печиво какао ваніль	OREO, Україна	Фірмова упаковка, 154 гр
7	Печиво пісочне roudor	ST. MICHEL, Франція	Фірмова коробка, 150гр
8	Печиво бісквіт шоколад смак вареної згущенки	33 корови, Україна	Фірмова упаковка, 180 гр
9	Печиво золоте кільце	Житомир, Україна	Фірмова упаковка, 200/215гр

Як видно з таблиці 1.2, в торговельній мережі «Обжора» асортимент печива більший, ніж в Таврії В, представлено 9 позиції товару. Більшість з них (7 товарних позицій) представлено вітчизняними виробниками, а саме: печиво ТМ "ROSHEN", «КОРІВКА», «GRONA», «OREO», «33 КОРОВИ», «ЖИТОМИР». Меншу частину асортименту представляє печиво іноземного виробника, а саме печиво виробництва Франції ТМ «ST. MICHEL». В даному супермаркеті печиво було фасовано в споживчу тару, яка представлена фірмовими упаковками та фірмовими коробками.

Асортимент печива представлений в торговельній мережі «Сільпо», наведено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3- Асортимент печива в торговій мережі «Сільпо»

№	Найменування продукції	ТМ.,Крїна походження	Вид тари
1	Печиво Феєрія	Biscotti, Україна	Фірмова коробка, 450 гр
2	Печиво «Марія» з молоком та кальцієм	Yaguch, Україна	Фірмова упаковка, 155 гр
3	Печиво з медом і горіхами	BelVita, Чехія	Фірмова коробка, 225 гр
4	Печиво вівсяне класичне	Богуславна, Україна	Фірмова коробка, 400 гр
5	Печиво Вушка здобне листкове	Топіуа, Україна	Фірмова коробка, 300 гр
6	Печиво «Савоярді»	Премія, Італія	Фірмова упаковка, 200 гр

7	Печиво «Хіт» какао	Bahlsen, Польща	Фірмова упаковка, 220 гр
8	Печиво «Марія»	Gullon, Іспанія	Фірмова упаковка, 200 гр
9	Печиво «Наполеон»	Грона, Україна	Фірмова упаковка, 72 гр
10	Печиво «Ругелакх»	Achva, Ізраїль	Фірмова упаковка, 400 гр
11	Печиво Dorada	Gullon, Іспанія	Фірмова упаковка, 200 гр
12	Печиво «Гарібальді»	Грона, Україна	Фірмова упаковка, 354 гр
13	Печиво Флоренсі	Житомирські ласощі, Україна	Фірмова упаковка, 335 гр
14	Печиво «Савоярді»	Nutri Free, Італія	Фірмова упаковка, 150 гр

У торговельній мережі «Сільпо» асортимент печива, було представлено 14 товарними позиціями. Половина продукції українського виробника торгова марка «Biscotti», ТМ «Yarych», ТМ «Богуславна», ТМ «Топіуа», «Грона», «Житомирські ласощі», а також половина (7 позиції) присутнє печиво імпортного виробництва («Премія» (Італія), «Gullon» (Іспанія), «BelVita» (Чехія), «Bahlsen» (Польща), «Achva» (Ізраїль), «Nutri Free» (Італія)).

Отже, з усіх торгових мереж, в яких проаналізовано асортимент печива, найбільший – у «Таврії В», найменший – в супермаркеті «Абжора». Найбільший відсоток імпортних виробників представлено в супермаркеті «Сільпо». Серед вітчизняного печива в кожній торговельній мережі зустрічається ТМ «Грона». Також Таврія В пропонує печиво під власними торговими марками. Смаки печива доволі різноманітні як у вітчизняних виробників так і імпортного виробництва.

### **3.2 Оцінка відповідності стану пакування та маркування споживчої тари печива**

Згідно з вимогами ДСТУ 3781:2014 Печиво. Загальні технічні умови «Печиво» фасуються в фірмові пакети або фірмові кондитерські лотки, що має забезпечувати безпечність та збереження поживної цінності продукту протягом

визначеного виробником строку придатності до споживання, при умові дотримання умов зберігання, встановлених виробником.

У разі укладання печива в ящики з гофрованого картону клапани кришок допускається змащу вати шаром клею, а місця стикування клапанів кришок повинні бути обклеєні клейовою стрічкою на паперовій основі згідно з ГОСТ 18251 чи Іншими плівками з клейовим шаром згідно з чинною нормативною документацією.

У кожний ящик з гофрованого картону повинен бути вкладений по периметру вкладиш з гофрованого картону.

Допускається під час пакування печива, фасованого на машинах типу «Флоупак» використовувати картонні коробки з подальшим пакуванням в ящики

У разі пакування вагового печива масою нетто до 4 кг допускається використання ящиків з гофрованого картону без вкладишів по периметру І хрестовини.

Пачки, коробки та пакети із зтяжним і цукровим печивом укладають у дощаті та фанери ящики згідно з ГОСТ 10131 чи багатооборотні ящики згідно з ГОСТ 11354 масою нетто, що не перевищує 16 кг, в ящики з гофрованого картону згідно з ГОСТ 13512 масою нетто не більшою, ніж 14 кг.

Коробки і пачки із здобним печивом укладають у дощаті або фанерні ящики масою нетто не більшою ніж 12 кг або в ящики з гофрованого картону масою нетто, що не перевищує 9 кг. Пакети із здобним печивом укладають в ящики масою нетто не більшою ніж 7 кг.

Дощаті ящики перед пакуванням у них коробок, пачок і пакетів вистилають пергаментом, підпергвментом. пергаміном, обгортковим чи парафінованим папером, а в ящиках з гофрованого картону або фанерних застилають лише дно і верхній ряд печива

За вимогою слецсложивача в фанерні ящики та ящики з гофрованого картону після вистилання додатково вкладають плівкові мішки-вкладиші згідно з ГОСТ 19360.

Зразок 1 (ТМ «Yaguch») упакований в непрозору упаковку. Упаковка «Флоупак». Упаковка ціла, без механічних пошкоджень, дуже зручна у використанні. Упаковка відповідає вимогам нормативного документа.

Зразок 2 (ТМ «Лагода») упакований в непрозору упаковку. Упаковка «Флоупак». Маса нетто печива 175 гр. Упаковка ціла, не містить подряпин, тріщин, або пухирців. Не має можливості повторного закривання. Упаковка достатньо зручна та відповідає вимогам нормативного документа.

Зразок 3 (ТМ «Gullon»). Упаковано в коробку. Маса нетто печива 400 гр. Коробка ціла, не містить подряпин, тріщин, або пухирців. Має паперову етикетку на нижній частині упаковки. Не має можливості повторного закривання. Упаковка достатньо зручна та відповідає вимогам нормативного документа.

Згідно вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» на споживчій тарі повинне містити такі показники:

- 1) назва харчового продукту;
- 2) перелік інгредієнтів;
- 3) будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, які наведені у додатку № 1 до цього Закону або походять з речовин чи продуктів, наведених у додатку № 1 до цього Закону, які використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і залишаються присутніми у готовому продукті, навіть у зміненій формі;
- 4) кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів у випадках, передбачених цим Законом;
- 5) кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання;
- 6) мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 7) будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби);
- 8) найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів,

відповідального за інформацію про харчовий продукт, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера;

9) країна походження або місце походження - у випадках, передбачених статтею 20 цього Закону;

10) інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;

11) для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць - фактичний вміст спирту у напої (крім продукції за кодом 2204 згідно з УКТ ЗЕД);

12) інформація про поживну цінність харчового продукту.

Інформація, нанесена на маркуванні споживчої тари печива, у відповідності до вимог ЗУ, представлена в таблиці 3.4

Таблиця 3.4 – Маркування споживчої тари

Дані, що нанесено	Зразок № 1	Зразок № 2	Зразок № 3
Назва харчового продукту	Печиво «Yarych» Марія	Печиво «Лагода» Марія з фруктозою	Печиво «Gullon» Марія
Перелік інгредієнтів	Борошно пшеничне в/с, цукор, вода питна, олія соняшникова високо олеїнова дезодорована виморожена з антиоксидантами (Е 306) 6,6%, крохмаль кукурудзяний сухий, <b>молоко сухе знежирене</b> , сіль кухонна, розпушувач тіста, ароматизатор «Ванілін»,	Борошно пшеничне вищого сорту, фруктоза 9,8%, жир рослинний (олія пальмова рафінована дезодорована відбілена, антиоксиданти: Е320, Е321), крохмаль кукурудзяний, сироп інертний (цукор, регулятор кислотності лимонна кислота), <b>сироватка молочна суха</b> , сіль кухонна, розпушувачі: вуглеоманійна	Пшеничне борошно 66%, заміник цукру, соняшникова олія високої якості 10%, білки соєві, розпушувачі: бікарбонат натрію, амонію, барвник: карамель, сіль, емульгатор: лецитин соєвий, ароматизатор ідентичний натуральному (ваніль), антиоксиданти: мета бісульфіт натрію.

	регулятор кислотності (кислота лимонна).	сіль, харчова, емульгатор лецитин соєвий, консервант мета бісульфіт натрію, <b>яєчний порошок</b> , ванілін.	
будь-які інгредієнти з додатку №1	Не зазначено	Може містити сліди арахісу	Не зазначено
кількість певних інгредієнтів	Не зазначено	Фруктоза 9,8%	Не зазначено
кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання	Маса нетто 160 гр., допустиме відхилення-4,5%	Маса нетто 175гр.	Маса нетто 400гр.
мінімальний термін придатності або дата "вжити до"	Термін придатності 12 місяців, кінцева дата споживання 22.02.2025	Вжити до 25.10.2024	Термін придатності 15 місяців, кінцева дата споживання 16.10.2024
будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби)	Зберігати за температурою від 8 градусів до 25 градусів по Цельсію і відносною вологості повітря що не перевищує 75%.	Зберігати за температурою від +5-+25 градусів по Цельсію і відносною вологості повітря, що не перевищує 75%.	Зберігати у сухому прохолодному приміщенні при температурі 15+_3 градуса по Цельсію, і відносній вологості не більше 30%.
найменування та місцезнаходження виробника/імпортера	ТОВ «КФ «Ярич»», вул. Заводська 1, с. Старий Ярич, Львівська обл., Україна	ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода», вул. Став'янка 99, м. Кагарлик, Київська обл., Україна.	ТОВ «Галетат Гуллон», С.А., Авеніда Де Бургос, 2, Агілар Де Кампу (Пленсія) Іспанія.
країна походження	Україна	Україна	Іспанія

або місце походження			
інструкції з використання	Продукт готовий до споживання	Продукт готовий до споживання	Продукт готовий до споживання
інформація про поживну цінність харчового продукту	Жири-8,5 гр,з них насичені-0,6гр,вуглеводи-72,4 гр.,з них цукри-17,5гр.,харчові волокна-2,6 гр.,білки-8 гр.,сіль-0,75 гр.Енергетична цінність на 100 гр продукту 1702 кДж/403 ккал	Жири-9,6 гр,з них насичені-4,1 гр,вуглеводи-72,0 гр.,вміст фруктози -9,8гр.,білки-8,2 гр.,сіль-0,6гр.,вміст загального цукру в перерахунку на сахарозу-14,4 гр.Енергетична цінність на 100 гр продукту 1720 кДж/411 ккал.	Жири-11,5 гр,вуглеводи-75,6 гр.,білки-7,9 гр.,.Енергетична цінність на 100 гр продукту 1730 кДж/412 Ккал.

На підставі даних аналізу маркування, представлених в таблиці 3.4 дійшли наступних висновків, що маркування всіх зразків печива є повним і відповідним умовам законодавства. Всі зразки мають повну назву, в якій вказано спосіб пакування – флоупак або коробка, мають склад інгредієнтів та іншу необхідну інформацію.

### 3.3 Перевірка штрихового кодування

Штриховий код EAN-13 являє собою графічне зображення унікального міжнародного номеру товару EAN/UCC-13 у вигляді придатного для автоматичного зчитування. Значення номеру EAN-13 продубльовано арабськими цифрами в нижній частині штрихового коду ( 13 знаків). Всі міжнародні компанії кодують свою продукцію штриховим кодом EAN-13. На різних товарах представленні різні значення штрихових кодів. За цим стежить Міжнародна Асоціація товарної нумерації GSI. Національні організації-члени GSI присвоюють підприємствам членам унікальні реєстраційні номери . Номер товару EAN-13 має наступну структуру : 3 перші цифри – це код (префікс); 6 цифр – це реєстраційний номер підприємства, присвоєний Національною організацією; 3 цифри - це

порядковий номер продукції всередині підприємства; остання 13-та цифра – контрольне число. Воно обчислюється з попередніх 12-ти чисел. Далі виконується перевірка продукції чи не є вона фальсифікована шляхом розрахунків штрихового коду.

Зразок №1

Штриховий код: 4 8 2 0 1 5 4 4 8 0 1 5 4

1. Складання цифр, які стоять на парних позиціях

$$8+0+5+4+0+5=22$$

2.Результати множить на 3

$$22*3=66$$

3. Складують цифри, які стоять на непарних позиціях

$$4+2+1+4+8+1=20$$

4. Складання другого и третього пункту

$$66+20=86$$

5. Розрахунок контрольного числа

$$90-86=4$$

Контрольна цифра отримана під час розрахунків, відповідає контрольній цифрі, нанесеній на штрих-код упаковки. Це свідчить, що кодування є вірним.

Зразок №2

Штриховий код: 4820077274861

1.Складання цифр, які стоять на парних позиціях

$$8+0+7+2+4+6=27$$

2.Результати множить на 3

$$27*3=81$$

3. Складують цифри, які стоять на непарних позиціях

$$4+2+0+7+7+8=28$$

4. Складання другого и третього пункту

$$81+28=109$$

5. Розрахунок контрольного числа

110-109=1

Контрольна цифра отримана під час розрахунків, відповідає контрольній цифрі, нанесеній на штрих-код упаковки. Це свідчить, що кодування є вірним.

Зразок №3

Штриховий код: 8410376010701

1. Складання цифр, які стоять на парних позиціях

$$4+0+7+0+0+0=11$$

2.Результати множить на 3

$$11*3=33$$

3. Складують цифри, які стоять на непарних позиціях

$$8+1+3+6+1+7=26$$

4. Складання другого и третього пункту

$$33+26=59$$

5. Розрахунок контрольного числа

$$60-59=1$$

Контрольна цифра отримана під час розрахунків, відповідає контрольній цифрі, нанесеній на штрих-код упаковки. Це свідчить, що кодування є вірним.

### **3.3 Оцінка якості печива за органолептичними та фізико-хімічними показниками**

Органолептична оцінка якості – це узагальнений результат оцінки якості продукту, виконаний за допомогою органів чуття людини.

Було досліджено зовнішній вигляд та консистенція, колір, смак та запах, за допомогою дегустації підготовлених для аналізу зразків. Дослідження проводили на вимоги ДСТУ 3781:2014 «Печиво. Загальні технічні умови» Отримані в результаті перевірки дані органолептичних показників печива зтяжного Марія наведені в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Органолептична оцінка якості печива зтяжного

Найменування показника	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3	Вимоги ДСТУ 3781:2014
Зовнішній вигляд	Форма печива правильна.. Малюнок на поверхні чіткий, сама поверхня чиста.	Форма печива правильна.. Малюнок на поверхні чіткий, сама поверхня чиста, але края деякого печива деформовані.	Форма печива правильна.. Малюнок на поверхні чіткий, сама поверхня чиста, але є ушкоджене печиво через вільний простір в упаковці.	Форма – правильна, що відповідає назві печива, без вм'ятин, краї печива повинні бути рівними чи фігурними
Колір	Печиво не підгоріле. Вигляд на зламі рівномірно пористий, без прогалин.	Печиво одного кольору але має сліди підгорілого.	Печиво одного кольору, не підгоріле.	Колір: властивий даному печиву, різних відтінків, рівномірний
Смак і запах	Приємний, властивий даному сорту печива, без сторонніх присмаків і запахів.	Відповідає даному сорту печива, без сторонніх присмаків і запахів.	Властивий даному сорту печива, без сторонніх присмаків і запахів.	Без присмаку гіркоти та сторонніх присмаків. Без цвілого, затхлого та інших сторонніх запахів.

Було з'ясовано що всі три зразки відповідають нормативним документам. Але деякі недоліки: зразок №2 трохи підгорілий, але це не впливає на його смакові властивості, зразок №3 має ушкодження, тому що упаковка не щільна. Щоб зрозуміти та наочно виявити, за якими ознаками складових органолептичної оцінки відбуваються відхилення якісних показників печива зтяжного, вирішили застосувати профільний метод.

В англomовному світі «flavor» (смаковитість) – називають сукупність вражень, які сприймаються органами чуття – ротовою порожниною і носом (смак, запах, консистенція, температура продукту тощо).

Таблиця 3.6 — Інтенсивність органолептичних показників печива

Найменування показника, його характеристика	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3
Форма без вм'ятин	5	3	3
Поверхня гладка з чітким малюнком, не підгоріла	5	3	4
Рівномірний колір	5	5	5
Запах пропеченості	3	5	5
Вигляд у розломі без пустот і слідів не промішення	5	5	4
Хрустка текстура	5	5	5

Користуючись даними таблиці 3.5 побудовано профільну діаграму (рис.3.1).

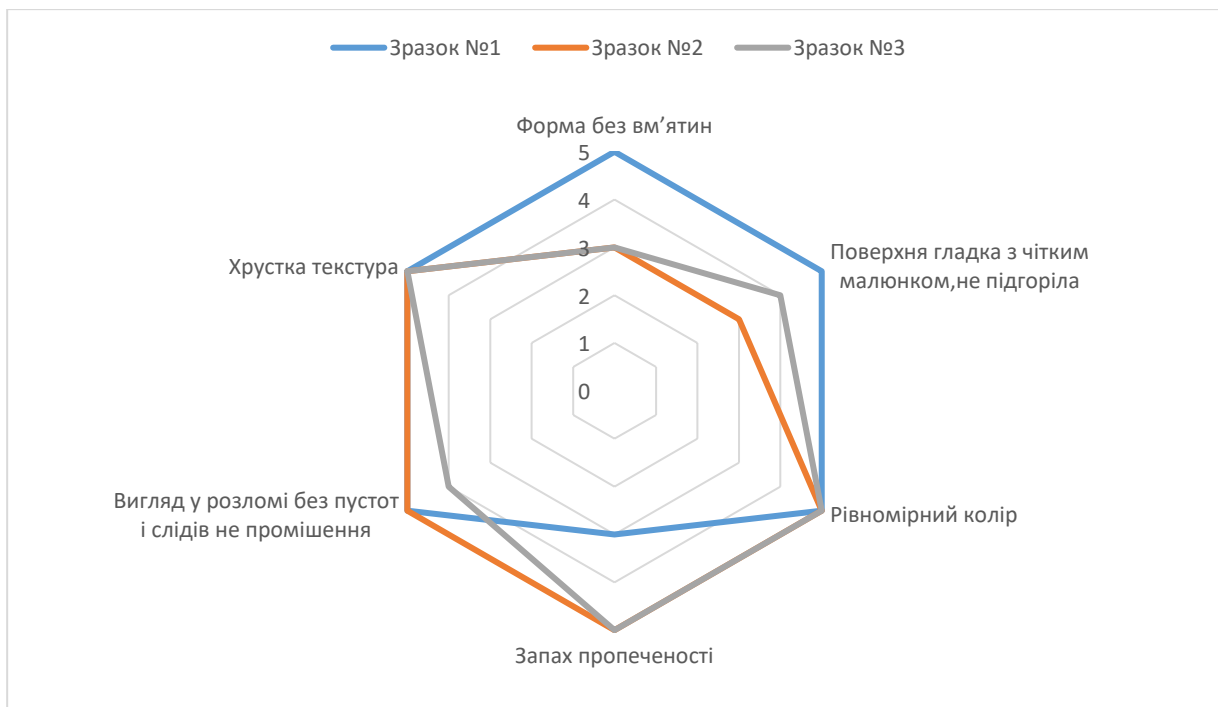


Рисунок 4.1 — Профільограма органолептичних показників печива

З профільограми органолептичних показників печива видно, що найбільше позитивних характеристик має зразок № 1 ТМ «Yaguch» Марія, який повністю відповідає вимогам нормативного документу. Зразок №3 ТМ «Gullon» Марія

імпортного виробництва також має позитивні органолептичні характеристики, але менш виражені в порівнянні зі зразком № 1 стосовно форми без вм'ятин. В усіх зразках притаманна хрустка текстура. Зразок №2 має найменш виражені позитивні характеристики, такі як ушкоджена форма та підгорілий вигляд.

Для забезпечення високої якості печива важливо контролювати фізико-хімічні характеристики продукту. До них відносяться масова частка розчинних сухих речовин, титрованих кислот, хлоридів і мінеральних домішок. Нормативні документи визначають допустимі значення цих показників для томатної пасти з масовою часткою розчинних сухих речовин 25%. Нижче наведені встановлені норми для кожного з показників.

Таблиця 3.7 – Нормативні вимоги для фізико-хімічних показників печива

№	Назва показника	Норма для печива
1	Масова частка загального цукру в перерахунку на суху речовину, %	27,0
2	Масова частка жиру, у перерахунку на абсолютно суху речовину), %	7 – 20
3	Лужність, град,	не більше ніж 2,0
3	Намочуваність, %	Не більше ніж 150

Намокання – це непрямий показник пористості печива, який визначається за збільшенням маси борошняних кондитерських виробів при зануренні у воду з температурою 20°C на встановлений час. Намокання характеризується відношенням маси виробів після намокання до маси сухих виробів (у масових частках відсотка).

Лужність визначають титруванням фільтрату продукту 0,1 н розчином сірчаної або соляної кислоти з індикатором бромтимоловим синім. Показник лужності показує вміст у продукті лугу, виражений в градусах чи відсотках. Градуси лужності – це кількість мл 0,1 н розчину кислоти, що йде на нейтралізацію лугу, який міститься в 100 г продукту.

### **3.4 Застосування заходів нетарифного регулювання при експорті печива ТМ «Yarych»**

Застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності має за мету безпечності та якості товарів, що переміщуються через митний кордон України, тому що це – заходи, не пов'язані із застосуванням мита до товарів, що переміщуються через митний кордон України, встановлені відповідно до закону заборони або обмеження, спрямовані на захист внутрішнього ринку, громадського порядку та безпеки, суспільної моралі, на охорону здоров'я та життя людей і тварин, охорону навколишнього природного середовища, захист прав споживачів товарів, що ввозяться в Україну, а також на охорону національної культурної та історичної спадщини [25, ст. 4].

Враховуючи визначальну роль нетарифних заходів у регулюванні зовнішньоекономічної діяльності, важливим є вивчення впливу нетарифних заходів на міжнародну торгівлю та економічний розвиток. Різні види нетарифних заходів (квоти, субсидії, заборони, митний контроль, ліцензії, санітарні та фітосанітарні норми, технічне регулювання та стандарти, ін.) можуть мати різний вплив на міжнародну торгівлю і торговельних партнерів, в т.ч. на попит і пропозицію продукції, щодо якої застосовуються нетарифні заходи. Вплив більшості нетарифних заходів вимірюють як додаткові торговельні витрати експортерів на дотримання вимог та стандартів інших країн. Як наслідок, це може призвести до підвищення ціни та зменшення обсягів пропозиції та експорту продукції. Разом з тим, деякі нетарифні заходи можуть також сприяти міжнародній торгівлі, оскільки вони гарантують безпечність та якість продукції (наприклад, санітарні та фітосанітарні норми, технічне регулювання, сертифікація), надають споживачам інформацію про продукт (маркування) тощо, тим самим збільшуючи попит на цю продукцію.

У 2014 році Україна і ЄС підписали Угоду про асоціацію, яка включає положення про Поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі. Тимчасове застосування Угоди про асоціацію почалося восени 2014 року, а повноцінно Угода

набрала чинності 1 вересня 2017 року. Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі діє з 1 січня 2016 р. та передбачає взаємну лібералізацію тарифного захисту та гармонізацію законодавства, стандартів, а також наближення регуляторних практик між Україною та ЄС.

Нетарифні заходи значно обмежують торгівлю між Україною та ЄС та іншими розвиненими країнами. Згідно з Угодою про асоціацію та положення про Поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі з ЄС, Україна взяла на себе зобов'язання щодо гармонізації українського законодавства з законодавством ЄС, що вимагає значних витрат на рівні держави та підприємств на впровадження і дотримання норм ЄС. Разом з тим очікується, що результатом гармонізації стане зменшення обмежень у торгівлі з ЄС та підвищення конкурентоспроможності української продукції на світових ринках.

З прогресом гармонізації українського законодавства та трансформації українського виробництва до стандартів ЄС очікується зменшення впливу нетарифних заходів. Наявність санітарних та фітосанітарних заходів, гармонізованих з міжнародними та європейськими, призводять до збільшення експорту більш якісної продукції. Крім того, дослідження показує, що нетарифні заходи збільшують виробничі витрати, а також продуктивність компаній, які виконують ці нетарифні заходи [26].

Правила ЄС щодо вмісту забруднюючих речовин у харчових продуктах мають на меті забезпечення безпечності харчових продуктів, розміщених на ринку, та регламентують вміст забруднюючих речовин у харчових продуктах на рівнях, що не становлять загрози для здоров'я людей. Європейське законодавство встановлює принцип, за яким харчові продукти, рівень забруднюючих речовин у яких є неприйнятним з точки зору забезпечення високого рівня захисту інтересів громадян та громадського здоров'я (зокрема при високому токсикологічному рівні забруднюючих речовин), не можуть бути випущені в обіг.

Оскільки багато забруднюючих речовин природно зустрічаються у харчових продуктах, повну заборону на їх вміст у харчових продуктах накласти неможливо.

Водночас необхідно забезпечити регламентацію вмісту забруднюючих речовин у харчових продуктах на максимально можливих допустимих рівнях, встановлених відповідно до обґрунтованих наукових доказів.

Визначення забруднюючої речовини міститься в Регламенті ЄС від 8 лютого 1993 року № 315/93, який установлює процедури Співтовариства щодо забруднюючих речовин у харчових продуктах. Відповідно до цього документа, забруднюючою вважається будь-яка речовина, не додана навмисно до харчового продукту, проте наявна в ньому у результаті процесу виробництва (включаючи процеси вирощування рослин та тварин), переробки, підготовки, обробки, пакування, фасування, транспортування або зберігання такого харчового продукту або внаслідок забруднення з навколишнього середовища

Важливу роль у встановленні максимально допустимих рівнів забруднюючих речовин у харчових продуктах у Європі відіграє Європейський орган з питань безпеки харчових продуктів, який опікується Комісія із забруднюючих речовин у ланцюзі створення харчових продуктів.

В ЄС максимально допустимі рівні окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах базуються на Регламенті Комісії (ЄС) від 19 грудня 2006 року № 1881/2006, яким встановлюються максимальні рівні вмісту певних забруднюючих речовин у харчових продуктах.

З огляду на те що відмінності при встановленні максимально допустимих рівнів деяких забруднюючих речовин на національному рівні можуть створювати бар'єри в торгівлі харчовими продуктами, задля забезпечення вільного переміщення товарів, рівних умов конкуренції серед держав-членів, а також високого рівня захисту споживачів з 1 березня 2007 року відповідно до Регламенту № 1881/2006 максимально допустимі рівні деяких забруднюючих речовин є нормами прямої дії та встановлюються на рівні Співтовариства.

Основні положення Регламенту № 1881/2006:

– харчові продукти не можуть перебувати в обігу, якщо вміст забруднюючих речовин у них перевищує максимально допустимі рівні, наведені в Додатку до зазначеного Регламенту;

– максимально допустимі рівні забруднюючих речовин, зазначені в Додатку до Регламенту № 1881/2006, застосовуються до їстівної частини відповідних харчових продуктів, якщо інше прямо не вказано в цьому Додатку;

– з метою забезпечення ефективної охорони здоров'я продукти, які містять забруднюючі речовини в кількості, що перевищує максимальні рівні, не повинні розміщуватися на ринку ні як самостійні продукти, ні після змішування з іншими харчовими продуктами, ні як інгредієнти інших харчових продуктів;

– Регламент № 1881/2006 містить заборону на змішування харчових продуктів, що підлягають сортуванню або іншим видам механічної обробки з метою зменшення рівня забруднення, із харчовими продуктами, призначеними для безпосереднього споживання людиною або використання в якості інгредієнтів, тощо;

Для імпортованих харчових продуктів відповідальність за відповідність вмісту забруднюючих речовин законодавству ЄС несе країна походження харчового продукту. При цьому вміст забруднюючих речовин контролюється як на кордоні, так і на ринках країн-членів [27].

При ввезенні продуктів переробки овочів, плодів, горіхів або інших частин рослин до ЄС необхідно дотримуватися правил, що гарантують їх безпечність:

1) контроль за забруднювачам харчових продуктів (Максимально допустимий вміст забруднювачів (нітратів, важких металів) у овочах на ринках країн ЄС (Регламент (ЄС) №1881/2006 - англ.);

2) контроль за залишками ветеринарних медичних препаратів у тваринах та продуктах тваринного походження, призначених для споживання людиною (Перелік продукції, яка контролюється щодо максимально допустимого залишкового рівня пестицидів (Додатки до Регламенту (ЄС) №396/2005 - англ.). Активні речовини можна використовувати у продуктах захисту рослин тільки за

умови, що їх включено до бази даних пестицидів ЄС (Регламент (ЄС) 1107/2009) - англ.);

3) простежуваність, відповідність та відповідальність у харчовій продукції та кормах (Вимога належним чином маркувати або надавати відповідні документи про продукцію. Імпортер харчової продукції в ЄС має забезпечити наявність вичерпної інформації щодо всього ланцюга виробництва та переміщення продукту (Регламент (ЄС) №178/2002 - англ.);

4) маркування харчових продуктів (Загальні та спеціальні правила маркування харчових продуктів (Регламент (ЄС) №1169/2011 - англ.);

5) контроль здоров'я харчової продукції нетваринного походження (Загальні правила щодо гігієни (Регламент (ЄС) №852/2004 - англ.). Вимоги щодо забруднювачів у харчових продуктах та щодо матеріалів, які контактують з харчовими продуктами (Регламент (ЄС) №1935/2004 - англ.). Загальні умови приготування харчових продуктів (у т.ч. Директива №89/108/ЄС щодо швидкої заморозки - англ.) [28].

При експорті печива за межі митної території України, відповідно до митного законодавства, нетарифні заходи не застосовується, але при імпорті до країн ЄС контролюється рівень забруднюючих речовин у харчових продуктах, допустимі рівні вмісту мікотоксину патуліну, допустимі рівні вмісту токсичних елементів (свинець), що повинні не перевищувати встановлені нормам.

### **3.5 Визначення країни походження печива ТМ «Yaguch» та застосування преференційних заходів**

Країна походження товару визначається з метою застосування тарифних та нетарифних заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а також забезпечення обліку товарів у статистиці зовнішньої торгівлі.

Визначення країни походження товару здійснюється на основі принципів міжнародної практики.

Країною походження товару вважається країна, в якій товар був повністю вироблений або підданий достатній переробці відповідно до критеріїв [25, ст. 36].

Товарами, які повністю вироблені у даній країні, вважаються:

1) корисні копалини, добуті з надр цієї країни, в її територіальних водах або на її морському дні;

2) продукція рослинного походження, вирощена або зібрана в цій країні;

3) живі тварини, що народилися та вирощені в цій країні;

4) продукція, одержана від живих тварин у цій країні;

5) продукція, одержана в результаті мисливського або рибальського промислу в цій країні;

6) продукція морського рибальського промислу та інша продукція морського промислу, одержана судном цієї країни або судном, що орендоване цією країною;

7) продукція, одержана на борту переробного судна цієї країни виключно з продукції, зазначеної у п.6, ст. 38 МКУ;

8) продукція, одержана з морського дна або з морських надр за межами територіальних вод цієї країни, за умови, що ця країна має виключне право на розробку цього морського дна або цих морських надр;

9) брухт та відходи, одержані в результаті виробничих або інших операцій з переробки в цій країні, а також вироби, що були у вжитку, зібрані в цій країні та придатні лише для переробки на сировину;

10) електроенергія, вироблена в цій країні;

11) товари, вироблені в цій країні виключно з продукції, зазначеної у пунктах 1-10 [25, ст. 38].

Відповідно до статті 40 МКУ, якщо у виробництві товару приймають участь дві або більше країн, тобто для виготовлення в даній країні може бути використовуватись сировина або комплектуючих деталей, то для визначення країни походження даного товару застосовується критерії достатньої переробки товарів, яких визначених за допомогою наступних правил:

1) правило, що потребує виконання технологій або виробництва операцій за результатами яких змінюється код УКТ ЗЕД на рівні перших чотирьох знаків позицій;

2) або правилом адволорної частки, коли потребує у зміні вартості товару в результаті переробки, тобто відсоткова часткова вартість використаної товарів у кінцевій вартості товарів. Більш це правило використовується в країні Співдружності Незалежних Держав;

3) виконання виробничих та технологічних операцій, які в результаті переробки товару не ведуть до зміни його класифікаційного коду УКТ ЗЕД або вартості товару згідно з правилом адволорної частки.

Статтею 43 МКУ передбачено, що документами, що підтверджують країну походження товару, є сертифікат про походження товару, засвідчена декларація про походження товару, декларація про походження товару або сертифікат про регіональне найменування товару.

У разі вивезення товару з митної території України сертифікат про походження товару з України в тих випадках, коли він необхідний і це відображено у національних правилах країни ввезення чи передбачено міжнародними договорами України, видається Торгово-промисловою палатою України [25, ст. 46].

Країна походження товару декларується підприємствами митному органу шляхом зазначення назви країни походження товару та відомостей про документи, що підтверджують походження товару, у митній декларації.

В залежності від країни походження товару застосовують наступні торговельні режими:

- 1) режим найбільшого сприяння у торгівлі, застосовується до країн СОТ;
- 2) преференційний режим [29].

Статтею 281 МКУ допускається встановлення тарифних пільг (тарифних преференцій) щодо ставок Митного тарифу України у вигляді звільнення від оподаткування ввізним митом, зниження ставок ввізного мита або встановлення тарифних квот відповідно до законодавства України та для ввезення товарів, що походять з держав, з якими укладено відповідні міжнародні договори. Їх застосовують в основному до товарів країн, що розвиваються.

До переліку міжнародних договорів України, згідно з якими до товарів, що ввозяться на митну територію України, застосовуються преференційні та пільгові ставки ввізного мита за умови документального підтвердження їх походження входять (таблиця 3.9):

Таблиця 3.9 – Види міжнародних Угод з участю України [27].

Країна учасниця	Назва угоди
Країни ЄС	Міждержавна угода від 27 червня 2014 року, ратифікована Законом України від 16 вересня 2014 року № 1678-VII «Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським 35 співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони».
Країни ЄАВТ	Міждержавна угода від 24 червня 2010 року, ратифікована Законом України від 07 грудня 2011 року № 4091-VI «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ, Угоди про сільське господарство між Україною та Королівством Норвегія, Угоди про сільське господарство між Україною та Ісландією та Угоди про сільське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією».
Сполучене Королівство Великої Британії і Північної Ірландії	Міждержавна угода від 16.12.2020 року, ратифікована Законом України від 16 грудня 2020 року № 1100-IX «Про ратифікацію Угоди про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії»;
Республіка Македонія	Міждержавна угода від 18 січня 2001 року, ратифікована Законом України від 05 липня 2001 року № 2599-III «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Україною та Республікою Македонія»;
Чорногорія	Міждержавна угода від 18 листопада 2011 року, ратифікована Законом України від 16 жовтня 2012 року № 5445-VI «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Урядом України та Урядом Чорногорії»;
Канада	Міждержавна угода від 11 липня 2016 року, ратифікована Законом України від 14 березня 2017 року № 1917-VIII «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою»;
Ізраїль	Міждержавна угода від 21.01.2019 року, ратифікована Законом України від 11.07.2019 року № 2753- 36 VIII «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль».
Країни СНД	Міждержавна угода від 28.07.1995, ратифікована Законом України від 04.07.2003 року № 11/2-14-10197-ЕП «Про ратифікацію Угоди між Урядом України та Урядом країн СНД про вільну торгівлю»
Грузія	Міждержавна угода від 09.01.1995, ратифікована Законом України від 05.05.96 № 168/96-ВР «Про ратифікацію Угоди між Урядом України та Урядом Республіки Грузія про вільну торгівлю.

Пільгові ставки застосовуються до товарів, які мають походження з держав або, економічних союзів, що користуються в Україні режимом найбільшого сприяння, а також до товарів з країн, які розвиваються.

Країною походження печива ТМ «Yaguch» є Україна. Оскільки виробником є ТОВ «КФ «Ярич»», Україна, пшениці, що вирощені, зібрані та оброблені Україною, експорт забезпечується Сертифікатом форми EUR-1, що видається митними органами України та надає можливість отримання преференційного режиму [30] - звільнення від сплати мита при імпорті.

### **Висновки до розділу 3**

Отже, дослідивши наявний асортимент печива з трьох торгових мереж, найбільший – у «Таврії В», найменший – в супермаркеті «Обжора». Найбільший відсоток імпортних виробників представлено в супермаркеті «Сільпо». Серед вітчизняного печива в кожній торговельній мережі зустрічається ТМ «Грона». Також Таврія В пропонує печиво під власними торговими марками. Смаки печива доволі різноманітні як у вітчизняних виробників так і імпортного виробництва.

Зразок 1 (ТМ «Yaguch») упакований в непрозору упаковку. Упаковка «Флоупак». Упаковка ціла, без механічних пошкоджень, дуже зручна у використанні. Упаковка відповідає вимогам нормативного документа.

Зразок 2 (ТМ «Лагода») упакований в непрозору упаковку. Упаковка «Флоупак». Маса нетто печива 175 гр. Упаковка ціла, не містить подряпин, тріщин, або пухирців. Не має можливості повторного закривання. Упаковка достатньо зручна та відповідає вимогам нормативного документу.

Зразок 3 (ТМ «Gullon»). Упаковано в коробку. Маса нетто печива 400 гр. Коробка ціла, не містить подряпин, тріщин, або пухирців. Має паперову етикетку на нижній частині упаковки. Не має можливості повторного закривання. Упаковка достатньо зручна та відповідає вимогам нормативного документу.

На підставі даних аналізу маркування, дійшли наступних висновків, що маркування всіх зразків печива є повним і відповідним умовам законодавства. Всі зразки мають повну назву, в якій вказано спосіб пакування – флоупак або коробка, мають склад інгредієнтів та іншу необхідну інформацію.

Найбільше позитивних характеристик має зразок № 1 ТМ «Yaguch» Марія, який повністю відповідає вимогам нормативного документу. Зразок №3 ТМ «Gullon» Марія імпортного виробництва також має позитивні органолептичні характеристики, але менш виражені в порівнянні зі зразком № 1 стосовно форми без вм'ятин. В усіх зразках притаманна хрустка текстура. Зразок №2 має найменш виражені позитивні характеристики, такі як ушкоджена форма та підгорілий вигляд.

Оглядаючи результати фізико-хімічних показників якості печива, важливо регулярно контролювати титровані кислоти та інші характеристики, щоб забезпечити стабільну якість продукту та відповідність нормативам.

При експорті печива за межі митної території України, відповідно до митного законодавства, нетарифні заходи не застосовується, але при імпорті до країн ЄС контролюється рівень забруднюючих речовин у харчових продуктах, допустимі рівні вмісту мікотоксину патуліну, допустимі рівні вмісту токсичних елементів (свинець), що повинні не перевищувати встановлені нормам. Країною походження печива Марія ТМ «Yaguch» є Україна. Оскільки виробником є ТОВ «КФ «Ярич»», Україна, з пшениці, що вирощена, зібрана та оброблена Україною, експорт забезпечується Сертифікатом форми EUR-1, що видається митними органами України та надає можливість отримання преференційного режиму - звільнення від сплати мита при імпорті.

## РОЗДІЛ 4

### ОХОРОНА ПРАЦІ

Державна політика України в галузі охорони праці спрямована на створення безпечних і здорових умов праці, запобігання нещасним випадкам та професійним захворюванням, згідно Конституції України та Закону України «Про охорону праці».

Для організації робочого місця товарознавця на підприємстві роздрібною торгівлі дуже важливу роль відіграє охорона праці на робочому місці для забезпечення здорових умов праці [31].

#### **4.1 Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів на підприємстві, в організації чи установі**

Згідно НПАОП 52.0-1.01-96 на підприємстві роздрібною торгівлі, де знаходиться робоче місце товарознавця, на працюючого можуть діяти наступні потенційно небезпечні та шкідливі виробничі фактори [31]:

##### **1. Фізичні:**

- підвищена або знижена температура повітря робочої зони: оптимальна температура повітря у холодну пору року 22-24°C; у теплу пору року 23-25°C, згідно ДСН 3.3.6.042-99 [32];

- підвищена або знижена вологість повітря: оптимальна відносна волога 40-60%, згідно ДСН 3.3.6.042-99 [32];

- підвищена швидкість руху повітря (місцевий вентилятор, кондиціонер): оптимальна швидкість руху повітря у холодну пору року більше 0,1 м/с; у теплу пору року від 0,1 до 0,2 м/с, згідно ДСН 3.3.6.042-99 [20];

- недостатня освітленість робочої зони;  $E = 300-200$  лк, згідно ДБН В.2.5-28-2006 [33];

- нестача природного світла; КПО = 1,2%, згідно ДБН В.2.5-28-2006 [33];

- підвищений рівень шуму на робочому місці (вентилятор, кондиціонер, струйні принтери) не повинен перевищувати 65 дБА, згідно ДСН 3.3.6.037-99 [34];

- підвищений рівень напруги в електричному ланцюгу, замикання якого може

відбутися через тіло людини: напруга живлення 220 В, згідно ДНАОП 0.00-1.32.01;  
 - підвищений рівень статичної електрики [35].

2. Хімічні: вміст озону в повітрі робочої зони економіста не повинен перевищувати 0,1 мг/м<sup>3</sup>; вміст оксидів азоту – 5 мг/м<sup>3</sup>; вміст пилу – 4 мг/м<sup>3</sup>; допустима кількість позитивних іонів в 1 м<sup>3</sup> повітря повинна бути у межах 400-50000, відповідно до ДСанПіН 3.3.2.007-98 [32].

3. Біологічні:

- патогенні мікроорганізми (бактерії, віруси, гриби, найпростіші);
- макроорганізми миші, пацюки, мухи, таргани (клаватура, кондиціонер).

4. Психофізіологічні:

- фізичні перевантаження (гіподинамія статичного характеру);
- нервово-психічні перевантаження (розумова перенапруга під час роботи з комп'ютером, перенапруга зорового аналізатору, монотонність праці під час роботи з комп'ютером).

#### **4.2 Розміщення виробничого устаткування і його обслуговування при організації робочого місця товарознавця на підприємстві роздрібної торгівлі**

Основним обладнанням робочого місця товарознавця є монітор, клаватура, принтер, робочий стіл, стілець (крісло); допоміжним - шафи, та інше.

Загальна площа приміщення становить 36 м<sup>2</sup>, висота – 3,4 м, приміщення має два вікна. Кількість працюючих у приміщенні - 4 людини. Отже, на одного працюючого в приміщенні припадає:  $36 : 4 = 9$  (м<sup>2</sup>/чол.) робочої площі.

Згідно із ГОСТ 12.2.032-78 «ССБТ. Робоче місце при виконанні робіт сидячи. Загальні ергономічні вимоги» на кожного працюючого в управлінських приміщеннях повинно припадати не менше 6 (м<sup>2</sup>/люд.) робочої площі [31].

Проходи між столами 1,2 м, відстань від радіатора та до самого робочого місця дорівнює 1 м. Тому, нормативи розмірів та забезпечення працюючих робочою площею у відділі дотримано.

Приміщення має природне і штучне освітлення, так як при незадовільному освітленні знижується продуктивність праці працюючого, можливі короткозорість,

швидка втомленість. Надто низький рівень освітленості погіршує сприймання інформації при читанні документів, а надто високий призводить до зменшення контрасту зображення знаків на екрані. Виключено можливість прямого засвічування екрана джерелом природного освітлення (встановлено вертикальні жалюзі).

Згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 відстань до екрану - 700 мм, що забезпечує зручність зорового спостереження, екран монітору знаходиться у вертикальній площині під кутом +30 град. до нормального лінії погляду товарознавця [31]. Клавіатура розташована на робочій поверхні окремо від столу на відстані до екрану 100 мм від краю, більш близькому для працівника. Кут нахилу клавіатури знаходиться приблизно в межах 10°C.

#### **4.3 Забезпечення нормованих показників мікроклімату, чистоти повітря**

Згідно «Правил охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин» нормативні показники мікроклімату і чистоти повітря у робочій зоні буде забезпечуватися організаційними та технічними засобами [32].

Технічні засоби:

- раціональна фільтруюча вентиляція (кондиціонер);
- опалення (центральне електричне), яке використовується в холодну пору року;
- кондиціонування повітря (кондиціонер), яке використовується в теплу пору року;
- зволожувачі повітря, що заправляють щодня дистильованою або кип'яченою питною водою.

Організаційні засоби:

- для зниження рівня запиленості робочої зони буде проводитися щоденне вологе прибирання на початку робочого дня та щомісячне генеральне прибирання.

#### **4.4 Забезпечення нормованих значень шуму і вібрації**

Нормоване значення шуму в нашому приміщенні не перевищує 60 Дб, згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98, ДСН 3.3.6-037-99 і підтримується завдяки наступним заходам [34]:

- перерви у роботі за комп'ютером на 15 хвилин через кожні 2 години;
- користуватися лише справними комп'ютерами і оргтехнікою;
- віброзвукопоглинанням (подвійне засклення) – захищає від шуму за вікном;
- облицювання стін – штукатуркою і фанерою, шпалери, панелі;
- підлога устелена паркетом та килимовим покриттям, лінолеум.

#### **4.5 Забезпечення нормованих показників освітлення**

На робочому місці товарознавця передбачене суміщене: природне (бокове однобічне) із штучним освітлення. Застосовані віконні блоки з внутрішнім відкриванням стулок, жалюзі та штори з напівпрозорої тканини.

Проектом заплановано робоче загальне рівномірне освітлення, додатково використовуються світильники з люмінесцентними лампами типу: ЛБ 40-1. Також на робочих місцях використовується місцеве освітлення (лампи розжарювання).

Відповідно до ДБН В.2.5-28-2006 до розряду і підрозряду зорової роботи Б-1-штучне освітлення робочих поверхонь при загальному освітленні становить – 300 лк, а коефіцієнт природного освітлення складає 1,2% [33].

Підтримування запроектованого освітлення забезпечується очищенням (миттям) віконних блоків і світильників не менше ніж 1 раз у квартал за графіком чищення від пилу прилади освітлення.

#### **4.6 Заходи і засоби захисту працюючих від ураження електричним струмом**

Приміщення, де знаходиться робоче місце товарознавця, відноситься за безпекою електричних травм до приміщень без підвищеної небезпеки відповідно до ДНАОП 0.00-1.32.01 - це приміщення, у яких відсутні умови, що створюють підвищену або особливу небезпеку [35].

Захист працюючих від ураження електричним струмом здійснюється наступними заходами та засобами :

- недоступність струмоведучих частин;
- аварійне відключення (пакетні аварійні вимикачі);
- розділення електричних мереж (силові мережі і мережі освітлення);
- використання справних штепсельних з'єднань і електророзеток тільки заводського виготовлення;
- заборона використання перехідних пристроїв;
- проведення інструктажу серед співробітників в разі виникнення проблем з електрикою і надання першої допомоги при ураженні електричним струмом.

#### **4.7 Вимоги безпеки під час експлуатації персонального комп'ютера**

Відповідно до «Правил охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин» необхідно дотримуватися вимог безпеки під час роботи з ПК [36].

Щодня перед початком роботи необхідно очищати екран ПК від пилу та інших забруднень. Після закінчення роботи ПК повинні бути відключені від електричної мережі. У разі виникнення аварійної ситуації необхідно негайно відключити ПК від електричної мережі.

Не допускається:

- виконувати обслуговування, ремонт та налагодження ПК безпосередньо на робочому місці оператора;
- зберігати біля ПК папір, дискети, інші носії інформації, запасні блоки, деталі тощо, якщо вони не використовуються для поточної роботи;
- відключати захисні пристрої, самочинно проводити зміни у конструкції та складі ПК або їх технічне налагодження;
- працювати з ПК, у яких під час роботи з'являються нехарактерні сигнали, нестабільне зображення на екрані тощо;
- працювати з матричним принтером за відсутності вібраційного килимка та зі знятою (піднятою) верхньою кришкою.

#### **4.8 Пожежовибухобезпека, заходи і засоби**

Категорія робочого приміщення з пожежовибухонебезпеки – В відповідно до НАПБ Б.03.002-2007 (легкозаймисті, горючі й важкогорючі рідини, тверді горючі й важкогорючі речовини й матеріали, здатні при взаємодії з водою, киснем повітря або одні з іншим тільки горіти за умови, що приміщення, у яких вони перебувають, або використовуються, не відносяться до категорій А або Б [37].

Згідно ГОСТ 27331-87 виділяють класи можливих пожеж – А (звичайні тверді горючі матеріали (дерево, вугілля, папір, гума, текстильні матеріали тощо), горіння яких супроводжується (підклас А1) або не супроводжується (підклас А2) тлінням); Е (електроустаткування під напругою) [37].

Пожежна безпека на робочому місці забезпечується наступними заходами та засобами:

- захист електричних мереж у виробничих приміщеннях від короткого замикання і перевантажень;
- передбачення пожежних сповіщувачів (ручний – кнопка);
- використовуються два порошкові вогнегасники, місткістю 6 кг – 2 штуки згідно ГОСТ 27331-87[37];
- застосування внутрішньої системи пожежогасіння: - від пожежних гідрантів, установлених на внутрішній мережі протипожежного водопостачання;
- встановлена система пожежної сигналізації, яка автоматично включається, якщо в якомусь адміністративному приміщенні температура повітря перевищить 72 градуси спринтерні системи [37].

#### **4.9 Шляхи евакуації**

Відповідно до НАПБ А.01.001-2004 в приміщенні, де розташоване робоче місце товарознавця, евакуаційні шляхи з будівлі забезпечують безпечну евакуацію усіх людей, що знаходяться в приміщеннях будівлі через евакуаційні виходи [31].

В адміністративній будівлі, де розташоване робоче місце товарознавця, працівників менше ніж 50 осіб, тому евакуаційний вихід тільки один.

Ширина шляхів евакуації — 1 м, дверей — 0,8 м. Двері з однобічним розташуванням відчиняються з приміщень до загального коридору. Ширина евакуаційного шляху коридором є ширина коридору, зменшена на половину ширини полотна дверей. Висота проходу на шляхах евакуації проектується 2 м. Двері на шляхах евакуації будуть відкриватись у напрямку виходу з будівлі. Висота дверей на шляхах евакуації 2 м. Евакуаційні шляхи втримуються вільними - нічим не загромождаються.

Евакуаційні виходи ведуть з приміщень назовні через коридор. Евакуація з будівлі також можлива через вікна, тому що в кабінеті є одне вікно.

Шляхи евакуації забезпечуються евакуаційним освітленням, а ті шляхи, що не мають природного освітлення, постійно освітлюються (при наявності людей). В нічний час вмикається світильник евакуаційного освітлення. У світильнику евакуаційного освітлення встановлена лампа розжарення. Евакуаційна освітленість у будівлі - 0,5 Лк, поза приміщенням - 0,2 Лк.

#### **Висновки до розділу 4**

Для організації робочого місця товарознавця на підприємстві роздрібної торгівлі дуже важливу роль відіграє охорона праці на робочому місці для забезпечення здорових умов праці.

## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Наразі кондитерський ринок України є висококонкурентним та насиченим. Більшу частину продукції виробляють та реалізують 5-10 кондитерських компаній. На нашу думку, у наступні декілька років рівень концентрації українського кондитерського ринку підвищуватиметься, оскільки головною передумовою розвитку галузі є удосконалення виробництва, що потребує значних капітальних інвестицій, які непосильними для дрібних кондитерських виробників.

Через війну "українське" печиво стає імпортом. На початку великої війни припинив роботу головний завод міжнародної корпорації Mondelez в Тростянці Сумської області. Наслідки зупинки підприємства і зараз можна побачити на полицях магазинів – близько 90% асортименту компанії складає імпорт таких, як "Барні" чи Огео, які до початку війни вироблялись в Україні.

Ціни на печиво підтягуються вслід за інфляцією. Виробники обережно ставляться до ціноутворення, оскільки будь-яке здорожчання печива приводить до значних втрат об'ємів продаж. Наприклад, в 2023 році здорожчання печива буде виваженим і триматиметься в діапазоні 7-10% за рік, тобто не перевищить прогнозний показник інфляції.

Отже, дослідивши наявний асортимент печива з трьох торгових мереж, найбільший – у «Таврії В», найменший – в супермаркеті «Обжора». Найбільший відсоток імпортних виробників представлено в супермаркеті «Сільпо». Серед вітчизняного печива в кожній торговельній мережі зустрічається ТМ «Грона». Також Таврія В пропонує печиво під власними торговими марками. Смаки печива доволі різноманітні як у вітчизняних виробників так і імпортного виробництва.

Зразок 1 (ТМ «Yaguch») упакований в непрозору упаковку. Упаковка «Флоупак». Упаковка ціла, без механічних пошкоджень, дуже зручна у використанні. Упаковка відповідає вимогам нормативного документа.

Зразок 2 (ТМ «Лагода») упакований в непрозору упаковку. Упаковка «Флоупак». Маса нетто печива 175 гр. Упаковка ціла, не містить подряпин, тріщин, або пухирців. Не має можливості повторного закривання. Упаковка достатньо зручна та відповідає вимогам нормативного документа.

Зразок 3 (ТМ «Gullon»). Упаковано в коробку. Маса нетто печива 400 гр. Коробка ціла, не містить подряпин, тріщин, або пухирців. Має паперову етикетку на нижній частині упаковки. Не має можливості повторного закривання. Упаковка достатньо зручна та відповідає вимогам нормативного документу.

На підставі даних аналізу маркування, дійшли наступних висновків, що маркування всіх зразків печива є повним і відповідним умовам законодавства. Всі зразки мають повну назву, в якій вказано спосіб пакування – флоупак або коробка, мають склад інгредієнтів та іншу необхідну інформацію.

Найбільше позитивних характеристик має зразок № 1 ТМ «Yaruch» Марія, який повністю відповідає вимогам нормативного документу. Зразок №3 ТМ «Gullon» Марія імпортного виробництва також має позитивні органолептичні характеристики, але менш виражені в порівнянні зі зразком № 1 стосовно форми без вм'ятин. В усіх зразках притаманна хрустка текстура. Зразок №2 має найменш виражені позитивні характеристики, такі як ушкоджена форма та підгорілий вигляд.

Оглядаючи результати фізико-хімічних показників якості печива, важливо регулярно контролювати вміст титрованих кислот та інші характеристики, щоб забезпечити стабільну якість продукту та відповідність нормативам.

При експорті печива за межі митної території України, відповідно до митного законодавства, нетарифні заходи не застосовується, але при імпорті до країн ЄС контролюється рівень забруднюючих речовин у харчових продуктах, допустимі рівні вмісту мікотоксину патуліну, допустимі рівні вмісту токсичних елементів (свинець), що повинні не перевищувати встановлені нормам. Країною походження печива Марія ТМ «Yaruch» є Україна. Оскільки виробником є ТОВ «КФ «Ярич»», Україна, з пшениці, що вирощена, зібрана та оброблена Україною, експорт забезпечується Сертифікатом форми EUR-1, що видається митними органами України та надає можливість отримання преференційного режиму - звільнення від сплати мита при імпорті.

Рекомендації:

1. Виробнику зразка № 2 бажано передивитися технологію виготовлення печива, щоб уникнути підгорілого вигляду та нерівності поверхні

2. Виробнику зразка №3 можна рекомендувати змінити пакування на флоупак щоб уникнути пошкодження печива

3. Споживачам можна рекомендувати печиво ТМ «Yarych» яке було відповідним та показало високі оцінки при проведенні профільного методу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / за ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 384 с.
2. Аналіз ринку кондитерських виробів України: тенденції. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainy-tendentsii.html>
3. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне оформлення.: навч. посібник у 2 частинах / Я.Г. Верхівкер, К.С. Гарбажий, В.А. Луцькова, І.А. Мартиросян, О.М. Мирошніченко, Т.В. Недобійчук, С.А. Памбук, Т.М. Смокова. Херсон: Олді+, 2022. 324 с.
4. Статистика та реєстри. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri> (дата звернення: 15.04.2023).
5. Інформаційно-аналітичний звіт про ринки кондитерських виробів. - URL: <https://issuu.com/ukrainian-food/docs/2023>
6. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи бакалавра студентами спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітньої програми «Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі» денної та заочної форми навчання / Укл. Н.Й. Басюркіна. Одеса: ОНТУ, 2024. 20 с.
7. Басюркіна Н.Й. Кон'юнктура світових ринків товарів та послуг : конспект лекцій для бакалаврів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» денної та заочної форм навчання. Одеса: ОНТУ, 2023. 27 с.
8. Вігуржинська С.Ю., Басюркіна Н.Й., Свистун Т. В. Економіка підприємства : навч. посібник / за ред. С.Ю. Вігуржинської. Одеса : ОНАХТ, 2018. 116 с.
9. Карпов В.А., Басюркіна Н.Й., Горбаченко С.А., Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Проектний аналіз : навч. посібник / за ред. проф. Карпова В.А. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.
10. ДСТУ 5081:2008. Продукти томатні концентровані (33862). ДНАОП - *Нормативно-правовая библиотека инструкции документы*. URL: [https://dnaop.com/html/33862\\_2.html](https://dnaop.com/html/33862_2.html) (дата звернення: 27.10.2023).

11. Інформація для споживачів щодо харчових продуктів. *Головна*. URL: <https://www.cherk-consumer.gov.ua/hromadianam/upravlinnia-zakhystu-spozhyvachiv/novyny-upravlinnia-zakhystu-spozhyvachiv/2839-informatsiia-dlia-spozhyvachiv-shchodo-kharchovykh-produktiv> (дата звернення: 28.10.2023).
12. Печиво. Загальні технічні умови. [Текст]: ДСТУ 3781:2014. Чинний 29.12.2014. К.: Технічний комітет стандартизації «Продукція кондитерська та харчоконцентратна» (ТК 152) спільно із Закритим акціонерним товариством «Укркондитер», Асоціацією «Укркондпром», 2015. 45 с.
13. Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»
14. ГОСТ 5897-90 Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин.
15. ГОСТ 5900-73 Вироби кондитерські. Методи визначення вологості і сухих речовин.
16. ГОСТ 5898-87 Вироби кондитерські. Методи визначення кислотності і лужності.
17. ГОСТ 5901-87 Вироби кондитерські. Методи визначення масової частки золи і металомагнітних домішок.
18. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України від 06.12.2018 р. № 2639-VIII: станом на 26 жовт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text> (дата звернення: 12.11.2023).
19. ДСТУ 2887-94 Упаковка и маркировка. Общие технические условия.
20. Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила [Текст]: ДСТУ 4518:2008. Чинний 2008-11-01. К.: Держспоживстандарт України, 2008. 45 с.
21. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 19.08.2022 № 771/97-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>
22. Закон України «Про захист прав споживачів» від 10.10.2022 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

23. Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчової продукції» від 01.10.2022 № 2639 [Електронний ресурс] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text>

24. Родина Т.Г. Сенсорний аналіз продовольчих товарів. Посібник. М.: Видавничий центр «Академія». 2004. 208 с.

25. Характеристика Гармонізованої системи опису і кодування товарів. URL: [https://pidru4niki.com/13170702/ekonomika/harakteristika\\_garmonizovanoyi\\_sistemi\\_opisu\\_koduvannya\\_tovariv](https://pidru4niki.com/13170702/ekonomika/harakteristika_garmonizovanoyi_sistemi_opisu_koduvannya_tovariv) (дата звернення: 17.04.2023).

26. Основні функції маркування, види і структура маркування – поняття маркування продукції URL: <https://jak.koshachek.com/articles/osnovni-funkcii-markuvannja-vidi-i-struktura.html>

27. Про штрихові коди URL: <https://gs1ua.org/ua/gs1-system/identifikatsiya-ta-shtrihove-koduvannya/about-barcodes>

28. Закон України «Митний кодекс України» від 16.04.2022р. №4495-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text> (дата звернення: 23.03.2023).

29. Основні правила інтерпретації УКТЗЕД. URL: <https://proagro.com.ua/reference/vedua/uktzed/1095.html> (дата звернення: 15.04.2023).

30. Довідка по товару УКТЗЕД. URL: <https://qdpro.com.ua/uk/goodinfo/2202991900> (дата звернення: 05.05.2023).

31. Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. URL: [https://pidru4niki.com/1103091453845/ekonomika/netarifne\\_regulyuvannya\\_zovnishnoekonomichnoyi\\_diyalnosti](https://pidru4niki.com/1103091453845/ekonomika/netarifne_regulyuvannya_zovnishnoekonomichnoyi_diyalnosti)

32. Максимально допустимі рівні вмісту забруднюючих речовин у харчових продуктах в ЄС та КНР. URL: <https://dpss.gov.ua/storage/app/sites/12/uploaded-files/vimogi-krayin-svitu/second-publicationfseuchina.pdf>

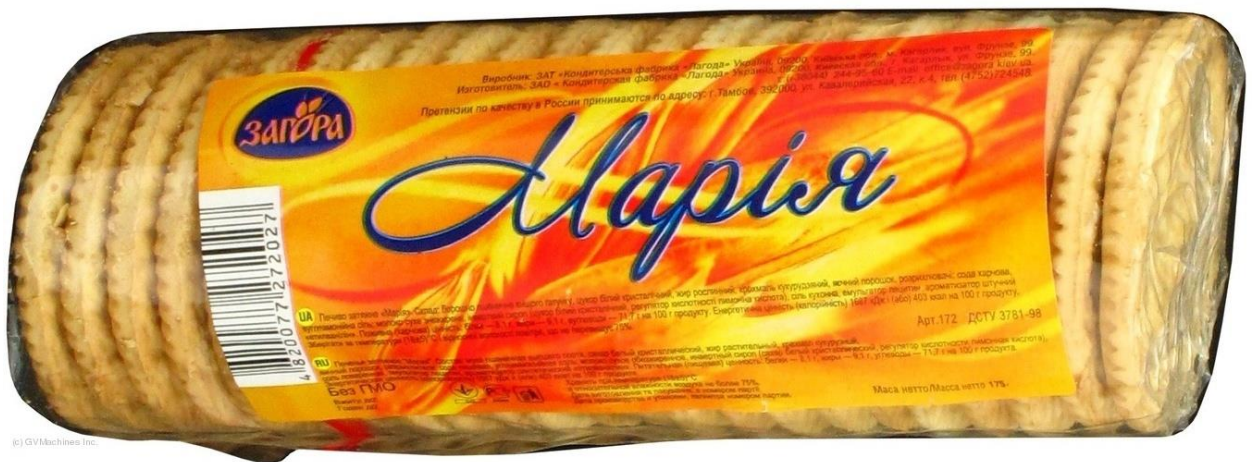
33. Вимоги до продукту при експорті до ЄС. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/imce/eksport-ovochiv-do-yes.pdf>

34. Правила охорони праці для об'єктів роздрібної торгівлі: НПАОП 52.0-1.01-96. [Чинний 1996-05-08]. К., Державний комітет України по нагляду за охороною праці, 1996. 2 с.

35. Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень. ДСН 3.3.6.042-99. [Чинний 1999-12-01]. К.: Головний державний санітарний лікар України, 1999. 3 с.
36. Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення: ДБН В.2.5-28. 2006. [Чинний 2006-05-15]. К.: Мінбуд України, 2006. 12 с.
37. Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку: ДСН 3.3.6.037-99. [Чинний 1999-12-01]. К.: МОЗ, 1999. 5 с.
38. Правила будови електроустановок. Електрообладнання спеціальних установок: ДНАОП 0.00-1.32.01, ДНАОП 0.00-1.32.01. [Чинний 2001-06-21]. К.: Міністерство праці та соціальної політики, 2001. 4 с.
39. Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин : ДСанПіН 3.3.2-007-98. [Чинний 1998-12-10]. К.: Міністерство охорони здоров'я України, 1998. 3 с.
40. Норми визначення категорій приміщень будинків і зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою: НАПБ Б.03.002-2007. [Чинний 2007-12-03]. К.: Держпожбезпека МНС України, 2007. 2 с.



Зразок №1 – Печива Марія ТМ «Yarych»



Зразок №2 - Печиво «Лагода» Марія з фруктозою



Зразок №3 – Печиво Марія ТМ «Gullon»