

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені в. н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему:

ІДЕНТИФІКАЦІЯ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ МАРМЕЛАДУ ТА
ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ
(тема кваліфікаційної роботи)

Виконав: студент II курсу,
групи ДМП-МС23мг+МС23(2)мг
спеціальності: 076 «Підприємництво та торгівля» (ОП
«Митна справа»)

(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

_____/ Денис ПІЛЮГІН
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник _____/ Аліна ПАК
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензент _____/ Олексій ШЕЛЕСТ
(підпис) (ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»

В.о. завідувача кафедри _____/ Вікторія ЧОБИТОК
(підпис) (ім'я та прізвище)

Нормоконтроль _____/ Марина ГНЄЗДІЛОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Секретар ЕК _____/ Ірина БЛУДОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Харків – 2024 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Інститут: НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ «УКРАЇНСЬКА
ІНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ»
ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМ. В.Н. КАРАЗІНА
Кафедра: маркетингу та торговельного підприємництва
Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля
Освітньо-професійна програма: «Митна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
д.е.н., проф.
Вікторія ЧОБИТОК

(підпис)

«14» жовтня 2024 р.

ЗАВДАННЯ на кваліфікаційну роботу (дипломну роботу) другого (магістерського) рівня вищої освіти

здобувачу Денису ПЛЮГІНУ

1. Тема: «Ідентифікація споживчих властивостей мармеладу та особливості його митного оформлення» затверджена наказом по академії № 4801-5/3345 від «12» жовтня 2024 р.
2. Термін здачі закінченої роботи: «25» листопада 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: Закони України, Митний кодекс України, Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», закон України» Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», Постанови Верховної Ради, Постанови Кабінету Міністрів, Податковий кодекс України, Угода Про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом; теоретичні та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів за темою роботи, періодичні видання, статистичні дані
4. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити): аналіз ринку кондитерської продукції, характеристика асортименту, хімічний склад та показники якості мармеладу; організація, предмет, об'єкти та основні методи дослідження, особливості митного оформлення мармеладу
5. Перелік графічного матеріалу (презентаційний матеріал):

6. Консультант:

Розділ	Консультант	Підпис, дата		Оцінка (бали)
		Завдання видав	Завдання прийняв	
	не передбачено			

7. Дата видачі завдання: «14 » жовтня 2024 р.

Керівник:

_____ Аліна ПАК

—
(підпис)

Завдання прийняв до виконання:

_____ Денис ПЛЮГІН

—
(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК
виконання кваліфікаційної роботи
(дипломної роботи)

№ з/п	Назва етапів роботи та питань, які мають бути розроблені відповідно до завдання	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1	Систематизація матеріалів про діяльність об'єкту дослідження	14.10.2024 р.	
2	Вивчення теоретичного матеріалу, написання першого розділу роботи	21.10.2024 р.	
3	Аналіз діяльності об'єкту дослідження, написання другого розділу	28.10.2024 р.	
4	Розробка та написання рекомендаційної частини роботи	11.11.2024 р.	
5	Завершення вступу та висновків, формування анотації, впорядкування списку літератури	18.11.2024 р.	
6	Перевірка на антиплагіат.	21.11.2024 р.	
7	Оформлення дипломної роботи та представлення її на кафедрі	25.11.2024 р.	

Здобувач

(підпис)

Денис ПЛЮГІН

Нормоконтроль:

(підпис)

Марина ГНЄЗДІЛОВА

АНОТАЦІЯ

Пілюгін Д. Ю. Ідентифікація споживчих властивостей мармеладу та особливості його митного оформлення. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота зі спеціальності *076 Митна справа*. – Навчально-науковий інститут «Українська інженерно – педагогічна академія» Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2024. – 99 с.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних положень заходів тарифного регулювання при переміщенні через митний кордон України желейних виробів на основі товарознавчої оцінки їх якості. За результатами проведеного літературного аналізу було встановлено, що українські кондитерські вироби з цукру, які відомі в усьому світі, переорієнтувалися на європейські ринки, і становлять $\approx 40,4\%$. Досліджено органолептичні та фізико-хімічних показники желейних виробів різних виробників. Проведено аналіз господарської діяльності підприємства, а саме проаналізовано кадрове забезпечення та фінансовий стан підприємства. Проведено SWOT аналіз підприємства, який вказує напрямки для його розвитку. Рекомендовано розширення асортименту, розвиток e-commerce, зміцнення партнерських відносин та покращення конкурентоспроможності.

Результати розробок можуть бути застосовані у практичній діяльності підприємств.

Ключові слова: кондитерська продукція, желейні вироби, мармелад; аналіз ринку; товарознавча характеристика; аналіз кадрового забезпечення та фінансовий стан, заходи тарифного регулювання.

ANNOTATION

Pilyugin D. Y. Identification of consumer properties of marmalade and features of its customs clearance.- Manuscript.

Qualification work on specialty 076 Customs business. - Educational and scientific institute «Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy» V. N. Karazin Kharkiv National University. - Kharkiv, 2024. – 99 p.

Qualification work on the study of the theoretical provisions of tariff regulation measures during the movement of jelly products across the customs border of the country on the basis of a commodity evaluation of their quality. Based on the results of the literature analysis, it was established that Ukrainian confectionery products made of sugar, which are known all over the world, have reoriented themselves to European markets, and make up $\approx 40.4\%$. The organoleptic and physico-chemical indicators of jelly products of various manufacturers were studied. An analysis of the enterprise's economic activity was carried out, namely, the personnel support and financial condition of the enterprise were analyzed. SWOT analysis of the enterprise was conducted, which indicates the direction for development. It is recommended to expand the assortment, develop e-commerce, strengthen partnership relations and improve competitiveness.

Development results can be applied in the practical activities of enterprises.

Keywords: confectionery products, jelly products, marmalade; market analysis; trade characteristics; analysis of human resources and financial status, measures of tariff regulation..

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	10
1.1 Аналіз ринку цукристих кондитерських виробів в Україні: тенденції та перспективи розвитку	10
1.2 Класифікація та споживчі властивості мармеладу, характеристика сучасної технології його виробництва	28
1.3 Хімічний склад та вимоги до якості мармеладу	36
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	40
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ФІНАНСОВИЙ СТАН ФОП «БЛОНД»	41
2.1 Загальна характеристика ФОП «БЛОНД»	41
2.2 Аналіз кадрової політики та продуктивності праці на ФОП «БЛОНД»	46
2.3 Фінансовий стан та аналіз діяльності ФОП «БЛОНД»	51
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	55
РОЗДІЛ 3 ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ МАРМЕЛАДУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ	56
3.1 Товарознавча експертиза якості мармеладу, що реалізується в торговельній мережі м. Харкова	56
3.2 Дослідження функціонально-технологічних властивостей мармеладу	67
3.3 Особливості митного оформлення мармеладу	78
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	88
Висновки та пропозиції	89
Список використаних джерел	92
Додатки	100
Додаток А	101

ВСТУП

Актуальність роботи. Харчова промисловість включає близько 50 виробничих галузей, що виробляють харчові продукти різного походження. Значне місце в харчовій промисловості займає кондитерська промисловість, яка забезпечує як внутрішній ринок, так і експорт продукції в багато країн світу.

Нині кондитерська промисловість України складається з 30 великих спеціалізованих підприємств, а також багатьох дрібних цехів. В Україні щорічно виробляється 750 тис. тонн кондитерських виробів, третина з яких експортується до понад 100 країн світу, включаючи США, Канаду, Китай, ЄС, країни Центральної Азії та регіону MENA [1, 18]. Слід зазначити, що сьогодні обсяги виробництва становлять близько 80% довоєнного рівня. Початок активних бойових дій в Україні став основним чинником значного скорочення виробництва кондитерської продукції практично всіма вітчизняними виробниками. Таким чином, одним із першочергових завдань виробників є відновлення виробництва до довоєнного стану.

Більшість людей піклуються про своє здоров'я, тому віддають перевагу натуральним і органічним солодощам, виготовленим з рослинних продуктів. Завдяки цьому сегмент рослинної їжі зараз розвивається найшвидшими темпами. Основою тренду є поширення веганства та вегетаріанства серед молоді, відмова від тваринної їжі на користь рослинної.

Здоровий спосіб життя, дотримання лікувальної дієти та увага до складу продукту – нові тренди серед споживачів. Позиціонування продукції, що містить лише натуральні інгредієнти (без штучних барвників та ароматизаторів, зі справжніми шматочками фруктів, «без ГМО») має величезний успіх у споживачів, які хочуть бути впевненими у користі продукції.

Іншим важливим трендом сьогодення є свідоме споживання, орієнтація на екологічне виробництво та зелений маркетинг. Відповідно основні цілі

виробників кондитерської продукції – завоювати лояльність споживачів і партнерів, шляхом турботи про екологію та раціональне споживання ресурсів.

Серед кондитерських виробів з точки зору корисності для здоров'я та екологічності виробництва слід виділити таку групу товарів, як цукрові вироби, а, саме, желейні вироби. Даний вид кондитерської продукції є перспективним і актуальним з огляду на можливість розробки технологій, що сприятимуть високій біологічній цінності цієї продукції.

Ввезення харчової продукції на територію України супроводжується оформленням та наданням митниці необхідних для митного контролю документів, що підтверджують країну походження товару, якість та безпеку товарів, нараховані митні платежі та ін.

Основними характеристиками, що досить об'єктивно дають оцінку якості продовольчої продукції рослинного походження, а саме мармеладу є органолептичні та фізико-хімічні показники (гігроскопічні властивості, системної води желейної продукції). Дослідження діапазонів сорбції та набухання желейної продукції дозволять визначити збереженість її вихідних властивостей під час тривалого зберігання. Отримані дані дозволять оцінити вихідні органолептичні показники якості досліджуваних зразків мармеладу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження проводились відповідно до законів України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Митний кодекс України», «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про Митний тариф Україні» та «Про митну справу в Україні».

Метою роботи є товарознавча оцінка якості цукристих кондитерських товарів на прикладі желейних виробів, що реалізуються в торговельній мережі м. Харків, дослідження їх споживчих властивостей, а також особливості їх митного оформлення при перетинанні митного кордону України.

Для досягнення заданої мети необхідно виконати наступні завдання:

– дослідити сучасний асортимент та провести аналіз динаміки ринку кондитерських товарів ;

- проаналізувати фактори, що формують споживчі властивості мармеладу;
- провести інформаційну експертизу мармеладу різних виробників;
- провести дослідження товарознавчих характеристик мармеладу різних виробників;
- дослідити гігроскопічні властивості та визначити системну воду желейної продукції різних виробників;
- визначити заходи тарифного регулювання та код УКТ ЗЕД мармеладу при переміщенні через митний кордон України;
- зробити висновки та надати пропозиції.

Об'єкт дослідження – желейні вироби.

Предмет дослідження – споживні властивості желейних виробів та їх митне оформлення при переміщенні через митний кордон України.

Методи дослідження – органолептичні, фізико-хімічні, статистичний аналіз, метод математичної статистики.

Наукова новизна полягає у дослідженні гігроскопічних властивостей, встановлено, що під час вибору упакування та формулювання вимог до умов зберігання слід враховувати, що зберігатися досліджувана желейна продукція від різних виробників у паропроникному упакуванні може без псування за відносної вологості повітря не більше 70...75%, а також визначено оптимальний діапазон вологості для кожного досліджуваного зразку окремо.

Дослідженнями системної води желейної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом встановлено, що найбільшу кількість системної води, яка володіє властивостями об'ємної або, так званої, вільної води, утримують зразки желейної продукції від ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-Шоколад» (відповідно 0.31 та 0.29 кг/кг), а найменшу – зразки від ТМ «Haribo» та ТМ «Klim» (відповідно 0.13 та 0.15 кг/кг). Виходячи із отриманих даних, можна припустити, що під час розробки технології виробництва желейної продукції пріоритетними для ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-Шоколад» були у більшому ступені

органолептичні властивості, а для продукції ТМ «Klim» – подовжені терміни зберігання. Також визначено код УКТ ЗЕД для мармеладу та заходи тарифного регулювання.

Апробація результатів роботи. Основні положення роботи викладені в матеріалах тез доповідей, опублікованих в збірці наукових праць на Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти, аспірантів, науковців, фахівців, провідних спеціалістів, практиків та керівників підприємств «Молодь і технічний прогрес в АПВ» [67].

РОЗДІЛ 1

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

1.1. Аналіз ринку цукристих кондитерських виробів в Україні: тенденції та перспективи розвитку

Ринок кондитерських виробів України є одним із найрозвиненіших ринків вітчизняної харчової промисловості. Харчова промисловість включає близько 50 виробничих галузей, що виробляють харчові продукти різного походження.

Значне місце в харчовій промисловості займає кондитерська промисловість, яка забезпечує як внутрішній ринок, так і експорт продукції в багато країн світу.

У 2023 році у вартісному вираженні вироблено та реалізовано харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – близько 730,96 млрд грн, або 22,4%. Виробництво харчових продуктів становить понад 632,47 млрд. грн., це 19,3% усієї реалізованої промислової продукції, частка у загальному ВВП – 7,8%. За кордон реалізовано промислової продукції з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – близько 187,65 млрд гривень, тобто 25,7% від обсягу реалізованої промислової продукції цією діяльністю. Виробництво харчових продуктів становило близько 179,88 млрд. грн., або 28,4% від обсягу реалізованої промислової продукції цією діяльністю [1, 2].

Харчова промисловість характеризується більш-менш стабільним попитом порівняно з галузями, які більшою мірою залежать від рівня життя населення та схильні до ринкових коливань, але основною метою діяльності є задоволення потреб. споживача. Враховуючи основну мету кондитерської промисловості, вона реалізується шляхом задоволення надлишкового попиту споживачів, завдяки чому кондитерська галузь стає більш залежною від коливань національної та світової економіки.

Кондитерські вироби - це харчові продукти, більшість яких виготовлені з цукру, найчастіше модифікованого, або інших солодких речовин (меду, ксиліту, сорбіту), а також патоки, різних фруктів, ягід, молока, масла, какао-бобів, горіхів тощо. . .

Кондитерський ринок характеризується широким асортиментом продукції, яка традиційно поділяється на три групи (рисунок 1.1): борошняні кондитерські вироби (солодкі торти, вафлі, пряники, булочки, кекси та ін.); шоколадні вироби, що містять какао (шоколад, шоколадні цукерки та ін.); цукрові вироби без какао (карамель, джем, желе, зефір та ін.).

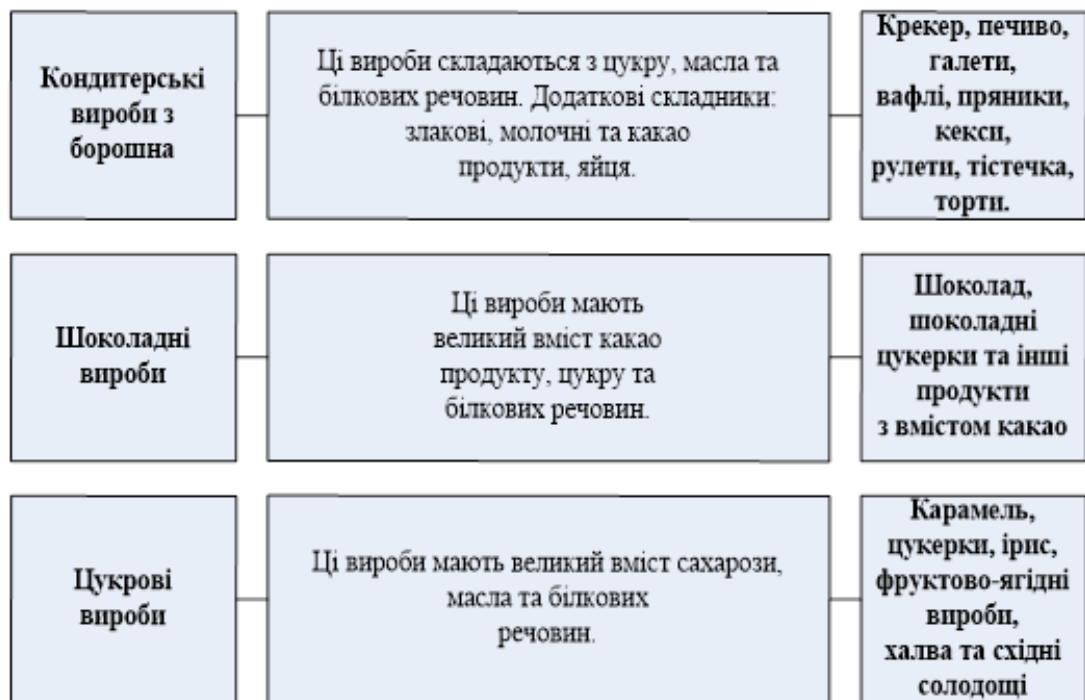


Рис. 1.1 Класифікація кондитерських виробів за категоріями

Сегментацію ринку кондитерських виробів України попередньо можна представити наступним чином: сегмент кондитерських виробів з цукру, борошняних кондитерських виробів і продуктів з вмістом какао. Борошняні цукерки традиційно становлять 45-47% від загального обсягу кондитерського ринку України. Сегмент продуктів, що містять какао, при своїй

різноманітності займає близько 30-32% ринку, при цьому найменшу частку ринку займає сегмент цукрів (близько 20-25%) [3].

Проблемам розвитку кондитерської промисловості в Україні присвячені роботи багатьох українських учених: Шашина М.В., Власенко О.П., Тичинська А.І., Наумова М.А., Рибак М.О., Дем'яненко К.А., Ляшко К. .О., Басова О.О. О.М., Чорноштан Г.Г., Кільницька О.С., Кравчук Н.І., Куцмус Н.М. тощо [4, 5, 6]. Вони займалися дослідженням ємності кондитерського ринку України, визначенням основних гравців, проблемами кондитерської галузі на державному рівні, дослідженням можливих шляхів ефективного використання ресурсів кондитерської галузі, дослідженням сучасних тенденцій розвитку кондитерської галузі. Ринок України.

Станом на 2023 рік кондитерська галузь України складається з 28 великих спеціалізованих підприємств, а також безліч невеликих цехів. Україна щорічно виробляє 625 тис. тонн кондитерських виробів, третина з яких експортується до понад 100 країн світу, включаючи США, Канаду, Китай, ЄС, а також країни Центральної Азії та регіону Близького Сходу та Близького Сходу. Північна Африка»).

За даними американського галузевого видання Candy Industry, вони склали список 100 найкращих виробників цукерок у світі. Перші 3 місця посідають наступні закордонні компанії:

1. Кондитерська фабрика Mars Wrigley, підрозділ. Mars Inc., Чикаго, штат Іллінойс, США (чистий обсяг продажів 18 000 мільйонів доларів);
2. Ferrero Group, Люксембург, Італія (13 000 мільйонів доларів США);
3. Mondelez International, Дірфілд, Іллінойс, США (\$11 800 млн).

До світового рейтингу Топ-100 солодощів увійшли три українські виробники кондитерської продукції, а саме: кондитерська компанія Roshen на 27 місці з чистими продажами \$800 млн, Кондитерська фабрика АВК (\$275 млн) і Шоколадна фабрика «Міленіум» (\$). 216 млн) [7,8]. За останні чотири роки загальна вартість українського експорту кондитерських виробів (у вартісному вираженні) зросла на 50%.

Желейні ведмедики (нім. Gummibärchen - дослівно «клейкі ведмедики») - солодощі на основі желатину у вигляді ведмедиків, дуже популярні у дітей, сьогодні дуже популярні на ринку цукерок. До складу препарату також входять цукор, глюкозна патока, крохмаль, прянощі, лимонна кислота, харчові барвники та інші інгредієнти. Німецька кондитерська компанія Haribo, заснована в 1920 році, спеціалізується на желейних цукерках різної форми. Ця компанія поширилася по всьому світу і зараз розширюється в Азії. Компанія характеризується найбільшою присутністю в Європі та стабільною популярністю у Великій Британії [9]. Успіх вищевказаних кондитерських компаній в першу чергу залежить від розвитку сильного бренду та методів позиціонування в маркетингу.

У харчуванні населення кондитерські вироби складають значну частку, з яких мармелад – 17,3% (рисунок 1.2) [1].

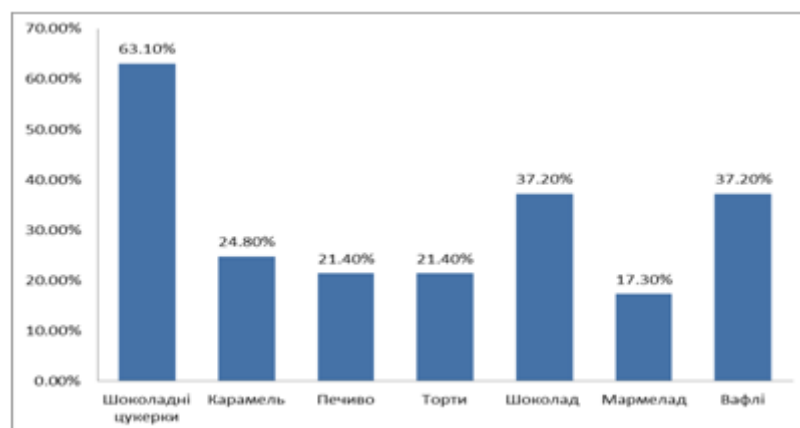


Рис. 1.2 Структура споживання кондитерських виробів населенням України у 2023 році

Харчова цінність цих продуктів в першу чергу характеризується високою калорійністю і низьким вмістом вітамінів і мінералів. Останнім часом у кондитерській промисловості все більше уваги приділяється розробці та виробництву продуктів, збагачених біологічно активними речовинами, розглядається можливість використання харчових продуктів підвищеної біологічної цінності. До них належать лісові ягоди, які містять комплекс цінних біологічно активних речовин, зокрема вітаміни С, Р, антоціани,

катехіни, пектинові речовини, легкозасвоювані мінеральні речовини: калій, фосфор, магній, залізо [10].

Початок активних бойових дій в окремих регіонах України став основним чинником суттєвого скорочення виробництва кондитерських виробів майже всіх вітчизняних виробників (виробництво скоротилося на 18,8%). При цьому борошняні вироби залишаються основним видом кондитерських виробів (59,9% у структурі виробництва), а какао-шоколадні та цукристі вироби становлять 20,2% та 19,9% [11].

Повномасштабне вторгнення російських військ і початок активних бойових дій у ряді регіонів України протягом 2022 року стали основними факторами суттєвого скорочення обсягів кондитерської продукції практично всіх вітчизняних виробників.

За період з 2019 р. по 2023 р., частка яких припала на військовий стан в Україні (табл. 1.1) можна сказати про не значні коливання цукрових виробів.

Таблиця 1.1 Ринок кондитерських товарів за сегментами (період 2019–2023 рр.)

Назва сегменту	2019	2020	2021	2022	2023
Кондитерські вироби з борошна, %	79,2	77,7	76,7	78,4	80,3
Шоколадні вироби, %	12,5	9,8	10	10,2	10,5
Цукрові вироби, %	10,0	12,5	13,3	11,4	12,1

Так, виробництво какао-продуктів скоротилося на 2%, а кондитерських виробів з борошна зросло на 1,1% порівняно з початковим періодом. Виробництво цукрових виробів у 2023 році порівняно з 2019 роком зросло на 2,1%. Це свідчить про те, що українські виробники кондитерських виробів використовують для виробництва вітчизняну якісну сировину (закуповують цукор і борошно за національну валюту) і частково відмовляються від

імпоротної сировини (терте какао, какао-масло), купуючи для іноземців. валюта.

Єдиним промисловим об'єднанням виробників солодоців, харчових концентратів, крохмальних виробів і кави в Україні є об'єднання "Укркондпром". Асоціація заснована 10 грудня 2009 року як неприбуткова підприємницька організація «Укркондитер», яка згодом стала договірним об'єднанням підприємств з виробництва та реалізації солодоців, кави, крохмалю та харчових концентратів. І за таких умов Асоціація стала правонаступником «Укркондитер».

Основними завданнями Асоціації є налагодження ефективного діалогу між бізнесом та владою, створення розумного балансу між державним регулюванням та інтересами розвитку бізнесу, сприяння просуванню української продукції на зовнішні ринки.

До складу Асоціації входять 30 учасників, серед яких провідні виробники кондитерських виробів, крохмалю та харчових концентратів, серед яких: Roshen, кондитерська фабрика АВК, Харківська бісквітна фабрика, Mondelice Україна, Domenik, ТОВ «Нестле Україна», «Галка ЛТД», ПАТ «Дніпропетровський комбінат харчових концентратів», ТОВ «Джейкобс Доу Егбертс Україна». На частку членів асоціації припадає близько 70% загального обсягу виробництва кондитерських виробів, 55% харчових концентратів, 90% крохмальної патоки та 55% виробництва кави є розчинною кавою) [12].

Асоціація діє на таких засадах:

- спеціалізована виробничо-дегустаційна комісія з оцінки якості кондитерських виробів, харчових концентратів, кави, чаю та напоїв на їх основі, на засіданнях якої щорічно розглядається 400 нових видів продукції;
- комітет з технічних стандартів ТК 152 «Виробництво кондитерських виробів та харчових концентратів», який розробляє та приймає національні стандарти (ДСТУ), встановлені норми та зміни до них; бере участь у роботі відповідних комітетів технічної стандартизації міжнародних та регіональних організацій стандартизації.

Отже, ми бачимо, що завдяки існуванню асоціації «Укркондпром» кондитерська галузь розвивається, збільшуються обсяги виробництва та розширюються партнерські відносини, доповнюючи кондитерську продукцію появою нових продуктів, які проходять оцінку якості спеціалізованою комісією. наявність комітету технічних стандартів ТЗ 152, який погоджує та дозволяє появу нових державних стандартів України в цій сфері.

29 квітня 2024 року Асоціація «Укркондпром» підписала угоду про співпрацю та партнерство з Асоціацією польських виробників шоколаду та кондитерських виробів POLBISCO. Актуальні проблеми розвитку кондитерської та шоколадної промисловості в Україні та Польщі, двосторонні торговельно-партнерські відносини, безперешкодний доступ на ринки двох країн, організація спільних заходів, спрямованих на підтримку українських та польських виробників кондитерської та шоколадної продукції тощо. обговорено. Україна та Польща є торговими та стратегічними партнерами, тому відновлення кордонів відновлює партнерство між двома країнами.

Кондитерський ринок України розвивається досить стрімко: збільшуються обсяги виробництва, а головне, споживачі потребують нових видів солодошів, на що галузь, щоб не втратити дохід, має швидко реагувати розширенням асортименту, не зупиняючи виробництво. традиційні продукти. Порівняно з 35% у 2018 році, 42% споживачів у всьому світі вважають за краще робити покупки онлайн, що спонукає кондитерські компанії та пекарні розширювати свої пропозиції та покращувати зовнішній вигляд своїх готових солодошів.

Тенденція збільшення попиту на кондитерські вироби з різних країн світу популярна вже давно. Споживачам було важливо спробувати щось унікальне чи ексклюзивне. Однак останнім часом ситуація змінилася. Зараз 39% людей купують продукти, виготовлені з місцевих інгредієнтів, у місцевих кондитерських або кондитерських принаймні щотижня.

Сталий розвиток також є важливим фактором: 70% вважають, що споживання місцевих продуктів краще для навколишнього середовища, а 65% респондентів вважають, що це краще для здоров'я.

У зв'язку з тим, що більшість людей стежить за своїм здоров'ям, при покупці віддають перевагу натуральним і органічним солодощам, виготовленим з рослинних продуктів. Натуральні та органічні солодощі. Зараз найшвидше розвивається сегмент рослинної їжі. Основа розвитку тренду: поширення серед молоді веганства та вегетаріанства, відмова від тваринної їжі на користь рослинної.

Здоровий спосіб життя, дотримання лікувальної дієти та увага до складу продукту – нові тренди серед споживачів. Багато європейців віддають перевагу здоровим і натуральним продуктам, які містять натуральні барвники та екстракти, а не синтетичні замінники. Такі зміни відбуваються внаслідок природних і органічних тенденцій. Насправді 71% споживачів у всьому світі купували б більше в пекарні, яка використовує натуральні інгредієнти.

Позиціонування продукції лише з натуральних компонентів (без штучних барвників та ароматизаторів, зі справжніми шматочками фруктів, «без ГМО») користується величезним успіхом серед споживачів, які хочуть бути впевненими у користі продукції.

Аналіз світових тенденцій показує, що значна кількість людей вважають шоколад невід'ємною частиною здорового харчування, тому 65% споживачів у всьому світі віддають перевагу продуктам, які благотворно впливають на їх здоров'я. Аналіз ринку шоколаду показує, що попит на дорогий чорний шоколад зростає.

Ще одна важлива тенденція сьогодення – свідоме споживання, орієнтація на органічне виробництво та зелений маркетинг. Ці тренди тепер вважаються необхідністю, а не просто модним трендом. Відповідно, основною метою виробників шоколаду та цукрових виробів є завоювання лояльності споживачів і партнерів шляхом захисту навколишнього середовища та раціонального використання ресурсів. Ця тенденція багато в чому визначає

концепцію розвитку бізнесу у сфері виробництва шоколаду та інших кондитерських виробів [13].

Кондитерський ринок України представлений досить великою кількістю виробників, орієнтованих на споживачів з різними доходами. Основними виробниками кондитерської продукції в Україні є ROSHEN, АВК, ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» (ТМ «Бісквіт-Шоколад»), ТМ «Jelini», ТОВ «Фуд Пак», ТОВ «Кондитерська фабрика «Солодка кондитерська фабрика. Світ» (ТМ «Шоудье»), ПрАТ «Родина» (ТМ «Родина»), кондитерська фабрика «Стимул» (ТМ «Стимул»), ПРАО «Монделіс Україна», КрафтФудсУкраїна (м. Тростянець), Lukas та ін. на ринку імпорту варення та желейна продукція (Казахстан), ТМ «Баян Сулу» (Казахстан), ТМ «Haribo» (Німеччина), ТМ «Поморзанка» (Польща).

Традиційно український ринок шоколаду та цукерок поділяють на такі категорії:

1) великі виробничі компанії (холдинги). Такі компанії, як правило, мають високопродуктивні фабрики з виробництва широкого асортименту кондитерської продукції, розвинену складську та транспортну інфраструктуру, а іноді сільськогосподарські або переробні дочірні підприємства, що займаються хлібобулочними, шоколадними та кондитерськими виробами, такі підприємства займають лідируючі позиції на ринку, а їхня частка близько 70-75%. Такими компаніями є: підприємства групи компаній «ROSHEN», ТМ «Бісквіт-Шоколад», «АВК», «Конті» та інші;

2) дрібні та кустарні виробники. В останні роки цей сегмент української кондитерської промисловості почав розвиватися. Є продукція, виготовлена в місцевих кондитерських або майстернях для місцевих споживачів, серед яких користується високим попитом. Гнучке реагування на смаки та побажання споживачів дозволяє цьому виду бізнесу розвиватися, незалежно від негативних факторів макроекономічного та «військового» впливу. Серед останніх тенденцій – розширення асортименту шоколаду та цукерок у

магазинах продовольчих мереж («Сільпо», «NOVUS», ТМ «Клім» та ін.). Однак частка цього сегмента ринку оцінюється лише в 5-7%;

3) приватний сектор. Цей сегмент ринку кондитерських виробів статистично не аналізується. За експертними оцінками, фізичний обсяг цього сегмента ринку з урахуванням трудомісткості технологічного процесу та забезпечення сировиною є дещо нижчим порівняно з великими компаніями. Тому ринкова частка цього сегмента незначна.

Кондитерська корпорація Roshen є одним з найбільших світових виробників кондитерської продукції. Roshen виробляє понад 320 найменувань високоякісних кондитерських виробів. В асортименті корпорації представлені шоколадні та желейні цукерки, іриски, іриски, шоколадні батончики та батончики, торти, вафлі, бісквітні рулети, тістечка та торти. Деякі з них не мають аналогів на ринку України. Загальний обсяг виробництва сягає близько 300 тис. тонн на рік. Кондитерська продукція Roshen виробляється за найсучаснішими технологіями. Робота сучасного високопродуктивного обладнання, суворе дотримання рецептури, використання виключно високоякісної сировини і матеріалів є запорукою основних переваг продукції Roshen.

До складу корпорації входять українські фабрики (Київ, Кременчук, Бориспіль та дві виробничі площадки у Вінниці), Клайпедська кондитерська фабрика (Литва), Bonbonetti Choco Kft (Будапешт, Угорщина), а також Вінницький молокозавод, який постачає заводам натуральну, якісну молочна сировина.

Виробничі потужності кондитерської корпорації Roshen сертифіковані на відповідність вимогам міжнародних стандартів якості та безпеки харчових продуктів. У корпорації Roshen функціонує система управління якістю, яка відповідає вимогам ISO 9001:2008, а також система управління безпечністю харчових продуктів, яка відповідає вимогам міжнародних стандартів ISO 22000:2005, FSSC 22000, що підтверджує наявність сертифіката відповідності в кожному із заводів корпорації.

Усі компанії працюють у рамках екологічної політики Корпорації, яка забезпечує відповідність практики діяльності чинним вимогам законодавства України у сфері екології шляхом дбайливого та відповідального ставлення до навколишнього середовища та природних ресурсів.

У своїй роботі всі співробітники Корпорації ROSHEN керуються Кодексом ділової етики та дотримуються єдиних норм і принципів корпоративної етики у взаємодії всередині колективу, відносинах з діловими партнерами, партнерами, конкуренцією, державними органами, установами та організаціями.

Усі кондитерські фабрики корпорації Roshen оснащені обладнанням для контролю якості продукції та відповідних досліджень. Розробкою технологій та випуском високоякісної кондитерської продукції займаються фахівці, які пройшли сертифікацію та навчання в спеціалізованих закордонних центрах.

Продукція представлена в Україні, США, Канаді, Європі, Грузії, Китаї, Японії, Кореї, Казахстані, Вірменії та інших країнах.

Корпорація ROSHEN реалізує масштабні та системні благодійні та соціально-культурні проекти. Тому з березня 2015 року компанія реалізувала проект допомоги Національній дитячій лікарні «Охматдит». Десятки мільйонів гривень вкладаються в придбання та встановлення найсучаснішого хірургічного обладнання, ліфтів, освітлення, повну реконструкцію всіх комунікаційних систем (опалення, вентиляції, електропостачання). Також системно надається допомога постраждалим у зоні АТО – лікування проводиться в клініках та реабілітаційних центрах Австрії, Німеччини, Греції та Словаччини, а також фізична та психосоціальна реабілітація в центрах України [14].

Наявність логістичного центру в ROSHEN дозволяє створити чудові умови для зберігання сировини (20-25 тис. тонн продукції та сировини) і готової продукції 45 тис. тонн (загальна потужність), а також зручні транспортні вузли та новітня система управління потоком продукції. Розглянемо принцип роботи системи VMS на прикладі логістичного центру в

Яготині, який відповідає всім вимогам до логістичного комплексу класу «А». Цей комплекс оснащений новітньою системою управління складськими товарними потоками. WMS — це інтелектуальна система, яка не тільки враховує все, але й оптимізує логістичні процеси, що відбуваються від моменту надходження до відвантаження товару зі складу. На момент надходження автомобіля на склад документація на його заправку вже подана, врахована та оброблена. Це дозволяє створювати замовлення заздалегідь, тому безпосереднє отримання займає 30-35 хвилин. Тому загальний час перебування вантажного транспорту на території центру не перевищує однієї години [14].

З 2015 року в логістичному центрі також працює відділ пакування. Сертифіковано за стандартами ISO 9001 та ISO 22000 міжнародною компанією «Bureau Veritas».

Логістичний центр корпорації ROSHEN - це універсальний інноваційний логістичний комплекс, еталон для всіх галузей промисловості, які використовують піддони для зберігання своєї продукції. Досвід створення логістичного центру в Жахотині може слугувати прикладом для багатьох національних компаній.

Корпорація «Бісквіт-Шоколад» - одна з найбільших кондитерських компаній України - була створена в 2004 році, об'єднавши підприємство, засноване в 1896 році. найстаріша кондитерська фабрика «Харків'янка» та Харківська бісквітна фабрика заснована в 1935 році. Високі оцінки якості продукції корпорації "Бісквіт-Шоколад" були неодноразово засвідчені на найпрестижніших міжнародних кондитерських виставках, таких як "ISM" (Кельн, Німеччина), "FMI" (Чикаго, США), "SIAL China" (Шанхай, Китай), "SIAL Paris" (Париж, Франція).

В даний час корпорація «Бісквіт - Шоколад» займає друге місце за обсягами виробництва серед виробників кондитерських виробів України та експортує свою продукцію в більш ніж 40 країн світу.

Якість і безпека кондитерської продукції, що випускається Харківською бісквітною фабрикою та кондитерською фабрикою «Харків'янка», забезпечується системою управління якістю продукції, що діє на підприємствах. Система менеджменту розроблена та впроваджена на фабриках корпорації «Бісквіт – шоколад» більше 20 років тому, серед кондитерських підприємств України. Відтоді система управління якістю згідно з міжнародним стандартом ISO 9001:2015 та система безпеки харчових продуктів, заснована на принципах HACCP відповідно до міжнародного стандарту ISO 22000:2005, забезпечують стабільну якість та контроль на всіх етапах виробництва кондитерських виробів, на будь-якій точці процесу виробництва та зберігання продукції. У 2017 році підприємства корпорації «Бісквіт – Шоколад» отримали сертифікати системи менеджменту харчової безпеки міжнародного рівня FSSC 22000 «Certificate of Food Safety System 22000».

Дані сертифікати, як і сертифікати BRC і IFS, визнані і схвалені Глобальною ініціативою харчової безпеки (GFSI) і Європейським співробітництвом з акредитації (EA). З 2013 року підприємства корпорації щорічно добровільно сертифікують свою продукцію на відповідність вимогам «Халяль». Отримані сертифікати підтверджують відповідність кондитерських виробів ісламським канонічним нормам [15].

Стратегія розвитку бізнесу корпорації спрямована на інновації, впровадження нових технологій, оригінальних рецептур, підвищення якості та безпечності кондитерських виробів, що дозволило збільшити присутність продукції на висококонкурентних міжнародних та внутрішніх ринках.

Продукція реалізується в усіх регіонах України, а також у країнах СНД, Західної Європи, Близького Сходу, Америки та Китаю.

Кондитерська фабрика «СТИМУЛ» є одним із лідерів кондитерського ринку України. Компанія працює на ринку України з 1999 року. Кондитерська фабрика випускає широкий асортимент продукції: зефір, мармелад, східні солодоці, карамель, цукерки, вафлі. Система управління безпечністю

харчових продуктів сертифікована на відповідність міжнародному стандарту ДСТУ ISO22000:2007 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до всіх організацій харчового ланцюга» [16].

Головними перевагами БФ «Стимул» є репутація компанії та якість продукції. Ця акція працює тільки з якісною сировиною, яка має всі сертифікати відповідності (сертифікована продукція без ГМО), сертифікати якості, протоколи безпеки та пройшла додатковий контроль у виробничій лабораторії фабрики. Якість кожної партії продукції підтверджується протоколами безпеки та сертифікатами якості. Кожна партія продукції проходить контроль у виробничій лабораторії.

Цукрова продукція вітчизняного виробництва, незважаючи на складні економічні умови, в яких вона виробляється, є високоякісною та затребуваною на світовому ринку.

У науковій літературі, аналізуються різні моделі виходу продукції на експортні ринки: Arkolakis; Baldwin; Bernard, Eckel.; Hallak, Johnson, Меліц, а також можливості подальшої інтеграції країни в глобальні ланцюги створення вартості (Venger, та ін., 2022) [17-25].

Внутрішній український ринок кондитерських виробів усіх категорій до початку війни характеризувався сезонністю – восени та взимку споживали більше продукції, влітку – менше. Також під час новорічних та інших свят збільшується попит на кондитерські вироби практично всіх категорій. Деякі види кондитерських виробів характеризуються постійним попитом, незалежно від сезону. Після початку військової агресії ринок суттєво змінився, але основні переваги споживачів залишилися [26].

За підсумками 2022 року в Україні спостерігалось значне зниження споживання кондитерських виробів усіх категорій. Така тенденція пояснюється впливом «військових» факторів, коли частина регіонів країни перебувала під окупацією, в інших регіонах – ведуться активні бойові дії. Також на зниження споживання вплинуло різке зростання цін на кондитерські вироби через високу частку імпортованих інгредієнтів, особливо в сегменті какао-

продуктів. Для цукрових і борошняних виробів майже всі компоненти виробляються в Україні, але через низку економічних факторів ціни на ці види кондитерських виробів теж зростають.

На кон'юнктуру ринку кондитерських виробів України всіх категорій протягом 2022 року вплинули такі фактори:

- активні бойові дії в ряді областей України та воєнний стан по всій країні;
- транспортно-логістичні труднощі виробників кондитерських виробів, а також перебої з енергопостачанням і відтік трудових ресурсів;
- популяризація тренду здорового харчування, яке виключає вживання солодких продуктів;
- консолідація великих гравців ринку за рахунок об'єднання невеликих хлібобулочних або кондитерських компаній;
- розвиток та розширення трейдерами власного кондитерського виробництва, а також крафтового та «сімейного» сегменту;
- зменшення попиту на кондитерські вироби, насамперед через зниження купівельної спроможності населення у 2022 році (до цього спостерігалось зростання купівельної спроможності громадян України);
- значне подорожчання сировини, необхідної для виробництва шоколадних кондитерських виробів: какао, пальмова олія, цукор, ароматизатори тощо.

Значний вплив на вихід України на міжнародні кондитерські ринки мало підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС та сертифікація продукції відповідно до міжнародної системи управління якістю ISO 9000 та ISO 22000, а також міжнародного стандарту IFS. Ці заходи дозволили вітчизняним компаніям експортувати свою продукцію на ринки країн ЄС та інші міжнародні ринки, а отже збільшити обсяги виробництва кондитерської продукції та завоювати нові канали збуту. Під час надзвичайного стану країни ЄС зняли всі обмеження на постачання українських кондитерських виробів [17].

Солодкі кондитерські вироби традиційно користуються високим попитом на ринку України. Незважаючи на це, протягом 2022 року спостерігатиметься зменшення виробництва цього виду солодкої продукції за рахунок зменшення виробництва драже (на 8,9%), карамелі (на 43,0%), карамелі (на 18,5%), білого шоколаду. (на 57,3%) та мармеладу/желе – на 37,2%. Причини зниження виробництва аналогічні й іншим категоріям кондитерських виробів, що виробляються в Україні.

Слід зазначити, що в Україні досить розвинене приватне виробництво простих кондитерських виробів. Таке виробництво не підлягає статистичним спостереженням. За різними оцінками, фізичні обсяги такої діяльності можуть становити до 20-60% від офіційних показників залежно від категорії товару.

За даними Державної служби статистики України та Державної митної служби України, українські виробники всіх категорій кондитерських виробів завжди були орієнтовані на зовнішній ринок, адже близько 20-30% виробленої продукції йде на експорт. Пріоритетність експортного напрямку реалізації солодкої продукції в першу чергу визначається ціновим фактором – ціни на європейському чи близькосхідному ринку часто перевищують цінові показники, що склалися на внутрішньому ринку. Тому українські кондитерські компанії щороку намагаються збільшувати обсяги зовнішніх поставок. Початок російської агресії, яка у 2022 році переросла у повномасштабну війну, вніс певні корективи в комерційні плани українських кондитерів, які були змушені суттєво скоротити експортні відвантаження.

Загалом протягом 2022 року з України було експортовано близько 167,3 тис. тонн кондитерських виробів усіх категорій, що на 34,9% менше попереднього періоду. При цьому загальний валютний дохід від реалізації цих товарів у 2022 році склав близько 434,0 млн доларів США, що вдвічі менше порівняно з попереднім роком. Товарна структура експорту у 2022 році була такою: кондитерські вироби з цукру – 32,0%, борошно – 41,1% та какао/шоколад – 27,0%.

Середньорічний приріст українського експорту до країн ЄС категорії 1704 Кондитерські вироби з цукру за останні 5 років (2018-2022) становив 20,9%.

Географічна структура експорту кондитерських виробів усіх категорій (загальна) з України у 2022 році представлена на рис. 1.3. за даними Держстату [1].

Протягом 2022 року експорт українських кондитерських виробів із цукру скоротиться вдвічі до 53,5 тис. тонн. Водночас зафіксовано значне скорочення експортних поставок білого шоколаду (на 53,9%), желе та мармеладу (на 42,9%), карамелі (на 35,1%) та ірису (на 59,3%).

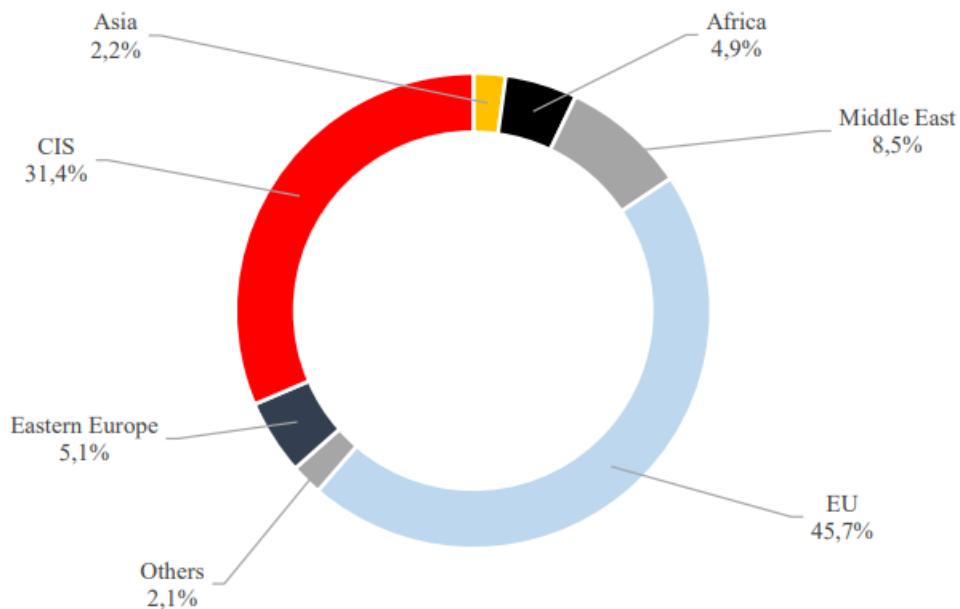


Рис. 1.3. Географічна структура експорту з України кондитерських виробів усіх категорій

Український цукровий делікатес відомий у всьому світі. Найбільшими ринками збуту традиційно залишаються країни ЄС ($\approx 40,4\%$), країни СНД ($\approx 32,9\%$), а також країни Близького Сходу ($\approx 8,3\%$), країни Африки ($\approx 6,7\%$) та інші країни ($\approx 11,7\%$). Слід зазначити, що за останні роки українські кондитери кардинально змінили структуру експорту цукрової продукції, переорієнтувавшись на європейські ринки.

За даними Державної служби статистики України та Державної митної служби України, незважаючи на наявність в Україні розвиненого вітчизняного виробництва кондитерських виробів, обсяги імпорту запасів традиційно залишаються високими. При цьому спостерігалася постійна тенденція до збільшення пропозиції продукції, що відрізняється за смаком від виробленої в Україні. Війна внесла свої корективи, що призвело до зменшення імпорту солодоців. У 2022 році в Україну імпортовано близько 79,1 тис. тонн кондитерських виробів усіх категорій на суму 288,4 млн доларів США (менше попереднього року на 3,6% у натуральному та на 12,6% у грошовому).

Середньорічне зростання імпорту цукрових кондитерських виробів в країни ЄС за останні 5 років (2018-2022) становить 3,5%.

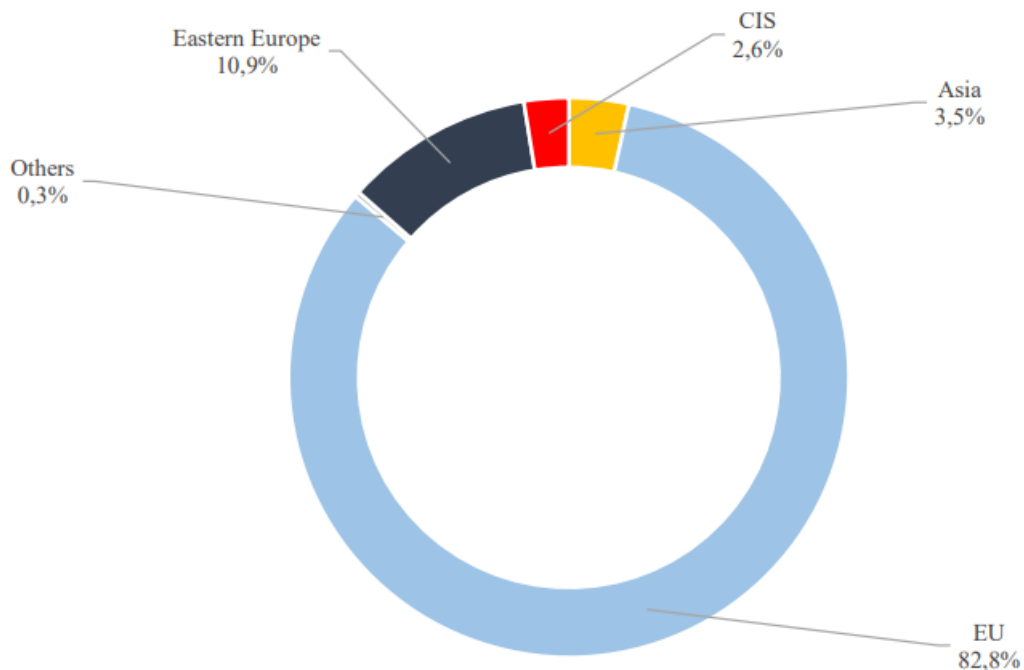


Рис. 1.4. Географічна структура імпорту в Україну кондитерських виробів усіх категорій

У 2022 році спостерігається зниження загального імпорту кондитерських виробів із цукру в Україну порівняно з попереднім періодом, яке склало 19,9% (до 13,6 тис. тонн). Зменшення імпорту зафіксовано за такими товарами: мармелад та желе на 22,8%, карамель на 10,1%, білий

шоколад на 58,5%. Імпорт драже та карамелі, навпаки, зріс на 31,4% та 69,8% відповідно, що пояснюється збільшенням запасів цієї продукції як гуманітарної допомоги. Основний обсяг імпорту цукрових кондитерських виробів у 2022 році припадає на країни ЄС ($\approx 42,4\%$), інші країни Європи ($\approx 35,3\%$), а також країни Азії ($\approx 17,7\%$) і СНД ($\approx 3,3\%$).

Згідно зі статистикою Державної служби статистики України щодо роздрібних продажів кондитерських виробів у 2022 році, розрахунковий розподіл ринку України був відносно рівномірним і виглядав так: Київ та Київська область ($\approx 17,0\%$), Дніпропетровська область ($\approx 14,0\%$), , 0%), Харківська область ($\approx 10,0\%$), Львів ($\approx 9,5\%$), Одеській ($\approx 8,5\%$) та інших областях України ($\approx 41,0\%$) [10].

В умовах безпрецедентного форс-мажору Україна у 2022 році скоротила обсяги експорту цукрових кондитерських виробів до 70 тис. тонн. Проте він зберіг свої позиції на світовому ринку і посів 13 місце.

Потрібні великі зусилля для формування (збереження та розширення) власних експортних «ніш» у традиційних каналах збуту продукції – на території Митного союзу та інших країн, особливо досягаючи лібералізації рівня захисних мит. для закупівель української продукції на цих територіях, а також створення нових ринків збуту.

1.2. Класифікація та споживчі властивості мармеладу, характеристика сучасної технології його виробництва

Мармелад — цукристий кондитерський виріб із желатиновою структурою, який одержують варінням фруктових пюре або водного розчину агару, карагенану, пектину чи желатину з цукром, глазурований або неглазурований, який надходить споживачеві. Відповідно до ДСТУ 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови» класифікують мармелад:

1) з залежно від сировини, яка використовується як основа для клейстеризації:

- фруктово-ягідні - на основі фруктово-ягідного пюре желе з додаванням або без додавання інших добавок згідно з рецептурою;

- желейні - на основі желатинизатора з додаванням або без додавання інших добавок згідно з рецептурою;

- желейно-фруктовий - на основі желатинизатора в поєднанні з желатиновим фруктово-ягідним пюре з додаванням або без додавання інших добавок за рецептурою;

- збивний:

1. на основі драглеутворювачів, збитий з додаванням яєчного білка та з додаванням або без додавання інших добавок відповідно до рецептури;

2. на основі драглеутворювачів в поєднанні з желювальним

– фруктово-ягідним пюре, збитий з додаванням яєчного білка та з

– додаванням або без додавання інших добавок відповідно до рецептури;

2) залежно від способу формування мармелад виготовляють:

– формовий (зокрема пат) – формований відливанням мармеладної маси в жорсткі форми або форми, відштамповані в сипучому харчовому продукті;

– пластовий – сформований відливанням мармеладної маси в тару;

– нарізний – сформований відливанням мармеладної маси з наступним

– нарізуванням на окремі вироби;

– скомбінований – сформований з різних мармеладних мас;

– шаруватий – сформований з різних мармеладних мас з додаванням або без додавання помадних мас.

3) мармелад виготовляють:

➤ неглазурований

➤ глазурований

➤ частково глазурований [29].

Згідно з міжнародним Standard for jams, jellies and marmalades CXS 296-2009, прийнятий у 2009 році продукти поділяються на:

- Джеми – це доведені до відповідної консистенції продукти, виготовлені з цілих фруктів, шматочків фруктів, неконцентрованої та/або концентрованої фруктової м'якоті чи фруктового пюре з одного чи кількох видів фруктів, які змішуються з харчовими продуктами з підсолоджуючими властивостями, з або без додавання води;
- Желе – це продукти, зменшені до напівтвердої желеподібної консистенції та виготовлені із соку та/або водних екстрактів одного або кількох фруктів, змішаних з харчовими продуктами з підсолоджуючими властивостями (як визначено в розділі 2.2 [45]), з додаванням або без додавання води;
- Нецитрусовий мармелад – це продукт, виготовлений шляхом варіння фруктів, цілих, шматочків або подрібнених, з додаванням харчових продуктів із підсолоджуючими властивостями, як визначено в розділі 2.2, для отримання напіврідкої або густої рідини.
 - Желейний мармелад – це продукт, описаний у цитрусовому мармеладі, з якого видалено всі нерозчинні тверді речовини, але який може містити або не містити невелику частину дрібно нарізаної шкірки [45].

Міжнародний стандарт встановлює перелік харчових добавок, які є технологічно обґрунтованими та можуть використовуватись у продуктах, на які поширюється дія цього стандарту [45]. У кожному класі добавок можна використовувати лише ті дієтичні добавки, які перераховані або на які є посилання, і лише для функцій і в межах, визначених.

Використані регулятори кислотності, піногасники, зміцнювачі, консерванти та загусники (згідно з таблицею 3 Загального стандарту харчових

добавок (СКСС 192-1995) [46]) допустимі для використання в харчових продуктах, які відповідають СКСС 296-2009. . стандарт.

Отже, можна зробити висновок, що вітчизняна класифікація цукрових кондитерських виробів – мармеладу містить більш широку класифікацію порівняно з міжнародною.

Основною сировиною для виробництва фруктово-ягідного мармеладу є яблучне пюре і цукор-пісок. Для деяких видів мармеладу використовується пюре з інших фруктів і ягід. Поліпшують споживчі властивості плодово-ягідні відвари і варені, а також патоку, лимонну кислоту, лактат натрію та деякі нетрадиційні види сировини. Яблучне пюре з найкращими технологічними властивостями, тобто здатне утворювати міцне желе, одержують із зимових сортів яблук з щільною м'якоттю, добре вираженим смаком і ароматом, вмістом пектинових речовин близько 1 %, органічних кислот. - 0,5%, а цукрів - 6-10%. Кращими сортами вважаються Антонівка, Пепінка, Ренет Семерінка та ін. [30].

Науковці кондитерської промисловості встановили залежність міцності желейного тіла пектину від кислотності яблучного пюре. Вони вважають оптимальною кислотністю 10,6-11,8 градусів. Відхилення від цих значень в різні боки призводить до зниження міцності корпусу.

Консервують пюре за допомогою сірчаної та бензойної кислоти, частково - сорбінової кислоти, а також шляхом стерилізації, заморожування, концентрування, сушіння. Для виробництва дитячих товарів використовують тільки стерилізоване або швидкозаморожене пюре.

Заготовки фруктів і ягід служать для поліпшення смаку і аромату мармеладу, їх готують з плодів і ягід високої якості. Підготовлену сировину протирають, змішують з цукром до концентрації сухих речовин у масі 55-60%, укладають у банки, закупорюють і стерилізують. Частину заготовки готують холодною, для чого її підкислюють і змішують із цукровим піском у співвідношенні 1:1,6 – 1:2,3. Випускається в герметичних і бочкових контейнерах [31-33].

Плодово-ягідні суміші отримують варінням пюре з цукром до вмісту сухих речовин не менше 69 %. Вони достатньо технологічні, стійкі при зберіганні і вимагають менше упаковки.

Цінними є напівфабрикати асептичного консервування, які тривалий час зберігають свої природні властивості при температурі нижче 5°C і придатні для виробництва кондитерських виробів.

Харчову цінність продукту можна підвищити, використовуючи фруктові основи з осмотично зневоднених фруктів, концентровані соки, що містять 70% сухих речовин, напівфабрикати з буряка, гарбуза, моркви та інших овочів. Яблучно-пектинова паста виготовляється з яблучних вичавок, завдяки чому прискорюється технологічний процес (сушіння та підсушування продукту). Підвищити споживні властивості мармеладу можна за допомогою вторинних молочних продуктів [30, 38].

Цільовий мармелад можна виготовляти з продуктів переробки лісових плодів. Перспективними вважаються дикорослі ягоди родини брусничних – журавлина, брусниця, лохина, лохина. Серед проміжних продуктів, що використовуються у виробництві мармеладу, — журавлинний і журавлинний відвар, чорничний і чорничний морс. Завдяки цій сировині можна розширити асортимент мармеладу з підвищеною біологічною цінністю та покращеними споживними властивостями та вивести на ринок конкурентоспроможну продукцію [34].

Повільне охолодження сприяє участі в побудові структури більшої кількості функцій желуючої речовини, і вона стає більш розвиненою, ніж в умовах швидкого охолодження.

Процеси желеутворення регулюють за допомогою сольових модифікаторів (натрію лактат, натрію цитрат та ін.), які вводять до складу яблучного пюре (0,2-0,3%) рецептурної суміші. Під їх впливом мармеладна маса рідшає за рахунок зниження структурної в'язкості, легше уварюється до кінцевої вологості 30-26%. Звичайна мармеладна маса густіє при вологості 38 %, що перешкоджає виготовленню мармеладу [35].

Введена сіль, за словами акад. П. я Резв'язувач покриває тонким шаром частинки реакційноздатних речовин, особливо пектину, і запобігає їх злипанню, затримуючи клейстеризацію частин, або стабілізує їх. Такі адсорбційні покриття не тільки роз'єднують деталі, але і сповільнюють їх взаємодію з водою на початковому етапі. Крім того, вони затримують ріст ембріонів (процеси желеутворення), змінюють їх форму і дозволяють якісно змінити процес желеутворення і властивості одержуваного желе. В результаті підвищується концентрація суміші, що дає змогу скоротити тривалість сушіння, а також досягти щільної структури [36].

На споживні властивості фруктово-ягідного мармеладу впливають такі технологічні дії: підготовка сировини і склад суміші яблучного пюре, змішування яблучного пюре з цукром, варіння мармеладу, розливання у форми, желування, виймання з форм, сушіння мармеладу і його упаковку.

Технологія виробництва мармеладу полягає в наступному: пюре пропускають через протиральну машину з отворами сітки діаметром до 0,5 мм, що забезпечує дрібнозернисту структуру мармеладу. Яблучне пюре відрізняється желеутворюючими властивостями, тому за результатами лабораторного аналізу проводять змішування суміші до досягнення рН 3-3,2, а також співвідношення яблучного пюре і цукру. Сульфітований затор попередньо десульфітують [38, 39].

Варка мармеладу проводиться протягом 20 хвилин в апаратах різного типу, але краще у вакуумних апаратах, в яких розрідження плавно змінюється від 0,03 до 0,06 мПа. Це дає змогу знизити температуру кипіння, запобігти збільшенню вмісту інвертного цукру та затримати початок клейстеризації. Тільки частина цукру змішується з пюре. У готову мармеладну масу додають решту цукру разом з кислотою і ароматизаторами, добре і швидко перемішують і розливають у форми. У процесі варіння важливо зберегти желеутворюючі властивості пектину, колір, смак і аромат яблучного пюре та обмежити зростання відновлюючих цукрів [40].

Заливати мармеладну масу слід швидко, оскільки її желатинізація починається при 70°C. При цьому важливо повністю заповнити форми мармеладом і отримати рельєфний малюнок на поверхні. Порушення правил відбору мармеладу призводить до деформації продукту [40].

Підсушування забезпечує звільнення від надлишку води з мармеладу і утворення на його поверхні тонкої скоринки з дрібних кристалів цукру. Відібраний з форми мармелад має вологу і липку поверхню, пухкої консистенції. Інтенсивність міграції води всередині мармеладу збільшується при збільшенні частки цукру і сповільнюється - при використанні пюре, яке добре желетворює, і при збільшенні частки патоки в рецептурі. Декстрини патоки забезпечують мармеладу густу консистенцію. Надлишок вологи з мармеладу витягують сушінням, поступово підвищуючи температуру до 35-40°C, а потім до 55-60°C. При вищій температурі розкладаються пектинові речовини, послаблюється структура мармеладу, підвищується вміст редуруючих цукрів, уповільнюється утворення кристалічної скоринки на поверхні [30].

Французькі вчені запропонували мармелад на основі сухофруктів (до 60%), цукру (20-70%) і розгалужених гідрогенізованих мальтодекстринів (1-30%), які містять до 20% редууючих цукрів. Введення мальтодекстрину здійснюється перед термічною обробкою, завдяки чому вдається знизити температуру і тривалість технологічного процесу і поліпшити органолептичні властивості готової продукції.

Асортимент фруктово-ягідного мармеладу з урахуванням способу формування і складу поділяють на пласти, форми і пат.

Мармелад пластовий випускають розливаючи в ящики, ящики, стакани або в термозварюваний целофан у вигляді густої маси різаної консистенції, приготовленої на основі пюре (яблука) - 644-815 кг/т, з додаванням чорниці - 77,6 (білоруської), полуниці - 42,9 (полуниці), смородини - 51,4 (чорної смородини); цитрусові - 75,6 (Цитрус), вишня - 150,4 (Вишневий сад); пюре з

чорної горобини - 80,0 (Рощина), чорної смородини - 111 (Ризза). Вологість усіх видів мармеладу ($30 + 3, -1$) % [41] .

Формований мармелад випускається у вигляді невеликих фігурок різної форми, серед яких мармелад у формі яблука поставляється в наборі не менше трьох видів різних кольорів і ароматів, упаковується у фольгу у формі прямокутних, квадратних і трикутні брикети. вагою 60-120 г. Крім яблучного пюре (Iabluchnii) в рецептурі продукту наводяться певні добавки, кг/т: Ароматні - кориця мелена 1,9; Літній сад - фруктово-ягідне пюре 185; Запаси лохини - чорниці 106.4. Вміст води в продуктах 20-24%.

Мармеладне варення готують із суміші пюре яблука і абрикоса або сливи, воно має більш тривалу консистенцію і невеликий розмір. Його посипають цукровим піском. Пюре з цукром варять до вологості 15-18 %, а потім висипають у поглиблення з крохмалю або цукрового піску різної форми, а також на стіл у вигляді напівкульок. Яблучний мармелад готують з яблучного пюре, горохового, фруктово-ягідного з абрикосовим, сливового і смородинового з сливовим. Мармелад з чорної смородини містить відвар чорної смородини - 195 кг/т, пюре ягідне (полуничне, апельсинове або журавлинне) - 133 кг/т. У складі більшості видів цукру-піску 86 % мармеладний кольоровий горох має вологість ($11 + 3, -1$) %, в 1 кг міститься 180 штук, а решта - відповідно ($12 + 3, -1$) %. і 120-125 шт/кг [40].

Ряд виробників на українському ринку представляє велику кількість мармеладної продукції без додаткового білого кристалічного цукру за рахунок використання концентрованих соків, фруктово-ягідних пюре, овочевих пюре. ТМ «Равлик Боб» є найбільшим виробником такої продукції.

Сьогодні популярним стає жувальний мармелад - ласощі, що з'явилося в Америці в середині 19 століття. Відмінність жувального мармеладу в тому, що він покритий спеціальною сумішшю воску і жиру, що надає йому гладкий, глянцекий вигляд, в результаті чого продукти не прилипають до рук. Цю солодкість поставляють в армію, так як її зручно зберігати і транспортувати.

Корисні властивості натурального жувального мармеладу відзначені дієтологами, а саме: натуральний пектин дозволяє виводити з організму токсини і важкі метали, а використання натуральної фруктово-ягідної сировини підвищує харчову цінність мармеладу.

Останнім часом у кондитерській промисловості все більше уваги приділяється розробці та виробництву продуктів, збагачених біологічно активними речовинами, а також розглядається можливість використання харчових продуктів підвищеної біологічної цінності.

1.3. Хімічний склад та вимоги до якості мармеладу

Фруктово-ягідний мармелад виготовляють із плодово-ягідної сировини, яка містить достатню кількість пектину для утворення желеподібної структури. У желейному мармеладі така структура досягається завдяки використанню агару, агариду, пектину, желатину або модифікованого крохмалю. Завдяки наявності пектинових речовин мармелад використовується в дієтичному харчуванні. Біологічно важливими вважаються адсорбційні властивості пектину по відношенню до важких металів, вони стимулюють загоєння ран, прискорюють загоєння опіків і виявляють терапевтичні властивості при виразковій хворобі шлунка [28].

До складу мармеладу входять: вуглеводи (76-78%), обмежена кількість органічних кислот (0,5-1,1%), жири 0,6 г (г), з них насичених 0,1 г (г), харчові волокна 3,5 г (г), білків 2,3 г (г), а також у деяких видах мармеладних виробів *натуральний вміст цукру від фрукти та ягоди та **натуральний вміст натрію. Мармелад характеризується середньою енергетичною цінністю – 238-302 ккал/100 г [29].

Відомо, що для підвищення харчової цінності мармеладу в рецептуру доцільно вводити овочі, ягоди, фрукти, лікарські трави та інші добавки з певними функціональними властивостями [42].

Овочі є джерелом біологічно активних речовин, особливо вітамінів, мікро- та макроелементів, які знаходяться в легкозасвоюваній формі та в оптимальних для організму людини пропорціях [43].

Існує багато різних способів підвищення біологічної цінності мармеладу. Технологія мармеладу з додаванням рослинних порошоків передбачає використання в якості наповнювача порошку столового буряка. Встановлено, що додавання рослинних кріодобавок сприяє утворенню більш міцних гелів з підвищеною еластичністю та пластичністю [45].

Контроль якості здійснюється за станом поверхні, формою, консистенцією, смаком, запахом і кольором.

Відповідно до ДСТУ 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови» смак, запах і колір повинні бути характерними для даної назви мармеладу, що відповідає рецептурі, без сторонніх присмаку і запаху. У багат шаровому мармеладі кожен шар повинен мати смак, аромат і колір, відповідний його назва та рецепт [29] .

Поверхня повинна бути, залежно від асортименту:

- для желейного – обсипана цукром-піском або іншими видами сировини відповідно до рецептури
- Для фруктово-ягідного і желейно-формового – з тонкокристалічною шкірочкою або обсипана цукром-піском чи іншими видами сировини відповідно до рецептури.
- Для желейного і желейно-фруктового на желатині – глянсована, або обсипана цукром-піском чи іншими видами сировини відповідно до рецептури.
- Для желейного мармеладу для хворих на цукровий діабет – рівномірно обсипана цукрозамінником, без ознак розчинення цукрозамінника, допустима незначна кристалічна шкірочка. Для фруктово-ягідного мармеладу для хворих на цукровий діабет допустима злегка зволожена поверхня та кристалізація ксиліту і сорбіту.

- Для мармеладу, що виготовляють на поточно-механізованих лініях, допустимі сліди від пуансона або від отворів у формах, що залишилися після виймання виробів із форм.
- Для пластового мармеладу дозволено ледь зволожену поверхню.
- Для мармеладу, поглазурованого – покрита гладким або хвилястим шаром глазури, без підтікань, тріщин, посивіння. Допустимі незначні просвіти з нижньої сторони.
- Для мармеладу, виготовленого методом відливання маси в крохмаль, допустимі сліди крохмалю на поверхні. Поверхня желейного мармеладу повинна бути посипана конфітуром, цукровим піском, також може мати тонкокристаллической скоринку. Допускається частково зволожена поверхня мармеладу кульового.

Форма мармеладу повинна бути правильною, з чіткими контурами, без деформацій, відповідати даній назві мармеладу, допускаються невеликі переливи. За формою - правильна, з чітким контуром, без деформації. Менші надходження допустимі. Для різьби - правильно з чіткими краями, без деформації. Для пластівців - форма упаковки, в яку розливають мармеладну масу. Для мармеладу, виготовленого методом масоутворення в сипучий харчовий продукт, допускається нечіткий контур.

Обмежена доступність деформованих виробів для мармеладу вагового желейного (до 4% мас.), для мармеладу вагового фруктово-ягідного і желейно-фруктового та мармеладу, виготовленого на енергомеханізованих лініях, не більше 6% за масою, для фасованого нарізаного желейного та желейного. - фрукти до 10% від кількості в одиниці упаковки, для решти видів фасованого мармеладу - до 6% від кількості в одиниці упаковки [40].

Консистенція продукту желейна, допускається загустіння для желейного мармеладу на агароїді, желатині, модифікованому крохмалі, має бути густою.

З фізико-хімічних показників обмежуються: вологість (за рецептурою); масова частка редукуючих цукрів, %: для мармеладу фруктово-ягідного - від

9 до 24, листового - до 40, желейного - від 15 до 23, желейно-фруктового і желейного на желатині - до 25. Заг. кислотність повинна бути: для мармеладу фруктового, ягідного 6-22,5°, пластового 4,5-18,0°, желейного і мармеладу 7,5-20,5°.

Масова частка золи, нерозчинної в 10% розчині соляної кислоти, у фруктовому-ягідному мармеладі не перевищує 0,1%, а в желейному і желейно-фруктовому - 0,05%. У фруктовому-ягідних і желейно-фруктових мармеладах масова частка загальної сірчаної кислоти обмежена 0,01 %, а бензойної кислоти — 0,07 % [43].

Сьогодні склад мармеладу змінився: в сік або фруктове пюре додають цукор або патоку, рідину випарюють, змішують з желатином або агар-агаром, додають барвники і залишають охолоджуватися. Корисний мармелад виготовляється з натуральних соків і барвників. Однак деякі виробники замість натуральних інгредієнтів використовують хімічні концентрати, ароматизатори та дешеві барвники.

Пектин, який часто використовують у виробництві мармеладу, міститься в багатьох фруктах і позитивно впливає на здоров'я. Сприяє зниженню рівня шкідливого холестерину, нормалізує обмін вуглеводів і ліпідів, бореться із захворюваннями шлунково-кишкового тракту, сприяє швидкому загоєнню шкіри, сприяє виведенню важких металів з організму.

Агар-агар, який також використовується для желевання мармеладу, допомагає захистити печінку, виводячи з організму токсини та продукти життєдіяльності, а також покращує моторику шлунка. Оскільки агар-агар отримують з водоростей і багатий йодом, мармелад корисний людям із захворюваннями щитовидної залози. Мармелад корисний для суглобів, оскільки зміцнює хрящову тканину.

У промисловому виробництві мармеладу часто використовуються штучні барвники, ароматизатори та хімічні добавки, які можуть викликати алергічні реакції та інші проблеми. Тому важливо вибирати натуральний мармелад без штучних барвників і ароматизаторів, а також з низьким вмістом цукру.

ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ

Ринок фруктів і кондитерських виробів в Україні – це розвинена галузь, яка залучає велику кількість гравців з України та світу. Наразі ринок демонструє зростання, яке відбувається серед менших компаній на ринку. Кондитерське виробництво є основою ринку, наразі найбільші гравці покривають до 95% внутрішнього попиту. Основними факторами, що впливають на обсяги виробництва, є споживчий попит, ціни на сировину та енергоносії, персонал на підприємствах.

Найбільше змін спричинило падіння виробництва на кондитерському ринку, продукція якого зникла з полиць українських супермаркетів у 2022 році, що було спричинене вторгненням Росії на територію України.

Більшість кондитерських виробів виробляється в Україні, що створює суттєву перевагу для українських виробників, адже їхня продукція вже зарекомендувала себе кращою та нижчою за ціною порівняно з іноземними аналогами. Найбільшим винятком є продукти з тропічних фруктів.

Імпортують в основному відомі бренди, які зарекомендували себе на ринку. До 2021 року багато компаній імпортували різні дорогі товари маловідомих брендів, а з початком війни їх кількість скоротилася майже до нуля.

Експорт продукції з України становить близько 23-25% від обсягу виробництва. Українська продукція зарекомендувала себе на зовнішніх ринках і користується попитом. За даними 2023 року, найбільшими споживачами є Молдова, Польща та Румунія.

Кондитерські фабрики країни, все більше слідуючи попиту, переорієнтовуються на виробництво сучасних європейських солодошів, наприклад, жувального мармеладу, гумових ведмедиків, помадки.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ФІНАНСОВИЙ СТАН ФОП «БЛОНД»

2.1. Загальна характеристика ФОП «БЛОНД»

Діяльність ФОП «БЛОНД» орієнтована на задоволення потреб мешканців Харкова у різноманітних товарах через роздрібну торгівлю з лотків і на ринках. На початковому етапі своєї діяльності компанія зосередилася на дослідженні ринку та аналізі потреб потенційних клієнтів. Перспективні майданчики для розташування лотків обиралися з урахуванням високої прохідності та наявності транспортної інфраструктури.

У перший рік роботи ФОП «БЛОНД» зосередився на продажу товарів першої необхідності, таких як побутова хімія, посуд, дрібна побутова техніка, текстиль та інші дрібниці. Завдяки конкурентоспроможним цінам та якісному обслуговуванню компанія швидко завоювала популярність серед місцевих жителів.

Успішний старт дозволив ФОП «БЛОНД» побудувати міцні відносини з постачальниками та створити надійну мережу партнерів, що сприяло стабільному поповненню товарного асортименту. Плануючи подальший розвиток, підприємство розглядає можливість відкриття нових точок продажу та виходу на онлайн-ринок, що дозволить ще більше збільшити обсяги продажів та розширити географію клієнтів.

Крім того, власники активно працювали над розширенням асортименту, орієнтуючись на потреби споживачів. В асортименті з'явилися сезонні товари, дитячі іграшки, канцелярські товари та інші споживчі товари, які задовольняли потреби широкої аудиторії. Протягом першого року роботи магазин також запустив кілька акцій та програм лояльності, що дозволило залучити нових клієнтів і зміцнити довіру постійних покупців.

Як вказано раніше, ФОП «БЛОНД» спеціалізується на роздрібній торгівлі з лотків і на ринках іншими товарами. Компанія пропонує широкий асортимент товарів, які задовольняють потреби різних категорій споживачів.

Основні категорії товарів, які пропонує підприємство, включають:

Побутова хімія. Ця категорія включає в себе засоби для прибирання, миття посуду, прання, чищення сантехніки тощо. Асортимент постійно оновлюється і доповнюється новими, більш ефективними засобами.

Товари для дому. У цій категорії представлені різноманітні товари для облаштування та прикрашання дому: текстиль, посуд, декоративні елементи тощо. Компанія пропонує як повсякденні, так і святкові товари.

Невеликі побутові прилади. Асортимент невеликих побутових приладів включає в себе блендери, міксери, соковижималки, кухонні ваги та інші прилади, які полегшують виконання повсякденних домашніх завдань.

Сезонні товари. У цій категорії представлені товари, попит на які змінюється залежно від пори року. Наприклад, влітку це можуть бути пляжні рушники, надувні матраци, а взимку – новорічні прикраси.

Дитячі іграшки. Асортимент дитячих іграшок постійно оновлюється і включає в себе іграшки для дітей різного віку: конструктори, ляльки, машинки, ігри та розвиваючі іграшки.

Канцелярські товари. Ця категорія включає в себе все необхідне для навчання і творчості: зошити, ручки, олівці, фарби, альбоми для малювання тощо.

На рисунку 2.1 детально зображена структура асортименту продукції ФОП «БЛОНД».

ФОП «БЛОНД» займає стійку позицію на ринку роздрібної торгівлі у Харкові. Завдяки вдалому вибору місць для лотків та високому рівню обслуговування, підприємство користується популярністю серед місцевих мешканців. Конкурентні ціни та різноманітний асортимент товарів дозволяють задовольняти потреби широкого кола споживачів.

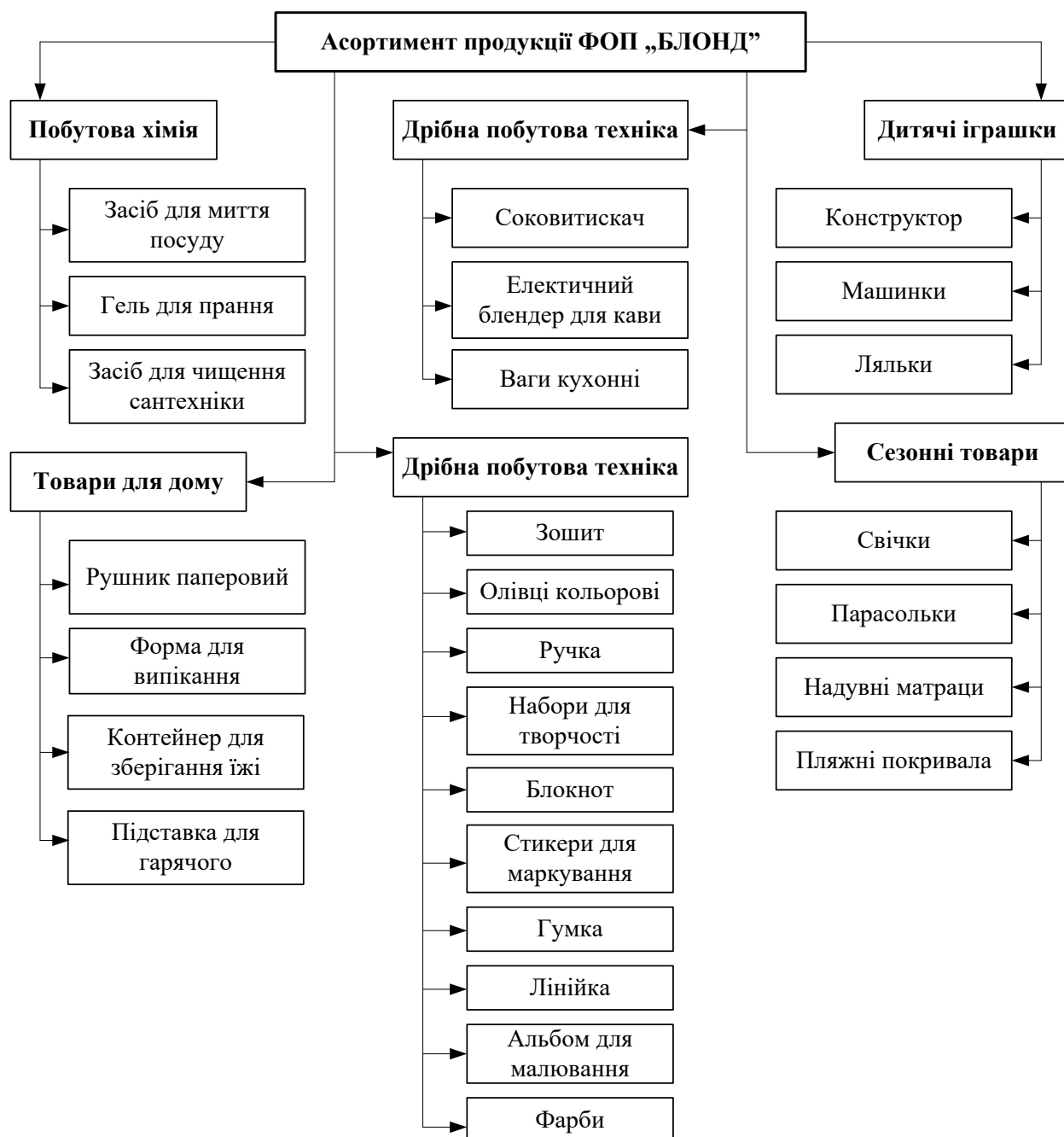


Рис. 2.1. Асортимент продукції ФОП «БЛОНД»

Під час пандемії COVID-19 ФОП «БЛОНД» зіткнувся з однією з найсерйозніших криз за весь час свого існування. Впровадження карантинних обмежень різко змінило ринкову ситуацію. Методом аналізу позиціонування компанії на ринку, ФОП «БЛОНД» зосередились на унікальних перевагах своєї продукції. Це допомогло їм виділитися серед конкурентів і завоювати лояльність клієнтів.

ФОП «БЛОНД» має досконало побудовану організаційну структуру (рис. 2). Кожен працівник компанії має чіткий перелік обов'язків, що свідчить про добре налагоджену систему управління людськими ресурсами. Ефективна організаційна система допомагає швидко реагувати на зміни в ринковому середовищі, підвищує продуктивність праці та забезпечує високу якість продукції та послуг. ФОП «БЛОНД» має досконало побудовану організаційну структуру (рис. 2.2).

Кожен працівник на підприємстві має свій чіткий перелік обов'язків, що свідчить про налагоджену систему управління персоналом. Ефективна організаційна система допомагає швидко реагувати на зміни ринкового середовища, підвищувати продуктивність праці, забезпечувати високу якість продукції та послуг.

Блонд Анастасія Сергіївна займається загальним керівництвом компанії, стратегічним плануванням, управлінням фінансами та контролем за виконанням завдань. Вона також приймає ключові рішення щодо асортименту товарів та розвитку бізнесу. Директор ФОП «БЛОНД» має свого заступника. Зазвичай він координує діяльність підрозділів компанії, приймає рішення в межах своїх повноважень, тобто виконує комплекс управлінських функцій, включаючи представництво директора у його відсутність.

Адміністративний персонал включає в себе юриста, менеджерів з продажу та бухгалтера. Менеджер з продажу відповідає за організацію торгівлі, управління запасами, розміщення замовлень та взаємодію з постачальниками. Забезпечує контроль за станом лотків і ринкових точок, проводить аналіз продажів і готує звіти для власниці. Бухгалтер в свою чергу веде бухгалтерський облік, здійснює контроль за фінансовими операціями, готує фінансову звітність та податкову документацію.

Продавці-консультанти забезпечують обслуговування клієнтів на торговельних точках, консультують щодо асортименту товарів, приймають оплату та підтримують порядок на лотках. Складські працівники відповідають

за прийом, зберігання та видачу товарів зі складу, контролюють залишки та здійснюють підготовку товарів до продажу.

ФОП «БЛОНД» серед технічного персоналу має логіста та ІТ-спеціаліста. Логіст відповідає за доставку товарів з постачальників на склад та з складу на торговельні точки. Організовує логістичні процеси для забезпечення своєчасного поповнення запасів. ІТ-спеціаліст забезпечує функціонування електронної системи обліку товарів, підтримує інформаційні системи підприємства, відповідає за безпеку даних та впровадження нових технологічних рішень.



Рис. 2.2. Організаційна структура ФОП «БЛОНД»

Менеджер з продажу та бухгалтер регулярно інформують власницю про поточний стан справ, забезпечуючи прозорість бізнес-процесів. Продавці-консультанти тісно співпрацюють з логістом для оптимізації процесів замовлення та доставки товарів, що дозволяє мінімізувати дефіцит на складі та задовольнити потреби клієнтів. ІТ-спеціаліст гарантує безперебійну роботу всіх технічних систем, що є критично важливим для ефективної діяльності підприємства. Тісна взаємодія між усіма підрозділами спрямована на задоволення потреб клієнтів. Швидке обслуговування, наявність товару на

складі та якісна підтримка – все це сприяє підвищенню лояльності клієнтів та збільшенню обсягів продажів.

2.2. АНАЛІЗ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ФОП «БЛОНД»

Ефективна управлінська система грає ключову роль у сталому розвитку підприємства. Правильний розподіл обов’язків та задач серед персоналу гарантує високу продуктивність праці, позитивний психологічний клімат та успішні результати. Ефективна система управління персоналом включає в себе гнучку організаційну структуру, кваліфікований персонал, систему обліку та контролю, інновації та мотивацію співробітників. Дані з таблиці 1.1 відображають чисельність персоналу ФОП «БЛОНД» у період 2022-2024 років

Таблиця 1.1

Чисельність персоналу ФОП «БЛОНД» в період 2022-2024 рр.

Категорія персоналу	Роки		
	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Директор	1	1	1
Заступник директора	-	-	1
Юрист	1	1	1
Бухгалтер	1	1	1
Менеджер з продажу	1	2	3
Продавець-консультант	7	10	15
Логіст	1	1	2
ІТ-спеціаліст	1	2	1
Всього	13	18	25

Вочевидь, продавців-консультантів буде найбільше, адже як мінімум йде два працівника на одну торгову точку. З кожним роком кількість персоналу цієї категорії зростала, що свідчить про збільшення потреби в торговому персоналі через розширення сфери продажів і відкриття нових торгових точок. Кількість менеджерів з продажу також поступово зростала, через збільшення обсягу роботи у відділі продажів. У 2024 році з’явилася

посада заступника директора. Це свідчить про необхідність підтримки в управлінні діяльністю підприємства. На рисунку 3 графічно зображена чисельність персоналу в період 2022-2024 рр.

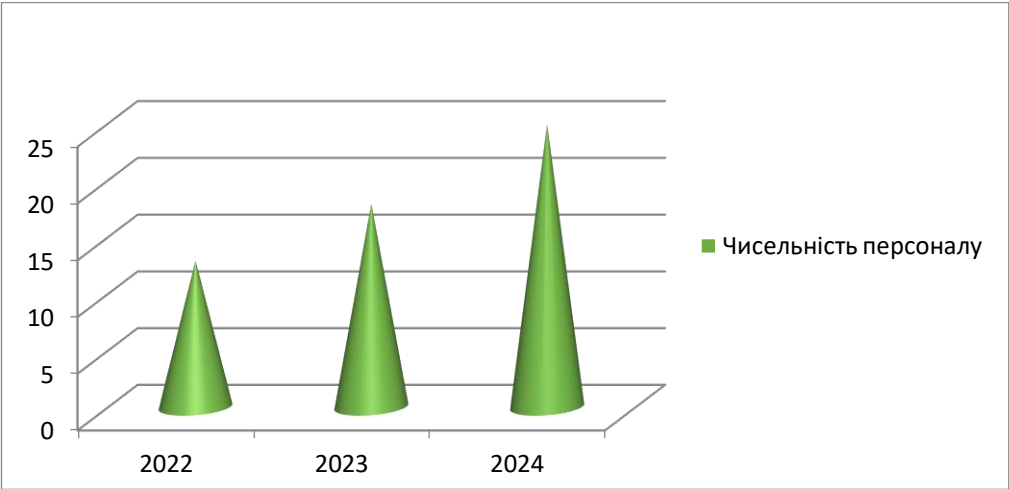


Рис. 2.3. Чисельність персоналу ФОП «БЛОНД» в період 2022-2024 рр.

Розглянемо детальніше вікову структуру персоналу ФОП «БЛОНД». (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Вікова структура персоналу ФОП «БЛОНД»

Вік	Кількість працюючих, осіб.			Структура працівників за віком, %		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Від 18 до 25 років	6	9	15	46,2	50,0	60,0
Від 26 до 35 років	4	6	6	30,8	33,3	24,0
Від 35 і старше	3	3	4	23,1	16,7	16,0
Разом	13	18	25	100,0	100,0	100,0

Найбільш помітним трендом є значне збільшення частки працівників віком від 18 до 25 років. Якщо у 2022 році їх було 46,2%, то у 2024 році цей показник зріс до 60%. Це свідчить про активну політику компанії щодо залучення молодих спеціалістів. Частка працівників віком від 26 до 35 років та від 35 років і старше поступово зменшується. Це може бути пов'язано з різними факторами, такими як природна плинність кадрів, зміна стратегії компанії або інші причини.

Важливим аспектом для кожного працівника на будь-якій роботі є заробітна плата. Гідна оплата праці стимулює працівників до більш ефективної роботи та досягнення кращих результатів. Зарплата є не лише засобом задоволення матеріальних потреб, але й відображенням цінності праці та визнанням внеску працівника в розвиток компанії. Крім того, заробітна плата виступає інструментом мотивації персоналу. Системи преміювання, пільги й можливість для професійного зростання є важливими ресурсами для підвищення мотивації працівників підприємства. Розглянемо зміни заробітної плати робітників ФОП «БЛОНД» станом 2024 рік. (табл. 2.3)

Таблиця 2.3

**Зміни розміру заробітної плати працівників ФОП «БЛОНД» в період
2022-2024 рр.**

Категорія персоналу	Роки			Абсолютне відношення		Відносне відношення	
	2022, грн	2023, грн	2024, грн	2022/2023, грн	2023/2024, грн	2022/2023, %	2023/2024, %
1	2	3	4	5	6	7	8
Директор	18000	19800	21000	1800	1200	9,1	5,7
Заступник директора	-	-	19100	-	-	-	-
Юрист	12700	14200	16000	1500	1800	10,6	11,3
Бухгалтер	14550	15000	15700	450	700	3,0	4,5
Менеджер продажу ³	10600	11100	12800	500	1700	4,5	13,3
Продавець-консультант	8500	9900	10300	1400	400	14,1	3,9
Логіст	12500	13900	15300	1400	1400	10,1	9,2
ІТ-спеціаліст	15000	16600	17100	1600	500	9,6	2,9

Найбільше зростання заробітної плати спостерігається у юристів та логістів, ов'язано з посиленням ролі правового та логістичного супроводу в умовах війни. Основний акцент у компанії робиться на управлінський персонал, який отримує значно вищу зарплату, ніж інші категорії. Однак, оскільки велика кількість продавців-консультантів забезпечує значну частину діяльності, компанія спрямовує значні ресурси на їх оплату. Інфляція та економічні виклики 2024 року, ймовірно, вплинули на темпи підвищення

зарплат, однак підприємство продовжує стимулювати своїх працівників, особливо тих, хто працює в критично важливих сферах.

Показники продуктивності праці характеризують якісну сторону використання праці на підприємстві. Крім того, продуктивність праці є одним з найважливіших узагальнюючих показників діяльності будь-якої компанії. Загалом основні напрями аналізу продуктивності праці впливають із формули розрахунку її рівня:

$$ПП = \frac{ОВ}{Ч_{пп}},$$

де ОБ – обсяг виробництва.;

Ч_{ппп} - чисельність працівників підприємства, чол.

Розрахунок продуктивності праці на ФОП «БЛОНД» та її зміни за період з 2022 по 2024 роки наведені в таблиці 2.4 та на рисунку 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз продуктивності праці на ФОП «БЛОНД»

Показник	Значення показника			Абсолютне відхилення, +,-		Темп приросту, %	
	2022	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Обсяг товарної продукції, грн.	2300500	2773565	2918010	473065	144445	17,1	5,0
Чисельність ПП, осіб	13	18	25	5	7	27,8	28,0
Продуктивність праці, грн./чол.	176961,5	154086,9	116720,4	-22874,6	-37366,5	-14,8	-32,0
Середня заробітна плата 1-го працюючого за середньообліковою чисельністю, грн.	11481	12562	15912	1081	3350	8,6	21,1

У 2023 році обсяг реалізованої продукції збільшився на 17,1% порівняно з 2022 роком, а в 2024 році зріс ще на 5,0%. Це свідчить про поступове зростання підприємства та стабільне збільшення обсягів продажів.

У 2023 році чисельність працівників зросла на 27,8%, а в 2024 році ще на 28,0%. Така динаміка може свідчити про розширення виробництва або

потребу в більшій кількості робочої сили для підтримки зростання обсягу продукції.

Продуктивність праці зменшилася на 14,8% у 2023 році порівняно з 2022 роком, а в 2024 році зниження склало ще 32,0%. Це означає, що, незважаючи на збільшення обсягу реалізованої продукції та кількості працівників, ефективність на одного працівника продовжувала знижуватися. Така тенденція може вказувати на проблеми з організацією праці або неефективне використання людських ресурсів.

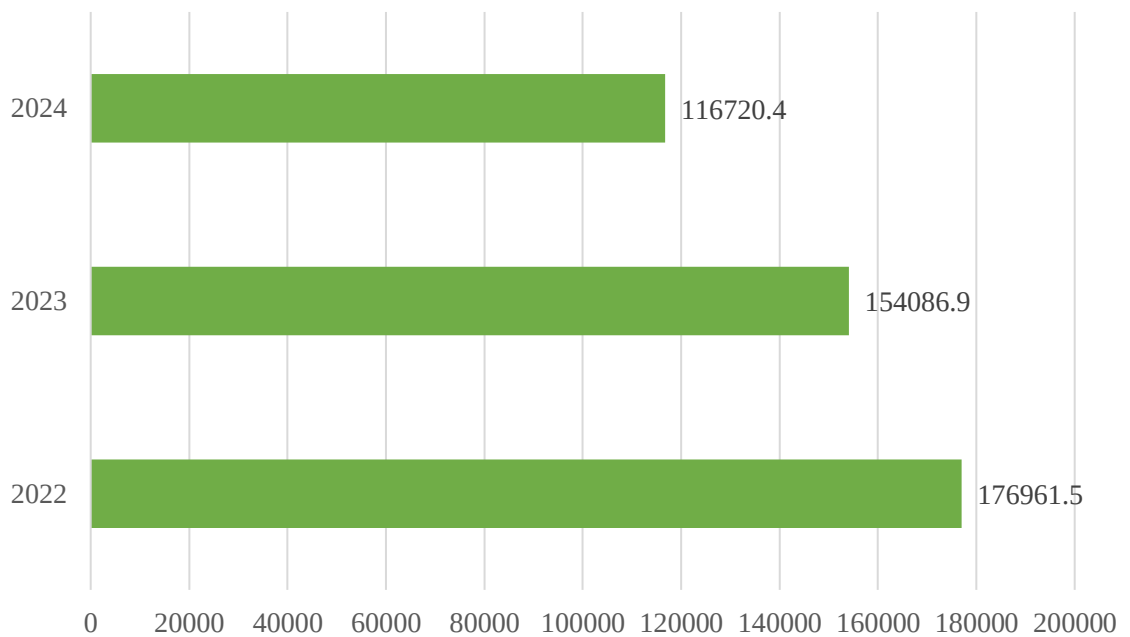


Рис. 2.4. Продуктивність праці на ФОП «БЛОНД»

Середня заробітна плата одного працівника зросла на 8,6% у 2023 році та на 21,1% у 2024 році. Зростання зарплат може бути позитивним фактором для мотивації персоналу, проте воно не сприяло підвищенню продуктивності праці.

ФОП «БЛОНД» демонструє зростання обсягів реалізації продукції та збільшення чисельності працівників, однак продуктивність праці на одного працівника знижується. Для покращення ефективності роботи слід приділити увагу оптимізації процесів та підвищенню кваліфікації персоналу.

2.3. Фінансовий стан та аналіз діяльності ФОП «БЛОНД»

Фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити за допомогою системи техніко-економічних показників. (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Техніко-економічні показники ФОП «БЛОНД»

№ п/п	Найменування показника	Роки		
		2022	2023	2024
1.	Обсяг реалізованої продукції, грн.	3450750	4160347	4377015
2.	Собівартість товарної продукції, грн.	2 500 500	2 973 565	3 118 010
3.	Валовий прибуток, грн.	950250	1 186 782	1 259 005
4.	Чистий прибуток, грн	545000	798400	898045
5.	Середньорічна вартість основних засобів, грн.	2530450	2760280	2904610
6.	Середньорічна вартість оборотних активів, грн	2107090	2369010	2409800
7.	Середньорічна вартість необоротних активів, грн	1030450	1109700	1340070
8.	Чисельність ПВП, осіб	13	18	25
9.	Річний фонд зарплати, грн.	1714200	2575200	3 124 000
10.	Коефіцієнт ліквідності	1,4	1,58	1,71

Обсяг реалізованої продукції щороку збільшується, що свідчить про розширення ринку збуту та, ймовірно, про підвищення попиту на продукцію або послуги ФОП. Постійне зростання валового прибутку свідчить про ефективність виробничої діяльності та здатність підприємства покривати свої прямі витрати. Збільшення частки чистого прибутку у виручці вказує на покращення ефективності використання коштів та зростання прибутковості бізнесу.

Рентабельність - це відносний показник економічної ефективності, комплексно відображає ступінь ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів на підприємстві. За даними таблиці 2 можна розрахувати рентабельність продажів.

$$R_{\text{пр.}} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Обсяг реалізованої продукції}} * 100\%$$

Розрахунки:

2022 рік: $(545\,000 / 3\,450\,750) * 100\% \approx 15,8\%$

2023 рік: $(798\,400 / 4\,160\,347) * 100\% \approx 19,1\%$

2024 рік: $(898\,045 / 4\,377\,015) * 100\% \approx 20,5\%$

Це свідчить про те, що підприємство стає все більш ефективним у перетворенні виручки на чистий прибуток. Іншими словами, з кожного гривні виручки компанія отримує все більший прибуток. ФОП «БЛОНД» демонструє позитивну динаміку розвитку та високу рентабельність. Проте, для забезпечення сталого зростання необхідно постійно працювати над підвищенням ефективності діяльності, зниженням витрат та адаптацією до змін зовнішнього середовища.

ФОП «БЛОНД» працює без посередників – товари потрапляють на полиці торгової точки за принципом «виробник-магазин», що забезпечує їх низьку ціну, свіжість і якість. Середня виручка магазину за день в 2024 р. складала 15 700 грн., середня покупка – 360 грн.

Для розуміння стану діяльності підприємства, необхідно постійно аналізувати показники його діяльності. Подальший план розвитку підприємства залежить напряму від досконало проведеного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовищ. Існує безліч методик для визначення сильних та слабких сторін підприємства, одним з таких є SWOT-аналіз.

SWOT аналіз підприємства дає чітке розуміння ситуації та вказує напрямки для розвитку. Ви зможете розробити ефективну стратегію роботи компанії, використовуючи сильні сторони та знаючи про її слабкості. Саме SWOT аналіз допомагає звести до мінімуму ризик невдачі. SWOT-аналіз підприємств складається з 4 факторів, які допомагають оцінити бізнес з різних сторін: Strengths – сильні сторони, Weaknesses – слабкі сторони, Opportunities – можливості, Threats – загрози. У таблиці 2.6 наведений SWOT-аналіз для ФОП «БЛОНД» за даними в період 2022-2024 рр.

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз ФОП «БЛОНД»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Мобільність Широкий асортимент Низькі ціни Доступність Гнучкість Висока швидкість обороту товарів	Обмежена площа Залежність від постачальників Відсутність власної логістики Обмежені маркетингові можливості Сезонність попиту
Можливості	Загрози
Розширення асортименту Розвиток онлайн-продажів Партнерство з іншими компаніями Участь у місцевих заходах Впровадження програм лояльності	Збільшення конкуренції Зміна споживчих пріоритетів Економічна нестабільність Зміни в законодавстві

На ФОП «БЛОНД», як і у будь-якого підприємства, є свої переваги та недоліки. Контейнерний формат дозволяє швидко змінювати локацію магазину, адаптуючись до потреб клієнтів та сезонних змін. В той же час, невеликий розмір контейнера обмежує асортимент товарів та кількість клієнтів, які можуть одночасно перебувати в магазині. Різноманітність товарів задовольняє потреби широкого кола споживачів, але якість та наявність товарів залежить від стабільності роботи постачальників, тому необхідно диверсифікувати джерела постачання та розглянути можливість створення власних запасів найбільш ходових товарів.

Прямі поставки від виробників забезпечують конкурентоспроможну цінову політику. Широкий графік роботи та розташування в різних точках

міста забезпечують зручність для клієнтів. Порівняно з великими мережами, у ФОП "БЛОНД" менше ресурсів для проведення масштабних рекламних кампаній. Деякі групи товарів мають сезонний характер попиту, що може впливати на стабільність доходів.

Для ФОП «БЛОНД» є цілий ряд можливостей, які відкриваються перед ними. Наприклад: додавання нових категорій товарів, таких як свіжі продукти, органічна продукція або товари місцевих виробників; створення інтернет-магазину або використання маркетплейсів для збільшення охоплення клієнтів. Співпраця з виробниками, постачальниками або іншими роздрібними продавцями для отримання додаткових переваг. Проведення промоакцій, дегустацій або інших заходів для залучення нових клієнтів. Стимулювання повторних покупок за допомогою бонусних систем або знижок.

Важливо розуміти, що зі зростанням бренду компанії зростає і конкуренція. На ринку з'являється велика кількість традиційних магазинів й онлайн-платформ. Окрім того, останнім часом спостерігається перехід споживачів на більш здорові та екологічно чисті продукти.

У 2024 році відбулася велика інфляція, що негативно сказалося на доходах більшості населення, що в свою чергу впливає на споживчий попит. Зміни податкового та регуляторного законодавства можуть збільшити витрати підприємства.

Отже, ФОП «БЛОНД» має ряд сильних сторін, які дозволяють йому успішно працювати на ринку. Однак, для подальшого розвитку необхідно враховувати існуючі слабкі сторони та зовнішні загрози. Розробляючи стратегію розвитку, необхідно зосередитися на розширенні асортименту, розвитку онлайн-продажів, зміцненні партнерських відносин та адаптації до змін ринку.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Під час практики проходження переддипломної практики на ФОП «БЛОНД» студенти мали можливість ознайомитися основними процесами, пов'язаними з організацією торгового процесу, управлінням асортиментом товарів, аналізом продажів та взаємодією з постачальниками. Окрім цього, вдалося покращити навички роботи з обліковими системами та розвинути здатність приймати оперативні управлінські рішення в реальних умовах ринку. Цей досвід допоміг краще зрозуміти специфіку роботи у сфері торгівлі та підготуватися до майбутньої професійної діяльності.

Аналіз вікової структури працівників компанії за період з 2022 по 2024 роки вказує на значні зміни, пов'язані зі зростанням частки молодих фахівців віком від 18 до 25 років. Це свідчить про цілеспрямовану стратегію компанії, спрямовану на залучення та розвиток молодого покоління.

У 2023 році, незважаючи на зростання обсягу реалізованої продукції на 17,06% та збільшення чисельності працівників на 27,78%, продуктивність праці на ФОП «БЛОНД» знизилася на 14,85% порівняно з 2022 роком. Це свідчить про те, що додаткові працівники не забезпечили відповідного збільшення виробничої ефективності. Можливо, причиною цього є недостатня оптимізація використання робочої сили, незбалансоване розширення виробничих процесів або потреба в підвищенні кваліфікації персоналу.

Зростання середньої заробітної плати на 8,61% є позитивним фактором для підвищення мотивації працівників, але не супроводжувалося покращенням продуктивності. Це може свідчити про те, що підвищення заробітної плати саме по собі не призвело до ефективнішого використання трудових ресурсів. Таким чином, підприємству варто зосередитися на оптимізації робочих процесів і розвитку компетенцій працівників, щоб забезпечити стабільне зростання продуктивності праці.

Аналіз сильних та слабких сторін підприємства допомагає визначити основні напрями розвитку, покращити конкурентоспроможність, усунути головні недоліки, оцінити можливості та ризики.

РОЗДІЛ 3

ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ МАРМЕЛАДУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ

3.1. Товарознавча експертиза якості мармеладу, що реалізується в торговельній мережі м. Харкова

З урахуванням поставлених задач робота проводилась в декілька етапів.

Перший етап роботи складався з дослідження повноти маркування та якості пакування обраних зразків.

На другому етапі проводилася експертиза якості мармеладу різних виробників. Досліджували органолептичні та фізико-хімічні показники якості досліджуваних об'єктів. Експериментальні дані порівнювали з нормативними показниками згідно існуючого стандарту ДСТУ 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови».

На третьому етапі наукової роботи проводили аналіз порядку митного оформлення мармеладу та можливості його переміщення через митний кордон України.

Об'єктом досліджень на першому етапі роботи були зразки мармеладу різних виробників вітчизняного та іноземного походження:

- зразок 1 – мармелад «Лимонні дольки» – ТМ «Бісквіт-Шоколад», 61052 м. Харків, вул. Коцарська, 24/26, країна походження: Україна;
- зразок 2 – Мармелад «Jelly candies»– ТМ «Стимул», 49000, м. Дніпро, вул. Троїцька, буд. 9/20, офіс 2, країна походження: Україна;
- зразок 3 – мармелад – ТМ «Klim, ТОВ «Кіоліт-Д», 49000 м. Дніпро, вул. Океанська, 4, країна походження: Україна;
- зразок 4– мармелад желейний зі смаком виноград, яблуко, полуниця – ТМ «Jelini»; ТОВ «Компанія «Фуд Пак»», 07406, Київська область, м. Бровари, вул. Лісова, 22. Країна походження: Україна країна походження: Україна;

– зразок 5 – жувальний мармелад «Tropifrutti» – ТМ «Haribo», Haribo GmbH Co. KG, D-53105 Bonn, зроблено в Європейському союзі, країна походження: Німеччина;

– зразок 6 – «Лимонні та апельсинові дольки» – ТМ «Roshen», ПрАТ «Вінницька кондитерська фабрика», вул. Є. Коновальця, 8. М. Вінниця, 21001. Країна походження: Україна.

Предмет дослідження – споживні властивості мармеладу та їх митне оформлення при переміщенні через митний кордон України.

Національний стандарт України 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови» прийнято та надано чинності наказом Держспоживстандарту України від 17 серпня 2004 р. № 181. Розробником даного стандарту являється Закрите акціонерне товариство «Укркондитер» Державного департаменту продовольства Мінагрополітики України.

Мармелад виготовляють відповідно до вимог цього стандарту за рецептурами і технологічними інструкціями з дотриманням санітарних норм і правил, затверджених за встановленим порядком [29].

Таким чином, наша задача полягає в наступному: провести дослідження і визначити, чи відповідають обрані зразки мармеладу вимогам, встановленим державним стандартом України – 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови».

У сучасних умовах виробники прагнуть привернути увагу покупців до своєї продукції за допомогою упаковки та маркування, щоб збільшити частку продажів. Слід зазначити, що маркування державною мовою, особливо харчових продуктів, що ввозяться на митну територію України з інших держав, є обов’язковим на законодавчому рівні [47].

Якість маркування та пакування, першої фази дослідження, масу нетто мармеладу визначають відповідно до вимог ДСТУ 4518:2008 «Продукція харчова. Маркування для споживачів. Загальні правила».

Показники безпеки та якості харчових продуктів визначені відповідним Законом України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини»[49].

Дія цього стандарту поширюється на споживче маркування харчових продуктів вітчизняного та іноземного виробництва, розфасованих у споживчу тару, які реалізуються на території України через оптову або роздрібну мережу, а також на об'єктах громадського харчування (у тому числі в дошкільних закладах, школах). , лікувальні, профілактичні заклади тощо), які безпосередньо пов'язані з побутовим обслуговуванням.

Вимоги та положення цього стандарту є рекомендованими. Стандарт встановлює загальні правила та поняття щодо необхідної інформації про харчові продукти, яку необхідно наносити на споживчу упаковку. Вимоги цього стандарту повинні враховуватися торговельними підприємствами при фасуванні продукції для її подальшої реалізації споживачам. Цей стандарт придатний для використання під час виробництва, зберігання, продажу, ідентифікації харчових продуктів.

Маркування товару має бути чітким і зрозумілим. Фон етикетки і текст на ній не повинні поглинати один одного за кольорами і відтінками.

Маркування повинно відповідати вимогам чинного законодавства та CODEX STAN 1 [50]. Екологічне маркування повинно відповідати вимогам ДСТУ ISO 14020 та ДСТУ ISO 14021. Штрихове кодування -згідно з ДСТУ 3145, ДСТУ 3146 та ДСТУ 3147.

Вимоги до змісту маркування згідно ДСТУ 4518:2008 Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила повинні містити наступну інформацію, яку необхідно наносити на споживчу тару, за такою групою харчових продуктів, як кондитерські вироби і жувальна гумка:

- назва та власна назва продукту;
- товарний знак виробника;- назва і місцезнаходження (юридична адреса, країна), номер телефону виробника, пакувальника, експортера, імпортера;

- маса нетто (кг або г);- дата виготовлення (число, місяць, рік), а для тортів і тістечок зі строком зберігання не більше ніж 5 діб - година і дата виготовлення;

- кінцевий термін придатності до споживання або строк придатності;
- номер партії;
- умови зберігання (температурний режим, відносна вологість повітря, освітлення);

- склад продукту. Для кондитерських наборів, складених з різних видів і назв виробів, зазначають повний перелік інгредієнтів, що були використані для виготовлення виробів, з яких складений набір (без зазначення складу кожного конкретного найменування виробу);

- харчові добавки, барвники, ароматизатори, біологічно активні добавки до їжі, інгредієнти продуктів нетрадиційного складу, джерела ГМО (у разі їх застосування);

- енергетична цінність (калорійність) (у кДж і (або) ккал) на 100 г продукту та поживна (харчова) цінність (білки, жири, вуглеводи) на 100 г продукту. Для кондитерських наборів, складених з різних видів і назв виробів, зазначають середньозважену харчову цінність виробів, з яких складено набір (без зазначення харчової трнності кожного конкретного найменування виробу);

- позначення нормативного документа, згідно з якими виготовлено і може бути ідентифіковано продукт;

- штриховий код (за наявності);

- інформація щодо сертифікації (за наявності).

Дозволено додатково наносити написи рекламно-інформаційного характеру на упаковках або на листках-вкладишах.

Додатковими вимогами до маркування є вимоги до кондитерських виробів для хворих на цукровий діабет, які додатково маркують такою інформацією, як:

- вміст (розрахунковий) у грамах на 100 г продукту цукрозамінника, загального цукру (у перерахунку на сахарозу);
- рекомендації щодо споживання (наприклад, добова норма споживання ксиліту, сорбіту та інших цукрозамінників - не більше, ніж 30 г);
- напис: „Для хворих на цукровий діабет”.

Кондитерські вироби для дієтичного або лікувально-профілактичного харчування додатково маркують такою інформацією, як:

- добова доза (кількість продукту для одночасного вживання);
- призначення і умови, обмеження щодо вживання.

Етикетки та інформація для кондитерських виробів для хворих на цукровий діабет та виробів для дієтичного харчування повинні бути узгоджені з центральним органом виконавчої влади з питань охорони здоров'я України [48, 49].

Всі елементи є обов'язковими для нанесення на тару, і якщо відсутній будь-який елемент вимог стандарту, або зазначена не вся потрібна інформація, то таке маркування є неповним і вважається порушенням правил маркування тари, та може свідчити про інформаційну фальсифікацію товару.

Невід'ємною частиною маркування товару є штриховий код. Кожен штрих-код є унікальним у світовому масштабі і містить основну інформацію про товар. Штрих-код становить головну частину автоматизованої технології ідентифікації та запобігає фальсифікації товару.

Нижче наведена характеристика повноти маркування мармеладу, що реалізуються у м. Харків (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1.

Результати досліджень повноти маркування мармеладу

№ з/п	Назва елементу маркування	Зразок №1 Мармелад «Лимонні дольки»	Зразок №2 Мармелад «Jelly candies»	Зразок №3 крупа Мармелад желейний «Frutty cubes»	Зразок №4 Мармелад желейний ТМ «JELINI»	Зразок №5 Жувальний мармелад «Tropifrutti»	Зразок №6 «Лимонні та апельсинові дольки»
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Назва продукції	«Лимонні дольки» ТМ «Бісквіт шоколад»	Мармелад «Jelly candies», ТМ «Стимул»	Мармелад желейний «Frutty cubes», ТМ «Klim»,	Мармелад желейний love set traditional ТМ «Jelini»	Жувальний мармелад «Tropifrutti» – ТМ «Haribo»	«Лимонні та апельсинові дольки» ТМ «Roshen»
2	Назва підприємства- виробника, його адреса, товарний знак (за наявності) і місце виготовлення	ПрАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка»» М. Харків, вул. Коцарська, 24/26, Україна e-mail: http://www.biscuit.com.ua Тел: (057) 712- 86-83, 712-86- 53	ТОВ Кондитерська фабрика «Стимул», Україна, 49000, м. Дніпро, вул. Троїцька, 9/20, 23 офіс 2, тел. +38(056)747-00- 10. E-mail: stimulsweet@gmail.com	ТОВ «Кіоліт-Д», Україна, 49000 м. Дніпро, вул. Океанська, 4; e-mail: www.ukrslasti.com.ua ; дистриб'ютор Палміра 064-83- 23-48	ТОВ «Компанія «Фуд Пак»», 07406, Київська область, м. Бровари, вул. Лісова, 22. Країна походження: Україна, e-mail: Тел: 380(44)-239- 55-88	Haribo GmbH Co. KG, D-53105 Вопп. Зроблено в Європейському союзі. Країна походження: Німеччина e-mail: www.haribo.com	ПрАТ «Вінницька кондитерська фабрика», вул. Є. Коновальця, 8. М. Вінниця, 21001. . Країна походження: Україна, e-mail: roshen-lider-krym.com.ua тел. 0-800-300-970
3	Маса нетто (г/кг),	265 г +/- 9 %	175 г +/- 7,9 г	200 г	90 г +/- 1 %	175 г	200 г
4	Склад продукту із зазначенням харчових добавок, барвників та інших хімічних речовин або сполук, використаних у процесі виготовлення	Цукор-пісок, патока крохмальна, регулятор кислотності лимонна кислота харчова, желюючий агент агар	Цукор, патока, вода питна, желюючий агент пектин, лимонна кислота, ароматизатори «натуральні» («Лимон», «Дюшес», «Малина»),	цукор, патока мальтозна, желюючий агент пектин, регулятор кислотності кислота лимонна, ароматизатор «Банан»,	Патока крохмальна кукурудзяна, пектин цитрусовий Е-440, фруктоза кристалічна, регулятор кислотності лимонна кислота	Цукор, глюкозний сироп, вода, желатин, підкислювач: лимонна кислота, соняшникова олія, фруктово- рослинні концентрати: сафлор, спіруліна,	цукор-пісок, патока крохмальна, регулятор кислотності лимонна кислота, желювальний агент агар, ароматизатори натуральні:

		харчовий, концентрований лимонний сік (0,2%), білок яєчний сухий, ароматизатор "Лимон", "барвник харчовий натуральний Е-100. Може містити сліди горіхів, арахісу, глютену.	барвники натуральні (кармін, куркумін, мідний комплекс хлорофілу.	«Зелене яблуко», барвник натуральний Е-100.	Е-330, ароматизатор "Полуниця", «Яблуко», «Кармін», барвник натуральний «Сафлор» та /або «Хлорофіл», «Кармін», сорбат калію Е 202.	яблуко, морква, чорниця, бузина, чорна смородина, апельсин, ківі, лимон, аронія, манго, виноград, маракуйя, аромат:екстракт бузини, покривальний агент: білий і жовтий бджолиний віск, карамельний сироп. Може містити сліди молока, пшениці.	"Лимон", "Апельсин"; білок яєчний сухий, барвники: екстракт паприки, куркумін, бета-каротин.
5	Дата виготовлення	28.08.2024	14.08.24	16.07.24	28.08.2024	30.07.2024	11.09.2024
6	Строк придатності до споживання, або дату закінчення строку придатності до споживання	Строк придатності (4 місяці) з дати виробництва 28.12.2024	Строк придатності з дати виробництва 5 місяців. 15.01.25	Термін придатності 6 місяців 16.01.25/4 (номер партії відповідає даті виробництва)	Термін придатності 5 місяців 19.01.25	Термін придатності 5 місяців 30.12.2024	Термін придатності 5 місяців 11.02.2025
7	Інформаційні дані про харчову (білки, жири, вуглеводи) цінність продукції в 100 г	білків — 0,1; жирів — 0,1, з них насичені жири — 0 г;; вуглеводів — 82,6, з них цукри 72,3 г; сіль — 0,06 г.	Жири- 0,1 г; Насичені жири — 0,006 г; вуглеводи — 84,9 г; Цукри 74,1 г; білки 0,1 г; сіль — 0,08 г.	Жири- 0 г; з них насичені жири — 0 г; вуглеводи — 81,2 г; з них цукри 68,8 г; білки 0 г; сіль — 0 г.	Жири- 0,29 г; вуглеводи — 74,99г; білки 0,01 г.	Жири- 0,5 г; з них насичені жирні кислоти — 0,1 г; вуглеводи — 82 г; з них цукри 63 г; білки 4,5 г; сіль- 0,03 г.	білків — 0,51; жирів — 0,09; вуглеводів — 72,0.
8	Енергетичну цінність, 100 г	1364 кДж (326 ккал)	1373 кДж(328 кКал)	1380 лДж/325 кКал	1286 лДж/302 кКал	4282 лДж/339 кКал	1315 кДж (314 ккал)
9	Умови зберігання	Зберігати за температури	Зберігати в сухих, чистих, добре	Зберігати за температури 15-	Зберігати за температури 15-	Берегти від тепла та вологи.	Зберігати за температури 15-

		18±3°C і відносній вологості повітря не більше 75%.	провітрюваних складах, які не мають стороннього запаху, не заражені шкідниками хлібних запасів, за температури повітря (15-25°C) і відносній вологості повітря 75%; мармелад не повинен зазнавати впливу прямих сонячних променів	25°C і відносній вологості повітря, що не перевищує 75%. Мармелад не повинен зазнавати впливу прямих сонячних променів.	25°C і відносній вологості повітря, що не перевищує 75%.		25°C і відносній вологості повітря, що не перевищує 75%.
10	Перелік використаних при виготовленні ін. продуктів харчування, харч. добавок, барвників	-	Без ГМО	-	Без доданого цукру, без лактози, заряджає енергією, без глютену.	Без штучних барвників	-
11	Додатково зазначають назву цукрозамінника та інформацію про нього (для хворих на цукровий діабет)	-	-	-	Фруктоза кристалічна, сорбат калію Е 202.	-	-
12	Штрихове кодування	4820026670201	4820042176770	4820218099193	4820156434476	4001686322963	482077624223
13	Позначення стандарту	ДСТУ 4333	ДСТУ 4333	ДСТУ ISO 22000, ДСТУ 4333	ДСТУ 4333:2018	4829 Н 40028249	ДСТУ 4333

Джерело: складено автором за результатом власних досліджень

Під час проведення аналізу маркування було встановлено, що на кожній спожитковій тарі досліджуваних зразків наведена вся необхідна інформація державною мовою. На обраних зразках кожної упаковки зазначено країну походження, із представлених 6 зразків: п'ять – українського походження різних областей, лише 1 зразок імпортного виробництва, а саме Жувальний мармелад «Tropifrutti» ТМ «Haribo» з Німеччини. На всіх зразках мармеладу було зазначено ДСТУ 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови» і на імпортному зразку №6 також зазначено нормативний документ.

Згідно з вимогами державного стандарту України 4333:2004 мармелад виготовляють загорнутим і незагорнутим, фасованим, ваговим і поштучним. Мармелад укладають рядами в коробки з картону згідно з чинною нормативною документацією, фасують в алюмінієву фольгу, в пакети з целофану, полімерні плівки та коробки з полімерних матеріалів, дозволені до використання Міністерством охорони здоров'я України, комбіновані банки. Мармелад «Апельсинові і лимонні часточки» допустимо фасувати насипом в коробки масою нето до 500 г.

Пакети повинні бути термоспаяні або перев'язані стрічкою, галунним шнуром, або заклеєні ярликом з нанесеним на ньому товарним знаком підприємства.

Поштучний мармелад упаковують у целофан, полімерні металізовані плівки, дозволені до використання Міністерством охорони здоров'я України. Ваговий мармелад укладають рядами у фанерні ящики масою нетто не більше ніж 7 кг. За висотою ваговий мармелад укладають не більше:

- трьох рядів – для формового фруктовো-ягідного мармеладу;
- чотирьох рядів – для формового желейного і желейно-фруктового мармеладу;
- восьми рядів – для нарізного желейного мармеладу.

Дозволено упаковувати ваговий желейний і желейно-фруктовий мармелад, який виготовляють на потоково-механізованих лініях, крім мармеладу «Апельсинові та лимонні часточки» насипом шарами, маса яких не

перевищує 1,5 кг, у фанерні ящики або ящики з гофрованого картону – масою нетто не більше ніж 7 кг з перестиланням кожного шару пергаментом, підпергаментом або парафінованим папером.

Ящики повинні бути без стороннього запаху, а внутрішні стінки – вистелені пергаментом, підпергаментом, писальним або парафіновим папером, целофаном або іншими полімерними плівками, дозволеними до використання Міністерством охорони здоров'я України. Цими самими матеріалами вистилають між рядами, шарами і верхній шар мармеладу.

Досліджувані зразки були упаковані в наступні упаковки: зразок №1 – РАР 21 (картонна коробка) з РР-5 (поліпропіленова форма, в якій поміщуються дольки мармеладу); зразки №2, 3, 4, 5 і №6 – позначено на маркуванні РЕТ (ПЕТ) 1 -поліетилентерефталат, важливою перевага якого є можливість його застосовування при виробництві виробів, пов'язаних з харчовою продукцією в тому числі і для багаторазового застосування. Запаковані зразки відповідно до вимог стандарту, і властивості матеріалів, з яких виготовлено упаковки дозволяють йому контактувати з мармеладом, відповідно до сучасних вимог.

Другим інформаційним блоком є дослідження органолептичних показників якості обраних зразків, яке проводилось з використанням органів відчуття (зір, дотик, смак). На основі даного методу визначено зовнішній вигляд і консистенцію, смак та запах, колір як показники, що нормуються в ДСТУ 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови» [29]. Результати експертизи органолептичних показників у відібраних зразках розглянуто нижче.

Мармелад виготовляють відповідно до вимог цього стандарту за рецептурами і технологічними інструкціями з дотриманням санітарних норм і правил, затверджених за встановленим порядком.

Досліджувані зразки мали правильну форму відповідну назві мармеладу форму з драглеподібною консистенцією; поверхня мармеладу обсипана цукром-піском або іншими видами сировини відповідно до рецептури кожного зразку.

Аналіз органолептичних показників досліджуваних зразків показав, що всі зразки желейного мармеладу відповідають встановленим вимогам НД, однак мармелад «Апельсинові та лимонні дольки» ТМ «Рошен» та ТМ «Бісквіт-шоколад» мають більш ніжну консистенцію, яка обумовлена більшою кількістю води, що утримують дані зразки.

Наступним інформаційним блоком для дослідження якості мармеладу проводилось визначення основних фізико-хімічних показників для даного виду продукту: масової частки води (рис. 3.1), % (згідно з ГОСТ 5990) для желейного 15-23%, для желейно-фруктового – 15-24% та ін.; загальна кислотність для желейного та желейно-фруктового 7,5—22,5 градусів ([29]; а також дослідження гігроскопічності та системної води желейної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом.

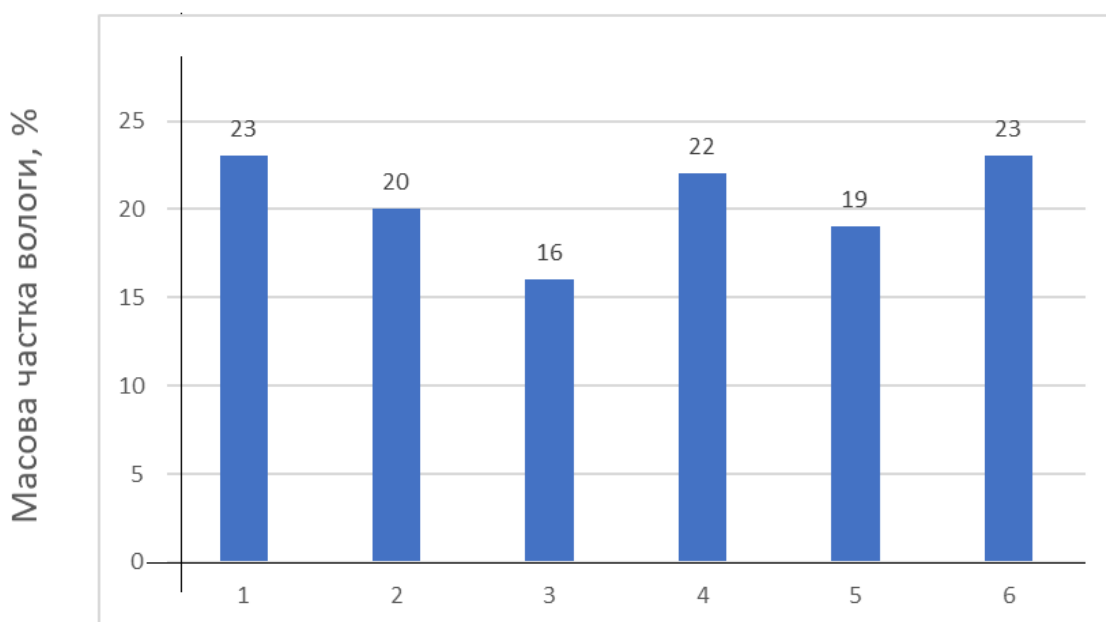


Рис. 3.1. Масова частка води в дослідних зразках: зразок №1 – ТМ «Бісквіт шоколад»; зразок №2 – ТМ «Стимул»; зразок; №3 – ТМ «Klim»; зразок №4 – ТМ «Jelini»; зразок №5 – ТМ «Haribo»; зразок №6 –ТМ «Roshen»

Проведені дослідження масової частки води мармеладу різних виробників підтверджують їх відповідність вимогам ДСТУ 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови», а саме вміст коливався від 16 % до 23 %.

Порівнюючи отримані дані з вимогами стандарту відзначимо дотримання норм у досліджуваних зразках. Найвищий вміст води в мармеладі мають зразки №1 ТМ «Бісквіт шоколад» та зразок №6 ТМ «Roshen», а найменший вміст – Зразок №3 – ТМ «Klim. Така різниця в отриманих даних може бути різною цілеспрямованістю виробників, а саме зразки №1 та №6 з верхньою межею масової частки води підвищують органолептичні показники готового продукту, тоді як виробники інших зразків виготовляють продукт з меншим вмістом масової частки води для подовженого терміну зберігання.

Отримані результати досліджень, а саме визначення загальної кислотності в досліджуваних зразках, занесені до таблиці 3.3.

Таблиця 3.2. Результати дослідження загальної кислотності обраних зразків мармеладу

№ п/п	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3	Зразок №4	Зразок №5	Зразок №6
Загальна кислотність, градуси	8,5	9,0	9,3	9,7	8,0	11,5

Таким чином, отримані дані з вмісту загальної кислотності становлять від 8,0 до 11,5 град. Отримані результати загальної кислотності в досліджуваних зразках відповідають вимогам нормативного документу.

3.2 Дослідження функціонально-технологічних властивостей мармеладу

Наступні важливі фізичні показники для мармеладу, які досліджувалися в обраних зразках були гігроскопічні властивості та дослідження системної води желевної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом.

Однією із визначальних функціонально-технологічних властивостей желевної продукції є її властивість зберігати свої вихідні показники якості.

Збереженість показників якості продукції у високому ступені визначається її гігроскопічними властивостями [51].

Під гігроскопічними властивостями розуміється поведінка продукції у оточуючому газовому середовищі із різною відносною вологістю. Тобто мається на увазі встановлення того, чи відбувається випар системної води зразка (десорбція), чи відбувається поглинання (сорбція) зразком пари води із оточуючого газового середовища. Об'єктивними характеристиками цього масообмінного процесу є ізотерми сорбції та ізотерми десорбції. Ізотерми сорбції та десорбції визначаються за знаходження зразків у вологому газовому середовищі з відносною вологістю із діапазону від 0 до 100%.

Об'єктом дослідження є желейні вироби від різних виробників, а саме: ТМ «Бісквіт-Шоколад»; ТМ «Стимул»; ТМ «Klim»; ТМ «Jelini»; ТМ «Haribo»; ТМ «Roshen».

Досліджувані зразки є колоїдними тілами. Слід відмітити, що вихідна вологість зразків є проміжною, тобто не є максимально можливою (вологість за відносної вологості повітря 100 %) і не є мінімально можливою (вологість за відносної вологості повітря 0 %), що визначається споживчими вимогами до желейної продукції. Виходячи з цього, для зразків желейної продукції буде відбуватись одночасно і сорбція, і десорбція. Тобто, очевидно, для них за прагнення відносної вологості газового середовища до 0 % буде відбуватись десорбція, а за прагнення відносної вологості газового середовища до 100 % буде відбуватись сорбція. Таким чином, результатом дослідження будуть ізотерми сорбції-десорбції.

Вивчення сорбції-десорбції та дослідження рівноважного вологовмісту зразків за різної відносної вологості оточуючого середовища проводилось з використанням тензометричного методу [52]. Досліджувані зразки являли собою кубики розміром 5×5×5 мм, отримані із відповідної желейної продукції, попередньо очищені від цукру та поверхневого шару. Кубики у кількості, яка відповідає наважці масою 4...5 г укладали в бюкси та поміщали в ексикатори. Застосовували при цьому ексикатори з фіксованою відносною вологістю

повітря із діапазону від 10 до 90 %. Температура, за якої знаходились ексикатори протягом дослідження, підтримувалась в межах 23...25°C.

Зважування досліджуваних зразків проводили періодично із дискретністю 2 доби. Дослідження зразків тензометричним методом проводили до досягнення ними постійної маси. Для досліджуваних зразків від різних виробників тривалість досягнення рівноважного вологовмісту за різної відносної вологості середовища, у якому знаходились зразки, складала не більше 4 тижнів.

Далі шляхом висушування зразків протягом не менше 3 годин у вакуумній сушильній шафі за температури 120...130°C за зниженого тиску визначали масу сухих речовин цих зразків. З використанням маси сухих речовин зразків визначали їх поточний вологовміст за формулою:

$$w = \frac{m_w}{m_{s.s.}} \quad (3.1)$$

де $m_{s.s.}$ – маса сухих речовин зразка, кг; m_w – маса системної води, яку утримує зразок та яка визначається, як різниця між поточним значенням зразка та масою сухих речовин, яку він утримує, кг.

Ізотерми сорбції-десорбції, які являють собою значення рівноважного вологовмісту зразків за різної відносної вологості оточуючого середовища, наведені на рис.3.2.

Ізотерми сорбції-десорбції досліджуваних зразків мають типовий для колоїдних тіл, до яких желейна продукція відноситься, характер. Наявні ділянки мономолекулярної та полімолекулярної сорбції, а також ділянка ізотерми, що відповідає набуханню зразків.

Однак проявляються ці ділянки для різних зразків у різному ступені. По-перше дані ділянки мають різний кут нахилу до осі $O\varphi$, на якій відкладено відносну вологість газового середовища, в якому знаходиться зразок, а по-друге діапазон, до якого слід віднести ту чи іншу ділянку ізотерми сорбції-десорбції для різних зразків – різний.

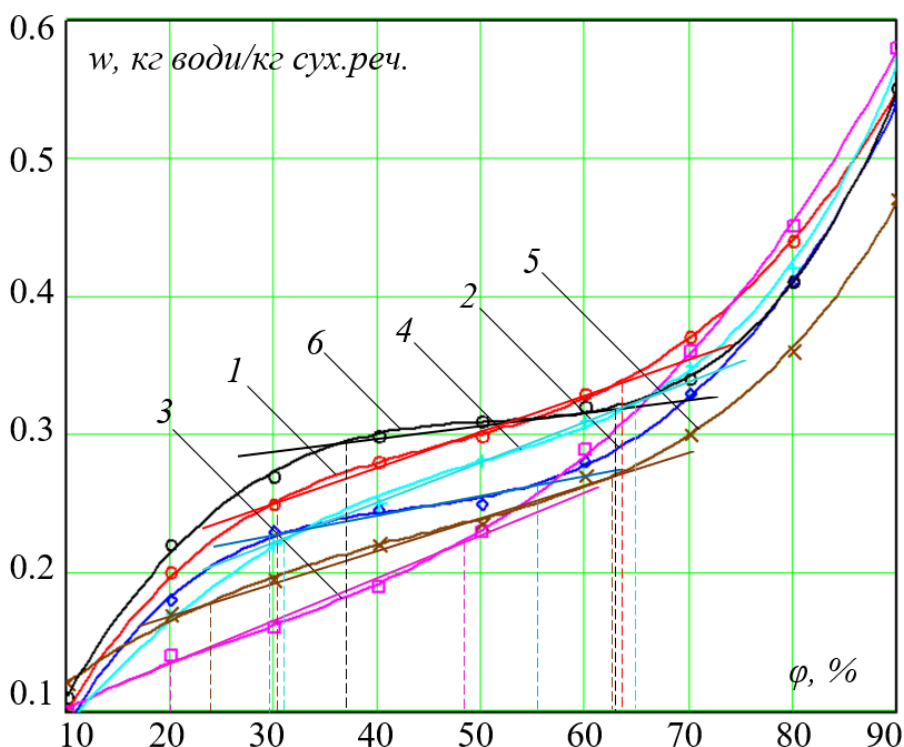


Рис.3.2. Ізотерми сорбції-десорбції зразків желевної продукції від різних виробників: 1 – ТМ «Бісквіт-Шоколад»; 2 – ТМ «Стимул»; 3 – ТМ «Klim»; 4 – ТМ «Jelini»; 5 – ТМ «Haribo»; 6 – ТМ «Roshen»

Розділення ізоTERM сорбції-десорбції на ділянки, що відповідають різним формам зв'язку системної води з сухими речовинами досліджуваного зразка, проводилось шляхом проведення лінійної апроксимації експериментальних даних [53]. На рис. 3.2 наведено лінійну апроксимацію лише ділянок, що відповідають полімолекулярній сорбції системної води сухими речовинами зразка, оскільки наведення лінійної апроксимації всіх ділянок обтяжує рисунок. Однак, слід відмітити, що саме центральна ділянка ізоТЕРми сорбції-десорбції надає можливість визначити відносну вологість оточуючого газового середовища, за якої відбувається перехід між різними формами зв'язку системної води з сухими речовинами досліджуваного зразка.

В табл.3.3 наведено діапазони значень відносної вологості газового середовища, в якому знаходяться зразки, що відповідають їх мономолекулярній та полімолекулярній сорбції, а також набуханням зразків.

Таблиця 3.3

Діапазони відносної вологості, які відповідають різним формам зв'язку системної води з сухими речовинами досліджуваних зразків

Зразок	Мономолекулярна сорбція, %	Полімолекулярна сорбція, %	Волога набухання, %
ТМ «Бісквіт-Шоколад»	10...31	31...64	64...90
ТМ «Стимул»	10...30	30...56	56...90
ТМ «Klim»	10...20	20...48	48...90
ТМ «Jelini»	10...32	32...66	66...90
ТМ «Haribo»	10...24	24...63	63...90
ТМ «Roshen»	10...37	37...63	63...90

З рис. 3.2 та табл. 3.3 видно, що найбільший діапазон, що відповідає мономолекулярній сорбції, має зразок ТМ «Roshen» (10...37 %), а найменший – ТМ «Klim» (10...20 %). Найбільший діапазон, що відповідає набухання зразків, має зразок ТМ «Klim» (48...90 %), а найменший – ТМ «Jelini» (66...90 %). Інші зразки займають проміжне значення ширини діапазонів мономолекулярної сорбції та вологи набухання.

Саме діапазони мономолекулярної сорбції та набухання желевної продукції визначають збереженість її вихідних властивостей під час тривалого зберігання. Оскільки під час знаходження цієї продукції в області мономолекулярної сорбції буде відбуватися її підсихання, а під час знаходження в області набухання – надмірне зволоження. Це тягне за собою погіршення вихідних органолептичних показників якості.

Для з'ясування поведінки зразків желевної продукції під час досягнення ними рівноважного вологовмісту за різної вологості газового середовища досліджено кінетику сорбції-десорбції цих зразків [54]. Кінетики сорбції-десорбції зразків желевної продукції від різних виробників представлені на рис. 2. Отримані вони тензометричним методом в процесі досягнення зразками рівноважного вологовмісту.

Дискретність, з якою наведена тривалість вимірювань, кратна тижню та складає 4 тижні.

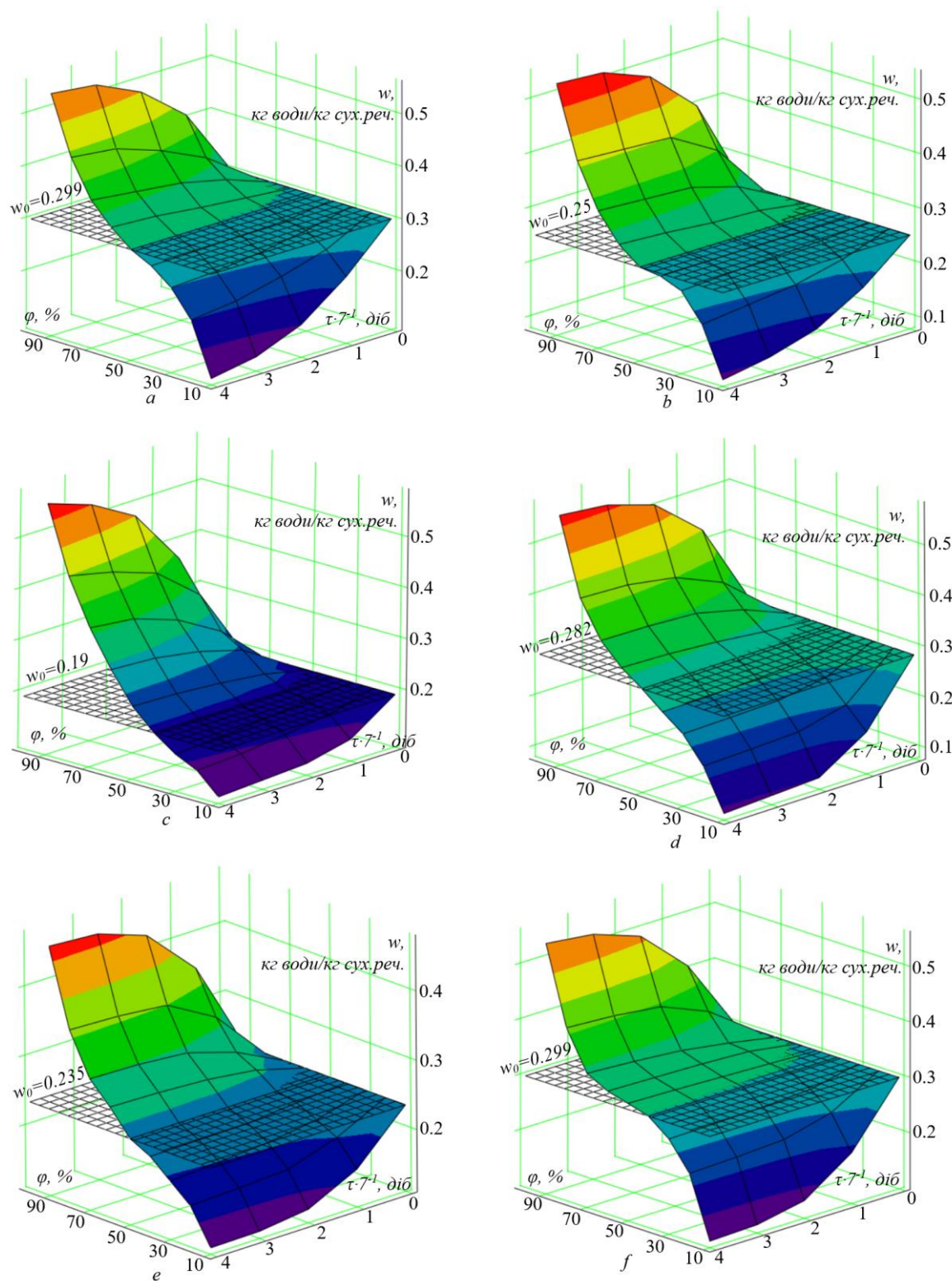


Рис. 3.3. Кінетики сорбції-десорбції зразків желевної продукції від різних виробників: a – ТМ «Бісквіт-Шоколад»; b – ТМ «Стимул»; c – ТМ «Klim»; d – ТМ «Jelini»; e – ТМ «Haribo»; f – ТМ «Roshen»

З рис. 3.3 видно, що існує діапазон значень відносної вологості газового середовища, за якого має місце поглинання зразками вологи. Цим значенням відповідає частина поверхні, що знаходиться вище площини, яка відповідає початковому вологовмісту досліджуваного зразка.

При цьому також існує діапазон значень відносної вологості газового середовища, за якого має місце випар системної води із зразка. Цим значенням відповідає частина поверхні, що знаходиться нижче площини, яка відповідає початковому вологовмісту досліджуваного зразка.

Виходячи із такого характеру поведінки кінетики сорбції-десорбції, слідує, що існує такий діапазон відносної вологості газового середовища, знаходячись в якому зразок буде зберігати початковий (рекомендований виробником) вологовміст. Такими діапазонами відносної вологості газового оточуючого досліджувані зразки середовища є:

- ТМ «Бісквіт-Шоколад» – від 45 до 55 %;
- ТМ «Стимул» – від 45 до 55 %;
- ТМ «Klim» – від 35 до 45 %;
- ТМ «Jelini» – від 45 до 55 %;
- ТМ «Haribo» – від 45 до 55 %;
- ТМ «Roshen» – від 35 до 45 %.

За зберігання у паропроникному упакованні зразків желевної продукції від різних виробників за відносної вологості зовнішнього газового середовища із відповідних наведених діапазонів вологовміст продукції буде зберігатися на рекомендованому виробником рівні. За інших зовнішніх умов зберігання у паропроникному упакованні буде відбуватися або поглинання продукцією пари води із оточуючого середовища, або підсихання продукції через випар системної води, яку вона утримує.

Необхідно відмітити, що ізотерми сорбції-десорбції (рис. 3.2) не мають яскраво виражених асимптот до осі вологовмісту за відносної вологості більше верхньої межі діапазонів полімолекулярної сорбції, наведених для досліджуваних зразків желевної продукції від різних виробників,

представлених у табл. 3.3. Тобто вище цих меж відбувається тільки набухання зразків. При цьому суттєвим набухання можна вважати для всіх зразків починаючи з відносної вологості газового середовища, що лежить в діапазоні 70...75 %. Це свідчить про можливість зберігання досліджуваних зразків желевної продукції у паропроникному упакованні без псування через надмірну кількість системної води за відносної вологості не більше 70...75 %.

Таким чином, під час вибору упаковання та формулювання вимог до умов зберігання слід враховувати, що зберігатися досліджувана железна продукція від різних виробників у паропроникному упакованні може без псування за відносної вологості повітря не більше 70...75%. При цьому зберігання у паропроникному упакованні без підсихання продукції або без надмірного її зволоження можливе за діапазонів вологості: ТМ «Бісквіт-Шоколад» – від 45 до 55 %; ТМ «Стимул» – від 45 до 55 %; ТМ «Klim» – від 35 до 45 %; ТМ «Jelini» – від 45 до 55 %; ТМ «Haribo» – від 45 до 55 %; ТМ «Roshen» – від 35 до 45 %. Зберігання досліджуваної желевної продукції за відносної вологості повітря більше 70...75 % або за умови необхідності суворого збереження її вихідного вологовмісту можливе лише у паронепроникному упакованні.

Наступним етапом в роботі було дослідження системної води желевної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом.

Стан та структура системної води, форми її зв'язку з сухими речовинами харчової продукції обумовлюють інтенсивність процесів, які змінюють вихідні властивості цієї продукції. Тому інформація про системну воду надає можливість спрогнозувати необоротні зміни у продукції під час її зберігання, а, також, є вихідною для аналізу виробником рецептури за умови необхідності її раціоналізації.

Одним із методів, які дозволяють досліджувати системну воду харчових систем є низькотемпературний калориметричний метод [55]. Метод полягає у непрямому визначенні кількості теплоти, що виділяється через фазовий перехід I (кристалізація) або II (перехід у аморфний стан) роду системної води під час

охолодження досліджуваного зразка до температури, яка підтримується в термостаті. Ідея методу полягає у реєстрації різниці між початковою та кінцевою температурою охолоджувача, який омиває досліджуваний зразок, що знаходиться у спеціальній вимірювальній камері всередині термостата [55].

Частина системної води, яка переходить у кристалічний стан за температури 0°C , володіє властивостями, так званої, вільної або об'ємної води [56]. Ця вода є сприятливим середовищем для перетікання окислювальних та мікробіологічних процесів. Слід відмітити, наявність мікробіологічних та окислювальних процесів є однією із основних причин псування харчової продукції під час тривалого зберігання. Частина системної води, яка переходить у кристалічний або аморфний стан за більш низьких температур, зв'язана тим, чи іншим механізмом з сухими речовинами харчової продукції. Перетікання мікробіологічних та окислювальних процесів у цій частині системної води ускладнено наявністю саме цього зв'язку. Зважаючи на це, виробники такої продукції як желейні вироби, з точки зору подовження термінів зберігання, прагнуть різними способами зменшити частину системної води, що володіє властивостями вільної води, та збільшити частину води, яка є зв'язаною із сухими речовинами тим, чи іншим механізмом. Однак зв'язувати всю системну вологу не доцільно з точки зору органолептики, оскільки це приведе до невідповідності органолептичних властивостей вимогам, що ставляться до желейної продукції. Таким чином, під час виробництва желейної продукції, як правило, визначається раціональне співвідношення, з точки зору виробника, між зв'язаною та вільною системною водою продукції, виходячи із поставлених пріоритетів.

Дослідження желейної продукції калориметричним методом проводили за температури калориметра мінус 12°C . За цих умов існує можливість визначити дві компоненти системної води, а, саме, виморожену та невиморожену воду за температури мінус 12°C .

Термограма отримана під час охолодження досліджуваних зразків має типовий вигляд [56] і являє собою зміну з часом τ різниці температур ΔT між

входом та виходом у вимірювальну камеру у відносних одиницях. На рис. 3.4 наведено, як приклад, термограму, отриману для зразка желевної продукції від ТМ «Бісквіт-Шоколад».

Термограми, отримані під час охолодження в термостаті досліджуваних зразків до температури мінус 12°C , можна розділити на три основні ділянки. Перша ділянка (I) відповідає охолодженню зразка до температури кристалізації частини системної води, яка переходить у твердий або твердоаморфний стан за температури 0°C та яка володіє властивостями вільної води. Друга ділянка (II) відповідає кристалізації цієї частини системної води. При цьому температура зразка залишається постійною і дорівнює 0°C , різниця температур ΔT при цьому відмінна від нуля і також постійна. Третя ділянка (III) – охолодженню зразка до рівноважної температури термостата. Площа під кожною із ділянок відповідає кількості теплоти, яка виділяється під час відповідного теплообмінного процесу: ділянка I та III – охолодження; ділянка II – фазовий перехід I роду (кристалізація).

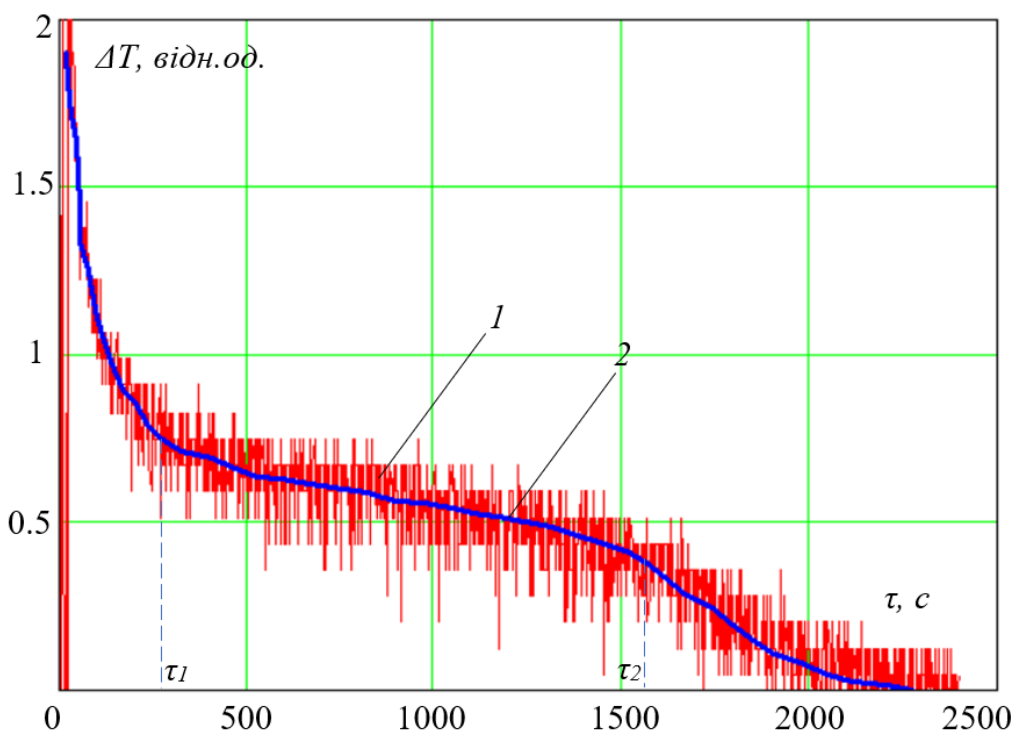


Рис. 3.4. Термограма, отримана з використанням низькотемпературного калориметричного методу для зразка желевної продукції від ТМ «Бісквіт-Шоколад»: 1 – експериментальні дані; 2 – апроксимаційна функція

Розділення термограми на ділянки проводиться наступним чином. На першому етапі проводиться апроксимація експериментальних даних. Для експериментальних даних підбирається апроксимаційна функція $\Delta T(\tau)$. Далі робиться припущення, що оскільки під час охолодження будь-якого тіла, температура змінюється за експоненціальним законом (I та III ділянки), а під час фазового переходу води I роду (II ділянка) – температура постійна, то при переході між ділянками апроксимаційна функція буде мати перегини. Ці точки перегину (межа між I і II та між II і III ділянками) знаходились шляхом визначення положення екстремумів першої похідної від апроксимаційної функції.

Слід відмітити, що площа під другою ділянкою S_{fr} помножена на відповідний масштабний коефіцієнт $coef_{fr}$ пропорційна кількості системної води w_{fr} , яка переходить у кристалічний або твердоаморфний стан за температури термостата мінус 12°C:

$$w_{fr} = coef_{fr} \cdot S_{fr}. \quad (3.2)$$

Площа під відповідною ділянкою термограми знаходиться як інтеграл від апроксимаційної функції у межах визначених за положеннями екстремумів першої похідної від неї:

$$S_{fr} = \int_{\tau_1}^{\tau_2} \Delta T(\tau) d\tau. \quad (3.3)$$

Величина масштабного коефіцієнту $coef_{fr}$ визначалась при охолодженні еталонного зразка за тих же умов. Як еталон використовувалась ємність із матеріалу з високою теплопровідністю, заповнена водою питною.

При цьому загальна кількість системної води $w_{s.w.}$ нормується та є сумою двох частин – вимороженої w_{fr} та невимороженої w_{nfr} води за даної температури термостата (мінус 12°C):

$$w_{s.w.} = w_{fr} + w_{nfr} = 1. \quad (3.4)$$

Отримані таким чином результати наведені в табл. 3.4.

З наведених результатів слідує, що найбільшу кількість системної води, яка володіє властивостями об'ємної або, так званої, вільної води, утримують зразки желевної продукції від ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-Шоколад»

(відповідно 0.31 та 0.29 кг/кг), а найменшу – зразки від ТМ «Haribo» та ТМ «Klim» (відповідно 0.13 та 0.15 кг/кг). Інші зразки займають проміжне значення щодо кількості вимороженої системної води.

Таблиця 3.4.

Частина вимороженої та невимороженої за температури мінус 12°C системної води у зразках желейної продукції від різних виробників

Зразок	w_{fr} , кг/кг	w_{nfr} , кг/кг
ТМ «Бісквіт-Шоколад»	0.29	0.71
ТМ «Стимул»	0.27	0.73
ТМ «Klim»	0.15	0.85
ТМ «Jelini»	0.25	0.75
ТМ «Haribo»	0.13	0.87
ТМ «Roshen»	0.31	0.69

Виходячи із отриманих даних, можна припустити, що під час розробки технології виробництва желейної продукції пріоритетними для ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-Шоколад» були у більшому ступені органолептичні властивості, а для продукції ТМ «Klim» – подовжені терміни зберігання. Щодо желейної продукції від ТМ «Haribo», то вона на відміну від інших досліджуваних зразків, які відносяться до желейного мармеладу, відноситься до жувального мармеладу, вимоги до якого за органолептичними властивостями за консистенцією відрізняються від інших зразків.

3.3. Особливості митного оформлення мармеладу

Здійснення митного контролю та митного оформлення товарів і транспортних засобів, які переміщуються через митний кордон України, є одним із основних завдань, покладених на митні органи України.

Переміщення товарів через митний кордон України здійснюється у пунктах пропуску (перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до міжнародних договорів України) через державний кордон України. Усі товари та інші предмети, що переміщуються через митний кордон

України підлягають обов'язковому митному оформленню. Митне оформлення має проводитися митницею, у зоні діяльності якої розташовані власники товарів та інших предметів.

Метою здійснення митного оформлення є забезпечення митного контролю. Порядок здійснення митного контролю визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до норм Митного Кодексу [56, 58].

Митне оформлення – це виконання митним органом дій (процедур), які пов'язані із закріпленням результатів митного контролю товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України, і мають юридичне значення для подальшого використання цих товарів і транспортних засобів. Метою митного оформлення є засвідчення відомостей, одержаних під час митного контролю товарів, що переміщуються через митний кордон України, та оформлення результатів такого контролю, а також статистичний облік товарів, ввезених на територію України, вивезених й переміщуваних транзитом через цю територію [50, 59].

Митне оформлення як один з елементів митної справи безпосередньо пов'язано з митним контролем та здійснюється митними органами за умови декларування товарів, предметів суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), а також громадянами, що переміщують такі товари, предмети.

Застосування митними органами до товарів та предметів установлених законодавством митних процедур забезпечує здійснення їх митного контролю й митного оформлення. До таких процедур належать:

- контроль за дотриманням порядку переміщення товарів;
- їх огляд;
- оформлення документів;
- накладення митного забезпечення;
- перевірка правильності заповнення МД;
- нарахування сум, які підлягають сплаті;
- підготовка статистичних даних та проведення інших дій.

У відповідності до ст. 83 МКУ умовами поміщення товарів у митний режим експорту являються наступні:

1. митний режим експорту може бути застосований до товарів, що призначені для вивезення за межі митної території України, та до товарів, що вже вивезені за межі цієї території та перебувають під митним контролем, за винятком товарів, заборонених до поміщення у цей митний режим відповідно до законодавства.

2. особа, на яку покладається дотримання вимог митного режиму, повинна:

1) подати митному органу, що здійснює випуск товарів у митному режимі експорту, документи на такі товари. Залежно від обраного способу транспортування наведемо приблизний перелік документів: зовнішньоекономічний договір (зокрема додатки); специфікація товару на поставку; протокол узгодження ціни (за наявності); рахунок-фактура (із вказівкою країни походження товару, умов поставки, номера контракту та ін.); залежно від виду транспортування вантажу – накладні CMR, залізничні, авіаційні, поштові накладні; пакувальний лист; документи, що підтверджують дотримання заходів нетарифного регулювання 9 а саме ліцензію на експорт крупи гречаної); документи на придбання товару (якщо експортер не є виробником); фітосанітарний сертифікат (Phytosanitary certificate); документи, що підтверджують країну походження товару (якщо товар має українське походження); дані перевізника (адреса, контактні дані, код ЄДРПОУ); дані водія (для авто – копія паспорта водія та технічного паспорта машини, причепа); свідоцтво на перевезення вантажів ід митним забезпеченням (за наявності); книжка МДП (CARNET TIR – за необхідності); книжка АТА (CARNET ATA – за необхідності); довідка про транспортні витрати до кордону України від перевізника (за необхідності); сертифікати якості, паспорти, технічні описи, креслення на товар (за необхідності) та ін.; документи, що підтверджують повноваження особи, яка подає митну декларацію [47];

2) сплатити митні платежі, якими відповідно до закону обкладаються товари під час вивезення за межі митної території України у митному режимі експорту;

3) виконати вимоги щодо застосування передбачених законом заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

4) у випадках, встановлених законодавством, подати митному органу дозвіл на проведення зовнішньоекономічної операції з вивезення товарів у третю країну (реекспорт).

3. митні органи не вимагають обов'язкового підтвердження прибуття товарів, що експортуються, у пункт призначення за межами митної території України.

4. у разі встановлення актами законодавства заборон чи обмежень щодо вивезення відповідних товарів за межі митної території України товари, що:

1) поміщені в митний режим експорту, випускаються за межі митної території України відповідно до умов, що діяли на момент поміщення цих товарів у зазначений митний режим;

2) фактично випущені за межі митної території України за періодичними митними деклараціями, підлягають поміщенню у митний режим експорту відповідно до умов, що діяли на момент фактичного вивезення цих товарів [61].

Під час вивезення товарів за межі митної території України первинним є їх митне оформлення в митниці, після здійснення якого товари переміщуються під митним контролем з метою доставки їх у митницю призначення випуску за межі території України.

Відповідно до статті 69 Митного кодексу України товари при їх декларуванні підлягають класифікації, тобто у відношенні товарів визначаються коди відповідно до класифікаційних групувань, зазначених в українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД) [59, 60].

Митні органи здійснюють контроль правильності класифікації товарів, поданих до митного оформлення, згідно з УКТ ЗЕД [62].

Структура УКТ ЗЕД включає найменування розділу, код та найменування групи, код та найменування товарної позиції, кодове позначення товару, найменування товару, преференційна, пільгова, повна ставка мита та скорочене позначення додаткових одиниць його виміру [62].

Для декларування мармеладу, встановлення ставок митних платежів та застосування заходів тарифного регулювання при його переміщенні через митний кордон України, необхідно визначити код товару згідно УКТ ЗЕД. Порядок визначення коду мармеладу відповідно до УКТ ЗЕД наведено у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Код мармеладу по УКТ ЗЕД

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				
Код групи	17	Цукор і кондитерські вироби з цукру				
Товарна позиція	17	04	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао:			
Товарна підпозиція	17	04	90	інші:		
Товарна підкатегорія	17	04	90	65	00	кондитерські вироби у вигляді гумки або желе, включаючи фруктову пасту (мармелад) у вигляді кондитерських виробів з цукру

Митне регулювання - це сукупність митних тарифів і зборів, які накладаються на товари, що обертаються в міжнародній торгівлі, - відповідно до їх класу. Митне регулювання можна класифікувати за цілями здійснення та методами обчислення митного тарифу (мит).

Залежно від напрямку руху товарів і тимчасового критерію митні тарифи можна класифікувати наступним чином:

- ✓ ввізне мито (при ввезенні (ввезенні) товарів на митну територію України – ст. 272 МКУ та п. 1 ч. 5 ст. 280 МКУ;

- ✓ експортні збори (на товари та інші предмети при їх вивезенні (вивезенні) за межі митної території України; встановлюються окремим законодавством України); ст. 273, а також Цивільний кодекс. 280 МКУ;
- ✓ сезонний (нараховується на сільськогосподарську продукцію, визначений період протягом календарного року) - ст. 274, а також Цивільний кодекс 280 МКУ.

Ввізне мито диференційовано відповідно до МКУ:

- ✓ повні (загальні) тарифи;
- ✓ пільгові тарифи (відповідно до міжнародних договорів України з третіми країнами / інтеграційними об'єднаннями) – ст. 280 МКУ;
- ✓ пільгові тарифні ставки (звільнення від мита, встановлення знижених мит, навіть пільгові квоти) МДУ № 281.

Під час митного оформлення товари та предмети можуть оподатковуватись такими податками та зборами: мито, загальний податок з продажу, акцизний податок, мито.

Вивізне мито нараховується на товари при вивезенні їх за межу митної території України. Це мито встановлюється на обмежену кількість товарів, і, головною метою, якою керується держава при встановленні ставок вивізного мита, є, у першу чергу, обмеження їх вивезення за межі України шляхом підвищення їх вартості після здійснення експорту за межі України.

В рамках діючих міждержавних угод про вільну торгівлю (з країнами СНД, Республікою Грузія, а саме міждержавна угода від 09.01.1995 Угода між Урядом України та Урядом Республіки Грузія про вільну торгівлю Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003 та Республікою Македонія) можливе звільнення від сплати вивізного мита при експорті вказаного у коментарі товару. Таке звільнення здійснюється при дотриманні умов, а саме за наявності Сертифікату про походження EUR.1, виконання правил прямого відвантаження та безпосередньої закупівлі), що встановлені кожною окремою угодою.

Ввізне мито являє собою податок на переміщення товарів через митний кордон України. Ставка ввізного мита становить: повна ставка 10% та пільгова ставка 10 % діє з 01.01.2023 Закон України ВР № 2697-IX від 19.10.2022 Про Митний тариф України [62-64].

З розвитком міжнародної торгівлі та методів її митного регулювання країни переходили до практики прискорення міжнародної торгівлі між собою (в межах регіону, політичного блоку тощо). Для отримання взаємних імпорتنих/експортних преференцій укладаються різні міжнародні угоди про вільну торгівлю. Такі угоди зазвичай містять положення про застосування пільгових тарифних ставок до певного переліку товарів. Крім того, такі пільгові тарифні ставки поєднуються з тарифними квотами на відповідні товарні групи.

Так, при ввезенні в Україну мармеладу з держав ЄАВТ згідно з міждержавною угодою України з даними державами оподаткування ввізним митом провадиться за зменшеними ставками, а саме діє нульова ставка для наступних країн: Ісландія, Королівством Норвегія, Князівством Ліхтенштейн та Швейцарською Конфедерацією (з 01.01.2023 р. згідно з міждержавними угодами від 24.06.2010 «Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ» та МУ від 24.06.2010 «Угода про сільське господарство між Україною та вищеназваними державами»), тобто нарахування мита відбувається за преференційною ставкою згідно з угодами.

З 01.01.2024 до 31.12.2024 згідно нового Протоколу "В" Угоди України з Республікою Македонія про вільну торгівлю (Міждержавна угода від 18.01.2001) положення цієї Угоди застосовуються до продукції (кондитерських виробів у вигляді гумки або желе, включаючи фруктову пасту (мармелад) у вигляді кондитерських виробів з цукру), яка походить з території однієї договірної Сторони, під час імпорту до іншої договірної Сторони у разі предствлення сертифікату перемещення EUR.1 (видається митними органами Республіки Македонія) діє преференція по миту: "402", а саме ставка ввізного мита нульова.

Згідно з Міждержавною угодою від 27.06.2014 «Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» та Листом Держмитслужби № 15-03/1857 від 08.12.2023 (про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит) кондитерські вироби, в т. ч. мармелад, що ввозяться в Україну та походять з країн ЄС, знаходяться у переліку зниження ввізних мит України і становлять ставку ввізного мита 0 % розрахованих по роках, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

Відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль на вказані у коментарі товари, походженням з Ізраїлю знижено ставки ввізного мита – 10 % [60].

Податок на додану вартість - непрямий податок, який нараховується та сплачується відповідно до норм розділу V Податкового кодексу України [65].

Згідно статті 185 Податкового кодексу України об'єктом оподаткування є операції платників податку з:

- ввезення товарів на митну територію України в митних режимах імпорту або реімпорту, в тому числі постачання товарів з-під митних режимів магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони для їх подальшого вільного обігу на території України;
- вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту, в тому числі постачання товарів, які перебувають у вільному обігу на території України, до митних режимів магазин безмитної торгівлі, митний склад або спеціальна митна зона [65].

Товари, згідно коду УКТ ЗЕД 1704906500, що ввозяться в Україну та походять з країн ЄС, знаходяться у переліку зменшення ставок ввізних мит України передбачених міждержавною угодою від 21.01.2019 Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль (Лист Держмитслужби № 15-03/1857 від 08.12.2023 «Про графіки зниження ввізних

та вивізних (експортних) мит»), походженням з Ізраїлю знижено ставки ввізного мита, яка складає 10%. На рис. 3.6 проведено розрахунок митних платежів мармеладу при імпорті з країни походження Ізраїль.

Дата розрахунку	09.11.2024		
Код товару (УКТЗЕД)	1704 90 65 00 Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао: - інші: - - інші: - - - інші: - - - - кондитерські вироби у вигляді гумки або желе, включаючи фруктову пасту (мармелад) у вигляді кондитерських виробів з цукру Основна одиниця виміру: кг (код 166) Додаткова одиниця виміру: немає		
Країна	Ізраїль (IL, 376)		
Вартість	0.81 EUR		
Курс USD	41.2446 грн		
Курс EUR	43.4677 грн		
Платежі при імпорті (пільгові):			
	Основа нарахування	Ставка	Сума, грн
Ввізне мито	35.21	10 %	3.52
ПДВ	38.73	20 %	7.75
Разом:			11.27

Рисунок 3.5. Розрахунок митних платежів мармеладу при імпорті

При ввезенні товарів на митну територію України базою оподаткування є договірна (контрактна) вартість, але не менша митної вартості цих товарів, з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включаються до ціни товарів згідно із законом (див. статтю 190 Податкового кодексу України). Ставка ПДВ становить 20% та діє з 01.01.2011 р на підставі: Кодексу ВР № 2755-VI від 02.12.2010 Податковий кодекс України [65].

Угодою про асоціацію між Україною та ЄС (далі УА) перед нашими аграріями та виробниками харчових продуктів поставлені важливі завдання. Це стосується і всієї галузі сільського господарства, і санітарних та фітосанітарних заходів, які нерозривно пов'язані з можливістю для українських харчових продуктів отримати доступ до ринку ЄС.

Для того щоб потрапити українській кондитерській продукції, перш за все, потрібно узгодити самі поняття та формальні визначення із законодавством ЄС, яке дає визначення таким поняттям як «желе», «екстра желе», «мармелад», «желейний мармелад» й ін. та встановлює основні вимоги до їх виготовлення.

Стандарти ЄС наголошують на тому, що основою продукту має бути натуральна сировина. Маркувати продукцію відповідно до змін, які запроваджуються державними органами, зокрема, враховувати норми Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» № 2639, який введено в дію з 6 серпня 2019 року та містить обов'язкові вимоги до маркування продуктів харчування. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» № 2496 регулює порядок маркування органічної продукції і використання напису «органічний» та розміщення державного логотипу для органічної продукції, а також запроваджує систему нагляду та контролю за виробництвом та обігом органічної продукції та сировини, та встановлює відповідальність за невиконання законодавства в цій сфері.

На сьогодні більшість діючих органічних господарств та переробних підприємств, що працюють в Україні, вже сертифіковані за стандартом органічного виробництва та переробки, що є еквівалентним регламентам Ради ЄС № 834/2007 та Європейської Комісії № 889/2008.

Напрямок органічного виробництва набуває все більшої популярності, яке передбачає виконання всіх обов'язкових норм, правил та процедур, вимог до якості та безпечності виробництва сільськогосподарської продукції та продуктів харчування, що передбачені чинним законодавством України; воно є додатковою перевагою для виробників, споживачів та довкілля. Наявність сертифікату про відповідність стандартам органічного виробництва дає право називати продукцію «органічною».

За результатами досліджень опубліковано тези доповідей на Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти, аспірантів, науковців, фахівців, провідних спеціалістів, практиків та керівників підприємств «Молодь і технічний прогрес в АПВ» [67].

ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ

Під час проведення аналізу маркування було встановлено, що на кожній спожитковій тарі досліджуваних зразків наведена вся необхідна інформація державною мовою.

Аналіз органолептичних показників досліджуваних зразків показав, що всі зразки мармеладу відповідають встановленим вимогам НД.

Досліджено гігроскопічні властивості желейних виробів від різних виробників тензометричним методом. При цьому слід відмітити, що зберігання у паропроникному упакованні без підсихання продукції або без надмірного її зволоження можливе за діапазонів вологості в середньому від 35% до 55%.

Досліджено системну воду желейної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом.

Ставка ввізного мита мармеладу (згідно коду УКТ ЗЕД 1704906500) становить: повна ставка 10% та пільгова ставка 10 % діє з 01.01.2023 Закон України ВР № 2697-IX від 19.10.2022 Про Митний тариф України.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами теоретичних досліджень був проведений аналіз товарознавчих характеристик мармеладу та аналіз здійснення зовнішньоекономічних операцій при переміщенні цукрових кондитерських виробів через митний кордон України.

Підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС та сертифікація продукції відповідно до міжнародної системи управління якістю ISO 9000 та ISO 22000, а також міжнародного стандарту IFS дозволили українським виробникам кондитерських виробів з цукру завоювати нові канали збуту.

Українські кондитерські компанії з кожним роком намагаються збільшити обсяги зовнішніх поставок, але повномасштабна війна внесла певні корективи в комерційні плани українських кондитерів, які були змушені істотно скоротити експортні поставки, а також скоротити імпорт.

За останні роки українські кондитерські вироби з цукру, які відомі в усьому світі, переорієнтувалися на європейські ринки, і становлять $\approx 40,4\%$.

Кондитерська промисловість України на 2023 рік представлена 28 великими спеціалізованими підприємствами, а також масою малими цехами. Щороку в Україні виробляється 625 тис. тонн кондитерських виробів, третина з яких експортується до понад 100 країн світу, включаючи США, Канаду, Китай, ЄС та країни Центральної Азії та регіону MENA.

Початок активних бойових дій в частині регіонів України, став основним фактором суттєвого скорочення обсягів виготовлення кондитерської продукції практично всіма національними виробниками (виробництво скоротилося на 18,8%). Очікується, що до 2029 року обсяг ринку кондитерських виробів становитиме 86,26 млрд кг. У 2025 році очікується зростання обсягів ринку кондитерських виробів на 2,6%.

Сегмент рослинної їжі зростає, завдяки тому, що більшість людей слідкують за своїм здоров'ям і тому при покупці віддають перевагу

натуральним та органічним солодошам, вироблених з продуктів рослинного походження.

За результатами теоретичних досліджень був проведений аналіз характеристики асортименту мармеладу згідно ДСТУ 4333:2004 «Мармелад. Загальні технічні умови».

Корисні властивості натурального жувального мармеладу відзначаються дієтологами, а саме: натуральний пектин виводить токсини, важкі метали, проявляє лікувальні властивості при виразковій хворобі шлунку, а використання натуральної плодово-ягідної сировини підвищує харчову цінність мармеладу.

Проходження практики на ФОП «БЛОНД» показало, що дане підприємство будує міцні відносини з постачальниками, оточує навколо себе надійними партнерами, що сприяло стабільному поповненню товарного асортименту. Проведено SWOT аналіз підприємства, який дає чітке розуміння ситуації та вказує напрямки для розвитку, а саме розширити асортимент, розвивати e-commerce, зміцнювати партнерські відносини та покращити конкурентоспроможність.

Проведено товарознавчу експертизу мармеладу різних виробників, що реалізуються в торговельній мережі м. Харкова для проведення порівняльної характеристики. Були досліджені наступні показники якості як: повнота маркування, органолептичні та фізико-хімічні показники. Результати досліджень підтверджують відповідність досліджуваних зразків вимогам НД.

Дослідженнями гігроскопічних властивостей желейних виробів від різних виробників тензометричним методом встановлено, що під час вибору упакування та формулювання вимог до умов зберігання слід враховувати, що зберігатися досліджувана желейна продукція від різних виробників у паропроникному упакуванні може без псування за відносної вологості повітря не більше 70...75%. При цьому зберігання у паропроникному упакуванні без підсихання продукції або без надмірного її зволоження можливе за діапазонів вологості: ТМ «Бісквіт-Шоколад» – від 45 до 55 %; ТМ «Стимул» – від 45 до

55 %; ТМ «Klim» – від 35 до 45 %; ТМ «Jelini» – від 45 до 55 %; ТМ «Haribo» – від 45 до 55 %; ТМ «Roshen» – від 35 до 45 %. Зберігання досліджуваної желейної продукції за відносної вологості повітря більше 70...75 % або за умови необхідності суворого збереження її вихідного вологовмісту можливе лише у паронепроникному упакуванні.

Дослідженнями системної води желейної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом встановлено, що найбільшу кількість системної води, яка володіє властивостями об'ємної або, так званої, вільної води, утримують зразки желейної продукції від ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-Шоколад» (відповідно 0.31 та 0.29 кг/кг), а найменшу – зразки від ТМ «Haribo» та ТМ «Klim» (відповідно 0.13 та 0.15 кг/кг). Інші зразки займають проміжне значення щодо кількості вимороженої системної води: ТМ «Стимул» – 0.27 кг/кг; ТМ «Jelini» – 0.25 кг/кг. Виходячи із отриманих даних, можна припустити, що під час розробки технології виробництва желейної продукції пріоритетними для ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-Шоколад» були у більшому ступені органолептичні властивості, а для продукції ТМ «Klim» – подовжені терміни зберігання. Щодо желейної продукції від ТМ «Haribo», то вона на відміну від інших досліджуваних зразків, які відносяться до желейного мармеладу, відноситься до жувального мармеладу, вимоги до якого за органолептичними властивостями за консистенцією відрізняються від інших зразків.

Для декларування мармеладу, встановлення ставок митних платежів та застосування заходів тарифного регулювання при його переміщенні через митний кордон України в режимі експорт, було визначено код мармеладу відповідно до УКТ ЗЕД – 1704906500. Ставка ввізного мита становить: повна ставка 10% та пільгова ставка 10 % діє з 01.01.2023 Закон України ВР № 2697-ІХ від 19.10.2022 Про Митний тариф України. Згідно з міждержавною угодою від 21.01.2019 Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль товари коду УКТ ЗЕД 1704906500 походженням з Ізраїлю ставки ввізного мита знижено і складає 10%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистична інформація [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Офіц. Веб-сайт – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
2. Промисловість. Режим доступу: <https://skilky-skilky.info/u-2023-rotsi-promyslovoi-produktsii-realizovano-na-16-bilshe/>.
3. Kronikovskiy D. O. (2019). Ukraine's confectionery industry trends / D. O. Kronikovskiy // Efektyvna ekonomika Vol. 10. . URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3460>
4. Власенко О. П. Маркетингові тенденції ідентифікації профілю споживача на ринку кондитерських виробів. / О. П. Власенко // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2011. – № 1(28), Т. 2. С. 73–80.
5. Дем'яненко К. А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах. / К. А. Дем'яненко // Молодий вчений. – 2016. – № 9 (36). С. 45–50.
6. Кільницька О.С., Кравчук Н.І., Куцмус Н.М. Ринок кондитерської продукції в Україні: тенденції та перспективи розвитку / О.С. Кільницька, Н.І. Кравчук, Н.М. Куцмус // Економіка АПК. – 2018. – № 11. – С. 29-43.
7. Дія. Бізнес. Їжа та напої. Режим доступу: <https://export.gov.ua/directory/industry/food-products>
8. Top 100 Global Sweets Manufacturers in 2020 / Candy industry Режим доступу: <https://www.snackandbakery.com/candy-industry/2020/global-top-100-candy-companies>
9. Haribo. URL: <https://www.haribo.com/ruRU/glavnajastranica.html>
10. Аналіз ринку кондитерських виробів України // [Електронний ресурс]. Режим доступу – <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-konditerskih-izdelij-ukrain>
11. Венгер В., Романовська Н. Indicators of the ukrainian confectionery market / В. Венгер, Н. Романовська, Т. Романовська, О. Шейко, І. Савченко// Науковий

вісник міжнародної асоціації науковців. – 2024 – Серія: економіка, управління, безпека, технології, Том 3, № 3. – Електронне наукове видання.

12. Асоціація «Укркондпром» Союз кондитерських виробів , харчових концентратів та виробників крохмалю України. Режим дступу: https://ukrkondprom.com.ua/zagalna_informaciya_pro_asociaciy/?lang=en

13. Ринок кондитерських виробів: світові тренди 2024 року. Режим доступу: <https://harch.tech/2024/02/28/rynok-kondyterskyh-verobiv-svitovi-trendy-2024/>

14. Кондитерська Корпорація ROSHEN. URL: <https://www.roshen.com/pro-roshen>

15. КОРПОРАЦІЯ «БІСКВІТ-ШОКОЛАД». URL: <https://biscuit.com.ua/about>

16. Кондитерська фабрика «СТИМУЛ»/ URL: <https://stimulsweet.com/company-uk/>

17. Bochko O. Yu., Balyk U. O., Karpiy O. P. Studying the confectionery market: impact of the pandemic and war / O. Yu Bochko., U. O. Balyk, O. P. Karpiy // The actual problems of regional economy development. – 2022. – Vol. 2. Is. 18. P. 264-273. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.264-273>

18. Arkolakis C. Market Penetration Costs and the New Consumers Margin in International Trade / C. Arkolakis // Journal of Political Economy. – 2010. – Vol. 118. N. 6. P. 1151–1199. <https://doi.org/10.1086/657949>

19. Baldwin R., Harrigan J. Zeros, Quality, and Space: Trade Theory and Trade Evidence / R. Baldwin, Harrigan J. // American Economic Journal: Microeconomics. – 2011. – 3 (2). pp. 60–88. URL: <https://doi.org/10.1257/mic.3.2.60>

20. Bernard A. B., Redding S. J., Schott P. K. Multiproduct Firms and Trade Liberalization. / A. B. Bernard, S. J. Redding, P. K. Schott // The Quarterly Journal of Economics. – 2011. – Vol. 126. Issue 3. P. 1271–1318. URL: <https://doi.org/10.1093/qje/qjr021>

21. Eckel C., Neary J.P. Multi-product firms and flexible manufacturing in the global economy / C. Eckel, J.P. // Neary Review of Economic Studies. – 2010. –Vol. 77. Issue 1. – P. 188–217. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1467-937X.2009.00573.x>

22. Hallak J. C., Sivadasan J. Product and process productivity: Implications for quality choice and conditional exporter premia. / J. C. Hallak, J. Sivadasan // *Journal of International Economics*. – 2013. – Vol. 91. Issue 1. P. 53–67. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2013.05.001>
23. Johnson R. C. Trade and prices with heterogeneous firms. / R. C. Johnson // *Journal of International Economics*. – 2012. – Vol. 86. Issue 1. – P. 43–56. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2011.09.004>
24. Melitz M. J., Ottaviano G. I. P. Market Size, Trade, and Productivity / M. J. Melitz, G. I. P. Ottaviano // *The Review of Economic Studies*. – 2008. – Vol. 75. Issue 1. – P. 295–316. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1467-937X.2007.00463>.
25. Venger V., Romanovska N., Chyzhevskya M. Integration of Ukraine to the Global Value Chains / V. Venger, N. Romanovska, M. Chyzhevskya // *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*. – 2022. – Vol. 25. Number 2. – P. 137–161. URL: <https://doi.org/10.18778/1508-2008.25.17>
26. Voronin A. Problems and prospects of development of the confectionery industry of Ukraine. / A. Voronin // *Socio-economic research bulletin*. – 2019. – Vol. 2-3 (70-71). – P. 198–207.
27. Кондитерські вироби з цукру: Україна 13-та серед світових експортерів. URL: <https://harch.tech/2023/08/25/kondyterski-vyroby-z-cukru-ukraina-13-ta-sered-svitovyh-eksporteriv/>
28. TradeMaster. – ТОП-10 найприбутковіших кондитерських підприємств України. URL: <https://trademaster.ua/news/18377>
29. ДСТУ 4333:2004 Мармелад. Загальні технічні умови. Введ 01.08.2018. – Київ: Держспоживстандарт України, 2008. – 18 с.
30. Позняковский В. М. Новый вид драже лечебно-профилактического назначения / В. М. Позняковский, И. Ю. Резниченко, А. В. Багаева // *Кондитерское производство*. – 2003. – № 4. – С. 44.
31. Knight I. The development and application of sucralose, a new high-intensity sweetner. *Canad J Physiol Pharm.* – 1994; 72. – P.:435-39.

32. Colagiuri S, Miller JJ, Edwards RA. Metabolic effects of adding sucrose and aspartame to the diet of subjects with non- insulin- dependent diabetes mellitus. *Am J Clin Nutr* 1989; P. 474-78.

33. McHugh T. H., Senesi E /Apple wraps: A novel method to improve the quality and extend the shelf life of freshcut apples // *J. Food Sci* 2000. 65. №3. – P. 480-485.

34. Figueiredo D.R. Microcystin-producing blooms – a serious global public health issue / Figueiredo D.R., Azeiteiro U.M., Esteves S.M., Goncalves F.J.M., Pereira M.J. // *Ecotoxicol. Environ. Saf.*- 2004.-Vol. 59.-P.151-163.

35. Fine A. M. // *Altern. Med. Rev.*, 5(2), 144-151 (2000) *Canad J Physiol Pharm* 1994; 72:435-39.

36. Дмитренко Н. В. Вплив розчинних речовин на стан води в рослинних тканинах та кінетику їх сушіння / Н. В. Дмитренко // *Scientific Works*. – 2018. – Т. 82. – №. 1. – С. 103–108.

37. Непочатих Т. Забезпечення якості нового фруктово-ягідного мармеладу з додаванням ламінарії / Т. Непочатих, С. Шеремет // *Traektoriâ Nauki – Path of Science*. –2018. – Vol. 4 (No 2). – С. 3001-3007.

38. Бровенко Т. В. Розробка рецептур страв з протекторними властивостями // Матеріали доп. Всеукраїнської наук.- практ. конф. «Валеологічна освіта як шлях до формування здоров'я сучасної людини». – Полтава, 1999. – С. 82–85.

39. Експертиза товарів: підручник / Т. М. Коломієць, Н. В. Притульська. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 274с.

40. Сірохман І.В., Задорожний І.М., Пономарьов П.Х. Товарознавство продовольчих товарів. – Київ: Лібра, 2002.

41. Парфенова Т. В.; Фруктово - желейний мармелад на основі гарбуза/ Л.А Коростильова.,. А.Н Бістрова // *Кондитерське виробництво. Ін - т харчових технологій та товарознавства Тихоокеанського державного економічного університету. сер. 3, Сировина та добавки.*2008 - №4. - с. 14-16

42. Kapoor S., Ranote P.S. Antioxidant components and physico-chemical characteristics of jamun powder supplemented pear juice. *Journal of Food Science and Technology*. 2016. V. 53. № 5. P. 2307–2316. doi: 10.1007/s13197-016-2196-x

43. Anvoh K.Y.B., Zoro A.Bi, Gnakri D. Production and Characterization of Juice from Mucilage of Cocoa Beans and its Transformation into Marmalade. *Pakistan Journal of Nutrition*. 2009. № 8(2). P. 129– 133.

44. Павлюк Р. Ю. Новые технологии биологически активных растительных добавок и их использование в продуктах иммуномодулирующего и радиозащитного действия: монография / Р. Ю.Павлюк, А. И. Черевко, В. В. Погарская и др. – Харьков: ХГУПТ, 2002. – 202 с.

45. Standard for jams, jellies and marmalades CXS 296-2009 Adopted in 2009. URL: https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/es/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252FStandards%252FCXS%2B296-2009%252FCXS_296e.pdf

46. FAO and WHO. 1995. General standard for food additives. Codex Alimentarius Standard, No. CXS 192-1995. Codex Alimentarius Commission. Rome.

47. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів [Електронний ресурс] : Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959–XII // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2809–15>.

48. ДСТУ 4518:2008 Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила. Введ 01.08.2008. – Київ: Держспоживстандарт України, 2008.– 34 с.

49. Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини продуктів [Електронний ресурс] : Закону України від 06.05.2005 року №2809-IV // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2809-15>. (звернення 09.10.2024 р)

50. CODEX STAN 1 - Етикетування фасованих харчових продуктів. Загальний стандарт Кодексу. Перегляд: 1-1991.

51. Rockland L. B. Water Activity: Theory and Applications to Food / L. B. Rockland, L. R. Beuchat // Food Technol. – 1987. – P. 1241–1251

52. Погожих, М. І. Дослідження системної вологи крохмалю зернових культур методом ЕПР [Текст] / М. І. Погожих, А. О. Пак, А. В. Пак, М. В. Жеребкін // ЕЕJET, Східно-європейський журнал передових технологій. – 2012. – № 5/6 (59). – С. 62–66.

53. Onishchenko V., Pak A.O., Goralchuk A., Shubina L., Bolshakova V., Inzhyyants S., Pak A.V., Domanova O. Investigation of hygroscopic properties and porosity of glued reinforced sausage casings // «EUREKA: Life Sciences», Food Science and Technology. – №1. – 2021. – P.31-36.

54. Дюкарева Г.І., Гасанова Г.Є., Пак А.О. Determination of storage conditions for new biscuits using their sorption isotherms // Ukrainian Food Journal. – 2014. – Volume 3. Issue 2. – P. 249-256.

55. Погожих М.І., Пак А.О., Чеканов М.А., Іштван Є.О., Павлюк І.М. Дослідження системної води харчової сировини термодинамічними та молекулярно-кінетичними методами // ЕЕJET, Східно-європейський журнал передових технологій. – 2014. – № 5/11 (71). – С.42-46.

56. Про митну справу в Україні: Закон України від 25.06.91 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2011. - № 44. – 575 с.

57. Ващенко В. В. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності // Фінанси України. – 2015. - № 3. – С. 40-46.

58. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959–XII // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>. – Назва з екрану.

59. Деякі питання проведення заходів офіційного контролю товарів, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту) [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 24 жовтня 2018 р. № 960 Редакція від 26.06.2020, підстава - [508-2020-п](#) // Верховна Рада

України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/960-2018-%D0%BF#n32>. – Назва з екрану.

60. Українська класифікація товарів ЗЕД [Електронний ресурс] : [сайт інформаційної підтримки для учасників зовнішньоекономічної діяльності QD Professional]. Режим доступу: <https://www.qdpro.com.ua/uktzed> (станом на 11.11.2021. – назва з екрану).

61. Митний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 13 березня 2012 р. № 4495–VI. Редакція від 04.03.2023, підстава - 2919-IX // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <https://urst.com.ua/mku/st-66>.

62. Про Митний тариф України [Електронний ресурс] : Закон України від 19 вересня 2013 р. № 584–VII // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/584-18>. Станом на 11.11.2021. – Назва з екрану.

63. Митне оформлення [Електронний ресурс] // Державна фіскальна служба України. Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya>.

64. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів [Електронний ресурс] : Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959–XII // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2809-15>. Станом на 11.11.2021. – Назва з екрану.

65. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 2 грудня 2010 р. № 2755–VI // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

66. Деякі питання здійснення фітосанітарних заходів та процедур в умовах воєнного стану. [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від від 1 квітня 2022 р. № 398 // Верховна Рада України : офіційний веб–портал. – Режим доступу: <https://www.qdpro.com.ua/uk/document/67451>.

67. Дослідження системної води желейної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом / Д. Ю. Пілюгін, А.О. Пак, А. В. Пак // «Молодь і технічний прогрес в АПВ»: Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти, аспірантів, науковців, фахівців, провідних спеціалістів, практиків та керівників підприємств 26-27 листопада 2024 року [Електронний ресурс]. – Харків : ДБТУ, 2024. – С. 118.

ДОДАТКИ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ННІ «УКРАЇНСЬКА ІНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна

ДЕМОНСТРАЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

На тему: «ІДЕНТИФІКАЦІЯ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ
МАРМЕЛАДУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ»

рівень вищої освіти:
спеціальність:

другий (магістерський)
076 Підприємництво та торгівля

освітньо-професійна програма:

«Митна справа»

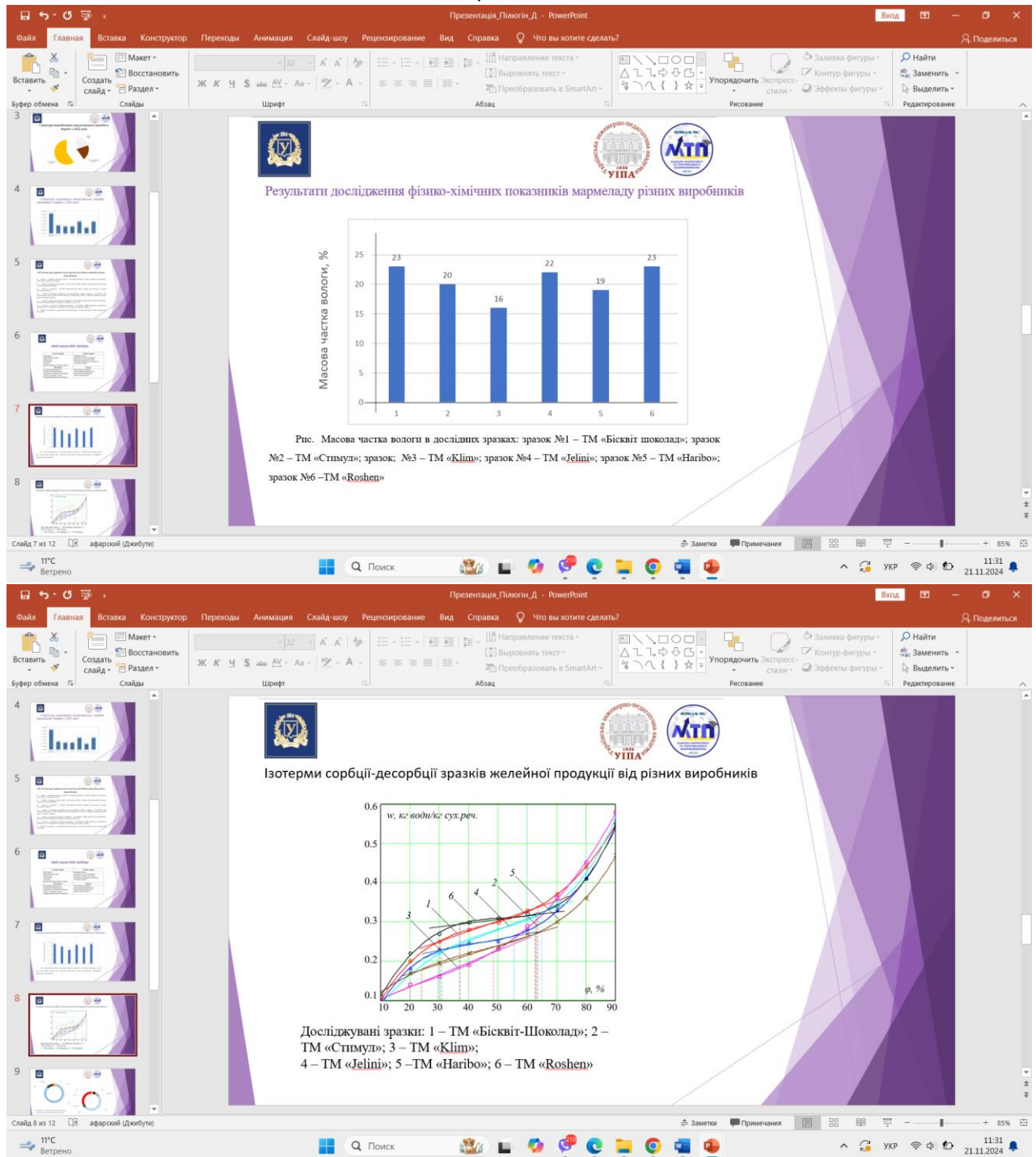
Здобувача групи ДМП-МС23мг+МС23(2)мг

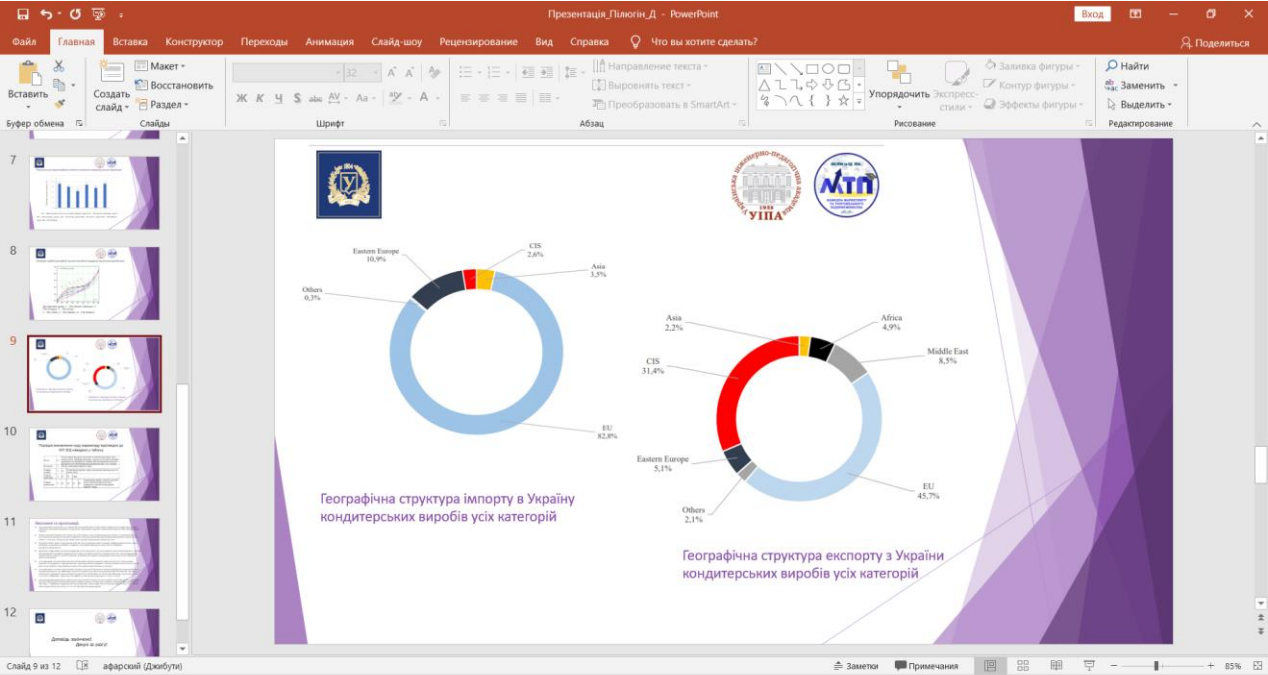
_____ Деніс ПЛЮГІН
(підпис)

Керівник роботи:
к.т.н., доц., доц. каф. МТП

_____ Аліна ПАК

Харків – 2024





Презентація_Пілюгин_Д - PowerPoint

Вийти

Поділитися

Файл

Головна

Вставка

Конструктор

Переходи

Анімація

Слайд-шоу

Рецензування

Вид

Справка

Що ви хотіте зробити?

Вставити

Слайд

Встановити

Розділ

Буфер обміну

Макет

Восстановить

Создать слайд

Слайды

Шрифт

Ж К Ч S абс АА - А -

Абзац

Направление текста

Выровнять текст

Преобразовать в SmartArt

Рисование

Упорядочить

Экспресс-стили

Эффекты фигуры

Заливка фигуры

Контур фигуры

Эффекты фигуры

Найти

Заменить

Выделить

Редактирование

7

8

9

10

11

12

Слайд 10 из 12

афарсовий (Джигули)

11°C

Ветрено

Поиск

Заметки

Примечания

85%

11:31

21.11.2024

УПІА

Порядок визначення коду мармеладу відповідно до УКТ ЗЕД наведено у таблиці

Розділ	IV	Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замінники; продукти, з вмістом та без вмісту нікотину, призначені для вдихання без горіння; інші нікотинівмісні продукти, призначені для забезпечення надходження нікотину в тіло людини				
Код групи	17	Цукор і кондитерські вироби з цукру				
Товарна позиція	17	04	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао:			
Товарна підпозиція	17	04	90	інші:		
Товарна підкатегорія	17	04	90	65	00	кондитерські вироби у вигляді гумки або желе, включаючи фруктову пасту (мармелад) у вигляді кондитерських виробів з цукру

Презентація_Пілюгин_Д - PowerPoint

Висновки та пропозиції:

- ▶ За результатами теоретичних досліджень був проведений аналіз товарознавчих характеристик мармеладу та аналіз здійснення зовнішньоекономічних операцій при переміщенні цукрових кондитерських виробів через митний кордон України.
- ▶ Початок активних бойових дій в частині регіонів України, став основним фактором суттєвого скорочення обсягів виготовлення кондитерської продукції практично всіма національними виробниками (виробництво скоротилося на 18,8%). У 2025 році очікується зростання обсягів ринку кондитерських виробів на 2,6%.
- ▶ Проведено SWOT аналіз підприємства, який дає чітке розуміння ситуації та вказує напрямки для розвитку, а саме розширити асортимент, розвивати e-commerce, зміцнювати партнерські відносини та покращити конкурентоспроможність.
- ▶ Проведено товарознавчу експертизу мармеладу різних виробників, що реалізуються в торговельній мережі м. Харкова для проведення порівняльної характеристики. Були досліджені наступні показники якості як: повнота маркування, органолептичні та фізико-хімічні показники.
- ▶ Дослідженнями гігроскопічних властивостей желеїних виробів визначено діапазони вологості за якої можна зберігати цю продукцію в паропроникному і паронепроникному пакуванні, а також визначена відносна вологість, за якої під час тривалого зберігання вологість цих виробів буде близькою до вихідної.
- ▶ Дослідженнями системної води желеїної продукції від різних виробників низькотемпературним калориметричним методом встановлено, що найбільшу кількість системної води, яка володіє властивостями об'ємної або, так званої, вільної води, утримують зразки желеїної продукції від ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-Шоколад» (відповідно 0.31 та 0.29 кг/кг), а найменшу – зразки від ТМ «Haribo» та ТМ «Klim» (відповідно 0.13 та 0.15 кг/кг).
- ▶ Для декларування мармеладу, встановлення ставок митних платежів та застосування заходів тарифного регулювання при його переміщенні через митний кордон України в режимі експорт, було визначено код мармеладу відповідно до УКТ ЗЕД – 1704906500. Ставка ввізного мита становить: повна ставка 10% та пільгова ставка 10 % діє з 01.01.2023 Закон України ВР № 2697-IX від 19.10.2022 Про Митний тариф України.

Слайд 11 із 12 11°C Ветрено 11:33 21.11.2024

Презентація_Пілюгин_Д - PowerPoint

Доповідь закінчено!
Дякую за увагу!

Слайд 12 із 12 11°C Ветрено 11:33 21.11.2024