

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра експертизи товарів та послуг

Допущено до захисту
В. о. зав. кафедри
“ _____ ” Т. А. Кунділовська
_____ 2017 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 6.030510 Товарознавство і торговельне підприємництво

за темою:
**«ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ МІЦНИХ
АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ»**

Виконавець:

студент факультету міжнародної економіки
(факультет)

Левченко Сергій Павлович _____
(прізвище, ім'я та ім'я по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

К. т. н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Кунділовська Тетяна Анатоліївна
(прізвище, ім'я та ім'я по батькові)

/підпис/

Одеса 2017

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА АСОРТИМЕНТУ ТА АНАЛІЗ РИНКУ ВІСКІ.....	7
1.1. Характеристика асортименту та класифікація віскі.....	7
1.2. Аналіз українського ринку віскі.....	11
Висновки до Розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ВІСКІ.....	23
2.1. Визначення номенклатури споживних властивостей віскі.....	23
2.2. Сировина та технологія як чинники формування споживних властивостей віскі.....	25
2.2.1. Характеристика сировини як чинника формування споживних властивостей віскі.....	25
2.2.2. Характеристика технології як чинника формування споживних властивостей віскі.....	29
2.3. Методи дослідження якості віскі.....	36
2.3.1. Маркування як чинник формування якості віскі.....	36
2.3.2. Органолептичні методи дослідження якості віскі	38
2.3.3. Фізико-хімічні методи дослідження якості віскі.....	39
2.3.4. Комплексна товарознавча оцінка якості віскі.....	42
Висновки до розділу 2	45
РОЗДІЛ 3. ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ЯКОСТІ ВІСКІ.....	46
3.1. Оцінка маркування віскі.....	46
3.2. Оцінка органолептичних властивостей віскі.....	48
3.3. Дослідження фізико-хімічних властивостей.....	49

3.4. Проведення комплексної товарознавчої оцінки якості віскі.....	51
3.5. Висновки до розділу 3.....	54
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60

ВСТУП

Актуальність проблеми. До міцних алкогольних напоїв (вміст спирту – 31-65% об.) відносяться горілка, ром, коньяк, віскі, джин, текіла, кальвадос, граппа та ін. Одним із популярніших напоїв у всьому світі є віскі.

Віскі – це алкогольний ароматний напій з характерним смаком, вмістом спирту 32-50% об, який виготовляється з різних видів зерен (пшениця, ячмінь, жито або кукурудза) за допомогою процесів солодіння, перегонки і витримування в дубових бочках протягом тривалого часу. Хоча існує багато країн-виробників віскі, тільки три з них – Ірландія, Шотландія і США перетворили звичайне, можна сказати, дідівське виробництво на справжнє мистецтво. Цей напій має характерні відмінності завдяки різним методам приготування, які залежать від країни-виробника. В Україні віскі не є традиційним алкогольним напоєм, тому ринок віскі в Україні забезпечується повністю за рахунок імпорту. Серед усіх виробників віскі, українці віддають перевагу шотландському купажованому віскі, американському бурбону, ірландському віскі, та ін.

На даний момент, продажі усіх типів віскі на території України оцінюються в 1,3 мільйона умовних пляшок або 9,75 тис. дав. Лідирує одна з найвідоміших марок – Johnnie Walker, хоча відзначається деяке зниження її долі. Друге місце займає бренд Hankey Bannister, який наздоганяють не менш знамениті Chivas Regal і Jameson.

Попит на віскі в Україні залежить перш за всього від курсу національної валюти. У період з 2013-2016 рр гривня знизилася у вартості по відношенню до доллара з 7,92 грн./1\$ до 26.00 грн./1\$ (станом на листопад 2016). Не зважаючи на девальвацію гривні після подій 2014 року, віскі все ще займає свою позицію на ринку України. Існують громадяни, для яких девальвація гривні не стала причиною зниження споживання віскі, їх попит на віскі залишився досить стабільним.

Необхідно також зазначити, що в Україні питанню дослідження якості віскі не було приділено достатньої уваги. Тому вивчення проблеми комплексної товарознавчої оцінки якості і безпечності віскі є *актуальним*.

Мета дипломної роботи полягає в аналізі асортименту, характеристиці споживних властивостей віски та чинників їх формування, та оцінці якості віскі, представленого на ринку України.

Для досягнення мети дипломної роботи необхідно вирішити наступні завдання:

- вивчити характеристику асортименту та класифікацію віскі;
- проаналізувати сучасний український ринок віскі;
- визначити номенклатуру споживних властивостей віскі;
- охарактеризувати сировину та технологію як чинники формування споживних властивостей віскі;
- встановити вимоги щодо маркування віскі;
- визначити основні методи дослідження якості віскі;
- встановити алгоритм проведення комплексної оцінки якості віскі;
- провести оцінку споживчого маркування віскі;
- визначити органолептичні властивості віскі;
- встановити фізико-хімічні властивості віскі та повноту наливу;
- провести комплексну оцінку якості віскі.

Об'єктом дослідження є віскі, представлене на ринку України.

Предмет дослідження – аналіз українського ринку, асортимент, класифікаційні ознаки, споживні властивості віски та чинники їх формування, показники якості віскі.

Методи дослідження – стандартні загальноприйняті і спеціальні органолептичні, сенсорні, а також методи математико-статистичної обробки експериментальних даних з використанням комп'ютерних технологій.

Інформаційною базою дослідження є міжнародні законодавчі акти, нормативна документація, наукові публікації вітчизняних й зарубіжних вчених, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали

офіційних статистичних збірників, наукова та навчальна література з заданої тематики.

Структура та обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел із 52 найменування. Загальний обсяг роботи складає 64 сторінки, вона містить 15 таблиць, 5 рисунків.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання дипломної роботи дійшли наступних висновків:

1. Визначено, що віскі – міцний ароматний алкогольний напій, який отримується з різних видів зерна з використанням процесів перегонки, солодіння та довготривалого витримування в дубових бочках із вмістом спирту – 37-50%. Також визначили основних виробників віскі – Шотландія, Ірландія, США, Канада та Японія. Японське віскі є мало представленим на ринку України, бо він орієнтований на ринок Азії. Шотландське віскі ділиться на солодовий (malt) та зерновий (grain), які в свою чергу діляться на односолодовий (single malt), однозерновий (single grain) та купажований (blended). Ірландське віскі від всіх інших видів відрізняється характерним стійким ароматом і відсутністю присмаку диму, який є в багатьох марках шотландського віскі. Американське віскі має назву «бурбон» та виробляється з жита чи кукурудзи з додаванням невеликої кількості ячменю. Канадське віскі виробляється переважно з жита, але за смаком сильно відрізняються від американських сортів. Залежно від цінової політики, віскі на українському ринку можна розділити на наступні сегменти: «масовий» віскі – віскі, що має ціну від 200 до 600 гривень; віскі de luxe (преміум класу) – може коштувати від 600 до 2000 гривень; віскі ультра преміум класу – віскі, ціна якого перевищує 2000 гривень.

2. Проаналізовано сучасний український ринок віскі. Основним експортером віскі в Україну є Шотландія. Основними конкурентами на ринку шотландського віскі є наступні корпорації – Diageo, Pernod Ricard, William Grant and Sons, Bacardi Group, The Edrington Group та інші. Diageo має штаб-квартиру в Лондоні та є світовим лідером виробництва на ринку шотландського віскі. Ключові бренди, які належать Diageo – Johnny Walker, Bells, J&B. У даний час Diageo бере на себе 95% розливу шотландського віскі. Pernod Ricard має штабквартиру у Парижі та є другою у світі транснаціональною корпорацією, яка займається виробництвом та розливом вина та міцних алкогольних напоїв та виросла за рахунок ряду придбань та поглинань у останні роки. Активність Pernod

Ricard сфокусована на 15 ключових брендах, які представляють більш, ніж 50% прибутку компанії. Дочірня компанія Pernod Ricard, Chivas Brothers налічує 1600 співробітників у 32 точках Великобританії, 29 з яких знаходяться у Шотландії. Серед них 12 солодових винокурні та один зерновий центр. Chivas також має понад 300 митних складів, що містять понад 6 мільйонів бочки шотландського віскі. William Grant & Sons має штаб-квартиру в Даффтауні та є сімейним бізнесом, який виробляє віскі з 1887. Ключові бренди William Grant & Sons нараховують Grant's, Balvenie та Monkey Shoulder. The Edrington Group в даний час виробляє більше 60 брендів віскі, в тому числі такі ключові бренди, як The Famous Grouse, Cutty Sark, The Macallan і Highland Park.

3. Проаналізовано номенклатуру споживних властивостей віскі. Вона повинна відповідати наступним вимогам: враховувати цілі і умови експлуатації або споживання товару; відображати сучасні досягнення науки і техніки, а також зміни в структурі попиту і потреб населення; сприяти всебічному обліку вимог споживачів для підвищення якості товарів, їх ефективного збуту та експлуатації. Також було встановлено, що споживачі віскі більше всього уваги приділяють органолептичним властивостям, а менше всього – маркуванню.

4. Встановили, що сировина та технологія є важливими чинниками формування споживних властивостей віскі. По-перше, технологія віскі залежить від країни-виробника. Органолептичні властивості віскі залежать від наступних факторів: сировинної бази, форми кубів, витримки, тари, фільтрації.

5. Встановлено вимоги щодо маркування віскі. Воно має містити всю необхідну для споживача інформацію щодо харчового продукту. Основні вимоги щодо маркування зазначені у Технічному Регламенті щодо правил маркування харчових продуктів.

6. Визначено основні методи дослідження якості віскі: органолептичні – включають в себе визначення зовнішнього вигляду, кольору, смаку та аромату; фізико-хімічні – включають в себе визначення міцності напою, визначення масової концентрації спирту та кислот.

7. Встановлено алгоритм проведення розрахунку комплексного показника якості, який відображає узагальнену характеристику якості продукції. Він є функцією від одиничних (групових, комплексних) показників якості продукції.

8. За проведеною оцінкою споживчого маркування встановлено, що маркування всіх зразків відповідає всім вимогам Технічного Регламенту щодо правил маркування харчових продуктів, затвердженого Наказом Держспоживстандарту України від 28.10.2010 № 487, а саме – загальну та власну назву виробу, найменування виробника, торгову марку, назву місця виготовлення, вміст спирту, місткість тари, штрих-код та дату виготовлення.

9. Визначено основні органолептичні властивості віскі – смак, аромат, колір. Найвищу позицію посідає ірландське віскі Jameson, він набрав 3,9 бали за смак, такий же результат за аромат. Трохи нижчий результат за смаком і ароматом набрали дві позиції – Jack Daniel's та Johnnie Walker Red Label. – 3,8 в обох за смак, за ароматом Jack Daniel's набрав 3,7 бали, а Johnnie Walker Red Label – 3,8 бали. Зразки Jim Beam та William Lawson's за смаком набрали по 3,7 бали кожний, проте останній зразок за свій яскраво-виражений аромат набрав 3.9 балів. Jim Beam за ароматом набрав 3.7 бали. За кольором та прозорістю усі зразки показали максимальний результат у 2.0 бали. Згідно з цими показниками, відмінну оцінку отримали ірландський віскі Jameson, який набрав загальну оцінку 9.8 балів та William Lawson's з оцінкою 9.6 балів. Інші 3 зразки отримали оцінку «добре» з наступними балами – Jack Daniel's – 9,5 балів, Johnnie Walker Red Label – 9,5 балів, та Jim Beam – 9.4 бали.

10. Визначено, що за фізико-хімічними властивостями та повнотою. наливу всі наведені зразки відповідають вимогам ДСТУ 4257:2003, а саме: Jameson – 0,997л – повнота наливу, міцність – 40% об., масова частка кислот – 0,05 г/100 мл; William Lawson's – повнота наливу – 0,996л, міцність – 40% об., масова частка кислот – 0,05 г/100 мл; Jack Daniel's – повнота наливу – 0,995л, міцність – 40% об., масова частка кислот – 0,006 г/100 мл; Jim Beam – повнота наливу – 0,994 л, міцність – 40% об., масова частка кислот – 0,06 г/100 мл; Johnnie Walker –

повнота наливу – 0,995 л, міцність – 40 % об., масова частка кислот – 0,04 г/100 мл.

11. Проведено комплексну оцінку якості віскі. виявлено, що по всіх показникам найкращі результати отримав віскі Jameson (Ірландія) – 0,708. Друге місце зайняв William Lawson's з комплексною оцінкою 0,681. Недалеко від нього розташувався Jack Daniel's з оцінкою 0,679. Johnnie Walker Red Label набрав 0,601. Останнє місце згідно з комплексною оцінкою якості посів Jim Beam з оцінкою 0,502.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів», ВВР, 1995, N 46, ст. 345
2. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», ВВР, від 17.05.1998 зі змінами № 867-VIII від 08.12.2015.
3. Наказ Міністерства Юстиції України «Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів», ВВР, від 11.02.2011
4. Напої лікєро-горілчані. Правила приймання та методи випробування: ДСТУ 4164-2003 – Держстандарт України, 2003. – 34с. – Національна стандартизація.
5. Напої лікєро-горілчані. Технічні умови: ДСТУ 4257:2005 – Держстандарт України, 2005. – 14 с. – Національна стандартизація.
6. Вытовтов А.А. Теоретические и практические основы органолептического анализа продуктов питания: учеб. пособие / А.А. Вытовтов. – СПб.: ГИОРД, 2010. – 232 с.
7. Джексон М. Виски. / М. Джексон. - М.: АСТ, 2007. - 129 с
8. Дубровин И. Все о виски / И. Дубровин. - М.: АСТ- Пресс, 2008. - 79с.
9. Ли Э., Пиготт Дж. Спиртные напитки: Особенности брожения и производства / Э. Ли, Дж. Пиготт (ред.); пер. с англ. под общ. ред. А.Л. Панасюка. - СПб.: Профессия, 2006. - 552 с.
10. Локхарт Р.Б. Виски. Шотландский секрет глазами английского шпиона. /Р.Б. Локхарт. - М.: КоЛибри, 2007. - 298 с.
11. Макаров С. Ю. Основы технологии виски. / С.Ю. Макаров - ПРОБЕЛ-2000, 2011, 196с.
12. Маклин Ч. Мир виски. / Ч. Маклин. – АСТ, 2010, 386 с.

13. Тузмухамедов Э. Р. Виски: Путеводитель / Э.Р. Тузмухамедов. – М.: ББПГ, 2011. 384 с.
14. Тузмухамедов Э. Р. Шотландский виски. Вина и спиртные напитки мира. / Э. Р. Тузмухамедов. – М.: ООО Современные розничные и ресторанные технологии, 2001. – 336 с.
15. Сирохман І. В., Задорожний І. М., Пономарьов П. Х. Товарознавство продовольчих товарів/ І. В. Сирохман . – Л.: Лібра, 2007. – 576с.
16. Мостика К. В. Оцінка конкурентоспроможності віскі в Україні./ К.В. Мостика//ХДУХТ - 1.08.2015, С. 343-357.
17. Booth M., Shaw W., Morhalo L. Blending and bottling: – In: The Science and Technology of Whiskies / Edited by J.R. Piggott, R. Shaip, R.E.B Duncan. - Harlow: UK Longman Scientific and Technical, 1989. – pp. 295-326.
18. Brown C. The Whisky Trails. – London: Prion, 2013. 4. Darwed J. The Illustrated History of Whisky, – London: Harold Slarke Publishers, 2013.
19. Emery T. Classic Malts of Scotland. – United Distillers, 2014.
20. Francis E. The Glenliver – The Spirit of the Place. – Edinburgh: Good books. 1997
21. Grindal R. Return to the Glen - Maryland: Alvin Roscnbpum Project, 2008.
22. Lamond J, Tucett R. The Malt Whisky File. – Edinburgh: Cannongate Books., 2015. - 346 p.
23. Liebman A. J., Scherlo B. Changes in whiskey while maturing. // Ind. Eng. Chem, 2009. – V. 41. – P. 534-543.
24. Milsted D. Bluff Your Way in Whisky. – London: Ravette Publishing, 2015.
25. Maemura H., Morimura S., Kida K. Effects of aeration during of pitching yeast on its characteristics during the subsequent fermentftion of wort // J. lust. Brew., July-August, 2008. – Vol. 104. – pp. 207-211.
26. Murphy B. The World book of Whisky. – Glasgow and London, William Collins Sons and Company Limited, 2012. - 530 p.
27. Murray J. Whisky bible. – London: Dram Good Books Ltd, 2009. - P.360

28. Russell I. Whisky: Technology, production and marketing. - London: Elsevier Science, 2013. - 384 p.
29. Shew C. Whisky. - Glasgow: Harper Collins Publishers. 2013.
30. Sklpworth M. The Scotch Whisky Book. - London: Lomond Books, 2011
31. Watson D.C. The development of specialized yeast stiams for use in Scotch malt whisky fermentations In Cunent Developments // Yeast Reseauh, 2011. - p.p. 57-62.
32. Whitby B. R. Traditional distillation in the whisky industry. // Ferment Institute of Brewing, 2009. - V. 5(4). - P. 261- 267.
33. Wiley H. W. Beverages And Their Adulteration Origin, Composition, Manufacture, Natural, Artificial, Fermented, Distilled, Alkaloidal And Fruit Juices. - N. Y.: P. Blakiston's Son & Co, 2015. - 646 p.
34. Wilkin G.D. Raw materials - milling, mashing and extract recovtry. -In: Current Development in Malting, Brewing&Distilling // Ed. by F.G. Priest& I.Campbell. - London: Institute of Brewing, 2014. - 35-44 p.p
35. Wishart D. Whisky Classified. 2nd ed.. - London: Pavilion Books, 2006. - 340 p.
36. Основи експертизи продовольчих товарів: навч. посіб. для студ. вищих навчальних закладів / [Малигіна В. Д., Титаренко Л. В., Породіна Л. Д., Лихоніна Г. О., Лазарева Н. Т., Холодова О. Ю.]. – К.: Кондор. – 2010. – 296 с.
37. Виски в Україні [Електронний ресурс] // Мир Продуктов. – 2014. – № 9 (108). – Режим доступу: http://www.proinfo.com.ua/proizvodstvo/napitki/ryinok/viski_v_ukraine.html
38. Особенности производства японских виски [Електронний ресурс] : – Режим доступу : http://vinfort.com/files/brand_page/suntory.pdf
39. Все о виски – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prowhisky.com>
40. «Battle for the world's largest whisky market — India» [Електронний ресурс]: – Режим доступу:

https://mg.co.za/articlePage.aspx?articleid=265802&area=/breaking_news/breaking_news__business/

41. Diageo Brands [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
<http://www.diageo.com/en-row/ourbrands/Pages/StrategicBrands.aspx>

42. The Edrington Group [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
<http://edrington.com/our-brands/>

43. Feldwick, P. (2002). What is Brand Equity, Anyway?, p. 160. World Advertising Research Centre [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
http://itvhe.ac.ir/_fars/Documents/5390e074-3c8b-483c-a073-88a46wd357gss030.pdf

44. Global Whiskey Market: Trends and Statistical Analysis 2015-2019 [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
<https://www.technavio.com/report/globalwhiskey-market-trends-and-statistical-analysis-2015-2019>

45. Official web site of Amrut Distilleries [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.amrutdistilleries.com/>

46. Pernod Ricard Portfolio [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
<https://www.bernat-ricard.com/en/our-brands/our-portfolio/>

47. Scotch Whisky Association (SWA). (2009b) About the SWA [Online]. [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
<http://www.scotchwhisky.org.uk/swa/41.html>

48. Scotch Whisky Association [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
<http://www.scotch-whisky.org.uk/media/12744/scotchwhiskyregguidance2009.pdf>

49. "Scotch Whisky exports down in 2014", Scotch Whisky, [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.scotch-whisky.org.uk/news-publications/news/scotch-whisky-exports-down-in-2014/#.Vis5aya9F2I>

50. Welcome to William Grant & Sons Independent Family Distillers since 1887 [Электронный ресурс]: – Режим доступа:
<http://www.williamgrant.com/index.php>

51. SPICe Briefing The Scotch Whisky Industry [Электронный ресурс]: –

Режим доступа:

<http://www.parliament.scot/Research%20briefings%20and%20fact%20sheets/SB0976.pdf>

52. Whisky Technology, Production and Marketing [Электронный ресурс] :

– Режим доступа: http://itvhe.ac.ir/_fars/Documents/5390e074-3c8b-483c-a073-8857570d5030.pdf