

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра експертизи товарів та послуг

Допущено до захисту
завідувачка кафедри
доц. Кунділовська Т. А.

« ___ » _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою професійного спрямування

«Експертиза товарів та послуг»

на тему: **«Оцінка асортименту, експертиза якості безалкогольних напоїв
та формування переваг споживачів стосовно окремих торговельних марок»**

Виконавець:

студент 69-ї групи факультету ФМЕ

Волос Дар'я Юріївна _____

Науковий керівник:

К. Т. Н., доцент

Кунділовська Тетяна Анатоліївна _____

Одеса 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЧИННИКИ СФЕРИ СПОЖИВАННЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ	5
1.1. Класифікація та асортимент безалкогольних напоїв.....	5
1.2. Порівняльний аналіз споживних властивостей безалкогольних напоїв та чинників їх формування.....	12
1.3. Вимоги нормативної документації до якості та безпеки безалкогольних напоїв.....	17
1.4. Вимоги споживачів до якості та безпеки безалкогольних напоїв та засоби формування споживацького попиту.....	23
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ РИНКУ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ	31
2.1. Аналіз структури ринку безалкогольних напоїв в Україні.....	31
2.2. Формування торговельного асортименту безалкогольних напоїв в магазині ФОП «Ткач».....	43
2.3. Правила і порядок проведення товарознавчої експертизи безалкогольних напоїв.....	49
2.3.1. Документальне оформлення товарознавчої експертизи.....	49
2.3.2. Особливості проведення товарознавчої експертизи безалкогольних напоїв.....	53
Висновки до розділу 2	57
РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ	59
3.1. Вибір об'єктів експертного дослідження.....	59
3.2. Експертиза безалкогольних напоїв за відповідністю маркування, органолептичними показниками якості та показниками безпеки.....	61
3.3. Порівняльна оцінка конкурентоспроможності безалкогольних напоїв різних виробників.....	67
Висновки до розділу 3	74
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ВСТУП

Безалкогольні напої – це величезна група смакових товарів, яка поєднує напої різної природи, складу, органолептичних властивостей і технології одержання, які об'єднують за призначенням – вгамувати спрагу та нести освіжаючу дію. Вони характеризуються приємним смаком завдяки вмісту цукру та інших екстрактивних речовин, які потрапляють із соками, екстрактами, морсами тощо. В їх складі містяться мінеральні речовини, вуглекислота, органічні кислоти, барвники і ароматичні речовини. Таким чином безалкогольні напої мають корисні властивості, регулюючи в організмі водний режим і обмін речовин. Водночас багато напоїв містять значну кількість цукру, що суттєво підвищує енергетичний баланс людей.

2020 рік став роком змін і ринок споживчих товарів не був виключенням. Одним із проявів таких змін в Україні та світі стало значне зростання продажів у каналі електронної торгівлі та відповідно ріст актуальності цього каналу для ряду категорій товарів, у тому числі безалкогольних напоїв.

Також варто звернути увагу на тенденцію здорового способу життя. Ситуація з коронавірусом лише актуалізувала питання здоров'я та укріплення імунітету. Сучасний споживач звертає увагу на наявність у продукції корисних елементів та відсутність шкідливих. Напої зі зниженим вмістом цукру чи без цукру, так звані «функціональні напої» (ті, що містять додаткову користь, вітаміни, мінерали) вже продемонстрували популярність серед українських споживачів та з великою ймовірністю залишатимуться актуальними у категоріях безалкогольних напоїв і надалі.

Питаннями щодо товарознавчої експертизи та оцінки асортименту безалкогольних напоїв займалися такі вчені: І.В. Мельник, Н.І. Хтей, Н.М. Васильців, І.В. Данилик, Н.М. Тягунова, В.В. Лісіца, Н.В. Ізюмцева, А.Ю. Кирко.

Метою роботи є проведення експертизи якості безалкогольних напоїв, дослідження їх асортименту та чинників формування переваг споживачів стосовно окремих торговельних марок.

Для досягнення мети необхідно вирішити ряд наступних *задач*:

- надати характеристику асортименту та класифікації безалкогольних напоїв;
- обґрунтувати споживні властивості безалкогольних напоїв та чинники їх формування;
- проаналізувати стан ринку безалкогольних напоїв в Україні;
- виявити чинники формування споживчого попиту на безалкогольні напої;
- провести експертизу якості обраних зразків безалкогольних напоїв, що реалізуються в торговельній мережі.

Об'єкт дослідження – безалкогольні напої, що реалізуються в торговельній мережі.

Предмет дослідження – споживні властивості та якість безалкогольних напоїв; чинники формування споживчого попиту на безалкогольні напої.

Методи дослідження: методи аналізу та синтезу, органолептичні та фізико-хімічні методи дослідження якості харчових продуктів.

Практичне значення магістерської роботи полягає в тому, що надано конкретну інформацію споживачам щодо аналізу ринку безалкогольних напоїв в Україні та якісних показників безалкогольних напоїв, проведено аналіз конкурентоспроможності безалкогольних напоїв різних виробників, що сприятиме формуванню свідомого вибору споживачів.

Апробація результатів дослідження. Основні положення випускної роботи доповідалися й обговорювалися на студентській науковій конференції факультету економіки та управління підприємництвом (м. Одеса, 2020 р.) і опубліковані у збірнику наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції ОНЕУ.

Структура роботи: робота викладена на 84 сторінках, містить вступ, 3 розділи, висновки, список використаної літератури із 51 джерела, 20 таблиць, 26 рисунків.

ВИСНОВКИ

1. Охарактеризовано класифікацію безалкогольних напоїв та встановлено ознаки класифікації: за зовнішнім виглядом; рідкі напої залежно від сировини, її вмісту в готовому напої, технологією виробництва і призначення; за ступенем насичення діоксидом вуглецю; за способом оброблення; напої бродіння за способом оброблення; концентрати безалкогольних напоїв в споживчій тарі поділяють на: шипучі (які містять бікарбонат натрію); нешипучі (які не містять бікарбонату натрію). Досліджено асортимент безалкогольної продукції на ринку України, що включає: мінеральні води (природні та штучні); плодово-ягідні безалкогольні напої (соки, сиропи, екстракти, морси, холодні, гарячі сухі напої, газовані); сокомісткі напої; напої на ароматизаторах; тонізуючі напої; спеціального призначення; напої бродіння (кваси); енергетичні напої (кавові, вітамінно-вуглеводні енергетики); безалкогольне пиво.

2. Обґрунтовано споживні властивості безалкогольних напоїв та чинники їх формування і встановлено, що загалом споживні показники є такими: харчова та фізіологічна цінність, органолептична цінність, енергетична цінність, біологічна цінність. В свою чергу чинниками є: сировина; вода та мінеральні речовини; цукор і полісахариди; вітаміни і ферменти; макро- і мікроелементи, харчові волокна, фенольні сполуки; вуглеводи; фруктово-ягідні напівфабрикати; натуральні і штучні харчові добавки, барвники природні і штучні; ароматизатори натуральні і ідентичні натуральним; технологія виробництва та якість сировини; діоксид вуглецю; білки і амінокислоти.

3. Досліджено, що якість та безпечність харчових продуктів в Україні регламентують такі законодавчі та нормативні документи: Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України № 421-IX від 20.12.2019 р.; Про Загальнодержавну програму «Питна вода України» на 2011-2020 роки: Закон України № 124-IX від 20.09.2019 р.; Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» (ДСанПіН 2.2.4-171-10) від 28.12.2019 р.

Якість та безпечність повинна відповідати вимогам стандарту ДСТУ 4069-2016 «Напої безалкогольні. Загальні технічні умови» за такими показниками: за зовнішнім виглядом; за фізико-хімічними показниками; за стійкістю; вмістом токсичних елементів; за мікробіологічними показниками. Виявлено, що чинниками формування споживчого попиту на безалкогольні напої є: референтні групи; оформлення товару; маркування товару; упаковка; форма та матеріал товару; колір; рекламні повідомлення; передпродажний сервіс; післяпродажний сервіс.

4. Проведено анкетування за допомогою соціального опитування. За підсумками дослідження найбільш вагомим критерієм при виборі безалкогольних напоїв є якість товару (53%). Тобто з метою максимального забезпечення попиту на свою продукцію виробникам і торговим підприємствам при розширенні асортименту безалкогольних напоїв особливу увагу слід приділяти використанню в рецептурах інгредієнтів з корисними і функціональними властивостями. Серед різноманітних видів безалкогольних напоїв на першому місці газована вода, їй надають перевагу 31% опитаних, на другому місці – мінеральна вода, третє місце розділили між собою квас і збагачений (функціональний) напій, їм надають перевагу по 17% опитаних респондентів. Четверте місце займає тонізуючий напій – до 12% респондентів надали перевагу цьому безалкогольному напою.

5. Проаналізовано стан ринку безалкогольних напоїв та визначено, що загалом, протягом травня-серпня 2020 р. сумарне споживання безалкогольних напоїв в Україні становило 982 млн. літрів. Найбільші частки ринку належать таким лідерам, як Компанія «PepsiCo» (46%) з торговими марками Sandora, Сандора Ексклюзив та ін. Ринок «солодких напоїв» також відносять до числа висококонкурентних – кількість великих гравців близько 5, кількість дрібних локальних виробників становить понад сотні. У числі найбільших компаній: The Coca Cola Company (ТМ «Coca Cola», ТМ «Fanta», ТМ «Sprite», ТМ «Schweppes»), PepsiCo (ТМ «Pepsi Cola», ТМ «Mirinda»), ПАО Оболонь (ТМ «Живчик»), Компанія Бон Буассон (ТМ «Bon Boisson»), ПАО «Орлан» (ТМ «Біола»), СТМ (ТМ «Розумний вибір»), інші. Топ-5 торгових марок за категорією

«квас» – «Тарас», «Старокиївський», «Арсенівський», «Львівський», «Своя Лінія».

6. Виявлено чинники формування торговельного асортименту безалкогольних напоїв в магазині ФОП «Ткач»: за орієнтацією на марки-лідери; за питомою вагою виробників на ринку; за товарооборотністю різних видів і марок; за ціновим діапазоном; за розміром; за видом упаковки, тарою; за об'ємом упаковки. Лідерами в магазині є дві великі зарубіжні компанії «The Coca-Cola Company» з торговими марками «Coca-cola», «Fanta», «Sprite», «Nestea», «Добрий», «Bon Aqua» та ін., а також компанія «Pepsi Co», що представляє торгові марки «Pepsi», «Mirinda», «7up», «Тонус», та ін. За ними слідують великі виробники СП «Вітмарк-Україна» з торговими марками «Jaffa», «Наш сік», «Соковита», «Чудо-Чад», «Aquare» і ПАО «Оболонь» з торговою маркою «Живчик». Інші компанії займають невелику частку безалкогольного асортименту магазину – це «Компанія Бон Буассон» з торговою «Bon Boisson» та інші виробники.

7. Обрано зразки безалкогольних напоїв, виготовлені за ДСТУ 4069-2016 «Напої безалкогольні. Загальні технічні умови». Об'єктами дипломної роботи є: напій безалкогольний газований «Coca-Cola» ІП «Кока Кола Беверіджиз Україна Лімітед»; напій безалкогольний газований «Pepsi Co», «The Pepsi-Cola Company»; напій безалкогольний газований, зі смаком лайма і лимона «Sprite», ІП «Кока Кола Беверіджиз Україна Лімітед»; напій безалкогольний соковмісний «Живчик», ПАО «Оболонь»; напій безалкогольний солодкий газований «Viola Rosemary», ТОВ «Біол»; напій безалкогольний тонізуючий газований «Schweppes». Проведено ідентифікацію і оцінку якості газованих безалкогольних напоїв за станом маркування, органолептичними показниками та фізико-хімічними. Виробники виконали всі загальні та специфічні вимоги до маркування товару у відповідності до ДСТУ 4069:2016, окрім виробника продукції ТМ «Viola Rosemary», що порушив правила маркування, не вказавши граничне мінусове відхилення від номінальної кількості, найменування та місцезнаходження оператора ринку та нормативний документ, тому можна вважати встановленим

факт інформаційної фальсифікації цієї продукції. Максимальну кількість балів – 25, набрав зразок № 1 – «Coca-Cola». Досить високі результати демонструють такі напої, як зразки № 2, – «Pepsi Cola», № 3 «Sprite» – 23 бали. Оцінку «добре» отримали напої «Живчик» та «Schweppes», де помітно знижений бал – 22 та 19 відповідно. Напій, який представлений в дешевому сегменті показує низькі результати: «Біола Rosemary» – 17 балів. Найбільшу масову частку сухих речовин має зразок «Кока-Кола» (11,5 %). Найменшу масову частку сухих речовин визначено у зразку «Біола Rosemary» (11.0 %). Найбільший показник загальної кислотності має напій торгової марки «Biola» з ароматом грейпфруту та розмарину – 8,5 см³ /100 мл, у 2 рази більше порівняно зі зразком № 4 – 3,9 см³ /100 мл. Проаналізовано конкурентне середовище на ринку безалкогольних напоїв та визначено конкурентні позиції на цьому ринку за допомогою методу побудови стратегічних груп конкурентів. Абсолютні конкурентні позиції Coca-Cola Beverages Ukraine є вищими, ніж у всіх конкурентів. Конкурентоспроможність компанії є найвищою серед компаній-конкурентів. Зважаючи на карти стратегічних груп конкурентів, виявлено, що головними суперниками компанії на ринку України є національний виробник – «Оболонь» та світові конкуренти компанії, що також працюють на українському ринку, – компанії PepsiCo та Dr. Pepper Snapple Group.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 № 771/97- ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1988. – № 19. – Ст. 98. – (Редакція від 01.01.20116 р.).
2. Проект наказу МОЗ України «Про затвердження нормативно-правових актів з питань води природної мінеральної [Електронний ресурс]. URL: http://old.moz.gov.ua/ua/portal/dn_20150813_1.html
3. Директива 2009/54/ЄС Європейського парламенту та Ради від 18 червня 2009 року про видобуток та торгівлю природними мінеральними водами [Електронний ресурс]. – URL: www.old.minjust.gov.ua/file/33294.docx
4. Підприємства щодо виробництва і розливу мінеральних та штучно-мінералізованих вод : Державні санітарні правила та норми ДСанПіН 4.4.065-00– Нормативний документ МОЗ України.
5. Води мінеральні природні фасовані. Загальні технічні умови: ДСТУ 878:2006 [Чинний від 2007-01-01]. – Київ: Держспоживстандарт України, 2006. – 14 с. – Чинний від 2007-01-01. – (Національний стандарт України).
6. Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної до споживання людиною : ДСанПіН 2.2.4-171-10. – Нормативний документ МОЗ України. – Офіційний вісник України. – 2010. – № 51 від 16.07.2010. – С. 99-135.
7. Вода питна. Вимоги та методи контролювання якості: ДСТУ 7525:2014 [Чинний від 2015-01-02]. – К. : Мінекономрозвитку України, 2014. – 30 с. (Національний стандарт України).
8. Зуев Е. Т. Питьевая и минеральная вода. Требования мировых и европейских стандартов к качеству и безопасности / Е. Т. Зуев, Г. С. Фомин. – М.: Протектор, 2010. – 320 с.
9. Экспертиза напитков. Качество и безопасность / В. М. Поздняковский, В. А. Помозова, Т. Ф. Киселева, Л. В. Пермякова. – 6-е изд. – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2007. – 407 с.

10. Беседин А.С. «Рынок безалкогольных напитков: тенденции и перспективы», 2017.
11. Васюков О. Є. Методичні питання дослідження бутильованих мінеральних вод / О. Є. Васюков, В. М. Лобойченко, В. В. Сабадаш // Теорія та практика судової експертизи і криміналістики, 2016. – Вип. 16. – 258-265.
12. Голинько О. Н. Об актуальности пересмотра законодательно-нормативных документов в сфере безопасности пищевых продуктов / О. Н. Голинько, Н. П. Левицкая, Н. Е. Чумак // Продукты и ингредиенты. – 2005. - № 2. – С. 46-47.
13. Грозовська А. С., Гук О. В. Фактори перспективності інноваційного розвитку ринку питної води для підприємства / А. С. Грозовська, О. В. Гук // Економіка та управління підприємствами, 2018. – Випуск 27. – С.117-122.
14. ДСТУ 4069:2016 «Напої безалкогольні. Загальні технічні умови»
15. ДСТУ 878-2006 «Води мінеральні питні. Технічні умови»
16. ДСТУ 2138-93 «Консерви. Соки та напої дієтичні. Технічні умови»
17. ДСТУ 2368-2017 «Напої безалкогольні. Виробництво. Терміни визначення»
18. ДСТУ ГОСТ 30712-2003 «Продукти безалкогольної промисловості. Методи мікробіологічного аналізу (ГОСТ 30712-2001, IDT)»
19. ДСТУ 4855:2016 «Продукція безалкогольної промисловості. Методи визначення сухих речовин»
20. ДСТУ 4856:2009 «Продукція безалкогольної промисловості. Правила приймання та методи відбирання проб»
21. Ізюмцева Н.В, Кирко А.Ю. УДК 33.2964 «Конкурентоспроможність компанії Coca-Cola Beverages Ukraine на ринку України. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/53
22. Коломієць Т. Методологічні засади ідентифікації споживчих товарів / Т. Коломієць, Н. Мережко, В. Осієвська // Товари і ринки. – 2012. – № 2. – С. 48-53.

23. Конспект лекцій із дисципліни «Стратегічне управління» / уклад. Н.В. Мішеніна. Суми: СумДУ, 2006. 106 с.
24. Мандрика В. Оцінка якості фруктових мультівітамінних соків і нектарів / В. Мандрика, А. Самойленко // Товари і ринки. – 2010. – № 1. – С. 127-133. – URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary_2010_1_19.pdf.
25. Мельник І.В. Тенденції розвитку українського ринку соків. URL: <http://magazine.faaaf.org.ua/content/view/916/35>.
26. Мінеральні ресурси України – Карта вод підземних, лікувальної грязі та ропи: веб-сайт. URL: <http://minerals-ua.info/mapviewer/voda.php>
27. Пономаренко І. В. Аналіз ринку мінеральних вод в Україні / І. В. Пономаренко // Економіка та управління підприємствами, 2018. – Випуск 25. – С. 412-418 [Електронний ресурс]. URL: www.marketinfr.od.ua/journals/2018/25_2018.../71.pdf
28. Подрушняк А., Стаднічук Н., Голінько О. «Нормативно-правові аспекти контролю якості та безпечності води питної для дитячого харчування».
29. Радіонова А.В. УДК 339:663.8 «Анализ состояния и перспектив развития российского рынка функциональных напитков»
30. Тягунова Н.М., Лісіца В.В., Іванов Ю.В. УДК 339.187(075.8) «Мерчандайзинг». URL: 1377892_A65D7_tyagunova_n_m_lisicav_v_ivanov_yu_v_merchandaizing_kreditno
31. Харцій О. М. УДК 339.138 «Особенности потребительского выбора в поведении покупателей». URL: <https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/>
32. Хтей Н.І., Васильців Н.М., Данилик І.В. УДК 339 «Аналіз ринку соків та сокової продукції України».
33. Шіковець К. О., Чепіль Є. Л. Бізнес-аналіз розвитку ринку питної води // К. О. Шіковець, Є. Л. Чепіль // Вісник КНУТД, 2015. - № 6 (93). – С. 42-47.
34. Юхновський О. Продовольче право в Україні: проблеми і перспективи / О. Юхновський, Л. Зінченко // Голос України. – 2006. – 5 квіт., № 62 (3812). – С. 7.

35. Natsionalna dopovid pro yakist pytnoi vody ta stan pytnoho vodopostachannia v Ukraini u 2018 rotsi. (2019). Naukovo-doslidnyi ta konstruktorsko-tekhnologichnyi instytut miskoho hospodarstva, 1-353.

36. Kureda N., Yukhnovska Yu. Споживчі та економічні пропозиції бальнеологічних послуг на ринку лікувально-оздоровчого туризму країн карпатського регіону. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/download/econom-science/15.pdf>

37. URL: http://ito.vspu.net/Naukova_robota/data/Konkursu/2008_2009/Gordiychyk_2008_2009/Kuhar_Dist/predmet/Tovar/Urok/Smakov/Bez_Alkogol.htm

38. URL: <https://sostav.ua/publication/rozvitok-rinku-bezalkogolnikh-napo-v-v-ukra-n-85469.html>

39. URL: <https://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/bezalkogolnye-napitki.html>.

40. URL: <https://studfile.net/preview/8107811/page:4/#5>

41. URL: <https://buklib.net/books/24196/>

42. URL: [uk.wikipedia.org > wiki> Безалькогольне пиво](http://uk.wikipedia.org/wiki/Безалькогольне_пиво)

43. URL: https://studme.com.ua/1246122011001/marketing/potrebitelskie_svoystva_tovarov.htm

44. URL: http://4ua.co.ua/marketing/za2bc78a5c43a88521206d27_0.html

45. URL: <https://studfile.net/preview/8107811/>

46. URL: <https://sostav.ua/publication/rozvitok-rinku-bezalkogolnikh-napo-v-v-ukra-n-85469.html>

47. URL: https://trademaster.ua/ryinki_food/312974

48. URL: https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00382157_0.html

49. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

50. URL: <https://knowledge.allbest.ru/management>

51. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream>