

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту

Бакалаврська дипломна робота на тему:

ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА АСОРТИМЕНТУ
ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ ЧАЮ ЗЕЛЕНОГО АРОМАТИЗОВАНОГО

Виконала: студентка 4 курсу, групи ПЗ-20б3
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

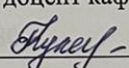
Васильківська А. Р. 

Керівник: д.е.н., проф. каф. ПЛІМ

Мороз О. О. 

« 3. » серпня 2024 р.

Рецензент: к.е.н., доцент каф. ММЕ

Кукель Г. С. 

« 3 » серпня 2024 р.

Допущено до захисту 

Завідувач кафедри ПЛІМ проф. Мороз О. О.

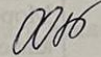
« 4 » серпня 2024 р.

Вінниця ВНТУ 2024

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту

Рівень вищої освіти - перший (бакалаврський)
Галузь знань – Управління та адміністрування
Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо - професійна програма – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри ПЛМ
д.е.н., професор Мороз О.О.



18 березня 2024 р.

ЗАВДАННЯ

НА БАКАЛАВРСЬКУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

групи ПЗ-2063 Васильківській Ангеліні Русланівні

1. Тема роботи:

Товарознавча характеристика асортименту та оцінка якості чаю зеленого ароматизованого

керівник роботи: д.е.н. проф. каф. ПЛМ Мороз О.О.

затверджені наказом ВНТУ від 11 березня 2024 року № 80.

2. Термін подання студентом роботи: 03 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні документи, наукові дослідження за темою бакалаврської дипломної роботи, фінансова звітність підприємства, статистичні дані

4. Зміст текстової частини (перелік питань, які потрібно розробити):

1 Теоретичні аспекти формування якості та управління товаропостачанням чаю

2 Товарознавча характеристика асортименту чаю в торговельній мережі Сільпо-Фуд

3 Оцінка якості зеленого ароматизованого чаю та пропозиції щодо її підвищення

5. Перелік ілюстративного матеріалу: основні країни-виробчаю в світі, споживання чаю на особу населення, популярність торгмарок чаю, топ-5 постачальників чаю в Україну, сегментація ринку чапоходженням, сегментація ринку чаю за видами, власні торгові марки сіфуд, динаміка операційних показників мережі, основні показники діяльтов сілько-фуд, широта асортименту товарів, кількість асортиментпозицій чаю /чаю зеленого різних країн-виробників в мережі тов сількомаркування чаю, органолептичні показники якості чаю зеленого, ріякості зеленого ароматизованого чаю

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1. Спеціальна частина	Мороз О.О. професор кафедри ПЛМ		

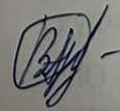
7. Дата видачі завдання 18 березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Формування та затвердження теми бакалаврської дипломної роботи (БДР)	Лютий 2024 р.	<i>вих.</i>
2	Виконання спеціальної частини БДР. Перший рубіжний контроль виконання БДР (1-й розділ БДР)	Березень-квітень 2024 р.	<i>вих.</i>
3	Виконання спеціальної частини БДР. Другий рубіжний контроль виконання БДР (2-й розділ БДР)	Квітень-травень 2024 р.	<i>вих.</i>
4	Виконання спеціальної частини БДР. Третій рубіжний контроль виконання БДР (3-й розділ БДР)	Травень 2024 р.	<i>вих.</i>
5	Нормоконтроль. Попередній захист БДР	03 червня 2024 р.	<i>вих.</i>
6	Рецензування БДР	07 червня 2024 р.	<i>вих.</i>
7	Захист БДР	10-27 червня 2024 р.	

Студентка
Керівник роботи

Васильківська А. Р.
Мороз О.О.



АНОТАЦІЯ

Васильківська А. Р. Бакалаврська дипломна робота на тему: «Товарознавча характеристика асортименту та оцінка якості чаю зеленого ароматизованого».

Дипломна робота складається з трьох розділів. У першому розглянуто питання формування ринку чаю, нормативно-правового регулювання обігу, теоретичних засад товаропостачання. У другому проаналізовано діяльність ТОВ Сільпо-Фуд, охарактеризовано асортимент чаю за показником глибини, оновлення, сталості. У третьому наведено результати дослідження якості чаю зеленого ароматизованого за аналізом маркування та органолептичними показниками. Розроблено рекомендації щодо удосконалення асортименту чаю.

Ключові слова: чай, асортимент, колір, запах, смак, настій, рівень якості.

ANNOTATION

Vasilkivska A. Bachelor's thesis on the topic: "Commodity characteristics of the assortment and evaluation of the quality of flavored green tea."

The thesis consists of three sections. In the first part, the question of the formation of the tea market, normative and legal regulation of circulation, and the theoretical basis of commodity supply is considered. In the second, the activity of Silpo-Food LLC was analyzed, the range of tea was characterized by the indicator of depth, renewal, sustainability. In the third, the results of the research on the quality of flavored green tea based on the analysis of labeling and organoleptic indicators are given. Recommendations for improving the assortment of tea have been developed.

Key words: tea, assortment, color, smell, taste, infusion, quality level.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ ТОВАРОПОСТАЧАННЯМ ЧАЮ	7
1.1 Світові тенденції формування ринку чаю	7
1.2 Нормативно-правове регулювання обігу чаю	18
1.3 Теоретичні засади управління товаропостачанням	23
2 ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА АСОРТИМЕНТУ ЧАЮ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ СІЛЬПО-ФУД	26
2.1 Загальна характеристика торговельної мережі	26
2.2 Аналіз асортименту чаю в мережі Сільпо-Фуд	34
3 ОЦІНКА ЯКОСТІ ЗЕЛЕНОГО АРОМАТИЗОВАНОГО ЧАЮ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	39
3.1 Методи дослідження якості	39
3.2 Оцінка якості зеленого ароматизованого чаю та розробка рекомендацій щодо її підвищення	45
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
Додаток А Узагальнена технологічна схема виробництва зеленого ароматизованого чаю	68
Додаток Б Види діяльності Сільпо-Фуд за КВЕД	69
Додаток В Ілюстративний матеріал до бакалаврської дипломної роботи	73
Додаток Г Протокол перевірки бакалаврської дипломної роботи на наявність текстових запозичень	81

ВСТУП

Актуальність. Чай - один з найпоширеніших напоїв на земній кулі. Щоденно його споживачами є біля 3 млрд. осіб. Назва чаю походить з китайського «ча» - «молодий листочок», оскільки саме китайцям належить відкриття чаю, як напою майже 5 тис. р. тому.

У правильно приготованому настою чаю міститься значна кількість корисних речовин, більшість з яких не руйнується навіть у гарячій воді. Найбільш відомими з них є таніни та катехіни, які зумовлюють тонізуючу дію чаю. Фтор, що міститься у чаї, зміцнює тверді тканини зубів, а глютамінова кислота заспокоює нервову систему. Чай сприяє виведенню з організму людини важких металів, оздоровлює нирки, шлунок і є чудовим стимулюючим засобом при застуді.

Сьогодні чай вирощують близько 37 країн на плантаціях, площею понад 1 млн. га. Ринок чаю оцінюється в 3,9 млн. тонн в рік. При цьому, на чотирьох основних країн-виробників - Китай, Індію, Кенію і Шрі-Ланку доводиться більше 50% усього світового виробництва чаю.

Найпопулярнішим є чорний, зелений, білий, жовтий, червоний (у тому числі ароматизований) чай, пуер, мате.

У Британії та Ірландії щорічно одна особа споживає близько 3 кг чаю, в Україні - всього 500 Сі- 600 г.

Щорічна місткість ринку чаю України оцінюється в 22 - 24 тис. тонн.

Основні постачальники чорного чаю в Україну: Шрі-Ланка, Індія, Індонезія; зеленого – Китай, Шрі-Ланка; мате – Аргентина і Бразилія.

У 2021 році в Україну було імпортовано 18,31 тис, тонн чаю проти 18,33 тис тонн в 2020 році.

Найбільш популярним в Україні є чорний чай, якому належить 80% ринку в натуральному вираженні.

Як відзначають експерти, збільшується також і споживання зеленого чаю, сприйманого як атрибут здорового способу життя.

За оцінками німецьких вчених, зелений чай входить у десятку найбільш корисних продуктів харчування: в чайному листі міститься близько трьохсот інгредієнтів, включаючи білки, жири, більше 10 різноманітних вітамінів, а також чайний фенол і теїн.

В останні роки об'єм споживання зеленого чаю складає близько 17%; 3- 4% належать фруктовим-трав'яним сумішам з вітчизняної та зарубіжної рослинної сировини: звіробій, суниця, мате, м'ята, ромашка, ройбуш, каркаде, шипшина тощо.

Україна чай не вирощує, лише здійснює розфасовку імпортованої сировини. Загалом, обсяг фасування чаю в Україні з 2010 по 2015 рр. збільшився майже вдвічі. Зниження рівня виробництва спостерігалось лише в 2011 році, це пов'язано не тільки з кризовими явищами у світовій економіці, а й зі зміною загальносвітових тенденцій ринку чаю.

Для пересічного споживача в останні роки стає важче орієнтуватись на ринку чаю через його невинне розширення та урізноманітнення.

Мета роботи - розробка пропозицій щодо удосконалення асортименту та якості зеленого ароматизованого чаю у торговельній мережі Сільпо-Фуд.

Відповідно до окресленої мети визначено наступні **завдання** дослідження:

- провести аналітичний огляд літератури щодо споживної цінності чаю та світових тенденцій формування ринку чаю;
- проаналізувати нормативно-правову базу регулювання обігу чаю;
- проаналізувати асортимент чаю в торговельній мережі Сільпо-Фуд;
- оцінити якість зразків зеленого ароматизованого чаю;
- розробити пропозиції щодо удосконалення асортименту чаю в мережі Сільпо-Фуд;

Об'єктом дипломної роботи є зелений ароматизований чай.

Предметом дипломної роботи є показники асортименту та якості зеленого ароматизованого чаю.

Методи дипломної роботи – аналізу, синтезу - для вивчення об'єкта і предмета дослідження, органолептичні і кваліметричні - для визначення органолептичних показників якості та розрахунку рівня якості.

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ ТОВАРОПОСТАЧАННЯМ ЧАЮ

1.1. Світові тенденції формування ринку чаю

Чай - один з найдавніших напоїв, що вживаються людиною. Батьківщиною чаю є Південно-Західний Китай і прилеглі до нього райони Верхньої Бірми й Північного Індокитаю.

Станом на 2023 рік чай культивується в більш ніж 30 країнах світу, але основними виробниками є Індія, Китай, Шрі Ланка, Японія, Кенія.

Існує більше 1500 ботанічних сортів чаю. Але найбільшими країнами – виробниками чаю є: Шрі-Ланка, Індія, Африка, Китай та Індонезія. Ними виробляється 79% світового виробництва чаю і здійснюється 86% світового експорту [1].

Близько 21% світової продукції експортується в 3 регіонів Шрі-Ланки, де вирощується і виробляється чай з різними смаками, ароматами і квітами. Його основними різновидами є: цейлонська суміш, Дімбра, Нуvara Елія і Ува. Індія експортує близько 14% світового обсягу чаю. Тут вирощується чай з унікальним смаком і характеристиками. Основними об'єктами міжнародної торгівлі є: індійський чай, Ассам, Дарджилінг, Нілгірі.

Східна Африка, яка пізніше почала вирощувати чай, наразі є провідною країною серед чайних плантаторів і вирощує найкращі сорти чаю, які використовуються у виробництві чайних сумішей по всьому світу. 4 країни-Кенія, Малаві, Танзанія і Зімбабве - виробляють 25% світового експорту чаю. Кенійські чаї відрізняються міцністю, тонким ароматом і приємною терпкістю

Китай-батьківщина чаю. На його частку припадає близько 18% світового експорту. Поряд з чорним чаєм, Китай славиться: зеленим, улун, білим, пресованим і ароматизованим чаєм. Китай виробляє чай у кількостях,

які лише покривають потреби регіону, тобто становлять близько 5,1% світового виробництва (від 20 до 30 мільйонів тонн на рік), і експортує невелику кількість - 5 мільйонів тонн на рік [2].

Індонезія виробляє близько 8% світового експорту. Основні плантації розташовані на Яві та Суматрі. Весь чай в Індонезії світлий, з насиченим смаком і яскравим кольором. Раніше він продавався переважно тільки для виготовлення сумішей, але зараз створені свої особливі бренди.

В Японії чайна культура формувалася століттями. Але там виробляють тільки зелений чай, який відрізняється за смаковими характеристиками.

Дані про основні країни-виробники чаю в світі представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 - Основні країни-виробники чаю в світі [2].

Країна-виробник	Виробництво, тонн	Частка світового виробництва, %
Індія	805600	29,4
Цейлон	258400	9,5
Китай	680000	22,5
Кенія	248708	9,9

Світовий ринок чаю останніми роками розвивався досить динамічно. Спостерігається стабільне зростання чайного виробництва в світі.

Високий інтерес до ринку чаю детермінований наступними чинниками:

- стійкість росту ринку;
- швидкий оборотом капіталу порівняно з ринком алкогольних напоїв і тютюнових виробів;
- чай належить до групи товарів повсякденного попиту.

ТОП-10 країн-споживачів чаю наведено в таблиці 1.2 [1].

Таблиця 1.2 Споживання чаю на особу населення (кг/рік)

Країна	Кг/рік
Туреччина	6,87
Марокко	4,34
Ірландія	3,22
Мавританія	3,22
Великобританія	2,74
Сейшельські острови	2,08
ОАЕ	1,89
Кувейт	1,61
Катар	1,6
Казахстан	1,54

Щодо обсягу ринку чаю, то у ваговому виразі за останні роки він практично не змінився. Проте у грошовому виразі, світовий ринок чаю показує значні темпи зростання, навіть, незважаючи на кризові явища у світовій економіці. Ціни на чай в середньому зросли на 10-15%. Перш за все це пов'язано з посушливими явищами в країнах-експортерах чаю, і скороченням площ плантацій [3].

Причини подібного явища також криються в зміні ринкової структури: частка листових чаїв знижується, частка пакетованих, які коштують дорожче за рахунок більш дрібного об'єму фасовки і більш високої доданої вартості, навпаки - зростає.

Ще однією причиною збільшення реалізації чаю у вартісному вираженні є постійно зростаючий попит на чай високої якості. Пов'язано це як із зростанням доходів населення, так і з зростанням запитів споживачів.

Щодо сегментації світового чайного ринку, то тут ясно виражена цінова сегментація: близько 45% ринку займає чай преміум-класу (з ціною 1,3-5 дол. США за 100г), 30% - чай економ-класу (0,8 дол. США за 100 г), 23% -

середньоціновий сегмент (0,8-1,3 дол. США за 100г), і 2% - чай високого преміум класу (з ціною більше 5 дол. США за 100-грамову пачку).

Чай в найвищій ціновій категорії (сегмент високого преміум-класу) представлений виробниками Китаю, Індії та Великобританії. Ціни на нього можуть досягати до 685 тис. дол. за 1 кг. Щодо видової різноманітності чаю, то залежно від сорту та якості він поділяється на 3 види: високосортний, середньо-сортний, низькосортний [4, 5].

Високосортний чай- найдорожчий, його виготовляють з чайних бруньок, що не розпустилися (типсів), і наймолодшого листу. Байховий чай (англ. Рекое, кит. Рак-хо) також належить до високосортного - його виробляють з перших двох листів гілок чайного куща і типсів. Лиски і бруньки мають бути цілими.

Середньосортний чай виготовляють з ламаного або різаного листу, що залишається при виробництві цільнолистового чаю. Такий чай заварюється швидше і міцніше, але при цьому не має тонкого аромату і смаку крупнолистового. До середньосортних чаїв належать Брокен Пекой (Broken Рекое) і Брокен Оранж Пекой (Broken Orange Рекое), які поділяються на підвиди.

Низькосортний чай виготовляють зі спеціально подрібненого листу або відходів виробництва високосортного або середньосортного чаю. Такий чай швидко заварюється, вирізняється міцністю, але має менший аромат і менш виражені смакові характеристики порівняно з крупнолистовим. До цієї самої категорії належать розчинні, гранульовані й більшість пакетованих сортів.

Також розрізняють чайні напої, які виробляють з хвої, листя та кущів: мате, каркаде та ройбуш.

Світові експерти відзначають, що на світовому ринку дуже багато неякісної продукції. Хороший чай займає не більше 30% загального об'єму ринку, ще 50% - це чай посередньої якості, останні 20% - чай дуже низької якості.

За технологією виробництва чай поділяють на: білий, зелений, чорний, червоний, бірюзовий, пуер, ароматизований:

Білий чай практично не ферментують - його зав'ялюють і підсушують, потім сортують та упаковують. Заварений білий чай за кольором трохи темніший від зеленого.

Зелений чай окислюється не більш ніж два дні, після чого його нагрівають для завершення процесу ферментації. Спосіб нагрівання залежить від традицій приготування. У Китаї - у горщиках, у Японії лист обдають паром.

Бірюзовий чай належить до сильно окислених сортів (ферментація до двох тижнів), його смакові якості й аромат нагадують чорний чай.

Чорний чай повністю ферментований. Процес триває від двох тижнів до місяця, хоча його іноді скорочують. До чорних чаїв належать Кімун, Юннань, Ассамський чай, Дарджилінг, Orange Pekoe.

Чай пуер (у Китаї класифікується як чорний) виготовляють зі старого листа, процес окислення триває кілька років.

Ароматизований чай отримують витримкою з ароматичними частинами рослин свіжоприготовленого, ще теплого чаю до однієї доби з наступним виділенням цих частин із чаю. Використовують також ароматизатори або змішування чаю з ароматичними рослинами. У Китаї використовують пелюстки троянд, орхідей, жасмину та інших квітів для ароматизації чаю.

Частка ароматизованого чаю на сьогоднішній день збільшується на ринку. У грошовому виразі сегмент ароматизованого і фруктово-трав'яного чаю вже перевищив чверть об'єму всього чайного ринку України.

Споживання чаю як одного із найбільш розповсюджених тонізуючих напоїв залишається в Україні стабільно високим. Значно розширюється асортимент чайної продукції, збільшується використання нових видів рослинних компонентів, які доповнюють основну сировину. Все більшим попитом користується чай зелений, який містить природні антиокислювачі (кверцетин, рутин, катехіни та ін.), фенолокарбонові кислоти, аскорбінову кислоту тощо, відрізняється високими смаковими характеристиками, вишуканим ароматом.

Найбільшим виробником чаю в Україні є компанія «Мономах» - «піонер» чайного бізнесу в Україні, яка з 1991 року почала імпортувати кращі сорти чаю з усіх куточків планети під гаслом «Кращий чай з усього світу». Фасування чаю в Україні дозволило фірмі скоротити транспортні витрати; зменшити витрати на митне оформлення у зв'язку зі ввозом сировини, а не фасованого чаю; контролювати якість власного виробництва, а також розробляти власні суміші, використовуючи сорти чаю різних країн. Зараз в асортименті компанії понад 80 видів чаю, половина з яких реалізується під власними торговельними марками (ТМ) «Мономах» і «Князь» [6].

Після «Мономаха» освоювати вітчизняний ринок взялися й інші не менш потужні компанії. Проте сфера їх діяльності поки що обмежується лише імпортом фасованого чаю. Серед імпортерів розрізняють власників торговельних марок та чистих дистриб'юторів.

Значним гравцем на ринку чаю в Україні є ТОВ «Юнілівер-Україна». Це -представництво транснаціональної англо-голландської компанії Unilever. На ринку чаю в Україні компанія представлена наступними брендами: Lipton, Brooke Bond і Бесіда [7].

Наступна за величиною компанія українського ринку чаю – ТОВ «Ексім-трейд», яка входить до складу торгово-виробничого холдингу «Орімі Трейд Україна». На сьогоднішній день асортимент чаю «Орімі Трейд Україна» представлений ТМ: «Принцеса Нурі», «Принцеса Ява», «Принцеса Канді», «Принцеса Гіта». Ця компанія – єдиний представник в Україні преміальних англійських торгових марок чаю «Greenfield» і «TESS» [8].

Ще одним виробником чаю в Україні є спільне українсько-британське підприємство «Українська чайна фабрика «Ahmad Tea», ексклюзивним партнером якого в Україні є українсько-кіпрське підприємство «Піраміда» (дистриб'ютор торгових марок Ahmad Tea, Grace!, TET). Чай Ahmad Tea продається на ринках більш ніж 70 країн світу на 5 континентах. На українському ринку чай Ahmad Tea з'явився в 1994 році, а в 1999 році в

Харкові була відкрита одна з чайних фабрик Ahmad Tea London, яка фасує чай Ahmad Tea для українських споживачів [9].

До українських виробників чаю належить і підприємство ТОВ «СолоМія», що входять в групу компаній концерну Stoik. Компанія була створена в 1998 році і була першим сертифікованим виробництвом чаю в Україні. На сьогоднішній день ТОВ «СолоМія» займається фасуванням чаю ТМ «Batik», «Аскольд» і «Домашній чай», а також виробництвом паперу для пакетованого чаю [10].

Крім того в Україні у розрізі регіонів уподобання споживачів щодо споживання чайних напоїв різняться. Основним лідером у споживанні чаю є Київ, Харківська, Дніпропетровська, Одеська області [11].

Зростанню кількості чайних гурманів сприяла поява компаній, що пропонують вагові чаї («Дім чаю», «Світ чаю», «Чайна Країна», «Premier's Tea» тощо). Королями попиту можна вважати ТМ «Ahmad Tea» та «Greenfield», які отримали по 23% голосів. Далі в рейтингу - чаї «Lipton» 12% і трав'яні суміші під ТМ «Карпатський чай» 8%. Замикають шістку лідерів продажу чаї «Dilmah» 7%, «Edems», «Майский чай» та «Бесіда» по 6%. По 5 % голосів отримали «Batik» та «Brook Bond» (рисунок 1.1).

Таблиця 1.1 - Основні країни-виробники чаю в світі [2].

Країна-виробник	Виробництво, тонн	Частка світового виробництва, %
Індія	805600	29,4
Цейлон	258400	9,5
Китай	680000	22,5
Кенія	248708	9,9

Чай, як товар, має свої особливості. З однієї сторони, це продукт повсякденного вживання, що гарантує його виробникам і трейдерам відносно стабільний товарообіг й отримання певної рентабельності. З другої – він

імпортується як сировина і як готовий продукт, обсяги реалізації яких залежить від багатьох факторів: агрокліматичних умов у країнах виробників, цінових коливань на світових чайних біржах, стану економіки України.

Чай в Україні не вирощується. Понад 80 % чаю завозиться в Україну зі Шрі - Ланки, близько 15 % з Індії. Решту становить продукція, що завозиться з Китаю, Індонезії, В'єтнаму, Кенії, Аргентини, Сінгапуру, Грузії тощо. Широко представлена продукція фасувальників з Німеччини, Нідерландів, Великобританії, Греції, Польщі, Чехії тощо.

Обсяг імпорту чаю в Україну у 2020 році збільшився відносно попереднього на 8% і у фізичному вимірі склав 17,2 тис тонн, а у грошовому вимірі у 2020 році країна закупила у закордонних постачальників чаю на \$60,4 млн.

Частку країн-постачальників чаю у 2020 році у грошовому вимірі наведено в таблиці 1.3.

Таблиця 1. 3 - Частка країн-постачальників чаю у 2020 році [12]

Країна	% українського імпорту в грошовому вимірі
Шрі-Ланка	37
Індія	14
Китай	11
Кенія	10
ОАЕ	12

Динаміку імпорту чаю за 2016-2020 роки наведено на рисунку 1.2.

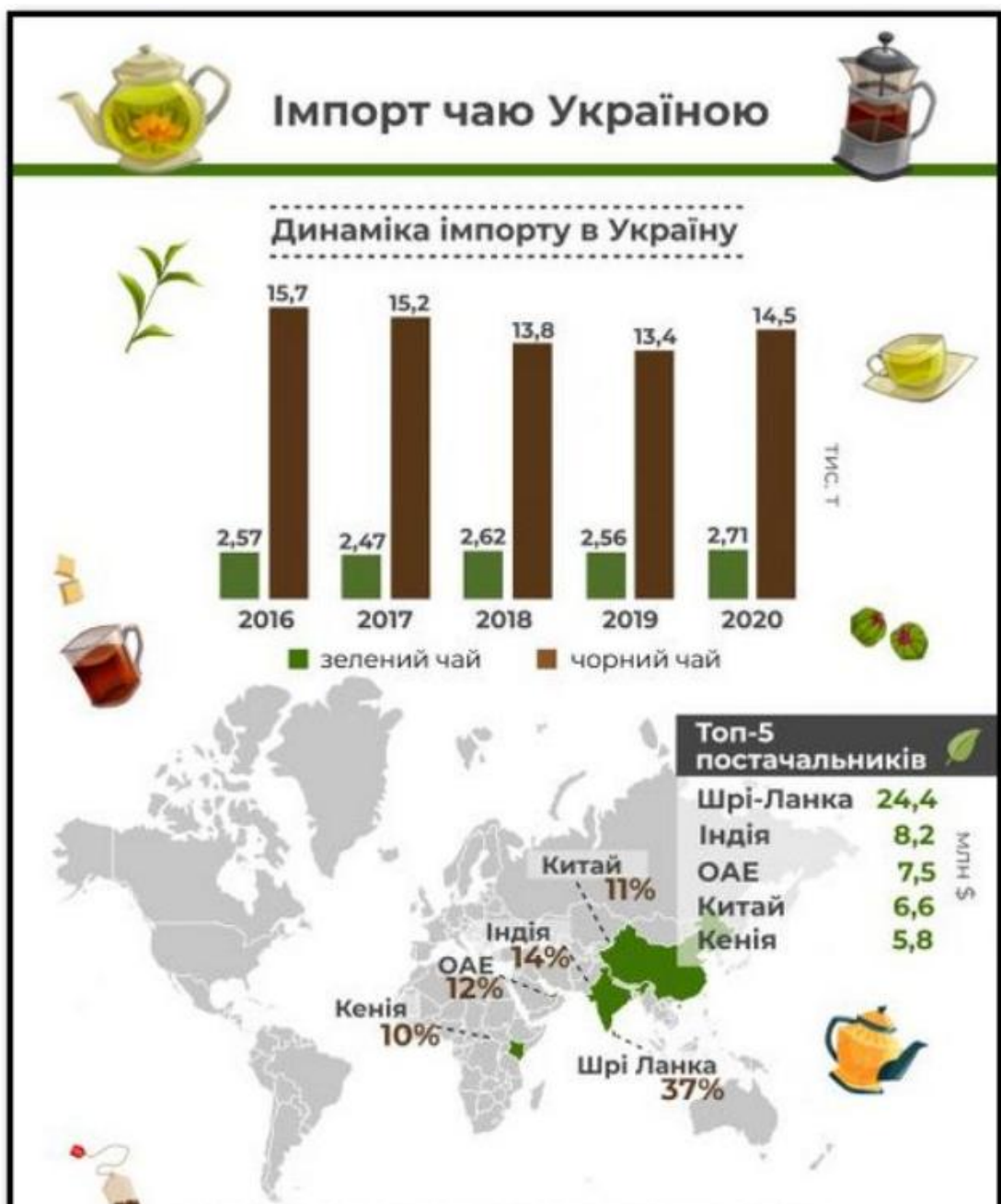


Рисунок 1.2 - ТОП-5 постачальників чаю в Україну у 2020 році

До початку повномасштабного вторгнення росії в Україну вітчизняний ринок чаю характеризувався стабільністю. Розфасовка в Україні зростала в обсягах, в той час як імпорт скорочувався. Щорічно спостерігалось збільшення обсягу продажів на 5-10%, що було зумовлено зростанням споживчих цін.

На початку війни через близькість населених пунктів до місць бойових дій певний відсоток виробників чаю припинив свою діяльність. Однією з

таких компаній була Ahmad, територіально підприємство розташоване в Харківській області. Компанія змогла відновити поставки продукції тільки в середині літа 2022 року.

До середини весни ситуація з постачанням чаю на прилавки магазинів в різних частинах країни ускладнилася, але чай є одним з товарів повсякденного попиту незалежно від політичного та економічного стану.

Весь чай в Україні виробляють з чайного листа іноземного походження. Вітчизняні виробники упаковують свою продукцію тільки під власними торговими марками, оскільки кліматичні умови країни непридатні для вирощування чаю. На території України можуть виростати тільки трав'яні чаї, більшість з яких вирощується в Карпатському регіоні. Загалом, український ринок чаю повністю залежить від імпорту, беручи до уваги як роздрібні продажі, так і розфасовану продукцію в якості сировини. Експертами встановлено, що найбільшу кількість пакетованого чаю було поставлено з Об'єднаних Арабських Еміратів, Шрі-Ланки, Азербайджану, Індії, Китаю та Польщі. Індія і Шрі-Ланка займають перше місце по імпорту сировини.

Сегментацію ринку чаю за походженням у 2022 році у натуральному вираженні представлено на рисунку 1.3.

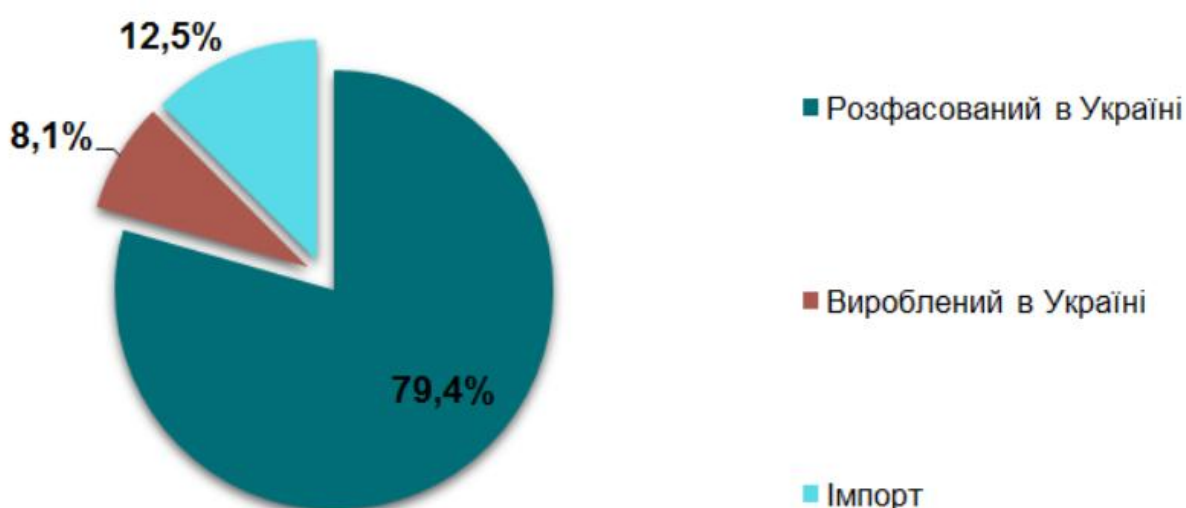


Рисунок 1.3 - Сегментація ринку чаю за походженням у 2022 році у натуральному вираженні, % [11].

У структурі споживання чаю у 2021 році чорний чай займав 68,1% від загального обсягу, зелений - 17,2%, фруктовий та трав'яний види – 12,4% ринку.

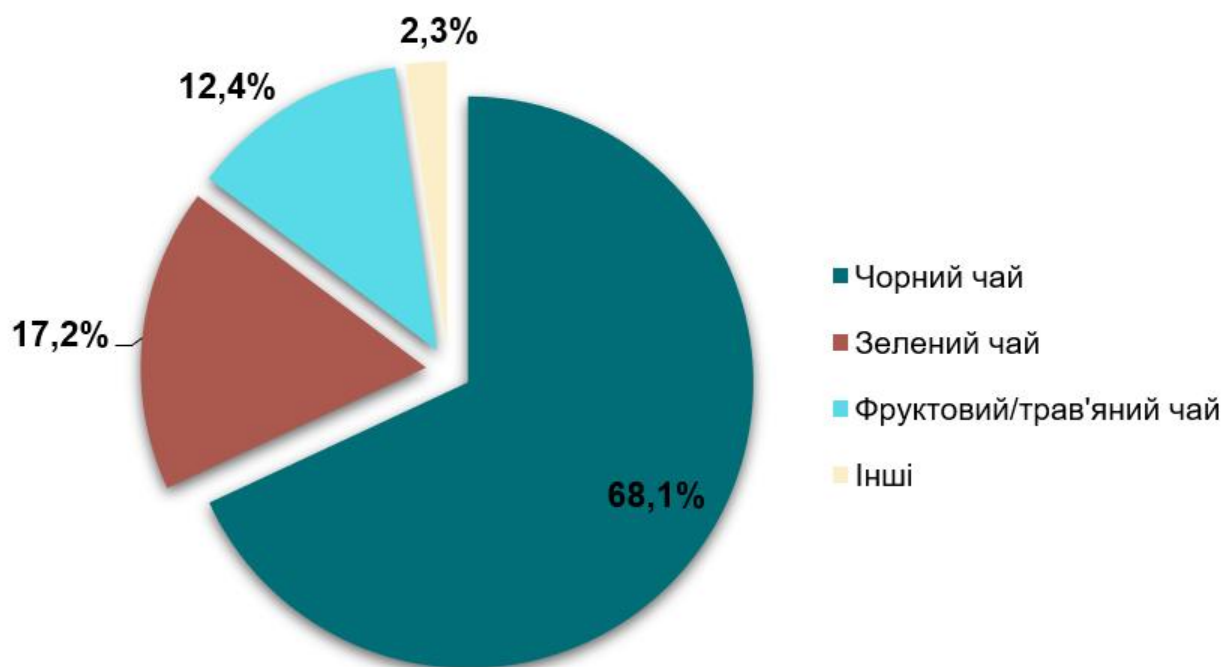


Рисунок 1.4 - Сегментація ринку чаю за видами в Україні у 2021 році, % [11].

За даними аналітиків у 2023 році українці закупили чаю на 7-7,8 млрд грн, що відповідає близько 11,6-12 тис. тонн чаю. Незначно змінилась сегментація ринку порівняно з 2021 роком. У 2023 році 68% покупок українців припадало на чорний чай, 17 – на зелений чай, 15 – на ароматизовані, фруктові і трав'яні чаї.

За прогнозами аналітиків обсяг міжнародного ринку чаю до 2028 року досягне 667 920,8 млн. доларів США. Однією з найбільших компаній, що працюють на цьому ринку, є Associated British Foods, Plc. Наприклад, Barry's Tea Limited і Nestlé S. A. Очікується, що до 2028 року ринок чаю в Азіатсько-тихоокеанському регіоні продемонструє найбільше зростання [14].

На основі проведеного аналізу наукової літератури, статистичних даних встановлено, що світовий ринок чаю є досить масштабним та таким, що стрімко розвивається. Він представлений різноманітними країнами-виробниками основними з яких є: Індія, Китай, Шрі-Ланка, Японія та Кенія.

1.2 Нормативно-правове регулювання обігу чаю

Сфера контролю безпечності та якості харчової продукції в Україні та інших країнах світу – одна з найурегульованіших, оскільки суттєво впливає на збереження здоров'я населення.

Сучасний рівень розвитку економіки України, потреба у корінних змінах матеріальних і соціальних умов життя народу, висувають на перший план проблему безпечності та якості.

Нормативно – правове регулювання якості та обігу чаю в Україні визначається низкою документів в яких зазначено параметри безпечності та якості продукції.

Перш за все це, Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», накази Міністерства охорони здоров'я України.

Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» регулює відносини між органами виконавчої влади, операторами ринку харчових продуктів та споживачами харчових продуктів і визначає порядок забезпечення безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, що виробляються, перебувають в обігу, ввозяться на митну територію України або вивозяться з неї [15].

Харчові продукти, які знаходяться в обігу на території України, повинні відповідати вимогам законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів. Забороняється обіг харчових продуктів, маркування, та безпечність та окремі показники якості харчових продуктів яких не відповідають вимогам законодавства.

Накази Міністерства охорони здоров'я України, які стосуються безпечності та якості харчових продуктів встановлюють: медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів, мікробіологічні критерії для встановлення показників безпечності продукції, допустимі рівні радіонуклідів, вміст забруднюючих речовин у харчових продуктах.

Наказ МОЗ № 1140 Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини» містить загальні вимоги до харчових продуктів; вимоги до маркування харчових продуктів; гігієнічні вимоги безпечності та поживної цінності харчових продуктів і не включають гігієнічні нормативи і регламенти щодо вмісту в харчових продуктах та продовольчій сировині хімічних, біологічних, фізичних факторів [16]. Харчові продукти повинні задовольняти фізіологічні потреби людини в необхідних речовинах та енергії, відповідати встановленим вимогам у частині органолептичних та фізико-хімічних показників і встановленим гігієнічним нормативам допустимого вмісту хімічних, біологічних та фізичних факторів.

Наказ МОЗ № 548 «Про затвердження Мікробіологічних критеріїв для встановлення показників безпечності харчових продуктів» містить загальні положення; терміни та визначення; загальні вимоги; вимоги до дослідження; перевірка за мікробіологічними критеріями.; вимоги до досліджень та відбору зразків харчових продуктів; вимоги до маркування; заходи щодо усунення при незадовільних результатах досліджень [17]. На кожній стадії виробництва, переробки та обігу харчових продуктів, включаючи роздрібну торгівлю, оператори ринку здійснюють ряд заходів як частину процедур, що засновані на принципах системи аналізу ризиків та контролю у критичних точках та аналогічних систем забезпечення якості та безпечності харчових продуктів, що регулюється даним наказом.

Наказ МОЗ № 256 Про затвердження Державних гігієнічних нормативів «Допустимі рівні вмісту радіонуклідів ^{137}Cs та ^{90}Sr у продуктах харчування та питній воді» містить загальні положення, вимоги

до виконання та оцінки результатів вимірювання та допустимі рівні вмісту радіонуклідів.

Нормативи запроваджуються з метою подальшого зниження дози внутрішнього опромінення населення України шляхом обмеження надходження радіонуклідів з продуктами харчування та стимуляції створення і дотримання виробниками необхідних умов для одержання чистої продукції на радіоактивно забруднених територіях.

Як зазначено у вище наведеному документі, допустимі рівні радіонуклідів у чаї байховому, пресованому, ароматизованому, з рослинними домішками, сухих розчинних напоїв на основі чаю: не повинні перевищувати Cs 200 Бк/кг і Sr 50 Бк/кг [18].

Наказом МОЗ № 368 Про затвердження Державних гігієнічних правил норм «Регламент максимальних рівнів окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах» встановлено максимальні рівні окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах. Згідно цього регламенту встановлені максимальні рівні окремих забруднюючих речовин у чаї: мікотоксинів (афлотоксини В1 5 мкг/кг), металів (кадмію 1,0 мг/кг; ртуті 0,1 мг/кг) [19].

Щодо обігу чаю, то з метою збереженості його якості та безпечності, перевезення та реалізація повинні відповідати таким документам :

Наказ № 185 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами». Ці Правила регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги в дотриманні прав споживачів щодо якості та безпечності товару та рівня торговельного обслуговування [20].

Правила поширюються на всіх суб'єктів господарської діяльності незалежно від форм власності, які здійснюють на території України роздрібний продаж продовольчих товарів.

Не допускаються до продажу фасовані вітчизняні та імпортовані харчові продукти, маркування яких не відповідає Закону України.

Наказ № 363 «Про затвердження Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні» містить правила перевезення різних груп продовольчих товарів. Стосовно перевезень чаю, як гігроскопічного вантажу, який легко сприймає сторонні запахи, то його перевозиться у фанерних ящиках, що вистилаються зсередини обгортковим папером, фольгою та пергаментом. Автомобілі для перевезення чаю надаються вантажовідправнику у чистому вигляді без сторонніх запахів. Вантажовідправник повинен ретельно оглянути такі автомобілі і визначити їх комерційну придатність [21].

Наказом № 186 «Про затвердження правил повітряних перевезень» встановлено загальні умови перевезення вантажів повітряним транспортом, за яких забезпечується належний рівень безпеки польотів та якості перевезень [22].

Наказом № 348 «Про затвердження Правил надання послуг у морських портах України» врегульовано відносини з надання послуг у морських портах, з вантажно-розвантажувальних робіт та встановлено вимоги до виконання технологічних процесів з урахуванням особливостей роботи в морських портах [23].

Конкретні вимоги до органолептичних та фізико-хімічних показників викладено в таких нормативних документах:

- ДСТУ 7174:2010 «Чай чорний байховий фасований. Технічні умови» цей стандарт поширюється на чай чорний байховий фасований, отриманий купажуванням і фасуванням імпортного нефасованого чорного чаю і призначений для реалізації через торговельну мережу, використання на підприємствах ресторанного господарства та на виробництв. В ДСТУ зазначено технічні вимоги, вимоги до пакування та маркування, безпеки, охорони здоров'я, правила приймання, методи контролювання, транспортування та зберігання [24].

- ГОСТ 1939-90 «Чай зелений байховий фасований. Технічні умови» поширюється на фасований вітчизняний і імпортований зелений байховий

чай який виготовляється шляхом купажування нефасованого зеленого чаю [25].

- ГОСТ 1936-85 «Чай. Правила приймання і методи аналізування» поширюється на чорний, зелений і жовтий байховий чай, ароматизований чорний і зелений байховий чаї і встановлює правила приймання та методи аналізування [26].

Щодо маркування чаю, то воно повинно відповідати вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [27].

На сучасному етапі розвитку України нормативно-правові акти в Україні повинні бути гармонізованими з Європейськими.

ЄС має одну із найкращих у світі систем стандартизації харчових продуктів і процедуру контролю. Система побудована таким чином, що Єврокомісія контролює якість контролю у країнах - членах, а вони, у свою чергу – ефективність контролю у власній країні, ефективний самоконтроль операторів ринку і розподіл відповідальності між ними. Адаптація до цих вимог забезпечить кращу якість продукції на українському ринку і відкриє для українських виробників ринки інших країн [28].

Загальні вимоги у сфері безпечності продукції країн ЄС визначені:

- Директивою Ради ЄС 2000/29/ЄС від 8.05.2000 р. про запобіжні заходи проти проникнення у Співдружність організмів, що шкідливі для рослин і рослинної продукції та проти їх розповсюдження у межах Співдружності визначено основні вимоги, які застосовуються до рослин та продуктів рослинного походження, що ввозяться на територію ЄС. Зокерма, при імпорті продукції рослинного походження має бути представлено фітосанітарний сертифікат, виданий компетентним органом країни-експортера, проведено процедури фітосанітарного контролю на пункті пропуску, де перетинається митний кордон ЄС [29].

- Регламент 852/2004 ЄС по гігієні харчових продуктів встановлює загальні правила гігієни та застосовується до всіх видів харчової продукції [30].

Загальний порядок та умови розміщення продукції на внутрішньому ринку ЄС, проведення робіт з оцінки відповідності та акредитації, а також механізм ринкового нагляду окреслені у :

- Регламенті Ради ЄС № 765/2008 від 9.07.2008 р, про встановлення вимог до акредитації та нагляду за ринком, яким встановлено вимоги для акредитації та нагляду за ринком продукції для гарантування того, що ці продукти відповідають вимогам, які забезпечують високий рівень захисту суспільних інтересів, таких як здоров'я і безпека загалом, здоров'я і безпека на робочому місці, захист прав споживачів, захист довкілля і безпека та загальні принципи маркування СЕ [31].

- Рішенні Європейського Парламенту та Ради ЄС № 768/2008 від 9.07.2008 р про загальні рамки реалізації продукції, яким встановлено загальні принципи прийняття галузевих нормативних актів, що призводять до єдиної процедури торгівлі товарами [32].

В країнах ЄС питання безпечності та якості харчових продуктів у ланцюгу «від поля до столу» регулюється близько 160 європейськими директивами, які поступово впроваджуються в законодавство України для створення аналогічної системи нормативно-правового регулювання обігу харчових продуктів

Виходячи з вище сказаного можна зробити висновок , що угода України з ЄС дала можливість вітчизняним виробникам значно збільшити свою присутність на європейському ринку.

1.3 Теоретичні засади управління товаропостачанням

Вагомою визначальною умовою забезпечення безперебійного функціонування сфери товарообігу, що задовольняє попит населення і забезпечує конкурентоспроможність підприємств роздрібної торгівлі, є пропозиція товарів та їх вчасна доставка.

Під товаропостачанням товарів в торговельну мережу розуміють комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на надходження товарів в торговельну мережу в кількостях і асортименті, відповідних попиту населення.

Для раціональної організації процесу доставки товарів торговим підприємствам необхідно опиратися на розроблені комерційними службами плани забезпечення товарами і доставки товарів на торговельні підприємства.

При організації товаропостачання слід враховувати наступні основні вимоги:

- прийнятні форми поставок, асортимент і кількість вироблених товарів визначаються з урахуванням логістичних каналів;
- поставка товарів повинна здійснюватися з урахуванням попиту населення і переліком асортименту, встановленим для магазину;
- кількість ввезених товарів має визначатися його місткістю, яка характеризується типом підприємства, обсягом продажів і розміром торгової площі. Особливе увагу слід звертати на наявність на підприємстві необхідного обладнання;
- кількість продукції, що поставляється за один раз, повинна розраховуватися з урахуванням наявних запасів, середньодобового обсягу продажів і встановленої частоти поставок;
- оптимальна система доставки товарів повинна забезпечувати мінімальні витрати на ввезення і зберігання товарів.

Управління товарними поставками - це процес формування замовлень на товари, розробки і укладання угод з постачальниками, фізичного переміщення товарів від постачальників до торгових підприємств, формування товарних запасів і управління ними. Управління товарними поставками неможливе без чіткої координації дій [33].

При забезпеченні необхідними запасами для безперебійної торгівлі виникає проблема: оцінити ефективність понесених витрат, тобто знайти критерії оцінки якості управління поставками.

Грунтовне аналізування даних щодо реалізації товарів, інформації про товарні запаси уможлиблює раціональність формування замовлень на виробництво і поставку товарів та оперативно управляти товаропотоком.

Узагальнена схема постачання товарів на підприємства роздрібної торгівлі охоплює такі етапи: розрахунок потреби в товарах; пошук джерел постачання товарів; обґрунтування вибору джерел товаропостачання і постачальників товарів; вибір форм товаропостачання; формування господарських зв'язків щодо закупівлі та постачання товарів, встановлення раціональних схем постачання; закупівля товарів через укладання угод на постачання товарів; забезпечення надходження товарів до підприємств торгівлі; визначення оптимальної періодичності доставки і розмірів партій товарів; організація і забезпечення оперативного контролю за виконанням договорів поставки; організація доставки товарів в магазини; приймання товарів і його документальне оформлення [34].

Це потребує організації чіткої системи інформаційного зв'язку між усіма учасниками сфери виробництва та обігу товарів, транспортними організаціями, яка б базувалась на основі єдиного інформаційного потоку.

2 ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТРИСТИКА АСОРТИМЕНТУ ЧАЮ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ СІЛЬПО-ФУД

2.1 Загальна характеристика торговельної мережі Сільпо-Фуд

Сільпо - одна з найбільших мереж продовольчих супермаркетів в Україні, флагманський бізнес Fozzy GROUP. Перший магазин під назвою Сільпо відкрився в 1998 році, а в 2016 році було засновано ТОВ Сільпо-Фуд.

Основними напрямками діяльності групи є оптова та роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах, в основному продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Разом з цим згідно Сільпо-Фуд може здійснювати й інші види діяльності (додаток Б).

Торгова мережа Сільпо є однією з одна з найбільших мереж продовольчих супермаркетів в країні.

Станом на 31.12.2022 року у 71 місті України працювало 305 супермаркетів (у 2021 році 338 супермаркетів функціонувало у 80 містах України), у тому числі 4 магазини делікатесів LE SILPO з преміальним асортиментом харчових продуктів та непродовольчих товарів, а також магазини 4-х формату OffTop, напрям діяльності яких – реалізація непродовольчих товарів.

Окрім зазначеного група нараховує автопарк, станції технічного обслуговування, розподільчі склади, ресторан Positano і Сільпо Restro. [35].

Стратегічними напрямками діяльності компанії є розвиток власного імпорту та власних торгових марок.

Продукція власного імпорту ввозиться від 780 постачальників з 89 країн світу.

У ТОП-10 категорій товарів власного імпорту входять банани, цитрусові, риба та морепродукти, пиво, сири, соки, вино, макаронні вироби, напої, сіль. Найбільший відсоток зростання імпорту характерний для таких

товарів: пиво – 66%, соки – 3122%, макаронні вироби – 49%, напої – 507%, сіль - 1963%, рибні та м'ясні консерви - 119%, кава - 269%, чай - 360%.

У мережі впроваджений проєкт «Лавка традицій», в межах якого реалізується продукція невеликих вітчизняних виробників та фермерів, власні торгові марки «Премія» та «Повна чаша». Також значна увага в мережі приділяється товарам власного виробництва: випічки «Крафтьяр», солодощі «Власної кондитерської», кулінарія, рибні копченості.

У 2022 році у мережі вироблено 26582 тонни хлібобулочних виробів, 88 найменувань риби гарячого копчення у загальній кількості 2244 тонни, 30 найменувань м'яса гарячого копчення у загальній кількості 265 тонн, 20000 тонн кулінарії (у тому числі 780 тонн курки гриль, 548 тонн оселедця під шубою, 505 тонн салату «Олів'є», 397 тонн курчат табака, 315 тонн смаженої картоплі з часником).

У Власній кондитерській виготовлено 4110 тонн солодощів 347 найменувань за оригінальними рецептурами.

Наразі в мережі представлена продукція 26 торгових марок від 230 постачальників. У 2022 році вийшли на ринок нові категорії, зокрема товари для домашніх улюбленців ТМ Tidy Pet, арахіс та насіння Премія, молоко Премія у новому форматі упаковки – 2 л.



Рисунок 2.1 – Власні торгові марки Сільпо-Фуд

Кожен новий магазин відрізняється індивідуальним дизайном. Наразі в мережі близько 100 тематичних супермаркетів і 4 делікатес-маркети Le Silpo.

Динаміку операційних показників мережі наведено на рисунку 2.1.

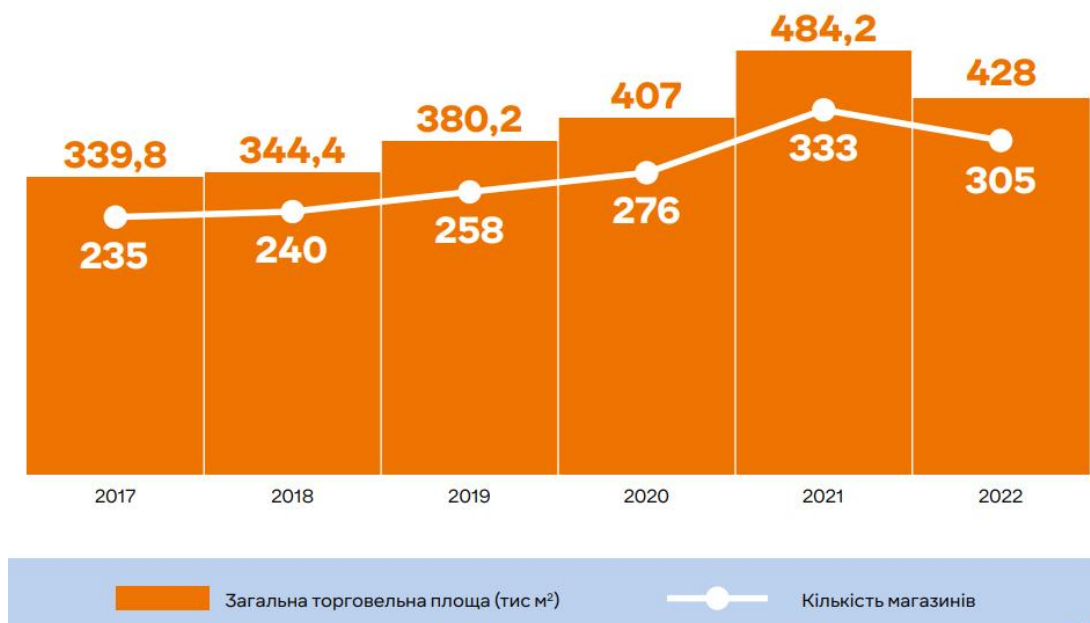


Рисунок 2.2 - Динаміка операційних показників мережі

Повномасштабне вторгнення росії суттєво вплинуло на діяльність мережі. Більше 30 супермаркетів Сільпо призупинили роботу у перші місяці війни у Києві та Київській області, Харкові, Чернігові, Сумах, яка була відновлена в подальшому .

Під час війни 31 супермаркет мережі Сільпо зазнали часткових чи повних руйнувань 17 з яких були відновлені.

18 супермаркетів змушені були зупинили роботу від початку окупації: зокрема 5 у Маріуполі , 4 у Бердянську, 3 у Мелітополі, по 2 у Сєверодонецьку, Енергодарі, по 1 у Дніпрорудному, Лисичанську. Деякі з магазинів фізично знищені.

Незважаючи на труднощі, компанія організувала за участі 134 іноземних компаній з 23 країн світу постачання 1 404,1 тонни гуманітарної допомоги (дитяче харчування та підгузки, їжа швидкого приготування, хліб та булочки, вода, соки, молоко, м'ясо, макарони, вівсянка, йогурт, борошно), яку за власний кошт завезли в Україну і роздали безкоштовно у 105 населених пунктах, та передали 127 благодійним фондам.

З початку масованих ракетних обстрілів «Сільпо» запусив масштабну програму підготовки до роботи в умовах блекауту. Усі «Сільпо» з травня

2023 року мають дизельні генератори та старлінки і готові працювати в автономному режимі.

В результаті військової агресії деяка кількість магазинів були частково пошкоджені, а контроль над магазинами на окупованих територіях загалом був втрачений. За фактом знищення або пошкодження майна компанією було подано заяви, зроблені фото- та відеозаписи стану майна, складено відповідні акти огляду, проведено опис майна та оформлення результатів, вжито заходів по відновленню майна та визначення розміру збитків. Станом на 31.12.2022 року 22 магазини на окупованій території на працюють. З міркувань безпеки у 2022 році закрито розподільчий центр у Харкові. У березні 2022 року внаслідок влучання ракети у розподільчий центр Квітневе було знищено 10 000 палет товару на суму 542 млн грн. Однозначно, це негативно впливає результати господарської діяльності. Разом з цим, з урахуванням того, що переважна кількість магазинів зосереджена в Києві та центральних регіонах України, стабілізація ситуації в цих регіонах позитивно позначається на динаміці доходів. Робота магазинів, територіально розташованих в Західному регіоні, взагалі не припинялася. Компанією проводиться величезна робота по відкриттю та відновленню магазинів на деокупованих територіях. У 2022 році відновлено роботу 47, і відкрито 8 нових магазинів.

Війна в Україні призвела до значного погіршення ліквідності та суттєвих збитків Сільпо-Фуд. У 2022 році збиток склав 7 633 195 тисяч гривень. Також відмічено дефіцит робочого капіталу в сумі 16 853 675 тисяч гривень та негативні чисті активи в сумі 10 689 935 тисяч гривень.

Проаналізуємо основні показники діяльності ТОВ Сільпо-Фуд за 2021-2023 роки.

Таблиця 2.1 – Основні показники діяльності ТОВ Сільпо-Фуд [36, 37, 38]

Показники	Роки			Абсолютне відхилення 2023 р. від		Відносне відхилення 2023 р. від	
	2021	2022	2023	2021	2022	2021	2022
Активи, всього, тис. грн, у т.ч.:	38660465	33966521	33199120	-5461345	-767401	-14,1	-2,2
- основні засоби, тис. грн.	16590031	16907634	15304540	-1285491	-1603094	-7,7	-9,4
- оборотні активи, тис. грн.	6461632	6005844	4819319	-1642313	-1186525	-25,4	-19,7
- товари, тис. грн.	6142334	5672039	4582709	-1559625	-1089330	-25,3	-19,2
- виробничі запаси, тис. грн	319298	333805	236610	-82688	-97195	-25,9	-29,1
Власний капітал, тис. грн.	13047703	13047703	15188703	2141000	2141000	16,4	16,4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	64402634	72784231	69990601	5587967	-2793630	8,6	-3,8
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	47249897	52182935	50815360	3565463	-1367575	7,5	-2,6
Валовий: прибуток, тис. грн.	17152737	20601296	19175241	2022504	-1426055	11,7	-6,9

Продовження таблиці 2.1

Чистий фінансовий результат: прибуток, тис. грн.	153528			-153528	0	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток, тис. грн.		1846179	7632318		5786139		

Дані про основні економічні показники уможливають дійти висновку, що активи у 2023 році знизились на 14,1% та 2,2% порівняно з 2021 та 2022 роками відповідно.

Загальна сума основних засобів на кінець 2023 року становила 15304540 тис. грн, що на 7,7% та 9,4% менше порівняно з 2021 та 2022 роками відповідно.

Загальна сума оборотних активів у 2023 році склала 4819319 тис. грн. Це на 1642313 менше, ніж у 2021 році та на 1186525 менше, ніж у 2022 році. На кінець звітного 2023 року залишки товарів становили 4582709 тис. грн проти 5672039 тис. грн у 2022 році та 6142334 тис. грн у 2021 році.—

У 2023 році товари становили 13,8% активів компанії (16,6% у 2022 році та 15,9% у 2021 році).

У 2023 році продажі ТОВ Сільпо-Фуд порівняно з 2022 роком знизились на 2793630 тис грн. Знизилась і собівартість реалізованої продукції.

У 2022 році, порівняно з 2021 роком знизився дохід від реалізації (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 - Дохід від реалізації товарів ТОВ Сільпо-Фуд [39]

Дохід від реалізації товарів, у т.ч.:	2022 рік, тис. грн.	2021 рік, тис. грн.
Роздрібні продажі	62 229 592	58 766 932

Продовження таблиці 2.2

Оптові продажі на території України	7 277 835	13 212 898
Оптові продажі за межами України	-	435 418
Всього	69 507 427	72 415 248
Дохід від реалізації послуг	431 836	379 287
Програма лояльності покупцям «Власний рахунок»	51 338	10 304
Всього	69 990 601	72 784 231

Слід відзначити, що знизились і витрати на збут (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 - Витрати на збут ТОВ Сільпо-Фуд [39]

Витрати на збут	2022 рік, тис. грн.	2021 рік, тис. грн.
Витрати на оплату праці	5 192 188	6 701 133
Знос основних засобів та АПК	3 233 145	2 741 031
Експлуатаційні, комунальні витрати та витрати на охорону	2 119 306	1 920 844
Амортизація нематеріальних активів	1 432 816	1 293 202
Відрахування на соціальні заходи	1 169 708	1 494 626
Матеріальні витрати	1 168 124	1 270 753
Витрати на оренду	828 172	601 606
Комісійна винагорода	688 965	5 893
Банківські послуги	365 109	631 062

Продовження таблиці 2.3

Витрати на податки	220 169	11 927
Обслуговування необоротних активів	310 955	388 323
Торговий знак	251 982	663 698
Транспорт, логістика та складські послуги	223 427	369 036
Рекламні послуги	158 019	267 240
Витрати на утримання персоналу	59 439	55 493
Інші витрати на збут	95 590	118 087
Всього витрати на збут	17 517 114	18 533 954

Щодо показників чистого фінансового результату, то у фінансовій звітності компанії у 2023 році зафіксовано збиток. Сума збитку 7632318 тисячі гривень, що на 5786139 тис грн більше, порівняно 2022 роком.

Керівництвом компанії проводяться системні заходи, спрямовані на виявлення і пом'якшення наслідків війни, але є низка факторів, які перебувають поза межами впливу керівництва, у тому числі непрогнозована тривалість і серйозність наслідків бойових дій, рівень міжнародної підтримки України тощо.

Управління компанією перебудовується з урахуванням підходів, спрямованих на нівелювання негативного впливу війни на діяльність та фінансовий стан ТОВ Сільпо-Фуд. Зокрема, проведена оптимізація графіків роботи магазинів, оптимізація затрат, переглянуто асортимент товару, проведені переговори із постачальниками та партнерами для отримання лояльніших умов співпраці, розроблені операційні інструкції для персоналу, адаптовано логістичні ланцюги до поточних умов, реорганізовані ключові бізнес-процеси, щоб пристосуватися до існуючих проблем і забезпечити безперервність діяльності ТОВ Сільпо-Фуд.

2.2 Аналіз асортименту чаю в мережі Сільпо-Фуд

Як було відображено в п.1.1. за технологією виробництва чай поділяють на: білий, зелений, чорний, червоний, бірюзовий, пуер, ароматизований. Аналізуючи ДСТУ 3993 нами встановлено, що поняття асортимент товарів трактується як «набір товарів різних груп, підгруп, видів і різновидів, що їх об'єднують за певною споживною, торговою або виробничою ознакою для характеристики складу товарної маси в різних умовах» [40].

Споживчий попит, який змінюється залежно від соціальних, економічних, природних та політичних чинників, суттєво впливає на процес формування асортименту товарів у торговельних мережах. На формування асортименту впливає і системна зміна підходів до харчування, орієнтація на здоровий спосіб життя, розвиток гастрономічного туризму.

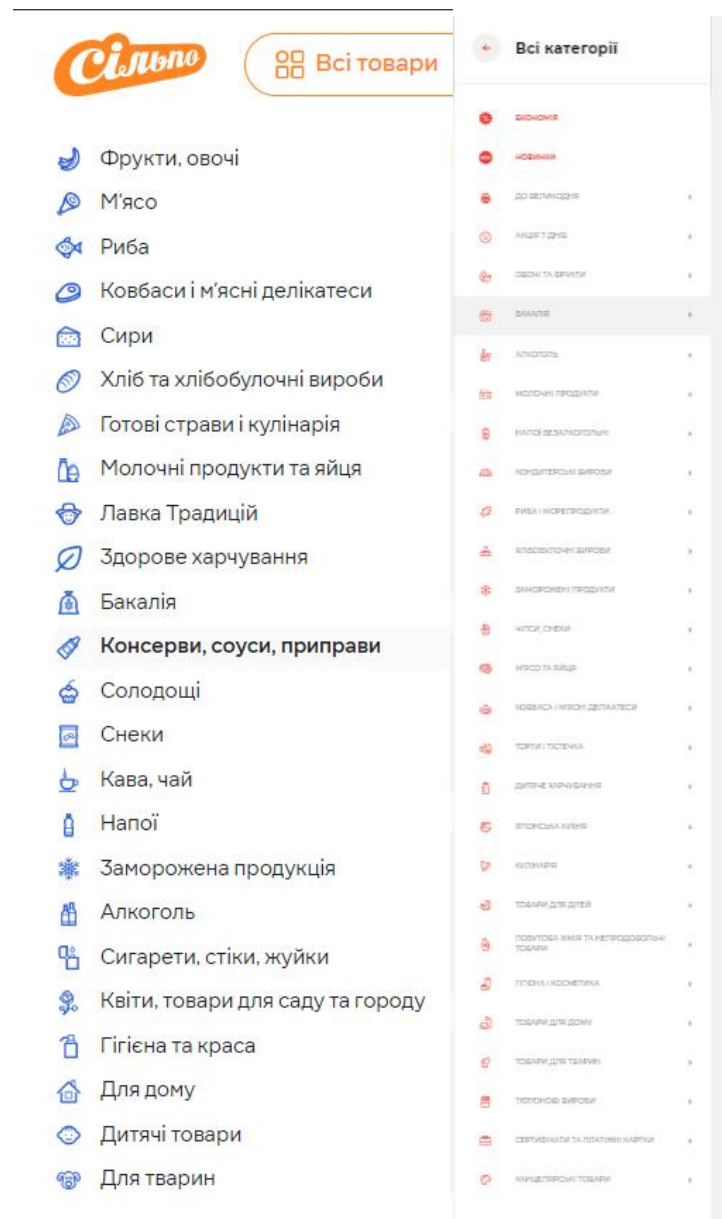
Зазвичай характеризують асортимент товарів за показниками широти, глибини, повноти, стійкості, новизни, раціональності.

Широта характеризує товарний асортимент у магазині за кількістю наявних в ньому груп і підгруп товарів, які подібні між собою і згруповані в однорідні групи на основі спільного використання. Чим ширший асортимент товарів, тим більшою мірою будуть задоволені потреби споживача у придбанні товарів різноманітного призначення. Покупець зможе придбати всі необхідні йому товари в одному місці, що, однозначно приваблює покупців. Кількісно широту асортименту характеризує коефіцієнт широти, під яким розуміють відношення кількості груп товарів у досліджуваній торговельній мережі, порівняно з мережею-конкурентом. Коефіцієнт широти зазвичай використовують для виявлення конкурентних переваг торговельних мереж.

Для розрахунку широти асортименту як конкурент обрано мережу АТБ-Маркет, в якій нараховано 26 груп товарів, з яких – 17 груп продовольчих та 7 – непродовольчих. У ТОВ Сільпо-Фуд нараховано 24 групи товарів, з яких – 18 груп продовольчих, 6 – непродовольчих.

Відповідно коефіцієнт широти асортименту товарів ТОВ Сільпо-Фуд становить 0,92.

Розрахований коефіцієнт є досить високим і свідчить про те, що в магазинах ТОВ Сільпо-Фуд навіть найвибагливіші споживачі можуть задовольнити власні потреби при придбанні широкого спектру товарів, які входять до різних груп.



1

2

Рисунок 2.3 – Широта асортименту товарів торговельних мереж Сільпо-Фуд (1) та ТОВ АТБ-Маркет (2)

Повнота асортименту характеризує асортимент товарів торговельного підприємства за кількістю видів та різновидів, об'єднаних у групи та підгрупи. Доречно зазначити, що у кожній мережі групування товарів відбувається за загальним принципами, але й має свої особливості. У ТОВ Сільпо-Фуд чай входить у групу Кава і чай (рисунок 2.3).

Найважливішим показником, який є визначальним при визначення ступеня задоволеності потреб споживачів, є показник глибини асортименту. Глибина асортименту – це загальна кількість товарних позицій всередині кожної товарної категорії, яку кількісно характеризують за коефіцієнтом глибини.

Таблиця 2.4- Кількість асортиментних позицій чаю /чаю зеленого різних країн-виробників в мережі ТОВ Сільпо-Фуд [41]

Країна	Кількість позицій	Країна	Кількість позицій
Австрія	1/1	Данія	-/1
Азербайджан	8/5	Південна Африка	5
Болгарія	-/2	Польща	29/-
Велика Британія	20/12	Португалія	1/-
Грузія	3/-	Таїланд	1/-
Ізраїль	8/2	Туреччина	4/3
Індія	12/6	Угорщина	6/-
Італія	10/5	Україна	157/82
Китай	22/15	Франція	15/11
Литва	5/2	Чехія	1/-
Марокко	2/2	Швейцарія	3/-
Нідерланди	7/5	Шрі-Ланка	106/58
Німеччина	7	Японія	13/13

Чай розфасований у металеву, картонну тару та тару з комбінованих матеріалів та представлений у вигляді пакетованого та вагового.

Чай представлено 94 брендами і нараховує 422 позиції: Ahmad tea (14 позицій), Akbar (4), Alokozay (1), Aroma Tea (5), Azercay (8), Basilur (41), Batik (1), Bebivita (2), Belin (3), BioTea (17), BOS (5), Cartwright&Butler (1), Cha Tra Mue (1), Chelton (6), Curtis (10), Dammann Freres (6), Dilmah (17),

Edems (4), English Tea Shop (11), G'tea! (1), Golden India Tea (1), Gr@ce! (4), Greenfield (1), Gulfstream (2), Gurieli (3), Halim (2), Hampstead tea (1), Heath&Heather (2), Hello Tea (2), Higher Living (3), Hillway (6), Hipp (7), Humana (1), Hyleys (3), InterTee (4), Jaf Tea (1), Kingsleaf (4), Kissa (1), Kusmi Tea (2), Lipton (12), Lovare (9), Mesh (4), Messmer (3), Mol'far (3), Monomax (4), Moya (8), Newby (8), Or Tea? (1), Pickwick (9), Posti (5), Pukka (1), Pure Leaf (2), Richard (4), Saga (2), ShanShan Tea (1), Sherlock Secrets (1), Sindbad (4), Sir Roger (5), Sonatural (1), Sonnet (1), Taylors of Harrogate (3), Tea Moments (1), Tea of Life (3), Tea People (2), Teahouse (20), TeaPot (3), Terre d'Oc (9), Tipson (3), Tiptree (3), Twinings (5), Westminster (2), Whittard (1), Wissotzky Tea (8), Yogoda (8), Yorkshire Tea (2), ZaDinamo (3), Асканія (4), Бескид (6), Домашній чай (2), Золотий Слон (3), Карпатський чай (2), Купальські трави (3), Лавка традицій (3), Майський (5), Повна Чаша (3), Премія (4), Принц Гіріш (2), Смакуйте (1), ТЕТ (1), Три слона (2), Трипільське Сонце (4), Тянь Шань (1), Хвилинка (3), Чайні шедеври (1).

Для розрахунку коефіцієнта глибини ми орієнтувались на дані наукової літератури щодо категоризації чаю: за видом – чорний, зелений, білий, червоний, за способом пакування – пакетований і ваговий, за видом тари – у тарі з металу, картону, комбінованих та полімерних матеріалів, за наявністю добавок – з добавками і без, за крупністю листа – крупно- середньо- і дрібнолистовий, за розфасовкою – 100, 150, 200 г. Отже, передбачена потенційна можливість різновидів за різними ознаками – 18 позицій

Нами встановлено, що у ТОВ Сільпо-Фуд наявні всі 18 позицій.

Отже, коефіцієнт глибини асортименту, який є відношенням фактичної кількості різновидів чаю (18) до потенційно можливих (18), становить 1,0.

Розраховане значення коефіцієнта глибини асортименту свідчить про достатність у мережі асортиментних позицій чаю.

При товарознавчому оцінюванні асортименту враховують також оновлення, стійкість та раціональність.

Оновлення асортименту передбачає виведення на ринок нових

різновидів товарів за певний проміжок часу. Його оцінюють за коефіцієнтом новизни, який визначається як відношення кількості нових найменувань товарів до загальної кількості товарів представлених в магазині. В результаті проведених досліджень в мережі ТОВ Сільпо-Фуд з'ясувалося, що за останні 2 місяці відбулося оновлення асортименту чаю 45 позиціями. Отже, розрахований коефіцієнт новизни становить 0,11. Враховуючи значну кількість асортиментних позицій, навіть при невисокому значенні коефіцієнту новизни вважаємо, що адміністрацією ТОВ Сільпо-Фуд, приділяється достатньо уваги оновленню асортименту.

Разом з оновленням асортименту необхідно забезпечувати і його стійкість. Стійкість торгового асортименту товарів – це постійна наявність у продажу товарів одних і тих самих видів та різновидів товарів у визначений період часу. Саме стійкість асортименту забезпечує можливість купівлі затребуваної позиції чаю у будь який момент часу. Стійкість асортименту оцінюють коефіцієнтом стійкості: відношенням кількості фактичних різновидів товарів до кількості різновидів, які передбачені асортиментним переліком підприємства. Розрахований коефіцієнт стійкості асортименту становить 1. Це підтверджує, що всі наявні в ТОВ Сільпо-Фуд асортиментні позиції чаю є цікавими для споживачів.

На основі проведених розрахунків показників асортименту можна дійти висновку, що асортиментна політика ТОВ Сільпо-Фуд є достатньою та обґрунтованою.

3 ОЦІНКА ЯКОСТІ ЗЕЛЕНОГО АРОМАТИЗОВАНОГО ЧАЮ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

3.1 Методи дослідження якості

Завдання, передбачені метою дипломної бакалаврської роботи, виконувались за методикою проведення теоретичних, практичних та експериментальних досліджень.

Схему виконання теоретичних досліджень наведено на рисунку 3.1.



Рисунок 3.1 – Етапи теоретичних досліджень

Послідовність виконання практичних досліджень наведено на рисунку

3.2.

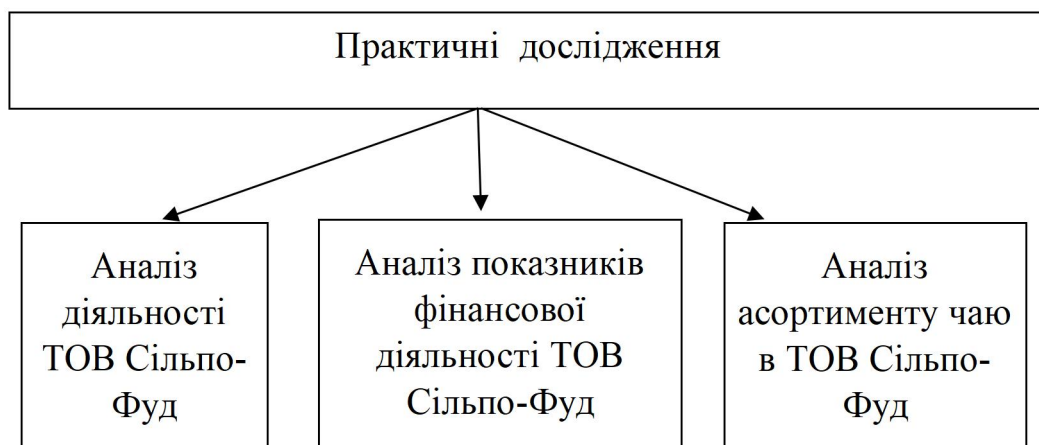


Рисунок 3.2 – Етапи практичних досліджень

Послідовність виконання експериментальних досліджень наведено на рисунку 3.3.

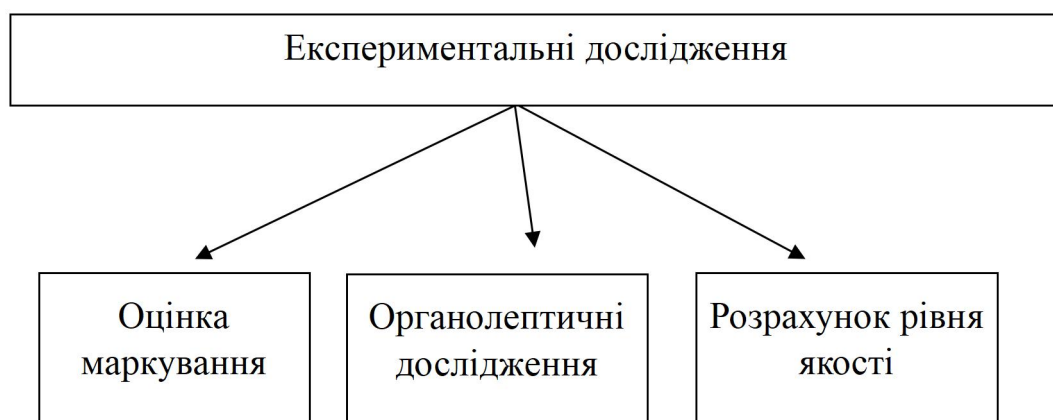


Рисунок 3.2 – Етапи експериментальних досліджень

Об'єктом дослідження було 5 торгових марок зеленого ароматизованого чаю з жасмином.

Зразок №1 – Чай зелений байховий з квітками жасмину ТМ «Qualitea»(рисунок 3.3).

Зразок №2 – Зелений чай з жасмином ТМ «Кожен день»(рисунок 3.4).



Рисунок 3.3 - Зразок № 1



Рисунок 3.4 - Зразок № 2

Зразок №3 – Чай зелений англійський з квітками жасмину ТМ «Хейліс» (рисунок 3.5).

Зразок №4 –Китайський зелений чай з квітками жасмину ТМ «Lord Byron»(рисунок 3.6).

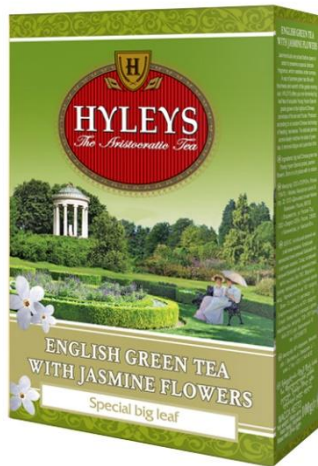


Рисунок 3.4 - Зразок № 3



Рисунок 3.6 - Зразок № 4

Зразок №5 – Чай китайський зелений байховий листовий з ароматом жасмину ТМ «Greenfield» (рисунок 3.7).

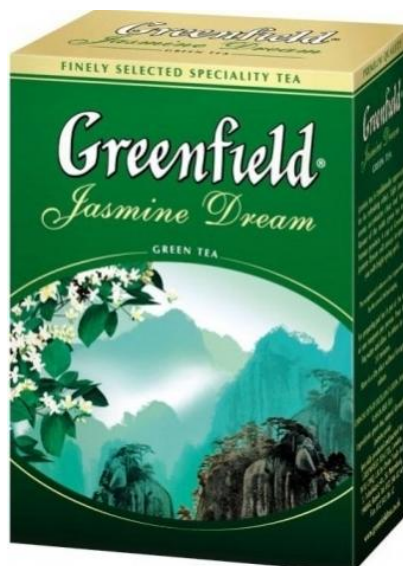


Рисунок 3.7 - Зразок № 5

На етапі теоретичних досліджень проаналізовано стан ринку чаю, дані щодо експортних та імпортних поставок, законодавчу базу регулювання обігу чаю, особливості товаропостачання.

Етап практичного дослідження включав аналіз діяльності ТОВ Сільпо-Фуд та наявного в мережі асортименту чаю.

Експериментальні дослідження включали дослідження маркування та органолептичну оцінку.

Першим на шляху оцінки якості чаю був аналіз маркування досліджуваних зразків. Маркування чаю перевірялося візуальним оглядом відповідно до вимог Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [27].

Маркування харчових продуктів повинно містити таку обов'язкову інформацію відповідно до статті 6 Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» :

- 1) назва харчового продукту;
- 2) перелік інгредієнтів;
- 3) будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, які є алергенами та використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і залишаються присутніми у готовому продукті, навіть у змінній формі;
- 4) кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів;
- 5) кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання;
- 6) мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 7) будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби);
- 8) найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про харчовий продукт;
- 9) країна походження або місце походження;
- 10) інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;
- 11) інформація про поживну цінність харчового продукту [27].

Органолептичні показники: смак та запах, колір настою, зовнішній вигляд чайного листа та колір розвареного листа чаю визначали за ГОСТ 1936-85 «Чай. Правила приймання і методи аналізування» [26].

Для оцінки зовнішнього вигляду середні зразки висипали на чисті аркуші паперу і візуально визначали групу чаю (листовий або дрібний), однорідність забарвлення і ступінь скрученості чайнок, наявність тіпсів (золотавих кінчиків – бруньок флеші), що свідчить про високу якість чаю, присутність стебел і чайного пилу, характерних для низьких сортів чаю і сировини пізнього осіннього збору.

Зовнішній вигляд наважки сухого чаю визначали шляхом його огляду при денному розсіяному світлі або яскравому штучному освітленні.

Із взятої наважки брали 3 г чаю та заливали 125 мл киплячої води і закривали кришкою. Після 5-хвилинного настоювання екстракт без чайнок зливали і визначали колір та інтенсивність настою. Забарвлення настою дає уявлення про тип чаю і його різновид. При оцінці кольору настою звертали увагу на відповідність його типу чаю, густоті, інтенсивності, яскравості. Яскраве забарвлення і завжди супутня їй прозорість є надійною ознакою високої якості чаю, чого не можна сказати про колір. Темний, густозабарвлений, але тьмяний непрозорий настій — ознака низької якості чаю.

Достовірну уяву про якість чаю дає оцінка кольору розвареного листу. Для цього чайник перевертали на кришку і, віджавши із розвареного листу залишки настою, визначають колір листа і однорідність забарвлення. У високоякісного зеленого чаю розварене листя має однорідний із зеленуватим відтінком колір.

Для визначення смаку із чашки надпивали трохи чаю і, не проковтуючи, перекочували у роті, оцінюючи смакові відчуття. Терпкість і повнота смаку настою — ознака високої екстрактивності чайів, їх високої Р-вітамінної активності. При недостатньо вираженій терпкості чай має порожній, "плоский" смак, властивий переферментованим чаям.

3.2 Оцінка якості зеленого ароматизованого чаю та розробка рекомендацій щодо її підвищення

Оцінку якості починали з аналізу маркування.

Маркування - це текст, умовні позначення або малюнок, нанесені на упакування або товар, а також інші допоміжні засоби, призначені для ідентифікації товару або окремих його властивостей, доведення інформації до споживача про виготовлювачів, кількісні і якісні характеристики товару.

Основними функціями маркування є: інформаційна та ідентифікаційна, які призначені для доведення до споживачів, продавців, експертів інформації, щодо асортиментної належності, якості та безпечності.

Оцінку маркування проводили на відповідність Закону України Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів.

Відповідно зазначеного закону на упаковці повинна бути наступна інформація: назва харчового продукту, склад, маса нетто, термін зберігання, його виробник, адреса, сорт, дата виготовлення, термін придатності, умови зберігання, найменування та місцезнаходження виробника, номер партії виробництва, інформація щодо місця походження продукту, нормативний документ (для вітчизняного виробництва).

Маркування нанесено на етикетку чаю в напівжорсткій упаковці.

Інформація про результати дослідження маркування зазначена в таблицях 3.1- 3.5

Таблиця 3.1 - Маркування чаю зеленого ароматизованого з жасмином
ТМ Qualitea

ТМ чаю	Показники	Характеристика показників
	Склад продукту	Чай зелений байховий з квітками жасмину
	Тип листу	Середньолистовий
	Сорт продукту	«Букет»
	Номер партії	Відповідає даті виробництва
	Нормативний документ	ТУ У 74.8- 02050775-001-2002
	Місце вирощування	Китай
	Умови зберігання	Зберігати у сухому прохолодному місці при відносній вологості повітря не більше 70 %
	Штриховий код	Наявний
	Виробник / країна вирощування / країна упакування	ТОВ «Фактум – Юг» Китай / Україна, Дніпропетровськ
	Вага упаковки нетто (г) / ціна 100 г	100 г/42,99
	Термін зберігання (місяців)	24
	Дата виробництва	15.07.2023

Таблиця 3.2 - Маркування чаю зеленого ароматизованого з жасмином
ТМ Кожен день

ТМ чаю	Показники	Характеристика показників
	Склад продукту	Чай китайський зелений байховий з жасмином
	Тип листу	Листовий
	Сорт продукту	Перший
	Номер партії	L 37 36 53
	Нормативний документ	ТУ У 1942 14 19.001-99
	Місце вирощування	Китай
	Умови зберігання	Зберігати щільно закритими у сухому місці за відносної вологості повітря не більше 70 %
	Штриховий код	наявний
	Виробник / країна вирощування / країна упакування	АТ «Мономах» Китай/ Україна смт. Велика Димерка
	Вага упаковки нетто (г) / ціна 100 г	100 г/21,26
	Термін зберігання (місяців)	24
	Дата виробництва	12.12.2023

Таблиця 3.3 - Маркування чаю зеленого ароматизованого з жасмином
ТМ Хейліс

ТМ чаю	Показники	Характеристика показників
 	Склад продукту	Чай зелений байховий з квітками жасміну
	Тип листу(за даними виробника)	Крупнолистовий
	Сорт продукту	Не вказано
	Номер партії	339161101D
	Нормативний документ	-
	Місце вирощування	Китай
	Умови зберігання	Зберігати в сухому місці без по сторонніх за-пахів при відносній вологості повітря 70 %
	Штриховий код	наявний
	Виробник / країна вирощування / країна упакування	«Рідженсі Тіс Лтд.» Шрі- Ланка / Шрі-Ланка
	Вага упаковки нетто (г) / ціна 100 г	100 г/64,99
	Термін зберігання (місяців)	36
	Дата виробництва	15.07.2023

Таблиця 3.4 - Маркування чаю зеленого ароматизованого з жасмином
TM Lord Byron

ТМ чаю	Показники	Характеристика показників
	Склад продукту	Чай зелений байховий китайський, квітки жасмину
	Тип листу(за даними виробника)	Середньолистовий
	Сорт продукту	«Букет»
	Номер партії	Відповідає даті виробництва
	Нормативний документ	ТУУ 74.8- 02050775-001-2002
	Місце вирощування	Китай
	Умови зберігання	Зберігати у сухо-му прохолодному місці при відносній вологості повітря не більше 70 %
	Штриховий код	наявний
	Виробник / країна вирощування / країна упакування	ТОВ «Фактум – Юг» Китай/ Україна, Дніпропетровськ
	Вага упаковки нетто (г) / ціна 100 г	100 г/34,99
	Термін зберігання (місяців)	36
	Дата виробництва	15.07.2023

Таблиця 3.5 - Маркування чаю зеленого ароматизованого з жасмином
TM Greenfield

ТМ чаю	Показники	Характеристика показників
	Склад продукту	Чай китайський зелений байховий ароматизований жасмином
	Тип листу(за даними виробника)	Листовий
	Сорт продукту	Не вказано
	Номер партії	Відповідає даті виробництва
	Нормативний документ	ТУ У 15.8- 30307990-002:2005
	Місце вирощування	Китай
	Умови зберігання	Зберігати в сухому місці без сторонніх запахів при відносній вологості повітря 70 %
	Штриховий код	наявний
	Виробник / країна вирощування / країна упакування	ТОВ «Ексімтрейд» Китай/ Україна; Київська обл., с.Требухів
	Вага упаковки нетто (г) / ціна 100 г	100 г/32,86
	Термін зберігання (місяців)	24
	Дата виробництва	12.09.2023

Виходячи з результатів дослідження маркування чаю зеленого ароматизованого з жасмином, встановлено, що в дослідних зразках чаю ТМ Хейліс та Greenfield виробник не вказав сорт чаю.

Слід зазначити, що чай зберігає свої корисні властивості тільки протягом 12 місяців, тому слід звертати увагу не лише на кінцевий термін придатності, а й на дату виготовлення чаю. Разом з цим зазначений термін зберігання дослідних зразків чаю 2-3 роки. Ми припускаємо, що це зумовлено видом пакувального матеріалу, однак виробник не зазначив причину, що сприяє збереженню якості чаю понад гарантований термін.

Ні один з виробників представлених торгових марок не зазначив дату збору чайного листа.

Але частіше за все забувають указати на упаковці вигляд чайного листа. Виробник обмежується лаконічним написом - «чай листовий», що може відповідати і великим, і середнім, і дрібним розмірам листа. Ці зауваження стосуються чаю ТМ «Greenfield» та «Кожен день».

Отже, за результатами аналізу маркування зеленого ароматизованого чаю різних виробників встановлено, що чай ТМ «Qualitea» та ТМ «Lord Byron» повністю відповідає вимогам нормативної документації щодо маркування, і містить повну інформацію.

Органолептичні показники є найважливішими при визначенні товарного сорту чаю. На основі їхнього аналізу можна зробити висновки про походження чаю, якість сировини, дотримання технології виробництва та зберігання.

Органолептичні показники продуктів належать до тих, що не вимірюються і значення яких не можна виразити у фізичних розмірних шкалах. Характеристику смаку, запаху, консистенції й інших сенсорних ознак дають за допомогою якісних описів.

Відібрані зразки чаю оцінювали за органолептичними показниками у наступній послідовності: зовнішній вигляд сухого зеленого чаю, настій, аромат і смак та колір розвареного листа.

Для того, щоб виключити суб'єктивність органолептичного методу, під час визначення товарного гатунку встановлювали градації якості за результатами сенсорної оцінки товару. Використовували 10-балову систему з обов'язковим диференціюванням якісних ознак (з використанням коефіцієнтів вагомості).

Таблиця 3.6 - Органолептичні показники якості чаю зеленого з жасмином ТМ Qualitea

Показники	Характеристика показника	Бали
Зовнішній вигляд сухого чаю 	Рівний, однорідний, добре скручений	8,8
Настій	Прозорий, світло-зелений з жовтуватим відтінком	8,8
Аромат і смак	Повний букет, тонкий, ніжний аромат з яскраво вираженими нотками жасмину, терпкий на смак	8,7
Колір розвареного листа 	Однорідний з зеленуватим відтінком	9
Середній бал		8,8

Таблиця 3.7 - Органолептичні показники якості чаю зеленого з жасмином ТМ Кожен день

Показники	Характеристика показника	Бали
Зовнішній вигляд сухого чаю 	Недостатньо рівний, скручений	6,5
Настій	Не достатньо прозорий, темно-жовтий	7,5
Аромат і смак	Слабко виражений аромат з нотками скошеної трави, не достатньо виражений терпкий смак	6,9
Колір розвареного листа 	Недостатньо однорідний з жовтуватим відтінком	7
Середній бал		6,7

Таблиця 3.8 - Органолептичні показники якості чаю зеленого з жасмином ТМ Хейліс

Показники	Характеристика показника	Бали
Зовнішній вигляд сухого чаю 	Рівний, однорідний, добре скручений	7,8
Настій	Прозорий, світло-зелений з жовтуватим відтінком	8,7

Продовження таблиці 3.8

Аромат і смак	Ніжний аромат з нотками жасмину, приємний смак, терпкий	8,8
Колір розвареного листа 	Однорідний з світло зеленуватим відтінком	8,8
Середній бал		8,5

Таблиця 3.9 - Органолептичні показники якості чаю зеленого з жасмином ТМ Lord Byron

Показники	Характеристика показника	Бали
Зовнішній вигляд сухого чаю 	Рівний, однорідний, добре скручений	8,4
Настій	Прозорий, світло-зелений з жовтуватим відтінком	8,7
Аромат і смак	Повний букет, тонкий, ніжний аромат з яскраво вираженими нотками жасмину, терпкий на смак	8,9
Колір розвареного листа 	Однорідний з зеленуватим відтінком	8,7
Середній бал		8,7

Таблиця 3.10 - Органолептичні показники якості чаю зеленого з жасмином ТМ Greenfield

Показники	Характеристика показника	Бали
Зовнішній вигляд сухого чаю 	Рівний, однорідний, добре скручений	8,7
Настій	Прозорий, світло-зелений з жовтуватим відтінком	8,8
Аромат і смак	Ніжний аромат з нотками жасмину, смак з приємною терпкістю	8,8
Колір розвареного листа 	Однорідний з світло зеленим відтінком	8,6
Середній бал		8,2

За зовнішнім виглядом чаю ТМ Qualitea було встановлено, що чайніки рівні, однорідні та добре скручені, цей показник отримав високий бал -8,8. Під час заварювання настій чаю став зеленувато-жовтого та інтенсивного кольору, на цьому етапі дослідження чай отримав теж високий бал - 8,8. За зовнішнім виглядом розвареного листа даний зразок отримав оцінку- 9 балів, так як мав однорідний з зеленуватим відтінком колір. Аромат чаю був ніжним з яскраво вираженими нотками жасмину, а під час дегустування відчувався приємний з терпкістю смак. За цим показником чай отримав також високу оцінку-8,7. Чай ТМ Qualitea отримав середній бал 8,8.

За зовнішнім виглядом чаю ТМ «Кожен день» було визначено, що чайні листочки недостатньо рівні та скручені і тому, цей показник отримав не високий бал – 6,5. Під час заварювання настій чаю став недостатньо яскравим та прозорим, на цьому етапі дослідження чай отримав середній бал – 7,5. За зовнішнім виглядом розвареного листа даний зразок отримав оцінку- 6,7 балів. Аромат чаю був дуже слабким з нотками скошеної трави, а смак зовсім трішки терпким, на цій щаблі чай отримав середню оцінку – 6,9. Чай ТМ «Кожен день» отримав середній бал 6,7.

За зовнішнім виглядом чаю ТМ «Хейліс» було визначено, що чайний лист рівний, однорідний, добре скручений, цей показник отримав майже високий бал – 7,8. Під час заварювання настій чаю став прозорим, світло-зеленим з жовтуватим відтінком, на цьому етапі дослідження чай отримав бал – 8,7. За зовнішнім виглядом розвареного листа даний зразок отримав оцінку- 8,8 балів. Аромат чаю ніжний з нотками жасмину, а смак приємний і терпкий – 8,8. При підсумку чай ТМ «Хейліс» отримав середній бал 8,5.

За зовнішнім виглядом чаю ТМ «Lord Byron» було визначено, що чайний лист рівний, однорідний, добре скручений, цей показник отримав майже високий бал – 8,4. Під час заварювання чаю настій прозорий, світло-зелений з жовтуватим відтінком – 8,7. За зовнішнім виглядом розвареного листа даний зразок отримав оцінку- 8,7 балів. Аромат чаю тонкий, ніжний з яскраво вираженими нотками жасмину, смак терпкий – 8,9. Чай ТМ «Хейліс» отримав середній бал 8,7.

Останнім досліджувався зелений ароматизований чай ТМ Greenfield.

Було встановлено, що зовнішній вигляд сухого чайного листа рівний, однорідний, добре скручений.– 8,7. Під час заварювання аромат настою чаю став ніжний з нотками жасмину, смак з приємною терпкістю– 8,8. За зовнішнім виглядом розвареного листа даний зразок отримав оцінку- 8,2 балів. Аромат чаю ніжний а, смак з приємною терпкістю – 8,8. При підсумку чай ТМ Greenfield отримав середній бал 8,2.

Встановлено, що найкращі органолептичні властивості характерні для чаю ТМ Qualitea, дещо нижчі – для чаю ТМ Lord Byron, а найнижчі – для чаю ТМ Кожен день.

За кольором настою чай дістав хороші оцінки, лише чай ТМ Кожен день виявився недостатньо прозорими.

Використовуючи розроблене колесо аромату нами встановлено, що за ароматом ТМ Lord Byron, ТМ «Хейліс» та ТМ Qualitea мали квіткові нотки, та відповідно отримали високий бал, чай ТМ «Кожен день» мав нотки скошеної трави що є невласиво для чаю з ароматом жасмину, що й вплинуло на невисокі бали за цим показником.

Хорошої міцності не виявилось ні у одного з марок чаю: у ТМ «Кожен день» вона дуже слабка, у ТМ «Qualitea» недостатня міцність.

За кольором розвареного листа відрізнявся чай ТМ «Qualitea» та ТМ «Хейліс».

За результатами органолептичної оцінки розраховано рівень якості чаю (рисунок 3.9)

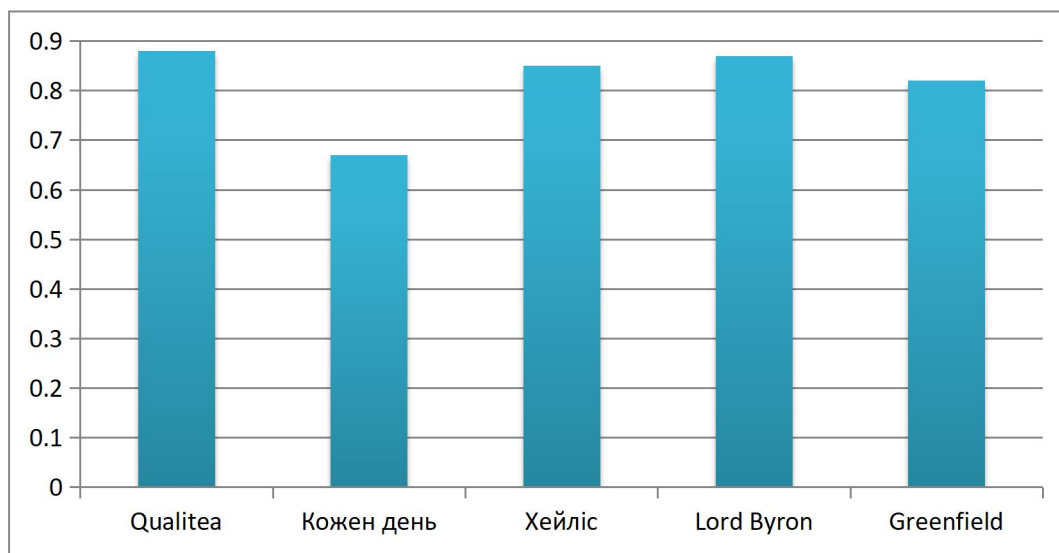


Рисунок 3.9 - Рівень якості зеленого ароматизованого чаю

На основі аналізу органолептичних властивостей встановлено, що найвищі органолептичні показники мають зразки чаю ТМ Qualitea, Хейліс та

Lord Byron, дещо менші Кожен день та Greenfield, що і визначило нижчі значення рівня якості.

Вище наведене дає можливість констатувати, що ефективна організація товаропостачання якісного чаю вимагає постійного удосконалення механізму договірних взаємин, що передбачає укладання угод безпосередньо з постачальниками-виробниками на стабільній довгостроковій основі.

Вибір постачальників доцільно здійснювати на основі аналізу фінансового стану постачальника, часу виконання замовлень, наявності у постачальника резервних потужностей, кредитоспроможності, місця розташування та враховувати такі аспекти: репутація; вчасна доставка товарів; розвинена технологічна структура; фінансова стійкість; досвід; співвідношення «ціна – якість»; глибина асортименту; розвиток та зростання.

Якщо постачальник пропонує чай за низькими цінами, то до такої пропозиції слід поставитись максимально уважно і проаналізувати її за допомогою наступних дій: перевірка якості партії; запит документів, що підтверджують якість (сертифікат або декларацію відповідності, паспорт, якісне посвідчення тощо).

Робота з постачальниками ТОВ Сільпо-Фуд повинна будуватися тільки на планових замовленнях і жорстко відстежуватися при прийомі товару, що дозволить уникнути таких невідповідностей по терміну придатності продукції, вимогам щодо маркування, надлишку на складі і навпаки дефіциту товарів на полицях магазинів.

При недотриманні умов договору постачання компанії слід припиняти роботу з даним постачальником.

При укладанні угод передбачити як одну із умов договору позначення на маркуванні товару не лише терміну придатності чаю, а й дати збору чайного листа, оскільки свіжість чайного листа є визначальним фактором формування якості чаю.

ВИСНОВКИ

Проведений аналітичний огляд літератури показав, що чай, як цінний харчовий продукт, має багатовікову історію та завдяки смаковим властивостям та біологічній цінності не втрачає популярності. Станом на 2023 рік чай культивується в більш ніж 30 країнах світу, але основними виробниками є Індія, Китай, Шрі Ланка, Японія, Кенія. Існує більше 1500 ботанічних сортів чаю. Але найбільшими країнами – виробниками чаю є: Шрі-Ланка, Індія, Африка, Китай та Індонезія. Ними виробляється 79% світового виробництва чаю і здійснюється 86% світового експорту.

Близько 21% світової продукції експортується в 3 регіонів Шрі-Ланки, де вирощується і виробляється чай з різними смаками, ароматами і квітами. Його основними різновидами є: цейлонська суміш, Дімбра, Нуvara Елія і Ува. Індія експортує близько 14% світового обсягу чаю. Тут вирощується чай з унікальним смаком і характеристиками. Основними об'єктами міжнародної торгівлі є: індійський чай, Ассам, Дарджилінг, Нілгірі.

Щорічна місткість ринку чаю України оцінюється в 22 - 24 тис. тонн.

Основні постачальники чорного чаю в Україну: Шрі-Ланка, Індія, Індонезія; зеленого – Китай, Шрі-Ланка; мате – Аргентина і Бразилія.

У 2021 році в Україну було імпортовано 18,31 тис, тонн чаю проти 18,33 тис тонн в 2020 році.

Найбільш популярним в Україні є чорний чай, якому належить 80% ринку в натуральному вираженні.

Весь чай в Україні виробляють з чайного листя іноземного походження. Вітчизняні виробники упаковують свою продукцію тільки під власними торговими марками, оскільки кліматичні умови країни непридатні для вирощування чаю. Найбільшим виробником чаю в Україні є компанія «Мономах».

Сфера контролю безпечності та якості харчової продукції в Україні та інших країнах світу – одна з найурегульованіших, оскільки суттєво впливає

на збереження здоров'я населення. Нормативно – правове регулювання якості та обігу чаю в Україні визначається низкою документів в яких зазначено як загальні підходи до забезпечення якості, так і містяться конкретні параметри безпечності та якості продукції. До них належать Закони України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», накази міністерства охорони здоров'я, чинні ДСТУ.

Узагальнена схема постачання товарів на підприємства роздрібної торгівлі охоплює такі етапи: розрахунок потреби в товарах; пошук джерел постачання товарів; обґрунтування вибору джерел товаропостачання і постачальників товарів; вибір форм товаропостачання; формування господарських зв'язків щодо закупівлі та постачання товарів, встановлення раціональних схем постачання; закупівля товарів через укладання угод на постачання товарів; забезпечення надходження товарів до підприємств торгівлі; визначення оптимальної періодичності доставки і розмірів партій товарів; організація і забезпечення оперативного контролю за виконанням договорів поставки; організація доставки товарів в магазини; приймання товарів і його документальне оформлення.

Сільпо - одна з найбільших мереж продовольчих супермаркетів в Україні, флагманський бізнес Fozzy GROUP. Перший магазин під назвою Сільпо відкрився в 1998 році, а в 2016 році було засновано ТОВ Сільпо-Фуд. Основними напрямками діяльності групи є оптова та роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах, в основному продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Станом на 31.12.2022 року у 71 місті України працювало 305 супермаркетів (у 2021 році 338 супермаркетів функціонувало у 80 містах України), у тому числі 4 магазини делікатесів LE SILPO з преміальним асортиментом харчових продуктів та непродовольчих товарів, а також магазини 4-х формату OffTop, напрям діяльності яких – реалізація непродовольчих товарів. Стратегічними напрямками діяльності компанії є розвиток власного імпорту та власних торгових марок.

Продукція власного імпорту ввозиться від 780 постачальників з 89 країн світу.

У фінансовій звітності компанії у 2023 році зафіксовано збиток. Сума збитку 7632318 тисячі гривень, що на 5786139 тис грн більше, порівняно 2022 роком. Керівництвом компанії вживається низка заходів, спрямованих на нівелювання негативного впливу війни на діяльність та фінансовий стан підприємства. Зокрема, проведена оптимізація графіків роботи магазинів, оптимізація затрат, переглянуто асортимент товару, проведені переговори із постачальниками та партнерами для отримання більш лояльних умов співпраці, розроблені операційні інструкції для персоналу, адаптовано логістичні ланцюги до поточних умов, реорганізовані ключові бізнес-процеси, щоб пристосуватися до існуючих проблем і забезпечити безперервність діяльності ТОВ Сільпо-Фуд. Але є низка факторів, які перебувають поза межами впливу керівництва, у тому числі непрогнозована тривалість і серйозність наслідків бойових дій, рівень міжнародної підтримки України тощо.

У мережі Сільпо-Фуд чай представлено 94 брендами і нараховує 422 позиції. Розраховані коефіцієнти повноти та глибини асортименту підтверджують, що асортиментна політика ТОВ Сільпо-Фуд є достатньою та обґрунтованою.

На основі аналізу органолептичних властивостей встановлено, що найкращі органолептичні властивості мають зразки чаю ТМ Qualitea, Хейліс та Lord Byron, дещо менші Кожен день та Greenfield.

Пропозиції щодо удосконалення асортиментної та торговельної діяльності ТОВ Сільпо-Фуд:

- удосконалювати механізм договірних взаємин щодо укладання угод безпосередньо з постачальниками-виробниками на стабільній довгостроковій основі;
- вибір постачальників здійснювати на основі аналізу фінансового стану постачальника, часу виконання замовлень, наявності у постачальника резервних потужностей, кредитоспроможності, місця розташування та

враховувати такі аспекти: репутація; вчасна доставка товарів; розвинена технологічна структура; фінансова стійкість; досвід; співвідношення «ціна – якість»; глибина асортименту; розвиток та зростання.

- якщо постачальник пропонує чай за низькими цінами, то до такої пропозиції слід поставитись максимально уважно і організувати перевірку якості партії; проаналізувати документи, що підтверджують якість (сертифікат або декларацію відповідності, паспорт, якісне посвідчення тощо).

- роботу з постачальниками ТОВ Сільпо-Фуд здійснювати на планових замовленнях і контролювати якість товару на етапі приймання продукції, що дозволить уникнути невідповідностей по термінах придатності, маркування та показників якості.

- при укладанні угод передбачити як одну із умов договору позначення на маркуванні товару не лише терміну придатності чаю, а й дати збору чайного листа, оскільки свіжість чайного листа є визначальним фактором формування якості чаю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чай: найкращі бренди і марки, виробники, сорти [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <https://torbafood.ua/ua/i-articles/chay-luchshie-brendy-i-marki-proizvoditeli-sorta/> (Дата звернення: 15.04.2024).
2. Trade statistics for international business development [Електронний ресурс]: - Режим доступу: https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7c09%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1 (Дата звернення: 15.04.2024).
3. Країни-виробники чаю [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <https://uk.drink-drink.ru/strany-proizvoditeli-chaya/> (Дата звернення: 15.04.2024).
4. Українці переходять на більш дешеві сорти чаю [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/ukraincy-perehodiya-na-bolee-deshevyie-sorta-chaia-i-kofe-310259> (Дата звернення: 15.04.2024).
5. Від Чайдушні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://archive.kontrakty.ua/gc/2021/30/3-otchayannye.html?lang=ua> (Дата звернення: 15.04.2024).
6. Історія компанії «Мономах» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.monomakh.com.ua> (Дата звернення: 15.04.2024).
7. Інформація про ТОВ «Юнілівер-Україна» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.lipton.ua/article/detail/1219590/made-in-ukraine-lipton-brooke-bond-> (Дата звернення: 15.04.2024).
8. Сайт компанії ТОВ «Ексім-трейд» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.eximtrade.com.ua> (Дата звернення: 15.04.2024).
9. «Українська чайна фабрика «Ahmad Tea» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ahmadtea.ua> (Дата звернення: 15.04.2024).
10. ТОВ «СолоМія» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://solomija.com.ua> (Дата звернення: 15.04.2024).

11. Аналіз ринку чаю в Україні. 2023 рік [Електронний ресурс]. -Режим доступу:<https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-chaya-v-ukraine-2022-god-112>. (Дата звернення: 15.04.2024).

12.ТОП-5 постачальників чаю в Україну у 2020 році [Електронний ресурс]. -Режим доступу: <https://landlord.ua/news/top-5-postachalnykiv-chaiu-v-ukrainu-u-2020-rotsi/>(Дата звернення: 15.04.2024).

13. Ринок чаю в Україні: тренди розвитку та фактори краху [Електронний ресурс]. -Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-chaya-v-ukraine-trendy-razvitiya-i-factory-kraha> (Дата звернення: 15.04.2024).

14. Дідур Д., Бояр А. Сучасні імперативи розвитку міжнародного ринку чаю [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/203/198> (Дата звернення: 15.04.2024).

15. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 18.05.17 № 2809-IV. [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр> (Дата звернення: 12.02.2024).

16. Наказ МОЗ № 1140 Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0088-13>.

17. Наказ МОЗ № 548 «Про затвердження Мікробіологічних критеріїв для встановлення показників безпечності харчових продуктів» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1321-12>.

18. Наказ МОЗ № 256 Про затвердження Державних гігієнічних нормативів «Допустимі рівні вмісту радіонуклідів 137 Cs та 90 Sr у продуктах харчування та питній воді» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0845-06>.

19. Наказ МОЗ № 368 Про затвердження Державних гігієнічних правил норм. «Регламент максимальних рівнів окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0774-13>

20. Наказ № 185 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами» [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>.

21. Наказ № 363 «Про затвердження Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні» [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0128-98>.

22. Наказ № 186 «Про затвердження правил повітряних перевезень»

[Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z2219-12>.

23. Наказ № 348 «Про затвердження Правил надання послуг у морських портах України» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1401-13>.

24. ДСТУ 7174:2010 Чай чорний байховий фасований. Технічні умови [Електронний ресурс].

-Режим доступу: https://online.budstandart.com/ua/catalog/document.html?id_doc=73504

25. ГОСТ 1939-90 Чай зелений байховий фасований. Технічні умови [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://vsegost.com/Catalog/10/10652.shtml>.

26. ГОСТ 1936-85 Чай. Правила приймання і методи аналізування [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://vsegost.com/Catalog/44/4467.shtml>.

27. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text> (Дата звернення: 22.04.2024).

28. Перші кроки до європейської якості продуктів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://uacrisis.org/ua/58093-yakist-produktiv> (Дата звернення: 22.04.2024).

29. Директива Ради ЄС 2000/29/ЄС від 8.05.2000 р [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/984_011 (Дата звернення: 22.04.2024).

30. Регламент 852/2004 ЄС по гігієні харчових продуктів [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/usefulinf/files/es852-2004.pdf> (Дата звернення: 22.04.2024).

31.Регламент Ради ЄС № 765/2008 від 9.07.2008 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_938 (Дата звернення: 22.04.2024).

32. Рішення Європейського Парламенту та Ради ЄС № 768/2008 від 9.07.2008 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_b42 (Дата звернення: 22.04.2024).

33.Ільченко Н.Б. ЛОГІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ В ТОРГІВЛІ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/0a83a9b6d14f5424fb8c54eaad73c0b3.pdf> (Дата звернення: 22.04.2024).

34 Ковальчук С. ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ТОВАРОПОСТАЧАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/190093c5-4e27-42ad-bceb-307b2d40db0e/content> (Дата звернення: 22.04.2024).

35. ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД» Консолідована фінансова звітність за рік, що закінчився 31

грудня 2022 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://content.silpo.ua/uploads/2023/07/05/64a56e0bad926.pdf?_ga=2.181838951.1746732020.1716057916-1092802342.1712753348 (Дата звернення: 22.04.2024).

36. Фінансова звітність за 2023 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://clarity-project.info/edr/40720198/finances?current_year=2023 (Дата звернення: 22.04.2024).

37. Фінансова звітність за 2022 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://clarity-project.info/edr/40720198/finances?current_year=2022 (Дата звернення: 22.04.2024).

38. Фінансова звітність за 2021 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://clarity-project.info/edr/40720198/finances?current_year=2021 (Дата звернення: 22.04.2024).

39. Окрема фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2022 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://content.silpo.ua/uploads/2023/07/05/64a56f1b2f679.pdf> (Дата звернення: 22.04.2024).

40. ДСТУ 3993-2000 Товарознавство Терміни та визначення Чинний від 2001-01 -01 Держстандарт України, 2000 - 27 с.

41. Кава та чай [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://shop.silpo.ua/search/all?find=%D1%87%D0%B0%D0%B9&filters=__specialCharacteristics-is-1edc310f-7e7b-6b1a-ac3d-b314c1fff2e9 (Дата звернення: 22.04.2024).

42. International Tea Master Association [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://teamasters.org/itma-tea-aroma-wheel/> Дата звернення: 22.04.2024).

Додаток А

Узагальнена технологічна схема виробництва зеленого чаю



Додаток Б
Види діяльності Сільпо-Фуд за КВЕД

Основний:

47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

Інші:

- 10.13 Виробництво м'ясних продуктів
- 10.20 Перероблення та консервування риби, ракоподібних і молюсків
- 10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання
- 10.85 Виробництво готової їжі та страв
- 10.89 Виробництво інших харчових продуктів, н.в.і.у.
- 11.01 Дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв
- 11.02 Виробництво виноградних вин
- 17.11 Виробництво паперової маси
- 18.12 Друкування іншої продукції
- 26.80 Виробництво магнітних і оптичних носіїв даних
- 43.29 Інші будівельно-монтажні роботи
- 45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів
- 46.17 Діяльність посередників у торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
- 46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту
- 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин
- 46.34 Оптова торгівля напоями
- 46.35 Оптова торгівля тютюновими виробами
- 77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.
- 78.30 Інша діяльність із забезпечення трудовими ресурсами
- 81.29 Інші види діяльності із прибирання

- 82.19 Фотокопіювання, підготування документів та інша спеціалізована допоміжна офісна діяльність
- 82.99 Надання інших допоміжних комерційних послуг, н.в.і.у.
- 86.90 Інша діяльність у сфері охорони здоров'я
- 95.11 Ремонт комп'ютерів і периферійного устаткування
- 96.09 Надання інших індивідуальних послуг, н.в.і.у.
- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля
- 47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах
- 47.24 Роздрібна торгівля хлібобулочними виробами, борошняними та цукровими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах
- 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах
- 47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах
- 47.99 Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами
- 49.41 Вантажний автомобільний транспорт
- 52.10 Складське господарство
- 52.21 Допоміжне обслуговування наземного транспорту
- 52.24 Транспортне оброблення вантажів
- 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту
- 53.20 Інша поштова та кур'єрська діяльність
- 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
- 56.30 Обслуговування напоями
- 61.90 Інша діяльність у сфері електрозв'язку
- 62.01 Комп'ютерне програмування
- 62.02 Консультування з питань інформатизації
- 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність
- 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н.в.і.у.
- 64.19 Інші види грошового посередництва
- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна

- 69.10 Діяльність у сфері права
- 69.20 Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування
- 71.20 Технічні випробування та дослідження
- 72.19 Дослідження й експериментальні розробки у сфері інших природничих і технічних наук
- 73.11 Рекламні агентства
- 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки
- 77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів
- 33.19 Ремонт і технічне обслуговування інших машин і устаткування
- 41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель
- 74.90 Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н.в.і.у.
- 74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну
- 71.12 Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах
- 71.11 Діяльність у сфері архітектури
- 10.11 Виробництво м'яса
- 10.12 Виробництво м'яса свійської птиці
- 10.51 Перероблення молока, виробництво масла та сиру
- 11.05 Виробництво пива
- 11.06 Виробництво солоду
- 46.32 Оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами
- 47.22 Роздрібна торгівля м'ясом і м'ясними продуктами в спеціалізованих магазинах
- 47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу інтернет
- 56.21 Постачання готових страв для подій
- 56.29 Постачання інших готових страв
- 82.92 Пакування
- 77.29 Прокат інших побутових виробів і предметів особистого вжитку

- 58.19 Інші види видавничої діяльності
- 59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
- 59.12 Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
- 59.20 Видання звукозаписів
- 63.12 Веб-портали
- 63.91 Діяльність інформаційних агентств
- 74.20 Діяльність у сфері фотографії
- 85.59 Інші види освіти, н.в.і.у.
- 47.73 Роздрібна торгівля фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах
- 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Додаток В

Ілюстративний матеріал до бакалаврської дипломної роботи

Ілюстративний матеріал до бакалаврської дипломної роботи на тему

**ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА
АСОРТИМЕНТУ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ ЧАЮ
ЗЕЛЕНОГО АРОМАТИЗОВАНОГО**

Керівник : д-р екон. наук,
професор О.О. Мороз

Виконала
Васильківська А. Р.



Мета роботи: розробка пропозицій щодо удосконалення асортименту та якості зеленого ароматизованого чаю у торговельній мережі Сільпо-Фуд.

Завдання:

- * провести аналітичний огляд літератури щодо споживної цінності чаю та світових тенденцій формування ринку чаю;
- * проаналізувати нормативно-правову базу регулювання обігу чаю;
- * проаналізувати асортимент чаю в торговельній мережі Сільпо-Фуд;
- * оцінити якість зразків зеленого ароматизованого чаю;
- * розробити пропозиції щодо удосконалення асортименту чаю в мережі Сільпо-Фуд;

Об'єкт дослідження - зелений ароматизований чай.

Предмет: показники асортименту та якості зеленого ароматизованого чаю.

Методи: аналізу, синтезу - для вивчення об'єкта і предмета дослідження, органолептичні і кваліметричні - для визначення органолептичних показників якості та розрахунку рівня якості.

ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ:

Узагальнення даних наукової літератури

Узагальнення статистичних даних

Аналіз нормативно- правової бази

ПРАКТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Аналіз діяльності ТОВ Сільпо-Фуд

Аналіз показників фінансової
діяльності ТОВ Сільпо-Фуд

Аналіз асортименту чаю в ТОВ Сільпо-
Фуд

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Оцінка маркування

Органолептичні дослідження

Розрахунок рівня якості

Основні країни-виробники чаю в світі

Країна- виробник	Вироб- ництво, тонн	Частка світового виробництва, %
Індія	805600	29,4
Цейлон	258400	9,5
Китай	680000	22,5
Кенія	248708	9,9

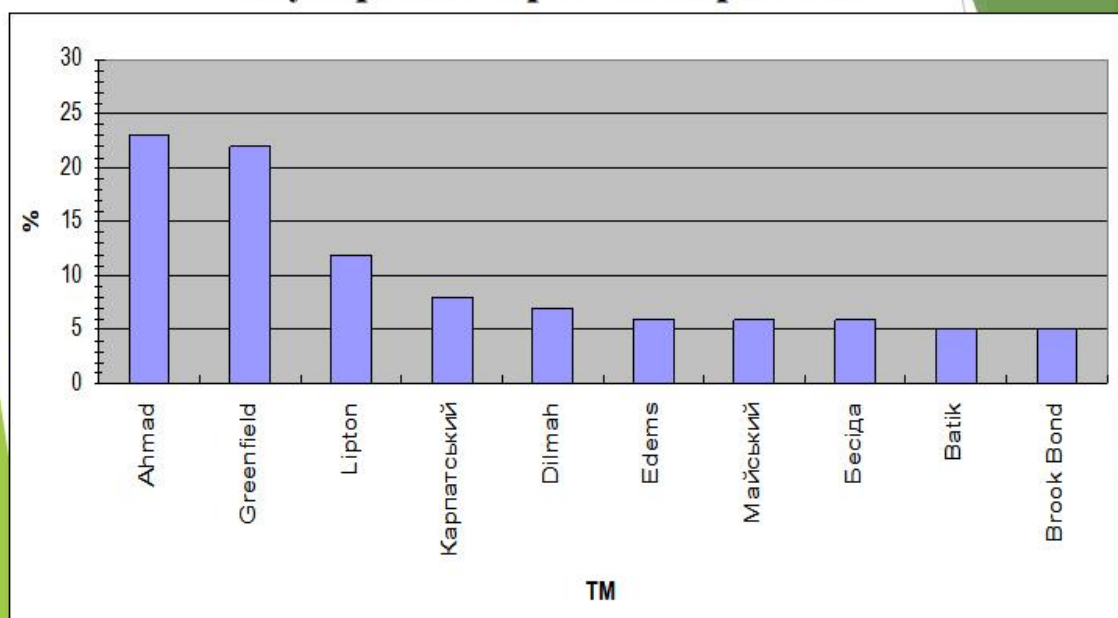
Споживання чаю на особу населення (кг/рік)

Країна	Кг/рік
Туреччина	6,87
Марокко	4,34
Ірландія	3,22
Мавританія	3,22
Великобританія	2,74
Сейшельські острови	2,08
ОАЕ	1,89
Кувейт	1,61
Катар	1,6
Казахстан	1,54

Частка країн-постачальників чаю в Україну, 2020 рік

Країна	% українського імпорту в грошовому вимірі
Шрі-Ланка	37
Індія	14
Китай	11
Кенія	10
ОАЕ	12

Популярність торгових марок чаю



ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬПО-ФУД ЗА КВЕД

Основний:

47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

Інші:

- 10.13 Виробництво м'ясних продуктів
- 10.20 Перероблення та консервування риби, ракоподібних і молюсків
- 10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання
- 10.85 Виробництво готової їжі та страв
- 11.02 Виробництво виноградних вин
- 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин
- 46.34 Оптова торгівля напоями
- 46.35 Оптова торгівля тютюновими виробами
- 47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах
- 52.10 Складське господарство
- 10.51 Перероблення молока, виробництво масла та сиру, напоїв; виробництво мінеральних вод

ТОП-10 категорій товарів власного імпорту, 2022 р.:

банани,
цитрусові,
риба та морепродукти,
пиво,
сири,
соки,
вино,
макаронні вироби,
напої,
сіль.

ВЛАСНЕ ВИРОБНИЦТВО, 2022 РІК:

- *хлібобулочні вироби* – 26582 тонни;
- *риба гарячого копчення* - 2244 тонни (88 найменувань) ,
- *м'ясо гарячого копчення* - 265 тонн (30 найменувань),
- *кулінарія* - 20000 тонн (у т.ч. 780 тонн курки гриль, 548 тонн оселедця під шубою 505 тонн салату «Олів'є», 397 тонн курчат табака, 315 тонн смаженої картоплі з часником).
- *солодоці* - 4110 тонн солодоців (347 найменувань)

Показники	2023 рік	Абсолютне відхилення 2023/2022р.	Відносне відхилення 2023/2022р.
Активи, всього, тис. грн, у т.ч.:	33199120	-767401	-2,2
- основні засоби, тис. грн.	15304540	-1603094	-9,4
- оборотні активи, тис. грн.	4819319	-1186525	-19,7
- товари, тис. грн.	4582709	-1089330	-19,2
Власний капітал, тис. грн.	15188703	2141000	16,4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	69990601	-2793630	-3,8
Валовий: прибуток, тис. грн.	19175241	-1426055	-6,9
Чистий фінансовий результат: збиток, тис. грн.	7632318	5786139	

Показник	Коефіцієнт
Широта асортименту	0,98
Глибина асортименту чаю	1,0
Стійкість асортименту чаю	1,0
Новизна асортименту чаю	0,11

Об'єкт досліджень – чай зелений байховий ароматизований жасмином



Зразок №1
–ТМ
«Qualitea»



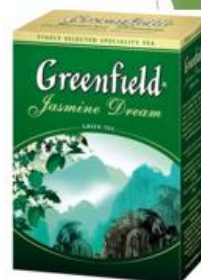
Зразок №2 –
ТМ
«Кожен день»



Зразок №3 –
ТМ
«Хейліс»



Зразок №4 –
ТМ
«Lord Byron»



Зразок №5
–ТМ
«Greenfield»

Показники	Характеристика показників
Склад продукту	Чай зелений байховий китайський, квітки жасмину
Тип листа	Середньолистовий
Сорт продукту	«Букет»
Номер партії	Відповідає даті виробництва
Нормативний документ	ТУУ 74.8- 02050775-001-2002
Місце вирощування	Китай
Умови зберігання	Зберігати у сухому прохолодному місці при відносній вологості повітря не більше 70 %
Штриховий код	наявний
Виробник / країна вирощування / країна упакування	ТОВ «Фактум – Юг» Китай/ Україна, Дніпропетровськ
Вага упаковки нетто (г) / ціна 100 г	100 г/34,99

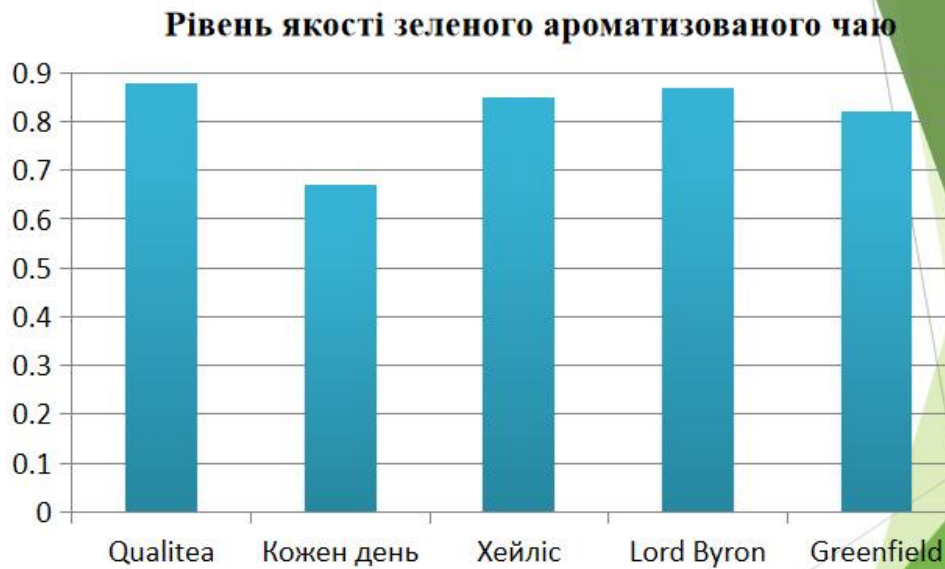


**Балова оцінка органолептичних показників якості чаю зеленого з
жасмином**

Показники	TM Qualitea	TM Кожен день	TM Хейліс	TM Lord Byron	TM Greenfield
	Бали				
Зовнішній вигляд сухого чаю	8,8	6,5	7,8	8,4	8,7
Настій	8,8	7,5	8,7	8,7	8,8
Аромат і смак	8,7	6,9	8,8	8,9	8,8
Колір розвареного листа	9	7	8,8	8,7	8,6
Середній бал	8,8	6,7	8,5	8,7	8,2

**Балова оцінка органолептичних показників якості чаю зеленого з
жасмином**

Показники	TM Qualitea	TM Кожен день	TM Хейліс	TM Lord Byron	TM Greenfield
	Бали				
Зовнішній вигляд сухого чаю	8,8	6,5	7,8	8,4	8,7
Настій	8,8	7,5	8,7	8,7	8,8
Аромат і смак	8,7	6,9	8,8	8,9	8,8
Колір розвареного листа	9	7	8,8	8,7	8,6
Середній бал	8,8	6,7	8,5	8,7	8,2



ТОВ Сільпо-Фуд рекомендовано:

Постачальників чаю обирати на основі аналізу їх фінансового стану, часу виконання замовлень, наявності резервних потужностей, кредитоспроможності, місця розташування, співвідношення «ціна – якість»; глибина асортименту.

За умови пропозиції чаю за низькими цінами до укладання угоди перевіряти якість чаю та документів, що її підтверджують.

Планувати роботу з постачальниками на планових засадах. Це дозволить уникнути невідповідностей по терміну придатності продукції, вимогам щодо маркування, надлишку і дефіциту товарів.

При укладанні угод передбачити як одну із умов договору позначення на маркуванні товару не лише терміну придатності чаю, а й дати збору чайного листа, оскільки свіжість чайного листа є визначальним фактором формування якості чаю.

Додаток Г

Протокол перевірки бакалаврської дипломної роботи на наявність текстових запозичень

Назва роботи: **ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА АСОРТИМЕНТУ
ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ ЧАЮ ЗЕЛЕНОГО АРОМАТИЗОВАНОГО**

Тип роботи: БДР

(БДР, МКР)

Підрозділ кафедра підприємництва, логістики та менеджменту

(кафедра, факультет (інститут), навчальна група)

Показники звіту подібності Unicheck

Оригінальність	67,6	Схожість	32,4
----------------	------	----------	------

Аналіз звіту подібності (відмітити потрібне)

☒

Запозичення, виявлені у роботі, оформлені коректно і не містять ознак плагіату.

☐

Виявлені у роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і відсутності самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання.

☐

Виявлені у роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату та/або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень.

Особа, відповідальна за перевірку

(підпис)

Пілявоз Т. М.
(прізвище, ініціали)

Ознайомлені з повним звітом подібності, який був згенерований системою Unicheck щодо роботи.

Автор роботи

(підпис)

Васильківська А. Р.
(прізвище, ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Мороз О. О.
(прізвище, ініціали)