

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«СПОЖИВЧА ОЦІНКА АСОРТИМЕНТУ, ЯКОСТІ ТА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ»**

(за матеріалами Приватного підприємства «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса)

Здобувача вищої освіти

2 курсу, групи ПТ-21з(м),

спеціальності 076 «Підприємництво,

та торгівля»

освітньої програми «Підприємництво,

та торгівля»

заочної форми навчання

Вікторії ДИДИК

Науковий керівник

канд. техн. наук, доцент

Сергій ГИРИЧ

Гарант освітньої програми

д-р екон. наук, доцент

Віталій ШАРКО

Вінниця 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ОЦІНКИ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ	7
1.1. Стан ринку електронних сигарет в Україні	7
1.2. Особливості регулювання продажу та використання електронних сигарет	12
1.3. Переваги та недоліки використання електронних сигарет	20
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СПОЖИВЧОЇ ОЦІНКА АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ	24
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження	24
2.2. Характеристика особливостей споживних властивостей та якісних показників електронних сигарет, що реалізує ПП«СТАР ТРЕЙД 1»	26
2.3. Аналіз структури асортименту електронних сигарет у досліджуваному підприємстві	33
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ	38
3.1. Визначення споживних властивостей електронних сигарет, що впливають на їх конкурентоспроможність	38
3.2. Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності електронних сигарет в умовах ПП«СТАР ТРЕЙД 1»	42
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Електронні сигарети (е-сигарети) — електронні пристрої, що утворюють високодисперсний аерозоль (пару), призначений для вдихання курцем. Як правило, електронні сигарети ділять на дві категорії: ті, що містять нікотин, та ті, що його не містять. Відповідно до класифікації ВООЗ, ці пристрої називають електронними системами доставки нікотину (ЕСДН, англ. ENDS) та електронними системами доставки продуктів без нікотину (ЕСДПБН, англ. ENNDS).

Ідея створення електронної сигарети як заміни класичного куріння вперше з'явилася в Китаї в 2000 році. У 2003 році в Гонконзі (Китай) був зареєстрований перший патент. Протягом 14 років компанії виробники електронних сигарет вдосконалюють свої товари, проводячи всілякі тести на безпеку продукту, як в Китаї, так і в країнах Євросоюзу. Результати тестів довели, що електронна сигарета безпечна при нормальному її використанні. Незважаючи на тиск з боку тютюнових компаній, електронна сигарета набуває все більшої і більшої популярності.

За результатами опитування (листопад – грудень 2023 року) зафіксовано стабільність щодо рівня куріння в Україні за останні п'ять років, проте є тенденція до зростання споживання тютюнових та нікотинових виробів серед жіночого населення — у 2019 році 9,8% українок вживали тютюн та нікотин, на кінець 2023 року — 14,8%. Серед молодих жінок віком 18-29 років ця цифра вдвічі вища — 28,4%. Тобто на сьогодні фактично кожна третя дівчина є залежною від нікотину.

Серед щоденних споживачів 79% курять сигарети промислового виробництва. Далі йдуть тютюнові вироби для електричного нагрівання (18%) і електронні сигарети (14%). Вживання ТВЕН та електронних сигарет більш поширене серед молодих респондентів: 37 % молоді віком 18-29 років вживають тютюнові вироби для електричного нагрівання, 36 % — електронні сигарети.

Жінки частіше ніж чоловіки вживають тютюнові вироби для електричного нагрівання (27% проти 13 %) та електронні сигарети (25% проти 11%) [40].

На теперішній час ринок тютюнової індустрії швидко розвивається, з'являються нові види продукції, заповнюючи все більше вітрини магазинів. В останні роки продовжує збільшуватись частка населення, яке замість звичних цигарок курять вейпи, IQOS і так звані одноразки. Останні масово вживає молодь. Електронна сигарета, парогенератор, вейп являє собою різні типи електронних сигарет у вигляді пристроїв для вдихання пари, при використанні яких проводиться нагрівання рідини з утворенням аерозолів, що вдихаються користувачем.

Відрізняються електронні сигарети від звичайних лише зовнішнім виглядом та приємним ароматом. Виробники тютюну спеціально зробили ставку на сучасний електронний зовнішній вигляд та приємні запахи ванілі, фруктів, м'яти. Все це посилює привабливість тютюнового виробу та бажання спробувати. Тому підлітки дедалі більше залучаються до тютюнопаління.

Тютюнова індустрія прорахувала, що підлітки люблять експериментувати, тому електронні сигарети розроблені якраз на нове покоління споживачів. Наукові дані доводять, що чим раніше діти починають палити, тим важче їм у майбутньому кинути. Таким чином, виробники тютюну маніпулюють нами.

У зв'язку із вищевикладеним кваліфікаційна робота на тему «Споживча оцінка асортименту, якості та конкурентоспроможності електронних сигарет» має не лише економічне, але і соціальне значення. Тим більше, що наукових робіт, як аналізу ринку електронних сигарет, так і їх споживчій оцінці практично відсутні.

На сьогодні аналізом тенденцій ринку електронних сигарет займаються великі компанії-виробники тютюнових виробів, небезпідставно вважаючи популярність електронних сигарет загрозою власному бізнесу, а також ті компанії, які займаються власне виготовленням електронних сигарет.

Метою даного дослідження є розробка, за результатами споживчої оцінки, пропозицій щодо розширення асортименту, покращення якості та підвищення конкурентоспроможності електронних сигарет.

Для виконання поставленої мети необхідно було вирішити такі завдання: проаналізувати стан та перспективи розвитку ринку електронних сигарет в Україні; вивчити особливості регулювання продажу та використання електронних сигарет; дослідити переваги та недоліки використання електронних сигарет; визначити об'єкт та методи дослідження; охарактеризувати особливості споживчих властивостей та якісних показників електронних сигарет, що реалізує ПП«СТАР ТРЕЙД 1», проаналізувати структуру асортименту електронних сигарет, що реалізуються в досліджуваному підприємстві; виокремити споживні властивості електронних сигарет, що впливають на їх конкурентоспроможність; розрахувати інтегрального показника відносної конкурентоспроможності електронних сигарет в умовах ПП«СТАР ТРЕЙД 1».

Об'єктом дослідження є електронні сигарети, що реалізує Приватне підприємство «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса, предмет дослідження – їх споживні властивості, асортимент, а також сукупність теоретичних та практичних аспектів з оцінки якості і конкурентоспроможності електронних сигарет.

Методи дослідження, що використані у кваліфікаційній роботі: аналіз документів, узагальнення та порівняння, а також органолептичний, експертний та статистичний методи дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів. Вперше для Приватного підприємства «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса було проведено оцінку асортименту, визначено комплексний показник якості та інтегральний показник відносної конкурентоспроможності електронних сигарет.

Практичне значення одержаних результатів – матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані як для подальших наукових досліджень так і для оптово-роздрібних торговельних підприємств, що займаються реалізацією електронних сигарет, зокрема досліджуваним підприємством ПП «СТАР ТРЕЙД 1».

Апробація отриманих результатів. Результати досліджень апробовані на XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні

проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» (м. Вінниця, 18 квітня 2024 року); X Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології» (м. Вінниця, 10 жовтня 2024 року).

Публікації. За матеріалами конференцій були опубліковані статті у Віснику студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ [18] та збірнику наукових праць «Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології» [19].

Кваліфікаційна робота викладена на 57 сторінках комп'ютерного тексту, складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел і додатків. Вона містить 6 таблиць, 8 рисунків, 5 додатків, перелік використаних джерел із 50 назв.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ОЦІНКИ

ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ

1.1 Стан ринку електронних сигарет в Україні

Електронна сигарета – це електронний пристрій, що дозволяє імітувати процес куріння. У процесі куріння електронна сигарета генерує пар, що містить в собі певну концентрацію нікотину. При вдиханні цієї пари відбувається імітація процесу куріння, при якому нікотин в організм користувача доставляється звичним для нього способом – «затягуванням» сигарети і вдиханням диму з подальшим видиханням цього диму. Сегмент електронних сигарет останніми роками став зростати досить швидкими темпами, переважно завдяки молодому поколінню. Вони стали альтернативою традиційним цигарок завдяки своїм перевагам, таким як різноманітність смаків, відсутність небажаного запаху диму, який не залишається на одязі та тілі. Велика частка курців, які хотіли б кинути палити, бачать електронні сигарети як суттєву заміну на традиційне куріння. Серед аудиторії більшість людей, які взагалі курили тютюнові сигарети і вживали нікотин. Компанії, які раніше виготовляли традиційні тютюнові сигарети, почали виробляти альтернативні продукти [49].

Щорічний обсяг галузі електронних сигарет в Україні оцінюється у 10 млрд. грн. У 2022 році було перераховано до бюджету приблизно 2 мільярди гривень, а в 2023 році планувалося перерахувати майже 5 мільярдів гривень податків та зборів (рис. 1.1) [3].

Із цифрових даних рисунку видно, що за період з 2017 по 2022 рік спостерігається стійка тенденція до зростання доходу від реалізації електронних сигарет, зокрема у 2022 році дохід сегмента електронних сигарет в Україні склав 47,5 млн доларів США. В той же період темпи приросту зменшуються кожного року, у 2022 році сповільнення приросту пояснюється зменшенням населення в країні та окупацією територій [38].

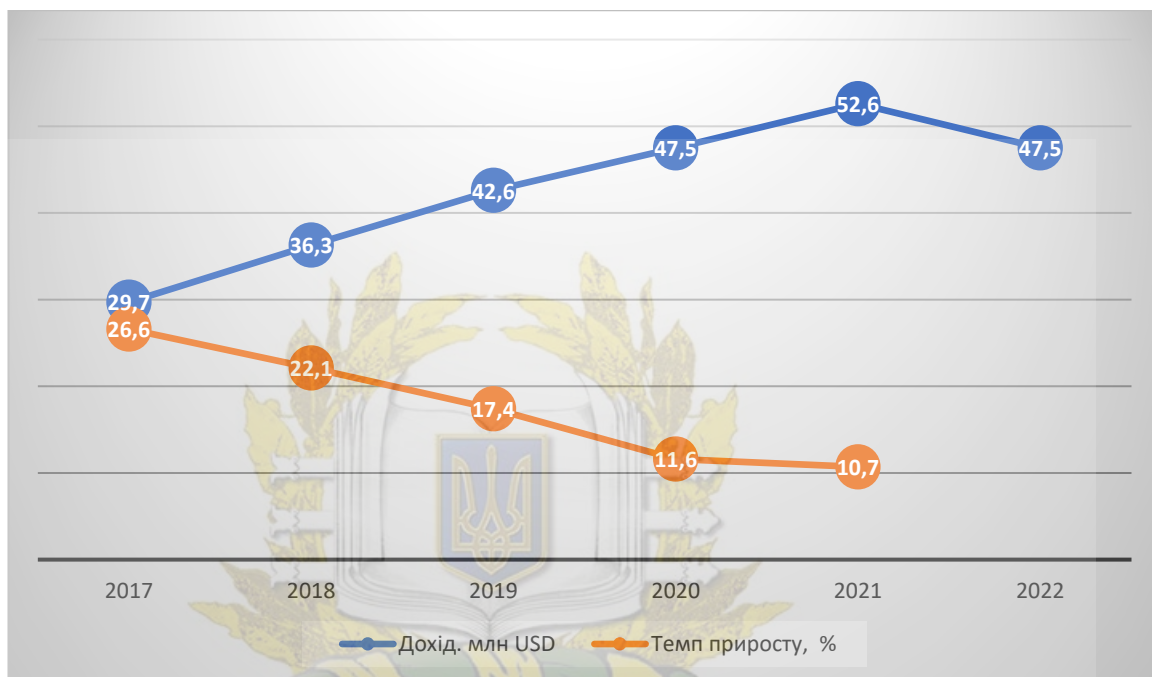


Рисунок 1.1 – Дохід сегмента електронних сигарет в Україні 2017-2022 рр.,
млн USD

На сьогодні в Україні немає власного виробництва саме електронних сигарет. Українські торговельні марки виготовляються за контрактним виробництвом в інших країнах. За походженням у структурі виробників переважає продукція, вироблена у Китаї. Швидке зростання ринку та поширення продукції призвели до звернення уваги суспільства та посилення законодавства у галузі. Електронні курильні пристрої тепер прирівнюються до традиційних тютюнових сигарет, поширюючи законодавчі норми на електронні сигарети, картриджі та рідини для них. Іншими проблемами розвитку ринку є боротьба споживачів та організацій за здоровий спосіб життя та охорону навколишнього середовища. Оскільки такі пристрої мають менший, але не нульовий вплив на організм, а утилізація великої кількості одноразових пристроїв засмічує довкілля. З цих причин компанії почали збирати використану продукцію на переробку та транслювати свою соціальну відповідальність. Деякі направляють рекламні кампанії більш дорослу цільову аудиторію, знижуючи свої доходи [24].

Хоча ринок електронних сигарет в Україні є одним з найбільших у світі але держава не отримує стабільні прибутки, бо неефективно бореться з

порушниками законодавства. Вітчизняні контрабандисти, які раніше нелегально вивозили вироблені в Україні сигарети до Європи, тепер змінили профіль, і ввозять електронні сигарети та рідини. Товар завозиться через кордон з Польщею, Словаччиною, Словенією. Через незадовільну роботу Державної митної служби та Державної податковою служби електронні сигарети потрапляють до України без оплати мита та без акцизних марок. Недопрацьовує і Національна поліція України, адже на вулицях Вінниці, Дніпра та Києва інших міст працюють незаконні кіоски, що продають електронні сигарети без акцизних марок, а в Одесі та Львові контрабандні сигарети продаються навіть в торговельних мережах. Що один незаконний сегмент продажу електронних сигарет – це телеграм канали, які продають нелегальні електронні сигарети навіть неповнолітнім з доставкою через Нову Пошту [6].

Через вищезазначені причини нелегальний ринок електронних сигарет зростає шаленими темпами. З 1 січня 2021 рідини для електронних сигарет оподатковуються акцизом, а виробництво та продаж рідини для електронних сигарет можливе тільки з ліцензією. Мета змін в податковому кодексі і законі України легалізувати ринок і збільшити доходи в бюджет. Але по факту, щонайменше 3,5 мільйони електронних девайсів для паління щомісяця завозяться до України контрабандою. Якщо у легального продавця популярний електронний пристрій для паління Elf bar на 1500 зтяжок після оплати мита, акцизу та сплати ліцензії коштує 370 грн, то нелегальний лише 200 грн. З однієї такої нелегальної сигарети державний бюджет не отримує 80 грн. Мова йде як мінімум про 280 млн грн неотриманих державою податків, зазначена сума втрат є приблизною, адже крім акцизу, офіційні продавці ще сплачують ПДВ та вартість ліцензії, а контрабандисти цього не роблять. Враховуючи ситуацію, що склалась, влада має підтримувати офіційних продавців, та на всіх рівнях боротися з порушниками. Інакше домінування нелегального ринку буде лише прискорюватись, а надходження в бюджет будуть зменшуватись [19].

Отже, за підсумками 2022 року більше 50% електронних пристроїв та сумішей для паління ввезені до України контрабандою. Державний бюджет

щомісяця не отримує від 280 млн. грн у вигляді податків. Із січня 2023 року влада в три рази підвищила офіційні акцизи на електронні сигарети. За прогнозами експертів, доля контрабандних електронних сигарет ще більше зросте, а втрати державного бюджету за різними розрахунками складатимуть від 560 млн грн – до 800 млн грн недоотриманих податків щомісяця [6].

Слід зазначити, що країни Європейського Союзу, на чие законодавство часто орієнтується Україна, не мають єдиних вимог щодо розміру мінімальної ставки акцизу на рідини для електронних сигарет. У Директиві 2011/64/ЄС про структуру і ставки акцизів прописані вимоги тільки до тютюнових виробів, оскільки вона була затверджена в 2011 році, в той час, коли галузь електронних сигарет тільки почала розвиватися. В 2019 році, за даними дослідження Euromonitor International, понад 40 млн споживачів у всьому світі користувалися альтернативними продуктами, серед яких і електронні сигарети. До 2025 року, за прогнозами експертів, їх число може вирости до 55 млн осіб. В Україні електронні сигарети споживає приблизно 2% курців, їх кількість збільшуватиметься, як це відбувається у всьому світі. Вимоги до електронних сигарет та рідин до них прописані в іншій європейській Директиві 2014/40/ЄС, але вона не регулює питання оподаткування [14].

Оскільки на рівні ЄС акцизний податок на рідини для електронних сигарет не гармонізований, то акциз кожна з країн ЄС встановлює самостійно. Тому розмір податку може сильно відрізнятись — від 62 євро за 1 л в Угорщині до 300 євро за 1 л у Фінляндії. У Латвії діє складніша ставка, яка залежить ще й від вмісту нікотину в рідині для електронних сигарет. Майже всі країни ЄС обкладають акцизом всі рідини, які використовують в електронних сигаретах, — як з вмістом нікотину, так і безнікотинові. Це пов'язано з тим, що якщо впроваджувати акциз тільки для рідин з нікотином, це може призвести до істотного ускладнення і подорожчання адміністрування цього податку. Як наслідок, з'являються численні схеми ухилення від оподаткування або мінімізації сплати акцизу. Цій логіці слідували й в Україні, приймаючи закон № 466. Адже при введенні нових норм, особливо в оподаткуванні, важливо не

спровокувати появу різних схем ухилення від сплати зобов'язань, і не ускладнити адміністрування. Також у більшості країн світу виробники не сплачують такі податки за продаж самих пристроїв [20].

Зараз в ЄС йде робота над новою Директивою, що, найімовірніше, міститиме нові вимоги як до мінімального акцизу на тютюнові вироби так і на рідини до електронних сигарет.

У випадку електронних сигарет головна мета акцизу — контроль ринку, а не наповнення бюджету. В Європі це розуміють, тому акцизні ставки на рідини там, як правило, невисокі: в Італії вона складає 85 євро, в Греції — 100 євро, а в Польщі — 117 євро. В той же час деякі країни встановили більш високі ставки, наприклад у Португалії найвища ставка акцизу серед усіх європейських країн — 320 євро. В такій великій різниці розміру ставок є великий недолік — у країнах з високими податками ринок частково переходить у тінь, з'являється нелегальна продукція, оскільки в сусідніх країнах її можна придбати дешевше. Нова Директива, до речі, має вплинути на цю ситуацію, а також допоможе здійснювати трансграничний контроль у країнах ЄС — виробники та уряди хочуть контролювати, куди і скільки поставляється продукції [24].

Враховуючи європейську практику в Україні акциз на рідини для електронних сигарет стягується з 1 січня 2021 року, відповідно до закону № 466. Акциз на рідини для електронних сигарет — як вироблених в Україні, так і імпортованих — складе 3 тис. грн за літр, що еквівалентно \$112. Це в середньому нижче, ніж у Європі, але вище у порівнянні з іншими країнами пострадянського простору. Наприклад, в Азербайджані цей податок становить \$12, в Узбекистані — \$13, у Киргизстані — \$14, у Грузії — \$72. Водночас вагома відмінність України від інших країн — виробники мають клеїти акцизну марку на кожен картридж або ємність з рідиною до електронних сигарет. Крім України, клеїти акцизні марки від виробників вимагає і Польща, де нові правила набули чинності з 1 липня 2020 року [19].

1.2 Особливості регулювання продажу та використання електронних сигарет

На сьогодні понад 40 країн заборонили продаж електронних сигарет, 55 дозволяють їх продаж з певними обмеженнями щодо місця та способу реалізації, а 30 регулюють вміст нікотину у пристроях для вейпінгу. Зусилля з регулювання вейпінгу відображають складний баланс між захистом громадського здоров'я та забезпеченням економічних інтересів. Це особливо актуально у світлі спалаху випадків важких легеневих захворювань, пов'язаних із вейпінгом, які продемонстрували потенційні ризики для здоров'я, особливо серед молоді. Такі події нагадують про важливість продовження наукових досліджень вейпінгу та його впливу на здоров'я, а також про необхідність ефективного правового регулювання, що відповідає як громадським інтересам, так і змінам у споживачькій поведінці. Ефективність регулятивних заходів також залежить від глобальної координації та співпраці. Різні країни мають різні підходи до регулювання електронних сигарет, що може ускладнювати боротьбу зі спільними громадськими загрозами. Наприклад, хоча в Індії та деяких азійських країнах введені строгі заборони, інші країни, як Великобританія, вважають електронні сигарети засобом для зниження шкоди від куріння, активно регулюючи їх склад і маркетинг. Це розбіжність підходів потребує уваги з боку міжнародних організацій охорони здоров'я, таких як Всесвітня організація здоров'я (ВООЗ), що може сприяти розробці уніфікованих стандартів та рекомендацій. Такий підхід не лише забезпечить послідовність регулювань, але й допоможе країнам обмінюватися кращими практиками та дослідницькими даними [24].

У світлі глобального розповсюдження вейпінгу, особливо серед молоді, є важливим також розглянути стратегії освіти та просвітництва. Інформування молоді про ризики вейпінгу та моніторинг трендів у споживанні можуть допомогти упереджувати зловживання і сприяти здоровим життєвим виборам.

Нарешті, потребує уваги і питання доступу до ресурсів для тих, хто хоче відмовитися від вейпінгу. Програми лікування залежності та підтримки, адаптовані до особливостей вейпінгу, можуть відіграти ключову роль у зниженні ступеня його негативного впливу на громадське здоров'я. Ефективність таких програм засвідчується збільшенням кількості людей, які успішно кидають вейпінг, що, у свою чергу, знижує загальну залежність від нікотину в суспільстві [20].

Регулювання вейпінгу продовжує залишатися динамічним і складним процесом, який потребує виваженого підходу, що балансує між захистом здоров'я, правами споживачів, та громадською безпекою. В цьому контексті, плідна співпраця між урядами, науковою спільнотою, громадськістю та промисловістю може стати ключовим фактором у формуванні ефективної стратегії контролю над вейпінгом.

Ефективне регулювання вейпінгу також вимагає міжнародної співпраці та координації. Вейпінг не знає кордонів, і продукти легко переміщуються через національні межі завдяки глобальній торгівлі та онлайн-платформам. Тому міжнародні стандарти та законодавчі рамки можуть допомогти уніфікувати підходи та забезпечити суворіше регулювання виробництва, продажу та реклами. Крім того, важливою є роль наукових досліджень у розумінні довгострокових впливів вейпінгу на здоров'я. Впровадження політики має базуватися на доказовій основі, і для цього потрібне постійне фінансування та підтримка досліджень. Ці дослідження мають оцінювати не лише негативний вплив вейпінгу, але й його потенціал як засобу для зниження шкоди від куріння [21].

На сьомій сесії Конференції сторін Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну було прийняте консолідоване рішення щодо застосування регуляторних заходів, визначених у звіті експертної групи РКБТ ВООЗ про заборону або обмеження виробництва, імпорту, розповсюдження, представлення, продажу та використання електронних систем доставки нікотину та електронних систем доставки продуктів без нікотину (ENDS/ENNDS)

відповідно до їх національного законодавства та з метою досягнення цілей в охороні громадського здоров'я [14].

Пропонується ряд рекомендацій щодо регулювання продажу та використання електронних сигарет для країн, які не забороняють їх ввезення, продаж, і просування і до яких, відповідно, належить й Україна: заборона продажу та розповсюдження електронних сигарет серед неповнолітніх; заборона зберігання електронних сигарет неповнолітніми; заборона / обмеження реклами, просування та спонсорства електронних сигарет; оподаткування електронних сигарет за ставками, що робить пристрої та електронні рідини недоступними для неповнолітніх; заборона використання смакових добавок у електронні сигарети, які роблять їх привабливими для неповнолітніх; регулювання місць продажу, їх концентрації та каналів продажу; запровадження заходів для боротьби із незаконною торгівлею електронними сигаретами. Метою вищезазначених заходів є запобігання початку куріння електронних сигарет серед некурців, насамперед молоді та інших вразливих груп населення [21].

З метою мінімізації потенційних ризики для здоров'я користувачів електронних сигарет, захисту їх та не-користувачів від впливу викидів електронних сигарет пропонується запровадження наступних заходів: тестування нагрітих ароматизаторів, що використовуються в електронних рідинах, на предмет безпечності та заборона або обмеження вмісту речовин, які являють собою серйозну токсикологічну небезпеку (наприклад, діацетил, ацетилпропіоніл, циннамальдегіди або бензальдегід); використання виключно інгредієнтів, які не становлять ризику для здоров'я і використовуються у чистому вигляді; запровадження електричних та пожежних стандартів для електронних сигарет; запровадження зобов'язань для виробників інформувати уряд про вміст рідин; регулювання належного маркування пристроїв та електронних рідин; встановлення вимог для виробників контролювати та повідомляти про несприятливі наслідки використання електронних сигарет; забезпечення вилучення з обігу продуктів, що не відповідають нормам законодавства [20].

З метою мінімізувати небезпеки від електронних сигарет для здоров'я некористувачів пропонується розглянути такі варіанти регулювання: заборонити на законодавчому рівні використовувати електронних сигарет у приміщеннях, або принаймні там, де традиційне куріння не допускається; запровадити необхідні медичні попередження про можливі ризики для здоров'я, пов'язані з використанням електронних сигарет. Попередження можуть додатково інформувати громадськість про ризики звикання до нікотину; знизити ризик випадкового гострого нікотинового отруєння шляхом: вимог до батьків дітей тримати упаковки з е-рідинами у герметичних контейнерах та недоступних для дітей місцях та обмеження концентрації нікотину та загальної кількості нікотину в пристроях і рідинах, що в них використовуються.

Вищезазначені базові рекомендації складають основу державної політики України щодо вживання, розповсюдження, виробництва та продажу електронних систем доставки нікотину та супутніх товарів [11].

У Звіті Європейської комісії визначено чотири головні ризики, пов'язані виключно із використанням перезарядних електронних сигарет, заправних контейнерів або рідин: отруєння через вживання електронних рідин, що містять нікотин (особливо для маленьких дітей); шкірні реакції, пов'язані з контактами шкіри з рідинами, що містять нікотин та інші подразники шкіри; ризики, пов'язані з приготуванням рідин вдома, і ризики, пов'язані з використанням неперевіраних комбінацій рідин та налаштуванням пристроїв чи обладнання для куріння.

Комітет з оцінки ризику Європейського агентства хімічних речовин вважає, що 5 мг нікотину на 1 кг маси тіла є обґрунтованою оцінкою гострої токсичності нікотину через пероральне застосування. Відповідно, фатальною визначається доза в межах 390–780 мг нікотину для дорослого та 65–130 мг для дитини [14].

Норми, встановлені в Європейській директиві з регулювання тютюнових виробів, обмежують вміст нікотину у електронних сигаретах до 40 мг, а контейнери з рідиною можуть містити до 200 мг нікотину. Навіть при такому

регулюванні Європейська комісія звертає увагу на особливий ризик для маленьких дітей, якщо вони випадково натрапляють на е-рідину, а особливо з контейнера для наповнення. ЗМІ повідомляють про смертельні отруєння маленьких дітей у США, Ізраїлі та інших країнах через електронні рідини.

Генеральний директорат з безпеки продуктів ЄС проаналізував 277 випадків отруєння нікотином у країнах ЄС і надав такі висновки [24]:

- 87% випадків стосувалися рідин для електронних сигарет;
- 71% із цих випадків визначені як випадкові отруєння;
- 33% стосувалися дітей до 5 років, 10 - дітей 6-18 років, 57% - дорослих людей;
- 24% випадків потребували негайної госпіталізації, 7% мали середню ступінь отруєння, 77% — легку ступінь.

Для того щоб зменшити ризики випадкового отруєння нікотинвмісними рідинами для електронних сигарет, Комісія рекомендує жорстко дотримуватися наступних рекомендацій: дотримуватися вимог щодо недоступності контейнерів та пристроїв для дітей; перезавправні е-сигарети та їх заправні контейнери (рідини) повинні продаватися з відповідними інструкціями щодо використання та зберігання, щоб запобігти випадковому вживанню е-рідини дітьми або дорослими; перезавправні е-сигарети та їх заправні контейнери (рідини) повинні мати перелік інгредієнтів та відповідні попередження; гарантувати, що контейнери, які містять е-рідину, не містять надмірного рівня нікотину (який може бути смертельним для дітей та дорослих).

Зважаючи на відносно високий відсоток отруєнь дорослих віком від 18 років (57%), Комісія рекомендує проводити кампанії з підвищення обізнаності громадян про токсичність електронних рідин, що містять нікотин.

Особливі вимоги висуваються до упаковки електронних сигарет і заправних контейнерів, які мають містити: інструкцію щодо використання та зберігання продукту, в тому числі застереження, що продукт не рекомендовано використовувати молодим людям та некурцям; перелік протипоказань та попередження для певних груп ризику; інформацію про можливі побічні ефекти;

застереження про те, що вживання продукту може спричинити залежність, а сам продукт може бути токсичним; контактну інформацію про виробника або імпортера, а також контактну юридичну або фізичну особу в країні, де даний продукт продається.

Упаковки електронних сигарет і заправних контейнерів повинні включати: перелік всіх компонентів, що входять до складу виробу; інформацію про вміст нікотину у виробі і його дозу при вживанні; номер партії і рекомендацію тримати виріб у недоступному для дітей місці.

Заборонено вказувати інформацію, елементи або ознаки, які вводять в оману споживача, за винятком інформації про вміст нікотину і щодо ароматизаторів.

Директива ЄС встановлює вимоги до виробників та імпортерів електронних сигарет та заправних контейнерів щорічно надавати відповідальному органу влади звітність, а саме: комплексні дані про обсяги продажів, торгові марки і типи виробів; інформацію про уподобання різних груп споживачів, у тому числі молоді, людей, які не курять, а також основних груп теперішніх користувачів; дані про режим продажу продукції; виконавчі резюме будь-яких ринкових досліджень, проведених стосовно вищезгаданого; повідомлення про будь-які виробы, які вони мають намір реалізовувати на території країни [24].

Ця інформація оприлюднюється на веб-сайті відповідального органу влади за умови захисту комерційної таємниці при розміщенні такої інформації у відкритому доступі.

Від моменту появи електронних сигарет у продажу на ринку України ці виробы, а також супутні товари — заправні контейнери, картриджі та рідини для е-сигарет — не мали жодного обмежувального регулювання в українському законодавстві. Водночас Всесвітня організація охорони здоров'я не вважає е-сигарети безпечними, а Секретаріат Рамкової Конвенції ВООЗ з боротьби проти тютюну закликає сторони Конвенції вживати обмежувальних заходів та

законодавчого регулювання продажу та використання е-сигарет нарівні з традиційними тютюновими виробами [18].

Єдиною згадкою про електронні сигарети в українському законодавстві є частина 2 ст. 13 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення». Відповідно до цієї статті забороняється куріння електронних сигарет у ліфтах, на території закладів охорони здоров'я, дитячих майданчиках, у під'їздах житлових будинків, підземних переходах, транспорті, ресторанах, на зупинках маршруток тощо. Водночас ця норма майже неможлива до виконання, оскільки самого визначення е-сигарет в законі немає.

На рівні підзаконних актів посилання на електронні сигарети та супутні товари можна знайти в Українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД). Державна фіскальна служба України листом № 8622/7/99-99-25-03-03-17 від 12.03.2016 «Про внесення доповнень до листа Міндоходів від 26.03.2014 № 6983/7/99-99-24-02-03-17 «Про впровадження методичних рекомендацій щодо класифікації окремих товарів згідно з вимогами УКТ ЗЕД «затвердила відповідні методичні рекомендації щодо класифікації товарів харчового призначення, які стосувалися й електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин. Цей документ пропонує визначення електронних сигарет у пункті 43 у наступному формулюванні [24].

У зв'язку з прийняттям класифікаційних рішень для товарів — електронних сигарет та змінних картриджів до них на 46-й та 47-й сесіях Комітету з Гармонізованої системи ВМО, повідомляємо наступне. Електронна сигарета — працюючий на елементі живлення мікроелектронний пристрій, який нагріває рідину, що містить пропіленгліколь, ароматизатор з нікотином або без нікотину. Пара, що утворюється, імітує традиційний процес паління сигарет.

Пристрій може мати вигляд звичайної сигарети, сигари або люльки для паління або іншої форми.

Під час вдихання потік повітря активізує парогенератор (випарник), в якому відбувається нагрівання рідини та перетворення її у пару, що нагадує тютюновий дим.

Товар представлено у наборі для роздрібної торгівлі, який також містить зарядний пристрій, шнур живлення й набір запасних патронів та класифікується у товарній позиції 8543. Класифікація змінних картриджів для електронних сигарет здійснюється відповідно до складу рідини у товарній позиції 3824.

Згідно з методичними рекомендаціями, е-сигарети відносять до товарної групи №85 (8543), під якою класифікують різні електронні пристрої, а саме «Електричні машини, обладнання та їх частини; апаратуру для запису або відтворення звуку, телевізійну апаратуру для запису та відтворення зображення і звуку, їх частини та приладдя».

Група товарів 8543 конкретизує товари як «Машини та апаратура електричні, що мають індивідуальні функції, в іншому місці цієї групи не описані або не зазначені». Проте при детальному ознайомленні з описами товарів цієї групи неможливо знайти конкретне посилання на електронні сигарети. Відповідно, єдина підкатегорія, до якої можна віднести ці товари, — це 8543 70 90 00 «інше».

Отже, рідини для електронних сигарет віднесені до товарної позиції групи 38 — «різноманітна хімічна продукція», а саме під кодом 3824 — це «готові сполучні суміші, які використовують у виробництві ливарних форм або ливарних стрижнів; хімічна продукція та препарати хімічної або суміжних з нею галузей промисловості (включаючи препарати, що складаються із сумішей природних продуктів)». Оскільки окремо виписаних характеристик у класифікаторі немає, скоріше за все рідини відносять до підкатегорії «інше».

1.3 Переваги та недоліки використання електронних сигарет

Питання безпеки та небезпеки вживання електронних сигарет недостатньо артикульоване й не визначене ні в українському законодавстві, ні в позиції профільного міністерства. Ще у березні 2010 року Міністерство охорони здоров'я України у своєму прес-релізі зазначило, що: в Україні, як і в багатьох інших країнах, поширення електронних сигарет зумовлене тим, що вони формально не підпадають під категорію ані медичних засобів, ані тютюнових виробів. Тому електронні сигарети поширюються без дозволу відповідних регулюючих органів [8].

Міністерство охорони здоров'я заявляє, що в Україні електронні сигарети не пройшли відповідних медичних випробувань і тому не можуть розглядатися як медичне обладнання.

МОЗ разом з іншими зацікавленими відомствами проведе роботу щодо відповідного регулювання поширення та реклами е-сигарет. А зараз рекомендує громадянам утриматися від придбання та вживання так званих електронних сигарет, бо ці вироби не є безпечними для здоров'я і не пройшли відповідних випробувань в Україні. Також МОЗ України рекомендує всім засобам масової інформації утриматися від реклами цих виробів [9].

Інша згадка про електронні сигарети у документах МОЗ є у наказі від 26.09.2012 р. № 746 «Про затвердження Методичних рекомендацій для медичних працівників закладів охорони здоров'я з надання лікувально-профілактичної допомоги особам, які бажають позбутися залежності від тютюну» [12]. Пункт 7.4.1.2 «Препарати, що рекламують як альтернативні форми нікотино-замісної терапії (НЗТ)» пояснює, що найбільш відомими з цих препаратів є так звані «електронні сигарети». Ці вироби являють собою металеві трубки, в які вкладається картридж з нікотином і батарейка. Батарейка нагріває картридж, внаслідок чого нікотин випаровується, і користувач може вдихати пари нікотину. Хоча такий метод нагадує НЗТ, ВООЗ у своїх документах зазначила: немає

доказів того, що «електронні сигарети» є ефективним засобом для припинення куріння і що вживання даних виробів є безпечним для людей.

В Україні «електронні сигарети» не зареєстровані як лікарські засоби і продаються як товар під кодом УКТ ЗЕД 8542 (2371Г-14), що означає «Схеми інтегровані електронні та електронні мікромодулі».

Міністерство охорони здоров'я України у своєму офіційному прес-релізі від 23.03.2010 р. рекомендувало утриматися від придбання та вживання так званих електронних сигарет, бо ці вироби не є безпечними для здоров'я і не пройшли відповідних випробувань в Україні.

З 2010 році МОЗ не виходило з офіційними заявами щодо електронних сигарет. Відповідно, згадані прес-реліз та наказ залишаються наразі єдиними офіційними документами. Не варто також сподіватися, що прес-реліз міністерства може бути взятий до уваги споживачами, виробниками і продавцями електронних сигарет та супутніх товарів. Згадка про небезпеки вживання е-сигарет у наказі 2012 року є важливою, але розрахована на достатньо вузьку аудиторію лікарів первинної ланки. Про небезпеки використання рідин для заправки електронних сигарет взагалі не згадувалося.

Висновок: українське законодавство не відносить електронні сигарети та заправні контейнери до небезпечних товарів. Відповідно, законодавство також не містить чітких вимог до тексту та формату попередження та/або маркування про небезпеку та/або безпечне поводження із рідинами для заправки електронних сигарет.

Прихильники позитивного впливу електронних сигарет на організм людини наводять наступні аргументи [13]:

- по-перше, електронні сигарети є альтернативою класичним видам тютюнових виробів, які призводять до раку легень, провокують розвиток серцево-судинних захворювань;

- по-друге, електронні сигарети не містять у своєму складі смол та отруйних речовин, тобто курець вдихає пару, насичену нікотином та будь-яким ароматом;

- по-третє, такий спосіб куріння дозволяє менше шкодити оточуючим людям.

Крім того, завдяки електронним сигаретам процес відмови від куріння відбувається максимально м'яко для організму. На відміну від інших заміників е-сигарета дозволяє повністю імітувати процес куріння. Вдихати та видихати щось схоже на дим, це саме те, чого не вистачало кожному, хто намагався кинути курити. Такий перехід дозволяє поступово зменшувати споживання нікотину і поступово перейти на рідину без нікотину. Чимало курців стверджують, якщо кілька тижнів покурити е-сигарету, то звичайні сигарети стають максимально неприємними, такими які людини закурила вперше (рис. 1.2) [46].

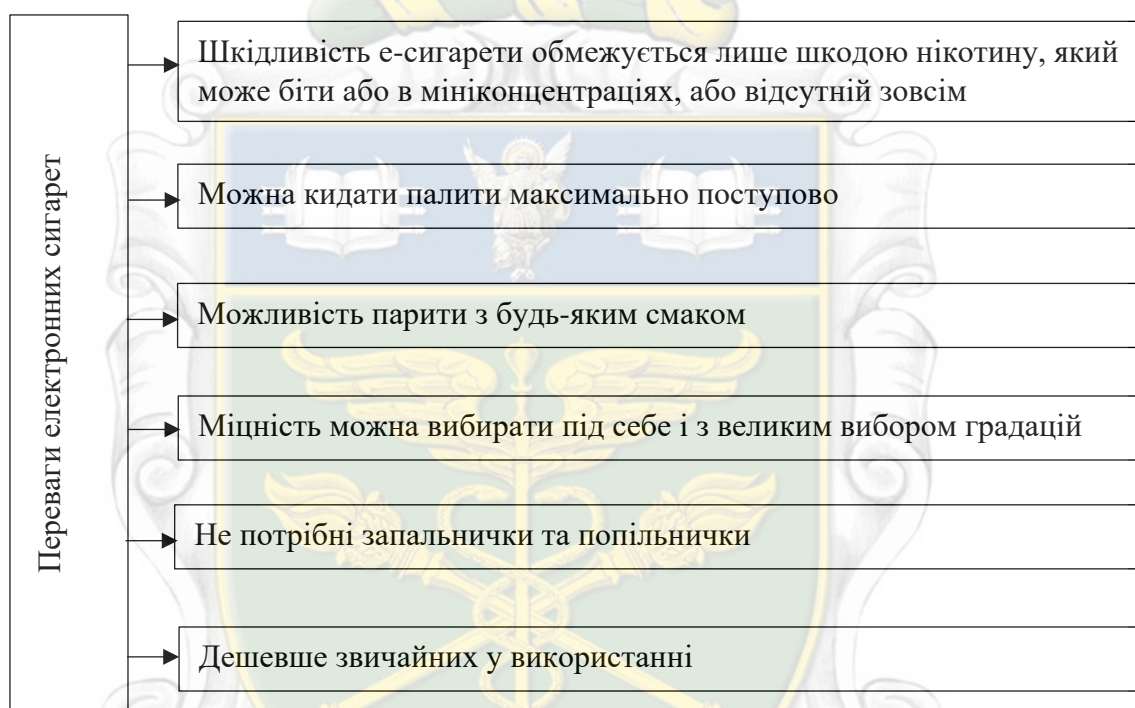


Рисунок 1.2 – Переваги використання електронних сигарет

В Україні утворилась ціла субкультура, її називають вейпінгом, від англійського слова «vape».

Щодо економічної складової заміни класичного тютюнопаління на використання електронних сигарет, слід зазначити, що середній курець в Україні використовує до 20 сигарет за день витрачаючи при цьому не менше ніж 7000 грн. За ці ж кошти можна придбати електронну сигарету і рідини в асортименті.

Цієї суми буде цілком достатньо для вейпінгу протягом року. Ціна на електронні сигарети розпочинаються від 600 грн. за якісний та гарний виріб. Водночас до вартості девайсу також слід додати й витратні матеріали, які необхідно періодично замінювати. Тобто купуючи пристрій обов'язково потрібно враховувати ситуацію щодо його випаровувачів, а саме чи є вони у вільному продажі і чи не планується їх зняття із продажу через моральну застарілість. Відносно новим видом девайсів є RDA, їх перевагою є те, що такі е-сигарети можна обслуговувати самостійно. В такій моделі споживач самостійно може змінювати випаровувач, який складається з елемента (спіралі) і спеціального наповнювача органічної вати або кремнеземної нитки. Таке обслуговування за вартістю набагато дешевше ніж покупка готового випаровувача від виробника [12].

Щодо негативного впливу електронних сигарет на організм споживача, слід зазначити, що найбільшу шкоду від споживання вейп отримує дихальна система - ушкоджується епітелій дихальних шляхів, викликаючи гіпоксію тканин [21].

Незважаючи на аргументи виробників про те, що електронні системи споживання зменшують шкоду для курців, які перейшли зі звичайних сигарет на електронні системи споживання, клінічні дослідження не знаходять клінічної різниці між курінням сигарет і тими, хто перейшов на вейпи. Навпаки, дослідження вже показали зв'язок використання вейпів із пошкодженням клітин легеневого епітелію, більш частими респіраторними захворюваннями у молоді, підвищеним ризиком розвитку пародонтиту. При регулярному використанні електронних сигарет розвиваються гіпертонічна хвороба, цукровий діабет, онкологічні захворювання, відбувається негативний вплив на інтелект курця, страждає репродуктивна система, відбуваються інші негативні зміни в організмі [49].

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СПОЖИВЧОЇ ОЦІНКИ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ

2.1 Організація, об'єкти та методи дослідження

Позитивні результати будь-яких досліджень залежать перш за все від певних регламентів та організаційної складової практичного дослідження. Специфіка товарознавчих досліджень обумовлена тим, що у процесі підготовки були взяті до уваги різні джерела інформаційного характеру: законодавча база та нормативні акти, наукові джерела та навчальна література а також Інтернет-ресурси.

В даній науковій роботі здійснено споживчу оцінку асортименту, якості та конкурентоспроможності електронних сигарет. У процесі організації дослідження нами було умовно виділено три етапи.

I етап – «Теоретичні аспекти товарознавчої оцінки електронних сигарет», який включав вивчення: стану ринку електронних сигарет в Україні; особливостей регулювання продажу та використання електронних сигарет; переваг та недоліків використання електронних сигарет.

II етап передбачав дослідження практичних аспектів споживчої оцінка асортименту та якості електронних сигарет (на прикладі Приватного підприємства «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса). Він складався із наступних кроків: визначення організації, об'єкту та методів дослідження; характеристика та аналіз структури асортименту електронних сигарет, що реалізуються в досліджуваному підприємстві.

На III етапі («Оцінка конкурентоспроможності електронних сигарет») визначали комплексний показник якості електронних сигарет, що реалізує ПП«СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса; розраховували інтегральний показник відносної конкурентоспроможності електронних сигарет у досліджуваному підприємстві.

Організаційна схема виконання кваліфікаційної роботи представлена у додатку А (рис. А.1).

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є електронні сигарети, що реалізує ПП «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса.

Приватне підприємство «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса зареєстровано 07.09.2004. Код ЄДРПОУ 33139581 (додаток Б).

Основний вид діяльності (відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності) – це 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, інші види – 46.35 Оптова торгівля тютюновими виробами; 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах.

У даній кваліфікаційній роботі застосовувались різні методи дослідження. Так, при аналізі ринку електронних сигарет були використані кабінетні дослідження; для аналізу структури асортименту досліджуваної продукції – методи економічного аналізу; при проведенні оцінки якості електронних сигарет – органолептичні методи досліджень.

При дослідження якості та конкурентоспроможності звертали увагу на наступні параметри електронних сигарет:

1. Виконання основних завдань: заміна традиційного тютюнопаління / можливість кинути палити тощо.
2. Дизайн: схожа на класичну сигарету або індивідуальний, особливий стиль.
3. Наявність картриджа, картомайзера або спеціальних резервуарів для рідини?
4. Заряд батареї, потужність акумулятора.
5. Кількість диму/пара (густе пароутворення, середнє, нижче середнього).
6. Відмінна особливість (додаткові можливості).
7. Кількість сигарет в комплекті (одна, більше однієї).
8. Портсигар, чохол, пачка-підзарядка або без додаткових аксесуарів.

2.2 Характеристика особливостей споживних властивостей та якісних показників електронних сигарет, що реалізує ПП«СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса

Весь асортимент електронних сигарет, що реалізує ПП«СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса класифікується на два головних різновиди - це одноразові та багаторазові електронні сигарети.

Особливістю одноразових електронних сигарет є те, що в них не передбачена зміна чи перезавантаження картриджа. Вони можуть як містити, так і не містити нікотин. Принцип роботи такої сигарети подібний до принципу роботи сигарет багаторазового використання. Як правило, одноразової сигарети вистачає на 500–800 затяжок, що дорівнює 1,5–2 пачкам звичайних сигарет.

Одноразові електронні сигарети, які також називаються POD-системами, відрізняються від аналогів пролонгованої дії відсутністю можливості дозаправки, тобто, щойно у пристрої закінчується рідина, він стає непридатним. Однак, доступна ціна компенсує цю особливість одноразових аксесуарів. Більше того, для тих, хто вперше намагається спробувати використовувати е-сигарету, це оптимальний варіант познайомитися з різними варіантами і зупинитися на тому, який оптимально підійде за основними параметрами.

Зовні одноразова сигарета виглядає як невелика витончена пластикова запальничка. Стильний компактний корпус підвищує зручність перенесення аксесуарів, ергономічно розміщується в долоні, кишені, барсетці. Усередині полімерного кофру захований заряджений літій-іонний акумулятор, ємність із рідиною, нагрівальний елемент. Також одноразова е-сигарета має датчик, який включає її під час затягування. Іншого управління пристрій не має. Увімкнення та вимкнення – все функціонує автоматично. Це друга відмінність одноразових моделей від варіацій, що заправляються.

Щодо популярності одноразових POD систем, то вона пояснюється такими факторами:

- простота та зручність застосування;

- компактність та механічна міцність;
- практичність та економічність;
- універсальність – підходить для досвідчених та початківців користувачів;
- великий вибір смаків.

Навіть досвідчені парильники часто віддають перевагу цим моделям. Наприклад, багаторазову систему не завжди зручно використовувати у гостях, на природі, у нічному клубі, в офісі.

Ще варто відзначити, що виробляють одноразові електронні сигарети великі бренди. Важливо, що їхню продукцію після численних перевірок схвалило Federal Drug Administration – управління захисту прав споживачів в Америці. Воно відповідає за перевірку продуктів харчування, медикаментів тощо.

ПП «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса реалізує багато різновидів одноразових електронних сигарет, які відрізняються дизайном та розміром корпусу, кількістю допустимих затяжок, їх може бути і 800, і 1200, і навіть 2500. Кількість затягувань безпосередньо впливає на розмір аксесуара, оскільки рідини в ємності та заряду акумулятора має вистачити на заявлений виробником показник.

Наступна важлива відмінність одноразових електронних сигарет є склад рідини та значна різноманітність присмаків. Крім того на досліджуваному підприємстві можна придбати одноразову електронну сигарету із сольовим нікотинном або без нікотину.

Електронні сигарети багаторазового використання, що реалізує ПП «СТАР ТРЕЙД 1», відрізняються за розміром, видом елемента живлення, системою випаровування та складом рідини. Модель сигарети визначає її робочі якості: тривалість автономної роботи, густину пари, насиченість смаку тощо. Електронна сигарета містить такі основні елементи (рис. 2.1):

- сховище (ємність, картридж) з рідиною, він може бути як змінний, так і з можливістю перезарядки;
- випаровувач (атомайзер) - пристрій для утворення пари з рідини, є декілька різновидів;

– джерело електричного живлення (акумулятор) — від його об'єму залежить кількість заряду (чим більша ємність акумулятора, тим довше працює е-сигарета).

Низка моделей е-сигарет містить елементи для управління подачею рідини та виділенням пари. Принцип дії сигарети простий: рідина, потрапляючи на нагріту спіраль, випаровується, а пара виводиться назовні спеціальним каналом, звідки потрапляє до рота користувача



Рисунок 2.1 – Структура електронної сигарети

Електронні сигарети, що реалізує ПП «СТАР ТРЕЙД 1», поділяють на шість основних видів за розміром, від А до F: суперміні, міні, пенстайл, сигара, мод і люлька. . Всі вони розрізняються за дизайном, формою та вагою:

- суперміні (А) за органолептичними показниками нагадують стандартну сигарету. Довжина пристрою не перевищує 10,5 см. У сигареті є акумулятор максимальної потужності 85 мАг та міні картридж з об'ємом рідини до 400 мкл;
- міні (В) – довші за модель міні (А) до 12 см. У таких сигаретах встановлена батарея до 200 мАг, а картридж на 500 мкл можна зустріти в найпотужнішій моделі типу міні (В);
- пенстайл (С) – сигарета діаметром до 1 см, їх довжина до 17,5 см. Середні габарити класичного дизайну корпусу поміщають всередині акумулятор до 290 мАг;

– сигари (D) мають схожість із пенстайл. Розмір сигари дозволяє розмістити в ній акумулятор потужністю від 700 мАг та картридж для автоматичної рідини від 1,2 мл;

– моди (E) – цей випарник відрізняється тим, що з ним можна робити величезні клуби диму. За рахунок потужної батареї до 2200 мАч девайс дуже довго можна використовувати. У ньому є контейнер, який міститься автоматична суміш для куріння;

– електронні люлька (F) – ці вейпи зовні виглядають просто розкішно. Вони нагадують справжні сигари. Вони можуть бути встановлений потужний акумулятор до 1000 мАч.

Важливою ознакою поділу електронних сигарет, що реалізує ПП «СТАР ТРЕЙД 1» є різновидів атомайзерів. Атомайзер, або випаровувач, забезпечує утворення пари у пристрої. Виділяють такі їх види:

– тип RDA: один із найпростіших видів, у якому рідина міститься у ватному фільтрі; разовий об'єм невеликий, тому рідину потрібно часто додавати (закапувати);

– тип RTA: атомайзер з ємністю для курильної рідини, коли суміш рідини потрапляє на спіраль капілярним методом через вату;

– тип RDТА: удосконалений аналог, що поєднує два попередні типи, містить спеціальну ємність (танк), у якій розміщено просочений рідиною гніт;

– картомайзер: об'єднує картридж з рідиною та випаровувач в одному корпусі; має декілька різновидів;

– кліромайзер: найбільш поширений варіант, включає контейнер для рідини, сполучений із пароутворювальною камерою;

– танкомайзер: містить окрему ємність, куди вливається рідина;

– бакомайзер: складається із нагрівальної спіралі, пароутворювальної камери та ємності для рідини;

– генезис: одна із найскладніших систем, в якій випаровувач зроблено у вигляді сітки.

Електронні сигарети, що реалізує дане підприємство, також класифікують за типом управління. Вони можуть бути двох видів [24]:

Ручне управління передбачає включення е-сигарети шляхом натискання вбудованої кнопки живлення. При її включенні акумулятор передає напругу і запускає парогенератор в атомайзері. Електронні сигарети ручного управління мають більшу паропродуктивність і можуть посилювати / зменшувати генерацію та насиченість пари.

Автоматичне управління починає продукувати пару після того, як курець зробив одну затяжку і автоматично активував датчик тяги. Від нього спрацьовує мікропроцесор, включаючи світлодіод, що імітує процес звичайного куріння, і одночасно запускає роботу атомайзера.

Картриджем називається мундштук з ємністю, що містить рідину для заправки електронних сигарет. Картриджі можуть мати синтепон, просочений рідиною. У деяких моделях атомайзери і картриджі суміщені. Такий елемент називається картомайзер. У картриджі міститься від 0,3 до 4,5 мл і більше рідини, що у порівнянні зі звичайними сигаретами, може відповідати кільком сигаретам або ж і кільком пачкам. Найбільш популярними є картриджі об'ємом 1–2 мл. Картриджі потребують заміни або заправки рідиною в міру її використання.

Окремо класифікуються рідини для електронних сигарет. Вони бувають різної концентрації та з різними смаками. В ПП «СТАР ТРЕЙД 1» рідини продаються у формі контейнерів, готових для використання у е-сигаретах, або окремо у пластикових чи скляних пляшечках різноманітних форм та місткості. Можна умовно класифікувати рідини в залежності від концентрації нікотину у рідині, яка вказується у міліграмах на мілілітри. Відповідно, рідини бувають:

- безнікотинові (0% нікотину);
- легкі (від 3 до 6 мл нікотину на 1 мг);
- середні (до 12 мл нікотину на 1 мг);
- міцні (близько 18 мл нікотину на 1 мг);
- суперміцні (близько 24 мл нікотину на 1 мг).

Рідини можуть продавати у ємностях різних об'ємів (10, 30, 60 мл тощо). Окрім того, вони відрізняються смаком (є велике різноманіття) та «натуральністю» (зроблені з використанням органічних компонентів, або штучно синтезованих).

Спільними для усіх рідин для е-сигарет є так звані основні інгредієнти. Вони однакові для всіх рідин від будь-якого виробника. Отже, до складу рідини обов'язково входить:

- пропіленгліколь (використовується як «носії» смаку);
- гліцерин (необхідний для утворення візуально помітної та відчутної на смак пари);
- дистильована вода (використовується для розбавлення жижи, щоб густа суміш пропіленгліколя та гліцерина набула достатньої для використання текучості).

ПП «СТАР ТРЕЙД 1» реалізує широкий асортимент одноразових електронних сигарет. Основні бренди такої продукції характеризуються нижче.

Одноразові е-сигарети Elf Bar (рис. В.1).

Це одноразові аксесуари, які мають високий попит у споживачів. У виробника багато лінійок – від 800 до 4000 затяжок, їх плюс – довговічність. За таку перевагу їх обирають для тривалих подорожей, повсякденного використання. Найбільшим попитом користуються Elf Bar 1500 через зручність, доступну ціну, різноманітність смаків: банан із льодом; чорниця; вишня, лимон, персик; ківі, маракуя, гуава; ананас, персик, манго; рожевий лимонад; полуниця з бананом; полуниця, ківі; лимонад із синьої малини; полуничне морозиво; кавун; виноград.

Одноразові е-сигарети WAKA (рис. В.2). Їхня головна особливість – схожість відчуттів при вейпінгу з відчуттями від традиційного куріння. Споживачі цінують продукцію бренду за численні смачні аромати, за компактні розміри та малу вагу. Один аксесуар розрахований у середньому на 800 затяжок. Популярні фруктові смаки: Ананас-Персик-Манго, Полуниця-Банан, Крижаний Лічі, Виноградний Грап.

Одноразові е-сигарети VEEBA (рис. В.3).

Вони мають попит через компактні габарити та ультра мобільність. У складі ароматичної рідини 5,2 мл 5% солі нікотину. Кожного пристрою вистачає приблизно на 1600 затяжок. Популярними є наступні смаки: кавуновий Bubble Gum, Cotton Candy, Fantasy Jungle, Ягідний Mix.

Одноразові е-сигарети VEEBA мають стильний дизайн, зручну форму, різноманіття смаків та чудову їх передачу.

Одноразові е-сигарети Balmy (рис. В.4) представлена оригінальними ароматами – Мамба, Кислі яблука/Ківі, Grape з Содовою, Bubble Gum, Крижані Червоні яблука. У кожному пристрої 6 мл нікотинової рідини. Цього обсягу вистачає в середньому на 2000 затяжок.

Одноразові е-сигарети Barz (рис. В.5) виділяються на профільному ринку компактністю та опрацьованими ароматами.

Одноразові е-сигарети Puff (рис. В.6). У лінійці бренду є кілька серій. Кожна відрізняється кількістю затяжок та розмірами. Особливістю торгової марки вважається широке розмаїття смаків. При цьому Puff вибирає різноманітні смакові поєднання, а не моносмаки.

В 2024 році ПП «СТАР ТРЕЙД 1» розпочало реалізацію одноразових е-сигарет бренду Tugboat (рис. В.7) у вигляді двох лінійок – продукція на 800 та 2500 затяжок, а також одноразових е-сигарет HQD, які мають ряд переваг серед конкурентів, а саме низька ціна, чудова передача смаку (рис. В.8).

Крім широкого асортименту одноразових електронних сигарет Приватне підприємство «СТАР ТРЕЙД 1» реалізує багаторазові електронні сигарети. Найбільш поширені є декілька брендів.

Багаторазові е-сигарети Vaporesso Balmy (рис. Г.1) - світовий лідер у сфері вейп-індустрії представлений в Україні. З моменту свого заснування бренд завоював визнання завдяки інноваційним рішенням і високим стандартам якості.

Компанія робить акцент на розробці POD-систем та картриджів для подів. Компанія стала однією із найбільш успішних ТОП-виробників у цьому сегменті. Vaporesso активно впроваджує передові технології, забезпечуючи користувачам безпечний та комфортний досвід. Надійність та стильний дизайн продукції

зробили бренд одним із провідних на ринку, пропонуючи широкий асортимент пристроїв для вейпу.

Багаторазові е-сигарети Vooro (рис. Г.2) - відомий виробник електронних сигарет та аксесуарів для вейпінгу. Компанія розпочала роботу у 2017 році й швидко перетворилася на одну з провідних у vape-індустрії завдяки своїм інноваціям. Оригінальні знахідки інженерів бренду, реалізовані в особливостях конструкції, допомагають зробити вейпінг більш приємним і максимально спростити користування гаджетами для паріння. У продукції компанії Vooro багато конкурентних переваг, перш за все надійність та приємний дизайн.

Багаторазові е-сигарети Rincoe pod (рис. Г.3) - сучасні, бюджетні та оригінальні пристрої, які створені з особливими характеристиками та унікальними можливостями. Усі девайси даного бренду компактні, яскраві та легкі як за вагою, так і у використанні; у кожному поді є встановлений надійний акумулятор, тому середній час автономної роботи складає 9 годин; розроблені герметичні картриджі, тому всі поди гарантують свою якість та відсутність протікання рідини.

В значно менших обсягах досліджуване підприємство реалізує багаторазові е-сигарети таких брендів як OXBAR, OXVA, Lost Vape.

Таким чином, наведені вище дані свідчать, що Приватне підприємство «СТАР ТРЕЙД 1» реалізує широкий асортимент як одноразових так і багаторазових електронних сигарет.

2.3 Аналіз структури асортименту електронних сигарет у досліджуваному підприємстві

Як зазначалось вище, досліджуване торговельне підприємство реалізує широкий асортимент електронних сигарет. Нами проаналізовано структуру її асортименту за 2021-2023 роки за товарними групами (табл. 2.1, рис. 2.2, додаток Д).

Таблиця 2.1 – Структура асортименту електронних сигарет, що була реалізована ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2021-2023 роках, за товарними групами

Товарні групи	Роки					
	2021		2022		2023	
	обсяг, млн. грн.	частка, %	обсяг, млн. грн.	частка, %	обсяг, млн. грн.	частка, %
1. Одноразові е-сигарети	2,12	73,9	4,63	51,3	5,51	45,1
2. Багаторазові е-сигарети	0,34	11,8	3,28	36,3	4,59	37,5
3. Витратні матеріали (картриджі, рідини тощо)	0,41	14,3	1,12	12,4	2,13	17,4
Разом	2,87	100	9,03	100	12,23	100

Наведені дані свідчать, що у 2021 році було реалізовано електронних сигарет та витратних матеріалів, а саме картриджів, рідин тощо ПП «СТАР ТРЕЙД 1» на суму 2,87 млн. грн. Такі малі обсяги, в порівнянні із наступними звітними роками, пояснюються тим, що електронні сигарети лише почали з'являтися на ринку України. Значна частка одноразових е-сигарет пов'язана із тим, що досліджуване підприємство займалось їх реалізацією повний 2021 рік, в той час як багаторазові е-сигарети та, відповідно, витратні матеріали до них, з'явилися у продажу лише в четвертому кварталі 2021 року.

У 2022 році суттєво збільшило обсяги реалізації електронних сигарет та витратних матеріалів, було продано продукції на суму понад 9 млн. грн., тобто більш ніж у тричі, порівняно із 2021 роком. Змінилась також і структура асортименту, якщо у 2021 році частка багаторазових е-сигарет була лише 11,8%, то у 2022 році вона зросла до 36,2% перш за все за рахунок зменшення частки одноразових е-сигарет.

2023 рік став найбільш успішним для Приватного підприємства «СТАР ТРЕЙД 1», було реалізовано продукції на 12,23 млн. грн., що у 4,26 рази більше ніж у 2021 році і на 1,35 рази більше ніж у 2022 році. Проте обсяги реалізації у 2022 році були нерівномірними, більша частина виручки від продажу електронних сигарет припадає на перше півріччя, адже 11 липня 2023 року набув чинності Закон № 1978-ІХ, який передбачав заборону на ввезення сигарет,

тютюну для самокруток, рідин до електронних сигарет із ароматизованими добавками, тому підприємство допродувало залишки попередньо завезеної продукції [26].

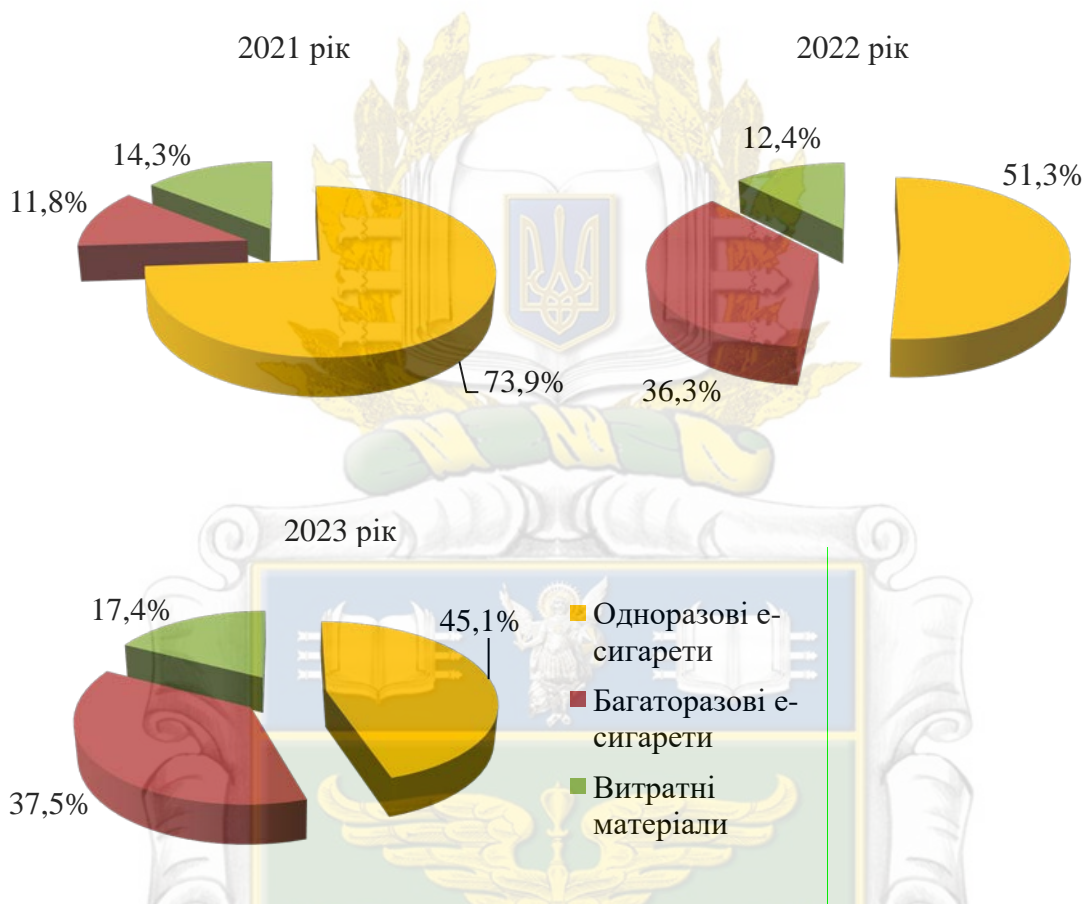


Рисунок 2.2 – Структура асортименту електронних сигарет, що була реалізована ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2021-2023 роках, за товарними групами

Структура асортименту одноразових електронних сигарет, реалізованих у ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2021-2023 роках, за основними торговельними марками представлена у табл. 2.2 та на рис. 2.3.

Структура асортименту багаторазових електронних сигарет, реалізованих у ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2021-2023 роках, за основними торговельними марками представлена у табл. 2.3.

Таблиця 2.2 – Структура асортименту одноразових електронних сигарет, реалізованих у ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2021-2023 роках, за основними торговельними марками

Товарні групи	Роки					
	2021		2022		2023	
	обсяг, тис. грн.	частка,%	обсяг, тис. грн.	частка,%	обсяг, тис. грн.	частка,%
1. Elf Bar	1059	49,9	2417	52,2	2675	48,6
2. WAKA	421	20,0	1013	21,9	1346	24,4
3. VEEBA	235	11,1	510	11,0	712	12,9
4. Balmy	124	5,8	261	5,6	259	4,7
5. Barz	176	8,3	255	5,5	286	5,2
6. Puff	105	4,9	174	3,8	232	4,2
Разом	2120	100	4630	100	5510	100

З табл. 2.2 видно, що найбільша питома вага припадала на одноразові електронні сигарети торговельної марки Elf Bar (49,9; 52,2 та 48,6 % відповідно по роках) і е-сигарети бренду WAKA (відповідно 20,0; 21,9 та 24,4%). Найменше було продано одноразових е-сигарет торговельної марки Puff. Їх продаж складав 4,9; 3,8 і 4,2 %.

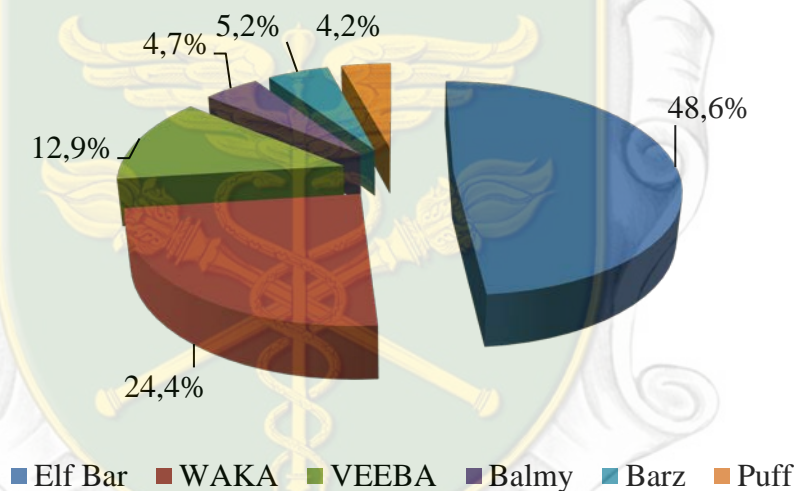


Рисунок 2.3 – Структура асортименту одноразових електронних сигарет, реалізованих у ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2023 році, за основними торговельними марками

Таблиця 2.3 – Структура асортименту багаторазових електронних сигарет, реалізованих у ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2021-2023 роках, за основними торговельними марками

Товарні групи	Роки					
	2021		2022		2023	
	обсяг, тис. грн.	частка,%	обсяг, тис. грн.	частка,%	обсяг, тис. грн.	частка,%
1. Vapresso Balmy	139	40,9	1180	36,0	1617	35,2
2. Vooproo	104	30,6	913	27,8	1189	25,9
3. Rincoe pod	97	28,5	847	25,8	1116	24,3
4. OXBAR	-	-	140	4,3	248	5,4
5. OXVA	-	-	117	3,5	225	4,9
6. Lost Vape	-	-	83	2,6	195	4,3
Разом	340	100	3280	100	4590	100

З табл. 2.3 видно, що найбільша питома вага припадала на багаторазові електронні сигарети торговельної марки Vapresso Balmy (40,9; 36,0 та 35,2 % відповідно по роках) і е-сигарети бренду Vooproo (відповідно 30,6; 27,8 та 25,9%), до трійки лідерів за популярністю також відноситься продукція торговельної марки Rincoe pod (28,5; 25,8 та 24,3 % відповідно). Інші бренди з'явилися в прайс-листі ПП «СТАР ТРЕЙД 1» лише у 2022 році і разом мали частку у 10,4%, у 2023 році вона зросла до 14,6% (рис. 2.4).

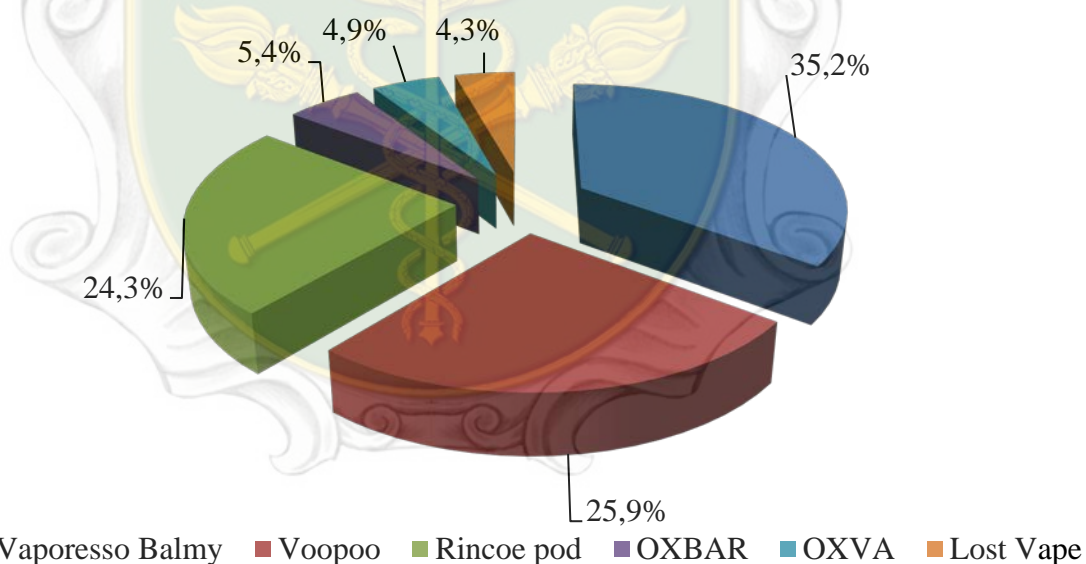


Рисунок 2.4 – Структура асортименту багаторазових електронних сигарет, реалізованих у ПП «СТАР ТРЕЙД 1» у 2023 році, за основними торговельними марками

РОЗДІЛ 3

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ

3.1 Визначення споживних властивостей електронних сигарет, що впливають на їх конкурентоспроможність

Відповідно до основоположних принципів кваліметрії якість електронних сигарет розглядалась нами як ієрархічна сукупність споживних властивостей, що представляють суттєвий інтерес для споживачів даного виду смакових товарів. Графічне зображення зазначеної ієрархічної структури називається «деревом властивостей». Воно представляє собою сукупність властивостей та показників, що їх кількісно характеризують, які зумовлюють задоволення певних потреб споживачів. У межах номенклатури споживні властивості та їх показники поділяються на групи і підгрупи залежно від їх специфіки та потреб, що вони задовольняють. Нижче розглянемо кожен із вказаних груп і підгруп споживних властивостей товарів з метою виокремлення найбільш вагомих [1].

Властивості призначення – це здатність певного товару задовольняти фізіологічні та соціальні потреби. Ця група властивостей безперечно відноситься до однієї із головних при визначенні конкурентоспроможності товарів: якщо товар не задовольняє споживача за призначенням, то інші властивості втрачають для нього будь-яку привабливість. Залежно від специфіки потреб, що задовольняються, властивості призначення поділяють на чотири підгрупи, дві з яких є важливими при оцінці конкурентоспроможності електронних сигарет [4].

Функціональні властивості відображають здатність товарів виконувати їх основні функції. Ця підгрупа властивостей і показників частіше за все задовольняє фізіологічні потреби, стосовно електронних сигарет вважається, що напрям задоволення потреб є психолого-фізіологічний, адже пар, що

утворюється при їх використанні має подвійну дію, через фізіологічний вплив на нервову систему і головний мозок, формується відчуття задоволення.

Властивості соціального призначення - здатність товарів задовольняти індивідуальні або суспільні соціальні потреби. Для переважної більшості товарів міра важливості цієї підгрупи споживчих властивостей значно нижче, ніж функціональних. Проте для електронних сигарет вони є досить важливі, і ця значущість з кожним роком зростає. Престижність – часто є рушійною силою при переході від традиційного тютюнопаління до використання сучасних засобів вживання нікотину через електронні сигарети. Дана тенденція є особливо характерною для молоді.

Надійність - здатність товарів зберігати функціональне призначення в процесі зберігання й споживання протягом заздалегідь обумовлених термінів.

Надійність постійно: змінюється внаслідок процесів, що відбуваються при зберіганні, споживанні і експлуатації товарів. Залежно від критерію надійність поділяється на наступні підгрупи: довговічність, безвідмовність, ремонтпридатність і збереженість.

Для електронних сигарет важливим показником є довговічність. Це особливо вагомо для одноразових видів. Ця властивість має конкретний кількісний показник: число можливих затяжок.

В незначній мірі при оцінці багаторазових електронних сигарет покупець звертає увагу і на ремонтпридатність. Адже для тривалої експлуатації таких приладів потрібно замінювати картриджі.

Ергономічні властивості пов'язані із здатністю товарів створювати відчуття зручності, комфортності, найбільш повного задоволення потреб відповідно до антропометричних, психологічних і психолого-фізіологічних характеристик споживача.

Ергономічні властивості задовольняють фізіологічні і/або психологічні потреби відповідно до певних характеристик споживача. У залежності від цих характеристик ергономічні властивості поділяються на підгрупи: антропометричні, психологічні і психолого-фізіологічні. Як зазначалось вище,

для електронних сигарет важливими є психолого-фізіологічні властивості, пов'язані зі задоволенням психологічних потреб через фізіологічний вплив. Це особливо стосується нікотиновмісних е-сигарет, які окрім приємного аромату та смаку, містять нікотин – алкалоїд, що діє на кору головного мозку, сприяє секреції адреналіну, підвищує рівень глюкози в крові. Це пояснюється активацією ацетилхолінових рецепторів, що забезпечують передачу нервових імпульсів через синапси.

Естетичні властивості – це споживні властивості, які виявляють у чуттєво-сприйнятливих ознаках форми свою суспільну цінність та соціально-культурну значущість і задовольняють естетичні потреби людини. Естетика - наука про суть і форми прекрасного в природі, предметах, художній творчості і житті.

Більшості споживачів властиве прагнення до краси, гармонії, однак уявлення про них у різних людей неоднакове. Показниками естетичних властивостей товарів можуть служити зовнішній вигляд, дизайн, мода, стиль, досконалість виробничого виконання, інформаційна виразність.

Для електронних сигарет досить важливими є такий параметр естетичності як дизайн, адже даний показник є комплексним, адже об'єднує функціональність товару, його ергономічність та зовнішній вигляд. Оптимальне поєднання даних підпоказників є важливим елементом конкурентоспроможності.

Екологічні властивості - здатність товарів не завдавати шкідливого впливу на споживача під час його експлуатації або споживанні.

Для електронних сигарет досить важливими є показники безпеки. Безпечним вважається товар у випадку коли ризик шкоди споживачеві при час його експлуатації або споживанні обмежений допустимим рівнем.

Безпека – одна із найважливіших властивостей будь-якого товару, і не в останню чергу електронних сигарет.

Залежно від природи чинників, що можуть викликати ризик для споживача нами виокремлено дві підгрупи екологічних властивостей:

Хімічна безпека - відсутність недопустимого ризику, який може бути нанесений токсичними речовинами життю та здоров'ю споживачів. Для

більшості видів е-сигарет такою речовиною є нікотин. Про негативний вплив електронних сигарет взагалі і нікотину більш конкретно описано у питанні 1.3.

Другою підгрупою екологічних властивостей, яку потрібно враховувати при придбанні електронних сигарет – є термічна безпека. Такий вибір пов'язаний із тим, що пристрій електронної сигарети повинен довести рідину до кипіння із виділенням пару, який і є заміником диму класичних сигарет. Це означає, що у руці і біля обличчя споживач має джерело ймовірного опіку.

На основі виокремлених нами споживних властивостей і їх показників, що впливають на конкурентоспроможність електронних сигарет, можна побудувати «дерево властивостей». «Дерево властивостей» електронних сигарет зображено на рис. 3.1 [5].

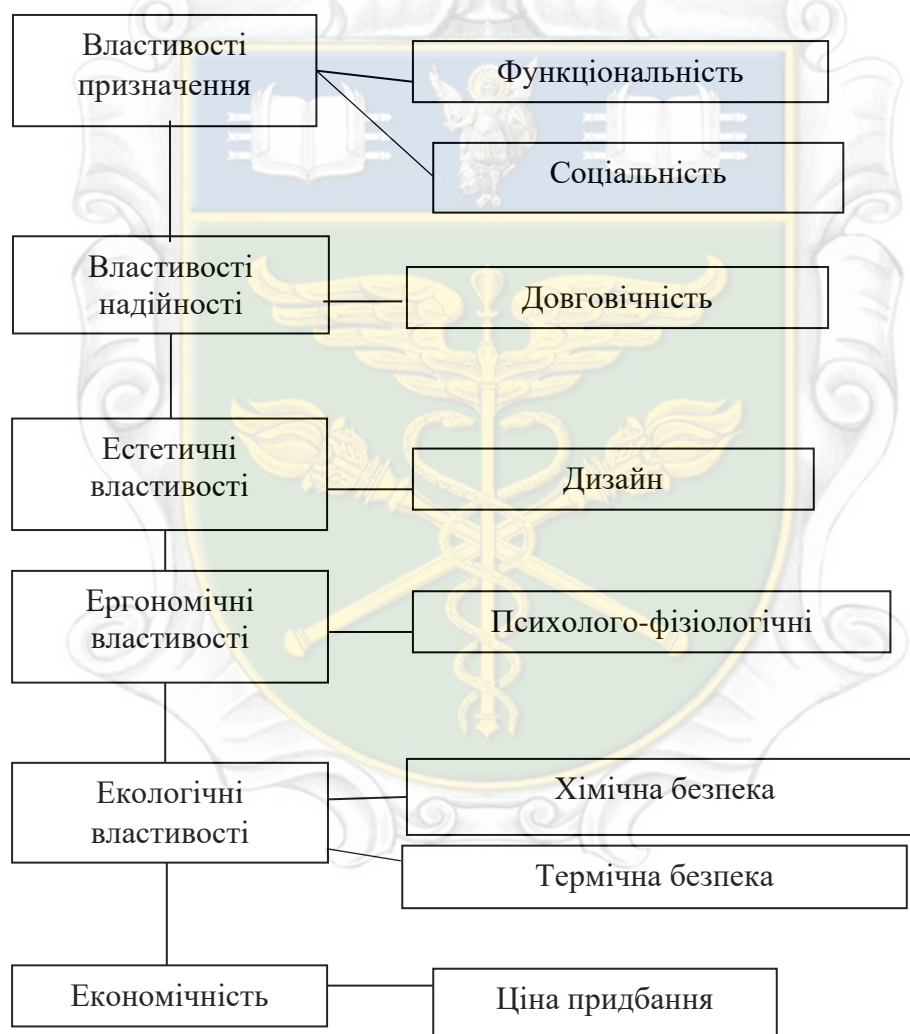


Рисунок 3.1 – Рівні «дерева властивостей» електронних сигарет

Отже, із представленого переліку споживних властивостей вибрані наступні: функціональне призначення; соціальні властивості; довговічність; дизайн, психолого-фізіологічні параметри (запах та смак); хімічна та термічна безпека, а також беззаперечно ціна придбання.

3.2 Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності електронних сигарет в умовах ПП«СТАР ТРЕЙД 1»

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють його здатність здійснювати свою комерційну діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому прибуток, достатній для масштабування бізнесу, стимулювання співробітників та підтримання продукції, що реалізується на високому рівні. Високий рівень конкурентоспроможності оптового торговельного підприємства, яким і є ПП«СТАР ТРЕЙД 1» в значній мірі залежить від конкурентоспроможності товарів, які є об'єктом підприємницької діяльності. Для досліджуваного підприємства – це тютюнові вироби та електронні сигарети та витратні матеріали [7, 15].

Базовими алгоритмами визначення конкурентоспроможності будь-якого товару є наступні [23, 27]:

- конкурентоспроможність товару може бути визначена лише шляхом його порівняння з іншим, бажано, аналогічним товаром, а отже є відносним показником;
- для визначення конкурентоспроможності товару необхідно не просто порівняти його з іншим товаром за ступенем їх відповідності. Основні чинники конкурентоспроможності – це ті якісні параметри, що максимально відповідають запитам споживачів відповідного сегменту.

Для визначення конкурентоспроможність електронних сигарет, як одноразових так і багаторазових будемо порівнювати бренди, що є традиційними для даного торговельного підприємства із тими, що пропонуються

торговельними підприємствами-конкурентами, проте досліджуваним підприємством не реалізуються [29].

У загальному вигляді конкурентоспроможність електронних сигарет характеризується їх споживними властивостями та роздрібною ціною і математично представлена наступною формулою (3.1) [33]:

$$K = \frac{P}{C}; \quad (3.1)$$

де P – корисний ефект від використання товару (споживчі властивості товару);
 C – витрати на придбання і використання товару (ціна споживання).

Оцінку конкурентоспроможності товару проводять за схемою, зображеною на рис. 3.2 [43].

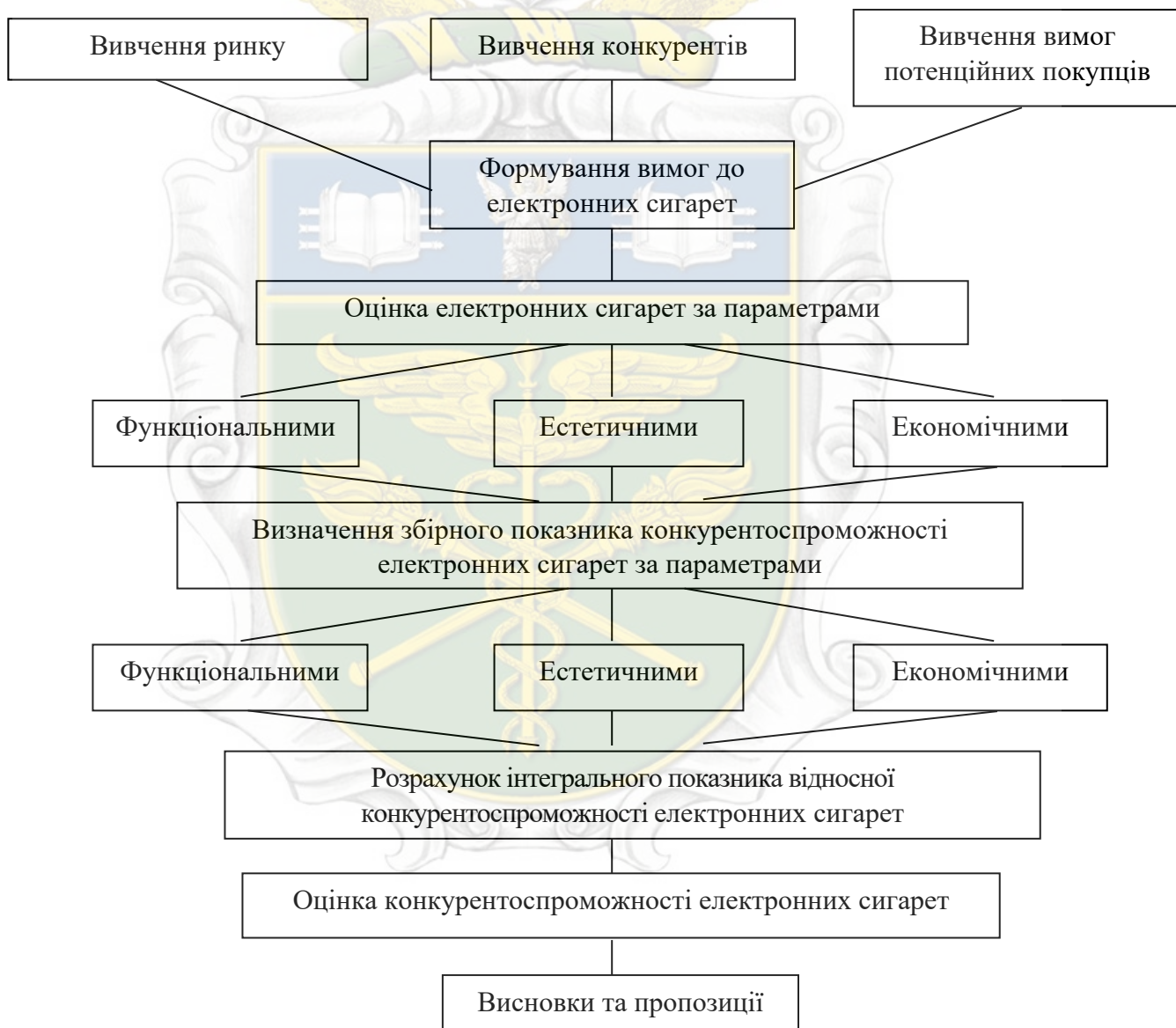


Рисунок 3.2 - Алгоритм оцінки конкурентоспроможності електронних сигарет

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності електронних сигарет складається із наступних етапів [47]:

1. Аналіз ринку і вибір товару-конкурента, який буде базою для порівняння та визначення рівня конкурентоспроможності електронних сигарет.

Для порівняння обрали торговельні марки електронних сигарет, як одноразових так і багаторазових, які мають найнижчі обсяги продажів, а саме одноразові електронні сигарети ТМ Puff та багаторазові електронні сигарети ТМ Lost Vape.

В якості конкурентних товарів нами були обрані перспективні, на наш погляд, бренди, які з'явилися на ринку відносно недавно, а саме одноразові електронні сигарети ТМ VAAL. Даний бренд, цілком може конкурувати з ТМ Puff у різноманітності. Одноразові ПОДи цього виробника надають покупцям великий вибір об'ємів. Вони розраховані на 500-10000 затяжок, що дозволяє кожному покупцеві підібрати одноразовий вейп як для проби, так і тривалого використання. Звичайно, більші моделі оснащені портом для зарядки, щоб можна було без проблем випарувати всю заправку. Ці ефективні і прості девайси мають попит як у вейперів-початківців, так і в досвідчених, що говорить про їх високу якість.

Візуально ці електронки схожі на будь-які інші одноразки. Пристрої невеликого об'єму мають форму класичних стіків. А ось поди побільше стають вже або квадратними, або просто ширшими, щоб вмістити в себе емний акумулятор. Залежно від лінійки вони можуть бути зафарбовані в один колір, градієнт або яскравий привабливий принт. У будь-якому випадку їхній зовнішній вигляд приємний, а вся конструкція ергономічна. Бренд має великий вибір різних смаків, що дозволяє кожному покупцю без проблем знайти для себе щось нове.

В якості конкурентного виду багаторазових електронних сигарет нами було обрано бренд Jwell. Електронні сигарети даної ТМ виробляють у Китаї, проте вона відносять до преміумкласу. Вайпи даного бренду відрізняються високою якістю складання та матеріалів, стильним дизайном, широкою палітрою кольорів. Особливості, які вигідно відрізняють електронні сигарети Jwell:

– великий вибір колірних рішень як для чоловіків, так і для дівчат. Наприклад, PSS-V2 Pink виконаний у приємному рожевому кольорі. Модель компактного розміру зручно лягає в руку, але при цьому дає густу, насичену пару;

– серед різноманітності моделей Jwell можна придбати навіть електронну трубку. Наприклад, ергономічний та стильний дизайн поєднується з корпусом із алюмінію в гаджеті ILINE Electronic pipe;

– бренд випускає і моделі економ-класу, такі як стартовий набір, як Lumea Red 1500;

– люксовий модельний ряд порадує шанувальників спортивного стилю та потужності. Так, Traxx Black має два акумулятори. Встановити потрібний рівень напруги можна на екрані OLED.

2. Визначення номенклатури параметрів, що визначають конкурентоспроможність досліджуваних товарів. Відповідно до аналітики, викладеній у питанні 3.2 такими параметрами є функціональне призначення; соціальні властивості; довговічність; дизайн, психолого-фізіологічні параметри (аромат та смак); хімічна та термічна, безпека, а також беззаперечно ціна придбання [48].

3. Визначення коефіцієнтів вагомості обраних параметрів.

Дослідження конкурентоспроможності електронних сигарет розпочинається з градації відібраних параметрів за важливістю щодо задоволення певної потреби. Механізм встановлення значимості параметрів продукції заключається у висуненні на перший план тих властивостей, що мають найбільшу значимість («вагу») для споживача. Як правило визначення коефіцієнтів «вагомості» кожного параметру проводить група експертів, яка є компетентною в проведенні досліджень певної групи товарів. Для продовольчих товарів можливе застосування трьох способів визначення коефіцієнтів вагомості властивостей: ранжування, спосіб послідовних переваг та парних порівнянь.

Найбільш поширеним є перший спосіб. При цьому експерти присвоюють (в порядку зменшення) кожній властивості номер, починаючи з найважливішої.

Таку процедуру здійснюють всі експерти. Далі за кожною властивістю й кожному експерту знаходиться сума проставлених чисел. І останній момент, для визначення коефіцієнту вагомості сума за кожною властивістю ділиться на загальну суму (табл. 3.1) [50].

Таблиця 3.1 – Розрахунок коефіцієнтів вагомості властивостей електронних сигарет за способом ранжування

Експерти	Властивості								Сума
	функціональні	соціальні	довговічність	аромат та смак	дизайн	хімічна безпека	термічна безпека	ціна придбання	
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	
Перший	7	4	3	8	6	2	1	5	36
Другий	8	5	3	7	6	1	2	4	36
Третій	7	3	4	8	5	2	1	6	36
Четвертий	6	4	3	8	5	2	1	7	36
П'ятий	7	4	3	8	6	1	2	5	36
Шостий	7	5	3	8	6	1	2	4	36
Сьомий	8	3	5	7	4	2	1	6	36
Восьмий	7	4	3	8	6	2	1	5	36
Сума (S)	57	32	27	62	44	13	11	42	288
d	21	-4	-9	26	8	-23	-25	6	
d ²	441	16	81	676	64	529	625	36	
Коефіцієнти вагомості	0,20	0,11	0,09	0,22	0,15	0,05	0,04	0,14	1

На наступному етапі розрахунків ми визначали відхилення від середньої величини сумарних рангів за формулою (3.2):

$$S_{cp} = \frac{\sum_{i=0}^n S_i}{n}, \quad (3.2)$$

де S_{cp} – середня величина сумарних рангів;

S_i – величина сумарного рангу i -показника.

n – кількість показників, які проранжовані експертами,

$$S_{cp} = \frac{57 + 32 + 27 + 62 + 44 + 13 + 11 + 42}{8} = \frac{288}{8} = 36$$

Після цього ми розрахували показник d_i за формулою (3.3):

$$d_i = S_{cp} - S_i, \quad (3.3)$$

де S_{cp} – середня величина сумарних рангів;

S_i – величина сумарного рангу i -показника.

$$\begin{array}{l|l} d_{x1} = 57 - 36 = 21 & d_{x4} = 62 - 36 = 26 \\ d_{x2} = 32 - 36 = -4 & d_{x5} = 44 - 36 = 8 \\ d_{x3} = 27 - 36 = -9 & d_{x6} = 13 - 36 = -23 \end{array} \quad \left| \begin{array}{l} d_{x7} = 11 - 36 = -25 \\ d_{x8} = 42 - 36 = 6 \end{array} \right.$$

Безпосереднє визначення коефіцієнтів вагомості за кожним із показників якості проводили за формулою Узгодженість думок експертів визначали за формулою (3.4):

$$a_i = \frac{S_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \quad (3.4)$$

де S_i – сумарний ранг i -того показника;

n – кількість показників, що були проранжовані експертами.

Після цього ми розрахували показник a_i за формулою (3.4):

$$\begin{array}{l|l} a_{x1} = 57 / 288 = 0,20 & a_{x4} = 62 / 288 = 0,22 \\ a_{x2} = 32 / 288 = 0,11 & a_{x5} = 44 / 288 = 0,15 \\ a_{x3} = 27 / 288 = 0,09 & a_{x6} = 13 / 288 = 0,05 \end{array} \quad \left| \begin{array}{l} a_{x7} = 11 / 288 = 0,04 \\ a_{x8} = 42 / 288 = 0,14 \end{array} \right.$$

Для перевірки узгодженості думок експертів визначаємо суму квадратів відхилення від середньої величини сумарних рангів відповідно до формули (3.5):

$$\sum_{i=1}^n d^2, \quad (3.5)$$

Після цього ми розрахували узгодженість думок експертів за формулою (3.5):

$$\sum_{i=1}^n d^2 = 441 + 16 + 81 + 676 + 64 + 529 + 625 + 36 = 2468$$

Оскільки у нашому випадку ранг не дублюється, то сума $T_j = 0$. Отже, ми можемо за допомогою формули 4.5 провести визначення W_g

Таким чином, оскільки значення W_g є близьким до одиниці ми робимо висновок, Узгодженість думок експертів визначали за формулою (3.6):

$$W_g = \frac{\sum_{i=1}^n d^2}{\frac{1}{12}m^2(n^3 - n) - m \sum_{j=1}^m T_j}, \quad (3.6)$$

де m – кількість експертів;

n – кількість показників, які проранжовані експертами;

d – відхилення від середньої величини сумарних рангів (S_{cp});

T_j – сума рангів, що продубльовані j -експертом.

Після цього ми розрахували показник W_g за формулою 3.6:

$$W_g = \frac{2468}{\frac{1}{12}64(512-8)} = \frac{2468}{2688} = 0,92$$

Отже, оскільки значення розрахованого показника W_g є близьким до одиниці (0,92) ми робимо висновок, що думки групи експертів є узгодженими.

Результати розрахунку коефіцієнтів вагомості показують, що найважливішими властивостями, що формують конкурентоспроможність електронних сигарет, є психолого-фізіологічні властивості, тобто аромат та смак (0,22), функціональні (0,20), дизайн (0,15), економічні параметри, тобто ціна придбання (0,14), нажаль вайпери майже не звертають увагу на екологічні властивості, тобто показники безпеки: хімічна (0,05), термічна (0,14).

Наступний етапом є розрахунок параметричних індексів. Одиничний параметричний індекс розраховується за формулою (3.7):

$$I_{ni} = \frac{a_i \cdot Q_i^D}{a_i \cdot Q_i^K}, \quad (3.7)$$

Зведений параметричний індекс розраховується за формулою (3.8):

$$I_n = \frac{\sum_{i=1}^n a_i Q_i^D}{\sum_{i=1}^n a_i Q_i^K}, \quad (3.8)$$

де a – "вага" i -го параметру;

I_{ni} – одиничний параметричний індекс i -го параметру;

$i = 1, \dots, n$ – кількість параметрів;

Q_i^0 та Q_i^k - оцінка (зазвичай у балах) параметру товару, що оцінюється і конкуруючого.

Зведені технічний та економічний індекси визначаються за формулою (3.8).

Аналізуючи одиничні і зведені параметричні індекси можна робити висновок про їх вплив на конкурентоспроможність досліджуваного товару за окремими його параметрами або їх сукупністю.

Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності товару визначають за формулою (3.9):

$$K = \frac{I_{nt}}{I_{ne}}, \quad (3.9)$$

де K – інтегральний показник відносної конкурентоспроможності товару;

I_{nt} – зведений параметричний індекс за технічними параметрами;

I_{ne} – зведений параметричний індекс за економічними параметрами.

Якщо $K > 1$, то даний товар переважає за конкурентністю базовий (конкуруючий) зразок, якщо $K < 1$, то він поступається зразку, якщо $K = 1$, то товари досліджуваній та конкуруючий знаходяться на одному рівні.

Результати проведеного аналізу представлені у таблиці 3.2, де наведено розрахунок одиничних, зведених та інтегральних показників конкурентоспроможності одноразових електронних сигарет ТМ Puff (досліджуваний зразок) і ТМ VAAL (конкуруючий зразок).

Із наведених розрахунків видно, що інтегральний показник відносної конкурентоспроможності досліджуваного товару, а саме одноразових електронних сигарет ТМ Puff дорівнює 0,82, це означає, що конкуруючий зразок, а саме одноразові електронні сигарети ТМ VAAL є більш конкурентними як за технічними так і за економічними параметрами. Тому, ми пропонуємо ПП«СТАР ТРЕЙД 1» розглянути можливість або додати до асортиментного ряду одноразових електронних сигарет продукцію ТМ VAAL, або замінити е-сигарети ТМ Puff на аналогічний товар ТМ VAAL.

Таблиця 3.2 - Результати розрахунків одиничних, зведених та інтегральних показників конкурентоспроможності одноразових електронних сигарет

Властивості	Задоволення потреби, бали					
	вага a_i	TM VAAL		TM Puff		
		оцінка Q_i^c	P_i^k	оцінка Q_i^c	P_i^d	одиничний індекс g_i
1. Технічні:						
1.1 функціональне призначення	0,20	9	1,80	8	1,60	0,89
1.2 соціальне призначення	0,11	8	0,88	8	0,88	1,0
1.3 довговічність	0,09	9	0,81	9	0,81	1,0
1.4 психолого-фізіологічні	0,22	10	2,20	9	1,98	0,9
1.5 дизайн	0,15	10	1,50	8	1,20	0,8
1.6 хімічна безпека	0,05	7	0,35	7	0,35	1,0
1.7 термічна безпека	0,04	8	0,32	8	0,32	1,0
$\sum a_i Q_i$			7,86		7,14	
Зведений індекс I_{nm}					0,92	
2. Економічні:						
2.1 ціна реалізації, грн/шт.	0,14	170	23,80	190	26,60	1,12
$\sum a_i Q_i$			23,80		26,60	
Зведений індекс I_{ne}					1,12	
Інтегральний показник, К					0,82	

Другим етапом фіналу досліджень є розрахунок одиничних, зведених та інтегральних показників конкурентоспроможності багаторазових електронних сигарет TM Lost Vape (досліджуваний зразок) і TM Jewell (конкуруючий зразок).

Результати проведеного аналізу представлені у табл. 3.3.

Із наведених розрахунків видно, що інтегральний показник відносної конкурентоспроможності досліджуваного товару, а саме багаторазових електронних сигарет TM Lost Vape дорівнює 0,92, це означає, що конкуруючий зразок, а саме одноразові електронні сигарети TM Jewell є більш конкурентними. І хоча вартість таких е-сигарет дещо вища ніж у досліджуваної продукції, проте вона має суттєві переваги за кількома важливими технічними параметрами, а саме дизайном виробу, насиченістю аромату та смаку, пізнаваністю бренду.

І хоча досліджуваний зразок багаторазових електронних сигарет TM Lost Vape в меншій мірі поступається товару-конкуренту, ми все ж пропонуємо ПП«СТАР ТРЕЙД 1» розглянути можливість або додати до асортиментного ряду

багаторазових електронних сигарет продукцію ТМ Jwell, або замінити е-сигарети ТМ Lost Vape на аналогічний товар ТМ Jwell.

Таблиця 3.3 - Результати розрахунків одиничних, зведених та інтегральних показників конкурентоспроможності багаторазових електронних сигарет

Властивості	Задоволення потреби, бали					
	вага a_i	ТМ Jwell		ТМ Lost Vape		
		оцінка Q_i^c	P_i^k	оцінка Q_i^c	P_i^d	одиничний індекс g_i
1. Технічні:						
1.1 функціональне призначення	0,20	10	2,00	8	1,60	0,80
1.2 соціальне призначення	0,11	9	0,99	8	0,88	0,89
1.3 довговічність	0,09	8	0,72	8	0,72	1,0
1.4 психолого-фізіологічні	0,22	10	2,20	9	1,98	0,9
1.5 дизайн	0,15	9	1,20	8	1,20	0,89
1.6 хімічна безпека	0,05	8	0,40	7	0,35	0,87
1.7 термічна безпека	0,04	9	0,36	9	0,36	1,0
$\sum a_i Q_i$			7,87		7,09	
Зведений індекс I_{tm}	0,91					
2. Економічні:						
2.1 ціна реалізації, грн/шт.	0,14	1792	250,88	1749	244,86	0,98
$\sum a_i Q_i$			250,88		244,86	
Зведений індекс I_{ne}	0,98					
Інтегральний показник, К	0,92					

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Аналіз інформаційних джерел та проведені власні практичні дослідження дозволили зробити наступні висновки.

1. За період з 2017 по 2022 рік в Україні спостерігається стійка тенденція до зростання доходу від реалізації електронних сигарет, зокрема у 2022 році дохід сегмента електронних сигарет в Україні склав 47,5 млн доларів США. В той же період темпи приросту зменшуються кожного року, в останні роки сповільнення приросту пояснюється зменшенням населення в країні та окупацією територій.

На сьогодні в Україні немає власного виробництва саме електронних сигарет. Українські торговельні марки виготовляються за контрактним виробництвом в інших країнах. За походженням у структурі виробників переважає продукція, вироблена у Китаї.

2. Хоча ринок електронних сигарет в Україні є одним з найбільших у світі але держава не отримує стабільні прибутки, бо неефективно бореться з порушниками законодавства. За підсумками 2022 року більше 50% електронних пристроїв та сумішей для паління ввезені до України контрабандою. Державний бюджет щомісяця не отримує від 280 млн. грн у вигляді податків.

3. На сьогодні понад 40 країн заборонили продаж електронних сигарет, 55 дозволяють їх продаж з певними обмеженнями щодо місця та способу реалізації, а 30 регулюють вміст нікотину у пристроях для вейпінгу. Зусилля з регулювання вейпінгу відображають складний баланс між захистом громадського здоров'я та забезпеченням економічних інтересів.

ВООЗ пропонується ряд рекомендацій щодо регулювання продажу та використання електронних сигарет для країн, які не забороняють їх ввезення, продаж, і просування і до яких, відповідно, належить й Україна: заборона продажу та розповсюдження електронних сигарет серед неповнолітніх; заборона зберігання електронних сигарет неповнолітніми; заборона / обмеження реклами,

просування та спонсорства електронних сигарет; оподаткування електронних сигарет за ставками, що робить пристрої та електронні рідини недоступними для неповнолітніх; заборона використання смакових добавок у електронні сигарети, які роблять їх привабливими для неповнолітніх; регулювання місць продажу

4. В Україні з 11 липня 2024 року набула чинності заборона реклами електронних пристроїв для куріння (як електронних сигарет, так і пристроїв для нагрівання тютюну) і заборона продажу ароматизованих сигарет та рідин до електронних сигарет. Це відбувається відповідно до ухваленого наприкінці 2021 року антитютюнового Закону № 1978-IX.

5. Прихильники позитивного впливу електронних сигарет на організм людини наводять наступні аргументи: по-перше, електронні сигарети є альтернативою класичним видам тютюнових виробів, які призводять до раку легень, провокують розвиток серцево-судинних захворювань; по-друге, електронні сигарети не містять у своєму складі смол та отруйних речовин, тобто курець вдихає пару, насичену нікотином та будь-яким ароматом; по-третє, такий спосіб куріння дозволяє менше шкодити оточуючим людям.

6. Щодо негативного впливу електронних сигарет на організм споживача, слід зазначити, що найбільшу шкоду від споживання вейп отримує дихальна система - ушкоджується епітелій дихальних шляхів, викликаючи гіпоксію тканин.

При регулярному використанні електронних сигарет розвиваються гіпертонічна хвороба, цукровий діабет, онкологічні захворювання, відбувається негативний вплив на інтелект курця, страждає репродуктивна система, відбуваються інші негативні зміни в організмі.

7. У процесі дослідження було умовно виділено три організаційні етапи: I – вивчення теоретичних аспектів товарознавчої оцінки електронних сигарет; II – дослідження практичних аспектів споживчої оцінки асортименту та якості електронних сигарет (на прикладі Приватного підприємства «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса); III – оцінка конкурентоспроможності електронних сигарет.

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є електронні сигарети, що реалізуються ПП «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса. Підприємство займається оптовою торгівлею продуктами харчування, напоями, тютюновими виробами, а також електронними сигаретами та витратними матеріалами до них.

8. Весь асортимент електронних сигарет, що реалізує ПП«СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса класифікується на два головних різновиди - це одноразові та багаторазові електронні сигарети. Особливістю одноразових електронних сигарет є те, що в них не передбачена зміна чи перезаправка картриджа. Вони можуть як містити, так і не містити нікотин. Принцип роботи такої сигарети подібний до принципу роботи сигарет багаторазового використання. Як правило, одноразової сигарети вистачає на 500–800 затяжок, що дорівнює 1,5–2 пачкам звичайних сигарет.

9. Одноразові електронні сигарети, які також називаються POD-системами, відрізняються простотою та зручністю застосування; компактністю та механічною міцністю; практичністю та економічністю; великим вибором смаків.

ПП «СТАР ТРЕЙД 1», м. Одеса реалізує багато різновидів одноразових електронних сигарет, які відрізняються дизайном та розміром корпусу, кількістю допустимих затяжок, їх може бути і 800, і 1200, і навіть 2500.

10. ПП «СТАР ТРЕЙД 1» реалізує широкий асортимент одноразових електронних сигарет. Основними брендами такої продукції є наступні: Elf Bar, WAKA, VEEBA, Balmy, Barz, Puff, Tugboat, HQD.

11. Електронні сигарети багаторазового використання, що реалізує ПП «СТАР ТРЕЙД 1», відрізняються за розміром, видом елемента живлення, системою випаровування та складом рідини. Модель сигарети визначає її робочі якості: тривалість автономної роботи, густину пари, насиченість смаку тощо. Електронна сигарета містить такі основні елементи: сховище (ємність, картридж) з рідиною, він може бути як змінний, так і з можливістю перезаправки; випаровувач (атомайзер) - пристрій для утворення пари з рідини, є декілька різновидів; джерело електричного живлення (акумулятор) від його об'єму залежить кількість заряду (чим більша ємність акумулятора, тим довше працює

е-сигарета). Низка моделей е-сигарет містить елементи для управління подачею рідини та виділенням пари.

Електронні сигарети, що реалізує ПП «СТАР ТРЕЙД 1», поділяють на шість основних видів за розміром, від А до F: суперміні, міні, пенстайл, сигара, мод і люлька. . Всі вони розрізняються за дизайном, формою та вагою

12. ПП «СТАР ТРЕЙД 1» реалізує широкий асортимент багаторазових електронних сигарет. Основними брендами такої продукції є наступні: Vaporesso Balmy, Vooproo, Rincoe pod, OXBAR, OXVA, Lost Vape.

13. У 2021 році було реалізовано електронних сигарет та витратних матеріалів, а саме картриджів, рідин тощо ПП «СТАР ТРЕЙД 1» на суму 2,87 млн. грн. У 2022 році суттєво збільшило обсяги реалізації електронних сигарет та витратних матеріалів, було продано продукції на суму понад 9 млн. грн., тобто більш ніж у тричі, порівняно із 2021 роком. Змінилась також і структура асортименту, якщо у 2021 році частка багаторазових е-сигарет була лише 11,8%, то у 2022 році вона зросла до 36,2% перш за все за рахунок зменшення частки одноразових е-сигарет. 2023 рік став найбільш успішним для Приватного підприємства «СТАР ТРЕЙД 1», було реалізовано продукції на 12,23 млн. грн., що у 4,26 рази більше ніж у 2021 році і на 1,35 рази більше ніж у 2022 році.

14. Найбільша питома вага припадала на одноразові електронні сигарети торговельної марки Elf Bar (49,9; 52,2 та 48,6 % відповідно по роках) і е-сигарети бренду WAKA (відповідно 20,0; 21,9 та 24,4%). Найменше було продано одноразових е-сигарет торговельної марки Puff. Їх продаж складав 4,9; 3,8 і 4,2 %. Із багаторазових електронних сигарет найбільшим попитом користувалась продукція торговельної марки Vaporesso Balmy (40,9; 36,0 та 35,2 % відповідно по роках) і е-сигарети бренду Vooproo (відповідно 30,6; 27,8 та 25,9%), до трійки лідерів за популярністю також відноситься продукція торговельної марки Rincoe pod (28,5; 25,8 та 24,3 % відповідно). Інші бренди з'явилися в прайс листі ПП «СТАР ТРЕЙД 1» лише у 2022 році і разом мали частку у 10,4%, у 2023 році вона зросла до 14,6%.

15. Із представленого переліку споживних властивостей, що впливають на конкурентоспроможність товарів нами обрані ті, що на наш погляд здійснюють найбільш суттєвий вплив: функціональне призначення; соціальні властивості; довговічність; дизайн, психолого-фізіологічні параметри (запах та смак); хімічна та термічна, безпека, а також беззаперечно ціна придбання.

16. Результати розрахунку коефіцієнтів вагомості показують, що найважливішими властивостями, що формують конкурентоспроможність електронних сигарет, є психолого-фізіологічні властивості, тобто аромат та смак (0,22), функціональні (0,20), дизайн (0,15), економічні параметри, тобто ціна придбання (0,14), на жаль вайпери майже не звертають увагу на екологічні властивості, тобто показники безпеки: хімічна (0,05), термічна (0,14).

17. Результати розрахунків одиничних, зведених та інтегральних показників конкурентоспроможності одноразових електронних сигарет ТМ Puff (досліджуваний зразок) і ТМ VAAL (конкуруючий зразок) свідчать про те, що інтегральний показник відносної конкурентоспроможності досліджуваного товару, а саме одноразових електронних сигарет ТМ Puff дорівнює 0,82, це означає, що конкуруючий зразок, а саме одноразові електронні сигарети ТМ VAAL є більш конкурентними як за технічними так і за економічними параметрами.

18. Результати розрахунків одиничних, зведених та інтегральних показників конкурентоспроможності багаторазових електронних сигарет ТМ Lost Vape (досліджуваний зразок) і ТМ Jwell (конкуруючий зразок) свідчать про те, що інтегральний показник відносної конкурентоспроможності досліджуваного товару, а саме багаторазових електронних сигарет ТМ Lost Vape дорівнює 0,92, це означає, що конкуруючий зразок, а саме одноразові електронні сигарети ТМ Jwell є більш конкурентними. І хоча вартість таких е-сигарет дещо вища ніж у досліджуваної продукції, проте вона має суттєві переваги за кількома важливими технічними параметрами, а саме дизайном виробу, насиченістю аромату та смаку, пізнаваністю бренду.

На основі аналізу інформаційних джерел та проведених власних практичних досліджень для розширення асортименту, покращення якості та підвищення конкурентоспроможності електронних сигарет пропонуємо вжити наступних заходів:

1. Організувати та провести широку рекламно-інформаційну компанію щодо популяризації безнікотинових електронних сигарет, як такого, що не шкодить здоров'ю і їх споживачеві і оточуючим. Акцентувати увагу на тому, що їх споживання є дієвим засобом для тих хто має намір кидати палити.

2. Розширити асортиментну лінійку безнікотинових електронних сигарет за рахунок нових брендів, наприклад, lil HYBRID завдяки гібридній технології даний вид е-сигарет нагріває тютюн у стіку, додаючи до нього рідину з пода. Картриджі в lil HYBRID відіграють роль арома-капсул, як у сигаретах. Стік дає тютюновий аромат і нікотин, а под додає аромат і робить аерозоль більш насиченим. При цьому рідина в поді HYBRID не містить нікотин.

3. Розглянути можливість реалізації вітамінних електронних сигарет – це одноразові чи багаторазові електронні сигарети, рідина яких не містить нікотин, але містить рідкі вітаміни та ефірні олії. Виробники вітамінних електронних сигарет пояснюють, що з використанням цих продуктів в організм людини потрапляють вітаміни, та інші поживні речовини, такі як амінокислоти і колаген.

4. При виборі нових брендів електронних сигарет для подальшої реалізації застосовувати запропоновану нами методику визначення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності досліджуваного товару.

5. На підставі проведених нами розрахунків пропонуємо розглянути можливість або додати до асортиментного ряду одноразових електронних сигарет продукцію ТМ VAAL, або замінити е-сигарети ТМ Puff на аналогічний товар ТМ VAAL, яка виготовляє широкий асортимент безнікотинових е-сигарет. Пропонуємо, також, додати до асортиментного ряду багаторазових електронних сигарет продукцію ТМ Jwell, або замінити е-сигарети ТМ Lost Vape на аналогічний товар ТМ Jwell.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адлер О.О. Діагностика конкурентоспроможності продукції. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/3adler_ekonomichna_diagnostika/p6.html
2. Аналіз розміру та частки ринку одноразових електронних сигарет у Європі – тенденція та прогноз зростання (2023-2028). URL: <https://ua.allbarvape.com/info/european-disposable-electronic-cigarette-market-85031259.html>
3. Аналітична записка з ринку електронних сигарет в Україні. 2023 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiticheskaya-zapiska-po-rynku-elektronnyh-sigaret-v-ukraine-2023-god>
4. Башук Г.О. Економіко-інноваційна модель конкурентоспроможності продукції в Україні. *Економіка та держава*. 2013. № 6. С. 102–106.
5. Блонська В.І., Депа Н.Т. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 15. С.115-120.
6. Бойко І. Держава має жорстко втрутитись в боротьбу з контрабандою електронних сигарет. URL: <https://www.unian.ua/society/derzhava-maye-zhorstko-vtrutitis-v-borotbu-z-kontrabandoyu-elektronnih-sigaret-zhurnalist-12091599.html>
7. Бондар Ю.А., Легінькова Н.І., Фабрика І.В. Аналіз методик визначення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки*. 2022. Вип. 22(51). С. 161-178.
8. В Україні 30% населення вживають тютюнові або нікотинові вироби. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-health/3838640-v-ukraini-30-naselenna-vzivaut-tutunovi-abo-nikotinovi-virobi.html>.

9. В Україні з початком поширення електронних сигарет призупинилося падіння кількості курців. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-health/3839377-v-ukraini-z-pocatkom-posirennia-elektronnih-sigaret-prizupinilosapadinna-kilkosti-kurciv-ekspert.html>.

10. В Україні почала діяти заборона продажу звичайних та е-сигарет з ароматизаторами. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2024/07/11/716528/#:~:text=Від%2011%20липня%202024%20року,набув%20чинності%20ще%20рік%20тому.>

11. В Україні ринок тютюновмісних виробів для нагрівання розвивається легально. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3844465-v-ukraini-rinok-tutunovmisnih-virobiv-dla-nagrivanna-rozvivaetsa-legalno.html>.

12. Вейпи – альтернатива чи пастка? URL: <https://dpssmk.gov.ua/veypu-al-ternatyva-chy-pastka/>.

13. Волошина І.М. Тютюнопаління vs е-сигарети: підміна гравців. Доказове лікування нікотинової залежності. *Артеріальна гіпертензія*. 2020. Том 13. № 1. С. 14-18

14. ВООЗ закликає терміново скоротити споживання електронних сигарет. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-health/3800229-vooz-zaklikae-terminovo-skorotiti-spozivanna-elektronnih-sigaret.html>.

15. Воробйова А. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/6542/1/ЕтаБ%20180-5-6.pdf>

16. Гричкєдова М.В., Манафли А.А., Вагабов Н.А. Конкурентні переваги як основний складник конкурентоспроможності компанії. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 27. С.10-16.

17. Гузар Б.С. Цикалюк О.С. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 277–280.

18. Дидик В.К. Міжнародні підходи до регулювання продажу та використання електронних сигарет. *Менеджмент XXI століття: сучасні*

моделі, стратегії, технології : зб. наук. праць XI Всеук. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Вінниця, 10 жовт. 2024 р. Вінниця, 2024. Ч. __. С. ____

19. Дидик В.К. Стан та перспективи ринку електронних сигарет в Україні і світі. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» ВТЕІ ДТЕУ*. Вінниця, 2024. Вип. 171. С. 210-218.

20. Добровольська Л.І., Боярчук О.Р., Гаріян Т.В., Глушко К.Т. Світовий досвід боротьби з вейпінгом та його наслідками серед дітей та молоді. *Вісник медичних і біологічних досліджень*. 2020. № 3. С. 153-160.

21. Добрянська О. В. Куріння електронних сигарет як чинник ризику для здоров'я сучасних підлітків. *Здоров'я ребенка*. 2018. Т. 13. № 5. С. 456–461.

22. ДСТУ 9128:2021 Рідини, що використовують в електронних сигаретах. Загальні технічні умови. [Чинний від 2022-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2021. 11 с.

23. Дубчак О. Аналіз конкурентоспроможності продукції підприємства. *III Всеукраїнська студентська науково - технічна конференція "Природничі та гуманітарні науки. актуальні питання"*. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/60826392.pdf>

24. Електронні сигарети: оцінка ситуації та потреб регулювання в Україні. Аналітичний звіт. Всесвітня організація охорони здоров'я. Україна. 2018. 44 с.

25. Желуденко К.В. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції підприємств України. *Інтелект XXI*. 2017. № 1. С. 66-71.

26. З 11 липня в Україні заборонено рекламу тютюнових виробів та електронних сигарет. URL: https://biz.ligazakon.net/news/220765_z-11-lipnya-v-ukran-zaboroneno-reklamu-tyutyunovikh-virobv-ta-elektronnikh-sigaret.

27. Заріцька Н.М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647>

28. Іванов Ю.Б., Іванова О.Ю. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби. *Проблеми економіки*. 2012. № 4. С. 121-128.

29. Карпюк В.П. Управління конкурентоспроможністю продукції. *Вісник Житомирського держ. технологіч. ун-ту. Серія: економічні науки*. 2009. № 4(50). С. 209–2012.

30. Кваско А.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2017. № 1(54). С. 111–118.

31. Ковінько О.М., Юркова Н.О., Павленко М.П. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції і товарів. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: збірник наукових праць II Міжнародної науково-практичної конференції, 19-23 травня 2014 р.* Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2014. Ч. 2. С.139-144.

32. Кукушкін В. Н. Вейпінг як соціальний феномен : безпечна альтернатива тютюнопаління або джерело важких наслідків для здоров'я підлітків та молоді. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. 2022. Вип. 36. С. 134-138.

33. Кучер С.Ф., Васильєв В.Г. Конкурентоспроможність продукції та методи її оцінки. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 16. С. 60-63.

34. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності товару.
URL: <https://buklib.net/books/37651/>

35. Митрошина Н. Що таке конкурентний аналіз і як його проводити?
URL: https://torgsoft.ua/articles/stati/konkurentnyj-analiz/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw3624BhBAEiwAkxgTOgjckBoRwWA0WfVDLJ5ODUZVBqkfc3CCNyqkKxrrB2LnVJ1vaSwysBoCgiMQAvD_BwE

36. Моторна Т., Федоряк Р. Обґрунтування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 12 (64). С. 654-658.
37. Осуховська М. Принципи оцінки конкурентоспроможності товарів. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2006. Вип. 19. С. 33-38.
38. Поширення електронних сигарет у світі. Статистика та особливості електронних сигарет в США, ЄС та інших країнах. URL: <https://dymok.net.ua/ua/news/191-rasprostranenie-elektronnykh-sigaret-v-mire.html>.
39. Пустовойт О. Цінова та ціннісна конкурентоспроможність товарного експорту України. *Економіка і прогнозування*. 2021. № 2. С. 7-28.
40. Рябкіна І.В. Конкурентоспроможність як фактор економічної безпеки підприємства URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2004/fem/ryabkina/diss/index.htm#8>.
41. Серединська В.М. Метод сум в аналізі конкурентоспроможності продукції. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21031/2/TRM_2017_Seredinska_V_M-Metod_sum_v_analizi_195-204.pdf
42. Соляр А.С. Конкурентоспроможність товарів. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/25_02_2021/6/41.pdf
43. Статкевич К., Буга Н. Аналіз конкурентоспроможності продукції підприємства. *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2018. №2. С. 46-50.
44. Темна конячка нелегального тютюнового ринку. Чому росте нелегальний ринок рідин для вейпів і що з цим робити? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/06/4/714691/>.
45. Тенденція розвитку смаків електронних сигарет на міжнародному ринку є складною та складною. URL: <https://ua.allbarvape.com/info/the-development-trend-of-electronic-cigarette-89010481.html>

46. Толокова Т.І., Московкіна А.С. Вейпінг – безпечна альтернатива тютюнокурінню чи бомба сповільненої дії. *Медсестринство*. 2019. № 4. С. 26–28.
47. Трещов М.М. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. *Економічний простір*. 2009. № 23/1. С. 118–126.
48. Трещов М.М. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. *Економічний простір*. 2009. №23/1. С.118-126. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_23/1/treshov.pdf
49. Чому електронні сигарети – серйозна загроза здоров'ю серцево-судинної системи? URL: <https://www.prostir.ua/?news=chomu-elektronni-syharety-serjозна-zahroza-zdorovyu-sertsevo-sudynnoji-systemy>.
50. Шипков Д. Білоцерківський О. Методи оцінки та аналізу конкурентоспроможності продукції підприємства в системі управління якістю. *XII Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів : матеріали конф., 17-20 квітня 2018 р.* Харків : НТУ "ХПІ", 2018. С. 207-208.
51. Юдін М. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції. *Економіст*. 2010. №6. С.40. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekonomist/2010_6/40_42.pdf