

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

## **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Оцінка конкурентоспроможності та організація імпорту томатного соку»**

Студентки 2 курсу, 7м групи,  
спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та  
біржова діяльність»  
спеціалізації

«Товарознавство та організація  
зовнішньої торгівлі»

Івченко Дар'ї Сергіївни

Науковий керівник  
док-р.техн.наук, професор

Белінська Світлана  
Омелянівна

Науковий консультант  
канд.екон.наук., доцент

Головня Юлія Ігорівна

Гарант освітньої програми  
док-р.техн.наук, професор

Мокроусова Олена  
Романівна

Київ 2018

## АНОТАЦІЯ

### **Івченко Д.С. Оцінка конкурентоспроможності та організація імпорту томатного соку**

Випускна кваліфікаційна робота присвячена встановленню конкурентоспроможності томатних соків та аналізу ефективності імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг».

В роботі проаналізовано ринок соків та тенденції його розвитку. Підтверджено, що експорт продукції переважає над імпортом. Встановлено, що основними чинниками формування якості томатних соків є сировина та технологічний процес виготовлення. Проведена товарознавча оцінка асортименту сокової продукції на ТОВ «АВ Трейдинг». Визначено конкурентоспроможність томатних соків вітчизняного та закордонного виробництва і розроблено заходи з її підвищення.

Запропоновано комплекс заходів щодо підвищення ефективності управління імпортом на ТОВ «АВ Трейдинг» та визначено шляхи підвищення ефективності управління збутом.

Здійснено прогнозну оцінку ефективності заходів щодо вдосконалення системи управління імпортом на ТОВ «АВ Трейдинг».

**Ключові слова:** *томатний сік, асортимент, конкурентоспроможність, безпечність, якість, імпорт, ефективність.*

## SUMMARY

### **Ivchenko D.S. Assessment of competitiveness and organization of import of tomato juice**

The final qualification work is devoted to the establishment of the competitiveness of tomato juices and the analysis of import efficiency at the enterprise LLC «AV Trading».

The paper analyzes the market of juices and trends in its development. It has been confirmed that the export of products prevails over imports. It was established that the main factors of tomato juice quality formation are raw material and technological process of production. A commodity evaluation of the assortment of juice products was conducted at LLC «AV Trading». The competitiveness of domestic and foreign production of tomato juices is determined and measures to improve it are developed.

A range of measures was proposed to increase the efficiency of import management at LLC «AV Trading» and identified ways to increase the efficiency of sales management.

A forecast assessment of the effectiveness of measures to improve the import management system at LLC «AV Trading» is carried out.

**Key words:** *tomato juice, assortment, competitiveness, safety, quality, import, efficiency.*

## ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Теоретичні засади формування якості та організації імпорту томатних соків.....	11
1.1. Стан та перспективи розвитку ринку соків.....	11
1.2. Чинники формування якості томатних соків.....	18
1.3. Вимоги до якості та безпечності томатних соків.....	23
1.4. Організація операцій з імпорту томатних соків.....	32
1.5. Методичні підходи до визначення конкурентоспроможності товарів.....	37
Розділ 2. Оцінка якості та конкурентоспроможності томатних соків на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг».....	43
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження.....	43
2.2. Товарознавча оцінка асортименту томатних соків на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг».....	47
2.3. Оцінка якості та безпечності томатних соків.....	51
2.4. Оцінка конкурентоспроможності томатних соків.....	57
2.5. Шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності томатних соків.....	62
Розділ 3. Удосконалення організації операцій з імпорту томатних соків на матеріалах ТОВ «АВ Трейдинг».....	69
3.1. Оцінка ефективності операцій з імпорту томатних соків на ТОВ «АВ Трейдинг».....	69
3.2. Напрями вдосконалення операцій з імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг».....	86
3.3. Обґрунтування заходів щодо удосконалення імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг».....	93
Висновки та пропозиції.....	99
Список використаних джерел.....	102
Додатки.....	111

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Споживання соків у всьому світі постійно збільшується, що пов'язано з їх високою біологічною цінністю та рентабельністю виробництва. Втім на вітчизняному ринку із 2014 року прослідковується чітка тенденція спаду виробництва та реалізації сокової продукції, основними причинами якої є зниження купівельної спроможності населення та припинення співпраці з російським ринком. Щоб зменшити собівартість і зробити продукт більш доступним для споживача, виробники розширюють асортимент соковмісних напоїв та нектарів за рахунок скорочення виробництва натуральних соків [1]. Водночас така ситуація зумовлює високий ризик зниження якості та фальсифікації соків шляхом розведення або ж заміни дорогої сировини більш дешевою. Тому актуальним питанням стає дослідження якості та виявлення ознак можливої фальсифікації соків, представлених на вітчизняному ринку.

Вимоги до якості томатного соку в Україні на сьогодні регламентуються ДСТУ 4283.2:2007 та ДСТУ 7159:2010 [2, 3]. Показники якості, які наведені у нормативних документах (вміст розчинних сухих речовин, титрована кислотність), легко можуть доводитися до норми після розведення за допомогою цукру, солі, лимонної кислоти. Таким чином, показники, встановлені національним стандартом, не можуть слугувати критеріями натуральності, оскільки їх легко підробити. Водночас Асоціацією сокової промисловості ЄС (AIFN) рекомендується понад 50 показників, комплексне дослідження яких дозволяє встановити автентичність соків. Серед них – вміст глюкози, D-фруктози, D-ізолимонної, L-яблучної, молочної кислот, вітаміну С, етанолу, Калію, Магнію, Кальцію, амінокислот, пектину, формольне число тощо [4]. Отже, під час товарознавчого оцінювання соків, окрім загальних показників якості, необхідним є також дослідження вмісту окремих біологічно активних речовин, властивих сировині, з якої виготовлена продукція [5].

Більшість соків на ринку України є відновленими. Лише в останні роки активно розвивався сегмент соків прямого віджиму. Міжнародним позначення таких соків є nfc (not from concentrate). У країнах ЄС даний продукт є дуже популярним серед споживачів, незважаючи на те, що коштує дорожче.

На конкурентоспроможність томатних соків суттєво впливає спосіб виробництва та якість вихідної сировини. Крім того, споживачам томатного соку необхідна детальна інформація щодо якості та безпечності готового продукту, що реалізується на внутрішньому ринку. Показники якості, що зазначаються вітчизняними та зарубіжними постачальниками у товарно-супровідних документах, не завжди відповідають реальному становищу. Таким чином, постає проблема проведення досліджень тих показників, які б дозволили встановити натуральність продукту [6].

Демпінгові методи формування ринку соків на початку становлення ринкових відносин в Україні були основним напрямом боротьби за споживача. В подальшому, з розвитком економіки, список застосовуваних маркетингових інструментів значно збільшився. З'явилися бренди, що позиціонувалися як високоякісні, а також покращилося співробітництво у напрям випуску власних торгових марок для підприємств роздрібної торгівлі. Власні марки – лише інструмент, що дозволяє роздрібній мережі досягти своїх стратегічних цілей: завоювати певну частку ринку і, в підсумку, підвищити прибутковість [7].

Процедура організації імпорту на будь-якому вітчизняному підприємстві досить складний процес, який включає велику кількість інструментів та методик. Від того, як ці інструменти будуть працювати, залежить і ефективність господарської діяльності кожного з них. Тому, на сьогоднішній день, досить важливим є формування комплексу заходів, щодо удосконалення здійснення процедури імпорту, а також розробка чіткого алгоритму їх введення в майбутньому.

**Мета дослідження** – оцінка конкурентоспроможності та аналіз організації імпорту томатних соків.

***Завдання випускної кваліфікаційної роботи:***

- проаналізувати стан та перспективи розвитку ринку соків;
- визначити чинники формування якості томатних соків;
- провести товарознавчу оцінку асортименту та якості томатних соків на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг»;
- визначити конкурентоспроможність томатних соків та розробити заходи з її підвищення;
- оцінити ефективність операцій з імпорту томатних соків на ТОВ «АВ Трейдинг»;
- визначити напрями та обґрунтувати заходи вдосконалення операцій з імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг»;

***Об'єктом дослідження*** є томатні соки; ТОВ «АВ Трейдинг».

***Предметом дослідження*** є показники якості та безпечності томатних соків та організація їх імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг».

***Наукова новизна*** полягає у розробленні критеріїв ідентифікації якості томатних соків; встановленні взаємозалежності між способом виробництва томатних соків та вмістом в них  $\beta$ -каротину.

***Практична цінність*** полягає у можливості використання розробок автора в практичній діяльності торговельних мереж, експертних установ з оцінки якості харчових продуктів.

Випускна кваліфікаційна робота виконана на замовлення ТОВ «АВ Трейдинг».

***Апробація роботи.*** Основні положення роботи доповідалися і обговорювалися на:

- всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми товарознавства, торговельного підприємництва та захисту прав споживачів» (КНТЕУ, м.Київ, 2016р.);
- міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та біржової діяльності» (КНТЕУ, м.Київ, 2017р.);

- міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (КНТЕУ, м.Київ, 2018р.).

**Публікації.** За результатами досліджень опубліковано дві наукові статті:

- «Товарознавче оцінювання якості томатних соків» / О.В. Хробатенко, Ю.Б. Міклашевська, Д.С.Івченко//Вісник ЛТЕУ.–2016.–С.111–115 (Додаток А);

- «Аналіз та перспективи розвитку ринку соків і сокової продукції» / О.В. Бабій, Є.В. Бондаренко, Д.С. Івченко//Вісник ЛТЕУ.–2018.–С.57–62 (Додаток Б).

Подано заявку U 2018 01763 на одержання патенту на корисну модель «Спосіб ідентифікації методу виробництва томатного соку» (Додаток В).

**Результати випускної кваліфікаційної роботи впроваджено** в навчальний процес КНТЕУ при викладанні дисципліни Товарознавство. Харчові продукти. Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки (Додаток Г).

**Структура роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел (94 найменування) та 20 додатків. Основний зміст викладено на 141 сторінці. Текст ілюстрований 25 рисунками та 10 таблицями.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ТОМАТНИХ СОКІВ

#### 1.1. Стан та перспективи розвитку ринку соків

Динамічність ринку соку і сокової продукції та значна кількість виробників зумовлюють певну складність отримання та аналізу інформації для відстеження тенденцій його розвитку. Крім того, за останні роки ринок соків в Україні зазнав значних змін. У зв'язку з економічною кризою, виробники розширюють асортимент соковмісних напоїв та нектарів за рахунок скорочення виробництва натуральних соків. Попри це, з'явилися бренди, що позиціонують себе як високоякісні і активно розвивають сегмент соків прямого віджиму. Зниження попиту на соки в Україні та знецінення національної валюти, змусило виробників розширювати сферу збуту, виходячи на європейський ринок. Основними країнами-експортерами соку та сокової продукції є Польща, Німеччина, Австрія. Попит на сокову продукцію задовольняється переважно за рахунок внутрішнього виробництва. Проте імпорт продовжує суттєво впливати на формування цього сегменту.

Споживання соків у всьому світі постійно збільшується, що пов'язано з їх високою біологічною цінністю та рентабельністю виробництва. Втім на вітчизняному ринку із 2014 року прослідковується чітка тенденція спаду виробництва та реалізації сокової продукції, основними причинами якої є закриття ринку Росії та зниження купівельної спроможності населення. Щоб зменшити собівартість і зробити продукт більш доступним для споживача, виробники розширюють асортимент соковмісних напоїв та нектарів за рахунок скорочення виробництва натуральних соків [8]. Водночас така ситуація зумовлює високий ризик зниження якості та фальсифікації соків шляхом розведення або ж заміни дорогої сировини більш дешевою.

Ринок соків в Україні висококонкурентний: більше 150 заводів виробляють соки, нектари та сокові напої [7]. Більшість вітчизняних виробників сокової продукції зосереджені у Миколаївській, Дніпропетровській та Одеській областях. Значна кількість томатних соків, які представлені на ринку України – вітчизняного виробництва, оскільки значну його частку утримують такі найбільші виробники як: «Sandora» (ТМ «Sandora», «Садочок»), «Вітмарк» (ТМ Jaffa, «ОКЗДХ»), «Ерлан» (ТМ «Біола»), «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» (ТМ «Rich»).

Попит на сокову продукцію задовольняється переважно за рахунок внутрішнього виробництва. Проте імпорт досить суттєво впливає на формування цього ринку. Соки та сокові напої постачаються до України з більш ніж 40 країн світу.

За останні роки ринок соків в Україні зазнав значних змін. Економіка нашої країни перебуває у кризовому становищі, саме через це відбувається скорочення обсягів виробництва, експорту та імпорту даного товару. За період з 2013 по 2017 роки в Україні відбувається скорочення виробництва соків. Якщо у 2013 році обсяги виробництва становили 669,5 млн. л, то у 2015 році цей показник скоротився на 57,7% і склав 386,4 млн. л, а у 2017 – 375,1 млн. л. Найменший обсяг виробництва соків був у 2016 році і склав 364,2 млн. л, тобто за період з 2013 по 2017 рік, обсяг виробництва соків скоротився на 56% (рис. 1.1) [9].

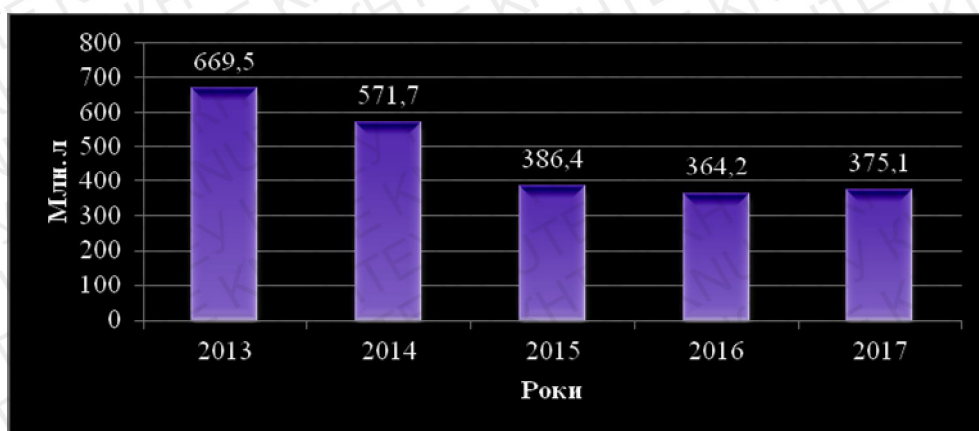


Рис.1.1 Динаміка обсягу виробництва соків, млн. л

Враховуючи специфіку досліджуваної продукції, аналіз експортно-імпорتنних операцій соків за період з 2013 по 2017 рік проводився у розрізі даних для товарної позиції 2009 Українського класифікатора товарів зовнішньоекономічної діяльності (далі УКТЗЕД) [10].

Сумарний обсяг імпорту та експорту соків у розрізі товарної позиції 2009 наведений у табл. 1.1. Сальдо експортно-імпорتنних операцій за досліджуваний період було постійно додатнім, оскільки експорт значно переважав імпорт. Так, з 2013 по 2015 роки воно має тенденцію до зростання більш ніж у п'ять разів, однак це не вказує на те, що експортний потенціал країни зростає, а лише на те, що в країні відбулося падіння економіки. Тому сальдо експортно-імпорتنних операцій не є об'єктивним відображенням економічної ситуації на даному ринку.

Таблиця 1.1

**Обсяг імпорту та експорту соків у розрізі товарної позиції 2009  
згідно УКТЗЕД**

Рік	Імпорт		Експорт		Сальдо
	вартість, млн. дол.	кількість, тис. тонн	вартість, млн. дол.	кількість, тис. тонн	
2013	69,6	31,4	240,1	144,4	170,5
2014	48,6	23,6	178,7	124,4	130,1
2015	27,5	13,8	114,8	116,7	87,3
2016	25,3	12,5	57,5	70,8	32,2
2017	33,5	18,5	86,1	77,2	52,7

Найбільший обсяг експорту у вартісному вираженні був у 2013 році. Однак починаючи з 2014 року спостерігається тенденція до зниження. Так, у 2015 році обсяг експорту знизився на 33,9% в порівнянні з 2013 роком, а у 2016 на 66,9% порівняно з аналогічним періодом у 2013 році (рис.1.2) [10].

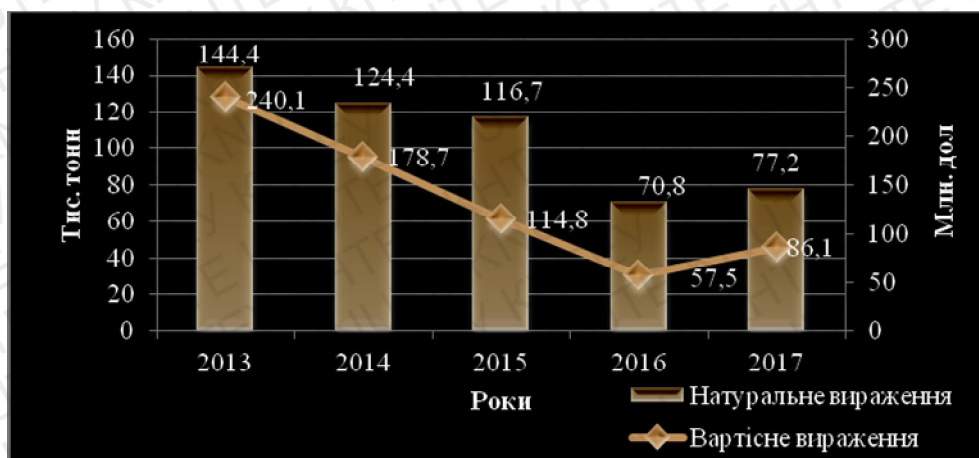


Рис.1.2. Динаміка обсягу експорту соків у вартісному та натуральному вираженні за період 2013-2017 рр.

Характеризуючи експорт соків в натуральному вираженні за період 2013–2017 роки у розрізі товарної позиції 2009, можна відмітити високі показники у 2013 та 2014 роках. Так у 2014 році обсяг експорту у натуральному вираженні перевищив у 1,8 разів аналогічний показник у 2016 році (рис.1.2).

Динаміка обсягу імпорту у вартісному та натуральному вираженні, має як і експорт тенденцію до зниження (рис.1.3). Так, найбільші обсяги імпорту були у 2013 році.



Рис. 1.3. Динаміка обсягу імпорту соків у вартісному та натуральному вираженні за 2013-2017 роки

Головною причиною зменшення обсягів імпорту соків за досліджуваний період є девальвація національної валюти та зниження купівельної спроможності населення.

Зовнішня торгівля соками, як і будь-якого іншого товару, розвивається досить динамічно і має тенденцію до постійних змін. Так, під час здійснення експортно-імпортних операцій постійно змінюються основні партнери по торгівлі на зовнішньому ринку.

Показники обсягу зовнішньої торгівлі України соками за основними країнами-контрагентами станом на кінець 2017 року у розрізі товарної позиції 2009 наведено у табл.1.2 [10].

Таблиця 1.2

**Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн – контрагентів (тис. дол.) у розрізі товарної позиції 2009**

Імпорт			Експорт		
Країна	Вартість тис. дол.	Питома вага, %	Країна	Вартість тис. дол.	Питома вага, %
Бразилія	7526	25,84	Польща	25338	36,72
Нідерланди	6042	20,75	Австрія	14223	20,61
Китай	4683	16,08	Німеччина	8082	11,63
Інші	10871	37,33	Інші	21432	31,04

Показники обсягу експорту та імпорту соків за основними країнами-контрагентами у 2017 році наведено на рис. 1.4 [10].



Рис. 1.4. Частка країн-контрагентів експорту та імпорту соків у 2017 році, %

Обираючи сокову продукцію, споживачі найбільше звертають увагу на торговельну марку та смакові властивості. При цьому більшість із споживачів не обізнані в термінології соків та сокових напоїв, через це досить часто виникає асортиментна фальсифікація соків.

За даними досліджень ProConsulting [11], 34% споживачів готові економити на соках і нектарах, тому у 2017 році попит продовжує знижуватися, лише сегмент бюджетної продукції залишиться відносно стабільним. Дана ситуація призводить до необхідності приймати виробниками складні рішення. З одного боку, в умовах зниження доходів населення необхідно зменшувати витрати і реалізовувати продукцію за мінімальними цінами. З іншого боку, вартість всіх без винятку складових частин виробництва і просування відчутно підвищилась. Так, на 30-100% зросла вартість сокових концентратів [12]. До цього додається постійне скорочення виробничих площ через багатократне здорожчання ресурсів для посівної та догляду за рослинами. В 2016 році всі виробники сокової продукції підняли ціни в середньому на 20-30% і це зростання буде продовжуватися. Щоб зменшити собівартість і зробити продукт більш доступним для споживача, виробники соків збільшують виробництво сокових напоїв та нектарів, зменшуючи обсяг натуральних соків [13].

У зв'язку з економічним спадом в Україні і зниженням споживчого попиту на продукцію сокової категорії на внутрішньому ринку актуальним є розширення експортних ринків. Закриття ринку Російської Федерації негативно позначилась на показниках продажів соків, оскільки він складав 40-60% всього експорту сегменту. Виходом став безмитний експорт продукції в країни ЄС. Це дозволило виробникам по-перше, отримувати прибуток у стабільній валюті, по-друге, набути передового досвіду, впровадження якого в Україні може дати високі конкурентні переваги, по-третє, порівняно низька собівартість продукції, вирощеної в Україні, дає хороші перспективи для підписання контрактів з ритейлом і співробітництва у форматі власних торгових марок [13].

Незважаючи на переваги, є і суттєві проблеми, що заважають нарощувати експортний потенціал української продукції на європейському ринку. Система

торгівлі продовольчими товарами характеризується високим рівнем конкуренції і насиченості. В таких умовах окрім саме продукту, дуже важливим стає усунення нетарифних засобів регулювання ринку. Гармонізація українських стандартів і технічних регламентів є одним із пріоритетів подолання подібних бар'єрів. Не кожне підприємство має змогу до ретельного вивчення вимог стандартів і встановлення відповідності виробництва і системи дистрибуції ним.

Однією з перепон на шляху безмитного ввезення продукції на територію ЄС є складність отримання сертифікату походження за формою EUR.1. Справа в тому, що далеко не всі компоненти для виробництва соків мають українське походження, особливо напої з екзотичних фруктів. Тому, відносно нескладно ввозити продукцію з яблук, томатів та інших плодів і овочів, які вирощуються на території України. Однак мікси з соками цитрусових вже не підпадають під преференції, а тому отримання сертифікату на цю продукцію суттєво ускладнюється. Виходом є використання власної сировинної бази, що стає можливим шляхом зниження витрат і, як наслідок, вартості продукції, однак це вимагає капіталовкладень, на які здатні лише провідні виробники. Попри це за прогнозами експертів, експорт української сокової продукції продовжить зростати [13].

Аналіз ринку соків і сокової продукції України показав, що на вітчизняному ринку представлений досить широкий асортимент томатних соків різних торговельних марок. Протягом останніх років спостерігається негативна тенденція щодо спаду виробництва та обсягу ринку сокової продукції, зокрема станом на кінець 2017 року обсяги виробництва знизились в порівнянні з 2013 роком з 669,5 млн. л до 375,1 млн. л відповідно. За період з 2013 по 2017 рік незмінно зменшувалися обсяги зовнішньоторговельних операцій, так експорт у 2016 році знизився у порівнянні з 2013 роком на 66,9%, а імпорт за аналогічний період на 60,3% відповідно. Це, насамперед, спричинено нестабільною економічною ситуацією в країні та девальвацією національної валюти, і як наслідок, зниженням купівельної спроможності споживачів. Однак вихід на

європейський ринок дозволяє суттєво розширити сферу збуту і за прогнозами експертів експорт української сокової продукції продовжить зростати.

## **1.2. Чинники формування якості томатних соків**

Термінологія соків і сокових напоїв довгий час не була якісно розробленою, однак сучасні державні стандарти України вже достатньою мірою відповідають світовим вимогам. Так, за ДСТУ 4283.1-2007 [14], сік – рідкий продукт, отриманий з їстівної частини одного чи декількох видів стиглих, свіжих або збережених охолодженими фруктів або овочів механічною дією, та законсервованій фізичним способом, окрім обробляння іонізувальним опромінюванням, здатний до збродження, але незброджений, який має відповідний колір, смак та аромат, властиві фруктам та овочам після термічного оброблення.

Поряд із соками на ринку можуть бути присутні соки з м'якоттю, нектари, морси, коктейлі, сокові напої і напої з додаванням соку. Всі ці позиції відрізняються вмістом соку і особливостями приготування. Вміст соку складає не менше 25% для нектарів (не менше 50% для томатних), не менше 15% для коктейлів (рідкого продукту, отриманого із суміші соків або пюре, або концентрованих соків з додаванням або без додавання підготовленої питної води, молочних добавок, шматочків фруктів або овочів), не менше 15% для морсів (рідких продуктів, отриманих зі свіжих або заморожених ягід, фруктового соку чи з концентрованого натурального фруктового соку або пюре, змішаних з підготовленою питною водою та цукром), не менше 10% для сокових напоїв.

На формування асортименту та якості томатних соків впливають такі чинники як: якість сировини, технологія виготовлення, особливості пакування, транспортування і умови зберігання сировини та готової продукції. Якість томатного соку значною мірою залежить від якості томатів, які є основною сировиною його виробництва, їх технологічних властивостей, особливостей хімічного складу не тільки виду сировини, а їх ботанічного сорту. Важливу роль



у формуванні якості томатних соків відіграють спеціальні харчові добавки. В сучасному виробництві використовують спеціальні поліпшувачі, консерванти, які мають суттєвий вплив на якість готової продукції та безпечність її споживання.

Промислове виробництво томатного соку складається з декількох етапів: сортування, очищення та миття виробничої сировини, подрібнення томатів, процес нагрівання і подальшої екстракції томатної маси, центрифугування і протирання готової томатної маси, фасування, стерилізація або пастеризація готового соку (рис. 1.5) [15].

Томатний сік при промисловому виробництві отримують із зрілих плодів томатів у вигляді однорідної, що містить м'якоть маси, і консервують додаванням 0,6-1,0% кухонної солі. Відсортовані помідори піддають подрібненню, насіння відокремлюють і промивають та сушать. Потім подрібнені томати піддаються протиранню через сита для видалення грубих включень: наприклад, зелених частин плодів. Після чого, протерта маса нагрівається з метою знищення мікроорганізмів, інактивування окисних і пектолітичних ферментів, а також полегшення процесу протирання. Температура нагрівання  $+75$  —  $+80^{\circ}\text{C}$ . У разі, коли нагрівання соку проводиться повільно, відбувається руйнування розчинного пектину. Томатний сік з повільно нагрітих плодів має низьку в'язкість і схильний до розшарування. Швидке інактивування пектолітичних ферментів також досягається шляхом інжекції пари в томатну масу. При цьому в'язкість соку може зберігатися на рівні 95% від первісної, але можливо також і розбавлення соку конденсатом.

Томатний сік має низьку кислотність і рівень рН 5,5-6,5, що створює сприятливі умови для розвитку цілого ряду мікроорганізмів, включаючи спороутворюючі. У зв'язку з цим томатний сік піддають процесу стерилізації при температурі  $120^{\circ}\text{C}$  протягом 20—30 хв. З метою пом'якшення режиму стерилізації томатний сік можуть підкислити до рН 3,7-4,0 шляхом додавання органічних харчових кислот або змішування з соками з більш кислих плодів.

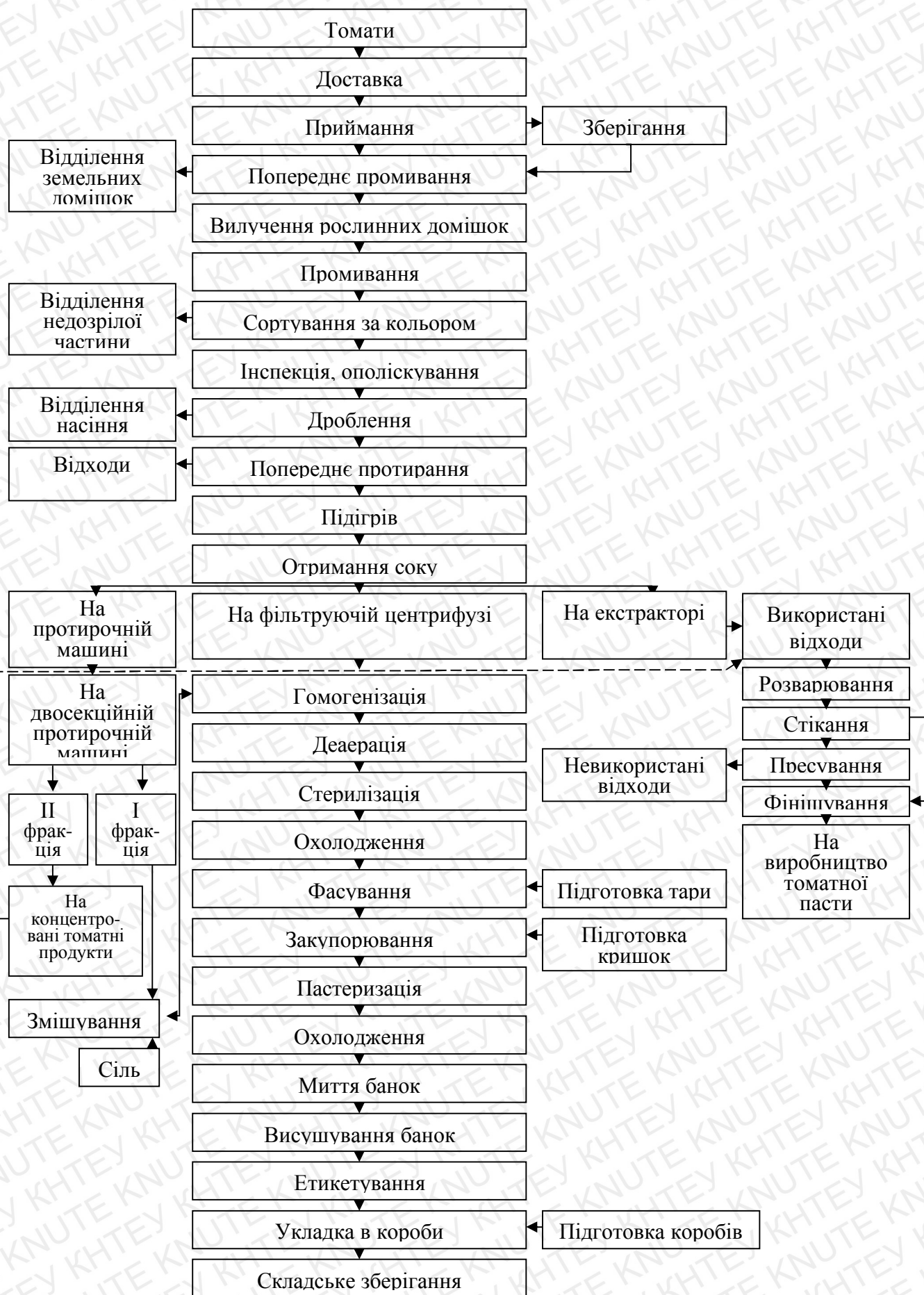


Рис. 1.5 Технологічна схема виробництва томатного соку

Важлива роль у формуванні якості томатного соку відведена сировині, яку використовують під час виробництва. Томати мають у своєму складі цукристі сполуки (глюкозу, фруктозу, сахарозу), білки, вітаміни, мінеральні речовини, органічні кислоти (яблучну, лимонну, щавлеву, винну). У дозрілих плодах міститься 0,03-0,07% крохмалю й до 0,3% пектинових речовин. Їхнє забарвлення залежить від наявності каротиноїду лікопину, який в організмі людини перетворюється на вітамін А. Особливо високий вміст у помідорах вітаміну С, нікотинової та пантотенової кислот. Завдяки фенольним сполукам помідори мають жовчогінні, сечогінні, антимікробні, капілярозміцнювальні, протизапальні властивості.

Серед мінеральних речовин у помідорах переважають сполуки Калію Натрію та Магнію, Феруму, Кобальту, Цинку, Мангану, Фосфору, Купруму, Молібдену, Фтору, Хрому тощо.

Пакування, транспортування та зберігання томатних соків здійснюється відповідно до вимог ДСТУ 7159:2010 Соки відновлені [3]. Зокрема соки фасують у таку споживчу тару як:

— скляні банки місткістю не більше ніж  $3,0 \text{ дм}^3$ , з вінчиком горловини типу I і III згідно з ДСТУ ГОСТ 5717.2 [16], ГОСТ 5717 [17] або під гвинтове закупорювання (типу III) — згідно з чинними нормативними документами;

— скляні пляшки місткістю не більше ніж  $1,0 \text{ дм}^3$ , типу X і XI — згідно з ДСТУ ГОСТ 10117.1 [18], ДСТУ ГОСТ 10117.2 [19] або з вінчиком типу III згідно з чинними нормативними документами;

— банки і пляшки скляні імпорتنі місткістю не більше ніж  $1,0 \text{ дм}^3$ , дозволені для використання центральним органом виконавчої влади з питань охорони здоров'я;

— металеві лаковані банки місткістю не більше ніж  $1,0 \text{ дм}^3$  — згідно з ГОСТ 5981 [20];

— алюмінієві туби місткістю не більше ніж  $0,2 \text{ дм}^3$  — згідно з чинними нормативними документами;

— пляшки з полімерних матеріалів місткістю не більше ніж  $2,0 \text{ дм}^3$ ;

— пакети з комбінованих матеріалів на основі паперу або картону, поліетиленової плівки і алюмінієвої фольги, чи на основі алюмінієвої фольги і полімерної плівки місткістю не більше ніж 2,0 дм<sup>3</sup>, дозволених для використання центральним органом виконавчої влади з питань охорони здоров'я;

— тару типу «Bag-in-Box» (мішок у коробці) місткістю не більше ніж 50,0 дм<sup>3</sup>, асептичним способом за умовами договору з замовником.

Транспортують і зберігають продукцію згідно з ГОСТ 13799 [21], складують згідно з НПАОП 15.3-1.19. Продукцію зберігають у чистих, сухих, добре вентильованих складських приміщеннях за температури від 0°C до 25°C і відносної вологості повітря не більше ніж 75 %. Соки, фасовані в прозору споживчу тару, під час зберігання повинні бути захищені від потрапляння прямого сонячного проміння.

Строк придатності до споживання конкретних соків від дати виготовлення встановлює виробник залежно від технології виробництва, застосованих сировини та пакування. Рекомендовані умови і строк зберігання, впродовж яких соки зберігають свою якість з дня виготовлення, становлять не більше ніж:

а) за температури від 0°C до 25°C та відносної вологості повітря не більше ніж 75 %: у скляній та металевій тарі – 12 місяців, в алюмінієвих тубах – 9 місяців, у пляшках із полімерних матеріалів – 12 місяців;

б) у пакетах із комбінованих матеріалів на основі паперу чи картону, поліетиленової плівки та алюмінієвої фольги за температури від 0°C до 25°C та відносної вологості повітря не більше ніж 70 %, для соків, фасованих: асептичним способом – 12 міс., способом «гарячого фасування» – 6 місяців;

в) у пакетах із комбінованих матеріалів на основі алюмінієвої фольги та поліетиленової плівки за температури від 0°C до 10°C для соків, фасованих способом «гарячого фасування» — 9 місяців;

г) у тарі типу «Bag-in-Box» — 6 місяців.

Умови зберігання соків після розкриття пакування встановлює виробник залежно від застосованих сировини та пакування і зазначає в рецептурі, узгодженій і затвердженій у встановленому порядку.

Отже, основними факторами, що впливають на формування асортименту та якості томатних соків є технологія виробництва та хімічний склад вихідної сировини, тобто томатів. Також важливу роль відіграють пакування, умови транспортування та зберігання готової продукції.

### **1.3. Вимоги до якості та безпечності томатних соків**

Томатні соки, як і інші харчові продукти, які знаходяться в обігу на території України, повинні відповідати вимогам законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів.

У випадку надходження доказів щодо шкідливості харчового продукту, незважаючи на його відповідність законодавству про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів, виробництво та обіг такого харчового продукту має бути зупинено та заборонено.

Під час виробництва харчових продуктів оператор ринку може користуватися технічними умовами, державна реєстрація яких є необов'язковою.

Під час виробництва харчових продуктів в Україні забороняється:

- 1) використання харчових добавок, які не зареєстровані в Україні відповідно до вимог Закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [22];
- 2) використання ароматизаторів, не зареєстрованих відповідно до вимог даного Закону;
- 3) використання допоміжних матеріалів для переробки та матеріалів, що контактують з харчовими продуктами, якщо вони не зареєстровані відповідно до вимог даного Закону.

Незважаючи на відмінності в національних традиціях, у всьому світі сьогодні формуються нові вимоги споживачів до харчових продуктів:

натуральність складу, свіжість і корисність. Здоров'я та гарне самопочуття формують споживчі переваги й на ринку соків і нектарів. Як світовий ринок у цілому, так і показники споживання сокової продукції на душу населення в Україні демонструють постійне зростання. Так, згідно результатів досліджень Ltd's Target Group Index (TGD), більше половини населення нашої планети споживають соки кожного дня [23].

Загалом український ринок сокової продукції за останні декілька років суттєво трансформувався - розширився асортимент, покращилася упаковка, змінилася якість. Загальна кількість асортиментних позицій на сучасному вітчизняному ринку соків і нектарів перевищує 400 найменувань. Кількість торгових марок сокової продукції становить близько двох десятків. Разом із тим дуже гостро в Україні стоїть питання щодо якості та безпечності цієї продукції. На ринку з'являється чимало фальсифікованих, низькоякісних, а інколи й небезпечних для здоров'я людини соків і нектарів [24]. За таких умов виникає потреба в повній та достовірній інформації про якість соків, чіткої і зрозумілої споживачам інформації про відмінності та властивості різних видів сокової продукції. Адже більшість даних, які подаються в засобах масової інформації з цих питань не витримують критики з наукової точки зору. Все вищевикладене, у свою чергу, зумовлює актуальність і необхідність аналізу чинної в Україні законодавчо-нормативної бази, яка регламентує якість і безпечність соків та нектарів.

Спеціальне правове регулювання відносин у сфері контролю якості й безпечності сокової продукції здійснюється згідно із Законами України: «Про захист прав споживачів» [25], «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [22], «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» [26], «Про торгово-промислові палати в Україні» [27], «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» [28].

Вимоги до безпечності продовольчої продукції, у тому числі соків і нектарів, наведені в таких документах: «Медико-біологічні вимоги і санітарні

норми якості продовольчої сировини і харчових продуктів» [29], Методичних рекомендаціях «Про періодичність контролю продовольчої сировини та харчових продуктів за показниками безпеки», [30] Державних гігієнічних нормативах ДР-97 «Допустимі рівні вмісту радіонуклідів цезію-137 та стронцію-90 у продуктах харчування та питній воді», Санітарно-гігієнічних правилах і нормах, нормативній документації на готову сокову продукцію та ін..

На сьогоднішній день в нашій державі не передбачена юридична відповідальність імпортера за безпечність продукції, що ввозиться та вводиться в обіг на території України. Водночас у більшості розвинених країн світу це передбачено законодавством. Слід зауважити, що до національного законодавства країн ЄС включено вимоги Директиви ЄС 85/374 «Про відповідальність постачальника за випуск і реалізацію дефектної продукції» [31].

На сьогоднішній день, в Українській національній системі стандартизації в галузі виробництва сокової продукції і відповідно до Закону України «Про стандартизацію» [32] і Наказу Держспоживстандарту України «Про створення технічного комітету стандартизації» [33], для розроблення, розгляду та погодження проектів стандартів створено технічні комітети стандартизації ТК 154 «Соки та соковмісні продукти», і ТК 24 «Продукти з овочів і фруктів та устаткування для їх переробки», які розробляють національні стандарти на плодово-ягідні соки, свіжі фрукти, овочі, ягоди та продукти їх переробки, що містять вимоги до якості продукції, а також стандарти на методи контролювання показників якості продукції, правила приймання плодово-ягідної продукції, пакування, маркування тощо.

На даний момент, Україна є членом Світової організації торгівлі (СОТ). У зв'язку з цим велике значення надається гармонізації нормативно-правової бази держави відповідно до європейських вимог, у тому числі для галузі сокового виробництва.

Активну участь у процесі розробки нормативної документації, захисту навколишнього середовища, дбайливого використання природних та інших ресурсів як основи сталого розвитку національної економіки беруть українські

провідні виробники сокової продукції, такі як ТОВ «Сандора», СП ТОВ «Вітмарк» [34].

На сьогодні в Україні чинними є такі нормативні документи, які регламентують якість і безпечність соків і нектарів. Зокрема, це ДСТУ 2074-92 «Продукти переробки фруктів. Терміни та визначення» [35], ДСТУ 4283.1:2007 «Консерви. Соки та сокові продукти. Терміни та визначення понять» [14], ДСТУ 4283.2:2007 «Консерви. Соки та сокові продукти. Номенклатура та вимоги» [2], ДСТУ 4008-2001 «Консерви. Соки фруктові, овочеві та овочево-фруктові для дитячого харчування. Технічні умови» [36], ГСТУ 46.025:2002 «Консерви. Напої фруктові. Технічні умови», ГОСТ 29135-91 «Соки фруктові. Загальні технічні умови», ГОСТ 657-79 «Соки плодові та ягідні з цукром. Загальні технічні умови», ГОСТ 18193-72 «Соки із цитрусових плодів. Технічні умови» тощо.

Маркування сокової продукції регламентується Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [22], Технічним регламентом щодо правил маркування харчових продуктів [37], затвердженим наказом Держспоживстандарту № 487 від 28 жовтня 2010 р. та ДСТУ 4518:2008 «Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила», який поширюється на харчові продукти вітчизняного та закордонного виробництва, що розфасовані у споживчу тару та реалізуються на території України через оптову або роздрібну торговельну мережу, а також закладами ресторанного господарства (у тому числі в дошкільних закладах, школах, лікувальних, лікувально-профілактичних установах та ін.), що безпосередньо пов'язані з обслуговуванням споживачів, і встановлює загальні правила та поняття щодо необхідної інформації про харчові продукти, яка повинна наноситись на споживчу тару.

Даний регламент також придатним для використання під час виробництва, зберігання, ідентифікації харчових продуктів [37].

З 01.08. 2007 р. почала діяти на території України остаточна редакція основного національного стандарту сокового виробництва ДСТУ 4283:2007.



Цей документ, який пройшов тривалий термін апробації на виробництві (пробний стандарт ДСТУ-П-4283:2004 вперше було введено з 01.09. 2004 р.), складається з двох частин:

ДСТУ 4283.1:2007 «Консерви, соки та сокові продукти», який установлює терміни та визначення понять у харчовій промисловості стосовно консервованих фруктових і овочевих соків, нектарів, морсів, коктейлів та сокових напоїв, виготовлених на основі овочевої та фруктової сировини. Стандарт також містить терміни й визначення понять, що стосуються аналогічних продуктів для дитячого харчування, у виробництві яких заборонено використовувати ферментні препарати, додавати до соків штучні барвники, синтетичні ароматні речовини, загусники, консерванти та двоокис вуглецю. Терміни, установлені стандартом, рекомендовано для сокових продуктів на основі фруктової та овочевої сировини, для робіт зі стандартизації, а також для наукової, навчально-методичної та публіцистичної літератури [14].

ДСТУ 4283.2:2007 «Консерви. Соки та сокові продукти. Номенклатура та вимоги», який установлює номенклатуру фруктів та овочів, що використовують для виробництва соків та сокової продукції, вимоги до вмісту розчинних сухих речовин у відновлених соках і пюре, зазначає масову частку соку (пюре) в нектарах. Вимоги стандарту є рекомендованими [2]. Стандарт використовують згідно з ДСТУ 4283:1 під час визначення відповідності та запровадження сокової продукції виробництвом.

Документ розроблений на відповідність Кодексу Аліментаріус та Директиви ЄС 2001/112 від 20.12. 2001 р., які регламентують міжнародні та європейські вимоги до фруктових соків. ДСТУ 4283:2007 розроблений профільними технічними комітетами [38].

У ході проведення перевірок додержання вимог стандартів, норм і правил під час виробництва, зберігання та реалізації соків і сокової продукції на підприємствах й оптових базах виникають питання стосовно одночасної дії ДСТУ 4283.1:2007 «Консерви. Соки та сокові продукти. Терміни та визначення понять»[14], ДСТУ 4283.2:2007 «Консерви. Соки та сокові продукти.

Номенклатура та вимоги» [2], ГОСТ 657-79 «Соки плодови та ягідні з цукром. Загальні технічні умови» та ДСТУ 2074-92 «Продукти переробки овочів і фруктів. Терміни та визначення»[39].

ДСТУ 4283.1:2007 ДСТУ 4283.2-2007 розроблені з метою усунення труднощів, непорозуміння та суперечностей, які виникають у процесі виготовлення та реалізації сокової продукції, що стосується класифікації назв цієї продукції та вимог до маркування. У розділі І ДСТУ 4283.1-2007 вказано, що терміни, установлені цим стандартом, рекомендовано для використання, а не «обов'язкові для застосування», як це вказано в ДСТУ 2074-92. Тут також зазначено, що вимоги стандарту є рекомендованими, тому на практиці введення цих стандартів не полегшило роботу, а, навпаки, ускладнило її ще більше.

Вимогами ДСТУ дозволяється для купажованих соків на споживчій тарі зазначати назву продукту за основним складником, якщо масова частка суми решти складників у продукті становить не більше ніж 50% від основного складника. Інші складники зазначають в описі складу продукту, проте дозволяється не відображати їх відсотковий склад. При цьому назва продукту наводиться шрифтом, який у декілька разів більший, ніж шрифт, яким зазначають складники продукту.

Такі неточності в нормативній документації сприяють недобросовісній конкуренції виробників сокової продукції, ускладнюють об'єктивне проведення перевірок і викликають обурення споживачів, яким логічно не зрозумілі вимоги чинних стандартів.

Виробники сокової продукції під час маркування використовують написи «100% натуральний продукт» і апелюють, що такий напис не суперечить чинному законодавству. У діючій законодавчо-нормативній базі взагалі не стандартизоване поняття «натуральний продукт», тому написи на маркуванні сокової продукції у вигляді «100% натуральний продукт», «продукт натуральний, не містить консервантів» «натуральний продукт без консервантів» тощо згідно з ДСТУ 4518:2006 «Продукти харчові. Споживче маркування. Загальні правила» дозволені лише за наявності у виробника документального

підтвердження цієї інформації відповідними центральними органами виконавчої влади згідно з установленим порядком.

Насправді виробники можуть підтвердити документально лише наявність чи відсутність деяких консервантів, барвників, ароматизаторів, а не натуральність продукту, підтвердження якої не є обов'язковим і на яку не визначені взагалі критерії оцінки.

Відповідно до ДСТУ 4283.1:2007 сік натуральний - це рідкий продукт без добавок призначений для подальшого промислового перероблення. Отже, зазначаючи на споживчій тарі напис «натуральний сік», виробники фактично вказують на те, що сік повинен пройти подальшу промислову переробку [14].

Наступна неузгодженість у законодавчо-нормативній документації щодо сокової продукції пов'язана з маркуванням. Так, за ДСТУ 4283.2007 для відновлених соків, виготовлених тільки з концентрованого соку чи концентрованого поре одного виду, його склад, а також воду та натуральні ароматизатори, що використовують для відновлення соку, на етикетці продукту передбачено не зазначати. У той же час Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», Технічним регламентом щодо правил маркування харчових продуктів та ДСТУ 4518:2008 «Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила» передбачено обов'язково зазначати склад із зазначенням усіх компонентів, які використовувалися під час виробництва продукту [40].

Відповідно до вимог наказу Міністерства охорони здоров'я України (МОЗ) №1140 від 29.12.2012 «Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та сировини» томатні соки повинні відповідати по вимогам до органолептичних показників, які не повинні змінюватися під час зберігання, транспортування і в процесі їх реалізації. Критеріями безпеки для томатного соку є відсутність у продукті мікроорганізмів, здатних розвиватися при температурі зберігання, встановленій для конкретного його виду, і мікроорганізмів і мікробних токсинів, небезпечних для здоров'я людини [41].

Наказ МОЗ №368 від 13.05.13 «Регламент максимальних рівнів окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах» регулює вміст металів для томатних соків, які упаковані в металеву тару, зокрема регламентується рівень олова, який не має перевищувати 100 мг/кг. Окремо для сировини – томатів, цим Наказом встановлені норми для нітратів, максимально-допустимий вміст яких не повинен перевищувати 150 мг/кг [42].

Наказ МОЗ №548 від 19.07.12 «Про затвердження Мікробіологічних критеріїв для встановлення показників безпеки харчових продуктів» регулює мікробіологічні показники для готової продукції. Так відповідно до цього Наказу для томатних соків встановлена норма вмісту мікроорганізму E.coli, яка повинна знаходитись у межах від 100 до 1000 КУО/г [43].

Чинними міжнародними нормами щодо правових основ виробництва, оцінки якості та продажу соків і нектарів у державах-членах СОТ сьогодні є:

- фрагментарні стандарти Codex Alimentarius;
- відповідні технологічні вимоги щодо виробництва соків, методи аналізу дозволених харчових добавок, технологічних речовин, залишкових кількостей пестицидів та забруднювачів, затверджених комісією СА ФАО/ВООЗ;
- методи фізико-хімічного і мікробіологічного аналізу Міжнародної федерації виробників фруктових соків (International Union of Fruit Juice Producers, IFU).

Окрім цього, в окремих державах (групах держав) є свої регламентуючі документи, наприклад директива Ради 2001/11/ЄС від 20 груд. 2001 р. щодо фруктових соків і деяких подібних продуктів, призначених для споживання з людиною, яка визначає завдання країн-членів ЄС, відтворює координовану європейську правову систему, що формує єдиний внутрішній ринок Європи.

Як стандарт для оцінки сокової продукції в ЄС використовується Code of Practice AIJN – Звід правил для оцінки якості фруктових та овочевих соків Асоціації сокової промисловості Європейського Союзу (A.I.J.N.) [44].

Відставання сучасної національної бази нормативних документів від фонду чинних європейських і світових стандартів загалом можна пояснити такими факторами:

- спрямуванням чинної бази національних стандартів переважно на оцінку показників якості й безпечності готової продукції, а не на стандартизацію та дотримання вимог щодо технологій її виробництва;

- орієнтованістю стандартів НАССР, ДСТУ ISO 22000:2007 на весь процес «з поля до столу», одержання що дає можливість відстежувати усі етапи одержання сировини для виробництва сокової продукції та її безпосереднього виробництва;

- дворівневий характер чинної системи вітчизняних стандартів, яка включає, з одного боку, нормативні документи, розроблені на основі стандартів серії ISO, а з іншого – застарілі стандарти, розроблені до початку 1992 р. в колишньому СРСР;

- значне запізнення розробки та гармонізації національних стандартів з якості й безпечності сокової продукції порівняно з відповідною базою світових і європейських нормативних документів;

- несумісність вимог чинної бази національних стандартів вимогам нормативної бази ЄС і СОТ, інструментом подолання яких є повторна сертифікація продукції, що експортується за кордон, на відповідність європейським і світовим стандартам;

- невідповідність, а часто й непорівнюваність вітчизняних технологій випуску сокової продукції зарубіжним технологіям і аналогам, що може бути об'єктивною причиною світових нормативних документів [45].

Отже, питання безпечності та якості томатних соків в Україні регламентується низкою нормативних документів. Основним Законом щодо регулювання безпечності та якості харчових продуктів є Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Також в нашій країні діє досить велика кількість гармонізованих з європейським законодавством нормативних актів, однак відсутня відповідальність імпортерів у

зв'язку з ввезенням в Україну продукції, що не відповідає вимогам безпеки, тому слід гармонізувати вітчизняне законодавство з вимогами Директиви ЄС 85/374 «Про відповідальність постачальника за випуск і реалізацію дефектної продукції»[46].

#### **1.4. Організація операцій з імпорту томатних соків**

Імпорт товарів – це купівля (у тому числі з оплатою у не грошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності у іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів із ввезенням їх на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [47].

Імпортна операція – комерційна діяльність, що пов'язана з закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності [48].

Основними нормативно правовими документами, що регулюють імпорту діяльність є: Митний кодекс України, Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Закон України «Про Митний тариф» та ін. [49].

До імпорту операцій відносяться [50]:

- придбання товарно-матеріальних цінностей від іноземних постачальників на умовах комерційного кредиту;
- ввезення товарно-матеріальних цінностей або отримання послуг в порядку бартерних угод;
- ввезення товарів в рахунок централізованих імпорту закупок;
- придбання товарно-матеріальних цінностей та послуг з оплатою готівкою;
- отримання товарно-матеріальних цінностей та послуг в якості безоплатної допомоги.

На сьогоднішній день, зовнішньоекономічна діяльність в Україні регламентується Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та міжнародними договорами з окремими країнами. Вона пов'язана з виробництвом та обміном матеріальних і нематеріальних благ, що виступають у формі товару. Більшість операцій щодо здійснення імпорту соків має ряд певних особливостей, які пов'язані з тим, що окремі композиції можуть бути небезпечними для життя та здоров'я населення, а також навколишнього середовища [51].

Томатні соки, що переміщуються через митний кордон України під час імпорту з інших країн, потребують постійного контролю з боку держави у плані забезпечення розвитку економіки, зовнішньоекономічних зв'язків, захисту та забезпечення конституційних прав і свобод громадян, держави, суб'єктів підприємницької діяльності всіх форм власності і додержання ними правил, встановлених у цій галузі.

Імпорт томатних соків напряму залежить від організації процедури митного оформлення під час їх ввезення з інших країн. Держава забезпечує правове регулювання процедури митного оформлення шляхом впровадження в дію Законів України, указів Президента, Постанов, наказів Кабінету Міністрів України, Верховної Ради України та безпосередньо Державної фіскальної служби України (ДФСУ).

Основним законодавчим актом, що регламентує митне оформлення томатних соків є Митний Кодекс України [52].

При переміщенні томатних соків через митний кордон України, Митний кодекс визначає:

- порядок визначення країни походження даного товару;
- методи визначення митної вартості соків;
- визначення коду товару згідно з Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності;
- порядок митного контролю та оформлення;
- загальні положення щодо митних платежів;
- заходи щодо запобігання та протидії контрабанді;

- загальні положення щодо порушень митних правил.

Відповідно до Українського класифікатора товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), томатні соки відносяться до товарної позиції 2009 та мають код 2009509000.

У Митному кодексі України визначено, що товари які переміщуються через митний кордон України, крім митного контролю, можуть також підлягати державному санітарно-епідеміологічному, ветеринарно-санітарному, фітосанітарному, екологічному та радіологічному контролю. У пунктах пропуску через державний кордон України зазначені види державного контролю (крім радіологічного) здійснюються органами доходів і зборів у формі попереднього документального контролю на підставі інформації, отриманої від державних органів, уповноважених на здійснення цих видів контролю, з використанням засобів інформаційних технологій. Митний контроль та митне оформлення товарів, що переміщуються через митний кордон України, завершуються тільки після проведення встановлених законами України для кожного товару видів контролю [52].

Перелік ставок ввізного мита на соки, яке справляється при ввезенні на митну територію України, зазначений у Митному тарифі України, який встановлений Законом України «Про митний тариф України», що містить перелік ставок загальнодержавного податку - ввізного мита на товари, що ввозяться на митну територію України і систематизовані згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності, складеною на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів.

Ввізне мито являє собою податок на переміщення товарів через митний кордон України. Відповідно до Закону України ВР №584-VII від 19.09. 2013 року повна та пільгова ставка мита для томатних соків за кодом 2009509000 складає 10%. Можливе зменшення ставки мита до 0% при імпорті томатних соків у зв'язку з дією преференцій по миту «403». Якщо товари ввозяться в Україну згідно з міжурядовою угодою про вільну торгівлю України з державами ЄАВТ, оподатковуються ввізним митом за зменшеними ставками 0%. До таких країн



відносяться: Ісландія, Королівство Норвегія, Князівство Ліхтенштейн Швейцарська Конфедерація [53].

Товари за кодом 2009509000, які ввозяться в Україну та походять з країн ЄС, також ввозяться за зниженою ставкою мита 5% - це передбачено Угодою про асоціацію між Україною та ЄС від 27.06.2014.

Соки на сьогоднішній день товар, який користується попитом і його обсяги на ринку України з кожним роком зростають. При збільшенні попиту, зростає увага, щодо якості та безпечності даного товару. Важливу роль під час імпорту даної продукції відведено нетарифному регулюванню, яке спрямовано здебільшого на захист інтересів вітчизняних виробників.

Нетарифне регулювання імпорту томатних соків діє з метою:

- захисту ринку України від неякісної продукції;
- захисту національного товаровиробника соків;
- охорони здоров'я та життя людей, які працюють в сферах пов'язаних з використанням даного товару.

Нетарифні методи щодо імпорту томатних соків:

- пільги;
- ліцензування та квотування;
- радіологічний контроль в зоні митного контролю;
- екологічний контроль в зоні митного контролю;
- санітарно-епідеміологічний контроль в зоні митного контролю.

На сьогоднішній день, соки підлягають санітарно-епідеміологічному та екологічному контролю, який здійснюється посадовою особою контролюючого органу в зонах митного контролю на митній території України (крім пунктів пропуску через митний кордон України). Під час імпорту в Україну соки підлягають екологічному та радіологічному контролю, який здійснюється посадовими особами органів Міністерства екології та природних ресурсів України в зонах митного контролю на митній території України (крім пунктів пропуску через митний кордон України), санітарно-епідеміологічний контроль здійснюється посадовими особами Державної служби з питань безпеки

харчових продуктів та захисту споживачів відповідно до постанови Кабінету Міністрів України №348 від 29.03.2017 [54].

Радіологічний контроль товарів і транспортних засобів здійснюється один раз: у разі ввезення на митну територію України - у пунктах пропуску через державний кордон України (пунктах ввезення на митну територію України). Підставою для завершення державних видів контролю є наявність відповідного штампю на товаросупровідних документах. Факт позитивних результатів проходження санітарно-епідеміологічного, екологічного та радіологічного видів контролю для соків відображається у митній декларації під час її заповнення.

На підставі наказу Міністерства фінансів України №998 від 17.09.2012 року, під час декларування соків, що відносяться до товарної позиції 2009, до електронного інвойсу вноситься додаткова інформація, яка необхідно для їх ідентифікації: вид соку, вид обробки, міст цукру, % до маси, число Брікса та густина при 20° С, г/см<sup>3</sup> [55].

Пільги на товар використовуються відповідно до Угоди про вільну торгівлю з державами ЄАВТ (код преференції – 403), а позначка «Z» означає звільнення товарів від оподаткування митом згідно з угодами з державами ЄАВТ.

Країни ЄАВТ: Ісландія, Норвегія, Швейцарія, Ліхтенштейн. Продукти, що походять з держави ЄАВТ, підчас імпорту до України повинні отримати переваги від цієї Угоди після надання одного з підтвердження, зазначених у ст. 17, Розділ V «Підтвердження походження» [56].

Доказом безпечності продукції є її відповідність національним стандартам, що гармонізовані з відповідними європейськими стандартами. Перелік таких гармонізованих національних стандартів формується центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері стандартизації.

До нетарифного регулювання, також відноситься ліцензування та квотування.

Відповідно до постанови КМУ від 20 грудня 2017 р. № 1018, імпорту соків з Республіки Македонія, що входять до товарної позиції 2009 підлягає ліцензуванню у 2018 році в рамках тарифної квоти відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Республікою Македонія та Україною від 18 січня 2001 року. Квота складає 3 млн. літрів соку на рік.

Міністерство економічного розвитку і торгівлі: забезпечує ліцензування імпорту та експорту товарів, зазначених у товарній позиції 2009, повинні інформувати Державну фіскальну службу – про оформлені суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності ліцензії на експорт та імпорту товарів, які підлягають ліцензуванню і щодо експорту (імпорту) яких встановлено квоти.

Отже, під час здійснення операцій з імпорту соків вагоме місце відведено процедурі митного оформлення даної продукції, яка в свою чергу регулюється великою кількістю нормативних документів, що діють на території України. Так, повна та пільгова ставка для томатних соків які мають код 2009509000 згідно з УКТЗЕД, під час ввезення їх на митну територію України становить 10%, при ввезенні на загальних підставах. Для товарів, які походять з країн ЄС, діє знижена ставка мита – 5%, що передбачено Угодою про асоціацію між Україною та ЄС від 27.06.2014. Відповідно до постанов керуючих органів, соки підлягають державному санітарно-епідеміологічному, екологічному та радіологічному контролю. Також встановлено, що соки підлягають нетарифному регулюванню під час їх імпорту з Македонії, квота на рік становить 3 млн літрів.

### **1.5. Методичні підходи до визначення конкурентоспроможності товарів**

Останнім часом велика увага приділяється проблемам якості та конкурентоспроможності товарів. Світовий досвід свідчить, що успішна діяльність на міжнародному ринку можлива за умови забезпечення «прицільної якості» товарів зі створенням ефективної системи управління якістю. В умовах

вільної конкуренції з двох однакових товарів здебільшого вибирають найдешевший, а за однакових цін – найякісніший.

Конкурентоспроможність – це філософія роботи в умовах ринку, яка орієнтує на розуміння потреб споживачів і тенденції її розвитку, знання поведінки і можливостей конкурентів, знання стану і тенденцій розвитку ринку, знання зовнішнього середовища, уміння створити такий товар і так довести його до споживача, щоб він надав йому перевагу перед товаром конкурентом [57].

Конкурентоспроможність товару – поняття складне, інтегральне, відносне і динамічне. Це все те, що забезпечує перевагу товарів на ринку, сприяє його успішному збуту в умовах конкуренції. Конкурентоспроможність досліджуваного товару визначають відповідно до інших товарів і завжди конкретно, виходячи зі ступеня задоволення запитів потенційних покупців. В цілому конкурентоспроможність охоплює, з однієї сторони, суто якісні характеристики товару, з іншої – всі значні та досить вагомі для споживача умови придбання та використання товару [58].

У загальному вигляді конкурентоспроможність товару характеризується його споживними властивостями та ціною споживання і математично може бути представлена наступною формулою:

$$K = \frac{P}{C},$$

(1.1)

де  $P$  – корисний ефект від використання товару (споживчі властивості товару);

$C$  – витрати на придбання і використання товару (ціна споживання).

Споживчі властивості товару характеризуються набором функціональних та естетичних показників. Ціна споживання характеризується витратами на виробництво товару, його транспортування, зберігання, реалізацію тощо.

Оцінку конкурентоспроможності товару можна провадити за наступною схемою (Додаток Д).

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності товару містить наступні етапи:

- Аналіз ринку і вибір найбільш конкурентоспроможного товару – зразка як бази для порівняння та визначення рівня конкурентоспроможності товару.

Товар-зразок повинен належати до тієї ж групи, до якої належить досліджуваного товар, бути найбільш представницьким для даного ринку (тобто мати максимальне число споживацьких пропозицій). Часто за базову продукцію приймають вставлену маркетингом ідеальну споживчу модель продукції, тобто ту продукцію, яку бажають придбати споживачі [59].

- Визначення переліку порівнюваних параметрів (показників) конкурентоспроможності.

- Визначення коефіцієнта вагомості певних показників для споживачів.

- Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності.

Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності товару базується на порівнянні параметрів досліджуваного товару, який найбільш повно відображає вимоги споживачів, та складається з чотирьох етапів.

Першим етапом є розрахунок збірного параметричного індексу для функціональних показників:

$$(1.2)$$

де  $a_i$  – коефіцієнт вагомості;

$g_i$  – відносний параметр (показник) якості, який розраховується за формулою:

$$g_i = \frac{P_{\text{досл.}}}{P_{\text{конк.}}}, \quad (1.3)$$

де:  $P_{\text{досл.}}$  – значення параметру досліджуваного товару;

$P_{\text{конк.}}$  – значення параметру конкуруючого товару.

Далі розраховується збірний параметричний індекс для естетичних показників:

$$(1.4)$$

На третьому етапі розраховується параметричний індекс для економічних показників:

$$(1.5)$$

де  $S_{\text{досл.}}$  – цінові характеристики досліджуваного товару;

$S_{\text{конк.}}$  – цінові характеристики конкуруючого товару.

Завершальним етапом є розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності:

$$(1.6)$$

Якщо  $K < 1$ , то досліджуваний товар має нижчу конкурентоспроможність порівняно з конкуруючим товаром.

Якщо  $K > 1$ , то досліджуваний товар має вищу конкурентоспроможність порівняно з конкуруючим товаром.

Слід зазначити, що для оцінки конкурентоспроможності використовуються різні методичні підходи, найбільш використовуваними з них є методика за системою 1111-5555 та експертна оцінка.

Методика оцінювання конкурентоспроможності товару за системою 1111-5555 передбачає можливість розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності товару експертним шляхом за двома методами:

- а) без врахування вагомості факторів;
- б) з урахуванням вагомості факторів.

У будь-якому випадку ці методи застосовуються при неможливості застосування більш точних кількісних методів.

За системою 1111-5555, без урахування вагомості факторів, конкурентоспроможність товару визначається як сума балів за кожним фактором. Експерт (один або група) дає оцінку фактора від 1 (мінімум, найгірше значення фактора) до 5 (найкраще значення фактора). Так, товар низької якості, який пропонується за високою («грабіжницькою») ціною, що має до того ж низьку якість сервісу і високі експлуатаційні витрати, буде мати оцінку 1-2 бали і його конкурентоспроможність становитиме 1211. За цією системою мінімальне значення конкурентоспроможності буде дорівнювати 4 (1+1+1+1), максимальне – 20 (5+5+5+5). Оцінюваний товар має конкурентоспроможність, яка дорівнює 5 з 20, тобто в чотири раз меншу, ніж кращі світові зразки.

Для визначення експертної оцінки конкурентоспроможності товару, з урахуванням вагомості факторів створюється експертна група у складі висококваліфікованих фахівців чисельністю не менше 5 осіб (один з керівників або головний менеджер, конструктор, маркетолог, технолог, товаровознавець) [60].

При атестації, сертифікації, аудиті оцінка може бути як внутрішньою, так і зовнішньою і проводитись незалежною акредитованою організацією.

Після формування експертної групи здійснюється підготовча робота, що передбачає видання наказу (розпорядження) про організацію оцінювання конкурентоспроможності, знайомство з методикою управління конкурентоспроможністю, збір і оброблення вихідних даних. Потім складається система оцінювання у балах. Балова система наочно показує, що кожному факторові конкурентоспроможності експерт може виставити від 1 до 5 балів. Вагомість факторів – від 4 (якість товару) до 1 (експлуатаційні витрати).

Конкурентоспроможність товару, визначена експертним шляхом за баловою системою, розраховується за формулою [59]:

$$(1.7)$$

де  $K_T$  – конкурентоспроможність товару (значення коливається від 2 до 10);

$n$  – кількість експертів;

$B_{ij}$  – експертна оцінка  $i$ -тим експертом  $j$ -го фактора конкурентоспроможності товару;

$a_j$  – вагомість  $j$ -го фактора (від 4 до 1);

5 – максимальна оцінка фактора.

Методика аналізу конкурентоспроможності товару (послуги) за багатокутником і експертним методом передбачає [61]:

- 1) встановлення переліку показників конкурентоспроможності товару;
- 2) встановлення нормативних значень показників конкурентоспроможності товару;
- 3) визначення вагомості показників конкурентоспроможності товару, виходячи з їх важливості в забезпеченні конкурентоспроможності;
- 4) збір та обробка вихідної інформації про показники конкурентоспроможності товарів (пріоритетного конкурента й того, що аналізується);
- 5) побудова багатокутника конкурентоспроможності товарів: зовнішнє коло – нормативи, збільшені на 20 % (у випадку перевиконання нормативу), внутрішні точки (на радіальних променях) – значення показників конкурентоспроможності.

Наведене значення показника конкурентоспроможності товару визначається за формулою:



$$P_{\text{ПРИВ}} = P_{\text{Іаі}}, \quad (1.8)$$

де  $P_i$  – нормативне або фактичне значення  $i$ -го показника конкурентоспроможності товару;

$a_j$  – вагомість  $i$ -го показника конкурентоспроможності товару.

Отже, на сьогоднішній день існує велика кількість різних методик щодо дослідження конкурентоспроможності товарів, кожна з яких має свої переваги та недоліки. Найбільш розповсюдженим методом дослідження конкурентоспроможності є експертний.

### **РОЗДІЛ 3**

## **ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОМАТНИХ СОКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АВ ТРЕЙДИНГ»**

### **2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження**

Для проведення досліджень було обрано п'ять зразків томатних соків різних торгових марок та різного способу виробництва, що реалізуються на ТОВ «АВ Трейдинг» (рис.2.1):



Рис. 2.1. Досліджувані зразки соків

- зразок №1 – ТМ «Sandora» (виробник – ТОВ «Сандора», Україна);
- зразок №2 – ТМ «Садочок» (виробник – ТОВ «Сандора», Україна);
- зразок №3 – ТМ«Rich» (виробник – ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», Україна);
- зразок №4 – ТМ «Galicia» (виробник – ТзОВ «Яблуневий дар», Україна);
- зразок №5 – ТМ «Eos Bio» (виробник – EOS Getranke GmbH, Німеччина).

Властивості томатних соків досліджували сучасними методами, які регламентовані чинними нормативними документами та використовуються у харчовій промисловості: органолептичними, фізико-хімічними, аналітичними, та розрахунковими.

Дослідження, що були проведені у ході виконання поставлених завдань для досягнення цілей випускної кваліфікаційної роботи, включали три етапи, результати яких наведено у відповідних розділах (рис 2.2).



Рис. 2.2. Організація досліджень

Оцінку якості томатних соків проводили за:

- органолептичними показниками; за розробленою автором шкалою 5-балової оцінки (табл. 2.1);
- фізико-хімічними показниками;
- маркуванням.

Таблиця 2.1

### 5-балова шкала оцінки органолептичних показників якості

Показник	Характеристика та бали				
	5	4	3	2	1
Колір	однорідний за усією масою, червоний, характерний для соку зі стиглих томатів	однорідний за усією масою, червоний, з незначною зміною кольору	червоний, нерівномірний, зі світлими вкрапленнями	нерівномірний, червоний, з незначною зміною кольору	неоднорідний, червоний, із значною зміною кольору
Смак	добре виражений, властивий соку із стиглих томатів, гармонійний без стороннього присмаку	не достатньо виражений, без стороннього присмаку	кислуватий, з присмаком перезрілих томатів	кислуватий або пустий зі стороннім присмаком	кислий з стороннім присмаком
Аромат	інтенсивно виражений, приємний	достатньо виражений, приємний	недостатньо виражений, але характерний для даного продукту харчування	слабо виражений	слабо виражений, наявний сторонній запах
Консистенція	однорідна, осад відсутній	злегка неоднорідна, осад незначний	злегка неоднорідна, в'язка, осад незначний	злегка неоднорідна, в'язка, осад значний	неоднорідна, в'язка, осад значний

З фізико-хімічних показників визначали вміст сухих розчинних речовин рефрактометричним методом [62], загальну кислотність – титруванням [63], масову частку м'якоті - центрифугуванням [64].

Вміст сухих речовин в томатному соку визначали рефрактометричним методом, сутність методу полягає у визначенні коефіцієнтів заломлення речовин, за якими визначають характер речовин їх чистоту, та вміст у розчинах. Показник коефіцієнта заломлення - це відношення синуса кута падіння до синуса кута заломлення, залежить від концентрації речовини та температури.

Титрованою кислотністю називають кількість вільних органічних кислот і їх кислих солей, що містяться в досліджуваному продукті. Метод заснований на

нейтралізації розчином лугу водних витяжок кислот і кислих солей, що містяться в наважках досліджуваного продукту, в перерахунку на лимонну кислоту.

Метод визначення масової частки м'якоті базувався на відділенні від суспензії твердої і рідкої частини. Масова частка м'якоті розраховувалася як відношення твердої відцентрифугованої частини суспензії до загальної кількості суспензії, яку фугували.

Вміст  $\beta$ -каротину визначався методом екстрагування каротину. Каротин екстрагували із досліджуваного матеріалу ацетоном, потім додавали бензин і перемішували. Із бензинового розчину усували інші каротиноїди (ксантофіл, лікопін та ін.), а також хлорофіл методом хроматографічної адсорбції. Кількість каротину в очищеному бензиновому розчині визначали колориметрично за інтенсивністю жовтого забарвлення розчину шляхом його порівняння з розчином біхромату калію або азобензолу, який стандартизований з чистим каротином [65].

Комплексний показник якості, який характеризував кілька властивостей продукції був розрахований на основі побудованого дерева властивостей досліджуваного товару (додаток Ж, Е).

Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності був розрахований з урахуванням функціональних, естетичних та економічних параметрів конкурентоспроможності досліджуваної продукції (додаток Є).

Маркування досліджували на відповідність вимогам чинного Технічного регламенту «Щодо правил маркування харчових продуктів: Технічний регламент України» [37].

## **2.2. Товарознавча оцінка асортименту томатних соків на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг»**

На підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» представлений досить широкий асортимент томатних соків вітчизняного та зарубіжного виробництва. Серед основних торгових марок представлені: ТМ «Садочок» (Україна), ТМ «Sandora» (Україна), ТМ «Rich» (Україна), ТМ «Galicia» (Україна), ТМ «Наш сік» (Україна),

ТМ «Eos Bio» (Німеччина), ТМ Hortex (Польща). Питома вага основних торгових марок наведена на рис. 2.3.

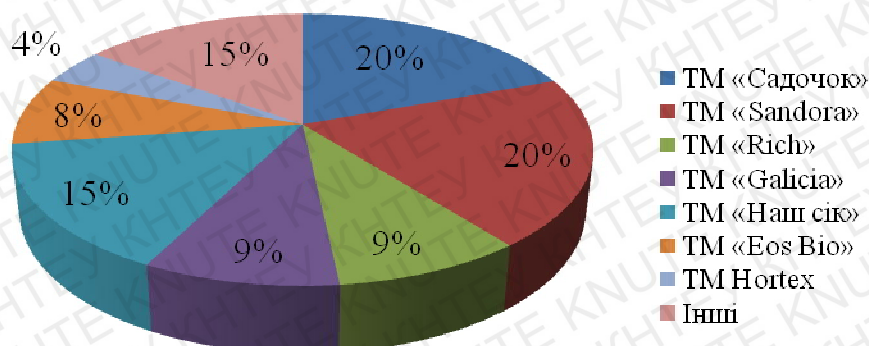


Рис. 2.3. Питома вага основних торгових марок в асортименті  
ТОВ «АВ Трейдинг» станом на 2017 рік, %

Виходячи з даних наведених на рисунку видно, що найбільшу частку в асортименті томатних соків на ТОВ «АВ Трейдинг» займає ТМ «Sandora» (Україна) – 20,1% та ТМ «Садочок» (Україна) - 19,3%, а найменшу ТМ Hortex (Польща) – 4,3% відповідно. Серед імпортних позицій найбільшу частку займає ТМ «Eos Bio» (Німеччина) - 8,1%. Структура асортименту томатних соків за основними постачальниками наведена у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Структура асортименту томатних соків на ТОВ «АВ Трейдинг»  
за постачальниками у 2017 р.**

Постачальник	Кількість, л.	Частка, %
ТМ «Садочок»	521 100	19,3
ТМ «Sandora»	542 700	20,1

ТМ «Rich»	240 300	8,9
ТМ «Galicia»	248 400	9,2
ТМ «Наш сік»	410 400	15,2
ТМ «Eos Bio»	218 700	8,1
ТМ Hortex	116 100	4,3
Всього	2700000	100

З даних наведених у табл.2.2 видно, що найбільший обсяг томатних соків у кількісному вираженні у структурі асортименту ТОВ «АВ Трейдинг» за постачальниками належить ТМ «Sandora» (Україна) і становить 542 700 л., а найменший у ТМ Hortex (Польща) – 116 100 л. Серед імпортних позицій найбільша кількість імпортується соків ТМ «Eos Bio» (Німеччина) – 218 700 л.

В асортименті томатних соків розрізняють два види, залежно від способу виробництва: відновлені соки та соки прямого віджиму. Соки прямого віджиму виготовляють зі свіжих плодів та овочі, відновлені соки теж виготовляються з натуральних компонентів, але не із свіжих, а концентрованих. Для повернення у рідкий стан використовують очищену питну воду. Відновлений томатний сік може бути також виготовлений з томатного пюре або пасти [66].

В загальній структурі асортименту соків та сокових напоїв на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» частка томатних соків складає 13,3% від загальної кількості соків, що постачається підприємством на ринок України, частка фруктових соків та нектарів складає 58,9%, інших овочевих соків 7,9% та сокових напоїв 19,9% відповідно (рис 2.4).

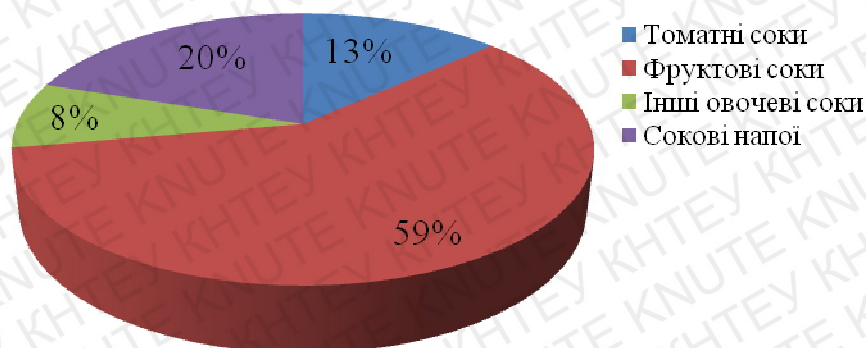


Рис.2.4. Структура асортименту соків на ТОВ «АВ Трейдинг», %

В структурі асортименту досліджуваного підприємства за способом виробництва більшу частку займають відновлені соки – 78,4%, в той же час частка соків прямого віджиму складає 21,6% відповідно (рис. 2.5).

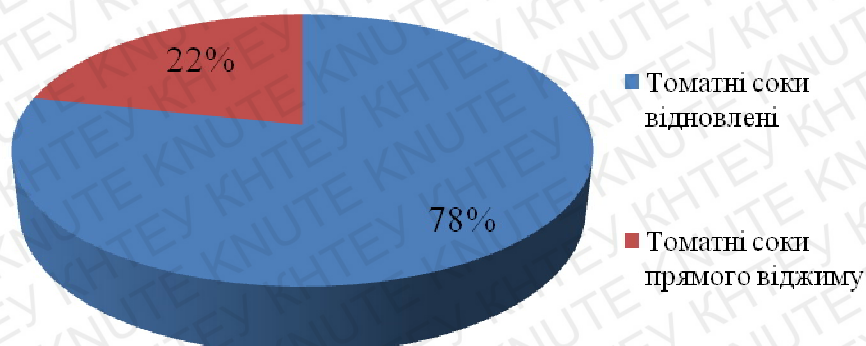


Рис. 2.5. Структура асортименту соків на ТОВ «АВ Трейдинг» за способом виробництва, %

В асортименті досліджуваного підприємства томатні соки класифікуються за видом упаковки. Найбільшу частку становлять томатні соки, які упаковані у тетра-пак – 46,2%, у скляну та полімерну тару – 27,2% та 24,1% відповідно. Решту займає продукція, розфасована у металеву тара (алюмінієві банки) – 2,5%.

За місткістю тари томатні соки на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» реалізуються таких об'ємів:



- в пакетах тетра-пак: 200 мл, 250мл, 330 мл, 350 мл, 500 мл, 950 мл, 1000 мл, 1450 мл, 1500 мл, 1930 мл, 2000 мл;
- в скляній тарі: 250 мл, 300 мл, 500 мл, 700мл, 1000 мл, 3000 мл;
- в полімерній тарі: 450 мл, 500 мл, 950 мл, 1000 мл;
- в металевій тарі: 250 мл, 330 мл, 350 мл.

Таблиця 2.3

**Характеристика асортименту томатних соків  
на ТОВ «АВ Трейдинг» за 2017р.**

Показник	Розрахункове значення
Широта	0,75
Повнота	0,72
Глибина	0,69
Гармонійність	0,73
Стійкість	0,63
Оновлення	0,27

Встановлено, що асортиментне насичення ТОВ «АВ Трейдинг» томатними соками на середньому рівні. Значення показника широти асортименту підприємства свідчить про те, що чим ширший асортимент, тим повніше можуть бути задоволені потреби споживачів. Однак, в той самий час, при надмірній ширині асортименту споживачу важко орієнтуватися в цьому різноманітті, що затрудняє вибір потрібного виду соку, отже, вважаємо, що значення цього показника є задовільним. Визначено, що результати розрахунків показника повноти свідчать про можливість підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» задовольняти потреби споживачів на належному рівні.

Показник глибини асортименту організації дозволяє зробити висновок про задовільний представлений видовий асортимент томатних соків. Встановлено, що асортимент соків на ТОВ «АВ Трейдинг» є гармонійним. Визначено, що томатні соки, які передбачені асортиментним переліком, є постійно наявними у

продажі, а значення показника оновлення асортименту знаходиться на належному рівні.

Отже, аналіз структури асортименту показав, що на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» представлений досить широкий асортимент томатних соків. Основними країнами з яких відбувається імпорт соків є Німеччина та Польща, однак більшість соків є вітчизняного виробництва.

### **2.3. Оцінка якості та безпечності томатних соків**

Обрані зразки томатних соків були відібрані зі складу ТОВ «АВ Трейдинг» та є продукцією, яка має найбільший попит серед покупців.

Дослідні зразки були упаковані в упаковки тетра-пак та скляні пляшки різної місткості, так зразок №1 – ТМ «Sandora» упакований в упаковку тетра-пак місткістю 0,5 л, зразок №2 – ТМ «Садочок» в упаковку тетра-пак місткістю 0,950 л, зразок №3 – ТМ «Rich» в упаковку тетра-пак місткістю 1л, зразок №4 – ТМ «Galicia» в скляну пляшку місткістю 0,3 л та зразок №5 – ТМ «Eos Bio» в скляну пляшку місткістю 0,7 л.

Упаковки кожного зразку були сухі, чисті, без протікань. Дефектів тари не було виявлено, ідентифікована цілісність пакування.

Після відкриття томатних соків встановлено, що всі зразки помірно густі, без грудочок, сторонніх запахів та включень, що свідчить про відповідність температурного режиму зберігання встановленим вимогам нормативних актів.

Маркування нанесене типографським способом на тару контрастним кольором відносно забарвлення упакування (на упаковках тетра-пак), та контрастним кольором відносно забарвлення етикетки на упаковках зі скляної тари. Етикетки на споживчій тарі були щільно приклеєні, без перекосів, зморшок.

Маркування соків оцінювали на відповідність вимогам Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів [37].

Проведений аналіз маркування соків показав, що маркування більшості зразків відповідає вимогам Технічному регламенту щодо правил маркування харчових продуктів табл. 2.5. Зокрема зразки вітчизняного виробництва такі як: ТМ «Sandora», ТМ «Садочок», ТМ «Rich» та ТМ «Galicia» мають повне маркування на упаковці відповідного до вимог даного Технічного регламенту.

Зразок ТМ «Eos Bio» є соком іноземного виробництва і на ньому маркування відрізняється від вітчизняного та не є достатньо повним. Так на упаковці томатного соку «Eos Bio» відсутня інформація, щодо стандарту, який регулює технічні вимоги для його виробництва, а також не в повному обсязі висвітлені умови зберігання даної продукції, а саме відсутня інформація при якій температурі та вологості зберігається даний сік.

Таблиця 2.5

### Аналіз маркування досліджуваних зразків

Вимоги	Досліджувані зразки				
Назва продукту	Томатний сік ТМ «Sandora»	Томатний сік ТМ «Садочок»	Томатний сік ТМ «Rich»	Томатний сік ТМ «Galicia»	Томатний сік ТМ «Eos Bio»
Склад продукту	Томатний сік, кухонна сіль (0,55%)	Томатний сік, кухонна сіль (0,4%)	Томатний сік, кухонна сіль	Томатний сік, кухонна сіль	Томатний сік, морська сіль, чорний перець
Кількість продукту, л	0,5	0,950	1	0,3	0,7
Дата вигот.	12.04.2017	05.04.2017	26.03.2017	18.04.2017	15.02.2017
Умови зберігання	Зберігати за температури від 0 °С до + 25 °С та відносній вологості не більше, ніж 75%, відкритий пакет зберігати за температури + 2 °С до + 6 °С не більше доби	Зберігати за температури від 0 °С до + 25 °С та відносній вологості не більше, ніж 75%, відкритий пакет зберігати за температури + 2 °С до + 6 °С не більше доби	Зберігати за температури від 0 °С до + 25 °С та відносній вологості не більше, ніж 75%, відкритий пакет зберігати за температури + 2 °С до + 6 °С не більше доби	Зберігати за температури від 0 °С до + 25 °С та відносній вологості не більше, ніж 75%, відкритий пакет зберігати за температури + 2 °С до + 6 °С не більше доби	Після відкриття зберігати в прохолодному місці протягом 3-х днів

Продовження таблиці.2.5

Рекомендації щодо використання	перед вживанням збовтати	перед вживанням збовтати	перед вживанням збовтати	перед вживанням збовтати	перед вживанням збовтати
Найменування нормативних документів	ТУ У 15.3-22430008.03 4:2005	ТУ У 15.3-22430008.03 3:2005	ТУ 15.3-14342901.01 5-2002	ТУ У 15.3-32475074-006	—
Енергетична цінність на100г продукту	25 ккал	21 ккал	29 ккал	15 ккал	17 ккал
Найменування та місцезнах. виробника	ТОВ «Сандора», Україна, Миколаївська обл., Жовтневий р-н, с.Миколаївське, с. Мішково-Погорілове, вул. Степова,1.	ТОВ «Сандора», Україна, Миколаївська обл., Жовтневий р-н, с.Миколаївське, с. Мішково-Погорілове, вул. Степова,1.	ПІ «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», Україна,Київська обл., Броварський р-н, с.м.т Велика Димерка 51 км Санкт-Петербурзького шосе.	ТзОВ «Яблуневий дар», Україна, Львівська обл., м. Городок, вул. Львівська, 274а.	EOS Getranke GmbH, D-71384, Weinstadt, Німеччина
Застереження щодо споживання певними категоріями споживачів	—	—	—	—	—

Найважливішим показником під час вибору соку для споживача, є його органолептичні властивості. Тому наступним етапом було проведення органолептичної оцінки томатних соків за розробленою шкалою, яка включає такі показники як: колір, смак, аромат та консистенція (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

## Органолептична оцінка томатних соків

Зразок Показник	Оцінка за 5-бальною шкалою					
	Коеф. вагом.	ТМ «Sandora»	ТМ «Садочок»	ТМ «Rich»	ТМ «Galicia»	ТМ «Eos Bio»
Колір	0,2	5,0	4,0	5,0	5,0	4,9
Смак	0,4	4,5	4,0	5,0	5,0	4,5
Аромат	0,1	5,0	4,5	4,5	5,0	4,3
Консистенція	0,3	5,0	5,0	5,0	4,5	4,8
Узагальнений показник органолептичних показників		4,80	4,35	4,95	4,85	4,63

Отже, за результатами проведеної органолептичної оцінки якості встановлено, що найвищу оцінку отримав зразок ТМ «Rich» (4,95 балів). У зразка ТМ «Садочок» спостерігалися незначне потемніння кольору, недостатньо виражені смак та аромат (4,35 бали). У зразка ТМ «Eos Bio» була дещо водяниста консистенція, смак та аромат недостатньо виражені (4,63 бали).

Результати дослідження фізико-хімічних показників якості представлені в таблиці 2.7.

Одним з найвагоміших показників якості томатних соків є вміст розчинних сухих речовин. Він залежить від таких факторів, як: вид вихідної сировини, ступінь стиглості, умови вирощування, технологія виробництва тощо. В результаті проведеного дослідження, було встановлено, що вміст розчинних сухих речовин у всіх зразках відповідає вимогам ДСТУ 7159:2010 [3].

Щодо масової частки титрованих кислот, то даний показник у всіх представлених зразках також відповідає нормам [3].

Таблиця 2.7

**Фізико-хімічні показники томатних соків**

Назва показника	Виробник					
	Вимоги ДСТУ 7159: 2010	ТМ «Sandora»	ТМ «Садочок»	ТМ «Rich»	ТМ «Galicia»	ТМ «Eos Bio»
Масова частка розчинних сухих речовин, %, не менше	5,0	6,5	5,4	6,5	5,9	5,0
Масова частка титрованих кислот, %, не менше	0,2	0,54	0,38	0,56	0,46	0,38
Масова частка м'якоті, %, не більше	25	19,04	18,74	17,75	30,80	21,23
Повнота наливу, л	—	0,498	0,950	1	0,3	0,7

Аналізуючи отримані дані фізико-хімічних досліджень, можна зробити такі висновки, що за показником масова частка розчинних сухих речовин усі досліджувані зразки відповідають вимогам стандарту, так найбільша їх частка у зразка ТМ «Sandora» та ТМ «Rich» - 6,5%, а найменша у зразка ТМ «Eos Bio» - 5,0 відповідно. Масова частка титрованих кислот у всіх досліджуваних зразках

знаходиться у нормі, так найбільша їх частка у зразку ТМ «Rich» - 0,56%, а найменша у зразках ТМ «Eos Bio» та ТМ «Садочок» по 0,38%. Масова частка м'якоті відповідно до вимог стандарту не повинна перевищувати 25%. Даний показник знаходиться у нормі у всіх досліджуваних зразках, окрім зразка ТМ «Galicia», де його значення становить 30,80%. Найменша частка м'якоті у зразка ТМ «Rich» та становить – 17,75%. Дослідження повноти наливу, показало, що вона відповідає заявленій на пакуванні у всіх зразках.

Хоча, показник  $\beta$ -каротину не регламентується нормативними документами, його кількість у томатному сокові є досить важливою, адже може слугувати одним із критеріїв ідентифікації способу виготовлення томатного соку. Саме тому було проведено дослідження його вмісту в представлених зразках (рис. 2.6).

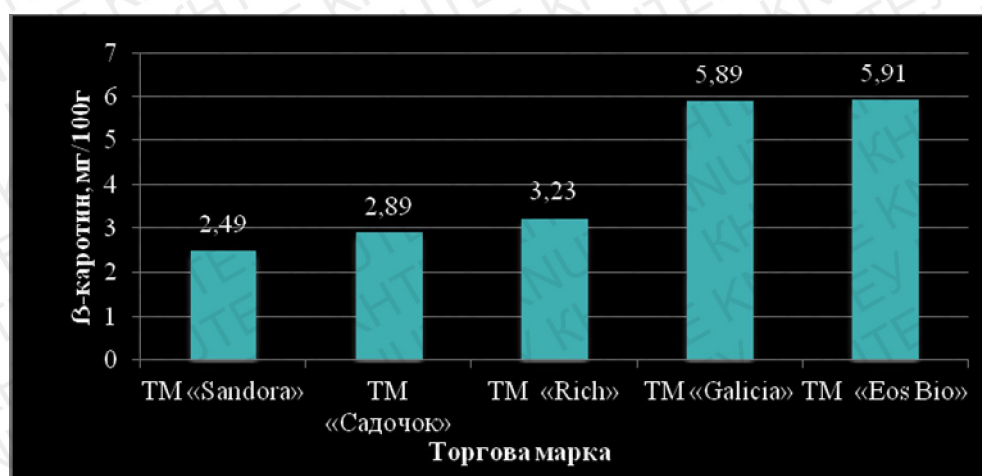


Рис. 2.6. Вміст  $\beta$ -каротину, мг/100г

Проведене дослідження на вміст  $\beta$ -каротину у зразках томатного соку показало, що найменше міститься у сокові ТМ «Sandora» – 2,49 мг/100г, це вказує на те, що даний сік є відновленим. За результатами дослідження встановлено, що соки ТМ «Садочок» та ТМ «Rich» також відносяться до відновлених соків, та містять  $\beta$ -каротину 2,89 та 3,23 мг/100г, відповідно. Зразки ТМ «Galicia» та ТМ «Eos Bio» містять  $\beta$ -каротину 5,89 та 5,91 мг/100г, відповідно, що є суттєво вищим аніж у інших представлених зразків, і

підтверджує, що дані зразки є соками прямого віджиму, адже вміст  $\beta$ -каротину у свіжому томаті який був вирощений в зимовий період за тепличних умов становив 5,06 мг/100г. Тому, можна зробити загальний висновок, що у порівнянні зі значенням  $\beta$ -каротину у свіжому томаті, зразки, показник  $\beta$ -каротину в яких менший 5мг/100г – виготовлені способом відновлення, ті у яких дане значення вище 5мг/100г – є соками прямого віджиму, що підтверджується інформацією, вказаною на маркуванні.

Під час оцінки маркування було проведено дослідження на повноту наливу обраних зразків. Дослідження показало, що повнота наливу відповідала заявленій на пакованні у всіх зразках.

Отже, проведена оцінка якості досліджуваних зразків томатного соку, що реалізується ТОВ «АВ Трейдинг» показала, що маркування усіх досліджених зразків відповідає встановленим вимогам. За результатами дослідження органолептичних показників якості найвищу оцінку за розробленою 5-бальною шкалою отримав зразок ТМ «Rich» (4,95 балів), а найнижчу – зразок ТМ «Садочок» (4,35 бали). Вміст розчинних сухих речовин у всіх зразках відповідає встановленим вимогам: найбільша частка у ТМ «Sandora» та ТМ «Rich» – 6,5%, найменша у зразка ТМ «Eos Bio» - 5,0%. Масова частка титрованих кислот у всіх зразках також відповідає нормам та варіює у межах 0,38 – 0,56 %.

Встановлено, що у зразках ТМ «Sandora», ТМ «Rich» та ТМ «Садочок», які виготовлені способом відновлення, вміст  $\beta$ -каротину коливається у межах 2,4-3,2 мг/100г, а у соках ТМ «Galicia» та ТМ «Eos Bio», які виготовлені способом прямого віджиму, даний показник суттєво вищий, та становить 5,89 та 5,91 мг/100г відповідно. Таким чином, підтверджено припущення про взаємозв'язок між способом виробництва та вмістом  $\beta$ -каротину у томатних соках, а отже можливість використання цього показника як одного із критеріїв ідентифікації.



## 2.4. Оцінка конкурентоспроможності томатних соків

Формування конкурентоспроможності – це встановлення, забезпечення і підтримання необхідного рівня конкурентоспроможності товарів на всіх рівнях його створення і просування до споживача. Так, для забезпечення необхідної якості товарів здійснюють вплив на виробничі, збутові, сервісні фактори. При оцінюванні конкурентоспроможності відхилення від товарів-конкурентів заохочують виробника здійснювати коригувальні дії, тобто впливати на фактори з метою покращення значення цих показників.

Оцінювання конкурентоспроможності томатних соків проводилось за наступними показниками: функціональні (вміст сухих речовин, титрована кислотність, масова частка м'якоті, вміст  $\beta$ -каротину та смак), естетичні (колір, аромат, консистенція, ергономічність тари та якість маркування) та економічні (середня вартість). Коефіцієнти вагомості для даних показників були визначені п'ятьма експертами. Отримані результати наведені у Додатку И.

Характеризуючи дані, які наведені у Додатку видно, що базовим зразком було обрано зразок №1 – ТМ «Sandora», оскільки за результатами опитування споживачів у 2017 році, даний сік був найбільш популярним серед них. Експертами були визначені коефіцієнти вагомості для зазначених показників, так загальне значення коефіцієнту вагомості для функціональних показників склав – 0,53, а для естетичних – 0,47, що свідчить про більшу вагомість функціональних властивостей томатного соку. Серед функціональних показників, на думку експертів, найбільше значення має – вміст сухих речовин (0,13), а серед естетичних – консистенція (0,11).

Для розрахунку рівня конкурентоспроможності на початковому етапі був визначений збірний параметричний індекс для функціональних показників (Рф). Отримані результати свідчать про те, що по відношенню до базового зразка ТМ «Sandora», найвище значення збірного параметричного індексу має зразок №3 ТМ «Galicia» - 0,6, а найнижче у зразка №2 ТМ «Садочок» – 0,39 відповідно (Рис.2.7).

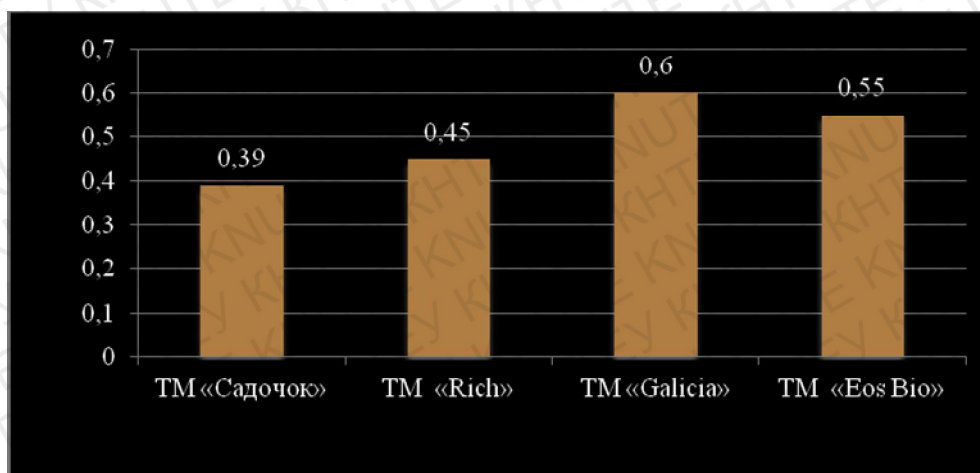


Рис. 2.7. Збірний параметричний індекс функціональних показників (Pф)

Наступним етапом визначення рівня конкурентоспроможності для досліджуваних зразків був розрахунок збірного параметричного індексу для естетичних показників (Pе). Базове значення даного показника становило – 0,51 для зразка №1 ТМ «Sandora», найвище значення було у зразка №3 ТМ «Galicia» - 0,52, а найнижче у зразка №2 ТМ «Садочок» - 0,46 відповідно (Рис.2.8).

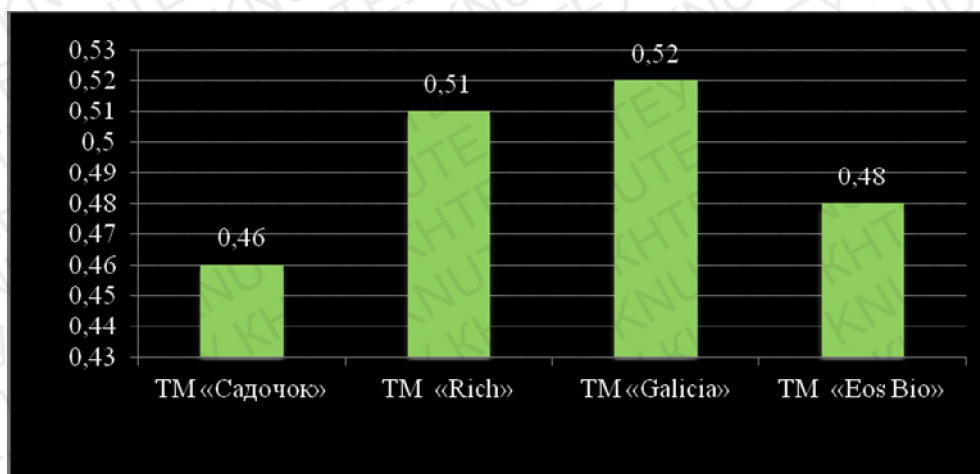


Рис. 2.8. Збірний параметричний індекс естетичних показників (Pе)

Виходячи з отриманих результатів, варто зазначити, що лише зразок №2 ТМ «Садочок» має нижчий показник параметричного індексу як за функціональними так і за естетичними показниками у порівнянні з базовим зразком ТМ «Sandora», у всіх інших досліджуваних зразках він вищий.

Важливу роль у визначенні інтегрального показника відносної конкурентоспроможності відіграють економічні показники. Загалом для споживача ціна на одиницю продукції має велике значення під час його придбання. Середня вартість за одну упаковку (1 л) досліджуваних зразків томатного соку станом на 20.08.18 наведена у Додатку. Вартість упаковки базового зразка ТМ «Sandora» становить 21,42 грн., в порівнянні з ним найбільш дешевим зразком є сік ТМ «Садочок» - 15,44 грн., а найбільш дорогим зразок №5 ТМ «Eos Bio» - 98,43 грн.

На основі всіх отриманих значень був розрахований інтегральний показник відносної конкурентоспроможності для досліджуваних зразків томатного соку (Рис.2.9).

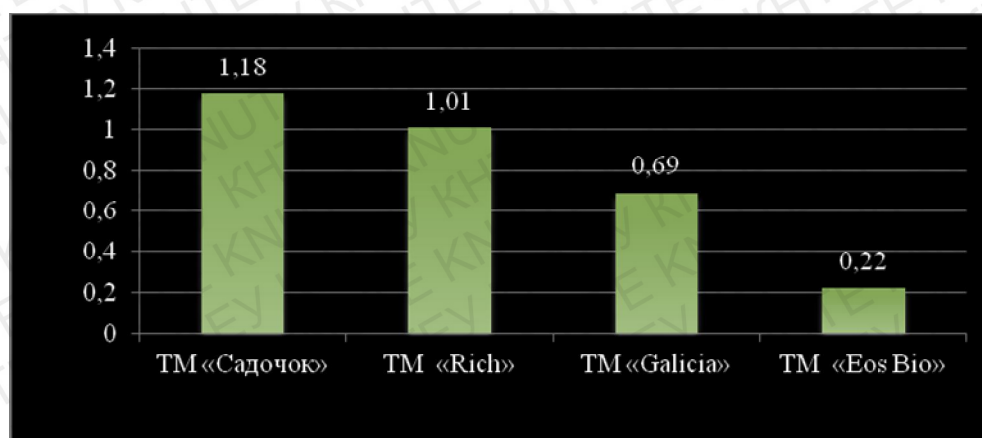


Рис. 2.9. Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності

Виходячи з даних наведених на рис.2.8 можна зробити висновок, що найбільш конкурентним зразком томатного соку по відношенню до базового зразка ТМ «Sandora» є зразок №2 ТМ «Садочок» у якого рівень конкурентоспроможності становить – 1,18, а найменш конкурентоспроможним є зразок №5 ТМ «Eos Bio» - 0,22 відповідно. Такі результати пояснюються тим, що зразок ТМ «Садочок» на 38,7% дешевший, аніж базовий зразок ТМ «Sandora», тому саме за економічним показником він є більш конкурентоспроможним, хоча за функціональними і естетичними показниками зразок ТМ «Садочок» поступається в своїх значеннях базовому зразку ТМ «Sandora». В свою чергу

зразок №5 ТМ «Eos Bio» дорожчий за базовий зразок ТМ «Sandora» майже у 5 разів, що робить його неконкурентоспроможним серед споживачів томатного соку. Загалом якщо враховувати економічні показники, а саме ціну на одиницю товару, то найбільш конкурентоспроможним товаром по відношенню до базового зразка є зразок №3 ТМ «Rich» в якого інтегральний показник відносної конкурентоспроможності становить – 1,01, адже даний зразок знаходиться в одному цінному сегменті зі зразком ТМ «Sandora», тому саме він є більш конкурентоспроможним по відношенню до базового зразку, для споживачів з однаковим рівнем доходу. У зразка №4 ТМ «Galicia» рівень інтегрального показника відносної конкурентоспроможності становить – 0,69 в порівнянні зі зразком №1, що також спричинено економічними показниками, адже ціна на даний сік у 1,5 рази вище ніж у зразка ТМ «Sandora», хоча за функціональними та естетичними показниками зразок ТМ «Galicia» має найвищі значення у порівнянні з базовим зразком.

Отже, за результатами дослідження інтегрального показника відносної конкурентоспроможності встановлено, що найбільш конкурентоспроможним товаром у порівнянні з базовим зразком томатного соку №1 ТМ «Sandora» є зразок №2 ТМ «Садочок», в якого даний показник становить 1,18 це спричинено тим, що сік ТМ «Садочок» значно дешевший за сік ТМ «Sandora», тому саме за рахунок економічних показників він і став найбільш конкурентоспроможним. Якщо враховувати ціновий сегмент, то найбільш конкурентоспроможним товаром по відношенню до базового є зразок №3 ТМ «Rich» - 1,01. Зразки ТМ «Galicia» та ТМ «Eos Bio» мають низький показник відносної конкурентоспроможності за рахунок високої ціни, хоча за функціональними показниками вони переважають базовий зразок ТМ «Sandora».

## **2.5. Шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності томатних соків**

Формулюючи основні концептуальні підходи до подальшого розвитку підприємств-виробників сокової продукції, їх специфіку, особливості розвитку,

структурування основних блоків, в межах яких повинні здійснюватись ті чи інші зміни, необхідно надати аналіз та обрати основні шляхи і напрями підвищення якості та конкурентоспроможності продукції [67].

Протягом останніх років питання підвищення якості та конкурентоспроможності продукції в Україні є одним з найбільш важливих. Від випуску високоякісних та конкурентоздатних томатних соків залежить ефективний та стабільний розвиток всієї сокової промисловості.

Питанням оптимізації складу томатних соків для покращення їх споживчих властивостей приділяється значна увага. У формуванні якості сучасних томатних соків велике значення має якість вихідної сировини та особливості процесу виробництва.

Забезпечення високого рівня якості відбувається шляхом впровадження комплексу технічних, організаційних, економічних та інформаційних заходів і представляє собою трудомісткий процес, що передбачає проектування, виготовлення та реалізацію продукції і має достатньо високий ступінь корисності. Перед підприємством, що прагне зберегти свої позиції на ринку, постає необхідність застосування нових форм і методів підвищення якості сокової продукції. Перш за все, це методи технічні, до яких відносяться: впровадження у виробничу діяльність підприємства нових видів техніки і технології; вдосконалення застосовуваних технічних умов підприємства; підвищення якості сировини, матеріалів, напівфабрикатів, використовуваних у виробництві томатних соків. Важливе значення мають організаційні методи підвищення якості. Це впровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління; вдосконалення системи контролю і самоконтролю на всіх стадіях виготовлення томатних соків; оновлення неконкурентоспроможної продукції або зняття її з виробництва; запозичення та використання передового вітчизняного і зарубіжного досвіду в галузі підвищення конкурентоспроможності томатних соків. Широко застосовуються соціально-економічні методи підвищення якості продукції, а саме: формування угодженої системи прогнозування та планування необхідного рівня якості виробів;

створення ефективної системи мотивації праці всіх категорій персоналу; поміркована кадрова політика з урахуванням складової активізації людського чинника; ефективна цінова політика, що передбачає в тому числі встановлення максимально прийнятних для продавців і споживачів цін [67].

З метою постійного моніторингу і покращення якості томатних соків підприємство має створити дієву систему управління якістю. Система управління якістю продукції представляє собою регламентований стандартами підприємства порядок регулювання виробничих процесів, направлений на забезпечення необхідного рівня якості продукції при її розробці, виготовленні та експлуатації. Вона є невід'ємною частиною системи управління виробництвом та передбачає дії, спрямовані на встановлення, забезпечення і підтримку необхідного рівня якості томатних соків в процесі її проектування, виробництва та експлуатації. Управління якістю продукції здійснюється на основі реалізації таких функцій: прогнозування технічного рівня продукції і розвитку підприємства; планування підвищення якості продукції і ефективності виробництва; нормування і організація розробки нової продукції на виробництві; забезпечення стабільності запланованого рівня якості продукції при її розробці, виготовленні, зберіганні, збуті та експлуатації; організація метрологічного забезпечення; контроль якості та випробування.

Система управління якістю продукції повинна відповідати певним вимогам. По-перше, вона повинна бути всеосяжною: управління якістю продукції і ефективним використанням ресурсів повинно здійснюватись на всіх етапах життєвого циклу продукції та на всіх рівнях управління підприємством. По-друге, система має бути комплексною, що передбачає одночасну реалізацію взаємопов'язаних технічних, організаційних, економічних, соціальних та ідеологічних заходів з обов'язковим забезпеченням охорони навколишнього середовища. Крім того, функціонування такої системи повинно регламентуватися комплексом стандартів підприємства, які дозволяють виділити і деталізувати основні системоутворювальні елементи: структури завдань,

показників та об'єктів управління; функціональну та організаційну структури; інформаційне та ресурсне забезпечення [68].

В сучасних економічних умовах система управління якістю як органічна частина підприємства повинна проектуватися, виходячи з призначення, цільової орієнтації та умов господарювання, а не формуватися лише еволюційним шляхом за допомогою окремих часткових нововведень. Працююча система управління якістю повинна стати реальним інструментом безперервного вдосконалення діяльності підприємства і джерелом економічних вигід.

Для покращення якості томатних соків велику увагу варто приділити саме сировині з якої вони виготовляються, адже в залежності від вихідної сировини формуються якісні показники томатного соку. Необхідно, в першу чергу, встановити технічні вимоги до томатів з яких будуть виготовляти сік. Також становити строгі вимоги до питної води, яку застосовують при виробництві відновлених соків.

Велике значення у формуванні якості томатного соку має спосіб та технологія його виробництва. Необхідно більш строго регулювати спосіб виробництва томатного соку задля більшого контролю виробників, які досить часто видають одну продукції під видом іншої. Маркерним показником для визначення способу виробництва варто зробити вміст  $\beta$ -каротину, адже у ході проведеного дослідження встановлено що соки прямого віджиму мають значно вищий вміст  $\beta$ -каротину аніж відновлені.

До основних критеріїв оцінки конкурентоспроможності томатних соків на зовнішньому ринку відносяться: наявність споживача даного виду продукції; кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію; обсяги реалізації підприємств-конкурентів у цілому; основні напрямки конкурентної боротьби на зовнішньому ринку; оцінка стратегічної діяльності конкурентів; розмаїття методів впливу (ціни, якість, імідж підприємства, товарний знак тощо); стабільність попиту на продукцію; наявність умов для формування зацікавленості суспільства та виробників до проблем навколишнього середовища та удосконалення заходів, спрямованих на його охорону через

впровадження міжнародних стандартів з управління навколишнім середовищем ISO 14000 [68].

На сучасному етапі розвитку підприємств України одним із основних стратегічних напрямів є якість продукції, а не обсяг випуску продукції чи надання послуг, що буде забезпечувати сталий розвиток. Важливою умовою для виходу на нові ринки є більш висока якість з урахуванням запитів споживачів, а не більш низькі ціни. Однак нині досягнення успіху можливе тільки завдяки запровадженню системи управління, спрямованої на постійне поліпшення показників роботи організації та урахування потреб зацікавлених сторін, особливо для харчової галузі України. Стратегічною передумовою для розвитку підприємства, зокрема і ТОВ «АВ Трейдинг» є прийняття й поступове впровадження передових концепцій системи управління якістю, що викладені в міжнародних стандартах серії ISO 9000/9001. Застосування стандартів – це перший крок до глобального управління підприємством і підвищення якості та конкурентоспроможності його товарів і послуг на ринках збуту [69].

Сучасна система управління якістю на підприємстві, незалежно від форми власності і масштабу виробничої діяльності, повинна оптимально поєднувати дії, методи і засоби, які забезпечують, з одного боку, виробництво продукції, що задовольняє поточні запити і потреби ринку, а з іншого – розробку нової продукції, здатної задовольняти майбутні потреби і майбутні запити ринку (при цьому необхідно прямо орієнтуватися на характер потреб, їх структуру і динаміку, місткість і кон'юнктуру ринку) [69].

Головна ціль впровадження стандартів серії ISO 9000 установка систем якості, побудованих на основі цих стандартів – забезпечення якості продукції, яку вимагає замовник і надання йому доказів спроможності підприємства досягти цього. Механізм системи якості, методи і засоби орієнтовані на цю ціль. У більшості випадків створення систем управління якістю та її сертифікація носять добровільний характер. Основні цілі та переваги від впровадження сучасних систем управління якістю відображені на рис. 2.10.





Рис.2.10 Сутність системи управління якістю на підприємстві

Впровадження системи управління якістю на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» забезпечить зростання рівня конкурентоспроможності продукції за рахунок підвищення її якості. Система управління якістю забезпечує:

– по-перше, вдале впровадження стандартів управління якістю гарантує створення системи, що забезпечує поступове зростання показників бізнесу. За рахунок реінжинірингу потребуючих цього процесів, можливості їх швидкого і кардинального покращення зростання може бути в деяких випадках навіть різким;

– по-друге, завдяки стандартизації процедур відбуваються чіткий поділ і підвищення відповідальності учасників сертифікованих процесів. Система менеджменту якості орієнтована, з одного боку, на виявлення ініціативних працівників, їх ефективну ротацию, з іншого, дозволяє виключати дублювання функцій. У результаті підвищується загальна керованість організацією;

– по-третє, за статистикою, при впровадженні систем управління якістю відбувається зниження частки браку на 25%. Вимогою стандарту є здійснення поетапного контролю якості продукції на усіх стадіях життєвого циклу;

– по-четверте, використання маркетингу не як збуту продукції, а як способу дізнатися, якою має бути продукція, щоб її купили.

Щодо аналізу підвищення рівня якості та конкурентоспроможності томатних соків на рівні підприємства, то ефективними шляхами цілеспрямованого їх покращення на світовому та національному ринках є поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості. Стандарти та технічні умови відображають сучасні вимоги споживачів щодо технічного рівня та інших якісних характеристик виробів, тенденції розвитку науки та техніки [70].

Забезпечення конкурентоспроможності томатних соків на ТОВ «АВ Трейдинг» залежить також від маркетингових підходів, зокрема особливу роль відіграє реклама. Формування комплексу рекламних підходів, щодо підвищення конкурентоспроможності томатних соків повинна базуватися на основі детального аналізу продукції, яка погано продається, або мало відома для

споживача. Найбільший обсяг такої продукції складають томатні соки високого цінового сегменту, адже для споживача важливу роль відіграють економічні показники при виборі тої, чи іншої продукції. При цьому більшість споживачів не знають про те, що більш дорогі соки є продукцією прямого віджиму, а отже їх якість вища ніж у відновлених, тому для підвищення конкурентоспроможності томатних соків дорогого сегменту необхідно створити рекламну компанію в якій буде зазначено про основні переваги соків прямого віджиму, про їх користь та споживчі властивості. Наприклад, можна розмістити на упаковці логотип на якому буде зазначено кількість томатів, які використовувались для виробництва упаковки даного соку, тобто споживач зможе наглядно оцінити корисність цієї продукції. Найбільш важливим є донесення до споживача інформації, що якість томатного соку дорівнює його ціні.

Для підвищення конкурентоспроможності соків підприємству ТОВ «АВ Трейдинг» необхідно також проводити періодичні дегустації продукції для того, щоб споживач міг сам протестувати ту продукцію, яку йому пропонують. Зокрема такі заходи необхідно проводити для представників юридичних осіб, які планують закупляти продукцію ц підприємства.

Отже, підвищення якості та конкурентоспроможності томатних соків залежить від законодавчого регулювання процесу виробництва та вимог до вихідної сировини. Важливу роль відіграє також розвиток системи управління якістю на виробництві та у виробничому процесі та впровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління на підприємствах. Для забезпечення конкурентоспроможності товарів на ТОВ «АВ Трейдинг» необхідно ввести систему управління якістю на підприємстві, яка буде спрямована на підвищення якості продукції та виробничого процесу в цілому. Також важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності відіграють рекламні заходи, які необхідно спрямовувати на зацікавленість споживачів у придбанні дорогої продукції, в якій якість дорівнює ціні. Для потенційних клієнтів, також важливо проводити періодичну дегустацію томатних соків, для того, щоб вони наглядно могли оцінити переваги продукції ТОВ «АВ Трейдинг».

## РОЗДІЛ 3

### УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ ТОМАТНИХ СОКІВ НА МАТЕРІАЛАХ ТОВ «АВ ТРЕЙДИНГ»

#### 3.1 Оцінка ефективності операцій з імпорту томатних соків на ТОВ «АВ Трейдинг»

ТОВ «АВ Трейдинг» – українське підприємство, що займається торгівлею соків, безалкогольних напоїв та мінеральних вод на ринку України. В структурі господарської діяльності найбільша частка припадає на реалізацію соків та нектарів, серед яких левову частку займають томатні соки.

Для формування комплексу заходів щодо підвищення ефективності управління імпортом на ТОВ «АВ Трейдинг» необхідно було провести детальний аналіз фінансової діяльності підприємства, як на зовнішньому ринку так і в цілому.

Виробнича діяльність підприємства:

- соки та нектари;
- сокові напої;
- солодкі безалкогольні напої;
- мінеральні води.

Основним напрямом діяльності підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» є оптова торгівля вищезазначеною продукцією, зокрема підприємство є офіційним партнером ТОВ «Сандора» та ПАТ «Одеський консервний завод дитячого харчування», що робить його досить конкурентним на ринку.

Основними країнами контрагентами підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» на сьогоднішній день є: Німеччина (17,8%), Польща (13,6%), Португалія (11,5%), Білорусь (9,9%), Іспанія (9,7%) та Туреччина (9,1%). Питома частка імпорту продукції ТОВ «АВ Трейдинг» з даних країн зображена на (рис.3.1).

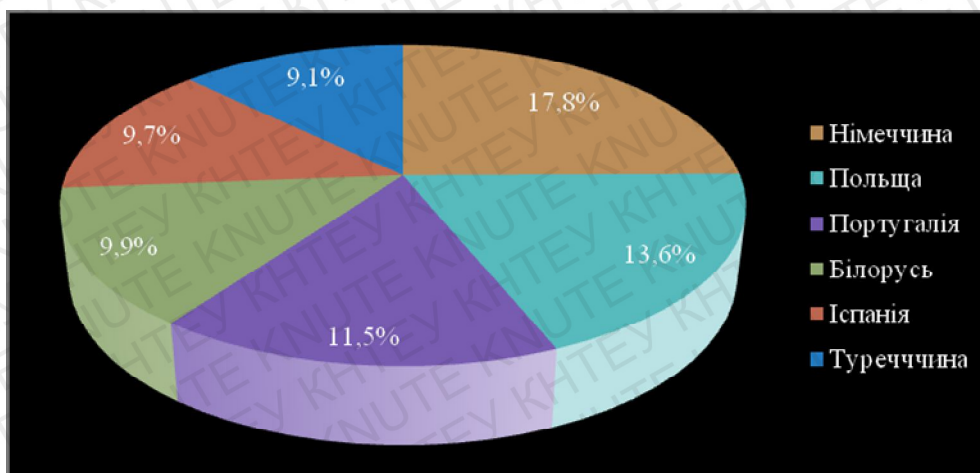


Рис. 3.1 Питома частка імпорту продукції з основних країн-контрагентів на ТОВ «АВ Трейдинг», %

Для формування комплексу заходів щодо підвищення ефективності управління імпортом на ТОВ «АВ Трейдинг», необхідно детально проаналізувати фінансовий стан підприємства, а також дослідити процедуру управління імпортом станом на поточний період.

Фінансовий стан підприємства характеризує забезпеченість власними оборотними коштами, оптимальне співвідношення запасів товарно-матеріальних цінностей з потребами виробництва, своєчасне проведення розрахункових операцій, платоспроможність [71].

Як у міжнародній, так і у вітчизняній практиці для аналізу фінансового стану застосовується система абсолютних і відносних показників (абсолютне і відносне відхилення), а також пов'язаних з ними низки фінансових коефіцієнтів, які відображають цілі та інтереси різних користувачів: управлінський персонал підприємства (внутрішній аналіз) та інтереси зовнішніх користувачів – органи ДФС, банки, інвестори, постачальники, аудитори тощо (зовнішній аналіз) [72].

Було проведено аналіз загального обсягу активів ТОВ «АВ Трейдинг» за 5 років – з 2013 по 2017рр., дані якого наведено у Додатку К.

Загальний обсяг активів з 2012 р. по 2017 р. збільшився на 5 714,5 тис. грн. Також спостерігається зростання обсягу необоротних активів, який склав 5 217,6 тис. грн., так як за визначений період відбулося стабільне підвищення основних

засобів. Обсяг оборотних активів також збільшився за 2013-2017рр., склав 496,9 тис. грн., або 27,8%.

Аналізуючи структуру активів підприємства (рис. 3.2) варто відмітити, що оборотні та необоротні активи протягом минулих періодів мали майже стабільну тенденцію без суттєвих змін.

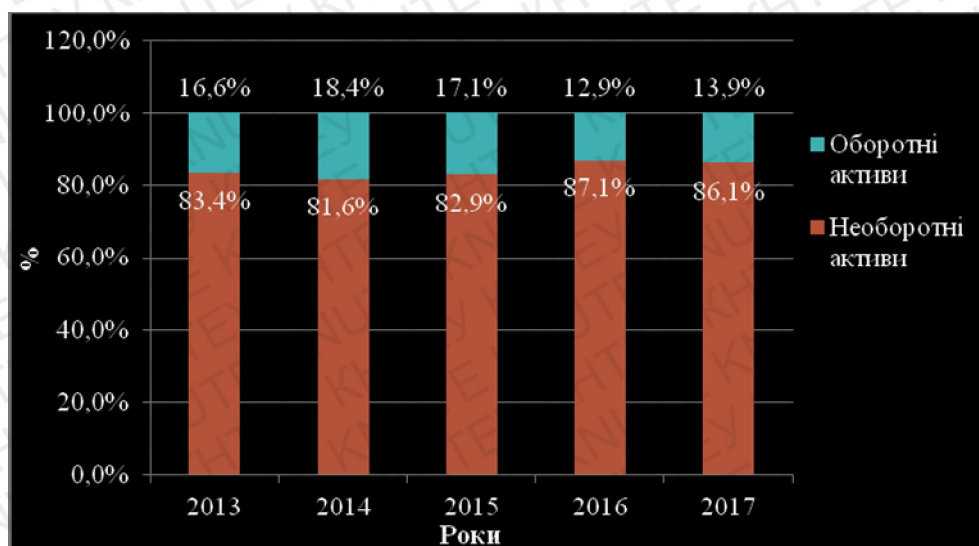


Рис. 3.2. Структура активів ТОВ «АВ Трейдинг» за 2013-2017 рр., %

Якщо детально проаналізувати необоротні активи, то на рис. 3.1 видно, що у 2017 р. у порівнянні з 2013 р. необоротні активи мають тенденцію до збільшення, але у порівнянні з 2016 р. необоротні активи демонструють тенденцію до зниження, так як видно, що у 2016 р. показник складав 87,1%, а вже на кінець 2017 р. склав 86,1%. Стосовно оборотних активів, слід відмітити, що у 2016р. коефіцієнт мав найнижчий показник і становив 12,9%. На рис. 2.1 можна простежити значний спад починаючи з 2014 р., але вже у 2017 р. коефіцієнт оборотних активів почав вирівнюватись відносно до минулих показників і склав 13,9%.

Аналіз капіталу ТОВ «АВ Трейдинг» наведено у Додатку Л, характеризуючи дані наведені у ньому, можна зробити висновок, що загальний обсяг капіталу за період з 2013 по 2017 рік збільшився на 5714,50 тис. грн., тобто приріст склав 52,44%. В ході аналізу було виявлено, що власний капітал

підприємства за досліджуваний період збільшився на 59,7%, а позичковий на 9,6% відповідно. Співвідношення власного і позикового капіталу за період з 2013-2017 рр, зображено на (рис.3.3).

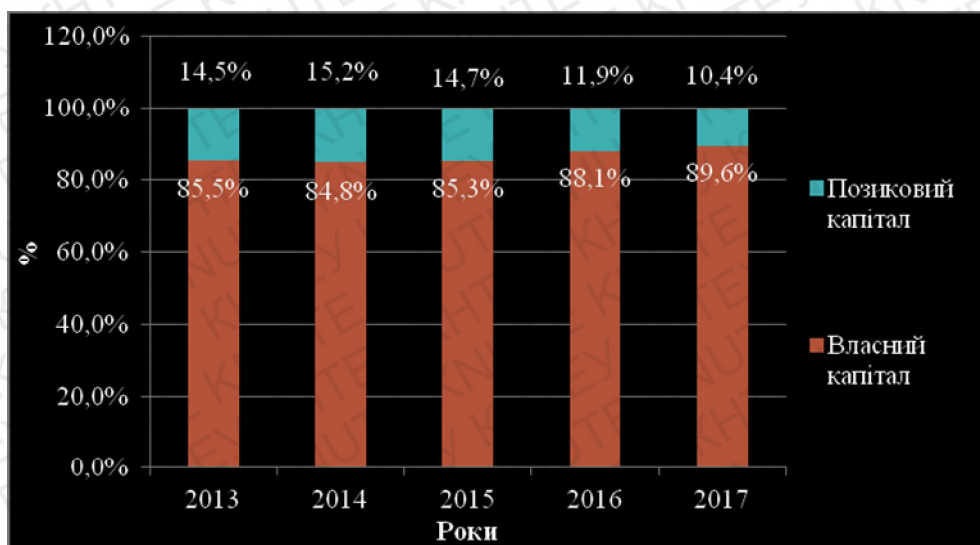


Рис.3.3. Структура пасивів ТОВ «АВ Трейдинг» за 2013-2017 рр., %

З наведених даних видно, що найбільший обсяг позикового капіталу на підприємстві було у кризовому 2014 і він складав 15,2%, починаючи з 2015 року обсяг позикового капіталу постійно зменшувався і в 2017 році, він був на 4,1% нижчий, аніж у до кризовий період час, що свідчить про правильний рух досліджуваної компанії. Тобто можна зробити загальний висновок, що власний капітал підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» за досліджуваний період збільшився, а позиковий навпаки зменшився.

Проведений аналіз основних основних фінансово-економічних результатів діяльності ТОВ «АВ Трейдинг», їх рівень та динаміка було розраховано на основі фінансової звітності компанії, дані якої наведено у додатку М.

Виходячи з даних наведених у додатку М можна зробити висновок, що підприємство мало найбільший обсяг чистого доходу від реалізації продукції у до кризовому 2013 році – 211520,6 тис.грн, а найменший у 2015 році – 179070,0 тис. грн, таке різке падіння в першу чергу спричинено девальвацією національної валюти та інфляцією. Однак тенденція, щодо чистого доходу з 2016

року знову почала зростати, так у 2017 році цей показник уже становив 192620, 0 тис. грн, що лише на 8,9% менше аніж у 2013 році. Щодо чистого прибутку, то найменший обсяг був у 2015 році і становив 6113,2 тис. грн, проте з 2016 року цей показник почав зростати і вже за підсумками 2017 року майже дістався до показника 2013 року, різниця становила лише 464,3 тис. грн або на 6,3% менше.

Не менш важливим є аналіз валового доходу підприємства, адже він показує скільки суб'єкт господарської діяльності заробив безпосередньо на реалізації власної продукції. Валовий дохід підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» розрахований у додатку Н.

З даних наведених у додатку Н, видно, що валовий дохід підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» за досліджуваний період загалом залишався на одному рівні, найменший показник був у 2014 році, коли почалася фінансова криза в країні, в той же час у 2015 році, коли був великий рівень інфляції та девальвації національної валюти рівень валового доходу був найбільшим, причиною цього стала зміни функціонуванні компанії і перехід на більш дешеву продукцію, а також скорочення супутніх витрат, адже валовий прибуток за цей рік був найнижчим у досліджуваному періоді – 100540 тис. грн. Так починаючи вже з 2016 року почалося зростання валового прибутку і у 2017 році валовий прибуток майже досягнув показник 2014 року.

Фінансовий стан підприємства з позиції короткострокової перспективи оцінюється показниками ліквідності й платоспроможності, які розраховуються на основі динаміки активів та пасивів [73].

Для підприємства недостатня ліквідність може означати зменшення прибутковості, втрату контролю та часткову або повну втрату вкладень капіталу [74]. Тому доцільним є наведення динамік показників ліквідності ТОВ «АВ Трейдинг» у додатку П.

Характеристика діяльності та фінансово-економічного добробуту підприємства виражається саме при аналізі фінансової стійкості. Вона характеризує результат розвитку фінансового, інвестиційного та поточного.



Показує, наскільки підприємство здатне відповідати за своїми зобов'язаннями та збільшувати економічний потенціал [75].

Показник поточної ліквідності – показує співвідношення оборотних активів і поточних зобов'язань. Оборотні активи – це середньо- і високоліквідна частина активів підприємства. Особливість оборотних активів порівняно з необоротними полягає в тому, що вони можуть бути перетворені в грошові кошти протягом одного року (якщо період одного виробничого циклу вищий одного року, то протягом одного виробничого циклу). Показник поточної ліквідності – це індикатор здатності компанії відповідати за поточними зобов'язаннями за допомогою оборотних активів. Показник демонструє, скільки в компанії є гривень оборотних коштів на кожну гривню поточних зобов'язань.

Нормативним є значення в рамках 1-3, однак більш бажаним є значення цього показника 2-3. Показник нижче нормативного свідчить про проблемний стан платоспроможності, адже оборотних активів недостатньо для того, щоб відповісти за поточними зобов'язаннями. Це веде до зниження довіри до компанії з боку кредиторів, постачальників, інвесторів і партнерів. Крім цього, проблеми з платоспроможністю ведуть до збільшення вартості позикових коштів і, як результат, до прямих фінансових втрат [76]. Виходячи з даних наведених у додатку I, можна зробити висновок, що у підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» даний показник знаходиться у нормі, однак у 2016 році, значення знаходиться майже на нормативній межі і становить – 1,08, але уже в 2017 році значення коефіцієнту поточної ліквідності зросло до 1,36, що свідчить про позитивну динаміку. В той же час порівнюючи значення даного показника у 2013 та у 2017 році, чітко видно, що в останній рік приріст в порівнянні з 2013 становить 0,19 це свідчить про те, що підприємство рухається у правильному напрямку після кризового періоду.

Коефіцієнт швидкої ліквідності – індикатор короткострокової ліквідності компанії, який вимірює здатність компанії вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання з допомогою високоліквідних активів. До високоліквідних активів можна віднести грошові кошти та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції,

дебіторську заборгованість і т.д. Цей показник схожий на показник поточної ліквідності, адже показує рівень платоспроможності компанії. Проте показник швидкої ліквідності є більш консервативним і точним, адже дозволяє виключити менш ліквідні оборотні активи [77].

Норматив показника знаходиться в межах 0,5-1 і вище. Таке значення вказує на те, що в компанії досить ліквідних оборотних коштів для своєчасного розрахунку за зобов'язаннями. У досліджуваного підприємства значення даного коефіцієнта знаходиться у нормі, протягом усього періоду з 2013 по 2017 рік. Також спостерігається постійна динаміка його покращення, тільки у 2016 році значення становило 0,72, що на 0,05 менше ніж у попередньому році, однак вже у 2017 році значення коефіцієнту швидкої ліквідності збільшилось на 0,21 в порівнянні з 2016.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності – співвідношення найбільш ліквідної частини активів і поточних зобов'язань. До найбільш ліквідної частини активів належать грошові кошти та їх еквіваленти. Показник демонструє частку поточних зобов'язань компанії, яка може бути погашена негайно. Нормативним вважається значення від 0,1 до 0,2. Більш низький показник вказує на те, що компанія не зможе вчасно погасити борги у випадку, якщо термін платежів настане незабаром. Значення вище нормативного також може вказувати на проблеми в компанії і свідчити про неефективну стратегію управління фінансовими ресурсами. Грошові кошти, на відміну від інших активів, не беруть участі у виробничо-збутовому процесі, вони не генерують дохід компанії. Тому занадто високий показник абсолютної ліквідності говорить про те, що значна частина капіталу відволікається на формування непродуктивних активів [78]. Даний показник у підприємства знаходиться на оптимальному рівні під час усього дослідного періоду, що свідчить про ефективність використання ресурсів на даному підприємстві, однак у 2017 році значення коефіцієнту абсолютної ліквідності зупинило на граничній межі – 0,2, тому у майбутньому підприємство може опинитися в числі тих, хто неправильно формує свої активи.

Фінансова стабільність підприємства є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства. Вона пов'язана зі ступенем залежності від кредиторів і інвесторів та характеризується співвідношенням власних і залучених коштів. Цей показник дає загальну оцінку фінансової стабільності досліджуваних підприємств, тому для її оцінки розроблена система показників, що характеризують фінансову стабільність підприємства [79]. Показники фінансової стабільності ТОВ «АВ Трейдинг» наведено у додатку Р.

Характеристика діяльності та фінансово-економічного добробуту підприємства виражається саме при аналізі фінансової стійкості. Вона характеризує результат розвитку фінансового, інвестиційного та поточного. Показує, наскільки підприємство здатне відповідати за своїми зобов'язаннями та збільшувати економічний потенціал [80]. Тож, звертаючи свою увагу на коефіцієнт фінансової автономії можна виявити що 2017 р. відносно до 2013 року відображає абсолютне відхилення у розмірі 0,04, або 4,7%. В той самий час коефіцієнт залучених коштів станом на 2017 р. у порівнянні з 2017 роком склав різницю у -0,05, або -33,3%. Це означає, що підприємство підвищило у 2017 році використання власних коштів у порівнянні з 2013 роком і в той же час зменшило використання залученого капіталу. Збільшення обсягу використання власного капіталу свідчить про те, що підприємство може залишатися стабільним в середньо- і довгостроковій перспективі, однак нормативне значення цього показника повинно знаходитися на рівні 0,4-0,6, тому можна зробити висновок, що у підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» цей показник перевищує нормативне значення, а це означає, що воно не повністю використовує свій економічний потенціал. Головною причиною накопичення власного капіталу на ТОВ «АВ Трейдинг» є нестабільна економічна ситуація в країні, через яку підприємство намагається себе захистити від можливих ризиків пов'язаних із настанням фінансової нестабільності та можливого банкрутства.

Зменшення коефіцієнту концентрації залученого капіталу є також наслідком фінансово-економічної нестабільності в економіці України, так як вона стала менш привабливою для інвестицій. На підприємстві ТОВ «АВ

Трейдинг» даний коефіцієнт зменшувався на протязі усього досліджуваного періоду і у 2017 році становив 0,10, в той же час нормативним значенням для коефіцієнту концентрації залученого капіталу є 0,4-0,6, тобто підприємство має досить низький рівень залучення позикового капіталу. Однак, варто зазначити, що збільшення обсягу позикового капіталу необхідне для збільшення економічного росту компанії, але в той же час тягне за собою великі ризики, тому в умовах нинішньої ситуації в країні підприємство ТОВ «АВ Трейдинг» страхує себе від можливих ризиків. Загалом, якщо значення показника знаходиться нижче нормативного значення, то необхідно шукати шляхи залучення додаткових позикових коштів, але це необхідно робити тільки в разі очікуваного підвищення рентабельності інвестицій (або власного капіталу). Якщо кожна залучена гривня коштів дозволить генерувати фінансовий результат вище вартості використання позикових коштів, то така дія є доцільною у іншому випадку не варто ризикувати [81].

Показник фінансової залежності є індикатором фінансової стійкості, який також вказує на здатність компанії проводити прогнозовану діяльність в довгостроковій перспективі. Показник є оберненим до показника фінансової автономії. Він розраховується як співвідношення пасивів до власного капіталу. Значення показника говорить про те, скільки фінансових ресурсів використовує компанія на кожну гривню власного капіталу [82]. Нормативне значення показника знаходиться в межах 1,67-2,5. На досліджуваному підприємстві значення цього показника за період з 2013 по 2017 рік зменшилось з 1,17 до 1,12, що свідчить про зменшення обсягів залученого капіталу. Для підвищення значення необхідно залучати додаткові позикові кошти кредитних організацій, банків, інших підприємств і т.д. Це дозволить активізувати виробничу і збутову діяльність, що призведе до збільшення фінансового результату роботи компанії або дозволить досягти інших цілей, однак потрібно оцінювати можливі ризики з огляду на економічну ситуацію в країні де функціонує підприємство, тому зменшення показника фінансової залежності на ТОВ «АВ Трейдинг» є більш ніж очевидним в умовах нинішньої економічної ситуації в країні.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу характеризує частку джерел власних коштів підприємства, що знаходяться в мобільній формі. Коефіцієнт маневреності показує, яка частина власного оборотного капіталу зайнята в обороті, а яка капіталізована [83]. Нормативним вважається значення 0,1 і вище. Позитивне значення свідчить про достатність власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів і частини оборотних. Від'ємне значення показника свідчить, що власний капітал і кошти, залучені на довгостроковій основі, спрямовані на фінансування необоротних засобів, тому для фінансування оборотних активів необхідно звертатися до позичкових джерел фінансування. Це веде до зниження фінансової стійкості. На підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» значення показника маневреності власного капіталу до кризовий період 2013 та 2014 роках знаходилось в нормі на складало 0,14 та 0,16 відповідно, однак в умовах кризи даний показник зменшився у 2015 та 2016 роках удвічі в порівнянні з 2014 роком і складав 0,08. Станом на кінець 2017 року коефіцієнт маневрування власного оборотного капіталу складав 0,09, що свідчить про позитивну динаміку, в порівнянні з попереднім роком та вказує на те, що підприємство працює над нормалізацією власних фінансових показників.

Стабільність фінансового стану ТОВ «АВ Трейдинг» в умовах ринкової економіки обумовлена значною мірою його діловою активністю, що залежить від широти ринків збуту продукції, ступеня виконання плану за основними показниками господарської діяльності, рівня ефективності використання ресурсів і стабільності економічного зростання [84]. Показники ділової активності наведені у додатку С.

Коефіцієнт оборотності запасів показує швидкість їх обороту для забезпечення поточного обсягу продажів [85]. Встановлено, що у 2017 р. поновлення запасів ТОВ «АВ Трейдинг», у порівнянні з 2016 р., збільшилось на 18,6%, що свідчить про позитивну динаміку оновлення товарів. За досліджуваний період з 2013 по 2017 рік даний показник знаходиться на оптимальному рівні.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показник ділової активності, який вказує на ефективність управління заборгованістю клієнтів і інших дебіторів. Значення коефіцієнта демонструє кількість оборотів дебіторської заборгованості, тобто скільки разів дебітори погасили свої зобов'язання перед компанією. Даний показник мав тенденцію до зниження за період з 2013 по 2016 рік майже у 1,5 рази, однак у 2017 році, в порівнянні з попереднім роком відбулося збільшення на 3%, що показує позитивну динаміку.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості – показник ділової активності, який вказує на кількість оборотів, які здійснила кредиторська заборгованість протягом року. Порівнюючи оборотність кредиторської та дебіторської заборгованості можна визначити якість політики комерційного (товарного) кредитування в компанії. Перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською означає, що компанія використовує кошти кредиторів в якості джерела фінансування своїх дебіторів, а інша частина грошей використовується фірмою для фінансування своїх інших операцій. Отримані значення оборотності кредиторської заборгованості нижче показників дебіторської заборгованості, отже ТОВ «АВ Трейдинг» не використовує кошти кредиторів як джерела фінансування своїх дебіторів [86]. Простежується позитивна зміна зменшення показника за період з 2013 по 2016 рік, однак у 2017 році даний коефіцієнт досягнув рівня 2013 року і склав 8,5%, що свідчить про

Величина періоду оборотності запасів показує, через скільки днів необхідно здійснювати поповнення запасів для збереження поточного рівня продажів. Так з 2013 по 2016 рік даний показник зростав, що свідчить про те, що у досліджуваного підприємства зменшився обсяг продажів, однак у 2017 році показник оборотності запасів знизився на 12,4% в порівнянні з 2013 роком та на 15,6% в порівнянні з 2016 роком, це означає, що підприємство збільшило обсяг продажів у поточному році [87].

Період погашення дебіторської заборгованості показує середній період, за який вона перетвориться в кошти [88] та дорівнює періоду очікування підприємством одержання коштів після реалізації продукції. В умовах

економічної кризи даний показник у підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» у 2015 та 2016 роках мав негативну тенденцію до збільшення, однак починаючи з 2017 року період погашення дебіторської заборгованості зменшився на 2,8% в порівнянні з 2016 роком, що свідчить про позитивну динаміку та поступовий вихід з кризи.

Період погашення кредиторської заборгованості свідчить про ефективність залучення кредиторської заборгованості [88]. Даний показник на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» мав найбільш негативне значення у 2015 році, однак в 2017 році майже повернувся до значення 2013 року, зокрема в порівнянні з 2016 роком зменшився на 23,3%.

Період операційного циклу – показник ділової активності, який показує час трансформації запасів компанії в гроші. Таким чином, операційний цикл компанії є часом між покупкою запасів і отриманням грошей за продані товари або надані послуги (гроші отримані як від продажів, так і від погашення дебіторської заборгованості) [89]. Встановлено, що на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» даний показник мав найгірше значення у 2015 році та становив 63,7 днів, однак у 2016 році прослідковується позитивна динаміка до зменшення, а у 2017 році, значення майже досягло рівня 2013 року і становило 49,2 днів.

Строк фінансового циклу показує тривалість обороту коштів, позитивною динамікою є скорочення показника. У підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» даний показник збільшився у 2017 році в порівнянні з 2016 роком майже удвічі, однак його значення знаходиться на оптимальному рівні, тому можна зробити висновок, що такі зміни відбулися унаслідок певних змін у діяльності підприємства.

Для оцінки ефективності здійснення імпорту томатного соку на досліджуваному підприємстві необхідно проаналізувати діяльність ТОВ «АВ Трейдинг» на зовнішніх ринках.

У відповідності до положень діючого статуту підприємство ТОВ «АВ Трейдинг» здійснює зовнішньоекономічну діяльність за напрямками та у вигляді:

- встановлення прямих виробничих та науково-технічних зв'язків з підприємствами та організаціями інших країн;
- проведення імпорتنих операцій закордонними фірмами та громадянами;
- отримання кредитів у іноземній валюті;
- безпосереднього укладання господарчих договорів та контрактів з зарубіжними партнерами;
- організації та участі в зарубіжних торгах, виставках-продажах, конкурсах, ярмарках, аукціонах;
- здійснення операцій по імпорту товарів та послуг, виконання заявок підприємств та організацій по закупці продукції, що їх цікавить;

Міжнародні розрахунки ТОВ «АВ Трейдинг» проводяться перш за все у зовнішній торгівлі за продані товари та некомерційні операції при кредитуванні й русі капіталів між країнами.

Серед міжнародних розрахунків досліджуваного підприємства переважають платежі з зовнішньої торгівлі, кредитів. Міжнародні розрахунки проводяться через банки за допомогою кореспондентських відносин, що обумовлюють ведення кредитними установами кореспондентських рахунків. Ці рахунки проводяться переважно у безготівковому порядку.

Компанія здійснює свою зовнішньоекономічну діяльність у відповідності з Інкотермс-2010. Сфера дії Інкотермс-2010 (Incoterms-2010) поширюється на права та обов'язки сторін за договором купівлі-продажу в частині поставки товарів (умови поставки товарів).

Всі договори купівлі-продажу ТОВ «АВ Трейдинг» супроводжуються страхуванням. У залежності від умов контракту цей обов'язок лежить або на продавцеві, або на покупцеві. Якщо ж формою угоди цей обов'язок не обговорений, тоді сторона, на якій лежить ризик випадкової загибелі товару в період транспортування, сама зацікавлена в його страхуванні.

Динаміка реалізації імпортової продукції на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» в цілому, та по відношенню до виручки від реалізації продукції наведена у Додатку Т.



Виходячи з даних щодо реалізації імпоротної продукції на ТОВ «АВ Трейдинг», можна зробити висновок, що обсяг виручки від реалізації імпоротної продукції за досліджуваний період знизився у 2017 році в порівнянні з 2013 роком на 14,4%. Однак, характеризуючи весь досліджуваний період з 2013 року по 2017 видно, що негативна динаміка до зменшення відбувалася у 2014 та 2015 роках, зокрема в останньому вона досягла найнижчого значення -23,7% в порівнянні попереднім роком. Починаючи з 2016 року обсяг реалізації імпоротної продукції на підприємстві почав зростати, зокрема у 2017 році в порівнянні з 2016 даний показник зріс на 16,3%. У грошовому вимірі за період з 2013 по 2017 роки, обсяг реалізації імпоротної продукції зменшився на 16640,0 тис. грн.

Частка імпоротної продукції в обсягу реалізації ТОВ «АВ Трейдинг» також зазнала змін, так у 2017 році в порівнянні з 2013 роком вона зменшилась на 3,3% і становила 51,4% відповідно. Найменша частка імпоротної продукції в загальному обсязі реалізації на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» була у 2015 році – 44%.

Співвідношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції та обсягу виручки від реалізації імпоротної продукції на ТОВ «АВ Трейдинг» наведена на (рис.3.4).

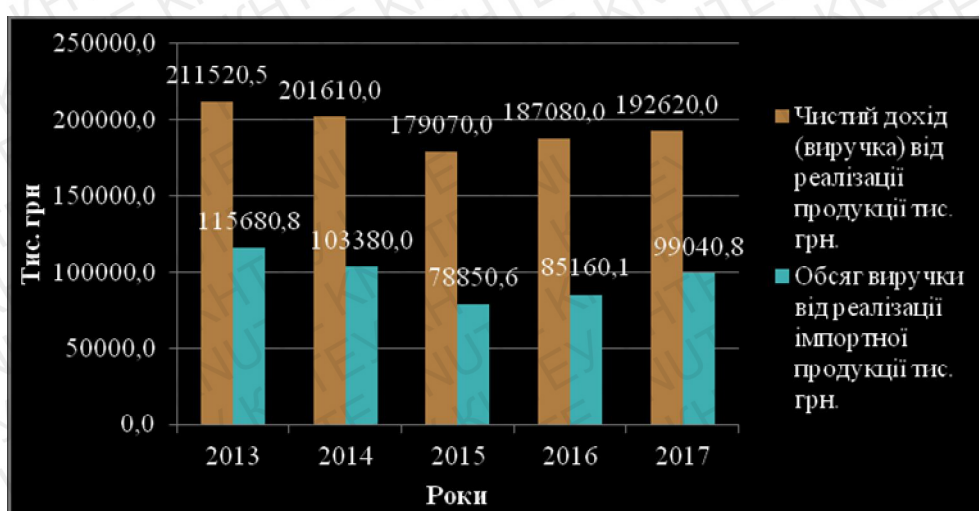


Рис. 3.4. Співвідношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції та обсягу виручки від реалізації імпоротної продукції на ТОВ «АВ Трейдинг», тис.грн.

Наступним кроком варто розглянути динаміку та структуру імпорту продукції на досліджуваному підприємстві, зокрема визначити обсяг імпорту томатного соку та порівняти його з обсягом іншої продукції, що імпортується підприємством. Динаміка та структура імпорту продукції на ТОВ «АВ Трейдинг» за період з 2013 по 2017 роки наведена в додатку У.

Обсяг імпорту соків та нектарів у грошовому вимірі на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» станом на 2017 рік складав 23,7 млн. грн., що на 4,3 млн. грн. або на 22,2% більше ніж за попередній рік. Найменший обсяг імпорту соків та нектарів був у 2014 році і складав 18,4 млн. грн. Варто відзначити, що у 2015 році лише обсяг імпорту соків у порівнянні з 2014 роком збільшився, обсяг інших товарів за цей рік зменшився у порівнянні з попереднім. Важливим є те, що починаючи з 2014 року соки та нектари вийшли на друге місце за обсягами імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» і поступаються лише солодким безалкогольним напоям. Найменший обсяг імпорту припадає на сокові напої, так у 2017 році їх обсяг складав 8,9 млн. грн, що на 23,9% менше аніж у 2013 році. Значне зменшення в обсязі імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг» відбулося для мінеральних вод, так у 2015 році в порівнянні з 2013 роком його значення зменшилось більш ніж у 2 рази, однак з 2016 року підприємство знову почало нарощувати обсяги імпорту даної продукції і вже у 2017 цей показник становив 17,9 млн. грн. для мінеральних вод.

Підприємство ТОВ «АВ Трейдинг» займається реалізацією імпортової продукції на території України, саме тому важливим є визначення ефективності імпорту на даному підприємстві. Вихідні дані для аналізу ефективності реалізації імпортової продукції підприємством ТОВ «АВ Трейдинг» наведені у додатку Ф.

З додатку Ф бачимо, що прибуток від здійснення імпортової діяльності складає у 2013р. – 16000,02 тис. грн., у 2014 р. – 15866,88 тис. грн., у 2015 р. – 8548,27 тис. грн., у 2016р. – 12647,6 тис. грн., у 2017р. – 15939,31 тис. грн.

Отже, обчислимо ефективність реалізації імпортової продукції підприємства ТОВ «АВ Трейдинг» у аналізованому періоді, результати якої занесемо у табл.3.1.

Таблиця 3.1

**Показники ефективності реалізації імпортової продукції  
ТОВ «АВ Трейдинг» за період 2013-2017 роки**

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг виручки від реалізації імпортової продукції, тис. грн.	115680,8	103380,0	78850,6	85160,1	99040,8
Загальна сума витрат, тис. грн.	95560,78	87219,23	70302,3	72512,5	83100,69
Ефективність імпорту	1,21	1,19	1,12	1,17	1,19

Отже, найбільшою ефективністю імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» була у докризовому 2013 році і складала 1,21, а найменша у 2015 – 1,12. Загалом характеризуючи ефективність імпорту продукції на досліджуваному підприємстві, можна стверджувати, що до 2015 року, даний показник зростав і підприємство нарощувало обсяги імпорту і подальшої реалізації продукції на внутрішньому ринку, однак складна економічна ситуація в країні завадила підприємству в наступному році. В той же час враховуючи значення ефективності у 2016 та 2017 роках, можна зробити висновок, що ТОВ «АВ Трейдинг» поступово виходить з кризи та повертається позиції, які займало в 2013 та 2014 роках, про що свідчать значення ефективності імпорту на рівні 1,17 та 1,19 пунктів. Динаміка ефективності імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» наведена на (Рис. 3.5).

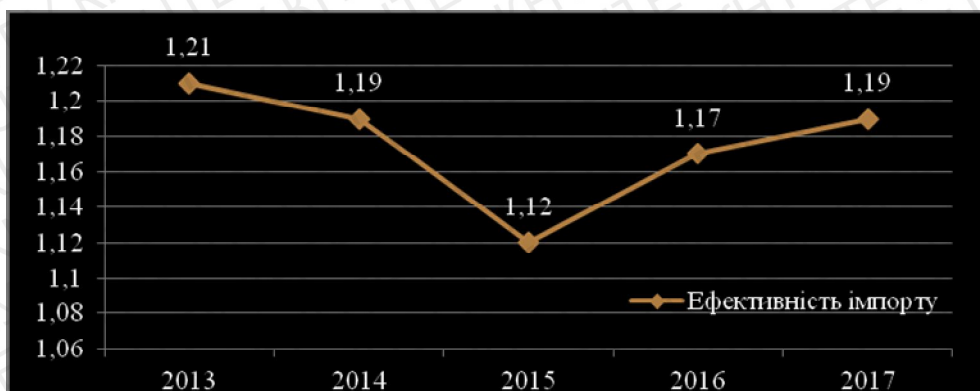


Рис. 3.5. Динаміка ефективності імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» за період 2013-2017 рр.

Кожен імпортний контракт у ТОВ «АВ Трейдинг» повинен бути ретельно проаналізований, аби уникнути непередбачуваних негативних наслідків для ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Методика аналізу контрактів може бути побудована на кожному підприємстві своя, але всі вони зводяться до визначення ефекту від імпорту товарів та ефективності такого імпорту.

Загалом на ефективність імпорту на підприємстві можуть впливати наступні фактори: митні платежі, схема митного оформлення, транспортування, нетарифні обмеження, маркетинг, безпека та ризики, тощо. Всі ці фактори та ризики можуть бути мінімізовані за допомогою логістики та системного підходу.

Ефективність імпорту з одного боку залежить від вигод, набутих від його здійснення (наприклад, виручки від реалізації продукції кінцевому споживачу), з іншого боку від витрат на проведення операції (наприклад, собівартості товару і витрат на його реалізацію). Витрати пов'язані з імпортом товарів виникають на кожному етапі починаючи від ідеї до її реалізації, від початку проведення маркетингових досліджень до моменту поставки товару замовнику. Операції з імпорту можна розглядати як сукупність логістичних систем, які знаходяться у постійній взаємодії та впливають одна на одну і на кінцевий результат [90].

Операції з імпорту властива етапність, її необхідно розглядати як сукупність підсистем та операцій, як систему, до якої необхідно застосовувати логістику: маркетингове дослідження ринку; вибір форм та методів роботи на

зовнішньому ринку; розробка організаційних та комерційних заходів; проведення ринкової кампанії; підготовка до укладання імпортного контракту; укладання імпортного контракту; організація контролю за виконанням імпортного контракту, тощо. Таке структурування та розподілення імпортних операцій на елементи дозволяє більш детально аналізувати окремі підсистеми та впливати на їх результативність [91].

Підвищення ефективності імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» потребує вирішення наступних питань на зовнішньому ринках:

- орієнтація з асортиментом продукції на відповідні ринки;
- нарощування обсягів доходів на ринках;
- підвищення конкурентоспроможності;
- нарощування темпів росту продуктивності праці працівників;
- зменшення собівартості продукції та витрат на її збут;
- ефективне використання фінансових ресурсів;
- одержання оптимального ефекту від використання прибутку господарської діяльності;
- заключення ефективних імпортних контрактів.

Отже, аналіз ефективності здійснення імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» показав, що компанія отримує значну частку прибутку з рахунок імпортової продукції, зокрема за період з 2013 по 2017 роки даний показник коливався від 44% у кризовому 2015 році до 54,7% в 2013 році, станом на кінець 2017 року частка імпорту продукції становила 51,4%, що є досить великим значенням. Проведене дослідження структури імпорту товарів на підприємстві показав, що ТОВ «АВ Трейдинг» імпортує таку продукцію як: соки, нектари, сокові напої, мінеральні води, солодкі безалкогольні напої, зокрема обсяг імпорту соків та нектарів станом на 2017 рік становив 23,7 млн. грн., що на 5,8 млн. грн. більше ніж у попередній рік. Загалом динаміка імпорту продукції на досліджуваному підприємстві за 2016 та 2017 роки є позитивною та має тенденцію до підвищення. Загальний аналіз ефективності здійснення імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг» вказує на те, що підприємство успішно

здійснює дану діяльність, зокрема після кризового 2015 року, коли ефективність здійснення імпорту знизилась до 1,12 пунктів, вже у наступному році даний показник почав зростати і станом на 2017 рік становив 1,19, що вказує на правильний курс у діяльності.

### **3.2. Напрями вдосконалення операцій з імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг»**

Організація механізму імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» значною мірою залежить від економічної та політичної ситуації не лише в країні, а й у світі. Удосконалення організації імпорту на підприємстві має проводитись з урахуванням відповідних законодавчих актів і змін, що до них вносяться внаслідок загального розвитку ЗЕД. Відповідно до змін в економічному та політичному житті мають корегуватися і стратегії підприємства, які повинні планувати імпорту діяльність строком на 3-5 років з урахуванням всіх видів діяльності підприємства.

Підвищення ефективності організації імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг» варто починати з удосконалення організації роботи самого відділу, який відповідає за здійснення зовнішньо-торговельних операцій на підприємстві. На досліджуваному підприємстві за імпорт відповідає відділ закупівлі та постачання.

Одним з найважливіших чинників, які впливають на ефективність організації імпорту підприємства, є специфіка ринків країн-контрагентів. Підприємство має постійно проводити дослідження своїх існуючих та потенційних іноземних ринків для пошуку найкращих та найстабільніших постачальників, укладення з ними довгострокових та вигідних контрактів.

Виходячи із статистичних даних, що стосуються країн-контрагентів, можна зробити висновок, що основними країнами-імпорту для досліджуваного підприємства є країни ЄС, це свідчить про те, що ТОВ «АВ Трейдинг» імпортує високоякісну продукції, яка відповідає вимогам міжнародних стандартів. Однак

враховуючи те, що Україна наразі переживає економічну кризу і купівельна спроможність споживачів знижується, а продукція яка імпортується є досить не дешевою, підприємству варто розглянути можливість пошуку нових постачальників з більш дешевою продукцією, що вплине на підвищення його прибутків за рахунок кількості покупців.

Варто наголосити на необхідності застосування засобів страхування валютних ризиків при здійсненні імпортової діяльності. Незважаючи на те, що заходи щодо зниження валютних ризиків підвищують ефективність зовнішньоекономічних угод, вони часто не виправдано ігноруються вітчизняними підприємствами [92]. Підприємство ТОВ «АВ Трейдинг» не є винятком, воно також мало застережене від валютних ризиків під час здійснення імпорту, однак за роки співпраці з іноземними партнерами підприємство отримало можливість, з огляду на економічну ситуацію в країні, фіксувати курс валюти закупівлі кожний квартал, що страхує компанію від втрат пов'язаних з коливанням гривні.

До вагомих чинників удосконалення проведення зовнішньоекономічних операцій належить також організація потрібних строків поставки. Важливість включення до контракту цих пунктів пояснюється тим, що в різних випадках затримка або попередня поставка може призвести до додаткових витрат.

Значну роль при підвищенні ефективності здійснення імпортової діяльності грає організація оптимального транспортного забезпечення, оскільки жодна експортно-імпортна операція не обходиться без використання транспортних засобів. Процесу переміщення товарів передують підготовка товару до перевезення, доставка до магістральних видів транспорту, навантажувальні роботи у пунктах відправлення тощо. На ефективність організації транспортного забезпечення при здійсненні імпорту впливають багато чинників. Особливу увагу варто зосередити на тих, які можуть заважати ефективній організації транспортування. Серед них найбільш характерні для діяльності вітчизняних підприємств наступні:

- неупорядкованість системи державного регулювання щодо контролю на кордоні та справляння зборів;
- висока вартість послуг митних брокерів, контрольних служб і транспортних терміналів;
- бюрократичні перепони при оформленні міжнародних перевезень;
- невисока швидкість доставки;
- нестача комплексного, зокрема інформаційного, обслуговування при здійсненні міжнародних перевезень;
- недостатність або відсутність комплексу нормативно-правових актів, що регулюють міжнародні перевезення та їх обслуговування.

Організуючи транспортування продукції, варто передбачати можливі негативні моменти та прораховувати наперед пов'язані з ними витрати, що допоможе підприємству застрахуватися від можливих збитків. Важливо зазначити, що вибір правильного транспортного забезпечення базується на основі даних про товар, який перевозиться, відстань перевезення, інформації щодо необхідності використання конкретного транспорту.

Підприємство ТОВ «АВ Трейдинг» страхується на випадок прострочення поставок, внаслідок яких з'являються додаткові витрати, зокрема дане підприємство заздалегідь закладає відсоток до ціни продукції для кінцевого споживача на випадок, якщо відбудуться якісь форс-мажори під час поставок. Розмір даного відсотка залежить від країни-постачання, сезонності та політико-економічної ситуації в нашій країні.

Ще однією з основних умов підвищення ефективності здійснення імпортової діяльності є постійний пошук шляхів мінімізації витрат на організацію та реалізацію зовнішньоекономічних операцій, оскільки значна частка витрат припадає саме на їх організацію. При укладенні контрактів підприємство має відстоювати свої інтереси з метою досягнення згоди з партнером щодо здійснення зовнішньоекономічних операцій на вигідних для себе умовах. Від встановлених умов залежить, які витрати понесе підприємство.



Отже, враховуючи всю специфіку діяльності підприємства ТОВ «АВ Трейдинг», було визначено основні чинники підвищення організації імпорту на досліджуваному підприємстві в найближчий період (рис. 3.6).

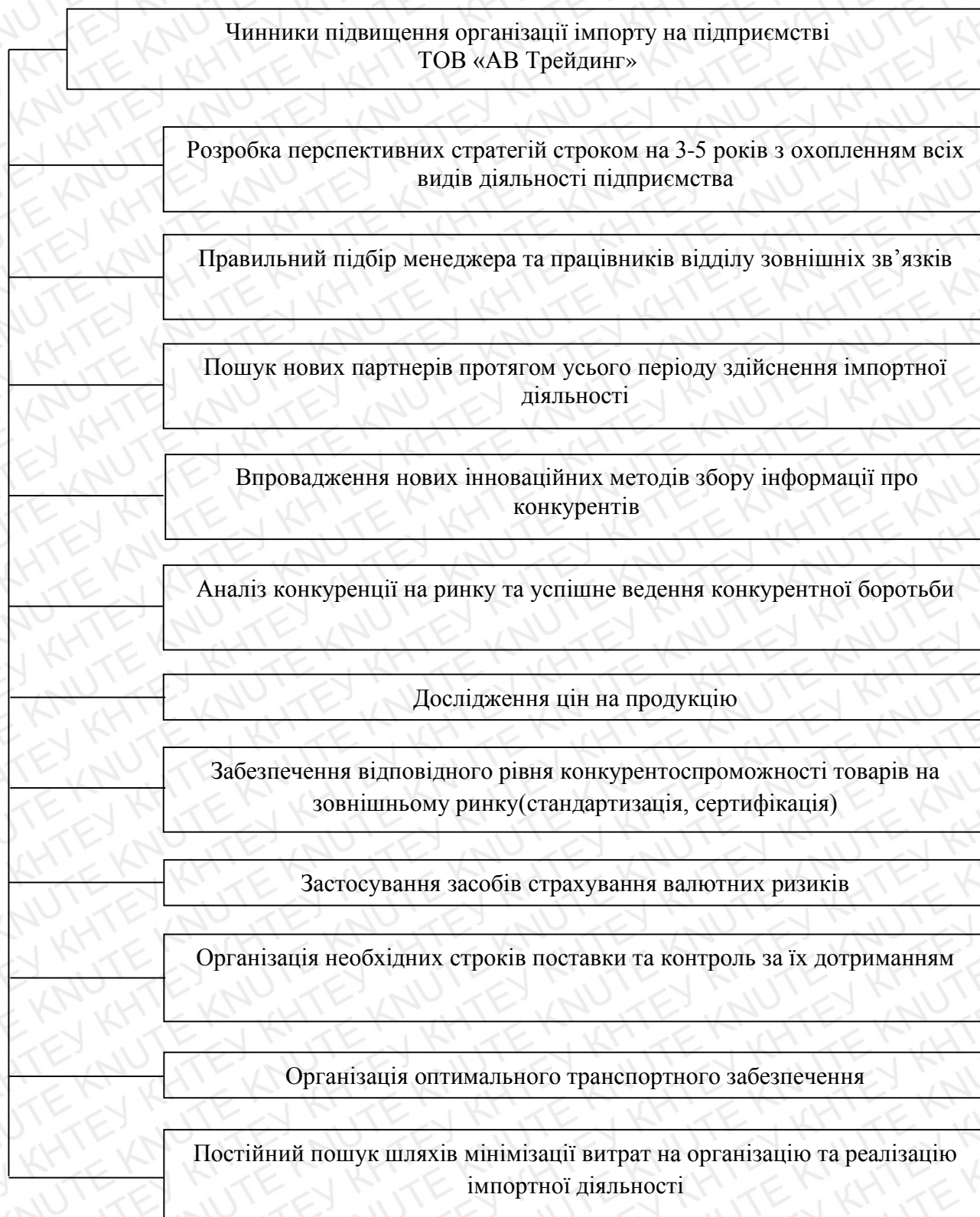


Рис. 3.6. Чинники підвищення організації імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг»

Отже, аналізуючи чинники наведені на (рис. 3.6), можна виділити декілька векторів, які будуть спрямовані на удосконалення процедури імпорту підприємства ТОВ «АВ Трейдинг». На сьогоднішній день підприємству необхідно створити спеціальний відділ, який буде займатися безпосередньо зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві, адже наразі цим займається відділ маркетингу. Створення такого відділу забезпечить більш ефективну діяльність на зовнішніх ринках, а також зменшить навантаження на відділ маркетингу, який зосередить свою роботу на внутрішній ринок. Також необхідно розробити стратегію щодо пошуку нових постачальників, адже компанія наразі здебільшого зорієнтована на дорогий сегмент томатних соків. Це дасть змогу охопити більшу кількість кінцевих споживачів на вітчизняному ринку. Не менш важливою є оптимізація витрат на транспортування, розвантаження та складування товарів, а також збільшення обсягів резервів продукції в умовах того, що досить часто можуть виникати проблеми з поставками і це допоможе забезпечити безперебійність функціонування підприємства.

Визначено дві основні цілі стратегії удосконалення організації імпорту соків на ТОВ «АВ Трейдинг»: розширення збуту та його диверсифікація. Перший фактор перспективного розвитку може бути відображений як результат дії співпраці із новими постачальниками та дистриб'юторами, а другий – збільшення частки соків та нектарів у загальному асортименті компанії, адже проведений аналіз ефективності діяльності компанії показав, що обсяг імпорту соків має тенденцію до підвищення, а отже на них існує попит серед кінцевих споживачів на внутрішньому ринку.

Загалом більшість запропонованих методів спрямовані на підвищення ефективності імпорту на підприємстві за рахунок змін в організації роботи компанії і їх реалізація здебільшого залежить від грамотної роботи менеджменту, однак більш точною буде методика спрямована на підвищення економічних показників під час здійснення імпорту продукції.

Проведений аналіз ефективності реалізованої продукції на ТОВ «АВ Трейдинг» показав, що підприємство здійснює свої основні закупки на

умовах поставки СРТ згідно Інкотермс 2010 відповідно до яких підприємство сплачує всі витрати після кордону, а також витрати пов'язані з страхуванням до кордону. На страхування імпортової продукції у 2017 році було витрачено 18600,75 тис. грн, що становить 18,8% від загального обсягу виручки від реалізації імпортової продукції, що значно відображається на ефективності імпортової діяльності в цілому. Тому пропонуємо підприємству заключати імпортні контракти на умовах постачання СІР або СІF, де витрати на страхування будуть лягати на постачальника. Зміна умов постачання на запропоновані, в першу чергу, зніме з підприємства ризики пов'язані з транспортуванням товару до кордону, адже за них буде відповідати постачальник. За рахунок цього компанія ТОВ «АВ Трейдинг» буде більше застрахована на випадок втрати або пошкодження вантажу, а також переведення ризиків до кордону на постачальника, зменшить ціни на продукцію для кінцевого споживача.

Для наочного доведення вигідності переходу на умови постачання СІР або СІF розрахуємо ефективність імпорту продукції на ТОВ «АВ Трейдинг» за період 2013-2017 роки на умовах СІР (рис.3.10).

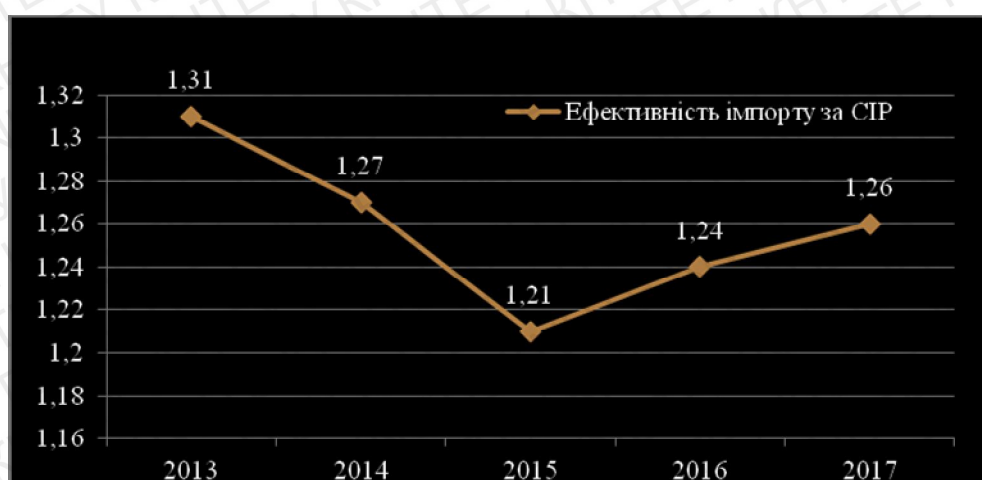


Рис. 3.7. Ефективність імпорту на умовах постачання СІР

Виходячи з даних наведених на (рис.3.7), можна констатувати, що крива ефективності за умовами постачання СІР повторює криву за СРТ, зокрема

найменша ефективність була у 2015 році, найбільша у 2013 році. Однак, якщо порівнювати значення двох графіків, то чітко видно що за умовами постачання СІР в порівнянні СРТ значення ефективності вища. Так у 2017 році ефективність імпорту на умовах СІР склала би 1,26 пунктів, в той же час на діючих умовах СРТ ефективність була 1,19. У найбільш кризовий рік – 2015 різниця у значення склала би 0,09 пунктів, тобто 1,21 при СІР проти 1,12 за СРТ. Виходячи з отриманих даних можна констатувати, що у випадку зміни умов постачання підприємство отримає більший прибуток від імпортних операцій, а отже ефективність імпорту буде вищою. Порівняльні значення для діючих умов постачання та для запропонованих наведені на (рис.3.8).

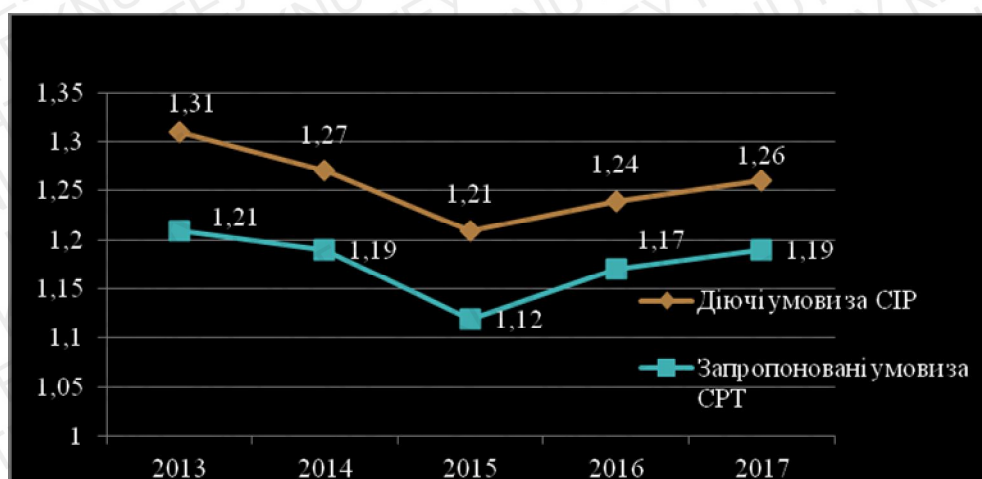


Рис. 3.8 Порівняльні значення ефективності імпорту для діючих умов постачання СРТ та для запропонованих СІР

Отже, існує досить велика кількість ефективних рішень щодо підвищення ефективності імпорту на підприємстві. Зокрема для підприємства ТОВ «Т АВ Трейдинг» запропоновані певні шляхи для поліпшення імпортової діяльності в цілому. Так серед основних організаційних рішень варто виділити такі як: створення окремого відділу ЗЕД, який буде займатися виключно роботою підприємства на зовнішніх ринках та розробка чіткого плану, щодо пошуку нових постачальників й зменшення ризиків під час транспортування товару.

Серед економічних рішень, запропоновано змінити діючі умови постачання СРТ на більш вигідні на умовах СІР.

### **3.3 Обґрунтування заходів щодо удосконалення імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг»**

Для ефективної дії на споживача потрібне вживання особливих методів. Звичайно саме на стимулювання покладається задача пошуку прийомів, відповідних кожній стадії в процесі збуту. Оскільки, головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то імпортній діяльності повинно надаватися якомога більше уваги [93].

На кожному виробничому підприємстві повинна бути добре організована служба маркетингу, що займається шляхами просування своєї продукції на ринку вільної конкуренції. Специфіка сучасного бізнес-середовища проявляється в тому, що підприємствам доводиться конкурувати з національними та іноземними виробниками не лише на зовнішніх, а й на внутрішніх ринках.

Тісний взаємозв'язок конкурентоспроможності різних суб'єктів обумовлює значну залежність конкурентоспроможності підприємства від конкурентоспроможності галузі та країни базування. Дослідження цього дозволило визначити та систематизувати сили, що впливають на формування конкурентоспроможності кожного з зазначених об'єктів [94].

Основою ефективної діяльності підприємства в умовах ринкових відносин є розробка економічної стратегії його розвитку. Конкурентна стратегія як важлива складова загальноекономічної стратегії підприємства покликана визначити головні аспекти управління конкурентоспроможністю продукції з урахуванням якомога більшої кількості чинників, що впливають з характеру діяльності підприємства.

Для обґрунтування запропонованих заходів щодо підвищення ефективності імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» побудували товарний план продукції за структурою асортименту (рис.3.9). Загалом можна стверджувати,

що вся продукція досліджуваного підприємства реалізується добре, тому і структура асортименту значно не зміниться у наступні роки. Очікується збільшення обсягів імпорту солодких безалкогольних напоїв, соків та нектарів, зокрема томатного соку, в той же час зменшуватимуться обсяги мінеральних вод.

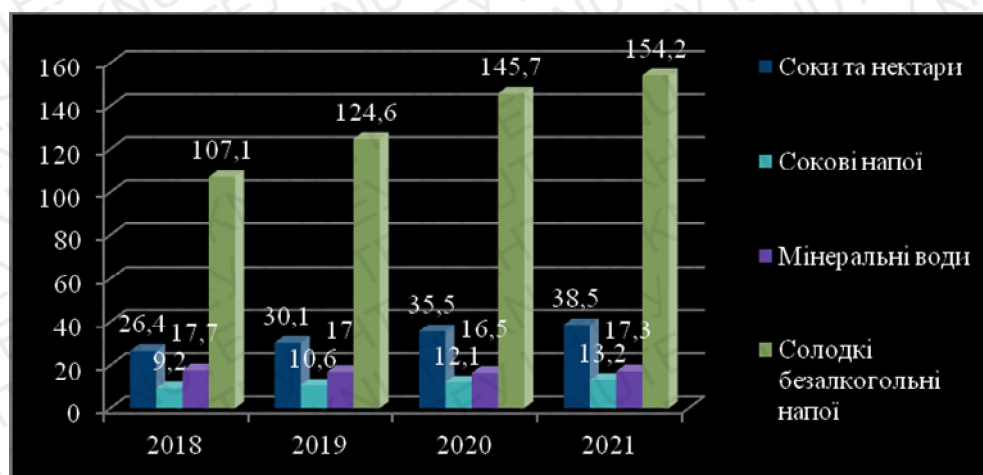


Рис. 3.9 Прогнозні дані товарного асортименту ТОВ «АВ Трейдинг»

Виходячи з даних рис.3.9 можна зробити висновок, що обсяги імпорту товарів на ТОВ «АВ Трейдинг» будуть зростати у період з 2018 по 2021 роки. Зокрема керівництво підприємства вважає, що запропоновані заходи щодо удосконалення процедури імпорту будуть ефективними і збільшать виручку від реалізації продукції на 8-17%. Структуру асортименту підприємство не змінюватиме, тому прогноз на 2018 – 2021 рр. здійснимо з урахуванням незмінності тенденцій щодо структури виручки від реалізації. Обсяг виручки від реалізації у 2017 році склав 99,1 млн. грн., припускається, що у 2018 році він складе 107,1 млн. грн., тобто збільшиться на 8%, а у наступних роках збільшуватиметься на 16% у 2019 та на 17% у 2020 році і складатиме 124,6 млн. грн та 145,7 млн. грн відповідно, та 152,4 млн. грн. у 2021 році. Серед товарів найбільший ріст імпорту прогнозується для солодких безалкогольних напоїв та для соків і нектарів, відповідно на 68% у 2021 році у порівнянні з 2017 для безалкогольних напоїв, та 49,8% для соків і нектарів у аналогічний період.

Виходячи з планової структури товарного асортименту розробимо планову структуру імпорту ТОВ «АВ Трейдинг». При цьому будемо виходити з того, що імпорт на підприємстві в середньому складає 50,3% від виручки за результатами розрахунків по підприємству.

У 2018 та 2020 роках імпорт збільшується на 10-12%, у 2021 році – збільшується на 10% пропорційно до виручки від реалізації продукції. Побудуємо прогноз обсягу реалізації продукції на наступні 3 роки за методом екстраполяції. Питома вага собівартості від виручки від реалізації в середньому складає 63%, а адміністративних витрат – 23% за результатами розрахунків експертів із досліджуваного підприємства (додаток Х).

Розрахунок проводився при умові, що зросте лише виручка, витратна частина зменшується. Собівартість підприємство планує знижувати за рахунок більш дешевих закупок у постачальників.

У 2021 році планується скоротити витрати, а саме адміністративні та собівартість за рахунок роботи з більш дешевими закордонними постачальниками, крім того, частина постачальників при імпорті продукції готова надавати суттєві знижки, оскільки підприємство довготривалий період з ними працює. Було запропоновано розглянути прогноз ефективності зовнішньоторговельних операцій досліджуваного підприємства. Витрати на здійснення імпорتنих операцій та перепродажу імпортової продукції зростатимуть пропорційно зі зростанням показника імпорту. Така сама тенденція стосується і зовнішньоторговельних операцій. Єдине, на чому планується економити – на статті «Інші витрати», кількість яких планується скоротити до мінімуму. Аналіз даних ефективності імпорту в 2018-2020 роках наведено у додатку Ц.

Дані додатку Ц свідчать, що прибуток від здійснення імпортової діяльності складе у 2018 році – 16853,3 тис. грн., у 2019 році – 19939,42 тис. грн., у 2020 році – 23152,15 тис. грн. Прогноз ефективності імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг» на період з 2018 по 2020 рік наведений в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Прогноз ефективності реалізації імпортої продукції ТОВ «АВ Трейдинг»  
протягом 2018 - 2021 р.р.**

Показник	2018	2019	2020	2021
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	108944,9	119839,4	132823,3	143112,1
Загальна сума витрат, тис. грн.	86463,5	92898,8	99867,2	108159,3
Ефективність імпорту	1,26	1,29	1,33	1,32

Отже, враховуючи перехід на нові умови поставки, найбільш ефективною імпортна діяльність очікується у 2020 році – 1,33, у 2019 та 2018 роках даний показник за розрахунками експертів знизиться, але незначно - до 1,29 та 1,26 відповідно. Загалом ефективність перепродажу імпортої продукції у прогностному періоді буде значною за рахунок зменшення затрат на реалізацію, а також за рахунок зміни умов постачання з СРТ на СІР. Графічне зображення ефективності імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг» зображено на рис. 3.10.

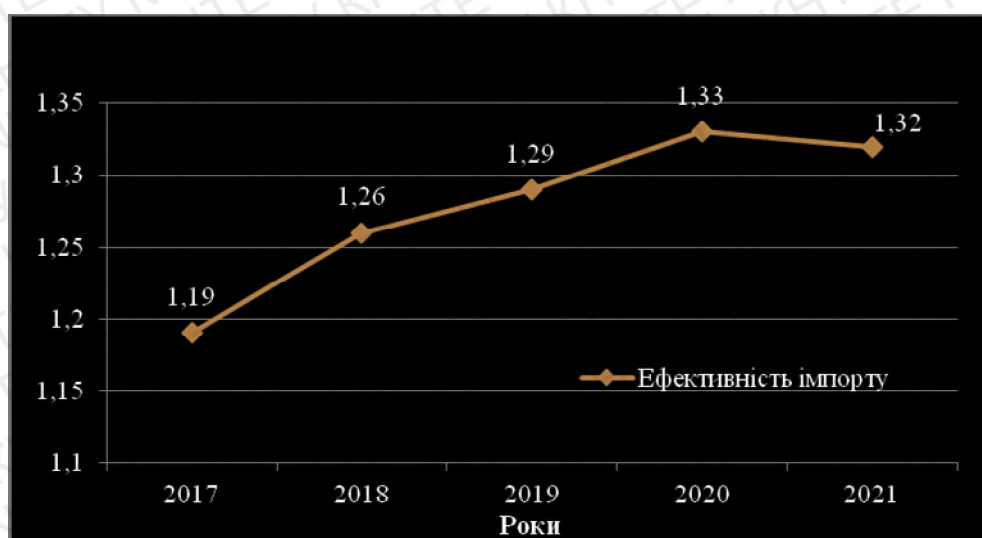


Рис. 3.10 Прогноз ефективності здійснення імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг» на 2018-2021 роки



Отже, загалом дослідження показало, що за умови дотримання розробленого плану підприємство ТОВ «АВ Трейдинг» вже у 2020 році вийде на значення ефективності імпорту 1,33, таке як було у 2013 році до настання кризової ситуації. Для того щоб ефективність імпорту зростала підприємству необхідно змінити організаційну структуру, зокрема виділити окремо відділ ЗЕД, також, у зв'язку з тим, що компанія постійно орієнтувалася на дорогий сегмент безалкогольних напоїв та сокової продукції, а в сучасних умовах купівельна спроможність населення значно знизилась, першочерговим стає питання пошуку нових більш дешевих постачальників. Безпосередньо на ефективність також впливають умови постачання товару, тому було запропоновано змінити умови за якими ТОВ «АВ Трейдинг» імпортує товари на більш економічно вигідні з умов постачання СРТ на СІР, що забезпечить зменшення ризиків пов'язаних з транспортуванням товару до кордону, а також зменшення витрат.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами проведених теоретичних, експериментальних та практичних досліджень, сформульовані висновки:

1. Аналіз ринку соків і сокової продукції України свідчить, що на вітчизняному ринку представлений досить широкий асортимент томатних соків різних торговельних марок. Протягом останніх років спостерігається негативна тенденція щодо виробництва сокової продукції, зокрема станом на кінець 2017 року обсяги виробництва знизились порівняно з 2013 роком з 669,5 млн. л до 375,1 млн. л відповідно. Впродовж 2013 – 2017 років зменшувалися обсяги зовнішньоторговельних операцій: експорт у 2016 році порівняно з 2013 роком знизився на 66,9%, а імпорт за аналогічний період – на 60,3%. Це, насамперед, спричинено нестабільною економічною ситуацією в країні та девальвацією національної валюти, і як наслідок, зниженням купівельної спроможності споживачів. Однак вихід на європейський ринок дозволяє суттєво розширити сферу збуту.

2. Основними чинниками формування якості томатних соків є вид вихідної сировини, з якої вони виготовляються, адже в залежності від вихідної сировини формуються якісні показники томатного соку. Також велике значення у формуванні якості томатних соків займає спосіб та технологія його виробництва.

3. Встановлено, що на ТОВ «АВ Трейдинг» наявний досить широкий асортимент томатних соків. Основними країнами-експортерами томатного соку є Німеччина та Польща.

Проведена оцінка якості соків свідчить, що всі досліджувані зразки відповідають вимогам ДСТУ 7159:2010. Соки відновлені. Загальні технічні умови. За результатами дослідження органолептичних показників якості найвищу оцінку за 5-баловою шкалою отримав зразок ТМ «Rich» (4,95 балів), а найнижчу – зразок ТМ «Садочок» (4,35 бали). Вміст розчинних сухих речовин, масова частка титрованих кислот у всіх зразках відповідає встановленим

вимогам. У зразках соку томатного ТМ «Sandora», ТМ «Rich» та ТМ «Садочок», які виготовлені способом відновлення, вміст  $\beta$ -каротину коливається у межах 2,4-3,2 мг/100г, а у соках ТМ «Galicia» та ТМ «Eos Bio», які виготовлені способом прямого віджиму, даний показник суттєво вищий, та становить 5,89 та 5,91 мг/100г відповідно. Найвищий комплексний показник якості встановлено у томатному сокові ТМ «Eos Bio», найвищу оцінку конкурентоспроможності отримав сік ТМ «Садочок».

4. Найбільш конкурентоспроможним товаром у порівнянні з базовим зразком томатного соку (ТМ «Sandora») є сік ТМ «Садочок». Це спричинено тим, що сік ТМ «Садочок» значно дешевший порівняно з іншими, тому за рахунок економічних показників він і став найбільш конкурентоспроможним. Якщо враховувати ціновий сегмент, то найбільш конкурентоспроможним товаром по відношенню до базового є зразок №3 ТМ «Rich» - 1,04. Зразки ТМ «Galicia» та ТМ «Eos Bio» мають низький показник відносної конкурентоспроможності за рахунок високої ціни, хоча за збірним параметричним індексом функціональних показників вони переважають базовий зразок ТМ «Sandora».

5. Аналізом ефективності операцій з імпорту на підприємстві ТОВ «АВ Трейдинг» встановлено, що компанія отримує значну частку прибутку з рахунок реалізації імпортової продукції; зокрема за період з 2013 по 2017 роки даний показник коливався від 44% у кризовому 2015 році до 54,7% в 2013 році. Станом на кінець 2017 року частка реалізація імпортової продукції становила 51,4%. ТОВ «АВ Трейдинг» імпортує: соки, нектари, сокові напої, мінеральні води, солодкі безалкогольні напої, зокрема обсяг імпорту соків та нектарів станом на 2017 рік становив 23,7 млн. грн., що на 5,8 млн. грн. більше ніж у попередній рік. Загалом динаміка імпорту продукції за 2016 та 2017 роки є позитивною та має тенденцію до підвищення. Загальний аналіз ефективності здійснення імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг» вказує на те, що підприємство успішно організовує операції з імпорту.

6. Встановлено напрями та обґрунтовано заходи удосконалення організації імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг». Основними організаційними рішеннями є: створення окремого відділу ЗЕД, який буде займатися виключно роботою підприємства на зовнішніх ринках та розробкою чіткого плану щодо пошуку нових постачальників й зменшення ризиків під час транспортування товарів.

Оскільки компанія постійно орієнтується на вищий ціновий сегмент безалкогольних напоїв та сокової продукції, а в сучасних умовах купівельна спроможність населення значно знизилась, доцільним є пошук постачальників сокової продукції з оптимальним співвідношенням ціна:якість.

### **Пропозиції:**

- Органам виконавчої влади:

1. Розробити технічний регламент на соки, в якому будуть чітко визначені вимоги до виробництва та безпеки соків.

2. Визначити на законодавчому рівні критерієм ідентифікації томатного соку – вміст  $\beta$ -каротину, за рахунок якого встановлюється спосіб виробництва конкретного томатного соку.

3. Гармонізувати вітчизняні нормативно-правові акти з вимогами Директиви ЄС 85/374 «Про відповідальність постачальника за випуск і реалізацію дефектної продукції».

- Виробникам сокової продукції:

1. Підвищити рівень якості та конкурентоспроможності томатних соків за рахунок використання якісної вітчизняної сировини.

2. Впровадити сучасні форми і методи організації виробництва та систем управління.

- ТОВ «АВ Трейдинг»:

1. Під час імпорту змінити умови постачання СРТ на СІР, що сприятиме зменшенню ризиків пов'язаних з транспортуванням товару до кордону, та зменшить витрати.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вичавити соки. В Україні скорочується випуск соків [Електронний ресурс] // УА 1. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua1.com.ua/publications/vichaviti-sokiv-ukrajini-skorochuetsya-vipusk-sokiv-7439.html>
2. ДСТУ 4283.2:2007 Консерви. Соки та сокові продукти. Номенклатура та вимоги. – Введ. 2007–04–04. – К.: Держспоживстандарт України 2007, 16 с.
3. ДСТУ 7159:2010. Соки відновлені. Загальні технічні умови. — К. : Держспоживстандарт України, 2011. — 9 с.
4. Code of practice for evaluation of fruit and vegetable juices / Association of Industry of Juices and Nectars from Fruits and Vegetables of the European Union. A.J.J.N. – 1993. – 75 p.
5. The Seasonal Variation in Bioactive Compounds Content in Juice from Organic and Non-organic Tomatoes / E. Hallmann, J. Lipowski, K. Marszałek, E. Rembiałkowska // Plant Foods for Human Nutrition. – 2013. – № 68 (2). – P. 171-176.
6. Шельмова О. О. Конкурентоспроможність та перспективи розвитку вітчизняних підприємств // Світ фінансів. – 2017. – № 34. – С. 106-111.
7. Рынок соков Украины: обзор 2016 года [Электронный ресурс] // РБК-Украина. Исследования рынков. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ua/news/15.08.2016/8379>.
8. Ткачев А. Томатная правда. Обзор рынка со-ков / А. Ткачев // Food UA. Продукты Украины. – 2015. – № 61. – С. 30-33.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/pr/prm\\_ric/prm\\_ric\\_u/vov2005\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/pr/prm_ric/prm_ric_u/vov2005_u.html).
10. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. – Режим доступу до ресурсу: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>
11. Анализ рынков. Аналитические обзоры [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://pro-consulting.ua/>

12. Вичавити соки. В Україні скорочується випуск соків [Електронний ресурс] // UA 1. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua1.com.ua/publications/vichaviti-sokiv-ukrajini-skorochuetsya-vipusk-sokiv-7439.html>
13. Року пільгового режиму було недостатньо для виходу на ринки ЄС [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://agravery.com/uk/posts/show/seo-vitmark-ukraina-roku-pilgovogo-rezimu-bulo-nedostatno-dla-vihodu-na-rinki-es>
14. ДСТУ 4283.1:2007 Консерви, соки та сокові продукти. Терміни та визначення понять. – Введ. 2007–04–04. – К.: Держспоживстандарт України 2007, 12 с.
15. Технология переработки продукции растениеводства / Н.М. Личко. – М.: Колос, 2000. – 552с.
16. ДСТУ ГОСТ 5717.2. Банки скляні для консервів. Основні параметри та розміри. Загальні технічні умови. — К. : Держспоживстандарт України, 2007. — 9с.
17. ГОСТ 5717. Банки стеклянные для консервов. Технические условия. — М. : Изд-во стандартов, 1993. — 12 с.
18. ДСТУ ГОСТ 10117.1. Бутылки стеклянные для пищевых жидкостей. Общие технические условия. — М. : Изд-во стандартов, 2001. — 13 с.
19. ДСТУ ГОСТ 10117.2. Пляшки скляні для харчових рідин. Типи, параметри і основні розміри. К. : Держспоживстандарт України, 2004. — 9с.
20. ГОСТ 5981. Банки и крышки к ним металлические для консервов. Технические условия. — М. : Изд-во стандартов, 2011. — 10 с.
21. ГОСТ 13799. Продукция плодовая, ягодная, овощная и грибная консервированная. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. — М. : Изд-во стандартов, 2001. — 12 с.
22. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 23.12.97 № 771/97 - ВР (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon3.rada.gov.ua/laws/show/771/97](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/771/97)
23. Панкеева Е. Соковые бега (анализ мирового и украинского рынка соков)/ Е. Панкеева // Напитки. – 2015. № 8. – С.22-26

24. Технічні комітети стандартизації України 2013: каталог / Упоряд. Т.Б. Гордієнко. – К.: УкрНДНЦ, 2014. – 213 с.
25. Про захист прав споживачів : Закон України від 01.12.05 № 3161-IV (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12)
26. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності : Закон України від 05.04.07 № 877 - V (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon3.rada.gov.ua/laws/show/877-16](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/877-16)
27. Про торгово-промислові палати в Україні : Закон України від 02.12.97 № 671/97- ВР (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon3.rada.gov.ua/laws/show/671/97](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/671/97)
28. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення : Закон України від 24.02.94 № 4004-XII-ВР (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4004-12](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4004-12)
29. Медико-біологічні вимоги і санітарні норми якості продовольчої сировини і харчових продуктів : Закон України від 01.08.89 № 5061-89 (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v5061400-89](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v5061400-89)
30. Про періодичність контролю продовольчої сировини та харчових продуктів за показниками безпеки : Закон України від 02.07.04 № 329 (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon2.rada.gov.ua](http://zakon2.rada.gov.ua)
31. Лавриненко Н.И. Что нового в мире соков? / Н.И. Лавриненко, Л.М. Павловская //Стандартизація, сертифікація, якість. – 2014. - №11. – С. 51-55.
32. Про стандартизацію : Закон України від 10.02.16 № 1315-VII (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1315-18](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1315-18)
33. Про створення технічного комітету стандартизації : Закон України від 20.05.02 № 298 (зі змін. та допов.). – Режим доступу: [zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0578-02](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0578-02)
34. Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила: ДСТУ 4283.2:2007. – К.: Держспоживтандарт України 2007, 13 с.
35. Продукти переробки фруктів. Терміни та визначення : ДСТУ 2074-92. – К.: Держспоживтандарт України 2005, 11 с.

36. Консерви. Соки фруктові, овочеві та овочево-фруктові для дитячого харчування. Технічні умови : ДСТУ 4008-200. . – К.: Держспоживстандарт України 2005, 11 с.
37. Щодо правил маркування харчових продуктів: Технічний регламент України, затверджений наказом Держспоживстандарту № 487 від 10 жовт. 2010 р. – Держспоживстандарт. – Режим доступу до ресурсу: [zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11)
38. ДСТУ 4283:2007 Соки та сокові продукти. Терміни та визначення понять. – Введ. 2007–04–04. – К.: Держспоживстандарт України 2007, 12 с.
39. Продукти переробки фруктів. Терміни та визначення : ДСТУ 2074-92. – К.: Держспоживстандарт України 2005, 11 с.
40. Мандрыка В.Фруктовое качество. Оценка качества фруктовых и мультивитаминных соков и нектаров / В. Мандрыка // Food technologies & equipment. Пищевые технологии и оборудование. – 2015. – № 9. – С. 44-46.
41. Медичні вимоги до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини: Наказ від 20 грудня 2012 р. №1140 – МОЗ – [Електронний ресурс]. - <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0088-13>.
42. Регламент максимальних рівнів окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах: Наказ від 13 травня 2013 р. №368 – МОЗ – [Електронний ресурс]. - <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0774-13>.
43. Про затвердження Мікробіологічних критеріїв для встановлення показників безпечності харчових продуктів: Наказ від 19 липня 2012 р. №548 – МОЗ – [Електронний ресурс]. -<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1321-12>.
44. Звід правил для оцінки якості фруктових та овочевих соків Асоціації сокової промисловості Європейського Союзу (A.I.J.N.): – [Електронний ресурс]. – <http://www.aijn.org/publications/code-of-practice/the-aijn-code-of-practice>.
45. Евтушевская О. А. Тенденции развития украинского рынка соков, нектаров, сокосодержащих напитков, морсов / О.А. Евтушевская // Економіка харчової промисловості. – 2014. - № 3. – С. 46-52.



46. Директиви ЄС 85/374 «Про відповідальність постачальника за випуск і реалізацію дефектної продукції
47. Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. Підручник. // І. В. Багрова, Н.І. Редіна, В. Є. Власюк, О.О. Гетьман - К: Центр навчальної літератури, 2004. - 580с.
48. Алексеев И.С. Внешнеэкономическая деятельность / И.С. Алексеев. - М: Дашков и К, 2009. - 304 с.
49. Баринов В.А. Внешнеэкономическая деятельность / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2009. - 192с.
50. Адміністративна діяльність митних органів у сфері реалізації митної політики держави: Автореф. лис. д-ра юрид. наук: 12.00.07 [Електронний ресурс] / Д.В. Приймаченко; Нац. акад. держ. податк. служби України. - Ірпінь, 2007. - 39с.
51. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 26 грудня 1998 р. №959-ХІІ – ВР – [Електронний ресурс]. - <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/959>
52. Митний кодекс України: чинне законодавство зі змінами та від 01.04.2016 . – К. Паливода. А.В., 2013. – 344с.
53. Про графіки зниження ввізних мит України: Лист Державної Фіскальної Служби України від 6 січня 2016 р. №21/99-99-25-02-02-18. – [Електронний ресурс]. - <https://qdpro.com.ua/export/document/60012>
54. Деякі питання Державної санітарно-епідеміологічної служби: Постанова від 29 березня 2017 р. №348 – КМУ – [Електронний ресурс]. – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/348-2017-п>
55. Про затвердження Класифікатора додаткової інформації, необхідної для ідентифікації товарів, що вноситься до електронного інвойсу, який додається до митної декларації, заповненої на бланку єдиного адміністративного документа: Наказ МФУ від 17 вересня 2012 р. №998. – [Електронний ресурс]. - <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1691-12>

56. Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ : Торгівельні угоди від 24.06.2010 № б/н . – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1176-2015-%D0%BF>.
57. Товарознавство і торговельне підприємництво: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.В. Притульська, В.А. Осика та ін. ; за ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 652 с.
58. Бутенко А., Гришина Н., Гришина Л. Потенціал малого підприємництва як фактор забезпечення розвитку конкурентоспроможності харчової промисловості: регіональний аспект. Економіст. Київ, 2015. № 6. С. 20-22
59. Климова С. А. Алгоритм здійснення оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності товарів / С. А. Климова, К. Д. Іваненко // Будівельна справа. – 2016. – №15. – С. 24-29.
60. Гребельник О.П. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: монографія. Харків, «ІНЖЕК», 2012. С. 368.
61. Лапигін Ю. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства як основний фактор ефективності його діяльності. Науковий вісник. 2008 р. №18. С.173-177.
62. ГОСТ 28562–90. Продукты переработки плодов и овощей. Рефрактометрический метод определения растворимых сухих веществ. — М. : Изд-во стандартов, 1990. — 15 с.
63. ГОСТ 25555.0. Продукты переработки плодов и овощей. Методы определения титруемой кислотности. — М. : Изд-во стандартов, 1983. — 4 с.
64. ДСТУ 7001:2009. Продукти перероблення фруктів та овочів. Метод визначення вмісту м'якоті [текст]. — [Введ. 01.07. 2009] К.: Держспоживстандарт України, 2009. — 2-5 с.
65. Орлова Н. Я. Теоретичні основи товарознавства. Продовольчі товари. Практикум : посіб. / Н. Я. Орлова. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — С. 94—98.

66. Селіщева К. К. Оцінка стану асортименту промислового підприємства // Наукове мислення. – 2015. – №1. – С. 13-19.
67. Коваленко В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В.О. Коваленко // Економіка підприємства. – 2013. – №2. – С. 15-18.
68. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб. для студ. спец. «Між-народна економіка»] / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
69. Хрущ Н. А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / Н. А. Хрущ, М. В. Желіховська / За наук. ред. д.е.н., проф. Н. А. Хрущ. – К.: Освіта України, 2010. – 316 с/
70. Шарко В. В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення / В. В. Шарко // Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2015, Серія Економіка. Випуск 2(4). Частина 2. – С. 120-125. – Режим доступу : <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-22.pdf>.
71. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Р.О. Костирко. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с.
72. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: / Л. А. Лахтіонова. – К.: КНЕУ. – 2001. – 388 с.
73. Вдовенко Л. Г. Платоспроможність підприємств: сутність та методика розрахунку показників / Л. Г. Вдовенко, А. К. Власова // Вісник тернопільського національного економічного університету. – 2014. – Вип. 12. – № 10. – С. 36-39.
74. Любушин Н. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: / Н. Любушин. – М.: ЮНИТИ – 2000 – 321 с.
75. Крейніна М. Н. Аналіз фінансового стану та інвестиційної стійкості підприємств лакофарбового сектору / М. Н. Крейніна, В. О. Зав'ялов // Сучасна макроекономіка. – 2016. – № 8. – С. 10-16.
76. Ширягіна О.Е. Методика аналізу фінансових результатів підприємства / О. Е. Ширягіна // Формування ринкових відносин в Україні. - 2004. - № 5. - С.60-64.

77. Ткаченко Н.М. Бухгалтерский финансовый учет на предприятиях Украины / Н.М. Ткаченко: Учебник для вузов. – Киев: А.С.К., 2009. - 869 с.
78. Пантелейчук Л. Формування облікової політики підприємства. / Л. Пантелейчук // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. - № 12. – С.25-28.
79. Швиданенко Г. О., Олексюк О. І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 561 с.
80. Рудницький В.С. Організація первинного обліку та економічного аналізу на прикладі підприємств торгівлі. / В.С. Рудницький // Навчальний посібник для вузів. – Київ: Професіонал, 2004. - 480 с.
81. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий. / Г. В. Савицкая – Минск: Новое знание, 2002 – 127 с.
82. Дєєва Н. М., Дедіков О. І. Фінансовий аналіз. / Н.М. Дєєва, О.І. Дедіков // Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007 – 381 с.
83. Чацкіс Ю.Д., Геєр Е.С, Паумчук О.А., Власова І.О. Організація бухгалтерського обліку. / Ю.Д. Чайкіс, Е.С. Геєр, О.А. Паумчук, І.О. Власова // Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 564 с.
84. Чебанова Н. В. Фінансовий облік. / Н. В. Чебанова, Т. І. Єфименко. – К. : ВЦ «Академія», 2007. – 704 с.
85. Шара Є. Ю. Фінансовий облік. / Є. Ю. Шара, О. О. Бідюк, Н. В. Гуріна, І. Є. Соколовська-Гонтаренко. – К.: «Центр учбової літератури», 2012. – 408 с.
86. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2004. – 654 с.
87. Сікора І. Проблемні аспекти гармонізації бухгалтерського обліку оборотних активів до вимог міжнародних стандартів. / І. Сікора // Бухгалтерський облік і аудит. - 2005. - № 4. - С.36-43.
88. Городянська Л. Особливості організації обліку дебіторської заборгованості на підприємстві / Л. Городянська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. - № 6. – С. 9-16.
89. Воляник Г.М. Дебіторська заборгованість у системі менеджменту фінансової безпеки підприємства / Г.М. Воляник // Тези доповідей науково-практичної

конференції «Обліково-аналітичне забезпечення системи менеджменту підприємства». – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2012. – С. 45-46.

90. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навч. посібник. – Л.: Афіша, 2004. – 140 с.

91. Яковлєв А. І. Удосконалення методів визначення ефективності ЗЕД // Фінанси України. – 1998. – № 9. – С. 14-19.

92. Скоропад І. С. Ефективність організації заходів у системі зовнішньоторговельної діяльності / І. С. Скоропад, В. Д. Степаненко // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – № 469. – С. 198-202.

93. Болотов Г. П. Зовнішньоекономічні зв'язки як фактор розвитку підприємства / Г. П. Болотов, М. М. Єзєєва // Ефективна економіка. – 2015. – № 23. – С. 15-19.

94. Савенко О. Л. Формування та аналіз зовнішньоекономічної стратегії компанії / О. Л. Савенко, К. Е. Дроб // Наука сучасності. – 2015. – № 7. – С. 49-56.

**ДОДАТКИ**

*Додаток А*

























**Державне підприємство "Український інститут інтелектуальної власності" (УКРПАТЕНТ)**

(01601, м. Київ-42, вул. Глазунова, 1)

**Розписка про одержання заявки на корисну модель**  
Вх.№28954      Дата одержання **22.02.2018 11:48:19**Номер заявки      **u 2018 01763** (в подальшому обов'язково посилається на цей номер)

Заявник      Белінська Світлана Омелянівна

Назва корисної моделі      СПОСІБ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МЕТОДУ ВИРОБНИЦТВА ТОМАТНОГО СОКУ

Адреса для листування      Бабій О.В., вул. Курчатова, 6, кв. 121, м. Київ, 02156

**Подані матеріали**

18/3У/Вх№11579 Заява про видачу патенту на винахід (КМ)

18/3У/Вх№11582 Формула винаходу (КМ) (арк. - 1, прим. - 3).

18/3У/Вх№11580 Опис винаходу (КМ) (арк. - 4, прим. - 3).

18/3У/Вх№11581 Реферат (арк. - 1, прим. - 3).



Прийняв(ла)

Гуртова Т.В.

## Продовження додатку В

Порядковий номер заявки, визначений заявником		Дата одержання		
(22) Дата подання заявки	Пріоритет	(51) МПК	ЕВ	(21) Номер заявки
		A23L 2/00 G01N 21/00		
(86)	Реєстраційний номер та дата подання міжнародної заявки, установлені відомством-одержувачем			
(87)	Номер і дата міжнародної публікації міжнародної заявки			
<b>ЗАЯВА</b>		МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ		
про видачу патенту України		Державне підприємство "Український інститут інтелектуальної власності" вул. Глазунова, 1, м. Київ-42, 01601		
Подаючи нижчезазначені документи, прошу (просимо) видати:				
патент України на винахід				
позицію виключено				
<input checked="" type="checkbox"/> патент України на корисну модель				
(71) Заявник(и)		Код за ЄДРПОУ (для українських заявників)		
Белінська Світлана Омелянівна Бабій Олександра Віталіївна Івченко Дар'я Сергіївна				
(вказується повне ім'я або найменування заявника(ів), його (їх) місце проживання або місцезнаходження та код держави згідно із стандартом ВОІВ ST.3. Дані про місце проживання винахідників-заявників наводяться за кодом (72))				
Прощу (просимо) встановити пріоритет заявки пунктів формули винаходу за заявою № _____ за датою:				
подання попередньої заявки в державі - учасниці Паризької конвенції (навести дані за кодами (31), (32), (33))				
подання до Установи попередньої заявки, з якої виділено цю заявку (навести дані за кодом (62))				
подання до Установи попередньої заявки (навести дані за кодом (66))				
(31) Номер попередньої заявки	(32) Дата подання попередньої заявки	(33) Код держави подання попередньої заявки згідно із стандартом ВОІВ ST.3	(62) Номер та дата подання до Установи попередньої заявки, з якої виділено цю заявку	(66) Номер та дата подання до Установи попередньої заявки
(54) Назва винаходу (корисної моделі) Спосіб ідентифікації методу виробництва томатного соку				
(98) Адреса для листування				
02156 м. Київ, вул. Курчатова 6 кв 121				
Телефон +38 (097) 87-87-093		Телеграф		
		Факс		
(74) Повне ім'я та реєстраційний номер представника у справах інтелектуальної власності або повне ім'я іншої довіреної особи				

Прощу (просимо) прискорити публікацію заявки

Продовження додатку В

Перелік документів, що додаються	Кількість арк.	Кількість прим.	
<input checked="" type="checkbox"/> опис винаходу	4	3	Підстави щодо виникнення права на подання заявки й одержання патенту (без подання документів), якщо винахідник(и) не є заявником(ами):  є документ про передачу прав винахідником(ами) або роботодавцем(ями) правонаступнику(ам)  є документ про право спадкування
<input checked="" type="checkbox"/> формула винаходу	1	3	
креслення та інші ілюстративні матеріали		3	
<input checked="" type="checkbox"/> реферат	1	3	
<input checked="" type="checkbox"/> документ про сплату збору за подання заявки	1	1	
документ, який підтверджує наявність підстав для зменшення збору або звільнення від сплати збору		1	
документ про депонування штаму		1	
копія попередньої заявки, яка підтверджує право на пріоритет		1	
переклад заявки українською мовою		3	
документ, який підтверджує повноваження довіреної особи (довіреність)			
інші документи:			
міжнародний звіт про пошук			
(72) Винахідник(и) Винахідник(и)-заявник(и) (повне ім'я)	Місце проживання та код держави згідно із стандартом BOIB ST. 3 (для іноземних осіб - тільки код держави)	Підпис(и) винахідника(ів)- заявника(ів)	
Белінська Світлана Омелянівна	03151 м.Київ, вул. Волинська 10, кв.129		
Бабій Олександра Віталіївна	02156 м. Київ, вул. Курчатова 6, кв.121		
Івченко Дар'я Сергіївна	02156 м. Київ, вул. Матеюка 2А, кв. 62		
Я (ми)	(повне ім'я)		
прошу (просимо) не згадувати мене (нас) як винахідника(ів) при публікації відомостей стосовно заявки на видачу патенту			
Підпис(и) винахідника(ів)			
Підпис(и) заявника(ів)			
Дата підпису	Якщо заявником є юридична особа, то підпис особи, що має на це повноваження, із зазначенням посади скріплюється печаткою. Якщо всі винахідники виступають заявниками, то їх підписи наводяться за кодом (72).		
М. П.			

**Примітка.** Потрібно позначити значком "X".

*Додаток Г*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного торговельно-економічного університету  
Придлузьська Н.В.



### АКТ ВПРОВАДЖЕННЯ

**результатів науково-дослідних, дослідно-конструкторських і технологічних робіт у навчальний процес вищих навчальних закладів**

**Дійсним актом підтверджується, що результати науково-дослідної роботи №0108U010849 «Управління якістю та безпечністю харчових продуктів і сировинних ресурсів. Управління якістю та безпечністю продуктів переробки плодів, овочів і грибів», виконаної на кафедрі товарознавства, управління безпечністю та якістю виконуваної в період з 01.01.2017 по 31.01.2018 впроваджені в навчальний процес**

1. **Вид впроваджуваних результатів** використання методик та результатів досліджень
2. **Форма впровадження** випускна кваліфікаційна робота на тему «Оцінка конкурентоспроможності та організація імпорту томатного соку»
3. **Новизна результатів науково-дослідних робіт** полягає у встановленні взаємозалежності між способом виробництва томатних соків та вмістом в них  $\beta$ -каротину.
4. **Перелік курсів і дисциплін, у рамках яких викладені результати науково-дослідної роботи** «Товарознавство (Харчові продукти. Розділ. Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки)»
5. **Соціальний і науково-економічний ефект** полягає у можливості використання показника вмісту  $\beta$ -каротину як критерію ідентифікації способу виробництва томатних соків у практичній діяльності експертних установ та Держпродспоживслужби.

Керівник науково-дослідної роботи  
професор кафедри товарознавства,  
управління безпечністю та якістю  
Київського національного торговельно-  
економічного університету  
Белінська С.О.

**Схема оцінювання конкурентоспроможності товару**





### Комплексний показник якості томатного соку

№	Показники	Коеф. вагомості a(i)	P <sub>i(ер)</sub>	p <sub>i(бр)</sub>	ТМ «Sandora»		ТМ «Садочок»		ТМ «Rich»	
					p <sub>i</sub>	P <sub>i</sub>	p <sub>i</sub>	P <sub>i</sub>	p <sub>i</sub>	P <sub>i</sub>
1	Органолептичні показники									
1.1	Колір	0,12	5	3	4,2	0,6	4,2	0,6	4,9	1,0
1.2	Смак	0,15	5	3	4,4	0,7	4,3	0,7	4,7	0,9
1.3	Аромат	0,12	5	3	4,3	0,7	4,2	0,6	4,3	0,7
1.4	Консистенція	0,12	5	3	4,4	0,7	4,2	0,6	5,0	1,0
2	Фізико-хімічні показники									
2.1	Вміст сухих речовин, %	0,16	6,00	4,90	6,50	1,45	5,40	0,45	6,50	1,45
2.2	Титрована кислотність, %	0,13	0,50	0,19	0,54	1,13	0,38	0,61	0,56	0,06
2.3	Масова частка м'якоті, %	0,10	15,00	25,10	19,04	1,67	18,74	1,59	17,75	1,37
2.4	Вміст β - каротину, мг/100г	0,10	6,00	1,90	2,49	0,14	2,89	0,24	3,23	0,32
<b>Комплексний показник якості (Q)</b>		<b>1,00</b>				<b>0,90</b>		<b>0,65</b>		<b>0,85</b>

### Оцінка конкурентоспроможності томатного соку

Показники	Коеф. вагомості	ТМ «Sandora»	ТМ «Садочок»		ТМ «Rich»		ТМ «Трилис»
			Рі	Qi	Рі	Qi	
	a <sub>(i)</sub>	(товар-конкурент)					
Функціональні							
Вміст сухих речовин, %	0,13	6,50	5,40	0,83	6,50	1,00	5,00
Титрована кислотність, %	0,08	0,54	0,38	0,70	0,56	1,04	0,50
Масова частка м'якоті, %	0,11	19,04	18,74	0,98	17,75	0,93	3,00
Вміст β-каротину, мг/100г	0,10	2,49	2,89	1,16	3,23	1,30	5,00
Смак	0,11	4,40	4,30	0,98	4,70	1,07	5,00
Збірний параметричний індекс для функціональних показників (P <sub>ф</sub> )	0,53		0,39		0,45		
Естетичні							
Колір	0,10	4,20	4,20	1,00	4,90	1,17	4,00
Аромат	0,10	4,30	4,20	0,98	4,30	1,00	4,00
Консистенція	0,11	4,40	4,20	0,95	5,00	1,14	5,00
Ергономічність тари	0,09	4,70	4,50	0,96	4,90	1,04	5,00
Якість маркування	0,07	4,70	4,70	1,00	4,70	1,00	4,00
Збірний параметричний індекс для естетичних показників (P <sub>е</sub> )	1,00		0,46		0,51		
Економічні							
Середня варт. грн/упак.	—	21,42	15,44	0,72	20,24	0,94	3,00
Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності (K)		(1)	1,18		1,01		



## Загальний обсяг активів ТОВ «АВ Трейдинг» за 2013-2017 роки.

Показники господарської діяльності	Період					Відхилен				
	2014-2013		2015-2014		2016-	2014-2013		2015-2014		2016-
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс. тис.грн	Відн, %	Абс. тис.грн	Відн, %	Абс. тис.грн
I. Необоротні активи	9101	10302	12224	13953	14319	1200,7	13,4	1921,9	18,8	1729,0
- основні засоби	9059	10134	12223	13952	14318	1075,7	12,0	2088,8	11,9	1729,0
- інші	43	168	1	1	1	125,0	291,4	-166,9	-99,4	0,0
II. Оборотні активи	1796	2309	2517	2061	2293	512,4	28,7	208,5	9,1	-456,0
- запаси	873	960	851	689	679	87,6	11,1	-109,4	-11,5	-162,0
- дебіторська заборгованість	650	991	1216	1009	1213	390,8	43,6	224,9	17,6	-207,0
- грошові кошти та їх еквіваленти	253	335	382	319	350	32,3	1113,8	46,8	133,0	-63,0
- інші оборотні актив	20	22	68	44	51	1,9	9,5	46,2	211,9	-24,0
Активи разом	10898	12611	14741	16014	16612	1713,1	15,8	2130,4	16,9	1273,0

**Обсяг капіталу ТОВ «АВ Трейдинг» 2013-2017 роки, тис. грн.**

Показники господарської діяльності	Період					Відхилення					
	2014-2013		2015-2014		2016-2015						
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс. тис.грн	Відн. %	Абс. тис.грн	Відн. %	Абс. тис.грн	Відн. %
I. Власний капітал	9319	10691	12568	14096	14882	1372,0	14,7	1877,0	17,6	1528,0	12,6
- Зареєстрований капітал	3418	3418	3418	3418	3418	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- інші	5901	8273	9650	10678	11464	2372,0	40,2	1377,0	16,6	1028,0	10,6
II. Позиковий капітал	1579	1919	2173	1918	1730	340,0	21,5	254,0	13,2	-255,0	-11,1
- кредити банків	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-
- довгострокові кредити банків	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-
- кредиторська заборгованість	1008	1209	1511	1036	1007	201,0	19,9	302,0	25,0	-475,0	-31,1
Інші поточні зобов'язання	571	710	662	882	723	139,0	24,3	-48,0	-6,8	220,0	33,0
Капітал разом	10898	12611	14741	16014	16612	1713,0	15,7	2130,0	16,9	1273,0	8,6

**Аналіз основних показників фінансово-економічної діяльності  
ТОВ «АВ Трейдинг» за 2013-2017 рр., тис. грн.**

Показники	Період					2014-2013		2015-2014		Відхилення
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс. тис.грн	Відн, %	Абс. тис.грн	Відн, %	Абс.
	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн.	211520,6	201610,0	179070,0	187080,0	192620,0	-9910,6	-4,7	-22540,0	-11,2
Витрати, разом, тис.грн.	204147,7	195131,0	172956,8	180381,9	185711,8	-9016,7	-4,4	-22174,2	-11,4	7425,0
Чистий прибуток, тис.грн.	7372,9	6478,8	6113,2	6698,1	6908,2	-894,1	-12,1	-365,6	-5,6	584,0

**Показники валового доходу ТОВ «АВ Трейдинг»  
за 2013-2017 рр., тис. грн.**

Показники	Період					2014-2013		2015-2014		2017-2016
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс. тис.грн	Відн, %	Абс. тис.грн	Відн, %	Абс. тис.грн
	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн.	211520,6	201610,0	179070,0	187080,0	192620,0	-9910,6	-4,7	-22540,0	-11,2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн	94980,3	92830,0	78530,0	82890,0	86720,0	-2150,3	-2,3	-14300,0	-15,4	4360,0
Валовий прибуток, грн	116540,3	108780,0	100540,0	104190,0	105900,0	-7760,3	-6,7	-8240,0	-7,6	3650,0
Рівень валового доходу, %	55,09	53,96	56,15	55,7	54,98	-1,1	-2,1	2,2	4,1	-0,4

## Динаміка показників ліквідності ТОВ «АВ Трейдінг»

Показники господарської діяльності	Період					2013-2014		2014-2015		2015-2016
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс.	Темп приросту, %	Абс.	Темп приросту, %	Абс.
	Коефіцієнт покриття	1,14	1,20	1,16	1,08	1,33	0,06	5,26	-0,04	-3,33
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,59	0,70	0,77	0,72	0,93	0,11	18,64	0,07	10,00	-0,03
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,16	0,17	0,18	0,17	0,20	0,01	6,25	0,01	5,88	-0,03
Частка обігових коштів в активах	0,165	0,183	0,171	0,129	0,138	0,02	10,91	-0,01	-6,56	-0,03

**Показники фінансової стійкості ТОВ «АВ Трейдинг» за 2013-2017**

Показники господарської діяльності	Період					2014-2013		2015-2014		Від 2013
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс.	Темп приросту, %	Абс.	Темп приросту, %	Абс.
	Коефіцієнт фінансової автономії (стабільності)	0,86	0,85	0,85	0,88	0,90	-0,01	-1,16	0,00	0,00
Коефіцієнт фінансової залежності	1,17	1,18	1,17	1,14	1,12	0,01	0,85	-0,01	-0,85	-0,03
Коефіцієнт маневрування власного оборотного капіталу	0,14	0,16	0,08	0,08	0,09	0,02	14,29	-0,08	-50,00	0,00
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,15	0,15	0,15	0,12	0,10	0,00	0,00	0,00	0,00	-0,03
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	0,17	0,18	0,17	0,14	0,12	0,01	5,88	-0,01	-5,56	-0,03

### Динаміка показників ділової активності ТОВ «АВ Трейд»

Показники господарської діяльності	Період					2013-2014		2014-2015		2015-2016
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс.	Темп приросту, %	Абс.	Темп приросту, %	Абс.
Коефіцієнт оборотності товарно-матеріальних запасів	10,6	10,4	10,3	10,2	12,1	-0,2	-1,9	-0,1	-1,0	-0,1
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	26,1	24,6	16,2	16,8	17,3	-1,5	-5,7	-8,4	-34,1	0,1
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	8,6	8,4	5,8	6,5	8,5	-0,2	-2,3	-2,6	-31,0	0,1
Період обороту товарних запасів, днів	34	34,6	35	35,3	29,8	0,6	1,8	0,4	1,2	0,1
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	14	14,7	22,2	21,4	20,8	0,7	5,0	7,5	51,0	-0,1
Період погашення кредиторської заборгованості, днів	42	43	62,3	55,3	42,4	1,0	2,4	19,3	44,9	-7,1
Тривалість операційного циклу, днів	48,7	50,2	63,7	58,9	49,2	1,5	3,1	13,5	26,9	-4,1
Тривалість фінансового циклу, днів	6,7	7,2	1,4	4,6	6,8	0,5	7,5	-5,8	-80,6	3,1

**Показники динаміки виручки від реалізації імпоротної продукції ТОВ «АВ Трейдинг»  
реалізації у 2013 – 2017 роках**

<b>Назва показника</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>Абсолютне відхилення 2014/2013</b>	<b>Абсолютне відхилення 2015/2014</b>	<b>Абсолютне відхилення 2016/2015</b>	<b>Абсолютне відхилення 2017/2016</b>
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	21152,6	20161,0	17907,0	18708,0	19262,0	-991,4	-2254	801	554
Обсяг виручки від реалізації імпоротної продукції, тис. грн.	11568,8	10338,0	7885,6	8516,1	9904,8	-1230,8	-2452,4	630,5	1388,7
Відношення виручки від реалізації імпоротної продукції до виручки від реалізації, %	54,7	51,3	44,0	45,5	51,4	-3,4	-7,3	1,5	5,9



## Динаміка товарної структури імпорту на ТОВ «АВ Трейдинг»,

Показники господарської діяльності	Період					2013-2014		2014-2015		2015-2016
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс.	Темп приросту, %	Абс.	Темп приросту, %	Абс.
	Соки та нектари, млн грн	22,4	18,4	19,9	19,4	23,7	-4,0	-17,9	1,5	8,2
Сокові напої, млн грн	11,7	13,1	4,3	6,8	8,9	1,4	12,0	-8,8	-67,2	2,1
Мінеральні води, млн грн	26,2	22,1	11,2	16,7	17,9	-4,1	-15,6	-10,9	-49,3	5,1
Солодкі безалкогольні напої, млн грн	55,4	49,8	39,7	42,3	48,6	-5,6	-10,1	-10,1	-20,3	2,1
Разом вартість імпортованої продукції, млн грн	115,7	103,4	78,9	85,2	99,1	-12,3	-10,6	-24,5	-23,7	6,1

## Динаміка ефективності реалізації імпоротної продукції ТОВ «АВ Трейдинг»

Показник імпоротної діяльності підприємства	Період					2014-2013		2015-2014		Відп.
	На 31.12.2013	На 31.12.2014	На 31.12.2015	На 31.12.2016	На 31.12.2017	Абс. тис.грн	Відп, %	Абс. тис.грн	Відп, %	Абс.
	Обсяг виручки від реалізації імпоротної продукції, тис. грн.	115680,8	103380,0	78850,6	85160,1	99040,8	-12300,8	-10,6	-24529,4	-23,7
Контрактна вартість імпоротної продукції на умові СРТ Київ*, тис.грн	47430,21	45070,98	34890,55	34450,55	40300,11	-2359,2	-5,0	-10180,4	-22,6	-4400
Вантажно-розвантажувальні витрати, тис. грн.	26610,09	17510,27	17920,54	18430,80	19270,63	-9099,8	-34,2	410,3	2,3	5100
Страхові витрати, тис. грн.	22560,17	18220,90	12370,68	14100,60	17100,75	-4339,3	-19,2	-5850,2	-32,1	1720
Митні платежі, тис.грн.	3080,31	6710,97	5120,56	5530,55	5930,81	3630,7	117,9	-1590,4	-23,7	4100
Прибуток від здійснення імпоротної діяльності, тис.грн.	16000,02	15866,88	8548,27	12647,6	15939,31	-133,1	-0,8	-7318,6	-46,1	4090

## Прогноз фінансових результатів ТОВ «АВ Трейдинг» на 2019-2021 рр.

Показник імпортової діяльності підприємства	Період				2019-2018		2020-2019	
	2018р (очікуваний результат)	2019 р	2020 р	2021 р	Абс. тис.грн	Відн. %	Абс. тис.грн	Відн. %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	215734,4	237307,8	261038,6	289527,3	215734	10,00	23730,8	10,00
Витрати з них:								
1) Собівартість реалізованої продукції	107080,5	118669,3	129636,2	141175,2	11588,8	10,82	10966,9	9,22
2) Адміністративні витрати	82430,3	90570,4	99241,89	109345,1	8140,1	9,88	8671,49	9,54
3) Інші витрати	14582,48	15420,9	17409,5	21124,2	838,42	5,75	1988,6	12,94
4) Інші доходи	3340,56	4213,78	5575,33	6989,2	873,22	26,14	1361,55	32,31
Валовий прибуток	108653,9	118638,5	131402,4	148352,1	9984,6	9,19	12763,9	10,77
Фінансові результати від операційної діяльності	14981,67	16860,98	18560,13	24872	1879,31	12,54	1699,15	10,00
Податок на прибуток	6420,66	7062,72	7768,49	9322,19	642,06	10,00	705,77	10,00
Чистий прибуток	8561,01	9798,26	10791,64	15549,81	1237,25	14,45	993,38	10,00

## Прогноз ефективності реалізації імпоротної продукції ТОВ «АВ Трейдинг» пр

Показник імпоротної діяльності підприємства	Період				2019-2018		2020-2019	
	2018р (очікуваний результат)	2019 р	2020 р	2021 р	Абс. тис.грн	Відн, %	Абс. тис.грн	Відн, %
Обсяг виручки від реалізації імпоротної продукції, тис. грн.	108944,9	119839,4	132823,3	143112,1	10894,5	10,0	12983,9	10,0
Контрактна вартість імпоротної продукції на умові СІР Київ*, тис.грн	56868,14	60283,28	65448,82	70985,4	3415,1	6,0	5165,5	8,0
Вантажно-розвантажувальні витрати, тис. грн.	22894,54	25774,54	26887,9	28467,5	2880,0	12,6	1113,4	4,3
Страхові витрати, тис. грн.	5628,1	7001,18	9803,95	11011,6	1373,1	24,4	2802,8	40,0
Митні платежі, тис. грн	6700,82	6840,98	7530,48	8706,4	140,2	2,1	689,5	10,0
Прибуток від здійснення імпоротної діяльності, тис. грн	16853,3	19939,42	23152,15	23941,2	3086,1	18,3	3212,7	16,0