

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

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

“Експертиза та організація ланцюгів поставок кави натуральної смаженої
меленої”

Студента 2 курсу, бм групи,
спеціальності 076
“Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність”,
спеціалізація
“Товарознавство і комерційна
логістика”

Дем’яненко Максима
Миколайовича

Науковий керівник
доктор. техн. наук, доцент

Мотузка Юлія
Миколаївна

Науковий консультант
канд. економ. наук, доцент

Харсун Людмила
Григорівна

Гарант освітньої програми
док-р техн. наук, професор

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2019

АНОТАЦІЯ

Дем'яненко М.М. Експертиза та організація ланцюгів поставок кави натуральної смаженої меленої

У випускній кваліфікаційній роботі проведено аналіз законодавчо-нормативної бази щодо експертизи, безпеки та якості кави, досліджено теоретико-методологічні засади організації ланцюгів її постачання на підприємствах торгівлі.

Проведено експертизу кави натуральної смаженої меленої, що реалізується на ринку України, розроблено критерії ідентифікації кави натуральної смаженої меленої. Проаналізовано організацію ланцюгів поставок кави смаженої меленої на ТОВ «АТБ - маркет» та проведено оцінку ефективності ланцюгів поставок кави смаженої меленої на підприємстві торгівлі та розроблено заходи щодо її підвищення.

Ключові слова: кава натуральна смажена мелена, ТОВ «АТБ-маркет», ланцюги постачання, критерії ідентифікації, експертиза, оцінка ефективності.

SUMMARY

Demianenko M.M. Examination and organization of supply chains of natural roasted ground coffee

The final qualification work analyzes the legislative and regulatory framework for the expertise, safety and quality of coffee, investigates the theoretical and methodological foundations of her organization supply chains at trade enterprises.

The examination of natural roasted ground coffee, conducted on the market of Ukraine, was carried out. The criteria for identification of natural roasted ground coffee were developed. The organization of the chains of supply of roasted ground coffee at the IE "Yevych Halyna Ihorivna" has been analyzed and the efficiency of the chains of supply of roasted ground coffee at the trade enterprise has been evaluated and measures have been developed to increase it.

Keywords: natural roasted ground coffee, LLC «ATB-market», supply chains, identification criteria, expertise, performance evaluation.

ЗМІСТ

ВСТУП	С. 8
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади експертизи та організації ланцюгів поставок кави	10
1.1. Аналіз законодавчо-нормативної бази щодо експертизи, безпечності кави	10
1.2. Теоретико-методологічні засади організації ланцюгів постачання кави на підприємствах торгівлі	16
РОЗДІЛ 2. Експертиза кави натуральної смаженої меленої, що реалізується на ринку України	22
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження	22
2.2. Критерії ідентифікації кави натуральної смаженої меленої	26
2.3. Експертиза кави натуральної смаженої меленої	28
РОЗДІЛ 3. Сучасний стан та перспективи розвитку ланцюгів постачання кави смаженої меленої на підприємстві торгівлі	34
3.1. Організація ланцюгів поставок кави смаженої меленої на ТОВ «АТБ - маркет»	34
3.2. Оцінка ефективності ланцюгів поставок кави смаженої меленої на підприємстві торгівлі та розробка заходів щодо її підвищення	40
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТКИ	52

ВСТУП

Актуальність теми досліджень. Кава – популярний та улюблений напій населенням різних країн світу. Кава натуральна розчинна являє собою висушений до порошкоподібного стану екстракт кави натуральної смаженої і призначений для швидкого приготування напою або використання в якості смакової добавки при виробництві різних харчових продуктів. Останнім часом у продажу стало з'являтися багато нових, сортів кави, як вітчизняних, так і зарубіжних виробників, стали більш повно задовольнятимуться зрілі смакові вимоги і переваги населення. Проблема полягає лише в тому, щоб забезпечити, більш якісним і натуральним кави.

У зв'язку з цим, в умовах жорсткої конкуренції, для торгового підприємства важливо правильно вибрати асортиментну політику, а також більш повно задовольнити зрілі вимоги населення щодо якості кави натуральної меленої.

Кава – найбільш поширений напій в світі. Велика частина асортименту, що представлена в магазинах – це фальсифікована продукція. На даний момент, є гостра проблема в виявленні цієї продукції, тому актуальним є проведення експертизи якості кави натуральної смаженої меленої задля виявлення фальсифікованої продукції.

Метою роботи є проведення експертизи кави натуральної смаженої меленої та проведення оцінки ефективності її поставок та аналіз теоретичних засад експертизи та організації ланцюгів поставок.

Об'єктом дослідження – є кава натуральна смажена мелена, ТОВ «АТБ-маркет».

Предметом дослідження – критерії ідентифікації кави натуральної смаженої меленої, ланцюги постачання кави.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- проаналізувати законодавчо-нормативну базу щодо експертизи та безпечності кави;

- дослідити теоретико-методологічні засади організації ланцюгів постачання кави на підприємствах торгівлі;
- розробити критерії ідентифікації кави натуральної смаженої меленої;
- провести експертизу кави натуральної смаженої меленої;
- дослідити особливості організації ланцюгів поставок кави смаженої меленої на ТОВ «АТБ - маркет»;
- провести оцінку ефективності ланцюгів поставок кави смаженої меленої на підприємстві торгівлі та розробити заходи щодо її підвищення;

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає в розробці критеріїв ідентифікації кави натуральної смаженої меленої та визначенні особливостей організації ланцюгів її поставок.

Практична цінність роботи полягає у розробленні пропозицій щодо вдосконалення організації ланцюгів постачання кави натуральної смаженої меленої.

Апробація. За результатом досліджень опублікована доповідь на тему: «Експертиза та організація ланцюгів поставок кави натуральної смаженої меленої» на міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (м. Київ, КНТЕУ, 12-13 березня 2019 р.)

Публікації. За результатом досліджень опублікована стаття на тему: «Експертиза та організація ланцюгів поставок кави натуральної смаженої меленої» / М. Дем'яненко // збірник наукових статей «Інновації в підприємстві і торгівлі» / відп. ред. В.А. Осика. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2019. – Ч. 1. – С.219-224 (Додаток А).

Структура та обсяги випускної кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел і додатків.

Зміст роботи викладено на 52 сторінках друкованого тексту, з яких основний текст складає 44 сторінки. Випускна кваліфікаційна робота містить 15 таблиць і 6 рисунків. Список використаних джерел становить 50 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКСПЕРТИЗИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК КАВИ

1.1 Аналіз законодавчо-нормативної бази щодо експертизи, безпечності та якості кави

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні все більш актуальними є проблеми захисту прав та відстоювання інтересів споживачів, серед яких особливе місце посідає безпечність та якість товарів [19].

Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» висуває вимоги до якості та безпечності продуктів. Згідно зі статтею 4 цього закону, державне регулювання у сфері безпечності харчових продуктів здійснюється з метою захисту життя, здоров'я та інтересів споживачів. Держава здійснює регулювання безпечності та окремих показників якості харчових продуктів шляхом:

- встановлення санітарних заходів;
- встановлення вимог до окремих показників якості харчових продуктів;
- державної реєстрації об'єктів санітарних заходів;
- видачі, припинення, анулювання та поновлення експлуатаційного дозволу;
- інформування та підвищення обізнаності операторів ринку і споживачів щодо безпечності та окремих показників якості харчових продуктів;
- участі у роботі відповідних міжнародних організацій;
- здійснення державного контролю;
- притягнення операторів ринку, їх посадових осіб до відповідальності у разі порушення законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів.

Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» визначено такі норми:

Під час встановлення небезпечності харчового продукту враховуються: звичайні умови використання харчового продукту споживачем, кожна стадія його виробництва, переробки та обігу; інформація, надана споживачеві, зокрема про маркування включно з інформацією про дату кінцевого продажу, та інша загальнодоступна споживачеві інформація про уникнення негативних для здоров'я наслідків, пов'язаних з харчовим продуктом чи категорією харчових продуктів.

Під час встановлення шкідливості харчового продукту для здоров'я враховуються:

- можливий короткостроковий чи довгостроковий вплив харчового продукту на здоров'я людини, яка його споживає, та на майбутні покоління;
- можливий накопичувальний ефект токсичності;
- особлива чутливість організму окремої категорії споживачів, якщо харчовий продукт призначений для цієї категорії споживачів;

Згідно з частиною другою статті 11 Закону України «Про торгово-промислові палати в Україні» методичні та експертні документи, видані торгово-промисловими палатами в межах їх повноважень, є обов'язковими для застосування на всій території України.

Метою незалежних фахових експертиз в торгово-промисловій палаті України є формування компетентної точки зору шляхом експертного дослідження фактичних обставин, що склалися в господарській діяльності суб'єкта господарювання, який потребує спеціальних знань, за його завданням.

Незалежна фахова експертиза в торгово-промисловій палаті України – це експертне дослідження фактичних обставин, що склалися в господарській діяльності Замовника, який потребує спеціальних знань, шляхом встановлення причинно-наслідкових зв'язків стосовно подій, що вже відбулися та їх можливих наслідків.

Щодо вимог нормативно-правового забезпечення кави натуральної смаженої меленої в Україні регламентується органолептичними, фізико-хімічними та

показниками безпеки згідно ГОСТ 6805-04 «Кофе натуральний жарений. Общие технические условия». До виробників посиляються чіткі вимоги, що з однієї сторони забезпечує безпеку та якість продукту, а з іншого обмежує асортимент продукції, яка могла б бути представленою на ринку України [13].

Згідно зі статтею 4 Закону України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» громадяни мають право на: безпечні для здоров'я і життя харчові продукти, питну воду; участь у розробці, обговоренні та громадській експертизі проектів програм і планів забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення; відшкодування шкоди, завданої їх здоров'ю внаслідок порушення санітарного законодавства.

Одним з важливих законів в даній сфері суспільних відносин є Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» від 18 травня 2017 року № 2042-19, який набув чинності 4 квітня 2018 року. Зазначений Закон має на меті визначити правові та організаційні засади державного контролю у сфері забезпечення безпеки та якості харчових продуктів і кормів, у тому числі побічних продуктів тваринного походження, що не призначені для споживання людиною, а також благополуччя тварин.

Відповідно до ст. 19 Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» державний моніторинг проводиться у межах заходів державного контролю з такою метою:

- 1) визначення пріоритетних напрямів державної політики у сфері харчових продуктів та кормів, здоров'я та благополуччя тварин;
- 2) розроблення заходів з недопущення обігу небезпечних харчових продуктів та кормів;
- 3) визначення загального рівня забруднення харчових продуктів та кормів залишками пестицидів та ветеринарних препаратів, іншими забруднюючими речовинами.

Українським законодавством також регламентується допустимий вміст радіонуклідів та пестицидів. Так допустимий вміст Cs^{137} не більше 100 Бк/кг Sr^{90} не більше 30 Бк/кг.

Законом України «Про захист прав споживачів» встановлено, що споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари (роботи, послуги), що забезпечує можливість їх свідомого і компетентного вибору. Така інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги).

Варто звернути увагу на те, що Закон визначає поняття недолік як окрему невідповідність товару (роботи, послуги) вимогам нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до нього, а також інформації про товар (роботу, послугу), яка надана виробником (виконавцем, продавцем).

Вимоги пред'являються за вибором споживача продавцеві за місцем купівлі товару, виробнику або підприємству, що виконує їх функції за місцезнаходженням споживача.

Провідна роль у нормативно-правовому забезпеченні та створенні надійної і ефективної системи державного регулювання у сфері безпеки та якості харчових продуктів належить Європейському Союзу, де безпека харчових продуктів визнається одним із головних пріоритетів політики.

Основоположним документом Європейського союзу у сфері безпеки та якості харчових продуктів є Регламент № 178/2002 «Про встановлення загальних принципів і вимог у продовольчому праві, про створення органу з безпеки харчових продуктів і про встановлені процедури забезпечення безпеки харчових продуктів» Європейського парламенту і Ради ЄС від 28.01.2002.

Для забезпечення в ЄС вільного руху харчових продуктів, виробництво та обіг яких буде відповідати встановленим законодавством вимогам прийнято Регламент No 1169/2011, в якому міститься перелік вимог стосовно загальної інформації продукції. Регламент No 2073/2005/ЄС розкриває критерій мікробіологічного контролю для увізної продукції на територію ЄС, включаючи токсини, паразитів та їх продуктів обміну речовин.

Оператори ринку зобов'язані контролювати дотримання цих вимог на всіх стадіях виробництва, переробки та збуту. За невиконання даних вимог вводяться відповідні санкції. Обов'язки суб'єктів (операторів) ринку регулюються Регламентом №852/2004, згідно якого на ринку продуктів харчування вони виконують усі дії на засадах принципів НАССР, які стосуються безпеки, проте не стосуються якості продукції.

У світі існує Міжнародна організація кави, яка висуває свої вимоги до якості кави. У цьому стандарті вказано вимоги до окремих сортів кави, а також ідентифікація ботанічних сортів кави. Окремо зазначаються мікробіологічні вимоги, а також окремо зазначаються число дефектів.

У даному регламенті визначено загальні принципи продовольчого права ЄС і саме вони покладені в основу національного законодавства держав-членів ЄС, і вони є орієнтиром для держав, що знаходяться на шляху євроінтеграції. Метою законодавства ЄС щодо безпеки харчових продуктів є забезпечення високого рівня захисту життя, здоров'я та інтересів споживачів, чесних практик торгівлі харчовими продуктами, захист здоров'я тварин та умови їх утримання, здоров'я рослин і довкілля. Комплексний та інтегрований підхід до питання безпеки харчових продуктів також знаходить своє відображення у зобов'язаннях країн-членів не тільки відносно своїх громадян, а й всіх громадян ЄС та третіх країн у тому, що стосується харчових продуктів, вироблених на їх території [26].

Слід зазначити, що вагомий вплив на регулювання якості та безпеки кави натуральної смаженої меленої є система НАССР.

Системи управління безпекою харчових продуктів використовують практично у всьому світі як спосіб захистити споживачів від небезпек, які можуть супроводжувати харчову продукцію. Запровадження системи управління безпекою та якістю харчових продуктів вимагає законодавство Європейського Союзу, США та багатьох інших країн світу.

Застосування систем (НАССР – Hazard Analysis and Critical Control Points) є обов'язковим для всіх підприємств, які займаються виробництвом або введенням в обіг харчових продуктів[11].

Однак, наразі, Україна взяла курс на гармонізацію стандартів згідно вимог Європейського Союзу. Також слід зазначити, що попит кави натуральної смаженої меленої зростає, тому даний стандарт слід оновити. В іноземній практиці застосовуються більш поглиблені вимоги до кави натуральної смаженої меленої, зокрема EAS 105.1999 «Roasted coffee beans and roasted ground coffee – Specification» – африканський стандарт вимог до кави натуральної смаженої меленої, та DIN 10781:2000-11 «Roasted ground coffee» – німецький стандарт якості кави натуральної смаженої меленої. Ці стандарти більш детально висувають вимоги до кави натуральної смаженої меленої залежно від ступеня їх прожарювання [12, 16].

Також слід зазначити, що методики перевірки якості та безпечності в Україні застаріли, тому їх потрібно удосконалювати, меленої нещодавно оновилися стандарти серії ISO. Зокрема, сенсорний аналіз кави, в якому зазначається вимоги до пакування, зберігання та транспортування кави. Метод сенсорного аналізу, хроматографії, що дозволяє визначити вміст хімічних домішок у каві, вмісту вологи та інші [24].

Отже, аналізуючи вищесказане щодо безпечності та якості кави натуральної смаженої меленої сьогодні включає велику кількість нормативно-регуляторних актів, що оберігаю споживачів від неякісної та небезпечної продукції на ринку України. Однак, стандарти на методи оцінки якості кави натуральної смаженої меленої є застарілими та потребують удосконалення. В зв'язку з тим, що Україна стрімко взяла вектор розвитку в ЄС, нормативно-правові документи слід розглядати і впроваджувати в такому напрямку [40].

1.2 Теоретико-методологічні засади організації ланцюгів постачання кави на підприємствах торгівлі

Термін «управління ланцюгами поставок» (Supply Chain Management) вперше був запропонований системним інтегратором «i2 Technologies» і

консалтинговою компанією «Arthur Andersen» на початку 1980-х років, а появу концепції пов'язують зі статтею К. Олівера і М. Вебера «Supply chain management: Logistics Catches up with Strategy», опублікованої в 1982 році, в якій автори визначили управління ланцюгами поставок як матеріальний потік, що проходить через канали розподілу від постачальника до кінцевого споживача, виділяючи головну ідею в тому, що ланцюг поставок повинен бути неподільним, а його оптимізація повинна вестися з урахуванням вимог усіх її учасників. Елементи логістичної системи в певній упорядкованості складають ланцюг поставок [3, 21].

У збірнику "Стандартів з логістики й управління ланцюгами поставок" наведене визначення УЛП як організації та виконання товарного потоку від проектування та закупівель через виробництво та розподіл до кінцевого споживача відповідно до вимог ринку щодо ефективності за витратами [23].

Ланцюг поставок – це глобальна мережа, яка перетворює вихідну сировину в продукти і послуги, необхідні кінцевому споживачеві, керуючи потоками інформації, матеріальних цінностей та грошових коштів. Дослідники виділяють шість основних сфер, на яких фокусується увага управління ланцюгами поставок (рис.1.1).



Рис.1.1 Сфери діяльності, на яких фокусується увага управління ланцюгами поставок

Логістичний ланцюг формується на засадах кооперації постачальників сировини, матеріалів, покупних частин, перевізників, складських підприємств, посередників, виробників, виробників-субпідрядників, підприємств та організацій дистрибуційної мережі, споживачів з метою спільної координації їх діяльності в

координатах простір — час. Останнім часом у літературі вживається термін «SCM –(Supply Chain Managment) управління ланцюгом поставок» як варіант повної системної інтеграції процесів постачання, виробництва та дистрибуції, що видозмінює інституційовані межі функціонування окремих учасників логістичного ланцюга, формуючи в нових межах нову логістичну систему вищої ієрархії [32, 1].

З практичного погляду управління ланцюгами поставок означає ведення бізнесу на принципах стратегічної взаємодії з постачальниками і клієнтами. Відмінність управління ланцюгами поставок від простої кооперації полягає в інформаційній координації і синхронізації основних бізнес-процесів і моделей планування та управління на основі єдиних інформаційних каналів з постачальниками і клієнтами по всьому ланцюгу поставок [2, 46].

Управління ланцюгом постачань передбачає такі етапи:

– PLAN (Планування). У межах цього процесу з'ясовуються джерела поставок, відбувається узагальнення і розстановка пріоритетів у споживчому попиті, плануються запаси, визначаються вимоги до системи дистрибуції, а також обсяги поставок;

– SOURCE (Закупівля). У цій категорії виявляються головні елементи управління постачанням, проводиться оцінка та вибір постачальників, перевірка якості поставок, укладання контрактів з постачальниками. Дії з управління поставками товарів і послуг повинні відповідати плановому або поточному попиту;

– MAKE (Виробництво). До цього процесу належать виробництво, виконання і керування структурними елементами make, передбачено контроль управління виробничими потужностями, виробничими циклами, якістю виробництва, графіком виробничих змін тощо;

– DELIVER (Доставка). Цей процес складається з управління замовленнями, складом і транспортуванням;

– RETURN (Повернення). У контексті цього процесу визначаються структурні елементи повернень товару і від make до source, і від deliver: визначення стану продукту, його розміщення, складання графіку повернень, скерування на

знищення і перероблення. До цих процесів також входять певні елементи післяпродажного обслуговування.

Відповідно до моделі, яку розробили Дж. Сток і Д. Ламберт, управління ланцюгами поставок розглядається як інтеграція восьми ключових бізнес-процесів: управління взаємовідносинами з споживачами, обслуговування споживачів, управління попитом, управління виконанням замовлень, управління виробництвом/ операціями, управління постачанням, розроблення продукту і доведення його до комерційного використання, управління зворотними матеріальними потоками [14, 25].

Головною компетенцією концепції Supply Chain Management є інтеграція усіх елементів ланцюга поставок, що ґрунтується на взаємодії і взаємовигідній співпраці фокусної компанії з постачальниками та споживачами товарів і послуг. При цьому повинні враховуватися базові правила логістики, реалізація яких у мережевій торгівлі досягається шляхом узгодження між роздрібним торговцем та постачальниками товарів норм і умов логістичних угод [41, 27].

Взаємодію і взаємовигідну співпрацю в ланцюгах поставок торгових мереж доцільно здійснювати з урахуванням принципів категорійного менеджменту, базовими поняттями якого є правила формування товарного асортименту і підтримки необхідного рівня товарних запасів з метою максимального задоволення попиту кінцевих споживачів [48].

Сьогоднішня економічна ситуація робить проблему управління надійністю ланцюгами поставок особливо актуальною, адже як свідчить практика останніх років, підприємства та їх ланцюги поставок все частіше функціонують в умовах невизначеності та ризику, що вимагає додаткового дослідження їх як факторів зниження рівня надійності ланцюга поставок [4, 20].

Від ефективного управління ланцюгами постачань залежить конкурентоздатність та успішність підприємства. Тому необхідно постійно вимірювати та визначати ефективність ланцюга постачань. Для цього дуже важливо розробити та застосовувати єдину систему оцінювання в його межах. В літературі й досі не має єдиної думки щодо оцінки ефективності ланцюгів

постачання [43]. Однак проаналізувавши дані, нами було обрано найбільш вдалі показники саме для підприємства торгівлі (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Показники, що характеризують ефективність логістичної системи

Показник	Методика розрахунку	Сутність показника
1	2	3
Рентабельність інвестицій в Логістичну інфраструктуру	$\frac{\Sigma \text{ЧП}}{\Sigma I_{\text{ла}}}$ <p>де $\Sigma \text{ЧП}$ – сума чистого прибутку, $\Sigma I_{\text{ла}}$ – сума інвестицій в логістичні активи</p>	Показник прибутковості інвестиційної діяльності Підприємства в логістичну інфраструктуру
Завантаженість потужностей логістичних об'єктів	$\frac{\text{ЗавП}_{\text{факт}}}{\text{ЗавП}_{\text{норм}}} \times 100$ <p>де $\text{ЗавП}_{\text{факт}}$ – фактичне завантаження потужностей, $\text{ЗавП}_{\text{норм}}$ – нормативне завантаження потужностей</p>	Показник характеризує ефективність використання складських площ, транспорту, обладнання тощо.
Коефіцієнт оборотності запасів кількість оборотів	$\frac{\Sigma \text{OK}_t}{\text{СБ}_{\text{р.п.}}}$ <p>де ΣOK_t – середня сума оборотних коштів за певний період часу, $\text{СБ}_{\text{р.п.}}$ – собівартість реалізованої продукції</p>	Показник характеризує повернення авансованих оборотних коштів за період від часу нагромадження запасу до отримання готівки за реалізацію
Тривалість одного обороту	$\frac{K_{\text{днів}} T}{K_{\text{обор}}}$ <p>де $K_{\text{днів}} T$ – к-сть днів періоду, $K_{\text{обор}}$ – кількість оборотів</p>	

Продовження табл. 1.2.

Витрати утримання запасів	$\frac{\text{НВЗ} \times \text{ВЗ}}{2 \times 100}$ <p>де НВЗ – норма витрат утримання запасу, ВЗ – вартість запасу</p>	Показник характеризує обсяг готівки, замороженої в запаси
---------------------------	---	---

<p>Частка логістичних витрат в структурі загальних витрат</p>	$\frac{\sum \text{ВЗР}}{\text{ВЛ}_{\text{заг}}}$ <p>де $\sum \text{ВЗР}$ – сумарні витрати на закупівлю та реалізацію товарів $\text{ВЛ}_{\text{заг}}$ – загальні логістичні витрати</p>	<p>Показник характеризує вагомість витрат, пов'язаних із різними видами логістичної активності</p>
<p>Рентабельність каналів збуту (сегментів, клієнтів)</p>	$\frac{\sum \text{ВП}}{\sum \text{ВР}}$ <p>де $\sum \text{ВП}$ – сума валового прибутку, $\sum \text{ВР}$ – сумарні витрати на реалізацію продукції</p>	<p>Показник характеризує вигідність та ефективність обслуговування конкретних каналів збуту</p>

Найчастіше основним критерієм такої ефективності вважають мінімізацію логістичних витрат. Без сумніву, орієнтація на мінімізацію витрат є актуальною, але за умови досягнення необхідного рівня логістичного сервісу.



Рис. 1.2. Логістична система обліку витрат за функціями

Однак, показник загальних логістичних витрат не дозволяє отримати повне уявлення про зміну основних складових. Більшість фахівців вважають, що до логістичних витрат слід віднести три основні групи витрат:

1) витрати на утримання запасів, в тому числі процентні платежі, податки, моральний знос, амортизацію, страхові виплати, витрати, пов'язані з ризиками. На них припадає 32-45%;

2) транспортні витрати, до яких належать оплата транспортних тарифів або витрати на утримання та експлуатацію власних транспортних засобів. На транспортні витрати припадає 40-60%;

3) адміністративні витрати, або витрати на логістичне адміністрування. Ця складова знаходиться в межах від 4 до 15%.

Щодо логістики постачання кави, оскільки Україна повністю залежна від постачання кавових зерен, ціна, майбутнього товару на ринку напряму залежить й від «логістики сировини» майбутньої кави на полицях магазину. Масштаби даного виробництва залишаються відносно незначними [39]. Зауважено, що вагому роль у збільшенні виробництва кави всередині країни відіграють транснаціональні компанії, які поступово переносять свої виробничі потужності в Україну [9]. Каву не транспортують повітряним транспортом, оскільки це дуже специфічний товар, тільки морським та наземним транспортом. Зважаючи на те, що в Україну каву імпортують з інших континентів, поставка кави стає довготривалим процесом. І планування обсягів поставки стає вагомим фактором у ланцюзі постачання [22].

Отже, кава досить вибагливий товар у розрізі логістики постачання й оптимізація її поставки зробить значну вигоду як підприємствам виробництва, так і підприємствам торгівлі.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПЕРТИЗА КАВИ НАТУРАЛЬНОЇ СМАЖЕНОЇ МЕЛЕНОЇ, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1 Організація, об'єкти та методи дослідження

Експертиза як діяльність, спрямована на об'єктивне дослідження кави натуральної смаженої меленої, передбачає дослідження експертом показників, яким має відповідати зазначений товар відповідно до національних стандартів, або інших нормативних документів [28].

Популярність споживання кави з кожним роком зростає і зростає також її фальсифікація, тому кави натуральної смаженої меленої є актуальна. Нами було обрано п'ять зразків кави натуральної смаженої меленої, що є популярними на ринку України [47].

Зразок 1: кава натуральна смажена мелена «Gimoka Rosso Gran Bar», ТМ «GIMOКА» (Виробник: Андало Валтелліно, Італія);

Зразок 2: кава натуральна смажена мелена «Lavazza Carmencita», ТМ «LAVAZZA» (Виробник: Торіно, Італія);

Зразок 3: кава натуральна смажена мелена «Pellini Espresso bar Vivace», ТМ «Pellini» (Виробник: Верона, Італія);

Зразок 4: кава натуральна смажена мелена «Jacobs Monarch Intense», ТМ «JACOBS» (Виробник: Jacobs Douwe Egberts, Болгарія);

Зразок 5: кава натуральна смажена мелена «Перший ряд», ТМ «Перший ряд», (Виробник: м.Київ, Україна).

Дослідження якості кави натуральної смаженої меленої проводилися в лабораторії кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю КНТЕУ. Для проведення дослідження було обрано зразки кави натуральної смаженої меленої, що реалізується в торговельних мережах Києва.

Першим етапом експертизи є перевірка нормативних документів та супровідних документів на каву натуральну смажену мелену.

Етапи проведення експертизи наведено на рис. 2.1.

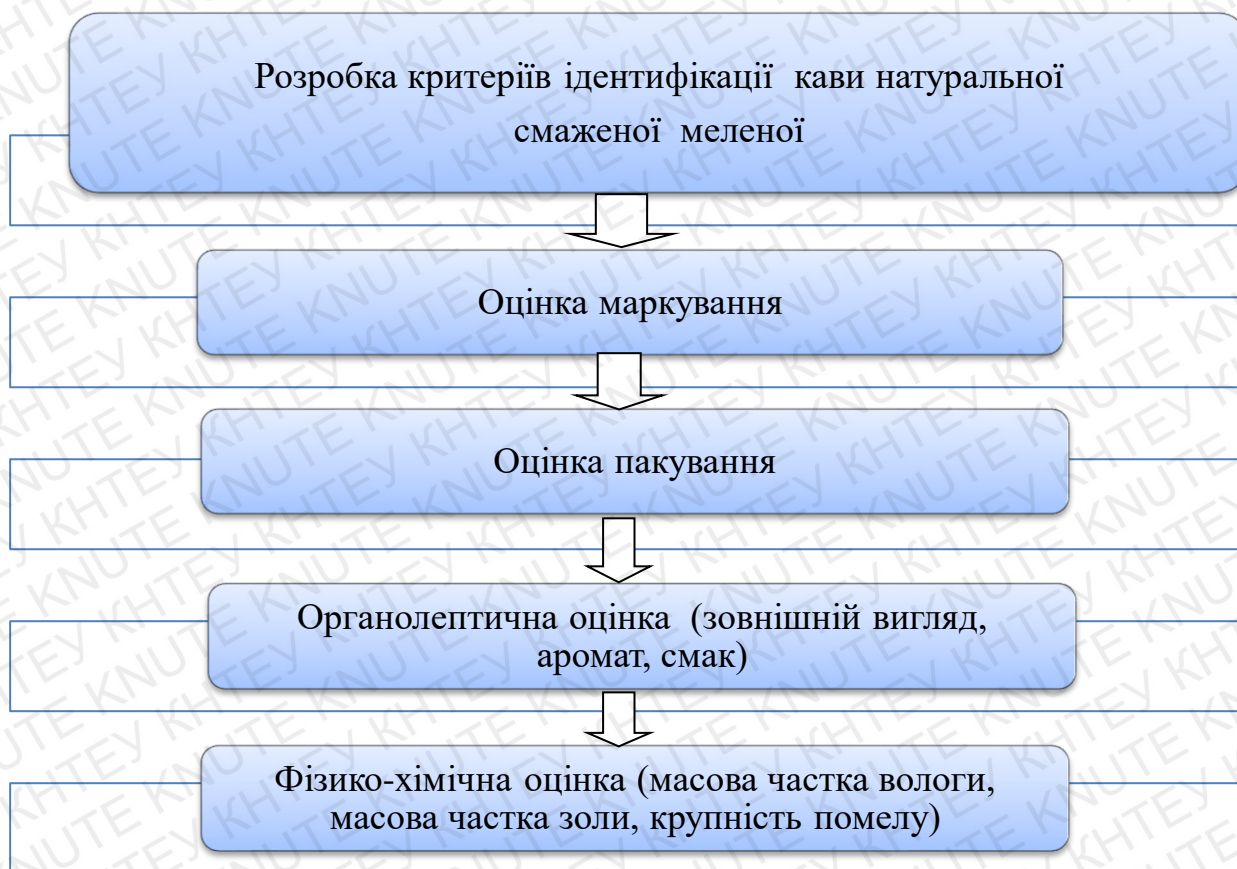


Рис. 2.1. Етапи проведення оцінки якості кави натуральної смаженої меленої

Наступним етапом ми провели ідентифікацію кави натуральної смаженої меленої.

Оцінка маркування проводилася органолептичним методом. Згідно Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» обов'язковою для надання є така інформація:

- 1) назва харчового продукту;
- 2) перелік інгредієнтів;
- 3) будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, або походять з речовин чи продуктів, які використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і залишаються присутніми у готовому продукті, навіть у змінній формі;

- 4) кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів у випадках, передбачених цим Законом;
- 5) кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання;
- 6) мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 7) будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби);
- 8) найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про харчовий продукт, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера;
- 9) країна походження або місце походження - у випадках, передбачених статтею 20 цього Закону;
- 10) інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;
- 11) для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць - фактичний вміст спирту у напої (крім продукції за кодом 2204 згідно з УКТ ЗЕД);
- 12) інформація про поживну цінність харчового продукту.

На третьому етапі була проведена оцінка пакування кави натуральної смаженої меленої органолептичним методом.

Каву натуральну смажену мелену для роздрібної торгівлі упаковують в:

- пачки по ГОСТ 12303 з картону марки А за ГОСТ 7933 або з картону хром-ерзац для складних коробок з внутрішнім полімерним покриттям з термозварювальних матеріалів [12];
- пачки по ГОСТ 12303 з картону типу хром-ерзац товщиною 0,32-0,60 мм з внутрішнім полімерним покриттям з термозварювальних матеріалів;
- пакети по ГОСТ 24370 з паперу масою 1 м² не менше 90 г з полімерним покриттям [15];
- пакети по ГОСТ 24370 з комбінованих термозварювальних матеріалів на основі алюмінієвої фольги або металізованої плівки;
- пакети по ГОСТ 24370 з термозварювальних плівкових матеріалів;

- банки металеві і комбіновані по ГОСТ 12120;
- банки металеві збірні циліндричні, банки скляні, банки з полімерних

Матеріалів, що за нормативними документами дозволені до застосування в харчовій промисловості.

Оскільки загальних критеріїв щодо оцінки якості пакування для споживачів немає, ми розробили свої. До критеріїв оцінки пакування ми віднесли:

- герметичність упаковки;
- цілісність упаковки;
- зчитуванність інформації;
- зручність використання.

Також, для проведення експертизи кави натуральної смаженої меленої розроблено еталон, показники якого можна вважати, як ідеальні.

Оцінка була проведена за розробленою нами 4-ох бальною шкалою, де 1- це незадовільно, 2 – задовільно, 3 – цілком задовільно, 4 – добре.

Наступним етапом була проведена органолептична оцінка якості кави натуральної смаженої меленої. Вона складалася з двох етапів. На початку було оцінено смак, запах, колір, консистенцію згідно ГОСТ 6805-04.

Органолептична оцінка має характер сумарної оцінки, тому в деяких випадках саме дегустація є єдиним методом, який дозволяє швидко та достатньо точно виявити ознаки фальсифікації чи псування продукту. Оскільки кава є смаковим товаром та саме смак є вирішальним при виборі даного продукту споживачем, нами додатково було розроблено профілографу кави натуральної смаженої меленої.

Нами було розроблено десять дескрипторів, які в повній мірі дають змогу оцінити якість кави натуральної смаженої меленої, а саме: гармонійний, кислинка, карамельний, насичений, солодкуватий, гіркуватий, післясмак, щільність напою, наявність включень сировини, загальне враження.

Наступним етапом нашого дослідження була оцінка якості за фізико-хімічними показниками: крупність помелу, масова частка вологи, масова частка золи.

Визначення крупності помелу проводили згідно ГОСТ 6805-04 методом просіювання через сито з глухим дном [13].

Визначення масової частки вологи проводили згідно ГОСТ 6805-04 методом висушування в сушильній шафі.

Визначення масової частки золи проводили згідно ГОСТ 15113.0-77 методом спалювання у муфельній печі.

2.2. Критерії ідентифікації кави натуральної смаженої меленої

Кава вважається продуктом, який найчастіше фальсифікують, порівняно з іншими продуктами. Раніше, підробку сирих кавових зерен робили двома способами: імітацією зерен кави, використовуючи глину, тісто, або ушкодженні кавові зернята підфарбовували і видавали за натуральні. Викриття такого роду фальсифікації не становило ніяких труднощів [38].

При великих закупках через недостатньо професіональну компетентність, а також роботи по принципу «кількістю більше, ціною менше» на український ринок потрапляє велика кількість фальсифікованої неякісної кави [5]. Достатньо високі ціни на каву, широкий асортимент кавопродуктів сприяє можливості фальсифікації, яка пов'язана з пересортицею та недовкладенням [6].

Існують такі види фальсифікації кави: якісна та кількісна, що набули найбільшого поширення на ринку України [39].

У зв'язку з євроінтеграцією, ринок кави в Україні потребує розробки власного ДСТУ, що встановлював би власні більш чіткіші та жорсткіші вимоги до продукту, тим самим зменшуючи частку фальсифікованого продукту на ринку. Способи та засоби фальсифікації наведені нижче у табл.2.1.

Таблиця 2.1

Способи та засоби фальсифікації кави, методи її виявлення

Вид фальсифікації	Способи та засоби	Методи виявлення
1	2	3
Асортиментна	Заміна високоякісних найменувань кави найменуваннями пониженої якості, з одного регіону.	Органолептичні методи: оцінка смаку, аромату. Визначення вмісту кофеїну, екстрактивних речовин.

	Заміна вищих сортів кави нижчими того ж найменування, зрощених в інших регіонах	Органолептичні методи: оцінка смаку, аромату та кольору.
Якісна	Заміна високоякісної кави відходами	Органолептичні методи: грубий, пустий смак, слабкий аромат.
	Додавання рослинних замінників: цикорій, моркву, фіги (інжир), боби, ячмінь, жито, жолуді та палений цукор.	Органолептичні методи: візуальний огляд зерен, низька екстрактивність, Знижений вміст екстрактивних речовин, знижений вміст кофеїну.
	Заміна арабіки купажем	Органолептичні методи: зовнішній огляд зерен, недостатня насиченість настою.
Кількісна	Недовага, обмір	Зважування маси нетто
Інформаційна	Неточна або перекручена інформація про товар	Перевірка інформації

Для виявлення можливої фальсифікації кави проводять експертизу її справжності, при цьому ідентифікують вид кави (арабіка, робуста), місце вирощування, а також гатунок [8].

При аналізі фальсифікованої кави встановлено, що в ній містяться крупинки чистого кофеїну (що дуже небезпечно для здоров'я), а самою псевдокавою найчастіше бувають відходи кавового виробництва. Зольність такої кави дуже низька, що вказує на наявність у ній здатних до згоряння домішок (солома). Існує й інший спосіб фальсифікації - реалізація кави взагалі невідомих назв.

Каву в зернах можна ідентифікувати за видом, розміром та характерністю певному виду. Особливість кави натуральної смаженої меленої в тому, що дослідити її якісний склад не так вже й просто через те, що вона реалізується уже в меленому вигляді [10]. Тому ми розробили власні критерії ідентифікації, що посприяють більш якісному визначенні сорту кави натуральної смаженої меленої, що представлені в табл.2.2.

Критерії ідентифікації кави натуральної смаженої меленої

Критерії ідентифікації	Засоби ідентифікації	Методи ідентифікації
Повнота маркування	ЗУ «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», товаросупровідні документи	Органолептичний метод
Зовнішній вигляд	ГОСТ 6805-04 «Кофе натуральный жареный. Общие технические условия»	Органолептичний
Аромат		Органолептичний
Смак		Органолептичний
Масова частка вологи		Вимірjuвальний
Масова частка золи		Вимірjuвальний
Крупність помелу		Вимірjuвальний

Отже, ідентифікація кави натуральної смаженої меленої має визначати, чи відповідає даний зразок вимогам його сорту. Саме завдяки розробленим критеріям ідентифікації кави натуральної смаженої меленої виявити фальсифіковану продукцію стає набагато простіше. Вони є необхідними в зв'язку з величезними обсягами і різноманіттям асортименту кави на ринку України.

2.3 Експертиза кави натуральної смаженої меленої

Першим етапом проведення експертизи кави натуральної смаженої меленої була оцінка маркування. Результати аналізу маркування згідно Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» наведено у табл.2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз маркування кави смаженої натуральної меленої

Показники	Зразок				
	ТМ «Pellini»	ТМ «JACOBS»	ТМ «GIMOKA»	ТМ «LAVAZZA»	ВТМ «Перший ряд»
Назва харчового продукту	Кава натуральна мелена	Кава натуральна мелена	Кава натуральна мелена	Кава натуральна мелена	Кава натуральна мелена
Перелік інгредієнтів	80 % Arabica 20% Robusta	Бленд (арабіка/робуста)	20% арабіка, 80% робуста	Купаж арабіки і робусти	Арабіка і робуста
Кількість продукту	500г	500г	480г	250г	450г

Мінімальний термін придатності або дата "вжити до"	24 місяці	24 місяці	24 місяці	24 місяці	24 місяці
Країна походження або місце походження	Італія	Болгарія	Італія	Італія	Україна

За результатами аналізу маркування кави натуральної смаженої меленої щодо повноти маркування не було виявлено порушень, виробники дотримуються правил маркування та вся необхідна інформація зазначена на етикетці, відповідає вимогам.

Другим етапом була оцінка пакування кави натуральної смаженої меленої (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Експертиза пакування кави натуральної смаженої меленої

Показники	ТМ «Pellini»	ТМ «JACOBS»	ТМ «GIMOKA»	ТМ «LAVAZZA»	ТМ «Перший ряд»
Цілісність упаковки	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Герметичність упаковки	4,0	4,0	4,0	4,0	3,0
Зчитуванність інформації	4,0	4,0	4,0	4,0	3,0
Зручність використання	3,0	4,0	4,0	4,0	1,0

Аналізуючи дані табл. 2.4, зразки ТМ «JACOBS», ТМ «GIMOKA», ТМ «LAVAZZA» отримали найвищий бал 4,0 за всіма показниками, що були нами розроблені. Щодо зразку ТМ «Pellini» зручність використання недостатньо задовольнила вимоги, оскільки при відкритті упаковки відразу розсипається її вміст, тому зручність використання було оцінено в 3,0 бали. Щодо зразку ТМ «Перший ряд» читабельність інформації була недосконалою через менші літери,

аніж у інших зразках, тому зразок 5 отримав цілком задовільний бал. Також, упаковка після відкриття не тримає форму, тому зручність використання має найнижчий бал.

Наступним етапом експертизи стало проведення органолептичної оцінки кави натуральної смаженої меленої. Перше уявлення про зразок можна одержати при огляді кави органолептичними методами.

Характеристика досліджуваних зразків кави натуральної смаженої меленої і органолептичними методами за такими критеріями як зовнішній вигляд, смак, аромат, наведена в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Органолептичні показники кави натуральної смаженої меленої

Показники	Оцінка, бал				
	ТМ «Pellini»	ТМ «JACOBS»	ТМ «GIMOKA»	ТМ «LAVAZZA»	ВТМ «Перший ряд»
Зовнішній вигляд	Світло-коричневий, однорідний.	Темно-коричневий, однорідний.	Коричневий, однорідний.	Коричневий, однорідний.	Темно-коричневий, однорідний.
Смак	Насичений кавовий смак, з гіркуватим присмаком, без сторонніх присмаків	Насичений, Кислуватий смак. Без сторонніх присмаків	Насичений кавовий смак, з гіркуватим присмаком, без сторонніх присмаків	Приємний, властивий даному продукту, без стороннього присмаку.	Гіркуватий, властивий продукту, без стороннього присмаку
Аромат	Слабо виражений кавовий аромат, без сторонніх запахів.	Виражений, без сторонніх запахів	Яскраво виражений кавовий, трохи гіркуватий, без стороннього аромату	Яскраво виражений, легкий, властивий даному товару	Дуже слабо виражений, з наявністю слабо вираженого стороннього аромату

З даних табл.2.5 видно, що кава ВТМ «Перший ряд», має гіркуватий смак та дуже слабо виражений аромат. Зразки ТМ «Pellini», «JACOBS», «GIMOKA», «LAVAZZA» мають однорідний зовнішній вигляд, та насичений приємний кавовий смак, без сторонніх присмаків. Аромат в цих зразках кави натуральної смаженої

меленої виражений, без сторонніх запахів. Зразок ТМ «Pellini» має слабо виражений кавовий аромат, але не є критичним при експертизі якості. Проаналізувавши дані табл. 2.5 можна зробити висновок, що зразок кави ВТМ «Перший ряд» не має належної якості за органолептичними показниками, що мають бути в кави натуральної смаженої меленої.

Далі, нами було оцінено зразки кави натуральної меленої за 10-ма дескрипторами (табл.2.6).

Таблиця 2.6

Сенсорна оцінка кави натуральної меленої методом профілю флейвору

Дескриптори	Оцінка, бал					
	Еталон	ТМ «Pellini»	ТМ «JACOBS»	ТМ «GIMOКА»	ТМ «LAVAZZA»	ВТМ «Перший ряд»
Характеристика аромату та смаку						
Гармонійний	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Кислинка	5,0	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Карамельний	4,0	4,5	4,5	4,5	4,5	3,5
Насичений	5,0	3,5	3,0	3,0	3,5	3,0
Солодкуватий	4,5	2,5	4,5	3,0	3,0	2,5
Гіркуватий	2,0	3,0	4,5	3,0	3,0	2,5
Післясмак	5,0	2,0	4,5	2,5	4,0	3,0
Характеристика консистенції						
Щільність напою	5,0	3,5	5,0	3,0	4,5	3,5
Наявність включень сировини	5,0	0,5	5,0	0,5	3,5	0,5
Загальне враження	5,0	5,0	4,5	4,5	3,0	4,5
Сума балів	39,0	33,5	34,5	34,5	36,5	32,5

Для візуального сприйняття результатів дегустації побудовано фігурну профілограму флейвору кави натуральної смаженої меленої (рис. 2.2).

Як видно з результатів дослідження, для кави зразків ВТМ «Перший ряд», ТМ «GIMOKA» та ТМ«JACOBS» дещо не вистачало насиченості порівняно з теоретично розробленим еталоном. За дескриптором післясмак найкращим виявився зразок 4 ТМ «JACOBS» з балом 4,0.

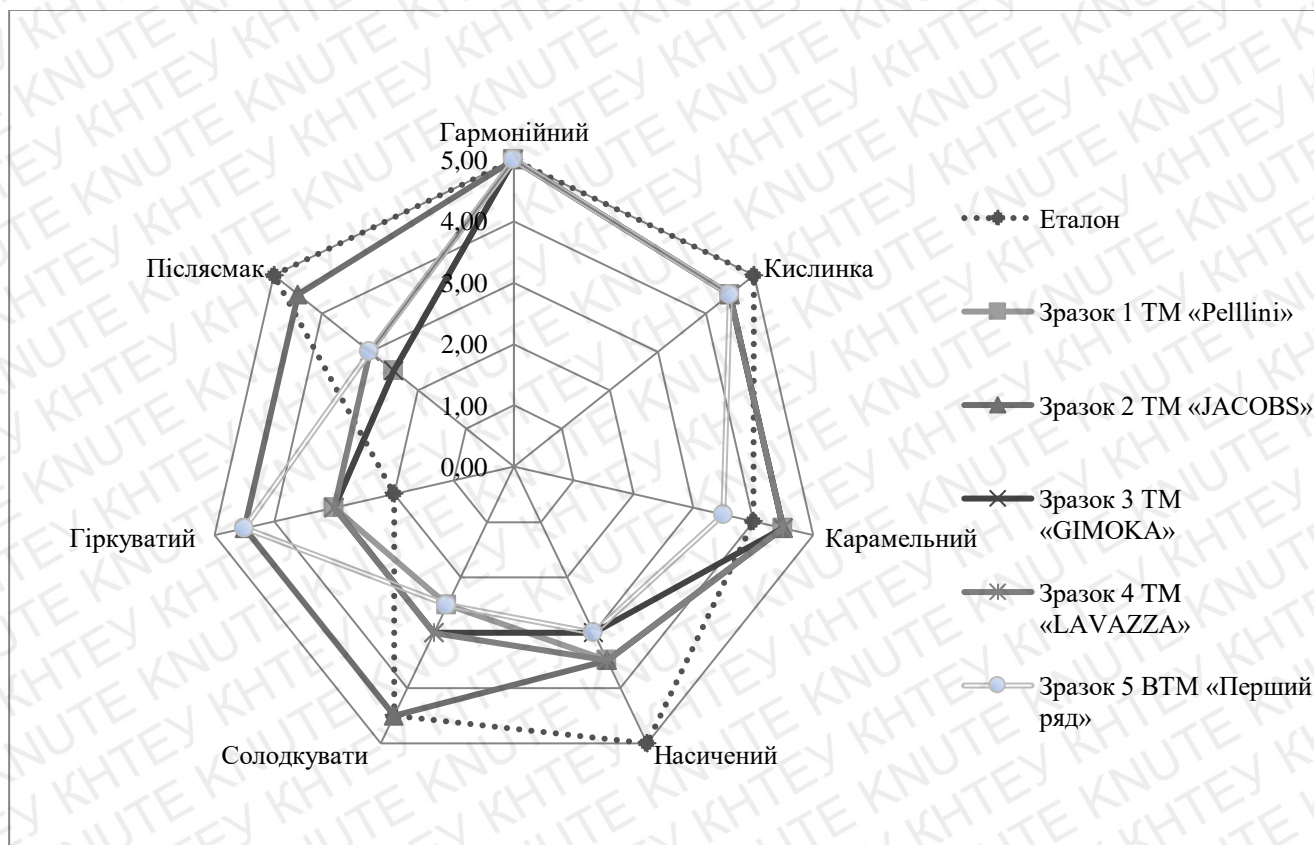


Рис.2.2 Профілограма флейвору кави натуральної смаженої меленої

Порівнюючи розраховану загальну оцінку в балах, найбільш наближеним до еталону є ТМ «LAVAZZA» – з оцінкою 36.5. Різницю в 4.5 від еталону мають ТМ «GIMOKA» та ТМ«JACOBS», різницю в та 5.5 бала має ТМ«Pellini» та найбільшу різницю має ВТМ «Перший ряд» (складає 6.5), що свідчить про необхідність коригування їх якості для максимального наближення до еталону.

Наступним етапом проведення експертизи було визначення фізико-хімічних показників зразків кави натуральної смаженої меленої для визначення їх відповідності вимогам стандарту. Результати лабораторних досліджень за фізико-хімічними показниками наведені у табл.2.7.

Фізико-хімічні показники кави натуральної смаженої меленої

Показники	Оцінка, %					
	Згідно ГОСТ 6805-04	ТМ «Pellini»	ТМ «JACOBS»	ТМ «GIMOKA»	ТМ «LAVAZZA»	ВТМ «Перший ряд»
Масова частка вологи, % не більше	7,0	6,4	5	5,7	5,2	6,6
Масова частка золи, %	5,0	4,8	4,7	5,0	4,8	5,2
Крупність помелу, частка кави, що проходить крізь сито №95, не менше %	98,5	98,7	99,3	98,9	99,1	97,5

Виходячи з даних табл. 2.7 видно, що крупність помелу у зразках кави натуральної смаженої меленої варіюється від 97,5% зразка 5 ВТМ «Перший ряд», до 99,3% зразка 2 ТМ «JACOBS». Масова частка золи в зразках відхиляється від норми максимум на 0,3%, а масова частка вологи не перевищує допустиму норму в жодному зразку кави натуральної смаженої меленої.

Отже, досліджувані зразки за вмістом вологості у каві натуральній смаженій меленій відповідають вимогам стандарту. За масовою часткою золи зразок ВТМ «Перший ряд» має 5,2 % що перевищує норми стандарту. За крупністю помелу зразок ВТМ «Перший ряд» також не відповідає стандарту.

Проведена експертиза кави натуральної смаженої меленої показала, що досліджувані зразки кави ТМ «GIMOKA», ТМ «LAVAZZA», ТМ «Pellini», ТМ «JACOBS» відповідають встановленим вимогам, але кава ВТМ «Перший ряд» має невідповідність щодо показників зольності та крупності помелу.

РОЗДІЛ 3

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ КАВИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

3.1. Організація ланцюгів постачання кави смаженої меленої на ТОВ «АТБ - маркет»

Мережа продуктових супермаркетів «АТБ-Маркет» входить до складу дніпровської корпорації АТБ. Корпорація «АТБ» - це об'єднання великих українських компаній, що здійснюють свою діяльність в таких сферах бізнесу, як управління активами, роздрібна торгівля, виробництво і продаж продуктів харчування, надання послуг в сфері спорту та відпочинку. До корпорації АТБ відносяться мережа супермаркетів «АТБ-маркет», кондитерська фабрика «Квітень», м'ясна фабрика «Фаворит Плюс» [18].

ТОВ «АТБ - маркет» - підприємство корпорації «АТБ – маркет» найбільша мережа України, на 2018 рік динаміка відкриття сягає 100 магазинів на рік.

За даними дослідницьких агентств, мережа є найбільшою роздрібною мережею в Україні і налічує понад 900 магазинів у 248 населених пунктах 22 областей України. Щодня тут роблять покупки понад 3 млн. українців. 2017 року товарообіг мережі склав 80,2 млрд грн.

Мережа магазинів увійшла до двадцятки найбільших платників податків країни, сума сплачених податків ТОВ «АТБ - маркет» 2017 року склала 4,7 млрд грн.

Асортимент магазинів становить більше 4000 товарів, з яких близько 750 — товари власних торгових марок. Мережа, також, відома продажем дешевих товарів.

Основним структурним елементом "АТБ-Маркет" є головний центр, представлений на рис. 3.1. Для забезпечення різних напрямів комерційно-господарської діяльності компанії "АТБ-Маркет" створенні такі підрозділи як: маркетинговий, комерційний, технічний, економічний, фінансовий, розвитку мережі, кадрів та ін.

Комерційний підрозділ "АТБ-Маркет" очолює комерційний директор. Цей підрозділ складається з закупівельного, товарного відділу та внутрішнього розподільного центру.

Відділ закупівель "АТБ-Маркет" проводить роботу з організації гуртових закупівель товарів від постачальників для забезпечення потреб мережі компанії. Для цього відділ використовує дані товарних, а також інших відділів про потребу і рух товарів у розрізі окремих груп товарів, що належать до асортименту компанії.

Розподільний центр головного центру компанії організовує товаропостачання в масштабах усієї торговельної організації, займається доставкою закуплених товарів до кожного локального магазину.

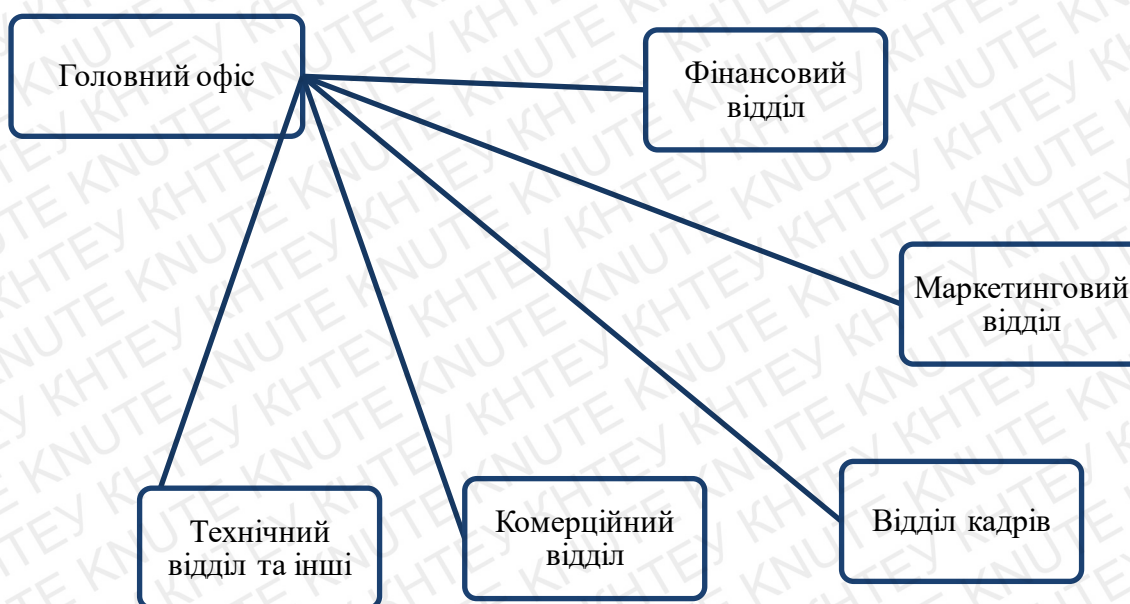


Рис. 3.1 Організаційна структура управління ТОВ «АТБ - маркет».

У штаті компанії є спеціальний підрозділ, який займається комерційною роботою, плануванням та доставкою товарів у магазини. Він розробляє найбільш ефективні ланцюги поставок. Схема ланцюгів поставок у магазини наведена на рис.

3.2.

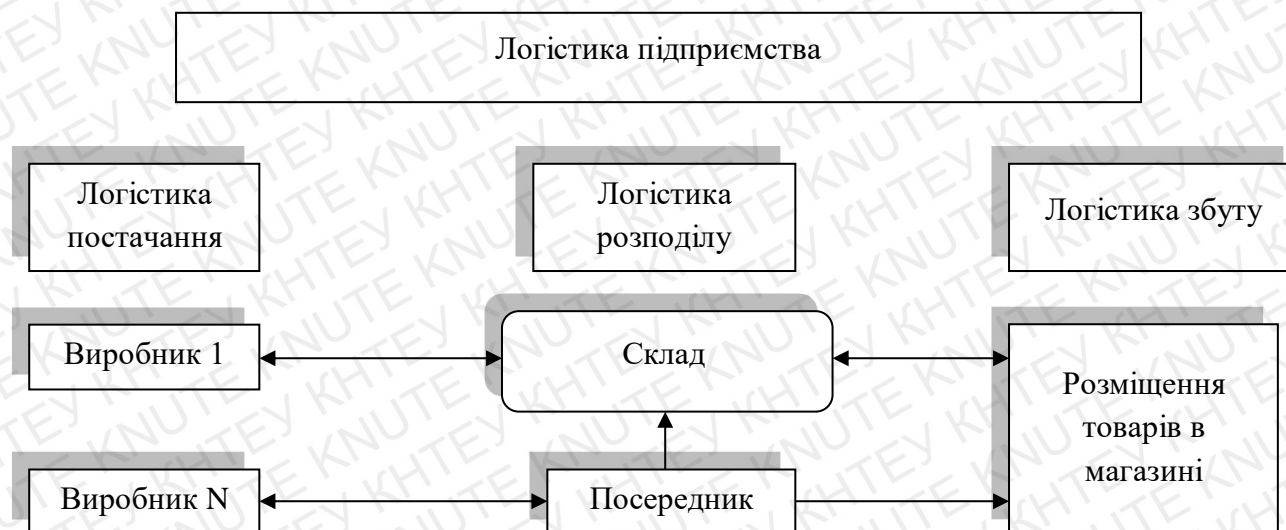


Рис. 3.2. Структура логістичної системи підприємства

Як видно, з рисунку 3.2. постачання товарів у магазин здійснюється від виробника напряму, від виробника на склад, від виробника через посередника на склад. Це залежить від виду товару та виробника. Переважно це такі групи товарів: напої, крупи, кондитерські вироби.

Щодо ланцюгів постачання кави на підприємство, основними постачальниками кави є виробники представлені у таблиці 3.2

Таблиця 3.2

Основні постачальники кави на ТОВ «АТБ - маркет»

Виробник	Асортимент, який представляє
ТзОВ «Галка»	Кава зернова, Кава натуральна мелена, Кава розчинна, Мікси
ТзОВ «Кава зі Львова»	Кава в зернах, Кава мелена у стіках, Кава натуральна мелена, Кава розчинна, Мікси
ПРАТ «ЯКОБЗ ДАУ ЕГБЕРТС Україна»	Кава в зернах, Кава мелена у стіках, Кава натуральна мелена, Кава розчинна, Мікси
«Lavazza»	Кава зернова, Кава натуральна мелена, Кава розчинна, Мікси
«Pellini»	Кава зернова, Кава натуральна мелена, Кава розчинна, Мікси
«GIMOКА»	Кава зернова, Кава натуральна мелена, Кава розчинна, Мікси
ТМ "Розумний вибір"	Кава натуральна мелена, Мікси

Безумовно, здійснюючи комерційну діяльність при пошуку постачальників ТОВ «АТБ - маркет» керується також і такими принципами як:

- репутація та імідж;
- надійність;
- якість продукції;
- можливий обсяг поставки;
- дотримання термінів, графіків поставки;
- рівень ціни на продукцію або послуги;
- умови поставки і форми розрахунків;
- взаємовідношення з замовниками (довірчі, тісні, довготривалі, комфортні або епізодичні, формальні, диктаторські);
- додаткові послуги.

З перерахованих вище принципів найбільш переважними в виборі постачальника є якість продукції і термін поставки.

Майже всі постачальники кави натуральної меленої доставляють продукцію на склад, де вона зберігається до наступної затребуваності для магазину. Кава не вибаглива до транспортування. В транспорті її можуть комбінувати й з іншими товарами, що не перешкоджають товарному сусідству.

Процеси здійснення виробничо-торговельної діяльності, зміст функцій органів постачання підприємства ТОВ «АТБ - маркет» включає три напрямки.

1. Планування, що припускає:

- вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, а також ринку окремих товарів;
- прогнозування і визначення потреби усіх видів ресурсів, планування оптимальних господарських зв'язків;
- оптимізацію виробничих запасів;
- планування потреби у постачанні товарів для забезпечення відповідного рівня запасів;
- оперативне планування постачання товарів.

2. Організація, що включає:

- збір інформації про потрібну продукцію, участь у ярмарках, виставках, продажах, аукціонах і т.д.;
- аналіз усіх джерел задоволення потреби в продукції з метою вибору найбільш оптимального;
- укладання з постачальниками господарських договорів на постачання продукції;
- одержання й організацію завезення реальних ресурсів;
- організацію складського господарства, що входить до складу органів постачання.

3. Контроль і координація роботи, до складу яких входять:

- контроль за виконанням договірних зобов'язань постачальника, виконання ними термінів постачання товарів;
- вхідний контроль за якістю і кількістю товарів, що надходять;
- контроль за виробничими запасами товарів;
- висування претензій постачальникам і транспортним організаціям;
- аналіз дієвості постачальницької служби, розробка заходів щодо координації постачальницькою діяльністю і підвищення її ефективності.

Отже, відділи постачання на підприємстві ТОВ «АТБ - маркет» функціонує з метою своєчасного й оптимального забезпечення необхідними ресурсами відповідної марки і якості.

На іншому кінці ланцюгу логістичної діяльності ТОВ «АТБ - маркет» знаходиться функція збуту продукції (товарів) кінцевому споживачеві.

Основні функції збуту можна об'єднати в три групи: планування; організації; контролю і регулювання.

1. Основний зміст функції планування збуту ТОВ «АТБ - маркет» наступний:

- розробка перспективних і оперативних планів продажів товарів;
- аналіз і оцінка кон'юнктури ринку;
- формування асортиментного плану збуту по замовленнях покупців;
- вибір каналів розподілу і руху товарів до кінцевого споживача;

- планування рекламних кампаній та розробка заходів щодо стимулювання збуту товарів;
- складання кошторисів-витрат та їх оптимізація.

2. Функції організації збуту ТОВ «АТБ - маркет»:

- організація складського і тарного господарства для продукції та напівфабрикатів;
- організація продажів і доставка товарів споживачам;
- організація перед-і післяпродажного обслуговування споживачів;
- організація каналів руху товарів і розподільних мереж;
- організація проведення рекламних кампаній і заходів щодо стимулювання збуту товарів;
- організація підготовки торгового персоналу та управління діяльністю торгових представництв;
- організація взаємодії всіх підрозділів підприємства для досягнення цілей збуту.

3. Опції збутового контролю та регулювання ТОВ «АТБ - маркет»:

- оцінка результатів збутової діяльності;
- контроль за виконанням планів збуту;
- оперативне регулювання збутової діяльності підприємства з урахуванням впливу зовнішніх і внутрішніх несприятливих факторів;
- оцінка і стимулювання діяльності збутового апарату;
- стратегічний, бухгалтерський та оперативний облік збутової діяльності.

Таким чином організовані ланцюги постачання кави натуральної меленої на підприємство ТОВ «АТБ - маркет».

3.2. Оцінка ефективності ланцюгів постачання кави натуральної смаженої меленої на підприємстві торгівлі та розробка заходів щодо її підвищення

Управління ланцюгами поставок - це організація, планування, контроль і регулювання товарного потоку, починаючи з отримання замовлення і закупівлі товарів для подальшого доведення його з оптимальними витратами ресурсів до кінцевого споживача відповідно до вимог ринку [47, 31].

Основними рушіями в ланцюгу поставок кавової промисловості є інформаційні технології, транспортування та постачання. Правильні та ефективні інформаційні системи є важливими для кожного рівня в ланцюзі поставок. На рівні виробника доступ до Інтернету та інформаційних систем дозволяє безпосередньо зв'язувати внутрішні та міжнародні ринки через Інтернет. Вони зможуть порівнювати ціни з різними експортерами, а також брати участь в інтернет-аукціонах кавових зерен [18, 34].

При оцінюванні рівня ефективності логістичної системи використовується цілий комплекс показників. Найбільш загально ефективність функціонування ланцюгів постачання торговельного підприємства характеризують фінансові результати його діяльності [37].

Фінансові результати від господарської діяльності ТОВ «АТБ - маркет» наведені в табл. 3.3, яка містить в собі найбільш основні, економічні показники з певними результатами на минулий і поточний роки, які аналізуються і порівнюються між собою для більш чіткої картини результатів діяльності

Таблиця 3.3

**Показники динаміки фінансових результатів господарської діяльності
ТОВ «АТБ - маркет» за 2016-2018 рр., млн.грн.**

Показник	Роки			Відхилення	
	2016	2017	2018	+ -	%
Чистий дохід від реалізації продукції	45635	46418	52663	6028	15,0
Собівартість реалізованої продукції	18793	18350	21254	3461	35,3

Продовження табл. 3.3

Валовий прибуток	15842	15068	19410	3568	61,1
Інші доходи	2608	1679	1803	1195	196,5

Адміністративні витрати	8120	8365	8447	327	29,2
Витрати на збут	4207	3845	5625	1418	33,7
Інші операційні витрати	1147	1024	997	-150	-13,1
Прибуток від операційної діяльності	142	176	133	-9	-6,3
Інші доходи	89	95	97	9	112,5
Чистий прибуток	990	983	984	-9	-8,5

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства ТОВ «АТБ - маркет» показує, що дохід від реалізації продукції у 2018 році є значно більшим, порівняно з 2016 та 2018 роками. Чистий дохід у 2018 році, порівняно з 2016 роком, збільшився на 6,03 млрд. грн. або на 15%. Відповідно збільшилися і валовий прибуток та прибуток від операційної діяльності. Протягом останніх трьох років підприємство працювало прибутково, проте чистий прибуток у 2018 році, порівняно з 2016 роком, зменшився на 6 млн. грн. внаслідок збільшення витрат. Витрати 2018 року також збільшилися, а саме: адміністративні витрати - на 29,2%, інші операційні витрати - на 13,1%, витрати на збут на – 33,7%.

Динаміка зміни показників рентабельності господарської діяльності підприємства в сфері реалізації кави натуральної смаженої меленої ТОВ «АТБ - маркет» наведена в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Показники рентабельності господарської діяльності ТОВ «АТБ - маркет» за 2016-2018 рр.

Показники	2016р.	2017р.	2018р.	Відхилення 2018 р. до 2016 р.
Рентабельність продукції, %	39,6	48,8	49,8	10,2
Рентабельність продажу, %	28,3	31,5	42,4	14,1

Продовження табл. 3.4

Рентабельність підприємства, %	0,7	0,75	0,53	-0,17
--------------------------------	-----	------	------	-------

Рентабельність власного капіталу, %	5,3	1,5	3,2	-2,1
Рентабельність залученого капіталу, %	5,4	1,4	2,6	-2,8

Згідно таблиці 3.5, рентабельність продукції зросла на 10,2%, рентабельність продажу - на 14,1%, внаслідок збільшення валового прибутку підприємства. Рентабельність підприємства зменшилась на 0,17%, рентабельність власного капіталу - на 2,1%, а залученого капіталу - на 2,8%, причиною цього є збільшення середньорічної вартості власного та залученого капіталу.

Отже, проведений аналіз даних ефективності виробничо-торговельної діяльності підприємства ТОВ «АТБ - маркет» дозволив зробити висновок про швидкий ріст реалізації продукції, активи підприємства за останні роки збільшились, що свідчить про розширення діяльності, проте спостерігається збільшення поточних зобов'язань підприємства за розрахунками та зменшення зареєстрованого капіталу.

Ефективність будь-якої комерційної діяльності організації, і особливо закупівельної, має величезне значення для її функціонування в цілому [33]. Відділ організації ланцюгів постачань ТОВ «АТБ - маркет» ретельно оцінює результати своєї діяльності, ефективно здійснює економію з постійним скороченням витрат. Він впливає на розподіл коштів, бере активну участь в аналізі проектів, які потребують витрат, і отже сприяє поліпшенню загальних результатів. Для підприємства важливі як кількісні, так і якісні виміри оцінки ефективності відділу закупівель для підтримки їх нормальної конкурентоспроможності.

З даних табл. 3.5 видно, що ТОВ «АТБ-маркет», має позитивні зміни в діяльності, та правильно організовує канали збута та вміло керує своїми запасами.

Показники стану запасів кави натуральної смаженої меленої ТОВ «АТБ-маркет» у 2018 році

Показник	Методика розрахунку	Розрахунок показника
1	2	3
Коефіцієнт оборотності запасів кількість оборотів	$\frac{\sum OK_t}{СБ_{р.п.}}$ де $\sum OK_t$ – середня сума оборотних коштів за певний період часу, $СБ_{р.п.}$ – собівартість реалізованої продукції	$\frac{22663}{18432} = 1.2$
Тривалість одного обороту	$\frac{K_{днів T}}{K_{обор}}$ де $K_{днів T}$ – кількість днів періоду, $K_{обор}$ – кількість оборотів	$\frac{120}{7} = 17 \text{ днів}$
Рентабельність каналів збуту (сегментів, клієнтів)	$\frac{\sum ВП}{\sum ВР}$ де $\sum ВП$ – сума валового прибутку, $\sum ВР$ – сумарні витрати на реалізацію продукції	$\frac{9410}{4945} = 1,9$

В табл.3.6 вказані виявлені недоліки ланцюгів постачання кави ТОВ «АТБ-маркет» та шляхи їх усунення.

Таблиця 3.6

Діагностування стану та перспективних напрямів розвитку ланцюгів постачання ТОВ «АТБ-маркет»

Виявлена проблема	Причина	Наслідки	Що потрібно робити
Постійні переробки водіїв	Затримка транспорту на завантаженні	Диспетчера не можуть своєчасно надати інформацію	Скоординувати роботу відділу збуту, організації перевезень і виробництва

Низька щільність завантаження машин	Відділ збуту планує маршрути на підставі заявок, а не виписаних ТТН.	За фактом заявки виконуються не в повному обсязі і машини їдуть напівпорожні	Планувати маршрути по фактично зібраним заявками
Повернення продукції на склади	Водії не встигають доставити товар протягом дня	Зменшуються терміни придатності продукції. Збільшення транспортних витрат	Своєчасно завантажувати машини на складах

Заходи з оптимізації ланцюга постачання кави підприємства представлені у табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Напрями оптимізації ланцюгів постачання кави ТОВ «АТБ-маркет»

Функціональні області	Оптимізація	Ефект від оптимізації
Закупки	Чітка система управління запасами	Зменшення затрат на закупку товарів
	Вибір надійних постачальників	Мінімізація ризиків при закупівлі товару. Зменшення страхового запасу товару
Склад/РЦ	Розміщення складу	Скорочення витрат
	Залучення експедиторів при прийомці товару	Скорочення часу прийомки
	Чіткий графік прийомки та відвантаження товару, заздалегідь спланований	Скорочення часу
	Рішення щодо власного складу	Скорочення витрат
Транспорт	Закупка додаткових кузовів	Скорочення часу прийомки. Зменшення простою машин
	Введення системи обліку пробігу транспорту та витрат на паливо	Скорочення витрат
	Придбання власного транспорту	Скорочення собівартості перевезень
Персонал	Підвищення кваліфікації	Збільшення ефективності роботи
	Бонусне заохочення	Зменшення трудових ресурсів, часу, збільшення точності прогнозування

Отже, після проведеного аналізу можна зробити наступні висновки:

- вкрай важливо зосередити основну увагу відділу закупівель на постійних постачальників. Необхідно прагнути до збільшення суми закуповуваних товарно-матеріальних цінностей у них. Також варто зробити акцент на прагненні перетворення великих постачальників в постійних.
- аналіз і вибір постачальника, є питаннями суб'єктивної оцінки, ведуть до розміщення замовлення. Більшість компаній застосовують просту форму оцінки пропозицій при їх аналізі, але універсальної практики в цьому не існує. Багато замовлень розміщуються в результаті тендера, наприклад, після ознайомлення з прайс-листом або в ході переговорів.
- організація ланцюгів поставок підприємств є складною комерційною діяльністю, яка потребує постійного вдосконалення.
- формування ланцюгів поставок має здійснюватися, спираючись на сучасні технології, на нові форми організації процесу закупівель.
- формування ланцюгів поставок має здійснюватися, спираючись на сучасні технології, на нові форми організації процесу закупівель.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Проаналізувавши законодачу-нормативну базу щодо експертизи та безпеки та якості кави, встановлено, що наразі в Україні чинні стандарти щодо якості та безпеки кави натуральної. А також її складає низка законодавчих (Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпеки та якості харчових продуктів», Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні», Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення») та нормативних документів.

2. На основі аналізу теоретико-методологічних засад організації ланцюгів постачання кави на підприємствах торгівлі визначено основні показники, що характеризують ефективність логістичної системи торговельних підприємств. Серед них: рентабельність інвестицій, завантаженість потужностей логістичних об'єктів, коефіцієнт оборотності запасів, тривалість одного бороту, витрати утримання запасів, частка логістичних витрат в структурі загальних витрат, рентабельність каналів збуту.

3. Розроблено критерії ідентифікації кави натуральної меленої, а саме: зовнішній вигляд, аромат, смак, повнота маркування, масова частка вологи, масова частка золи, крупність помелу.

4. За результатом проведеної експертизи кави натуральної смаженої меленої встановлено, що дослідні зразки ТМ «GIMOKA», ТМ «LAVAZZA», ТМ «Pellini», ТМ «JACOBS» відповідають встановленим вимогам щодо повноти маркування, а у зразку ТМ «Перший ряд» виявлено порушення законодавства України, а саме недосконала читабельність інформації. За органолептичними дослідженнями (зовнішній вигляд, смак, запах), встановлено, що усі досліджувані зразки кави відповідають вимогам. Дослідження фізико-хімічних показників засвідчило, що всі зразки кави натуральної смаженої меленої відповідають вимогам нормативної документації.

5. Досліджено процес організації ланцюгів постачання кави натуральної смаженої меленої на ТОВ «АТБ-Маркет». Підприємство отримує товари напряму

від виробника на магазини мережі, або на розподільчі центри мережі, а далі «власною логістикою» у магазини.

6. Проведена оцінка ефективності ланцюгів поставок кави смаженої меленої на підприємстві «АТБ-маркет». Встановлено, що протягом 2016-2018 операційні витрати підприємства збільшилися на 13.1% а також збільшилися витрати на збут – 33,7%. Проаналізовані показники запасів кави натуральної меленої. Коефіцієнт оборотності запасів складає 1,2; Тривалість одного обороту – 17 днів; рентабельність каналів збуту складає – 1,9.

На основі проведених досліджень у роботі сформовано наступні пропозиції:

- для поліпшення роботи ТОВ «АТБ - маркет» слід звернути увагу на місцевих оптових продавців кави, в цьому випадку виключаються витрати на перевезення і супровід вантажів з інших міст.
- для підвищення безпечності якості кави натуральної меленої потрібно оновити нормативні документи та гармонізувати їх з вимогами Євросоюзу.
- для виявлення найбільш ефективної системи постачання важливо використовувати різні методи оцінки ефективності ланцюгів поставок, такі як: традиційні методи оцінки, стратегічні методи, а також багато інших методів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова Т.С., Кускова Е.С., Карпова Н.П. Экологические направления развития логистики // Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – № 6(34). – С. 21–23.
2. Адрианова, Т. Прямые и косвенные поставки Текст. // РИСК. 2017. - №4.- С. 34-39.
3. Альбеков А.У. Коммерческая логистика Текст./ А.У. Альбеков, О.А. Митько Ростов н/Д: Феникс, 2016. – 416 с.
4. Андреев А. Об особенностях национального рынка транспортных услуг // Логистика. – 2001. – № 3. – С.19-20.
5. Анікін, Б.А. Логістика / Б.А. Анікін, Т.А. Родкіна. – М. : ТК Велбі, видавництво Проспект, 2007. – 408 с.
6. Ахметзянов, А. Управление цепями поставок, партнерство при закупках Текст. // ЛОГИНФО.-2015. № 1. - С.23-25.
7. Бахарев В.О., Торопацкий М.И., Щербаков В.В. Основы коммерции: Учебное пособие. - Спб.:Изд-во СПбГУЭФ, 2016. - 94 с.
8. Бауерсокс, Д. Дж. Логістика: інтегрований ланцюг постачання Текст./ Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс: пер. с англ.-М.:«Олімп Бізнес», 2017. – 132 с.
9. Белов Л.Б. Основные подходы к выбору модели материальнотехнического снабжения холдинга // Логистика и управление цепями поставок. - 2015. - №6. - С. 22-27.
10. Бравар Ж. - Л. Эффективный аутсорсинг: понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж. - Л. Бравар, Р. Морган. - М.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 251 с.
11. Войтоловский Н.В. Рационализация деятельности промышленного предприятия на основе аутсорсинга / Н.В. Войтоловский, Е.С. Шленкова. - СПб.: СПбГУЭФ, 2004. - 159 с.

12. ГОСТ 12303-80. Пачки из картона, бумаги и комбинированных материалов. Общие технические условия. – Введ. 01-01-1982. – М. : Изд-во стандартов, 2008. – 11 с.
13. ГОСТ 6805-04. Кофе натуральный жареный. Общие технические условия. – Введ. 26-05-04. – М. : Изд-во стандартов, 2004. – 14 с.
14. ГОСТ 17527-14. Упаковка. Термины и определения. - Введ. 01-01-14. – М. : Изд-во стандартов, 2014. – 15 с.
15. ГОСТ 24370-80. Пакеты из бумаги и комбинированных материалов. - Введ. 01-01-82. – М. : Изд-во стандартов, 1982. – 16 с.
16. Демчева Е.А. Научно-технический аутсорсинг как инструмент повышения конкурентоспособности компании / Е.А. Демчева, В.Б. Люкманов // Предпринимательство. - 2008. - №6. - С.27.
17. Дубиніна А.А., Жук Ю.Т., Жук В.А., Жестерова Н.А. Товарознавство смакових товарів. Навчальний посібник/ТОВ «Видавничий дім «Професіонал». - Київ, 2015. – 321 с.
18. ДСТУ ISO 6564:2005 (ISO 6564:1985, IDT). Дослідження сенсорне.Методологія. Методи створення спектра флейвору. — [Чинний від 2005—05—25]. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — 9 с.
19. Исследования рынка / McKinsey & Company / Дело, 2015. – С. 23-25.
20. Квятковская Я.К., Павленко С.Р. Мой кофе – праздник вкуса / Продукты питания. - 2012. - №5-6. – С.4
21. Кунділовська Т.А. Розробка ефективної методики сенсорної оцінки кави натуральної розчинної / Т.А. Кунділовська, К.В. Коцієвська // Зб. наук. пр. ОНАХТ. – Одеса : ОНАХТ, 2016. – Вип. 38, Т. 2 – С. 453 – 459.
22. Лавров О. В. Материальные потоки в логистике / О. В. Лавров. – Саратов : СГТУ, 2003. – 250 с.
23. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок: Пер. з англ. — М.: ИНФРА-М, 2005. — XVIII, 798 с.
24. Ліндерс М.Р. Управління закупками та постачанням: пер с англ. - М.: ЮНІТІ, 2017. – 134 с.

25. Логістика: інтегрований ланцюг постачання: пер. з англ. / Н.Н. Баришнікова. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 640 с.
26. Нахмедов Ф.Г. Технологія кавопродуктів / Фарух Гідаятович Нахмедов. – М.: Лег. и пищ. пром-сть, 2015. – 183 с.
27. Неруш, Ю. М. Грузовые перевозки и тарифы / Ю. М. Неруш, Я. Ю. Лозовой, Б. В. Шабанов. – Москва : Транспорт, 1989. – 185 с.
28. Панкратов Ф.Г., Серегина, К.К. Коммерческая деятельность: учебное пособие для вузов. - М.: ИНФРА, 2016. – 192 с.
29. Перебийніс, В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : монографія / В. І. Перебийніс, О. В. Перебийніс. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2005. – 207 с.
30. Петрович О.С. Кофе натуральный и другой: украинский рынок кофейных продуктов / Продукты питания. – 2015. - №4. – С.5
31. Понамарьов П.Х., Сирохман І.В. Безпека харчових продуктів та продовольчої сировини.-К.: Лібра, 2016. – 272 с.
32. Поведение потребителей / Энджелл Дж.Ф., Блэкуэл Р.Д. – СПб.: Питер Ком , 2017. – 248 с.
33. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [\www/URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр).
34. Сергеев В.И., Эльяшевич И.П. Логистика снабжения: Учеб. пособ. - М.: Рид Групп, 2018. – 165 с.
35. Сирохман П.Г., Задорожний І.М., Пономарьов П.Х. Товарознавство продовольчих товарів.-К.: Лібра , 2016. – 632 с.
36. Система управління якістю. Основні положення та словник : ДСТУ ISO 9000:2001. – К.: Держспоживстандарт України, 2001. – 35 с.
37. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги : ДСТУ 4161–2003. – К.: Держспоживстандарт України, 2003. – 39 с.

38. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга : ДСТУ ISO 22000:2007. – К.: Держспоживстандарт України, 2001. – 32 с.
39. Сирохман І.В. Товарознавство смакових товарів. / Сирохман І.В., Раситюк Т.М. – Львів: Видавництво ЛКА, 2017 – 426 с.
40. Смехов А.А. Маркетинговые модели транспортного рынка. – М.: Транспорт, 2009. – 120 с.
41. Смирнов І.Г. «Зелена логістика»: еколого-географічний вимір / І.Г. Смирнов // Український географічний журнал. – 2002. – № 2. – С. 49 – 52.
42. Спиро Р. Л., Стэнтон У.Дж., Рич Г. А. Управление продажами / Пер. з англ. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2004. — 704 с.
43. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой / Пер. с англ. В. Егорова. - М.: Инфра-М, 2016. – 231 с.
44. Таран С.А. Как организовать склад: практические рекомендации профессионала. – М.: Издательство «Альфа-пресс», 2006. – 160 с.
45. Тарасенко, А. Кофе Тон: рецепты кофе, марки и сорта кофе. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://coffeeton.com>.
46. Тенденції споживання напоїв. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.nestleprofessional.com/ukraine/ua/BeverageExpertise/Info/Pages/BeverageConsumeTrends.aspx>.
47. Уотерс, Д. Управление цепью поставок /Д. Уотерс; пер.с англ. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 245 с.
48. Чепурной И.П. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров. / Чепурной И.П. – М.: Маркетинг, 2015. – 404 с.
49. Федорова, Л.С. Загальний курс транспортної логістики / Л.С. Федорова, В.А. Персіанов, І.Б. Мухаметдинов. – М. : Кнорус, 2011. – 312 с.
50. Standard Terminology Relating to Sensory Evaluations of Materials and Products. The American Society for Testing and Materials. Flavor. [Electronic resource]. — Way of access:<http://www.sensorysociety.org/knowledge/sspwiki/Pages/Flavor%20Flavour.aspx#ref1>.

5. Скіцько В. І. Ризик-менеджмент в сучасних ланцюгах постачання // Матеріали Шостої Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики»: Атлант, 2017. С. 141–142.
6. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: Підручник / Є.В. Крикавський. – 2-е вид. доп. і переробл. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2006. – 454 с.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра техн. наук, професора
ПРИТУЛЬСЬКОЇ Н.В.

ЕКСПЕРТИЗА КАВИ НАТУРАЛЬНОЇ СМАЖЕНОЇ МЕЛЕНОЇ

**ДЕМ'ЯНЕНКО М., 1 курс ФТМ КНТЕУ,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціалізація «Товарознавство і комерційна логістика»**

У статті проаналізовано ринок кави натуральної смаженої меленої в Україні та світі, проведена товарознавча експертиза якості кави, розроблена профілограма смаку кави натуральної смаженої меленої.

In article we have analyzed the market of natural fried ground coffee in Ukraine and in the world, have considered goods expertise of coffee quality, and have developed a profile of the taste of natural fried ground coffee.

Кава – популярний та улюблений напій серед населення різних країн світу. Завдяки кофеїну кава сприятливо діє на організм людини, тобто підвищує її загальний тонус і працездатність. Кава за товарознавчою класифікацією відноситься до смакових товарів. За загальноприйнятим визначенням смакові товари – це різноманітні за хімічною природою продукти, які характеризуються відповідною фізіологічною дією на організм людини, збуджують центральну нервову систему і стимулюють роботу травної системи, поліпшують засвоєння їжі [1].

Підробка кавових зерен зустрічається досить рідко. Набагато ширше застосовується фальсифікація меленої кави. Для її підробки використовують різні сурогати, які підмішують в натуральну каву. Ці домішки зазвичай складаються із підсмаженого і подрібненого ячменю, пшениці і соєвих бобів. Шкоди здоров'ю це звісно не приносить однак, купуючи каву споживач хоче отримати саме цей товар, а не його підробку.

Кава – чудовий за своїми смаковими і стимулюючими якостями напій. Для того, щоб отримати дійсну насолоду від кави, необхідно знати, що ви п'єте, з чого складається той або інший букет напою. Тому актуальним є проведення експертизи кави, що реалізується на ринку України.

Метою роботи є товарознавча експертиза кави натуральної смаженої меленої.

Об'єктом дослідження було обрано каву натуральну смажену мелену провідних товаровиробників України.

Предметом дослідження є споживні властивості та якість кави натуральної смаженої меленої.

Для досягнення поставленої мети необхідно було:

- проаналізувати ринок кави в Україні;