

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Товарознавча оцінка морозива пломбір при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності»

Студентки 2 курсу, 7 групи,
спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації
«Товарознавство та організація
зовнішньої торгівлі»

Рябої Олени
Петрівни

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

Вежлівцева Світлана
Петрівна

Науковий консультант
канд. екон. наук, доцент

Генералов Олександр
Валентинович

Гарант освітньої програми
док-р техн. наук, професор

Мокроусова Олена
Романівна

Київ 2019

АНОТАЦІЯ

Ряба О.П. Товарознавча оцінка морозива пломбір при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

У випускній кваліфікаційній роботі проаналізовано законодавчо-нормативну базу регулювання безпечності та якості морозива в Україні та світі, досліджено фактори, що впливають на формування споживних властивостей морозива, здійснено аналіз основних аспектів організації імпорту. Надана порівняльна характеристика якості та конкурентоспроможності морозива закордонного та вітчизняного виробництва.

Здійснено аналіз особливостей організації та проведення операцій з імпорту ТОВ «СІЛПО – ФУД» і розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності імпортової діяльності на даному підприємстві.

Ключові слова: морозиво, якість, безпечність, конкурентоспроможність, НАССР, інтегральний показник, імпорт, контракт, умови поставки.

SUMMARY

Riaba O.P. Commodity evaluation of ice cream sundae in the implementation of foreign economic activity.

In the final qualifying paper (project) the analysis of the legislative-normative base on safety and quality of ice cream in Ukraine and the world, characterized factors that influence the formation of ice cream consumption properties, the analysis of basic aspects of organization of import. The comparative characteristics of the quality and competitiveness of the ice cream of foreign and domestic production are given.

The analysis of the organization features and the import operations of LLP «SILPO-FOOD» was carried out and the recommendations on increasing the efficiency of the import activity on the given enterprise were developed.

Key words: ice cream, quality, safety, competitiveness, HACCP, integral indicator, import, contract, delivery terms.

ЗМІСТ

	С.
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	6
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ МОРОЗИВА	10
1.1. Аналіз законодавчо-нормативної бази щодо якості та безпечності морозива в Україні та світі.....	10
1.2. Фактори формування споживних властивостей морозива.....	14
1.3. Організація операцій з імпорту морозива.....	17
РОЗДІЛ 2. ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОРОЗИВА ПЛОМБІР	22
2.1. Організація, об'єкти та методи дослідження.....	22
2.2. Стан та перспективи розвитку ринку морозива в Україні та світі.....	27
2.3. Комплексна оцінка якості та конкурентоспроможності морозива пломбір різних виробників, що реалізується у ТОВ «СІЛЬПО - ФУД»	34
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ МОРОЗИВА ПЛОМБІР ТОВ «СІЛЬПО - ФУД».....	41
3.1 Організація та ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» при здійсненні імпорту морозива пломбір.....	41
3.2.Обґрунтування напрямів підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «СІЛЬПО - ФУД».....	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	70

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЗУ – Закон України;

НАССР – Hazard Analysis and Critical Control Points (система аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок);

ДСП – Державні санітарні правила;

СанПіН – Санітарні правила і норми;

ГН – гігієнічний норматив;

ДСТУ - Державний стандарт України;

ТР – технічний регламент;

GMP – належна виробнича практика;

GHP – належна гігієнічна практика;

ЗЕД – зовнішньоекономічна діяльність;

ТМ – торговельна марка;

БГКП – бактерії групи кишкової палички;

КУО – колонієутворюючі одиниці;

МАФАМ – мезофільно аеробні та факультативно-анаеробні мікроорганізми;

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю;

ЗТО – зовнішньоторгова операція;

ЗТК – зовнішньоторговельний контракт.

ВСТУП

Актуальність теми. Молочним продуктам, враховуючи їх підвищену біологічну цінність, в організації здорового харчування відводиться першочергове значення. Це стосується й морозива, харчова цінність якого обумовлена наявністю повноцінних білків, легкозасвоюваних жирів, незамінних амінокислот, солей кальцію, магнію та фосфору, що є життєвонеобхідними для нормального функціонування організму людини.

Морозиво є одним із найулюбленіших продуктів й користується стабільним попитом у населення, особливо дитячого віку. Для забезпечення конкурентоздатності, виробники намагаються постійно вдосконалювати та розширювати свій асортимент, але не завжди приділяють належну увагу якості морозива. В зв'язку з цим дослідження якості морозива провідних торговельних марок є досить актуальним завданням.

Імпорт є засобом поширення нових, ефективних машин і устаткування, реформування та інтенсифікації виробництва. Імпорт забезпечує доступ до більш дешевих і якісних товарів, сприяє наповненню ринку дефіцитними товарами, зумовлює зростання конкуренції та стимулювання оптимізації виробництва на національній території. Враховуючи таку важливу роль, яку відіграє імпортна діяльність, вивчення основних аспектів організації і здійснення імпорту та пошук шляхів його оптимізації на підприємствах є актуальним питанням.

Метою даної випускної кваліфікаційної роботи є проведення товарознавчої оцінки морозива при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Для досягнення поставленої мети, необхідно було вирішити наступні **завдання:**

- проаналізувати законодавчо-нормативну базу щодо якості та безпечності морозива в Україні та світі;
- розглянути фактори формування споживних властивостей морозива;
- навести теоретичні засади організації імпорту морозива в Україні;

- дослідити сучасний стан та перспективи розвитку ринку морозива в Україні та світі;
- провести порівняльну товарознавчу оцінку якості морозива;
- провести оцінку конкурентоспроможності морозива пломбір закордонного і вітчизняного виробництва;
- охарактеризувати зовнішньоекономічну діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «СІЛЬПО – ФУД»;
- дослідити особливості організації імпорту морозива пломбір на підприємстві ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»;
- обґрунтувати напрями підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД».

Об'єктом дослідження є морозиво пломбір, ТОВ «СІЛЬПО – ФУД».

Предметом дослідження є показники якості та безпечності, конкурентоспроможність і зовнішньоекономічна діяльність ТОВ «СІЛЬПО – ФУД».

Методи досліджень: теоретичні (опрацювання законодавчо-нормативних документів, стандартів, наукових робіт) і емпіричні (експериментальні та вимірювальні).

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленні бальної шкали оцінки якості морозива за органолептичними показниками, систематизації та узагальненні інформації щодо формування споживних властивостей морозива. На основі аналізу особливостей організації операцій з імпорту на ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» було запропоновано напрями вдосконалення імпортової діяльності підприємства.

Практична цінність одержаних результатів дослідження полягає у впровадженні розробленої органолептичної шкали оцінки якості морозива в практичну діяльність навчально виробничого об'єднання (акт впровадження дод. А), та можливості використання підприємствами роздрібною торгівлі при закупівлі морозива з метою покращення обслуговування та більш повного задоволення потреб споживачів при проведенні товарознавчої оцінки морозива. Використання

науково обґрунтованих підходів і рекомендацій в роботі вдосконалив імпорتنу діяльність досліджуваного підприємства.

Апробація. Результати даної роботи були викладені та обговорені на міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (м. Київ, КНТЕУ, 12-13 березня 2019 р.)

Публікація. За результатами досліджень було опубліковано статті:

Аналіз якості морозива пломбір на споживчому ринку України // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". — 2019. — №1[1].

Якість та конкурентоспроможність морозива на ринку України у збірнику наукових статей студентів «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», Ч. 2/ відп. ред. В.А. Осика. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – С.233-238 [2].

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладений на 78 сторінках комп'ютерного тексту. Робота ілюстрована 14 таблицями, 10 рисунками, 8 формулами, 6 додатками, що наочно доводять зміст та результати досліджень.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ МОРОЗИВА

1.1. Аналіз законодавчо-нормативної бази щодо якості та безпечності морозива в Україні та світі

Виробництво безпечних та якісних харчових продуктів в межах нашої держави регулюється та контролюється на державному рівні за допомогою налагодженої та систематичної дії низки нормативно – правових документів.

Внаслідок прийняття ЗУ № 1602 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів» ЗУ "Про безпечність та якість харчових продуктів" було викладено у новій редакції, змінюючи навіть його назву на таку - «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [3].

Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» має на меті гармонізувати законодавство України із законодавством ЄС у сфері якості та безпечності харчової продукції, створити прозорі умови здійснення господарської діяльності, зробити вітчизняну продукцію більш конкурентоспроможною.

Усі оператори ринку, які здійснюють виробництво, реалізацію, та/або обіг харчових продуктів, повинні в обов'язковому порядку запровадити на підприємстві систему управління безпечності харчових продуктів, заснованої на принципах НАССР [4-6].

4 квітня 2017 року набув чинності Закон України "Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин" [7].

Даний Закон містить наступні новації:

- перевірки підприємств харчової промисловості будуть проводитись без попередження;

- перевірки матимуть певну періодичність, що залежить від ступеня ризику, який становить підприємство для життя та здоров'я людей;
- інспектори Держпродспоживслужби здійснюватимуть перевірки відповідно до уніфікованого акту;
- відеофіксація заходів контролю з метою уникнення корупції.

Закон України «Про молоко і молочні продукти» від 24 червня 2004 року з поточною редакцією від 5 квітня 2015 року регулює відносини, що виникають під час виробництва, транспортування та реалізації молока і молочних продуктів, і поширюється на підприємства, які здійснюють діяльність в даній сфері [8].

З 6 серпня 2019 року набув чинності Закон України «Про інформацію для споживачів харчових продуктів», який встановлює загальні принципи та вимоги щодо інформації про харчові продукти, зокрема, стосовно їх маркування.

Відповідно до вимог Закону інформація про харчовий продукт має бути достовірною та зрозумілою для споживача та не повинна вводити в оману. Оператори ринку мають обов'язково зазначати інформацію про наявність речовин, які можуть спричинити алергію або непереносимість, наявність ГМО, розморожування або піддавання харчових продуктів іонізуючому випромінюванню [9].

Крім перерахованих законодавчих актів розроблено підзаконні акти, які конкретизують вимоги вище зазначених законів. Для виробників морозива такими актами є:

- ДСП 4.4.4.011-98 Державні санітарні правила для молокопереробних підприємств [10];
- Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства «Про затвердження вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР)» [11];
- Наказ Міністерства охорони здоров'я України «Про затвердження мікробіологічних критеріїв для встановлення показників безпечності харчових продуктів» [12];

- ДСанПіН 8.8.1.2.3.4-000-2001 Допустимі дози, концентрації, кількість та рівні вмісту пестицидів у сільськогосподарській сировині, харчових продуктах, повітрі робочої зони, атмосферному повітрі, воді [13];

- ГН 6.6.1.1-130-2006 Допустимі рівні вмісту радіонуклідів ^{137}Cs і ^{90}Sr у продуктах харчування та питній воді [14].

В Україні діють 3 національні стандарти на морозиво:

- ДСТУ 4733:2007 Морозиво молочне, вершкове, пломбір. Загальні технічні умови [15].

- ДСТУ 4735:2007 Морозиво з комбінованим складом сировини. Загальні технічні умови [16].

- ДСТУ 4734:2007 Морозиво плодово-ягідне, ароматичне, щербет, лід. Загальні технічні умови [17].

У зв'язку з гармонізацією національного законодавства відповідно до вимог ЄС, Україна поступово відмовляється від використання стандартів і переходить до створення Технічних регламентів. Комісією Митного союзу був розроблений Технічний регламент на молоко і молочну продукцію (ТР МС 033/2013), який поширюється на молочну продукцію, що випускається в обіг на території держав - членів Митного союзу [18].

Що стосується міжнародної законодавчо – нормативної бази, то варто зазначити стандарти Комісії «Кодекс Аліментаріус», документ «Євроглас» (EUROGLACES), програми GMP (належна виробнича практика) і GHP (належна гігієнічна практика).

Міжнародний збірник стандартів «Кодекс Аліментаріус» (CODEX STAN 137-81) поділяв морозиво на 6 груп в залежності від виду жиру і білка, що входить до складу морозива [19]. «Кодекс Аліментаріус» в рекомендаціях зазначав: не важливо як називати кожну з груп морозива, головне вміти правильно розрізнити їх.

Європейський документ «Євроглас» (EUROGLACES) є добровільним і визначає лише мінімальні вимоги до морозива. Відповідно до даного документа

морозиво було поділено на 6 груп із зазначенням їх назви в залежності від країни: Water Ice, Ice Cream, Milk Ice, Dairy Ice Cream, FF Frut Ice, Sorbet [20].

Вимоги до морозива у кожній європейській країні відрізняються [21] (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Вимоги до співвідношення молочного жиру і фруктів в морозиві

Сорт морозива	Одиниця виміру	Німеччина	Австрія	Швейцарія	ЕС – Codex	Україна
Молочне/ Milchspeiseeis	Молочний жир, %	2,5	2,5	3,0	2,5	0,5- 7,5
Льодяний крем або айскрім/Eiskrem	Молочний жир, %	10,0	5,0	8,0	5,0	8,0
Вершкове/Rahmeis, Sahneeis (подвійне вершкове)	Молочний жир, %	18,0	-	12,0	-	8 - 11,5
Фруктовий крем/Fruchteiskrem	Молочний жир, %	8,0	5,0	3,0	5,0	-
фруктове/Fruchteis	Фруктова частина, %	20/10	15/10	-	15/10	-
Щербет/Sorbet	Фруктова частина, %	25/15	25/15	20/10/6	25/15/7	-
Водяне морозиво/Wassereis	Сухий залишок, %	12	-	15	-	15
Лід/(глісе/Glace, швейцарське)	Загальний вміст жиру, %	-	-	3,0	-	-

Отже законодавство України контролює якість та безпечність морозива, низкою нормативно-правових актів, серед яких Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я і благополуччя тварин», «Про молоко і молочні продукти». Україна не стоїть осторонь змін, які проходять у

світовій спільноті щодо підвищення безпеки харчової продукції, тому важливим чинником розвитку молочної промисловості є обов'язкове впровадження системи безпеки харчової продукції НАССР на всіх молокопереробних підприємствах.

1.2 Фактори формування споживних властивостей морозива

Головними чинниками, які впливають на формування споживних властивостей морозива є якість та безпека сировини, дотримання технологічних операцій виробництва та санітарно-гігієнічних вимог.

Для виробництва морозива використовують: молочну сировину, замінники молочного жиру, цукор та підсолоджуючі речовини, яєчні продукти, плодово-ягідну (овочеву) сировину, біологічно активні та смакові добавки, емульгатори, стабілізатори, кислоти органічні харчові, ароматизатори, барвники, тощо [22-31].
Всі види сировини мають відповідати вимогам відповідних стандартів, технічних вимог та санітарно - гігієнічних нормативів.

Молоко й молочні продукти є джерелом молочного жиру, сухих знежирених речовин, молочної кислоти та мінеральних речовин. Молочний жир надає морозиву відчуття вершковості; сприяє формуванню ніжної консистенції; підвищує опір таненню. За думкою більшості спеціалістів, збільшення вмісту молочного жиру в морозиві покращує збитість суміші, так як жирові кульки та їх сполучення стабілізують бульбашки введеного повітря [22].

На сьогодні для заміни молочного жиру використовують рослинні жири. З технологічної точки зору їх використання має низку переваг: забезпечення стабільної якості продукції, проблеми сезонної залежності від сировини, збільшення строку зберігання за рахунок мінімального вмісту вільних жирних кислот та низького показника перекисного числа [23].

Сухі речовини впливають на смак, структуру та аромат морозива. Функції сухих речовин - емульгування жиру, зв'язування вологи, створення та стабілізація піни. Сухі знежирені речовини містять в своєму складі білки, лактозу та мінеральні солі [24].

Цукор - надає продукту солодкий смак, сприяє зниженню точки замерзання суміші під час фрезерування та загартування, перешкоджаючи утворенню крупних кристалів льоду. Використання підсолоджуючих речовин (патока, мед, глюкоза, фруктоза, сорбіт, ксиліт та ін.) дозволяє збільшити вміст сухих речовин морозива без перевищення рівня солодкості [24].

Для покращення смакових властивостей, збитості та структури морозива, особливо для любительських видів, широко використовують курячі яйця та яєчний порошок [24].

Для підвищення біологічної цінності та розширення асортименту морозива використовують натуральні плоди, ягоди та овочі у свіжому та замороженому вигляді, протерті або подрібнені, у вигляді пюре, соків, сиропів, екстрактів, варення, джемів, повидла та ін. [24].

Обов'язковим інгредієнтом для всіх видів морозива є стабілізатори, які надають опір таненню та стабілізують структуру при зберіганні, знижують міграцію води з продукту в упаковку [24]. Застосовують соєві білки, агар – агароїд, альгінат натрію, пектин, крохмаль звичайний і желеутворювальний, метилцелюлозу, казеїнат натрію, борошно хлібопекарське, пшеничне та ін. [25].

Для надання морозиву певного кольору використовують різноманітні харчові барвники серед яких:

-натуральні (отримують з ягід темних сортів винограду, журавлини, смородини, з буряку, моркви, сік томатний та пасту несолоні, E-101 - рибофламіни, E-140 - хлорофіли, E-160a - каротини, бета-каротин, екстракт паприки, E-162 - червоний буряковий, E -163 – антоціани);

- синтезовані (E 102 - тартразін; E 104 - хіноліновий жовтий; E 110 - жовтий «сонячний захід»; E 120 - карміни; E 122 - азорубін, кармазін; E 160 d,e,f - натуральні оранжеві каротиноїди – барвники 26, 27].

Значний вплив на якість морозива спричиняє дотримання технологічного процесу виробництва морозива. Технологічний процес приготування морозива складається із таких етапів:

- підготування та оброблення суміші;

- фрезерування та загартовування морозива.

Підготування та оброблення суміші включає наступні операції: приймання сировини, перевірку її якості, підготовку всіх компонентів, змішування, пастеризацію суміші, фільтрацію, гомогенізацію (для сумішей на молочній основі), охолодження й зберігання.

Для попередження незворотних фізико-хімічних змін певних компонентів не слід допускати їх розчинення при температурі вище 60°C [32].

З метою видалення механічних домішок та нерозчинних частин інгредієнтів проводиться фільтрація. Пастеризація необхідна для зменшення загальної кількості мікрофлори до необхідного рівня. Гомогенізація – процес подрібнення жирових кульок та їх рівномірного розподілення, що дозволяє краще сприймати температуру охолодження й загартовування [32-35]. Процес проводиться за температури не нижче 63°C, тому що при нижчій температурі посилюється агрегація жирових кульок, підвищується в'язкість суміші, знижується ефект збивання в процесі фрезерування. Молочні суміші гомогенізують при тиску 12,5 - 15 МПа, пломбірні - 7,5 - 9 МПа. З підвищенням тиску гомогенізації відповідно зменшуються розміри жирових кульок, але збільшується кількість жирових скупчень, які під час фрезерування руйнують повітряні пухирці, тим самим погіршуючи збитість суміші [33].

Відразу після гомогенізації проводять охолодження суміші при температурі 0...6 °C від 4 до 24 год. в залежності від складу суміші та виду стабілізаторів. Відбувається гідратація білків молока і стабілізатора, затвердіння гліцеридів молочного жиру до 50 %. Дозріла суміш добре поглинає й утримує повітря під час фрезерування. Морозиво, виготовлене з такої суміші має високу збитість і ніжну, без кристалів льоду структуру [32,34].

Фрезерування – це процес збивання та насичення повітрям суміші з одночасним заморожуванням. Суміш набуває кремоподібної консистенції, її об'єм збільшується. При цьому збитість не повинна більш ніж утворює перевищувати загальний вміст сухих речовин у продукті. Морозиво з високою збитістю, завдяки низькій теплопровідності повітря, тане повільніше. Процес завершується за

температури $-5 -6^{\circ}\text{C}$. Суміші, у яких джерелом жиру є вершки, збиваються краще, ніж з використанням вершкового масла. Зі збільшенням вмісту цукру збитість знижується, а час, необхідний для одержання максимальної збитості, зростає [32,33].

Готове морозиво розфасовують та заморожують у швидкозаморожувальних апаратах або камерах за температури $-30..40^{\circ}\text{C}$. Тривалість загартовування впливає на якість морозива. При швидкому загартовуванні утворюються дрібні кристали льоду і морозиво має ніжну консистенцію. Загартовування завершується в камері зберігання за температури $-18...20^{\circ}\text{C}$. Температура всередині має становити $-10 - 18^{\circ}\text{C}$ [35].

Основні небезпечні фактори, що можуть виникнути при використанні сировини та виробництві морозива наведені в додатку Б.

Отже, сировина, що використовується для виготовлення морозива повинна бути якісною та безпечною, оскільки її дефекти (несвіжі яйця, забруднений мед, горіхи, що покрились пліснявою, згіркле вершкове масло та ін.) можуть передаватися морозиву та знижувати його харчову цінність. При виробництві морозива слід також дотримуватися всіх технологічних режимів, так як їх порушення може зробити його непридатним до споживання.

1.2. Організація операцій з імпорту морозива

Відповідно до статті 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 року, з поточною редакцією від 07 лютого 2019 року, імпорт визначається як купівля українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [36].

Імпортна операція - комерційна діяльність, що пов'язана із закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної

реалізації на внутрішньому ринку або використання у виробничо-господарській діяльності [37].

Існує три шляхи для купівлі імпортованих товарів:

- купівля імпортованих товарів у вітчизняних оптових торговців;
- самостійний імпорт;
- імпорт за допомогою посередників [38].

Купувати імпортовані товари у вітчизняних імпортерів є найпростішим способом, оскільки товар вже пройшов митне оформлення і знаходиться на території України. Водночас даний спосіб має суттєві недоліки: висока вартість товарів, непостійний і не широкий асортимент [38].

Якщо підприємство тільки починає свою зовнішньоекономічну діяльність, то на початковому етапі йому не обійтися без послуг посередників. Даний спосіб дасть підприємству час, щоб зареєструватися на митниці, відкрити валютний рахунок і підготувати персонал для здійснення ЗЕД [39].

Для того, щоб самостійно здійснювати імпорт товарів, підприємство має зареєструватися в митних органах і відкрити власний рахунок в банку [40].

Також варто пам'ятати, що на імпорт окремих товарів необхідно отримати ліцензію. Крім того, на окремі види товарів діють обмеження у вигляді квот. Перелік товарів, що підлягають ліцензуванню та квотуванню, затверджується Кабінетом Міністрів України. Імпорт морозива не підлягає ліцензуванню [41].

Передумовою здійснення імпортованих операцій є проведення переговорів з іноземним контрагентом та укладання імпортованого контракту [39].

Міжнародний договір купівлі - продажу повинен мати наступні розділи:

- предмет договору – повинен бути зазначений таким чином, щоб дозволити контрагентам і представникам державних контрольних служб відрізнити його від аналогічних чи подібних товарів;
- кількість товару;
- якість товару – повинні бути зазначені технічний рівень та якість товару, документи, що підтверджують якість;

- упаковка товару – доцільно визначитись у відповідному розділі стосовно ціни одиниці товару та зазначити, що ціна включає або не включає вартість пакування;
- ціна одиниці товару – є основою для визначення митної вартості та нарахування митних платежів;
- умови поставки – при виборі базисних умов постачання підприємства користуються правилами, що викладені у ІНКОТЕРМС – 2010;
- умови здійснення платежів – повинна бути встановлена валюта платежу, спосіб, термін та порядок розрахунку за товари, перелік документів, представлених до оплати.
 - страхування вантажу;
 - форс - мажорні обставини;
 - інші умови [42].

Постановою Правління НБУ «Про затвердження Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті» від 02.01.2019 р. № 5 врегульовано, що граничні строки розрахунків за операціями з імпорту товарів відтепер становлять 365 календарних днів, тобто вдвічі більше, ніж було передбачено законом. При цьому строк виплати заборгованості за операціями резидентів з імпорту товарів обчислюється з дня здійснення попередньої оплати [43].

В угоді необхідно прописати порядок висування претензій та штрафні санкції за невиконання контракту. Одним із найбільш вагомих пунктів угод є описання арбітражу, що може значно здешевити процедуру вирішення спору [40].

Питання мови договору — одне з найважливіших. Від того, якою мовою буде складено текст контракту залежить і зручність його тлумачення, і його зрозумілість. Саме тому укладати договір необхідно двома мовами: українською, і, приміром, англійською [38].

Договір вважається укладеним, якщо дві сторони — експортер та імпортер дійшли згоди в торговій угоді за всіма її істотними умовами [44].

На останньому етапі здійснення операції з імпорту сторони повинні виконати взяті на себе зобов'язання : з боку експортера – поставити покупцю товару, який є об'єктом контракту , з боку імпортера – прийняти товар і оплатити встановлену ціну [45].

Необхідною умовою перетинання митного кордону України при імпорті продукції є виконання митних формальностей, порядок здійснення яких регулюється Законом України "Про Єдиний митний тариф", а також Митним Кодексом України [46,47].

Для митного оформлення імпортного товару підприємство має надати митниці наступні документи:

- картка обліку підприємства на митниці;
- зовнішньоекономічний контракт, а також за наявності доповнення та зміни до контракту, специфікації;
- комерційні документи - інвойс (рахунок – фактура);
- транспортні документи (в залежності від виду транспорту);
- пакувальний лист;
- документи, що підтверджують вартість доставки товару до кордону України (договір на транспортно-експедиційне обслуговування, рахунок на надання транспортних послуг, інші документи);
- митну декларацію країни-відправлення;
- документи, що підтверджують країну походження товару;
- дозвільні документи [45].

При ввезенні на митну територію товарів у митному режимі імпорту сплачуються наступні митні платежі:

- ввізне мито за ставками, встановленими Законом України «Про Митний тариф України» від 19 вересні 2013 року № 584-VII із змінами та доповненнями [47];
- податок на додану вартість за ставкою, згідно із Розділом V Податкового кодексу України [48];
- акцизний податок за ставками, встановленими п. 215.3. ст. 215 ПКУ, у разі належності товарів до підакцизних[48].

Морозиво не належить до підакцизних товарів, тому при його імпорті сплачується лише ввізне мито і ПДВ.

Отже, проаналізувавши теоретичні засади організації імпорту, можна зробити висновок, що для того, щоб здійснювати ефективну імпорتنу діяльність підприємству необхідно:

- детально знати міжнародне законодавство та законодавство України щодо здійснення імпорту товарів;
- купувати товари лише у надійних та перевірених партнерів;
- в контракті необхідно детально прописувати всі необхідні умови і можливі форс - мажорні обставини.

Якщо ж підприємство тільки починає здійснювати імпорتنу діяльність, то в цьому випадку краще звернутися до спеціалістів.

РОЗДІЛ 2

ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОРОЗИВА ПЛОМБІР

2.1 Організація, об'єкти та методи дослідження

Дослідження по роботі виконувалися в лабораторії №130 кафедри товарознавства, управління безпекою та якістю КНТЕУ.

Мета даного дослідження полягала у проведенні товарознавчої оцінки якості морозива провідних торговельних марок щодо його безпеки та якості. Загалом дослідження по роботі проводилося в 5 етапів. Загальна схема досліджень представлена в дод. В.

В якості об'єктів дослідження були обрані 4 зразки морозива пломбір із загальною часткою жиру 12 %. Два зразки були вітчизняного виробництва: ТМ «Хрещатик» і ТМ «1965»; два інші – закордонного: ТМ «GELATERIA CALLIPO» (Італія) і ТМ «Naagen – Dazs» (Франція), а саме (дод. Г):

Зразок №1. Морозиво пломбір шоколадний у вафельному стаканчику «Хрещатик», ТОВ «Хладик-Україна», м.Київ, маса нетто 100 г.

Зразок №2. Морозиво пломбір у вафельному стаканчику «1965» шоколадний ТМ «Лімо», виробник ПАТ «Львівський холодокомбінат», м. Львів, маса нетто 65 г.

Зразок №3. Морозиво пломбір шоколадне ТМ «GELATERIA CALLIPO», виробник Калліпо Джелатерія С.Р.Л., Віа Рів'ера Пранджі 1566, Піццо, Італія, маса нетто 300 г.

Зразок №4. Морозиво з бельгійським шоколадом ТМ «Naagen – Dazs», виробник Naagen – Dazs Arras, 155 route de Cambrai BP 5962217, Tilloy les Mofflaines, Франція, маса нетто 430 г.

При проведенні товарознавчої оцінки якості морозива застосовували аналітичні, органолептичні та вимірнювальні методи. Аналітичним шляхом перевіряли відповідність відомостей, зазначених у товаросупровідних документах

та на маркуванні товару. Органолептичними методами досліджували зовнішній вигляд та консистенцію, смак і запах, колір. За допомогою лабораторних та вимірювальних методів здійснювали перевірку фізичних, фізико – хімічних та показників безпечності продукції. 0

Товарознавча оцінка якості морозива проводилась на відповідність вимог ДСТУ 4733:2007 [16]. Дослідження маркування відповідно до Закону України «Про інформацію для споживачів харчових продуктів» [9].

На першому етапі нами було досліджено органолептичні показники: смак і запах, консистенція та зовнішній вигляд, колір. В зв'язку з відсутністю градації показників в стандарті нами було розроблено власну 5 балову шкалу оцінки морозива з урахуванням коефіцієнтів вагомості (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Шкала оцінки якості морозива за органолептичними показниками

Показник якості	Коеф. ваго - мості	Характеристика показників за рівнем якості			
		Відмінно (5)	Добре (4)	Задовільно (3)	Незадовільно (2)
Смак та запах	0,6	смак та запах морозива чистий, добре виражений, молочний, без сторонніх присмаків	Недостатньо виражений, молочний, присмак перепастеризації	Недостатньо або надмірно виражений аромат або смак наповнювача присмак перепастеризації	Виражені сторонні смак і запах (прогірклий, затхлий, кормовий), салистий присмак, вади вафель (прогірклість та ін.)
Зовнішній вигляд і консистенція	0,3	Консистенція однорідна з достатньою збитістю, хрусткі вафлі, глазур, що тане одночасно з морозивом, відсутність механічних пошкоджень вафель та глазури	Незначна неоднорідність структури, вафлі недостатньо хрусткі, глазур тане повільніше, ніж морозиво, незначні механічні пошкодження вафель та глазури	Слабо сніжиста структура, вологі не хрусткі вафлі, надмірно тугоплавка глазур	Консистенція не однорідна з поганою збитістю, вафлі не хрусткі, значні механічні пошкодження вафель та глазури

Продовження табл.2.1

Колір	0,1	Рівномірний, однорідний, характерний для даного виду морозива	Дещо неоднорідний	Неоднорідний занадто яскравий	Невластивий даному виду морозива
Комплексний показник якості		Категорія якості «відмінно» 4,5 - 5	Категорія якості «добре» 4,4 -4	Категорія якості «задовільно» 3,9 – 3,4	Категорія якості «незадовільно» 3,3 і менше

В подальшому дослідженні були проведені фізичні та фізико – хімічні методи дослідження морозива:

1. *Визначення масової частки сухих речовин* відповідно до ГОСТ 3626 «Молоко и молочные продукты. Методы определения влаги и сухих веществ» [49].

2. *Визначення кислотності* відповідно до ГОСТ 3624 «Молоко и молочные продукты. Методы определения кислотности» [50].

3. *Визначення збитості* відповідно до п.11.8 ДСТУ 4733:2007 «Морозиво молочне вершкове та пломбір. Загальні технічні умови» [16].

5. *Визначення швидкості танення* морозива відповідно до методики, що наведена у навчальному посібнику [51].

Згідно методики визначення швидкості танення морозива базується на зміні структури морозива і переходу з твердого стану в рідкий. За час танення приймають час, протягом якого утворюється 10 мл «плаву» із 50 г морозива.

Відбір проб для дослідження здійснювався відповідно до ДСТУ 4834:2007 «Молоко та молочні продукти. Правила приймання, відбирання та готування проб до контролювання» [52].

Всі засоби виміральної техніки та випробувальне обладнання, які були застосовані під час лабораторних випробувань, відповідали вимогам Закону України «Про метрологію та метрологічну діяльність».

На наступному етапі було досліджено безпечність морозива за мікробіологічними показниками, а саме загальної кількості мезофільних аеробних та факультативно анаеробних мікроорганізмів (КМАФАМ) та бактерій групи кишкової палички (БГКП) відповідно до ГОСТ 9225 «Молоко и молочные продукты. Методы микробиологического анализа» [53].

На заключному етапі проводилося дослідження конкурентоспроможності морозива [54]. Вагу кожного показника визначали експертним методом (1 бал - найменш вагомий, 6- найбільший вагомий).

Для визначення достовірності експертної оцінки був розрахований коефіцієнт конкордації W , який показує наскільки думки експертів є узгодженими:

$$W = \frac{12 \sum_{i=1}^n (r_i - r)^2}{N^2(n^2 - n)} \quad (2.1)$$

де 12 - постійна величина ;

N - кількість експертів;

n - кількість критеріїв оцінки;

r_i - ранг i -ого показника;

r - середня сума балів усіх експертів.

Значення коефіцієнта конкордації може змінюватися в діапазоні від 0 до 1. Якщо показник дорівнює 1, то думки експертів є повністю узгодженими, а якщо 0 - зв'язку між оцінками не існує.

У випадку, коли $0,2 < W < 0,4$ - слабка узгодженість, а при $W > 0,6$ означає сильну узгодженість думок експертів.

Також ми визначили коефіцієнти вагомості кожного показника:

$$a_i = 2 * \frac{n - r_i + 1}{n * (n + 1)} \quad (2.2)$$

де a_i - коефіцієнт вагомості i - го критерію;

n - кількість критеріїв оцінки;

r_i - ранг присвоєний i - му показнику.

Показники якості необхідно було перевести у безрозмірний вигляд, застосовуючи наступну формулу:

$$P_i = \frac{p_i - p_i^{бр}}{p_i^{ет} - p_i^{бр}} \quad (2.3)$$

де P_i - і-й показник в безрозмірному вигляді (відносний показник);

p_i - і-й показник в натуральному вигляді (абсолютний показник);

$p_i^{бр}$ - бракувальне (найгірше допустиме) значення і-го показника;

$p_i^{ет}$ - еталонне (найкраще можливе) значення і-го показника;

Розрахунок збірного параметричного індексу для функціональних показників:

$$P_{\phi} = \sum a_i g_i \quad (2.4)$$

де a_i - коефіцієнт вагомості

g_i - відносний показник якості, що розраховується за формулою:

$$g_i = \frac{P_{досл.}}{P_{конк.}} \quad (2.5)$$

де $P_{досл.}$ - значення параметру досліджуваного товару;

$P_{конк.}$ - значення параметру конкуруючого товару.

Розрахунок збірного параметричного індексу для естетичних показників:

$$P_{\phi} = \sum a_i g_i \quad (2.6)$$

Розрахунок збірного параметричного індексу для економічних показників:

$$g_{ек} = \frac{C_{досл.}}{C_{конк.}} \quad (2.7)$$

де $C_{досл.}$ - ціна досліджуваного товару;

$C_{конк.}$ - ціна конкуруючого товару.

Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності розраховували за формулою :

$$K = \frac{P_{\phi} + P_{ест.}}{g_{ек.}} \quad (2.8)$$

Якщо $K > 1$, то товар, що аналізують, має більшу конкурентоспроможність, ніж товар-еталон, за умови $K < 1$ – меншу.

Інтегральний показник конкурентоспроможності товару показує міру його привабливості для покупця. Використовуючи дану методику, можна найповніше врахувати множину чинників, що впливають на визначення оцінки показника конкурентоспроможності продукції.

2.2 Стан та перспективи розвитку ринку морозива в Україні та світі

Морозиво - один з найпопулярніших десертів; це солодкий високопоживний продукт, що отримують збиванням та заморожуванням молочних або плодово – ягідних сумішей з вмістом різних смакових добавок.

Сегмент виробництва морозива, як і всієї молочної продукції в Україні, є досить розвиненим та потужним. Попит на молочні продукти в усьому світі буде тільки зростати, бо такі продукти є необхідними для повноцінного розвитку та життєдіяльності людей [55].

Виробництво морозива, як в Україні, так і за її межами має перспективи для розширення асортименту, удосконалення існуючих рецептів.

Морозиво традиційно вважається сезонним товаром, попит на який зростає навесні і знижується восени. Відповідною динамікою характеризуються також і обсяги виробництва продукції протягом року.

У холодну пору року виробники скорочують виробництво і виготовляють лише найбільш популярні види морозива. Деякі підприємства для того, щоб отримувати прибутки незалежно від пори року, диверсифікують свій бізнес. Таким чином, більшість підприємств України окрім морозива, виготовляють заморожені овочі, фрукти та інші напівфабрикати [56].

Головною проблемою на українському ринку завжди була і є низька платоспроможність населення, так як морозиво не є продуктом першої необхідності. За даними International Dairy Foods Association, споживання морозива в Україні не перевищує 2,5 кг (приблизно 3 л) на людину в рік, в той же час найбільше споживають морозива Нова Зеландія і США (табл. 2.2) [57].

Таблиця 2.2

ТОП-10 країн світу за обсягом споживання морозива на одну людину, за даними IDFA

№	Країна	Споживання , л. на душу населення
1	Нова Зеландія	26,3
2	США	24,5
3	Австралія	17,8
4	Швейцарія	14,4
5	Швеція	14,2
6	Фінляндія	13,9
7	Чилі	10,4
8	Данія	9,2
9	Італія	8,2
10	Іспанія	6,2

Обсяги виробництва морозива в Україні починаючи з 2016 року поступово збільшуються (рис.2.1).

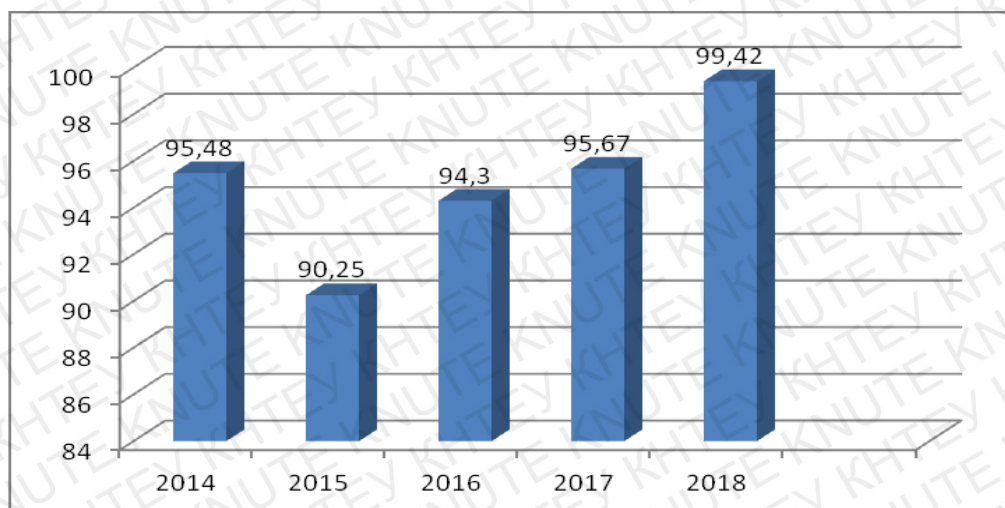


Рис.2.1 Обсяги виробництва морозива в Україні в 2014 – 2018 рр.[58]

Скорочення обсягу ринку в 2015 р. відбулося переважно через втрату виробництв та споживачів на непідконтрольних територіях. Приріст об'ємів виробництва морозива в 2018 р. в порівнянні з 2015 р. склав 9%.

Вітчизняна молокопереробна промисловість в останні роки майже на 99% забезпечує потреби внутрішнього ринку морозива [59].

Регіональне структурування виробництва морозива вказує на те, найбільші обсяги виробництва продукції припадають на Житомирську, Дніпропетровську, Львівську, Харківську та Кіровоградську області (рис.2.2) [60].

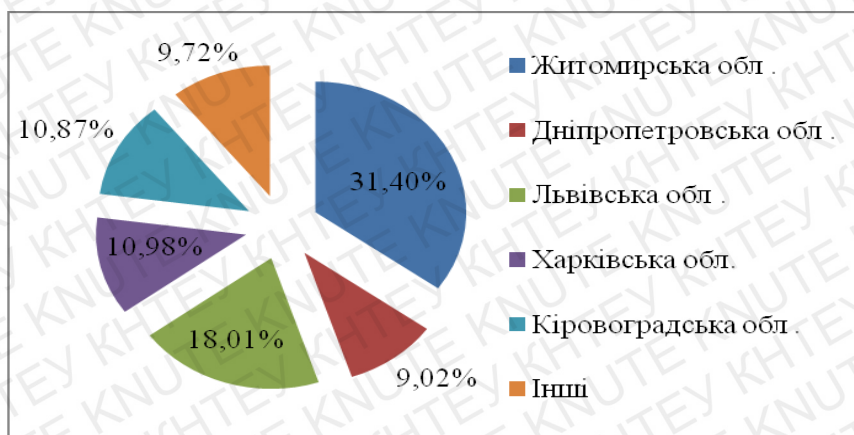


Рис 2.2 Регіональне структурування виробництва морозива, %

На ринку морозива все більш вираженою стає концентрація виробництва. Сильні виробники посилюють свої позиції, а дрібні стають все слабкішими (рис.2.3) [61].

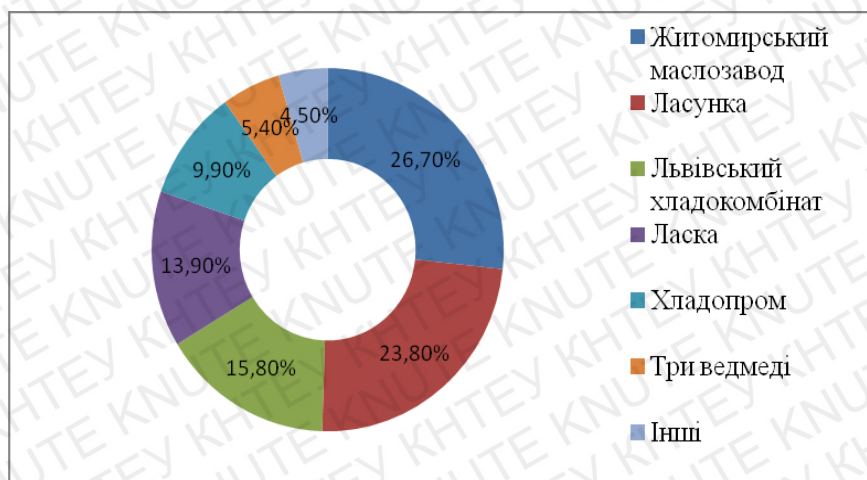


Рис. 2.3 Структура виробників на ринку морозива в Україні, %

У списку топ-виробників морозива — «Житомирський маслозавод» (ТМ Рудь), «Ласунка» (ТМ Ласунка), «Львівський холодокомбінат» (ТМ Лімо), «Фірма Ласка» (ТМ Ласка) і ТОВ «Хладопром» (ТМ Хладик). Перші два виробники охоплюють 50,5% всього ринку морозива в Україні [61].

За останні роки, кількість виробників морозива значно зменшилася. На даний час ринок морозива утримують 10 найбільших компаній. Решта - це дрібні виробники [62].

Показники експорту українського морозива демонструють позитивну динаміку. Протягом останніх шести років обсяг експортованого продукту в грошовому вираженні зріс на 86% з 7139 тис.дол. США до 13312 тис.дол. США (рис.2.4) [63,64].

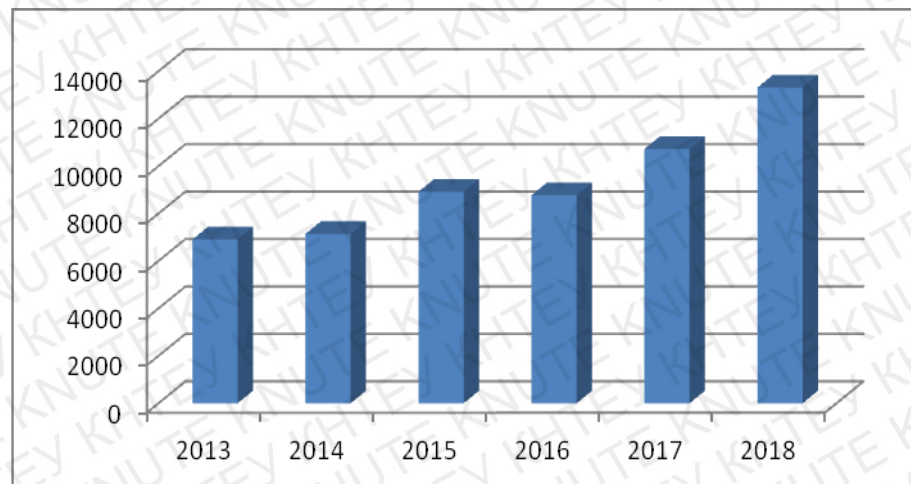


Рис. 2.4 Динаміка експорту морозива в Україні в 2013 -2018 рр., тис.дол.

Збільшення експорту морозива зумовлене наступними чинниками:

1) Починаючи з 2014 року було скасовано комбіноване мито на морозиво, що ввозиться до ЄС. Відповідно українське морозиво стало дешевшим і доступнішим на європейському ринку.

2) Більшість європейських виробників виготовляють морозиво з порошку, а не з молока, як в Україні. Тому українське морозиво високо цінується європейцями.

2) Україна має вигідне географічне положення з точки зору логістики. Звідси зручно експортувати морозиво в Європу.

4) Європейці мають вибагливий смак, тому на експорт необхідно поставляти лише найдорожчу і найвишуканішу продукцію.

Українське морозиво експортується більш, ніж в 50 країн світу. В 2018 році більше всього морозива експортували в Молдову (табл.2.3) [65].

Таблиця 2.3.

Країни - імпортери українського морозива

Рік \ Країна	2014	2015	2016	2017	2018
Молдова	38,13	45,28	40,56	26,69	26,04
РФ	29,87	29,03	24,50	30,07	22,71
Ізраїль	28,41	21,10	23,30	18,77	14,51
Інші	3,59	4,59	11,64	24,47	36,73

Одним з постійних покупців українського морозива залишається Ізраїль. Можливість доставки морем спрощує зовнішньоекономічні відносини між нашими країнами, тому Ізраїль залишається стратегічним партнером для українських підприємств. Також значна частина морозива продається в Росію, Грузію, Литву, Болгарію та Чехію [66,67].

Цікавим і перспективним для експорту морозива є ринок країн Близького Сходу. Там живе багато людей з хорошою купівельною спроможністю. До того ж це жаркі країни з високою середньорічною температурою [68].

Імпорт морозива складає приблизно 1 %. І справа зовсім не в бажанні споживати вітчизняне, скільки в ціні – транспортування морозива дуже витратне, і як наслідок, воно стає досить дорогим і лякає українців своїм цінником [59].

Обсяги імпорту морозива в Україну за останні роки скоротились (рис.2.5). Значний спад спостерігався в 2014 р., що пов'язано з нестабільною економічною ситуацією в країні і продовжився в 2015 і 2016 рр. [60].

Починаючи з 2017 р. обсяги імпорту морозива зросли на 26 %, порівняно з 2016, дана тенденція спостерігається і в 2018 р., але позначки 2013року так і не досягла.

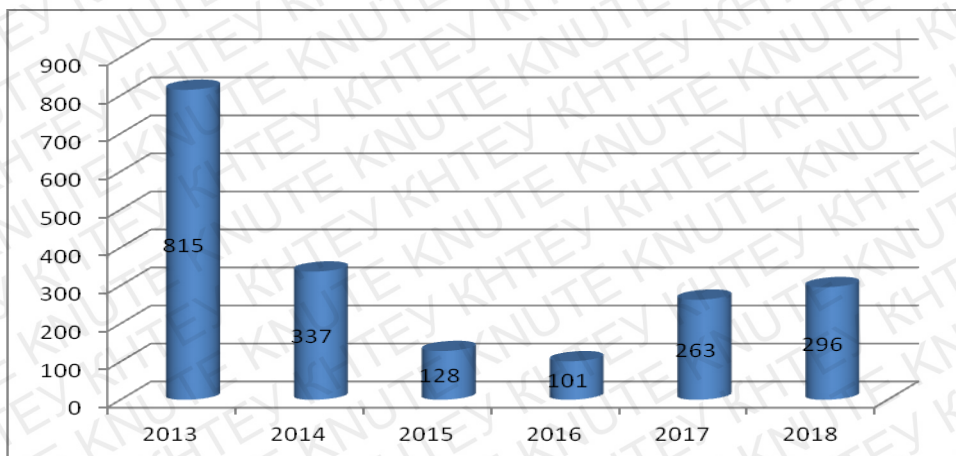


Рис. 2.5 Динаміка імпорту морозива в Україні в 2013 - 2018 рр., тис.дол.

Після 2013 р. суттєво скоротилися поставки морозива із Росії та Білорусії і ринок перейшов до співпраці з виробниками із Литви. Також морозиво постачається в Україну з Італії, Чехії, Данії, Німеччини, Польщі та Румунії (табл. 2.4) [65].

Таблиця 2.4.

Країни - експорту морозива

Рік \ Країна	2014	2015	2016	2017	2018
РФ	16,62	-	-	-	-
Франція	35,91	-	-	-	-
Білорусь	-	-	-	-	-

Продовження табл.2.4

ROM	14,04	30,37	46,93	-	-
Італія	-	10,07	19,66	17,16	13,51
Чехія	-	-	16,28	26,97	36,63
Литва	-	-	-	36,78	-
Польща	-	-	-	-	13,02
Інші	39,79	23,66	17,12	19,09	36,84

У 2018 р. найбільше морозива було імпортовано з Чехії (рис.2.6).

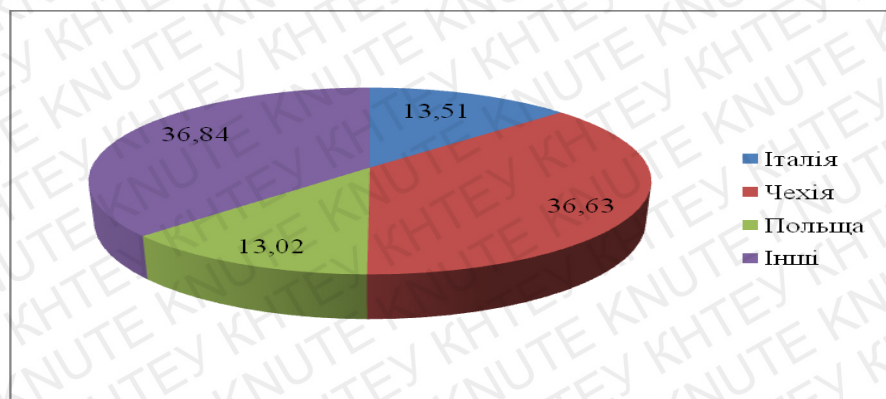


Рис.2.6 Географічна структура імпорту морозива в 2018 році [65]

Ціна експорту та ціна імпорту морозива за останні 5 років представлена на рис.2.7.

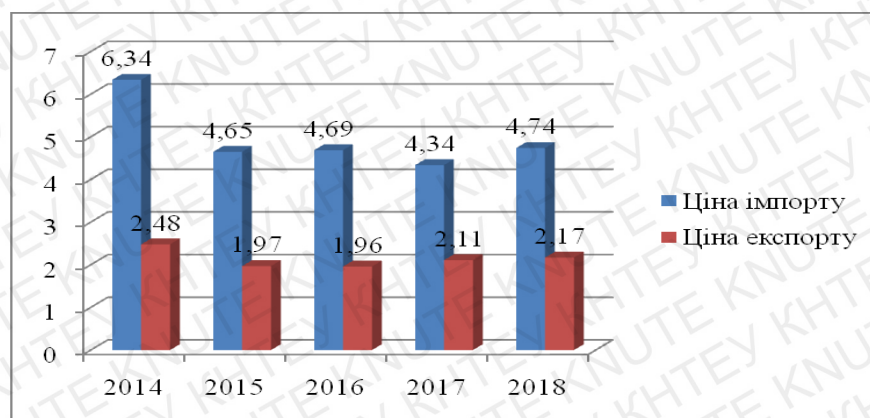


Рис.2.7 Динаміка цін експорту та імпорту морозива в 2014 - 2018 рр., тис.дол/тонну [63]

Ціна імпорту в 2 рази перевищує ціну експорту. За останні 5 років ціна експорту морозива залишалася практично на одному рівні. У 2015 р. ціна імпорту зменшилася на 26,7% і протягом 2015 – 2018 рр. спостерігалось незначне коливання.

Отже на сьогодні ринок морозива великою мірою складається з продукції українського виробництва з незначною часткою імпорту, оскільки специфіка продукту обмежує перевезення на далекі відстані та потребує якісного морозильного обладнання. На ринку все більш вираженою стає концентрація виробництва – сильні виробники витісняють більш слабких.

Ринок морозива в Україні має потенційну ємність і є перспективним в майбутньому. Наступним етапом розвитку повинна бути ефективна зовнішньоекономічна діяльність українських підприємств з виробництва морозива.

2.2 Комплексна оцінка якості та конкурентоспроможності морозива пломбір різних виробників, що реалізується у ТОВ «СІЛЬПО - ФУД»

На першому етапі дослідження було проведено аналіз повноти маркування всіх досліджуваних зразків морозива (дод. Д). Але метою дослідження маркування було не тільки встановлення його повноти та відповідності стандарту, а й аналіз рецептурного складу морозива, тобто чи використовувались при їх виробництві гідрогенізовані жири, які містять транс-ізомери жирних кислот, пальмова олія, штучні барвники, тощо.

За результатами досліджень всі зразки морозива містили всю необхідну інформацію, передбачену Законом України « Про інформацію для споживачів харчових продуктів». Проаналізувавши рецептурний склад варто зазначити, що всі досліджувані зразки морозива не містили у складі рецептури замінників молочного жиру, пальмової олії, штучних барвників.

На наступному етапі була проведена органолептична оцінка якості морозива за розробленою 5-ти бальною шкалою, враховуючи коефіцієнти вагомості (табл.2.5).

Таблиця 2.5

Результати органолептичної оцінки морозива

Показник	«GELATERIA CALLIPO»	«Haagen – Dazs»	«Хрещатик»	«1965»	Коеф. ваг-ті
Смак і запах	5,0 чистий, добре виражений, молочно - шоколадний, без сторонніх присмаків	4,8 чистий, добре виражений, молочно – шоколадний, дещо солодкий	4,0 Недостатньо виражений молочно - шоколадний смак, відчутний присмак перепастеризації	3,2 Не виражений молочно – шоколадний смак, занадто солодкий	0,55
Структура і консистенція	4,7 Консистенція однорідна з достатньою збитістю	4,9 Консистенція однорідна, дещо тверда, з достатньою збитістю	4,5 Механічні пошкодження вафель відсутні, консистенція однорідна з достатньою збитістю	4,7 Пошкодження вафель відсутні, консистенція однорідна без відчутних грудочок жиру і стабілізатора	0,35
Колір	5,0 Темно – коричневий однорідний	4,8 Світло – коричневий, однорідний	4,7 Світло – коричневий, однорідний	4,7 Темно – коричневий, однорідний	0,1
КПЯ	4,9	4,8	4,2	3,9	1,0

Згідно з проведеними дослідженнями було встановлено, що категорію якості – «відмінно» отримало морозиво ТМ «GELATERIA CALLIPO» (КПЯ – 4,9) і ТМ «Haagen – Dazs» - КПЯ якого становив - 4,8 бали завдяки високим балам за смак та запах. Дані зразки морозива відрізнялися досить приємним, яскраво вираженим молочно - шоколадним смаком морозива.

Морозиво ТМ «Хрещатик» було віднесено до категорії «добре» (КПЯ - 4,2 бали) через виражений присмак перепастеризації, що й зумовило зниження його балів. Морозиво «1965» ТМ «Лімо» було віднесено до категорії «задовільно» (КПЯ - 3,9 бали) так як мало не виражений молочно – шоколадний смак, занадто солодкий.

Серед фізико – хімічних показників було визначено: кислотність, вміст сухих речовин, збитість та швидкість танення морозива. Результати проведених досліджень представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Фізико – хімічні показники якості морозива

Показник/ТМ	Норма згідно ДСТУ	GELATERIA CALLIPO	Haagen - Dazs	«Хрещатик»	«1965»
Кислотність не більше, °К	26	18,0	20,0	24,0	20,0
Вміст сухих речовин, % не менше	36,0	50,0	48,4	38,0	32,0
Збитість, %	-	85,3	78,5	75,2	79,0
Швидкість танення, хв.	-	36	40	48	42

Аналіз отриманих результатів свідчить, що кислотність усіх зразків перебувала в межах нормативних значень. Масова частка сухих речовин не відповідала вимогам ДСТУ в морозиві «1965» ТМ «Лімо» - 32%, що може бути викликано порушенням рецептурного складу морозива, за рахунок використання більш дешевої сировини, наприклад заміни цукру – цукрозамінниками, що й пояснює його надмірно солодкий смак. Масова частка сухих речовин в інших зразках відповідала вимогам стандарту.

Дослідження збитості морозива показало, що всі зразки морозива мають задовільну збитість, при чому найбільшу збитість має морозиво ТМ «GELATERIA CALLIPO» - 85,3 %, а найменшу – ТМ «Хрещатик» - 75,2 %, що корилується з дослідженням його консистенції.

Швидкість танення всіх досліджуваних зразків не перевищувала встановлене нормативне значення, що говорить про відповідну структуру та консистенцію морозива.

Тобто за фізико-хімічними показниками лише морозиво «1965» ТМ «Лімо» не відповідає вимогам стандарту, оскільки має занижений вміст сухих речовин. Всі інші зразки морозива повністю відповідали вимогам ДСТУ.

На наступному етапі було проведено мікробіологічні дослідження загальної кількості мезофільних аеробних та факультативно анаеробних мікроорганізмів (КМАФАМ) та бактерій групи кишкової палички (БГКП) (табл.2.7).

Таблиця 2.7

Результати мікробіологічного дослідження морозива

Показник	Вимоги ДСТУ	GELATERIA CALLIPO	Haagen - Dazs	«Хрещатик»	«1965»
Кількість МАФАМ КУО/1г не більше	$1 \cdot 10^5$	$< 1 \cdot 10^3$	$< 1 \cdot 10^3$	$< 1 \cdot 10^4$	$< 1 \cdot 10^4$
Кількість БГКП КУО/ 0,01 г	не допускається	не виявлено	не виявлено	не виявлено	не виявлено

Результати досліджень показали, що загальна кількість МАФАМ у всіх досліджуваних зразках морозива не перевищувала нормативні значення, а бактерії групи кишкової палички не виявлені в жодному зразку. Отже всі досліджувані зразки морозива не несуть жодної небезпеки для життя та здоров'я людини.

Загальне оцінювання конкурентоспроможності морозива здійснювалося у чотири послідовних етапи. На початку було обрано найбільш конкурентоспроможний зразок в якості бази для порівняння, а саме морозиво пломбір ТМ «GELATERIA CALLIPO», так як воно мало високі органолептичні характеристики, відповідні фізико-хімічні показники, характеризувалося мікробіологічним благополуччям.

Для перевірки ступеня достовірності експертної оцінки був розрахований коефіцієнт конкордації W і встановлено, що коефіцієнт узгодженості експертних думок становить 0,9 (більше 0,6) тому їх можна вважати узгодженими (додат.Е).

Крім того було визначено коефіцієнти вагомості кожного фактора, результати зазначені в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Визначення коефіцієнтів вагомості

Показники	Сума балів	Відхилення від середнього	Квадрат відхилення	Ранг	Коефіцієнт вагомості (Q_1)
Смак і запах	67	27	729	1	0,25
Консистенція	62	22	484	2	0,21
Колір	14	-26	676	7	0,04
Кислотність	50	10	100	3	0,18
Масова частка сухих речовин	16	-24	576	6	0,07
Збитість морозива	33	-7	49	5	0,11
Швидкість танення	38	-2	4	4	0,14
Всього	40 (середнє)	0	2618		1

На заключному етапі було проведено визначення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Оцінка конкурентоспроможності морозива

Показники	Коеф. Вагомості a_i	«GELATERIA CALLIPO» P_k	«Haagen – Dazs»		«Хрещатик»		«1965»	
			P_1	q_1	P_1	q_1	P_1	q_1
Функціональні								
Смак і запах	0,25	1,00	0,96	0,96	0,80	0,80	0,64	0,64
Кислотність	0,18	0,80	0,60	0,75	0,20	0,25	0,60	0,75
Масова частка сухих речовин	0,07	1,00	0,92	0,92	0,37	0,37	0,05	0,05
Збитість морозива	0,11	0,75	0,90	1,20	0,97	1,29	0,89	1,19
Швидкість танення	0,14	0,30	0,50	1,67	0,90	3,00	0,60	2,00
Інтегральний показник функціональних показників			0,99		0,83		0,71	
Естетичні								
Колір	0,04	1,00	0,96	0,96	0,94	0,94	0,94	0,94
Консистенція	0,21	0,90	0,97	1,08	0,83	0,92	0,90	1,00
Інтегральний показник естетичних показників	$\Sigma 1$		0,26		0,24		0,25	
Економічні								
Ціна (грн. за пачку)		40,7	37,2	$q_{ек.}$ 0,91	13,75	$q_{ек.}$ 0,34	14,88	$q_{ек.}$ 0,37
Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності			1,37		3,15		2,59	

В результаті дослідження встановлено, що всі досліджувані зразки морозива є конкурентоспроможними до базового зразка. Найбільш конкуруючим виявилось морозиво ТМ «Хрещатик», інтегральний показник відносної конкурентоспроможності (ПВК) якого становив – 3,15. Останнє обумовлено насамперед найнижчою ціною на дане морозиво серед усіх зразків та досить високими значеннями функціональних показників. ПВК морозива «1965» ТМ «Лімо» виявився дещо нижчим (2,59) за рахунок низьких функціональних показників, так як ціна на нього була досить низькою. Не дивлячись на самі високі функціональні показники - ПВК морозива ТМ «Naagen – Dazs» виявився найнижчим (1,37). Це насамперед обумовлено найвищою ціною на дане морозиво.

Отже все ж основним фактором, який здійснив найбільший вплив на значення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності виявився економічний показник.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ МОРОЗИВА ПЛОМБІР ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»

3.1 Організація та ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» при здійсненні імпорту морозива пломбір

ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» згідно з даними державного реєстру було створено 5 серпня 2016 року. Як пояснило Fozzy Group, то реєстрація нового юридичного обличчя пов'язана зі створенням нової торгової мережі «Траш!» («Thrash»), про запуск якої офіційно було оголошено компанією 17 серпня 2016 р. [69].

До 2016 року розвитком мережі супермаркетів Сільпо займалося ТОВ «ФОЗЗІ – ФУД».

Основним напрямком діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «СІЛЬПО – ФУД» є торговельний напрямок:

- мережа супермаркетів «Сільпо» налічує 236 супермаркетів у 57 містах України (24 обл.);
- 4 делікатес - маркети Le Silpo, що розташовані у 4 містах України;
- логістика: автопарк, СТО, склади РЦ (розподільчий центр класу А);
- виробництво продуктів харчування;
- «Сільпо Resto» - фудкорти у торговельних мережах та POSITANO - заклад громадського харчування формату італійської піцерії [70].

Цілями діяльності мережі супермаркетів «Сільпо є здійснення торговельної, комерційної, виробничої, науково-дослідної, благодійної діяльності з метою одержання прибутку та задоволення інших потреб [70].

Підприємству надано право здійснювати такі види діяльності :

- Основний:
 - роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.
- Додаткові :

- виробництво хліба, свіжих борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок;
- виробництво готових харчових продуктів;
- оптова торгівля напоями;
- дистиляція, ректифікація та змішування спиртів;
- виробництво вина з винограду;
- виробництво деревної маси та целюлози;
- роздрібна торгівля хлібобулочними, борошняними і цукристими кондитерськими виробами в спеціалізованих магазинах;
- роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах;
- роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах;
- інша роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах;
- ресторани і послуги по доставці продуктів харчування;
- складування і зберігання;
- транспортна обробка вантажів;
- вантажні перевезення автомобільним транспортом;
- інші додаткові послуги при перевезеннях;
- інші види діяльності [71].

ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності мікроекономічного рівня. Основним видом зовнішньоекономічної діяльності, яким займається ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» є імпорт товарів.

Предметом зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» виступає :

- імпорт та розподіл як продовольчих, так і непродовольчих товарів;
- формування тісних взаємовідносин з іноземними фірмами;
- фінансові розрахунки з іноземними суб'єктами господарювання [70].

На підприємстві відділ зовнішньоекономічної діяльності поки що не сформований, всі функції із управління ЗЕД виконує відділ закупівель.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві

безпосередньо здійснює директор з логістики та ЗЕД, який виконує загальну координацію діяльності працівників і координує діяльність відділу з іншими відділами і службами підприємства, вирішує поточні оперативні питання.

Директору безпосередньо підконтрольні менеджер ЗЕД та декларант.

Менеджер ЗЕД здійснює пошук і аналіз потенційних партнерів, бере участь у переговорах, переписці з іноземними контрагентами, готує проекти зовнішньоекономічних контрактів, забезпечує їх переведення на іноземні мови, отримує сертифікати, висновки, документи від фіто санітарних, ветеринарних, екологічних, радіологічних та інших служб.

В обов'язки декларанта входить:

1. оформлення вантажних митних декларацій різних типів на перевезення вантажів;
2. перевірка правильності, повноти заповнення і комплектності перевізних та супровідних документів;
3. вибір методу визначення митної вартості і здійснення розрахунку митної вартості;
4. нарахування митних платежів і зборів, відповідно до постанов Уряду України, наказів Державного митного комітету України й інших нормативних документів;
5. контроль прибуття та розмитнення товарів;
6. контроль робіт, пов'язаних з питаннями валютного контролю та нетарифного регулювання;
7. листування з митними органами.

«СІЛЬПО – ФУД» здійснює зовнішньоекономічну діяльність самостійно, купуючи морозиво безпосередньо у закордонних виробників.

Стратегічними цілями підприємства при власному імпорті товарів є:

1. розширення асортименту;
2. забезпечення конкурентних переваг Мережі за рахунок постачання нових для українського ринку товарів;
3. постачання на ексклюзивних правах широкого кола імпортерів

торговельних марок [70].

Для ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» імпорт - один із стратегічних напрямків діяльності. Товариство прагне розширювати асортимент продукції в своїх торгових мережах і поставляти товари, унікальні для українського ринку. Це забезпечує торговельній мережі «СІЛЬПО – ФУД» конкурентну перевагу, а покупцям відповідно додатковий вибір товарів.

В першу чергу, ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» імпортує ті товари, які в Україні не виробляються і не мають аналогів. У таких випадках підприємство налагоджує прямі контакти з виробниками, щоб гарантувати покупцям якісний товар за найменш можливими цінами. Серед товарних категорій власного імпорту Сільпо є багато non - food товарів, а також продукти харчування: фрукти, овочі, риба і т.д. У торговельних залах Сільпо знайти ці продукти можна за відповідною позначкою «Власний імпорт без посередників».

Товарна структура імпорту ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» у 2018 році представлена на рис.3.1.

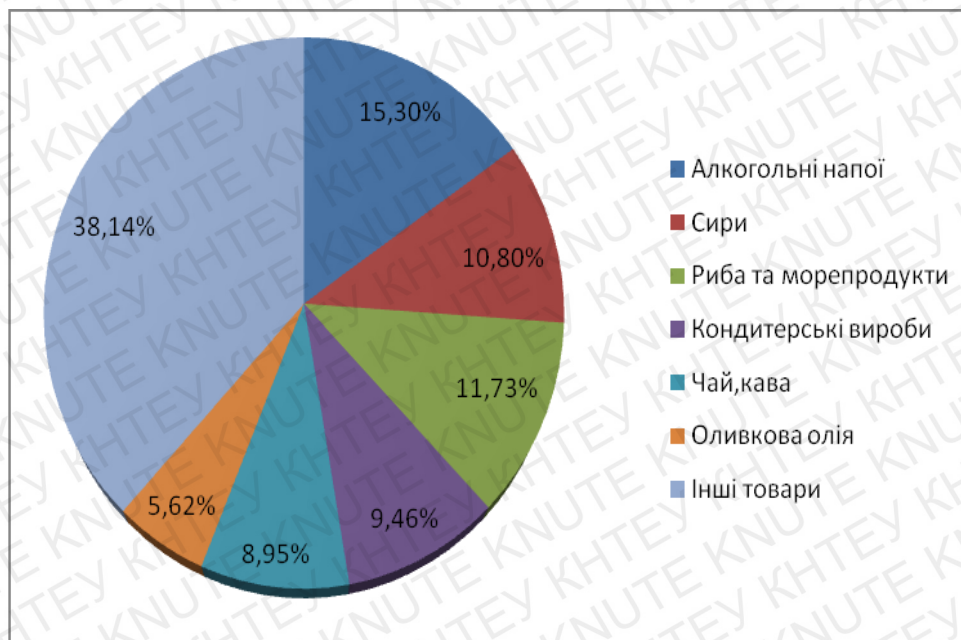


Рис.3.1 Товарна структура імпорту ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»

Проект «Власний імпорт» є найбільшим імпортером в Україні в категорії «Вино», а за даними посольства Франції – кращим імпортером французьких вин. Також «Власний імпорт» є другим найбільшим постачальником сиру в Україні.

В 2018 році проект імпортував в Україну понад 21 тис. тонн риби та морепродуктів, більше 270 тис. літрів оливкової олії і сотні нових видів чаю, солодоців і пива [72].

На сьогодні «СІЛЬПО - ФУД» безпосередньо співпрацює близько з 900 виробниками з 65 країн світу. Багато торгових марок, імпортовані безпосередньо, представлені в торговій мережі на ексклюзивних правах [72].

Географічна структура імпорту представлена на рис.3.2.

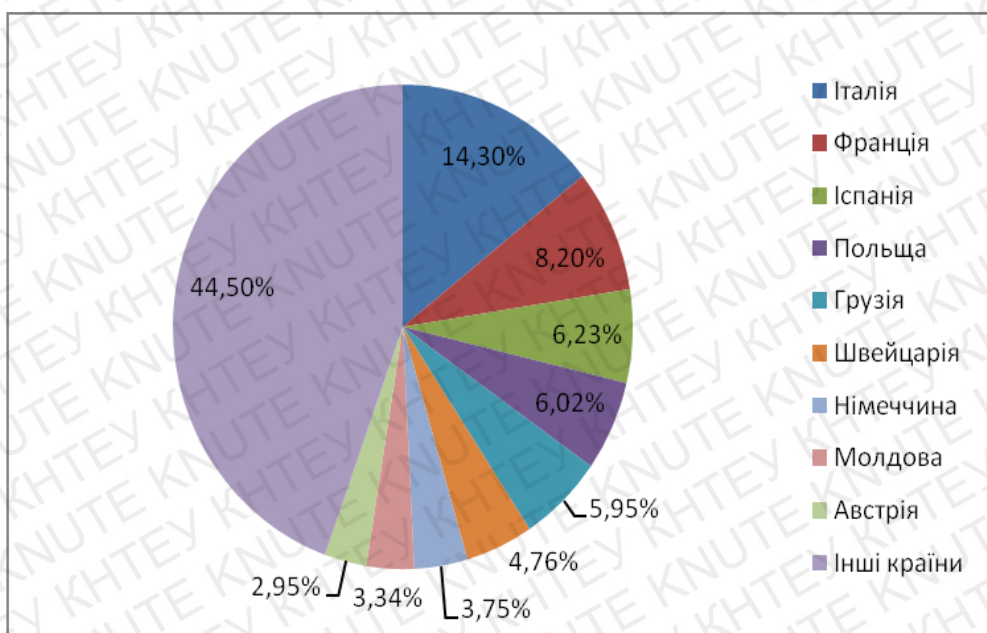


Рис.3.2 Географічна структура імпорту ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»

Найбільше товарів підприємство імпортує з Італії. Там розташовано близько 150 виробників з якими вони співпрацюють. В Італії досить багато виробників, які дотримуються національних рецептів і традицій. Незважаючи на високу конкуренцію в світі, вони не сходять з даного шляху і виготовляють товари лише високої якості [72].

Також багато товарів імпортується з Франції, Італії, Польщі, Іспанії, Швейцарії, Німеччини, Молдови, Австрії та інших країн.

Морозиво ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» імпортує лише з трьох країн: Італії, Франції та Польщі.

Основними етапами здійснення імпортих операцій на підприємстві ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» є :

1. підготовка ЗТО;
2. укладання ЗТК;
3. організація контролю, виконання та припинення зовнішньоторгового контракту.

Перший етап – підготовка зовнішньоторгової операції включає в себе наступні стадії її підготовки :

1. Дослідження зовнішнього ринку.
2. Пошук та встановлення контакту із закордонним виробником.
3. Аналіз та обробка конкурентних матеріалів.
4. Проробка базисних умов контракту.
5. Проробка валютно-фінансових умов контракту.
6. Вибір способу транспортування.
7. Питання страхування, митного оформлення товару і т.д.
8. Техніко-економічне обґрунтування ЗТО.
9. Підготовка проекту контракту.

Перша стадія першого етапу здійснення ЗТО – дослідження ринку – передбачає вивчення комплексу даних, які визначають особливості світового ринку або ринку певної країни.

Друга стадія підготовчого етапу передбачає вибір потенційних іноземних контрагентів та встановлення контактів з ними. Рішення про вибір потенційного іноземного контрагента приймає генеральний директор підприємства.

На основі прямих зв'язків ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» використовує наступні способи встановлення контактів з потенційними іноземними контрагентами, а саме:

- направляє продавцю замовлення;
- направляє запит виробнику товарів;
- оголошує торги з запрошенням до участі фірм;
- направляє можливого виробнику комерційний лист про наміри вступити у переговори у відповідь на його пропозицію;
- направляє експортеру безумовний акцепт його пропозиції.

Послугами посередників ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» користується лише в тому разі, коли необхідно:

- проконсультуватись з фахівцями із питань ЗЕД;
- отримати або ж перевірити інформацію про іноземного партнера;
- безпомилково оформити документи, що стосуються ЗТО.

Третя стадія передбачає опрацювання запитів та пропозицій з такою метою:

- визначити найкращого партнера по майбутній угоді;
- визначити оптимальний рівень ціни імпортного товару.

На наступному етапі здійснюється вибір базисної умови поставки вантажу. ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» використовує умови поставки FCA, CIF, DAT згідно з ІНКОТЕРМС 2010.

Вибір форми і способу міжнародних розрахунків. ТОВ СІЛЬПО - ФУД» використовує систему безготівкових розрахунків, що полягає у переказі грошових коштів з власного рахунку банку на рахунок банку контрагента.

Вибір способу транспортування. На даний момент існують різні способи транспортування вантажів від країнами. До критеріїв, що визначають вид транспорту належить: вид вантажу, відстань і маршрут перевезення, вартість перевезень, фактор часу, безпека перевезення.

Для перевезення вантажів ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» використовує здебільшого автомобільний транспорт.

Восьма стадія включає техніко-економічне обґрунтування доцільності операції, оцінку ефекту та ефективності від її здійснення.

Остання стадія передбачає підготовку проекту зовнішньоторговельного договору з використанням типових контрактів.

На другому етапі здійснення імпортних операцій ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» зі своїм контрагентом укладають спільний проект контракту, в якому враховується фактична домовленість, що досягнута сторонами.

Розробкою контракту займається менеджер ЗЕД, а узгоджує начальник відділу логістики та ЗЕД,

Третій етап - це виконання сторонами взятих на себе зобов'язань, що включає в себе досить багато процедур.

Фірма - експортер повинна виконати наступні процедури:

1. підготувати товаросупровідні документи (рахунок – фактура, інвойс, специфікація та інші) і на вимогу покупця додаткові документи (сертифікат якості);
2. підготувати партію товару, доставити її в місце відвантаження, що зазначене в контракті, сповістити фірму – імпортера про готовність товару до відвантаження;
3. відвантажити товар і сповістити про це покупця;
4. здійснити експортне очищення.

В свою чергу ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» повинно здійснити імпортне митне оформлення вантажу і у встановлені терміни та в повному обсязі сплатити встановлену вартість, доставленої партії товару, фірмі – експортеру.

Контроль за виконанням укладеного договору покладається на директора з логістики та ЗЕД.

ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» регулярно здійснює закупівлю морозива у італійського виробника Калліпо Джелатерія С.Р.Л. Схема здійснення імпортової операції, укладеної між цими підприємствами на поставку морозива на умовах поставки DAT подана на рис. 3.3.

Продавець морозива Калліпо Джелатерія С.Р.Л. вважається таким, що виконав свої зобов'язання тоді, коли товар, випущений в митному режимі експорту, розвантажений з прибулого транспортного засобу та наданий у розпорядження ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» в узгодженому терміналі зазначеного місця призначення [73].

Поставка морозива здійснюється на умовах контракту з 50% передоплатою, транспортування вантажу здійснюється автомобільним транспортом.

Характеристика основних етапів здійснення імпортової операції між підприємством Калліпо Джелатерія С.Р.Л. і ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»:

1. ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» і Калліпо Джелатерія С.Р.Л. здійснили

переговори і підписали контракт на поставку морозива.

2. ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» і Калліпо Джелатерія С.Р.Л. узгодили асортимент, кількість і ціну на партію морозива і підписали Специфікацію до договору.

3. ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» здійснив оформлення паспорта імпортової угоди і зареєстрував її у власному банку.

4. ПАТ «Банк Восток» здійснив перерахунок 50% коштів в банк Калліпо Джелатерія С.Р.Л..

5. Гроші надійшли на рахунок продавця.

6. Калліпо Джелатерія С.Р.Л. здійснює страхування предмету угоди.

7. Експортер укладає договір з експедиторською компанією на доставку товару до терміналу.

8. Калліпо Джелатерія С.Р.Л. інформує ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» про те, що товар відвантажено, вказує дату відвантаження, називає ім'я транспортно-експедиторської компанії, що здійснює транспортування вантажу.

9. Вантаж здійснює перетин митного кордону Італії і надходить на митний пост України .

10. ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» здійснює приймання товару і виконує імпортне митне оформлення.

Документи, які повинен надати ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» митному органу для митного оформлення: картка акредитації підприємства, інвойс (рахунок – фактура виставлений відправником на адресу одержувача) з печаткою митного органу, контракт з додатками і специфікаціями, платіжне доручення, що підтверджує проведення оплати за контрактом, дозвільні документи (декларация про відповідність, сертифікати походження) тощо.

11. Вантаж з морозивом надходить на розподільчий склад ТОВ «СІЛЬПО – ФУД».

12. ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» інформує Калліпо Джелатерія С.Р.Л. про отримання товару.

13. ПАТ «Банк Восток» протягом 20 робочих днів з дня отримання

вантажу здійснює перерахунок решти коштів у банк продавця.

14. Гроші надходять на рахунок експортера.

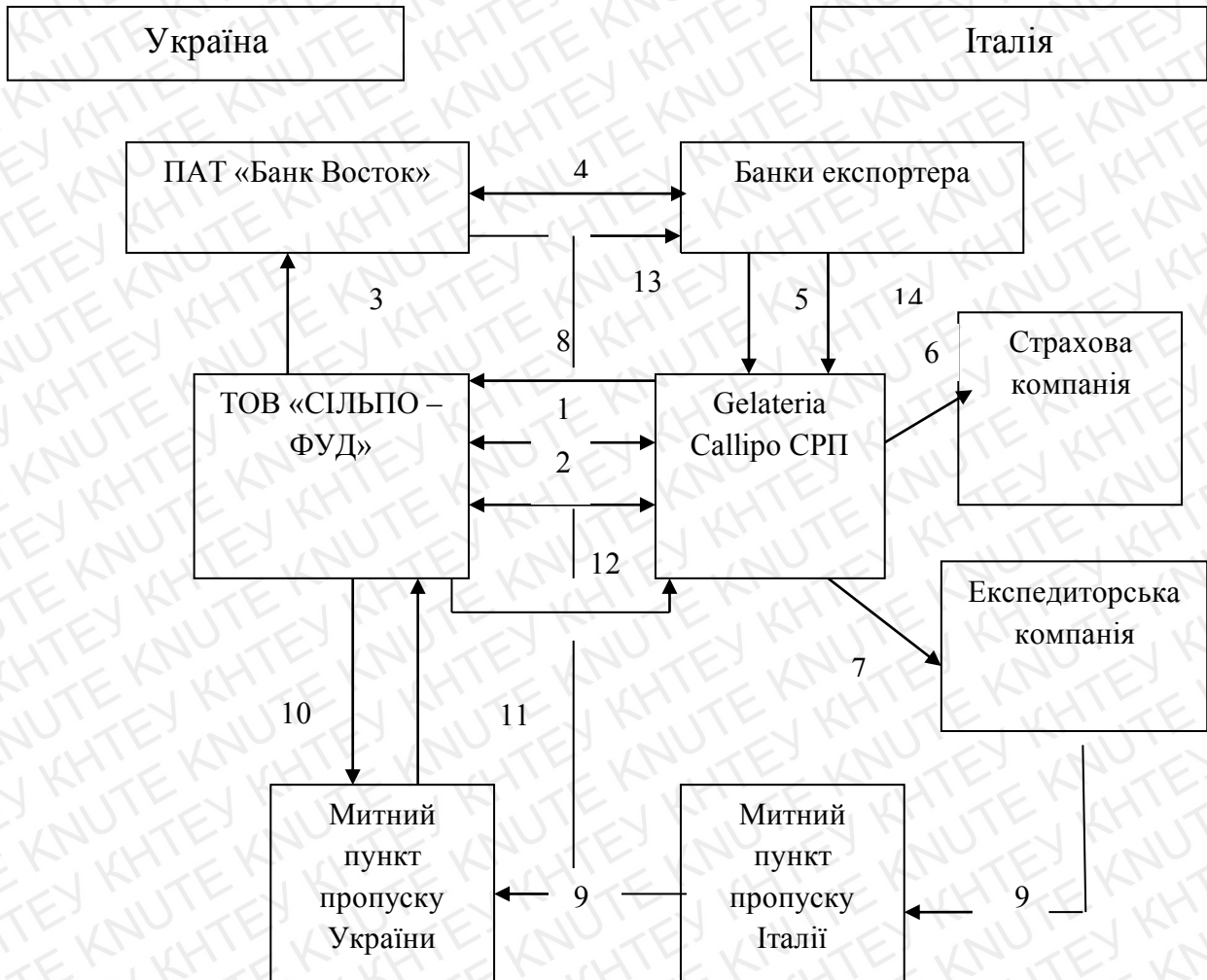


Рис.3.3 Схема здійснення імпортової угоди з поставки морозива, укладеної між Калліпо Джелатерія С.Р.Л. і «СІЛЬПО-ФУД»

Також ми розрахували ефективність імпортової операції із закупівлі морозива ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» (табл.3.1).

Згідно з УКТЗЕД морозиво класифікується в розділі VI "Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замінники"; групі 21 "Різні харчові продукти", товарній підпозиції 210500 "Морозиво та інші види харчового льоду, що містять або не містять какао".

Морозиво пломбір згідно з УКТЗЕД має код – 2105009900 «Морозиво та інші види харчового льоду, що містять або не містять какао з вмістом молочних жирів 7 мас. % або більше».

Відповідно до Митного тарифу України з поточною редакцією від 01.01.2019 ставка ввізного мита для морозива з вмістом молочних жирів більше 7% становить 10% від контрактної вартості товару.

Таблиця 3.1

Ефективність імпортової операції ТОВ «СІЛЬПО - ФУД»

1	Кількість пачок, шт.	15750
2	Контрактна (фактурна) вартість товару, ДАТ, грн.	343350,00
3	Мито (10%), грн.	34335,00
4	ПДВ (20%), грн.	68670,00
5	Митні платежі (мито + ПДВ), грн.	103005,00
6	Транспортування по території України, грн.	16854,15
7	Додаткові витрати, грн.	8345,48
8	Собівартість імпортного морозива, грн.	471554,63
9	Дохід від реалізації партії морозива, грн.	618975,00
10	Ефект від угоди, грн.	147420,37
11	Ефективність угоди	1,31

Оцінка імпортової операції із закупівлі морозива ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» показала, що ефективність даної операції становить 1,31, тобто на 1 грн. витрат припадає 0,31 грн. прибутку.

Отже стан зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» є задовільним, але підприємство має перспективи для покращення її ефективності.

В результаті аналізу організації і здійснення імпорتنих операцій на підприємстві ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» можна зробити висновки:

1. ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності мікроекономічного рівня. Основним видом зовнішньоекономічної діяльності, яким займається ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» є імпорт товарів;
2. основними етапами здійснення імпорتنих операцій на підприємстві є : підготовка ЗТО; укладання ЗТК; організація контролю, виконання та припинення зовнішньоторгового контракту;
3. закупівлю імпорتنих товарів підприємство здійснює самостійно, купуючи морозиво безпосередньо у іноземних виробників, послугами посередників користується лише в окремих випадках;
4. у товарній структурі імпорту ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» переважають алкогольні вироби, сири, риба, чай, кава, солодощі, оливкова олія.
5. найбільше товарів підприємство закуповує у Італії, оскільки там розташовано близько 150 виробників, з якими вони співпрацюють.
6. розрахунок ефективності імпоротної операції ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» із закупівлі морозива показала, що підприємство проводить ефективну зовнішньоекономічну діяльність.

3.2 Обґрунтування напрямів підвищення ефективності імпоротної діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»

Розрахунок ефективності імпоротної операції ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» показав, що її ефективність становить 1,31, тобто на 1 грн. витрат припадає 0,3125 грн. прибутку, але підприємство має перспективи для покращення імпоротної діяльності. Тому ми розробили певні напрямки її вдосконалення.

Одним із способів підвищення ефективності імпоротної діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» запропоновано зменшення собівартості морозива за рахунок збільшення обсягу партії, що одноразово закуповується підприємством із метою отримання знижок у постачальника.

Збільшення обсягу закупівель також в свою чергу зумовить зменшення транспортних витрат, що припадають на одиницю продукції.

Італійський виробник морозива Калліпо Джелатерія С.Р.Л. для транспортування морозива використовує 20 та 40 футові рефрижераторні контейнери. Якщо контрагент купує морозиво обсягом з 20 футовий контейнер, то ніяких знижок не отримує. Якщо покупець при одноразовій закупівлі купує морозива обсягом з 40 футовий контейнер, то Калліпо Джелатерія С.Р.Л. пропонує своїм контрагентам знижки до 8 %.

ТОВ «СІЛЬПО–ФУД» одноразово закуповує 20 футовий рефрижераторний контейнер з морозивом, при цьому втрачає наявні знижки. Тому для зменшення собівартості морозива і відповідно для підвищення ефективності імпортової операції необхідно користуватися знижками, що пропонує даний виробник.

Особливо актуально закуповувати 40 футовий рефрижераторний контейнер морозива у літній період, коли морозиво користується найвищим попитом серед споживачів.

Порівняльна характеристика величин ефекту та ефективності при закупівлі морозива обсягом із 20 футовий і 40 футовий рефрижераторний контейнер наведена в табл.3.2.

Таблиця 3.2

Ефективність імпортової операції ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»

№		20 футовий рефрижераторний контейнер	40 футовий рефрижераторний контейнер
1	Кількість пачок, шт.	15750	33580
2	Контрактна (фактурна) вартість товару, ДАТ, грн	343350,00	673480,48
3	Мито (10%), грн.	34335,00	67348,048

Продовження табл.3.2

4	ПДВ (20%), грн.	68670,00	134696,096
5	Митні платежі (мито + ПДВ), грн.	103005,00	202044,144
6	Транспортування по території України, грн.	16854,15	25218,25
7	Додаткові витрати	8345,48	11212,33
8	Собівартість імпортного морозива, грн.	471554,63	911955,204
9	Дохід від реалізації партії, грн.	618975,00	1319694,00
10	Ефект від угоди, грн.	147420,37	407738,796
11	Ефективність угоди	1,31	1,45

Ефективність імпортової операції із закупівлі 40 футового рефрижераторного контейнера становитиме 1,45, тобто на 1 грн. витрат припадатиме 0,45 грн. прибутку замість 0,31 грн. прибутку, коли підприємство закупляє 20 футовий контейнер.

Отже розрахунок показав, що якщо ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» одноразово буде закуповувати не 20, а 40 футовий рефрижераторний контейнер морозива, то ефективність імпортової операції зросте на 11%.

Підвищити ефективність імпортової операції можна також за рахунок отримання знижок у постачальника (5%), якщо контракт буде підписуватись на умовах не 50% , а повної передоплати.

В даному випадку підвищення ефективності відбудеться за рахунок зниження собівартості продукції, оскільки на 5% знизиться вартість морозива у виробника і відповідно зменшиться сума всіх митних платежів.

Вартість транспортування і додаткові витрати на реалізацію морозива залишаються без змін.

Порівняльна характеристика значень ефекту та ефективності при закупівлі морозива на умовах 50% і 100% передоплати наведена в табл.3.3.

Таблиця 3.3

Ефективність імпортової операції ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»

№		50% передоплата	100% передоплата
1	Кількість пачок, шт.	15750	15750
2	Контрактна (фактурна) вартість товару, DAT, грн	343350,00	326182,5
3	Мито (10%), грн.	34335,00	32618,25
4	ПДВ (20%), грн.	68670,00	65236,5
5	Митні платежі (мито + ПДВ), грн.	103005,00	97854,75
6	Транспортування по території України, грн.	16854,15	16854,15
7	Додаткові витрати, грн.	8345,48	8345,48
8	Собівартість імпортного морозива, грн.	471554,63	449236,88
9	Дохід від реалізації партії, грн.	618975,00	618975,00
10	Ефект від угоди, грн.	147420,37	169738,12
11	Ефективність угоди	1,31	1,38

Розрахунок показав, що якщо ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» підписуватиме контракт на умовах 100% , а не 50% передоплати, то величина ефективності угоди зросте з 1,31 до 1,38. Тобто на 1 грн. втрат припадатиме не 0,31 грн. прибутку, а 0,38 грн.

Традиційно вважається, що морозиво є сезонним товаром, попит на який зростає навесні і знижується восени. Тому досягти підвищення ефекту та ефективності імпорту можна за рахунок отримання сезонних знижок у виробника морозива.

Оскільки ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» і Калліпо Джелатерія С.Р.Л. досить давно і тісно співпрацюють, то вони можуть провести переговори і домовитися, що у період з жовтня по лютий, коли обсяги споживання морозива в Україні є найменшими, Калліпо Джелатерія С.Р.Л. буде надавати своєму контрагенту знижки на морозиво у вигляді 10 %.

Зниження собівартості продукції відбудеться за рахунок зниження вартості морозива на 10 % у виробника, відповідно зменшиться і сума митних платежів, що в свою чергу призведе до підвищення ефективності операції з імпорту морозива.

Порівняльна характеристика значень ефекту та ефективності при закупівлі морозива без і з сезонними знижками наведена в табл.3.4.

Таблиця 3.4

Ефективність імпортової операції ТОВ «СІЛЬПО – ФУД»

№		Імпорт морозива без сезонних знижок	Імпорт морозива з сезонними знижками
1	Кількість пачок, шт.	15750	15750
2	Контрактна (фактурна) вартість товару, ДАТ, грн	343350,00	309015,00
3	Мито (10%), грн.	34335,00	30901,50

Продовження табл.3.4

4	ПДВ (20%), грн.	68670,00	61803,00
5	Митні платежі (мито + ПДВ), грн.	103005,00	92704,50
6	Транспортування по території України, грн.	16854,15	16854,15
7	Додаткові витрати, грн.	8345,48	8345,48
8	Собівартість імпортного морозива, грн.	471554,63	401719,50
9	Дохід від реалізації партії, грн.	618975,00	618975,00
10	Ефект від угоди, грн.	147420,37	217255,50
11	Ефективність угоди	1,31	1,54

Розрахунок показав, що якщо ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» імпортуватиме морозиво у період з жовтня по лютий із сезонними знижками, то величина ефективності угоди зросте з 1,31 до 1,54. Тобто на 1 грн. витрат припадатиме не 0,31 грн. прибутку, а 0,54 грн.

Для зростання ефективності імпортової діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» потрібно використовувати запропоновані нами шляхи підвищення ефективності імпортних операцій. Підприємство може їх використовувати як окремо, так і в комплексі.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Досліджено, що в межах нашої держави, основні питання щодо безпечності та якості морозива, викладені в Законах України: «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про молоко і молочні продукти», «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин», «Про інформацію для споживачів харчових продуктів»; а також в ДСТУ, технічних умовах підприємств та ін. Вимоги міжнародного законодавства викладені в стандартах Комісії «Кодекс Аліментаріус», документі «Євроглас» (EUROGLACES), програмах GMP і GHP, постановах та регламентах ЄС.

Встановлено, що важливими факторами формування споживних властивостей морозива є якість та безпечність сировини, дотримання технологічних операцій виробництва, відповідність санітарно-гігієнічним нормам, пакування, зберігання та транспортування. Порушення технології, умов зберігання та транспортування, використання неякісної сировини – може призвести до утворення дефектів, погіршення якості продукції і в підсумку поставити під загрозу здоров'я споживача.

Аналіз теоретичних засад організації імпорту, показав що для того, щоб здійснювати ефективну імпорتنу діяльність підприємству необхідно: детально знати міжнародне законодавство та законодавство України щодо здійснення імпорту товарів, купувати товари лише у надійних та перевірених партнерів, в контракті необхідно детально прописувати всі необхідні умови і можливі форс - мажорні обставини. Якщо ж підприємство тільки починає здійснювати імпорتنу діяльність, то в цьому випадку краще звернутися за консультаціями до спеціалістів.

Проаналізовано, що на сьогодні ринок морозива великою мірою складається з продукції українського виробництва з незначною часткою імпорту, оскільки

специфіка продукту обмежує перевезення на далекі відстані та потребує якісного морозильного обладнання. Вітчизняна молокопереробна промисловість в останні роки майже на 99% забезпечує потреби внутрішнього ринку морозива. На ринку все більш вираженою стає концентрація виробництва – сильні виробники витісняють більш слабких. Головною проблемою на українському ринку завжди була і є низька платоспроможність населення, так як морозиво не є продуктом першої необхідності. Ринок морозива в Україні має потенційну ємність і є перспективним в майбутньому так як рівень споживання в Україні значно менше ніж в інших країнах світу. Наступним етапом розвитку повинна бути ефективна зовнішньоекономічна діяльність українських підприємств з виробництва морозива.

Згідно з проведеними дослідженнями було встановлено, що категорію якості – «відмінно» отримало морозиво ТМ «GELATERIA CALLIPO» (КПЯ – 4,9) і ТМ «Haagen – Dazs» - КПЯ якого становив - 4,8 бали завдяки високим балам за смак та запах. Дані зразки морозива відрізнялися досить приємним, яскраво вираженим молочно - шоколадним смаком морозива. Морозиво ТМ «Хрещатик» було віднесено до категорії «добре» (КПЯ - 4,2 бали) через виражений присмак перепастеризації, що й зумовило зниження його балів. Морозиво «1965» ТМ «Лімо» було віднесено до категорії «задовільно» (КПЯ - 3,9 бали) так як мало не виражений молочно – шоколадний смак, занадто солодкий. Варто зазначити, що морозиво «1965» ТМ «Лімо» мало занижений вміст сухих речовин – 32% , що може бути викликано порушенням рецептурного складу морозива, за рахунок використання більш дешевої сировини, наприклад заміни цукру – цукрозамінниками, що й пояснює його надмірно солодкий смак.

За результатами проведеної оцінки конкурентоспроможності встановлено, що всі досліджувані зразки морозива є конкурентоспроможними до базового зразка. Найбільш конкуруючим виявилось морозиво ТМ «Хрещатик», інтегральний показник відносної конкурентоспроможності (ІПК) якого становив – 3,15. Останнє обумовлено насамперед найнижчою ціною на дане морозиво серед усіх зразків та досить високими значеннями функціональних

показників. ПВК морозива «1965» ТМ «Лімо» виявився дещо нижчим (2,59) за рахунок низьких функціональних показників, так як ціна на нього була досить низькою. Не дивлячись на самі високі функціональні показники - ПВК морозива ТМ «Нааген – Dazs» виявився найнижчим (1,37). Це насамперед обумовлено найвищою ціною на дане морозиво. Отже все ж основним фактором, який здійснив найбільший вплив на значення інтегрального показника відносної конкурентоспроможності виявився економічний показник.

Аналіз особливостей організації і здійснення імпорتنих операцій на підприємстві ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» показав:

- ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності мікроекономічного рівня. Основним видом зовнішньоекономічної діяльності, яким займається ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» є імпорт товарів;

- основними етапами здійснення імпорتنих операцій на підприємстві є : підготовка ЗТО; укладання ЗТК; організація контролю, виконання та припинення зовнішньоторгового контракту;

- закупівлю імпорتنих товарів підприємство здійснює самостійно, купуючи морозиво безпосередньо у іноземних виробників, послугами посередників користується лише в окремих випадках;

- у товарній структурі імпорту ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» переважають алкогольні вироби, сири, риба, чай, кава, солодощі, оливкова олія.

- найбільше товарів підприємство закуповує у Італії, оскільки там розташовано близько 150 виробників, з якими вони співпрацюють.

- розрахунок ефективності імпортової операції ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» із закупівлі морозива показала, що підприємство проводить ефективну зовнішньоекономічну діяльність.

Пропозиції, щодо покращення якості та безпечності морозива є наступними:

- запровадження більш жорсткіших вимог до показників якості та безпечності сировини та готової продукції,

- обов'язково вказувати при маркуванні морозива походження замінича молочного жиру в морозиві, глазурі та вафлях, тобто отриманого шляхом – гідрогенізацією чи переестерифікацією;
- залучати нові джерела сировини натурального походження для розширення асортименту морозива з підвищеною біологічною цінністю.

Для вдосконалення імпортової діяльності ТОВ «СІЛЬПО – ФУД» ми запропонували напрями підвищення ефективності, а саме зменшення собівартості за рахунок збільшення обсягу закупівель і відповідно отримання знижок у постачальника, зменшення собівартості за рахунок отримання знижок у постачальника при підписанні контракту за умовою 100% передоплати, а також отримання сезонних знижок у виробника в період з жовтня по лютий, коли морозиво користується найменшим попитом (ефективність операції зростає з 1,31 до 1,54).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вежлівцева С. П. Аналіз якості морозива пломбір на споживчому ринку України / С. П. Вежлівцева, О. П. Ряба // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука" - №1 (63), т.3, 2019. – С. 7-10.
2. Ряба О.П. Якість та конкурентоспроможність морозива на ринку України / О. П. Ряба // Збірник наукових статей студентів «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», Ч. 2/ відп. ред. В.А. Осика. – Київ : Київ. нац. торг.–екон. ун–т, 2019. – С.233-238
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів : Закон України від 20 вересня 2015 р. / Верховна Рада України. - Офіц. вид. - Київ : Парлам. Вид-во, 2015 - 66 с.
4. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 4 квітня 2018 р. / Верховна Рада України. - Офіц. вид. - Київ : Парлам. Вид-во, 2018- 98 с.
5. ДСТУ ISO 22000:2007 Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга» Чинний від 2 квітня 2007. -К. : Держспоживстандарт, 2007. - 39 с.
6. Гребенюк М.В. Система забезпечення продовольчої безпеки в законодавстві Європейського Союзу / М. В. Гребенюк // Право України. - 2010. № 9. - С. 227 -233.
7. Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин: Закон України від 18.05.2017, № 2042-VIII / Верховна Рада України. - Офіц. вид. - Київ: Парлам. Вид-во, 2018 - 343 с.
8. Про молоко і молочні продукти : Закон України від 24 червня 2004 N 191-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1870-15>
9. Про інформацію для споживачів харчових продуктів: Закон України від

6 серпня 2109 р. . / Верховна Рада України. - Офіц. вид. - Київ : Парлам. Вид-во, 2019- 50 с.

10. ДСП 4.4.4.011-98 Державні санітарні правила для молокопереробних підприємств [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va011488-98>

11. Вимоги щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР): Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 01.10.2012р. №590 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12>

12. «Про затвердження мікробіологічних критеріїв для встановлення показників безпеності харчових продуктів» : наказ Міністерства охорони здоров'я України від 19.07.2012 № 548 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1321-12>

13. ДСанПіН 8.8.1.2.3.4-000-2001 Допустимі дози, концентрації, кількість та рівні вмісту пестицидів у сільськогосподарській сировині, харчових продуктах, повітрі робочої зони, атмосферному повітрі, воді [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0137588-01>

14. ГН 6.6.1.1-130-2006 Допустимі рівні вмісту радіонуклідів ^{137}Cs і ^{90}Sr у продуктах харчування та питній воді [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0845-06>

15. ДСТУ 4733 Морозиво молочне, вершкове та пломбір. Загальні технічні умови. Введ. в дію 01.01.2008. - К.:Держспоживстандарт України, 2008. - 36 с.

16. ДСТУ 4735:2007 Морозиво з комбінованим складом сировини. Загальні технічні умови. Введ. в дію 01.01.2008. - К.:Держспоживстандарт України, 2008. - 38 с.

17. ДСТУ 4734:2007 Морозиво плодово-ягідне, ароматичне, щербет, лід. Загальні технічні умови - Введ. в дію 01.01.2008. - К.:Держспоживстандарт України, 2008.– 39 с.

18. О безопасности молока и молочной продукции. Технический регламент Таможенного союза (ТР ТС 033/2013) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499050562>
19. Codex Alimentarius. International Food Standards [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-home/ru/>
20. Codex Standard for Edible Ices and Ice Mixes - CODEX STAN 137-1981. <http://odontologia.bvs.br/es/lis/resource/2575#.XGNewtL7Sss>
21. Якоб Й. Сенсорика и качество мороженого / Й.Якоб, К.Тиманн / Продукты & Ингредиенты. 2014 .- № 3 .- С.30-33
22. Goff H. D. Ice Cream / H. D. Goff, R. W. Hartel. - N. Y. : Springer, 2013. - 455 с.
23. Замінник молочного жиру [Электронный ресурс]. Режим доступа: schedro.ua/uk/about/mass-media/zaminniki-molochno-zhiru
24. Арсеньева Т. П. Справочник технолога молочного производства. Технология и рецептуры. Мороженое / Арсеньева Т. П. : [под ред. проф. К. К. Горбатовой]. – СПб. : ГИОРД, 2002. - Т.4. - 184 с.
25. Marshall R. T. Ice Cream / Marshall R. T., Goff H. D., Hartel R. W. - [6th Edn.] – New York: Kluwer Academic, 2003. - 371 p.
26. Хайбуллина Г. Р., Лиманский Е. С. Природные пищевые красители, их синтетические аналоги и влияние на организм // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 99-102 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/89/18179/>
27. Чурсина А. Натуральные красители для мороженого /А. Чурсина/ Продукты & Ингредиенты . – Київ , 2017 .- № 2 .- С.2-3
28. Оленев Ю. А. Структурные элементы смесей и мороженого / Ю. А. Оленев // Молочная промышленность.- 2003. - № 3, № 5. С. 52–54.
29. Арсеньева Т. П. Влияние массовой доли и типа жира на качество мороженого / Т. П. Арсеньева, А. А. Брусенцев // Молочная промышленность. - 2000. - № 6. - С. 40–42.

30. Kilara A. Ice cream and frozen desserts / A. Kilara, R. Chandan, N. Shah // Dairy Processing & Quality Assurance. Eds. : Wiley-Blackwell: New Delhi, India, 2008. - P. 364-365.
31. Clarke C. The Science of Ice Cream / Clarke C. - The Royal Society of Chemistry: Cambridge, UK, 2004. - 241 p.
32. Поліщук Г. Є. Технологія морозива / Г. Є. Поліщук, І. С. Гудз - К. : Фірма ІНКОС, 2006. - 216 с.
33. Бартковський І. І. Технологія морозива / Бартковський І. І., Поліщук Г. Є., Шарахматова Т. Є.- К. : Фенікс, 2010. - 248 с.
34. Chang Y. Stability of Air Cells in Ice Cream during Handening and Storage / Y. Chang, R. W. Hartel // Journal of Food Engineering. - 2002. - Vol. 55, № 11. - P. 59 - 70.
35. Типова технологічна інструкція з виробництва морозива молочного, вершкового, пломбіру; плодово-ягідного, ароматичного, щербету, льоду; морозива з комбінованим складом сировини : ТТІ 31748658-1-2007 до ДСТУ 4733:2007, 4734:2007, 4735:2007. - [Чинна від 2008-01-01]. - К. : Асоціація українських виробників «Українське морозиво та заморожені продукти», 2007. - 100 с.
36. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 4 листопада 2018 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ: Парлам. вид-во, 2018. – 377 с.
37. Загородній А.Г. Зовнішньоекономічна діяльність: Термінологічний словник /Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. – К. : Кондор, 2007. – 168 с.
38. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства / Ю.Г. Козак Н.С. Логвінова, М.А. Заєць. – К. : «Освіта України», 2012. – 272 с.
39. Лубенченко О. Е. Методологія управління зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств в умовах інноваційно-інвестиційної економіки: монографія / О. Е. Лубенченко, А. В. Гнедков; Донбас. держ. техн. ун-т. – Лисичанськ: ДонДТУ, 2016. – 243 с.

40. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства/ М.І. Дідківський. – К.: «Знання», 2006. – 462 с.
41. Решетняк К. Е. Експортно–імпорتنі операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємств/ К. Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. – №3. – 326 с.
42. Батченко Л. В. Механізм управління експортно–імпортними операціями підприємства / Л.В. Батченко, К.Є. Мойсеєнко, Ю.І. Константинова // Сучасні державного управління різним сферами і галузями економіки: зб.наук.пр. ДонДУУ. – Донецьк: ДонДУУ. 2013. – Т.ХІV. – Державне управління; вип. 257. – 278 с.
43. Про затвердження Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті: Постанова Правління НБУ від 02.01.2019 р. // Офіційний вісник України. – 2019. – № 5. – 28 с.
44. Омельченко А. В. Правова характеристика видів зовнішньоекономічної діяльності / А. В. Омельченко // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. Серія: Право та державне управління. – К., 2011. – №1. – 124 с.
45. Зовнішньоекономічна діяльність: Консультації. Роз'яснення спеціалістів міністерств та відомств. Нормативна база. Первинна документація: Практ. Керівництво /Абрамцова Т., Авер'янова Є., Богданов В., Василенко В., Діброва Н – Д.: ТОВ «Баланс–Клуб», 2006. – 175 с.
46. Митний кодекс України від 12 грудня 1991 р.// Відомості Верховної Ради України.-1992.- №4495-VI . - ст.203
47. Про митний тариф України : Закон України від 1 січня 2019 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ: Парлам. вид-во, 2019. – 32 с.
48. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р.// Відомості Верховної Ради України.-2010 .- № 2755-VI . - ст.357
49. Молоко и молочные продукты. Методы определения влаги и сухих веществ ГОСТ 3626 - Введ. в дію 06.06.1974. – М: Изд-во стандартов, 1975 – 11 с.

50. Молоко и молочные продукты. Методы определения кислотности. ГОСТ 3624 - Введ. в дію 01.01.1994. – М: Изд-во стандартов, 1994 – 8 с.
51. Продовольчі товари: Навч. Посіб./ Н.В.Притульська, Г.Б. Рудавська, В.А. Колтунов та ін. – К.: Київ. Нац. торг.- екон. Ун-т, 2007. –505 с.
52. ДСТУ 4834:2007 Молоко та молочні продукти. Правила приймання, відбирання та готування проб до контролювання. - Введ. в дію 10.10.2007. – К.:Держспоживстандарт України, 2008. – 14 с.
53. ГОСТ 9225 Молоко и молочные продукты. Методы микробиологического анализа - Введ. в дію 01.01.1986. – М: Изд-во стандартов, 1986 – 8 с.
54. Сидоренко О.В. Товарознавчі складові ринкознавства / О.В. Сидоренко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 90 с.
55. Skorobogatova N. Macroeconomic instability: its causes and consequences for the economy of Ukraine П EASTERN JOURNAL OF EUROPEAN STUDIES. — Volume 7, Issue 1, June 2016. - P. 63-80. [Електронне джерело]. - Режим доступу: http://ejes.uaic.ro/articles/EJES2016_0701_SKO.pdf
56. УКРМОЛПРОМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [//ukrmolprom.kiev.ua/](http://ukrmolprom.kiev.ua/)
57. Асоціація IDFA [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://www.idfa.org;>
58. Офіційна сторінка державного комітету статистики України [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
59. Кравченко Л. В. Ринок морозива в Україні / Л. В. Кравченко // Мир продуктів. - 2017. - №3. - С. 8-12.
60. Тарасова Ю. А. Стан та перспективи розвитку молочної галузі України // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред.: М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 1 (62). - С. 149 - 156.

61. Топ-5 вітчизняних виробників морозива [Електронний ресурс] 11 Укрінформ. - 2018. - Режим доступу до ресурсу: <https://agroreview.com/news/top-5-vitchyzyanyh-vyrobnykiv-morozyva>
62. Летнее лакомство: анализ рынка мороженого в Украине [Електронний ресурс] І Анна Слез. - 2017. - Режим доступу до ресурсу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/Letnee-lakomstvo-analiz-rinkamorozenoro-v-Ukraine.html>.
63. Офіційна сайт державної Митної Служби України [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://arc.customs.gov.ua/>
64. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ms/fl1>.
65. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн - контрагентів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ms/f3>
66. Сучасний ринок морозива України [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://ukrainian-food.org/uk/post/sucasnij-rinok-moroziva>.
67. Романчук І.О. Актуальні аспекти та проблеми виробництва молоковісних продуктів/ І.О. Романчук // Проблеми ринку продовольчих ресурсів України: Зб. наук. праць за матеріалами Першої наук.-практ. конф., 10.04.2013 / Інститут продовольчих ресурсів НААН. — К.: ННЦ ІАЕ, 2013. — С. 119—121.
68. Українське морозиво чекають у понад 50 країнах світу [Електронний ресурс] //Щ УАК. - 2018. - Режим доступу до ресурсу: <http://agroconf.org/content/ukrayinske-morozivo-chekayut-u-ponad-50-krayinah-svitu>
<http://agroconf.org/content/ukrayinske-morozivo-chekayut-u-ponad-50-krayinah-svitu>.
69. В Fozzy Group пояснили зачём создали "Сильпо-Фуд" [Електронне джерело]. - Режим доступу: <https://ubr.ua/business-practice/own-business/v-fozzy-group-obiasnili-zachem-sozdali-silpo-fud-450199>

70. Звіт про управління ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2018 рік [Електронне джерело]. - Режим доступу:

https://silpo.ua/assets/Report_Silpo%20Food_2018_site.pdf

71. Досьє компанії СІЛЬПО-ФУД [Електронне джерело]. - Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/40720198/

72. Від бананів до вина: як Сільпо розвиває напрямок власного імпорту [Електронне джерело]. - Режим доступу: <https://rau.ua/personalii/silpo-vlasnogo-importu/>

73. Рамберг Я. Коментар ІСС до правил Інкотермс 2010. Роз'яснення та практичне використання: пер. з англ. / Я. Рамберг. – К.: ЗЕД, 2011. – 216 с.

Акт впровадження

рекомендацій наукової роботи на тему:

«Товарознавча оцінка морозива»

студентки денної форми навчання, факультету торгівлі та маркетингу

Київського національного торговельно-економічного університету

Рябої Олени Петрівни

Робота виконана на актуальну тему, яка присвячена порівняльній товарознавчій оцінці морозива на молочній основі та з комбінованим складом сировини поширених торговельних марок.

В роботі проаналізовано законодавчо-нормативне регулювання обігу морозива в Україні та за кордоном, досліджено чинники формування споживних властивостей морозива, проведена товарознавча оцінка якості.

Наукова новизна роботи полягає у розробленні бальної шкали оцінки якості морозива за органолептичними показниками, враховуючи коефіцієнти вагомості; систематизації та узагальненні інформації щодо формування споживних властивостей морозива та наданні пропозицій виробникам щодо підвищення якості та конкурентоспроможності морозива.

В цілому робота містить практичну цінність, розроблена студенткою органолептична шкала оцінки якості морозива може бути використана в практичній діяльності НВО КНТЕУ при проведенні товарознавчої оцінки якості морозива, а результати дослідження конкурентоспроможності при його закупівлі для покращення обслуговування та більш повного задоволення потреб споживачів.

директор НВО КНТЕУ

(посада, назва підприємства)

(підпис)

Забігайло Т.С.

(прізвище, ініціали)

Небезпечні фактори, характерні для морозива та інгредієнтів

Сировина	Небезпечні фактори		
	Біологічні	Хімічні	Фізичні
Молоко необроблене	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Listeria monocytogenes</i> • види <i>Salmonella</i> • <i>Staphylococcus aureus</i> • ентеротоксин стафілококу • <i>Clostridium perfringens</i> • патогенні штами <i>Escherichia coli</i> • види <i>Yersinia</i> • види <i>Campylobacter</i> • <i>Bacillus cereus</i> • види <i>Shigella</i> • види <i>Brucella</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • антибіотики • пестициди • сульфонаміди 	<ul style="list-style-type: none"> • комахи • ґрунт • фрагменти скла • дерев'яні тріски • уламки металу • сторонні речовини
Шоколад та шоколадний сироп	<ul style="list-style-type: none"> • види <i>Salmonella</i> 	-	-
Сирі вершки	<ul style="list-style-type: none"> • види <i>Salmonella</i> • <i>Listeria monocytogenes</i> • <i>Staphylococcus aureus</i> • ентеротоксин стафілококу • <i>Clostridium perfringens</i> • патогенні штами кишкової палички <i>Escherichia coli</i> • види <i>Yersinia</i> • види <i>Campylobacter</i> • <i>Bacillus cereus</i> • види <i>Brucella</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • залишки лікарських засобів • пестициди • сульфонаміди 	<ul style="list-style-type: none"> • сторонні речовини
Сухі молочні продукти	<ul style="list-style-type: none"> • види <i>Salmonella</i> • <i>Staphylococcus aureus</i> • ентеротоксин стафілококу • патогенні штами кишкової палички <i>Escherichia coli</i> • <i>Listeria monocytogenes</i> • <i>Clostridium botulinum</i> • <i>Clostridium perfringens</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • сульфонаміди • залишки лікарських засобів • пестициди 	-
Згущене молоко та молочні продукти	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Listeria monocytogenes</i> • патогенні штами кишкової палички <i>Escherichia coli</i> • види <i>Salmonella</i> • <i>Staphylococcus aureus</i> • ентеротоксин стафілококу 142 • <i>Bacillus cereus</i> • види <i>Shigella</i> • види <i>Yersinia</i> • види <i>Brucella</i> • види <i>Campylobacter</i> • <i>Clostridium perfringens</i> • <i>B. cereus</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • сульфонаміди • залишки лікарських засобів • пестициди 	-

Продовження табл.Б.1

1	2	3	4
Консервовані фрукти	<ul style="list-style-type: none"> мікотоксини • Salmonella • S. aureus • Clostridium perringens • патогенні штами E. coli • B. cereus • пестициди • сульфонаміди 	-	-
Горіхи	<ul style="list-style-type: none"> • мікотоксигенні грибки • види Salmonella 	<ul style="list-style-type: none"> • фуміганти • токсини 	<ul style="list-style-type: none"> • сторонні речовини (наприклад, шкаралупи) • комахи
Цукор	-	• домішки нехарчової якості	• сторонні речовини
Підсолджувачі (сухі)	<ul style="list-style-type: none"> • види Salmonella • спори пліснявих грибків 	-	-
Підсолджувачі (рідкі)	<ul style="list-style-type: none"> • Listeria monocytogenes • Clostridium botulinum spores • спори пліснявих грибків (наприклад, кукурудзяний сироп, мед) 	-	-
Сироватка (суха, рідка та конденсована)	<ul style="list-style-type: none"> • Staphylococcus aureus • види Salmonella • Listeria monocytogenes • патогенні штами Escherichia coli 	• ентеротоксин стафілококу	• сторонні речовини
Морозиво	<ul style="list-style-type: none"> • спори пліснявих грибків • Listeria monocytogenes • патогенні штами Escherichia coli • Staphylococcus aureus 	<ul style="list-style-type: none"> • нехарчові хімічні випари • алергени (наприклад, арахіс, лісові горіхи) 	-

Небезпечні фактори виробництва морозива

Етап 1	Небезпечний фактор 2	Джерело 3
1. Приймання	– наявність та розвиток патогенних мікроорганізмів – наявність токсичних елементів, пестицидів, мікотоксинів, нітратів, радіонуклідів. – потрапляння сторонніх включень у фільтроване молоко	Отримання забрудненої сировини. Порушення санітарно - гігієнічних вимог персоналу Недотримання температурних режимів. Отримання забрудненої сировини. Порушення санітарно - гігієнічних вимог персоналу.
2. Фільтрування	– залишки миючих/дезінфікуючих засобів; – потрапляння сторонніх включень в фільтроване молоко.	Обладнання . Невідповідність умов фільтрування, стану обладнання .
3. Охолодження	– розвиток патогенних мікроорганізмів; – залишки миючих/дезінфікуючих засобів .	Сировина, при недотриманні швидкого охолодження до $T \leq 6$ °C Обладнання .
4. Зберігання	– розвиток патогенних мікроорганізмів – залишки миючих/дезінфікуючих засобів; – утворення токсинів.	Недотримання температури та часу зберігання. Обладнання.
5. Зачищення	– залишки пліснявих грибів, дріжджів через неналежне зачищення .	Окислений прошарок масла, недотримання температури та часу зберігання.
6. Розпаковування	– потрапляння залишків пакувальних матеріалів	Пакувальний матеріал.
7. Плавлення	- залишки миючих/дезінфікуючих засобів.	Обладнання .
8. Різання	- залишки миючих/дезінфікуючих засобів; - потрапляння сторонніх включень.	Обладнання, інвентар
9. Підготовлення	- залишки миючих/дезінфікуючих засобів; - потрапляння сторонніх включень.	Обладнання, інвентар
10. Дозування	залишки миючих/дезінфікуючих засобів; - потрапляння сторонніх включень.	Обладнання, інвентар
11. Приготування суміші морозива	– розвиток патогенних мікроорганізмів; – алергени; - потрапляння сторонніх включень.	Недотримання технологічних режимів. Недотримання рецептури. Сировина, додаткові матеріали
16. Пастеризація	– виживання патогенних мікроорганізмів; – залишки миючих/дезінфікуючих засобів,	Порушення режиму пастеризації. Обладнання.
17. Гомогенізація	– розвиток патогенних мікроорганізмів ; – залишки миючих/дезінфікуючих засобів .	Недотримання технологічних режимів . Обладнання.
18. Охолодження	– розвиток патогенних мікроорганізмів ; – потрапляння сторонніх речовин .	Недотримання технологічних режимів . Холодоносії.

Продовження табл. Б.2

1	2	3
19.Дозрівання	– розвиток патогенних мікроорганізмів ; – потрапляння сторонніх речовин.	Недотримання технологічних режимів . Холодоносій.
20.Фрезерування	– розвиток патогенних мікроорганізмів .	Недотримання технологічних режимів .
21.Фасування	– розвиток патогенних мікроорганізмів ; – залишки миючих/дезінфікуючих засобів.	Недотримання особистої гігієни персоналом . Обладнання.
22.Загартовування	– потрапляння сторонніх речовин	Холодоносій .
23.Пакування, маркування	– алергени; - потрапляння сторонніх включень	Відповідність маркування . Пакувальний матеріал.
24.Дозагартовування	– розвиток патогенних мікроорганізмів .	Недотримання технологічних режимів .
25.Зберігання	– розвиток патогенних мікроорганізмів .	Недотримання технологічних режимів .
26.Забір	– наявність патогенних мікроорганізмів; – наявність сторонніх хімічних речовин; – потрапляння сторонніх включень.	Вода .
27.Очищення	– наявність сторонніх хімічних речовин; – потрапляння сторонніх включень.	Обладнання, реагенти для очищення .
28.Зберігання	– розвиток патогенних мікроорганізмів; - алергени.	Недотримання технологічних режимів .
29.Розпаковування	– потрапляння сторонніх включень	Пакувальний матеріал.
30.Підготовлення	– залишки миючих/дезінфікуючих засобів.	Обладнання.
31.Дозування	– передозування допоміжних матеріалів .	Дотримання рецептури, обладнання.



Рис. В.1. Загальна схема проведення досліджен



а) Зразок №1 морозиво пломбiр
ТМ «Хрещатик»



б) Зразок №2 морозиво
пломбiр «1965» ТМ «Лiмо»



в) Зразок №3 морозиво пломбiр
ТМ«GELATERIA CALLIPO»



г) Зразок № 4 морозиво
пломбiр ТМ «Haagen – Dazs»

Рис.Г.1. Ілюстративне зображення досліджуваних зразків морозива

Додаток Д
Таблиця Д.1

Дослідження маркування морозива

Показник	«GELATERIA CALLIPO»	«Haagen – Dazs»	«Хрещатик»	«1965»
Назва морозива	Морозиво пломбір шоколадне ТМ «GELATERIA CALLIPO»	Морозиво з бельгійським шоколадом ТМ «Haagen – Dazs»	Морозиво пломбір шоколадний у вафельному стаканчику «Хрещатик»	Морозиво пломбір у вафельному стаканчику «1965» шоколадний ТМ «Лімо»
Назва та повна адреса і телефон виробника, адреса потужностей виробництва	Калліпо Джелатерія С.Р.Л., Via Riv'ера Пранджі 1566, Піццо, Італія 0963-9962400	Haagen – Dazs Arras, 155 route de Cambrai BP 5962217, Tilloy les Mofflaines, Франція +30800333231	ТОВ «Хладик-Україна» вул.Ак.Білецького,34, м.Київ, 03126,Україна + 38(044)206-67-90	ПАТ «Львівський холодокомбінат» вул.Повітряна ,2 , м.Львів, 79025 (032)2673466
Маса нетто, г.	300	430	100	65
Склад морозива	Пастеризоване незбиране коров'яче молоко(45%), пастеризовані вершки, цукор,шоколад 7% (цукор, какао-терте, знежирений какао порошок), знежирений какао порошок, рослинні волокна, кукурудзяний крохмаль.	Вершки з коров'ячого молока, цукор, знежирене згущене молоко, ячний жовток, вершкове масло, какао-порошок,ароматизатор натуральний ваніль, какао-масло, емульгатор, соєвий лецитин.	Морозиво (молоко коров'яче питне, вода питна, масло вершкове цукор, молоко сухе знежирене, какао-порошок, суміш стабілізаторів та емульгаторів(моно- та дигліцериди жирних кислот, камедь рожкового дерева, гуарова камедь,карагенан) , ароматизатор ваніль; вафельний стаканчик(8%)- борошно пшеничне вищого та першого сорту,цукор, олія соняшникова, крохмаль картопляний , сіль кухонна, розпушувач тіста гідрокарбонат натрію, соєвий лецитин.	Морозиво(молоко коров'яче питне -50 %, масло вершкове,вода питна , молоко незбиране згущене з цукром,цукор, молоко знежирене сухе, какао-порошок,стабілізатор крохмаль картопляний , ароматизатор ванілін) ; вафельний стаканчик – 5,3 %(борошно пшеничне 1/с та в/с, розпушувач сода харчова,олія соняшникова, ячний порошок, сіль кухонна, емульгатор лецитин соєвий)
Поживна цінність	Калорійність-227 ккал білки- 3,9 г., жири -12 г., вуглеводи - 24 г.	Калорійність -312 ккал білки- 4,5 г., жири -12,5 г., вуглеводи 25,8 г.	Калорійність -235 ккал білки- 3,7 г., жири - 14,2 г., вуглеводи - 23,0 г.	калорійність-215,5 ккал білки- 3,9 г., жири -11,5 г., вуглеводи - 24,1 г.
Кінцева дата споживання «Вжити до» або дата виробництва та строк придатності	04.2020	02.07.19	25.01.18 за температури (-18±2)°С - 10 місяців за температури (-24±2)°С - 12 місяців	01.09.2018 за температури (-18±2)°С - 10 місяців за температури (-24±2)°С -12 місяців
Номер партії	LG102	T2A	250018	2301
Умови зберігання	-18 °С	-18 °С	(-18±2)°С (-24±2)°С	(-18±2)°С (-24±2)°С

Експертна оцінка показників морозива

Показники	Експертна оцінка									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Смак і запах	7	7	6	7	7	6	7	6	7	7
Консистенція	6	6	7	6	6	7	5	7	6	6
Колір	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1
Кислотність	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5
Масова частка сухих речовин	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2
Збитість морозива	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
Швидкість танення	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3