

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра експертизи товарів та послуг

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за магістерською програмою професійного спрямування «Експертиза товарів
та послуг»
на тему: **«Товарознавча експертиза та оцінка асортименту органічних
бакалійних товарів»**

Виконавець:

студентка 69 групи

факультету міжнародної економіки

Тарутіна Олександра Олегівна _____

/підпис/

Науковий керівник:

канд. техн. наук, доцент

Кунділовська Тетяна Анатоліївна _____

/підпис/

Одеса 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Тренд на споживання органічної продукції набуває все більшої популярності як серед споживачів, так і серед виробників: невеликі й середні виробники в Україні активніше беруться за вирощування такої продукції, а торгові мережі виділяють для неї цілі полиці, відкривають органічні відділи. Набувають популярності локальні еко-маркети, що забезпечують споживачів лише органічної продукцією, яка вироблена з використанням природних речовин та натуральних методів виробництва. Сам споживач з кожним роком починає більш свідомо ставитися до власного харчування та вибору продуктів, споживачі готові витратити більше коштів на якісну органічну продукцію.

Головними проблемами, що стримують розвиток виробництва органічної продукції та її реалізації на внутрішньому ринку є недостатня державна підтримка, невпорядкованість процесів стандартизації, відсутність державної статистики щодо органічного ринку, відсутність належної комунікації виробників із торговельними мережами.

Розглянуто питання, щодо підвищення популярності органічної продукції серед українських споживачів, їх зацікавленістю до свідомого здорового споживання, формуванням попиту на органічну продукцію та збільшенням асортименту української органічної продукції.

Питаннями щодо товарознавчої експертизи та оцінки асортименту органічних бакалійних товарів займалися такі вчені: Грановська В. Г., Милованов Є. В., Коношин А. В., Ковальчук С. В., Забурмеха Є.С., Андрусенко Н. В. та ін.

Метою роботи оцінка асортименту органічних бакалійних товарів, що реалізуються в торговельній мережі України, та проведення їх товарознавчої експертизи.

Для досягнення мети були поставлені та вирішені наступні завдання:

- проаналізувати сучасний ринок органічної продукції;
- визначити чинники формування попиту та пропозицій на ринку органічної продукції;
- проаналізувати діяльність торговельної мережі ТОВ «Сільпо-ФУД»;
- проаналізувати асортимент органічної бакалійної продукції та дослідити показники асортименту;
- розробити алгоритм проведення товарознавчої експертизи якості органічної та традиційної гречаної крупи;
- провести товарознавчу експертизу зразків органічної та традиційної гречаної крупи за станом пакування, відповідністю маркування, органолептичними, фізико-хімічними показниками якості;
- провести комплексну порівняльну оцінку якості зразків гречаної крупи.

Об'єктами дослідження органічна продукція та її асортимент.

Предметом дослідження є показники асортименту органічних бакалійних товарів; стан пакування, відповідність маркування, органолептичні, фізико-хімічні показники якості органічних бакалійних товарів, зокрема, гречаної крупи.

Наукова новизна роботи було проведено дослідження методом SWOT-аналізу за споживчими вподобаннями та позиціями органічної продукції.

Практичне значення роботи полягає в розробленні комплексної порівняльної оцінки якості зразків гречаної крупи, впровадження якої у практичну діяльність споживачів сприятиме підвищенню еко-свідомості та можливості оцінки продукції щодо власного споживання.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі акти, нормативна документація, періодичні видання, підручники, сайти мережі Інтернет тощо.

В роботі використовувались наступні **методи дослідження**: критичного аналізу наукової і методичної літератури, логіко-аналітичні, візуальні методи (складання схем, діаграм, таблиць), методи порівняльного, статистичного аналізу, зокрема, метод SWOT-аналізу, органолептичний, вимірювальний та експертний методи.

Апробація результатів дослідження. Основні положення випускної роботи доповідалися й обговорювалися на студентській науковій конференції факультету економіки і управління підприємництвом ОНЕУ (м. Одеса, 2020 р.) і опубліковані у збірнику наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції Одеського національного економічного університету, 2020.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційну роботу викладено на 88 сторінках, робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків, списку використаної літератури із 70 джерел, 22 таблиць, 10 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі роботи **«Теоретичні основи формування та розвитку ринку органічної продукції в Україні»** проаналізовано сучасний ринок органічної продукції; визначено чинники формування попиту та пропозицій на ринку органічної продукції.

У другому розділі роботи **«Аналіз торговельної діяльності ТОВ «Сільпо-ФУД» у сфері формування асортименту бакалійної продукції»** проаналізовано діяльність торговельної мережі ТОВ «Сільпо-Фуд»; проаналізовано асортимент органічної бакалійної продукції та досліджено показники асортименту.

– У третьому розділі роботи **«Товарознавча експертиза органічної та традиційної гречаної крупи»** розроблено алгоритм проведення товарознавчої експертизи якості органічної та традиційної гречаної крупи; проведено товарознавчу експертизу зразків органічної та традиційної гречаної крупи за станом пакування, відповідністю маркування, органолептичними, фізико-хімічними показниками якості; провести комплексну порівняльну оцінку якості зразків гречаної крупи.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Проаналізовано стан ринку органічної продукції та з'ясовано, що на українському ринку представлено 597 операторів органічного виробництва; загальна кількість органів сертифікації, акредитованих на міжнародному рівні, включені до офіційного переліку органів сертифікації в органічній сфері для України становить 18; 235 000 га – площа сільськогосподарських земель із органічним статусом; 0,7% – загальна площа земель сільськогосподарського призначення. Найбільший обсяг імпорту української органічної продукції представлено у таких країнах: Нідерланди, Швейцарія, США, Литва, Німеччина, Велика Британія, Австрія, Польща, Данія, Італія та ін. Загальні продажі української органічної продукції на внутрішньому ринку складають 7350 тонн на суму близько 575 млн. грн. за 2019 рік.

2. Визначено чинники формування попиту та пропозицій на ринку органічної продукції, встановлено групи споживачів та структуру попиту на органічну продукцію; проведено SWOT-аналіз факторів зовнішнього і внутрішнього середовища процесу розвитку виробництва органічної продукції в Україні, зокрема, визначено такий перелік сильних сторін: наявність великої кількості сільськогосподарських угідь, які можна використовувати для вирощування органічної сировини; наявність спеціалізованих науково-дослідних і селекційних установ; високий попит на органічну продукцію закордоном; підвищення рівня обізнаності споживачів щодо органічної продукції; зростання інтересу органів влади України до розвитку внутрішнього ринку органічної продукції; створення сприятливих умов для українських виробників: відкриття міжнародних проектів, проведення ярмарків, семінарів, виставок, конференцій з органічного виробництва, залучення інвесторів; розширення асортименту продукції вітчизняного виробництва; створення органів з сертифікація міжнародного рівня. До слабких сторін віднесли: органічне законодавство України не співпадає з нормами ЄС; відсутність актуальної офіційної державної статистики щодо розвитку органічного сільськогосподарського виробництва; недосконале інституційне забезпечення та низький розвиток інфраструктури ринку органічної продукції; дефіцит фінансових вливань з боку держави; відсутність державної підтримки у сфері освіти, недостатність знань і досвіду сільгоспвиробників щодо виробництва та просування органічної продукції; обмеженість товарного асортименту вітчизняної органічної продукції на внутрішньому ринку у порівнянні з товарним асортиментом, який йде на експорт; неналежний рівень приділення уваги на розвиток свідомості споживача щодо органічної продукції; високі ціни на сертифіковану органічну продукцію.

3. Встановлено, що основним напрямком діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» є торговельний напрямок. На теперішній час компанія налічує 297 супермаркетів «Сільпо» по всій території України; 5 делікатес-маркетів «Le Silpo» – у 4-ох містах України; логістика: автопарк, СТО, Склади РЦ (розподільчий центр класу А); виробництво продуктів харчування; «Сільпо Resto» – фудкорти у торговельних мережах; Positano – заклад громадського харчування формату італійської піцерії.

Проведено SWOT-аналіз діяльності ТОВ «Сільпо-ФУД», визначено сильні (відома торговельна марка; розгалужена мережа магазинів, що покриває більшість областей країни; ефективне використання ефекту масштабу; нееластичний попит на більшість товарів в асортименті забезпечить постій попит навіть у разі зниження економічного зростання.) та слабкі сторони (наявність значних обсягів кредиторської заборгованості та залежність від домовленостей з постачальниками, однак, в цілому – це поширена практика на ринку); можливості (подальше розширення Мережі в Україні шляхом відкриття нових магазинів; подальший розвиток компанії у зв'язку з ростом доходів населення та зростанням споживання; впровадження та продаж продуктів під власними торговельними марками) та загрози (короткострокове погіршення деяких фінансових показників через збільшення боргового навантаження у зв'язку з фінансуванням розширення групи і коливаннями курсу валют; збільшення конкуренції на ринку з боку вітчизняних компаній; вихід на ринок України зарубіжних компаній, які мають дешевші джерела фінансування; погіршення платоспроможності населення; нові спалахи коронавірусу).

4. Проаналізовано асортимент бакалійних товарів, який класифікується наступним чином: сипучі (всі види борошна та круп, бобові, різні сорти чаю, кави та какао); харчові добавки (сіль, цукор, желатин та інше); прянощі та спеції, розчинні порошкоподібні напої та концентрати, макаронні вироби, сухофрукти, насіння, горіхи тощо); консервовані (м'ясні, рибні, овочеві та фруктово-ягідні консерви, приправи та соуси); рідкі (різні види рослинної олії, молочні консерви, мед). Встановлено перелік найменувань органічної бакалії, а також окремо детальний перелік органічної та традиційної крупи на підприємстві ТОВ «Сільпо-ФУД» південного регіону. Розраховано показники торговельного асортименту: широта – 0,88; повнота – 0,9; глибина - 0,11; стійкість – 0,55; новизна – 0,11.

5. Розроблено алгоритм товарознавчої експертизи органічної та традиційної гречаної крупи, який складається з таких етапів: оцінка цілісності пакування, встановлення фактичного стану маркування відповідно до законодавчих вимог, оцінка органолептичних показників якості, оцінка фізико-хімічних показників якості, комплексна оцінка якості. Обрано зразки гречаної крупи для експертної оцінки, а саме, органічна гречана крупа ТМ «Сквирянка», ТМ «Екород», ТМ «Старий порицьк», традиційна гречана крупа ТМ «Art foods», ТМ «Ситий двір».

6. Проведено товарознавчу експертизу органічної гречаної крупи ТМ «Сквирянка», ТМ «Екород» та ТМ «Старий порицьк» на відповідність вимогам діючого законодавства у частині маркування та отримали такі результати: ТМ «Сквирянка» та ТМ «Екород» відповідають вимогам Закону України “Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції” та ДСТУ 8450:2015 за всіма показниками в частині маркування; для ТМ «Старий порицьк» вказано не повну інформацію щодо зберігання продукції, зокрема відсутня інформація про температуру та вологість у приміщеннях зберігання; для круп ТМ «Art foods» та ТМ «Ситий двір» в частині маркування вказано не повну інформацію щодо зберігання продукції, зокрема інформації про температуру та вологість у приміщеннях зберігання.

7. За результатами органолептичної оцінки встановлено: органічна гречана крупа ТМ «Сквирянка», ТМ «Екород» та ТМ «Старий порицьк» відповідають вимогам ДСТУ 7697:2015 за всіма показниками; всі зразки традиційної гречаної крупи ТМ «Art foods», ТМ «Ситий двір», відповідають вимогам ДСТУ 7697:2015 за всіма показниками. За фізико-хімічними показниками якості встановлено: всі зразки органічної гречаної крупи ТМ «Сквирянка», ТМ «Екород» та ТМ «Старий порицьк» відповідають вимогам ДСТУ 7697:2015 за всіма показниками; всі зразки традиційної гречаної крупи ТМ «Art foods», ТМ «Ситий двір» відповідають вимогам ДСТУ 7697:2015 за всіма показниками.

8. Проведено комплексну оцінку якості гречаної крупи обраних зразків за показниками: стан маркування, органолептичні та фізико-хімічні показники якості, ціна продукту на 100г. Встановлено градацію якості та отримано наступні результати: найбільшу кількість балів отримала органічна крупа ТМ «Старий порицьк» – 9,22 балів (0,92). ТМ «Сквирянка» – 9,21 балів (0,91). ТМ «Екород» набрала – 8,27 балів (0,82). Серед зразків традиційної гречаної крупи найбільшу кількість отримала ТМ «Ситий двір» – 9,0 балів (0,90). ТМ «Art foods» – 8,25 (0,83). Отже, відмінну якість мають зразки такої гречаної крупи: органічної ТМ «Сквирянка», ТМ «Старий порицьк» та традиційної ТМ «Ситий двір». Добру якість мають зразки органічної гречаної крупи ТМ «Екород» та традиційної гречаної крупи ТМ «Art foods». Отже, при проведенні товарознавчої експертизи не встановлено якісних переваг органічної гречаної крупи проти традиційної. Переваги споживання органічної продукції полягають у підвищенні еко-свідомості споживачів, які, таким чином, зберігають власне здоров'я та покращують стан довкілля.