

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

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Інформаційний супровід обігу борошна пшеничного»

Студентки 2 курсу, 6 групи,
спеціальності 076,
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації
«Товарознавство та комерційна
логістика»

Маленко Вікторія Вікторівна

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

Бабій Олександра Віталіївна

Науковий консультант
канд. техн. наук, доцент

Пархаєва Наталя Вікторівна

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

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2019

АНОТАЦІЯ

Маленко В.В. Інформаційний супровід обігу борошна пшеничного

У магістерській роботі досліджено стан виробництва та споживання борошна пшеничного в Україні та світі. Проаналізовано нормативно-правову базу виробництва та обігу борошна пшеничного, фактори формування споживчих властивостей борошна пшеничного. Проведено товарознавчу оцінку якості зразків борошна за комплексом показників відповідності маркування борошна, органолептичні та фізико-хімічні показники борошна пшеничного. В роботі проаналізовано особливості формування дистрибутивної системи підприємства ТОВ «КХП «Тальне» м.Тальне Черкаська область та наведено пропозиції щодо їх удосконалення.

Ключові слова: борошна пшеничне, споживчі властивості, якість харчового продукту, формування дистрибутивної системи.

SUMMARY

Malenko V.V. Information support of wheat flour circulation

The master's work investigates the state of production and consumption of wheat flour in Ukraine and the world. The normative-legal base of production and circulation of wheat flour, factors of formation of consumer properties of wheat flour are analyzed. The commodity evaluation of the quality of flour samples according to the complex of indicators of conformity of flour marking, organoleptic and physicochemical indicators of wheat flour was carried out. In the work the peculiarities of forming the distribution system of the enterprise of LLC "KHP" Talne "in the city of Talne Cherkasy region are analyzed and the proposals for their improvement are presented.

Key words: wheat flour, consumer properties, quality of food product, formation of distribution system.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЯКОСТІ БОРОШНА ПШЕНИЧНОГО	10
1.1 Тенденції розвитку ринку борошна пшеничного в Україні та світі	10
1.2 Законодавчо-нормативне забезпечення інформаційного супроводу борошна пшеничного	16
1.3 Фактори формування споживних властивостей борошна пшеничного	21
РОЗДІЛ 2 ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА БОРОШНА ПШЕНИЧНОГО	28
2.1 Організація, об'єкт та методи дослідження.....	28
2.2 Аналіз інформаційного супроводу обігу та якості борошна пшеничного різних виробників.....	31
2.3 Оцінка якості борошна пшеничного різних виробників.....	35
РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ДИСТРИБ'ЮТИВНИХ КАНАЛІВ ТОВ «КХП «Галне».....	44
3.1 Аналіз практики формування дистрибутивної системи підприємства	44
3.2 Рекомендації щодо оптимізації структури каналів продажу борошна пшеничного	57
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ.....	72

- проаналізувати особливості формування дистрибутивної системи підприємства;
- надати рекомендації щодо оптимізації структури каналів продажу борошна пшеничного.

Об'єктом дослідження є борошно пшеничне різних виробників.

Предметом дослідження виступають споживні властивості, інформаційний супровід борошна пшеничного.

У процесі дослідження було використано наступні методи аналізу: аналітичний, вимірювальний, розрахунковий та інші.

Наукова новизна одержаних результатів. На основі комплексних досліджень науково обгрунтовано теоретико-практичні засади інформування споживачів щодо безпечності та якості борошна пшеничного.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали роботи мають як теоретико-методичне, так і практичне значення. Основні положення дослідження можуть бути використані при формуванні рекомендацій щодо інформаційного супроводу борошна пшеничного.

Апробація результатів. Основні положення роботи доповідалися, обговорювалися і були схвалені на науково-практичній конференції КНТЕУ «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» 12 березня 2019 року.

Публікації. За результатами досліджень опубліковано наукові праці, у тому числі статтю «Інформаційний супровід обігу борошна пшеничного» у Збірці наукових статей студентів освітнього ступеня «магістр» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізації «Товарознавство та комерційна логістика» - Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. –С.354-359 (додаток А).

Структура роботи: загальний обсяг роботи 62 сторінок; робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаної літератури з 50 позицій, додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЯКОСТІ БОРОШНА ПШЕНИЧНОГО

1.1 Тенденції розвитку ринку борошна пшеничного в Україні та світі

Продукти переробки зерна – борошно і крупи – продовжують залишатися основою раціону харчування в більшості країн світу. Борошно – харчовий продукт, що отримується в результаті переробки зерна злакових та інших зернових культур [1]. Борошно – основна сировина для розвитку хлібопекарської, макаронної і частково кондитерської промисловості [2]. За даними Державної служби статистика, щорічна потреба України в продовольчому зерні, зокрема для виробництва хліба і хлібобулочних виробів, оцінюється від 3,7 до 5 млн. т. [3], при цьому попит постійно зменшується, що зумовлено перш за все стрімким скороченням населення, а також популяризацією здорового способу життя, внаслідок чого платоспроможне населення замінює хлібобулочні і макаронні вироби на зелень, м'ясо та імпортовану пасту з твердої пшениці.

Скорочення попиту, зміна державного стандарту, згідно з яким більше не вироблятиметься борошно другого сорту призвели до суттєвого скорочення виробництва пшеничного борошна в Україні (на 29,17% у 2018 р. в порівнянні з 2011 р.) (рис. 1.1).

У 2018 р. було зареєстровано 325 виробників борошна, які виробили 1703 тис. т борошна. Найбільшими виробниками борошна пшеничного в Україні є ТОВ «Вінницький КХП № 2»; ДП «Каланчацький КХП»; ТОВ «Дніпромлин»; ТОВ «Столичний млин», ТОВ ВКФ «Рома» та ТОВ «КХП «Талне» (рис. 1.2)

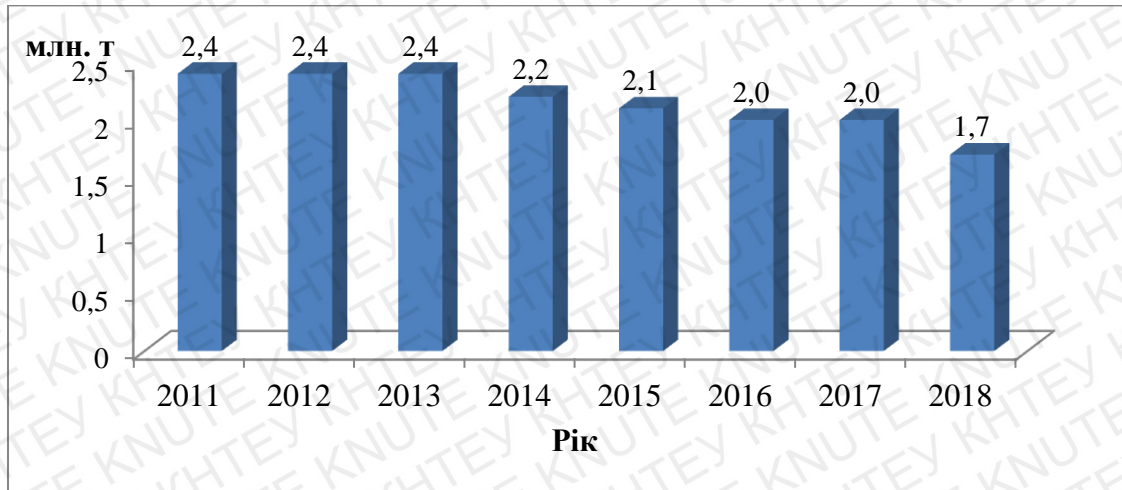


Рис. 1.1 Виробництво борошна пшеничного в Україні
за 2011-2018 рр., млн. т [3]

Зазначимо, що сьогодні потужності українських борошномельних підприємств завантажені лише на 35%, обсяги експорту борошна (у вартісному виразі) становлять 0,68 % зернового експорту, а дохідність зовнішніх борошняних поставок значно нижча за надприбуткову діяльність зерноекспортерів.

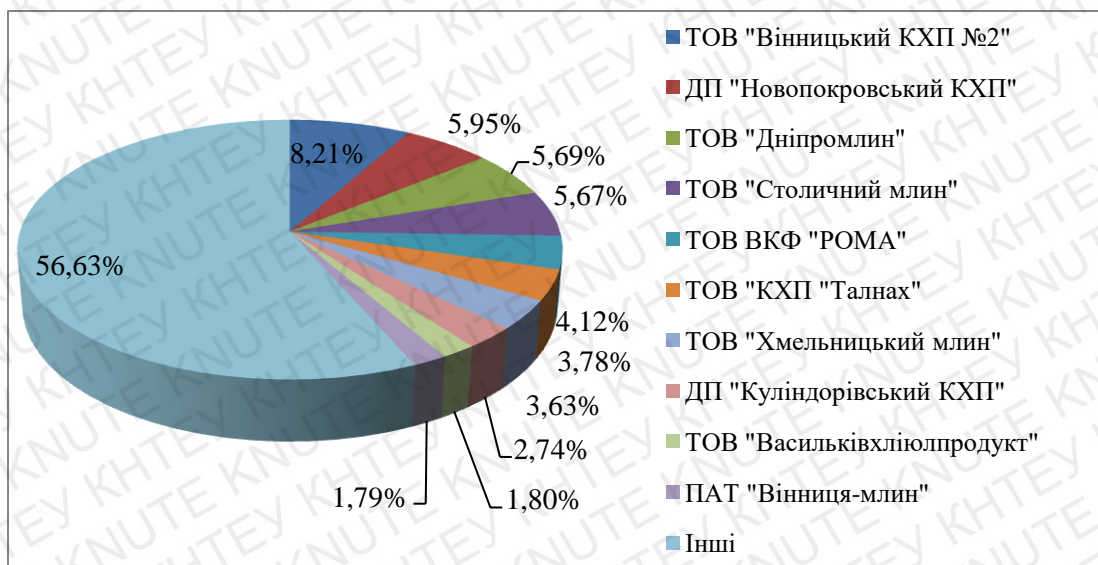


Рис. 1.2 Найбільші виробники борошна пшеничного в Україні
у 2018 р., % [2]

При цьому як зазначають фахівці ринку: в тіні знаходиться від 30% до 50% всього виробництва борошна [2]. Коливання офіційних даних пов'язані в першу

чергу з обсягами експорту, які в обов'язковому порядку відображаються в статистичних даних. Загальне зниження обсягів виробництва в 2018 р. пов'язане саме з різким падінням експортних відвантажень. Так, у 2018 р. вперше після дворічного зростання обсяги експорту борошна скоротились на 3,34% до 175,81 млн. дол. (рис. 1.3).

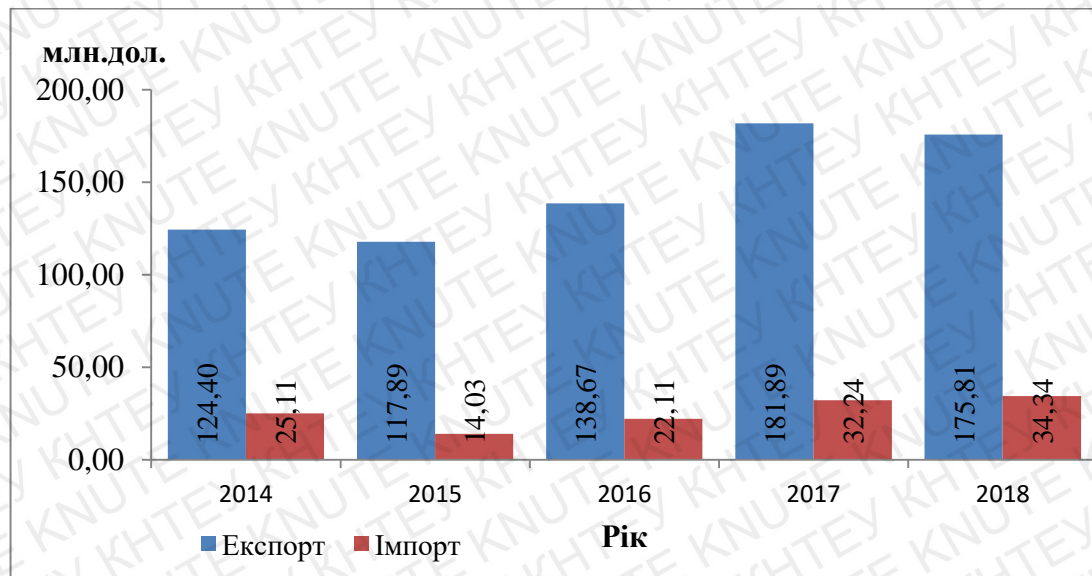


Рис. 1.3 Експорт/імпорт борошна пшеничного в Україні за 2011-2018 рр., млн. дол. США [3]

Причинами падіння експорту є, перш за все, логістичні проблеми «Укрзалізниці» з постійним підвищенням цін і проблемами з рухомим складом. При цьому вітчизняні виробники довгий час орієнтувалися на одну країну, куди йшло близько 40% всіх зовнішніх відвантажень (13-19 тис. т борошна щомісяця) – Північну Корею [4]. В той же час перспективний африканський напрям практично не розвивався. Коли Росія звернула увагу на ринок борошна, і стала активно експортувати його до КНДР, вітчизняна галузь не змогла конкурувати на цих ринках саме через значні логістичні витрати, втративши значну частку експортного ринку.

Список найбільших експортерів очолює ТОВ ТД Новаагро (рис. 1.4) - компанія, яка не має власного переробного підприємства та є найбільшим експортером вітчизняного борошна, забезпечуючи 17% всього українського

експорту. Крім того, і в загальному обсязі виробленого борошна ця компанія в трійці лідерів [5].



Рис. 1.4 Основні експортери борошна пшеничного в Україні у 2018 р., тис. т [5]

Світовий ринок пшеничного борошна у 2018 р. оцінювався в 86 млрд. дол. При цьому експортується борошна пшеничного на суму близько 41,2 млрд. дол. США (рис. 1.5) при цьому у світі спостерігається схожа з вітчизняною тенденція: обсяги експорту борошна зменшуються.

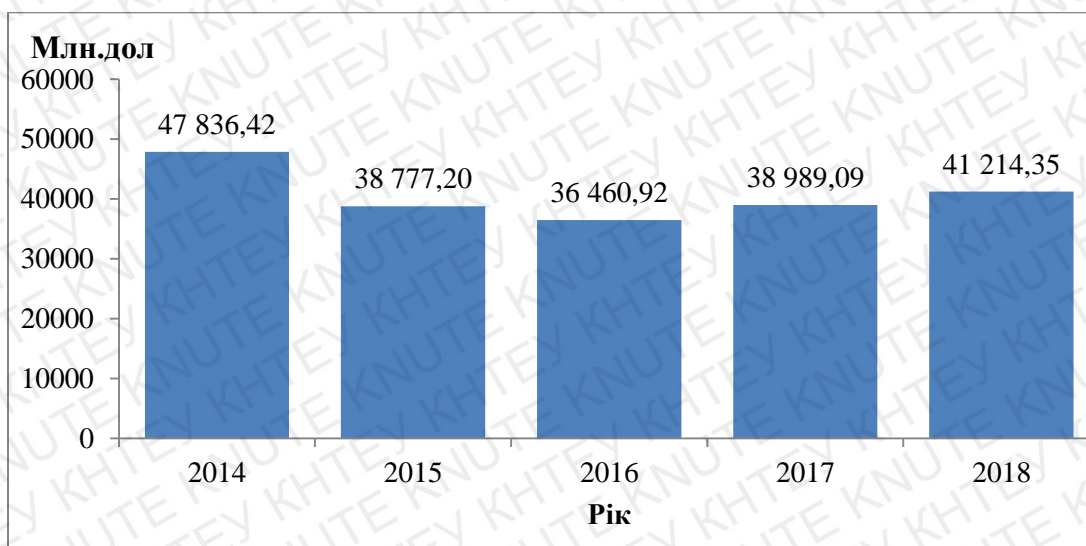


Рис. 1.5 Світовий експорт борошна пшеничного за 2014-2018 рр., тис. дол. США [6]

Основними експортерами на світовому ринку є РФ, частка якої у 2018 р. склала 20,46%, Канада з часткою 13,84% світового ринку та США з часткою 13,24% (рис. 1.6). Україна знаходиться на 6 місці ТОПу експортерів борошна з часткою 7,29%. Відмітимо, що 10 найбільших країн-експортерів постачає 86,38% загального світового експорту.

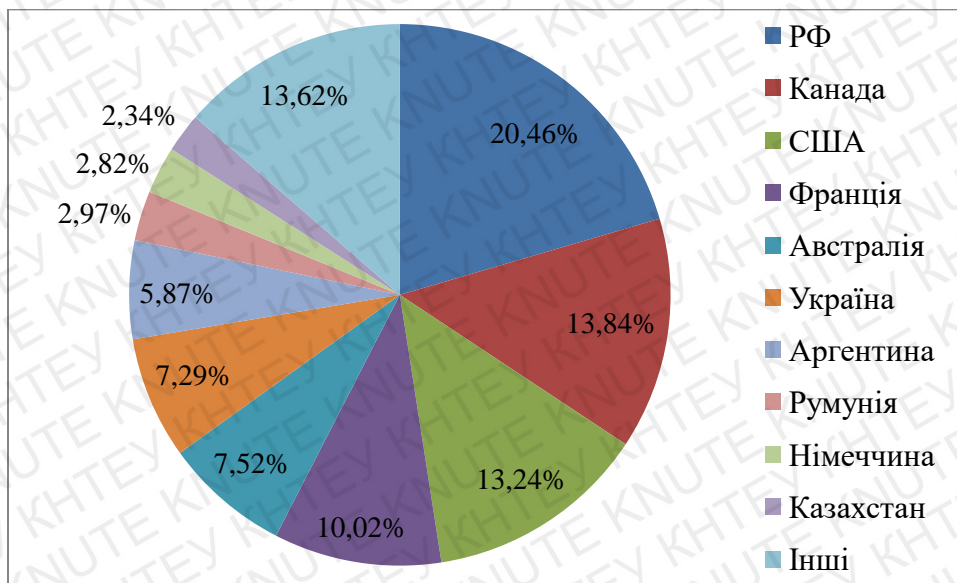


Рис. 1.6 Географічна структура експорту борошна пшеничного у 2018 р., % [6]

Найбільшими імпортерами борошна пшеничного є країни Азії та Африки (додаток Б), зокрема, Єгипет, що імпортував борошна на суму 2,64 млрд. дол. США і частка якого на ринку склала 6,11%, Індонезія – 5,96%, Алжир – 4,30% (рис. 1.7). При цьому 15 найбільших країн-імпортерів імпортували 52,81%.

Основний реекспортер борошна у світі – Туреччина, проводить послідовну експортно-імпорتنу політику, контролюючи розвиток вітчизняних борошномельних підприємств. Вона закупає зерно в Україні, переробляє його і отримує значну додану вартість. Крім забезпечення власної борошномельної

промисловості, Туреччина продає устаткування українським компаніям і розвиває власне машинобудування.

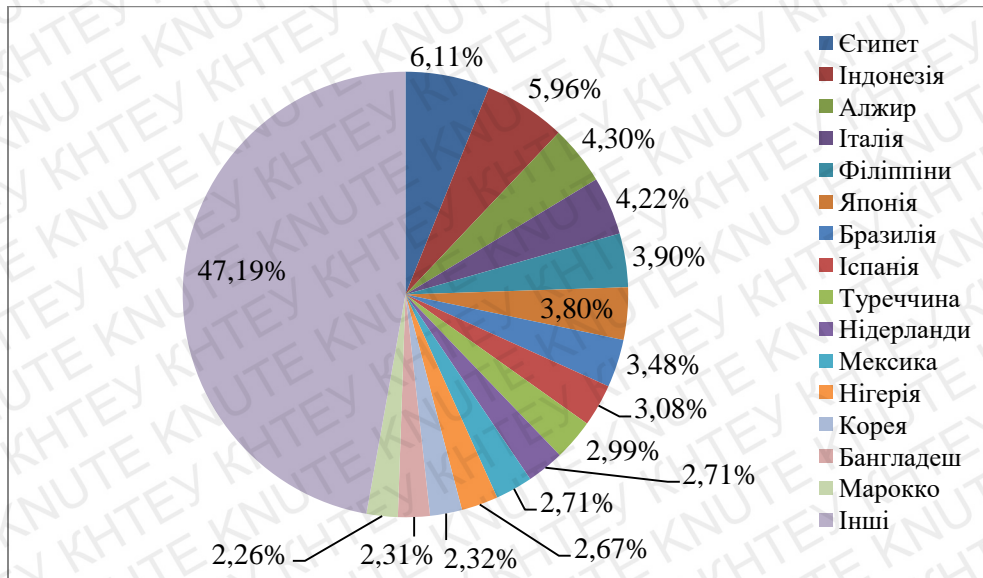


Рис. 1.7 Географічна структура імпорту борошна пшеничного у 2018 р., %
[6]

Отже, зростання чисельності населення в Азіатському регіоні, міграція в ризикових регіонах внаслідок несприятливої політичної та економічної обстановки, виступають одними з найважливіших факторів формування ринку харчування, створюючи попит і стимулюючи світову торгівлю продуктами переробки зерна, переважно борошном. Єдиною конкурентною перевагою українських виробників залишаються доступність і оптимальна ціни сировини. Але наразі цього недостатньо для нарощування експортного потенціалу.

1.2 Законодавчо-нормативне забезпечення інформаційного супроводу борошна пшеничного

Борошно є одним з основних видів сировини, саме тому борошна контроль його якості є одним з пріоритетних завдань держави. На сьогодні борошняні кулінарні вироби займають значну частку харчування населення. Для приготування

борошняних кулінарних виробів використовують переважно пшеничне борошно вищого і першого сорту, що обумовлено його органолептичними показниками та хлібопекарськими властивостями, а саме силою борошна, його водопоглинальною, водоутримальною та жирутримуючою здатністю [7].

Раніше держава за допомогою стандартів регламентувала всі процеси виробництва харчових продуктів, чим часто створювала незручності та обмеження для виробників (наприклад, модифікація упаковки чи випуск нового продукту вимагали затвердження нового державного стандарту, хоч це і не мало відношення до безпеки харчових продуктів). При такій системі відповідальність за харчовий продукт несла, в першу чергу, держава. Наразі стандарти, відповідно до загальноприйнятої світової практики, стали добровільними, а відповідальність за харчовий продукт перейшла до операторів ринку харчових продуктів у межах діяльності, яку вони здійснюють. Тепер операторам ринку, що відповідатимуть за надання інформації про харчові продукти відповідно до законодавства, гармонізованого із Європейськими стандартами та найкращими світовими практиками, потрібно чітко усвідомлювати вимоги та формат тієї інформації, яку вони мають надавати споживачеві в обов'язковому порядку, та відповідальність, яку вони нести будуть за ненадання такої інформації, або введення споживача в оману у будь-який інший спосіб.

Маркування харчових продуктів, зокрема борошна, є основним засобом комунікації між оператором ринку харчових продуктів та кінцевим споживачем. Інформація, яка вказана на споживчому пакуванні є основним важелем під час вибору споживачем того чи іншого харчового продукту. Критеріями вибору може слугувати поживна цінність, особливість складу, способи оброблення, смакові вподобання, тощо. Крім того, маркування відображає важливу інформацію щодо безпеки харчових продуктів: термін та умови зберігання, приготування, споживання. Маркування може містити інформацію, яка є суттєвою для здоров'я та безпеки споживання деяких вразливих груп споживачів, а її повнота, зрозумілість та однозначність дозволяє не вводити в оману споживача та робити

свідомий вибір.

6 серпня 2019 р. 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, а також обов'язки операторів ринку стосовно доведення цих даних до споживачів [9].

Перелік обов'язкової інформації про фасований харчовий продукт виглядає наступним чином:

- назва харчового продукту;
- перелік інгредієнтів;
- будь-які інгредієнти або допоміжні речовини для переробки, що спричиняють алергію або непереносимість, і використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і все ще містяться у готовому продукті, навіть якщо і у видозміненій формі;
- кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів;
- номінальна кількість харчового продукту в установлених одиницях виміру;
- мінімальний термін придатності (best before, best before end) або дата «вжити до» (use by);
- будь-які спеціальні умови зберігання та/або умови використання (у разі потреби);
- найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, що відповідає за інформацію про харчовий продукт;
а для імпортованих харчових продуктів
- найменування та місцезнаходження імпортера;
- країна походження або місце походження харчового продукту – у передбачених випадках;
- інструкції з використання харчового продукту – у випадках, коли відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;
- для напоїв з вмістом спирту етилового понад 1,2% об'ємних одиниць –

фактичний вміст спирту у напої;

– інформація про поживну цінність харчового продукту (в ЄС дана вимога стала обов'язковою до виконання з грудня 2016 року).

Певні інгредієнти або речовини, які використовуються як допоміжні в технологічному процесі виробництва пшеничного борошна, можуть викликати у деяких людей алергічні реакції або непереносимість, що становить небезпеку здоров'ю цих людей. В законодавстві ЄС та в гармонізованій національній законодавчо-нормативній базі передбачено надання споживачам інформації про вміст у харчових продуктах харчових добавок, допоміжних речовин, які використовуються під час виробництва і інших речовин або продуктів, які за даними проведених наукових досліджень, викликають алергічні реакції або непереносимість.

Інформація має бути надана таким чином, щоб споживачі могли зробити усвідомлений вибір щодо безпечності того чи іншого борошна, представленого на полицях магазинів чи в закладах громадського харчування. Інформація щодо речовин або продуктів, які можуть спричиняти алергію або непереносимість має бути вказана у переліку інгредієнтів з чітким зазначенням назви речовини або продукту згідно з переліком представленим як в Регламенті ЄС №1169/2011, так і в національних законодавчих актах [9].

Інформація повинна відображати назву речовини або продукту, який входить до наведеного нижче переліку, має бути виділена певним шрифтом, стилем або кольором фону, завдяки чому вона чітко виділятиметься в низці інших характеристик. У разі, якщо склад продукту не зазначається на пакуванні, слід зазначити слово «містить» перед назвою речовини або продукту які можуть спричиняти алергію або непереносимість.

Пшеничне борошно повинно відповідати встановленим критеріям харчової безпеки. Будь-які технологічні процеси та маніпуляції з харчовими продуктами мають проводитися в належних санітарно-гігієнічних умовах, реєструватися в разі необхідності, упаковуватися належним чином, маркуватися, а також

простежуватись. Критерії безпеки регламентують допустимі рівні патогенних мікроорганізмів, залишків пестицидів, ветеринарних препаратів, хімічних речовин. Предметом регламентування також є відбір проб, лабораторних досліджень і роботи лабораторій.

В Україні питання регулювання критеріїв безпеки пшеничного борошна забезпечується наступними актами:

- Регламент максимальних рівнів окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах, затверджений наказом МОЗ України від 13.05.2013 №368 [10];
- Гігієнічні вимоги до дієтичних добавок, затвержені наказом МОЗ України від 19.12.2013 №1114 [11];
- Гігієнічні нормативи і регламенти безпечного застосування пестицидів і агрохімікатів, затвержені наказом МОЗ України від 02.02.2016 №55 [12];
- Санітарні правила і норми по застосуванню харчових добавок, затвержені наказом МОЗ України від 23.07.1996 №222 [13];
- Допустимі дози, концентрації, кількості та рівні вмісту пестицидів у сільськогосподарській сировині, харчових продуктах, повітрі робочої зони, атмосферному повітрі, воді водоймищ, ДСанПіН 8.8.1.2.3.4-000-2001 [14];
- Допустимі рівні вмісту радіонуклідів ^{137}Cs та ^9T у продуктах харчування та питній воді, затвержені наказом МОЗ від 03.05.2006 №256, ГН 6.6.1-130-200 [15].

Товаросупровідні документи обігу борошна пшеничного на внутрішньому ринку, містять необхідну та достатню інформацію для ідентифікації партій товарів на всьому шляху товаропросування і складаються з товарно-транспортної накладної, рахунку фактури, специфікації, пакувальних листів, комерційних актів, сертифікатів відповідності, фітосанітарного та санітарно-епідеміологічного сертифікатів.

Товаросупровідними документами необхідними для здійснення зовнішньоторговельних операцій:

- зовнішньоторговельний контракт - обов'язковий документ для експортних

продажів та імпорту, обов'язковими пунктами в якому є умови поставки згідно з Інкотермс 2010, валюта платежу та умови оплати, предмет контракту, ціна та загальна вартість, супровідні документи та строк дії.

– специфікація — супровідний до контракту документ (зазвичай у формі додатку), що містить детальну інформацію стосовно конкретної партії пшеничного борошна. Зазвичай специфікація містить інформацію про обсяг поставки, одиниці вимірювання, ціну за одиницю та вартість усієї партії.

– рахунок-фактура — вид платіжного документу, що містить інформацію про продавця, покупця, товар та його ціну, умови продажу, доставки, містить посилання на експортний контракт тощо. В рахунку-фактурі та специфікації має бути наведений детальний опис товару.

– пакувальний лист – містить інформацію про вагу (нетто та брутто на кожний товар) та кількісні характеристики борошна пшеничного, включно з інформацією про пакувальний матеріал, кількість контейнерів.

– транспортні документи - залежно від обраного способу транспортування це може бути коносамент (B/L), авіанакладна (AWB), автонакладна (CMR).

– сертифікати або дозволи на експорт – борошно пшеничне підлягає фітосанітарному, радіологічному та санітарно-епідеміологічному контролю [16].

Отже, український споживач має бути захищений від подання на упаковці неправдивої, нечіткої та недостатньої для свідомого та обґрунтованого вибору інформації, як і європейський. Сьогодні всі оператори ринку мають уніфіковані правила щодо надання споживачам інформації стосовно харчових продуктів. Це дозволяє забезпечити правову визначеність та зменшити адміністративний тягар на операторів ринку, відповідальних за інформацію про харчові продукти.

1.3 Фактори формування споживних властивостей борошна пшеничного

Борошно є продуктом повсякденного вжитку, проте, порівняно із зерном, з

якого його отримують, воно має знижену біологічну цінність. Основною причиною цього є видалення зовнішньої оболонки, багатой на мінеральні речовини, вітаміни і харчові волокна, від зернівки у процесі помелу [17]. Пшеничне борошно виробляється із зерна м'якої пшениці, або м'якої з домішками твердої не більше 20%. Пшеничне хлібопекарське борошно поділяють на чотири сорти: вищий, перший, другий, обдирне [18].

На формування якості зерноборошняних товарів впливають такі чинники як вид і якість сировини, технологія виготовлення, особливості пакування. Якість борошна пшеничного значною мірою залежить від якості зерна, для хлібобулочних і макаронних виробів важливі властивості як основної, так і додаткової сировини та добавок. В сучасному хлібопеченні використовують спеціальні поліпшувачі, які мають суттєвий вплив на якість готової продукції та безпечність її споживання.

Сировиною для виробництва борошна є пшениця. Для виробництва хлібопекарського борошна в основному використовують пшеницю м'яких сортів, яка в свою чергу поділяється умовно на сильну, середню та слабку. Клейковина сильних пшениць еластична та пружна, і такі пшениці використовують як поліпшувачі до слабких пшениць, борошно яких для випікання хліба самостійно не використовують, оскільки їх клейковина нестійка. Борошно середніх за якістю пшениць для випікання хліба може бути використано без поліпшувачів. Борошно слабких пшениць самостійно використовується для випікання кондитерських виробів (печиво, бісквіти, торти). Пшениця твердих сортів використовується, головним чином, для виробництва макаронного борошна.

До чинників, що впливають на якість борошна відносяться якість зерна та його борошномельні властивості.

До якості зерна ставлять наступні вимоги: вологість — не вище 12,5-13,5 %, сміттєві домішки — не більше 2, шкідливі — не більше 0,20, зернові — не більше 5 для пшениці та 4 для жита, в тому числі не більше 3 % пророслих зерен [18]. Борошномельні властивості зерна характеризуються його властивостями, що визначають організацію технологічного процесу, його параметри, вихід і якість

борошна.

Властивості борошна обумовлені показниками до яких відносяться склоподібність, зольність, натурна маса, крупність зерна, а також вологість і засміченість.

Склоподібні пшениці дають більший вихід борошна, особливо борошна вищих сортів. У склоподібній пшениці ендосперм це монолітна маса, що складається з крохмалю і білкових речовин, у якій крохмаль міцно зв'язаний з білком.

Чим більше зольних елементів у зерні, тим більша зольність борошна, отриманого з цього зерна. Зольність зерна м'якої пшениці коливається від 1,26 до 2,97 %, а твердої — від 1,32 до 3,04 % [18].

Натурна маса зерна (маса встановленого об'єму) значно впливає на вихід борошна. Більш висока натура вказує на кращий розвиток ендосперму, а, отже, на кращі борошномельні якості зерна. Чим вище натура зерна, тим вище вихід продукції. Натурна маса пшениці коливається від 620 до 870 г/л, жита від 710 до 750 г/л. На натурну масу зерна впливають вологість, величина і повновагість зерна.

Вміст води в зерні впливає на технологічні і структурно-механічні властивості зерна. Вологе зерно (16-18 %) через свою пластичність важко піддається здрібнюванню. При цьому зростає питома витрата енергії, знижується вихід продукту. Сухе зерно легко піддається здрібнюванню, але крихкі оболонки зерна легко подрібнюються і, потрапляючи в борошно, підвищують його зольність. Від вмісту домішок залежить як вихід так і якість борошна.

Вихід борошна визначається складом анатомічних частин зернини. Наприклад, пшениця містить в середньому 82,5 % крохмалистої частки, тобто теоретичний вихід борошна, що відповідає за якістю вищому сорту, становить також 82,5 %.

Формування якості борошна в процесі виробництва. Узагальнена технологічна схема виробництва борошна представлена на рис. 1.8.

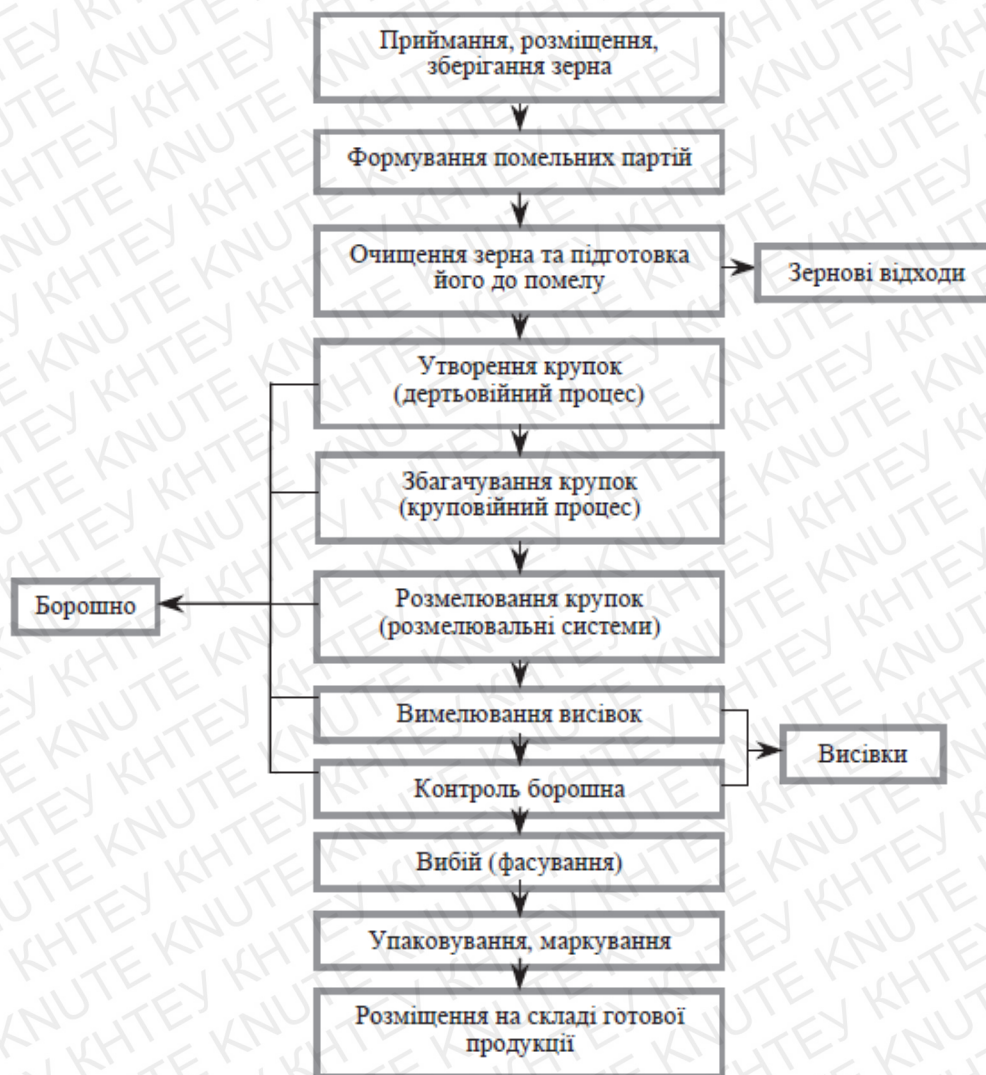


Рис. 1.8 Узагальнена технологічна схема виробництва борошна

Технологічна переробка зерна пшениці в сортове борошно передбачає видалення зародку, алейронового шару та оболонки зерна, що є цінними природними «коморами» білка, жиру, вітамінів і мінеральних речовин [19].

Формування помельних партій зерна здійснюють на примлинових елеваторах. Для цього змішують зерно за різними показниками якості для одержання партій зерна, які б відповідали вимогам за клейковиною, склоподібністю, зольністю, засміченістю тощо. Складена суміш повинна забезпечувати виробництво борошна з максимальним виходом, високими показниками за білизною, зольністю і хлібопекарськими якостями. Змішування зерна — найкращий спосіб використання зерна зі знизеними борошномельними і

хлібопекарськими властивостями. Від правильності приготування помельних партій в значній мірі залежить якість готового борошна. Їх готують з зерна різних типів і якості, а пропорції повинні забезпечувати оптимальні властивості борошна.

Підготовка зерна до помелу передбачає: попереднє очищення зернової маси від домішок, обробку поверхні зерна й остаточне його очищення, гідротермічну обробку зерна (кондиціонування). Одна з основних зерноочисних машин підготовчого відділення – це сепаратор, в якому зерно очищується на ситах і в повітряному потоці.

Очищене від мінеральних домішок, воно надходить на подальшу обробку, а фракція, що містить мінеральної домішки - на другий етап очищення. На цьому етапі застосовують щіткові машини типу БЩМ, де видаляються мінеральні домішки.

Для знезаражування зерна передбачені ентолейтори, в яких знищення живих довгоносиків відбувається в результаті ударного впливу обертового ротора.

Миття зерна і зволоження поліпшують ступінь його продовольчого використання. Здійснюється ця операція в машинах двох типів: у водострумних для додавання води в крапельному стані і водорозпильних для додавання води в розпиленому стані. Застосовуються комбіновані мийні машини.

При цьому очищується поверхня зерна, відокремлюються важкі і легкі домішки, щуплі зерна, видаляються мікроорганізми. Зволоження і наступне відволоження викликає фізико-біологічні зміни в зерні, у результаті яких полегшується відділення оболонок від зерна при незначних втратах ендосперму.

Гідротермічна обробка зерна (кондиціонування). Для підвищення ефективності процесу відокремлення оболонок від ендосперму треба підвищити різницю в їх фізичних властивостях, тобто ендосперм повинен стати більш крихким, а оболонки більш пластичними. Задача полягає в тому, щоб при помелі одержати продукти з окремих анатомічних частин зерна. Для цього зерно перед помелом піддають гідротермічній обробці, яка і забезпечує дотримання цих вимог. Безпосередньо перед помелом зерно до- звожують на 0,3-0,5 % і після

відволожування протягом 2040 хвилин направляють на помел [20].

У відділенні помелу зерно перетворюється на борошно. Тут відбувається подрібнення і відділення зовнішньої клітковини. Головна мета, до якої прагнуть виробники, полягає в тому, щоб з наявної кількості зерна одержати, за можливості, більшу кількість борошна. Після цього відбувається найбільш енергоємний процес борошномельного виробництва – процес подрібнення зерна, який здійснюється у вальцьовому верстаті млина.

Процес одержання борошна можна розглядати як послідовний багаторазовий процес відокремлення центральної частини — ендосперму від оболонок.

Спочатку зернину роздрібнюють на кілька частинок і отримують так звані добротні крупки, тобто крупки, одержані з центральної частини — ендосперму, та так звані строкаті крупки, тобто такі, що мають з одного боку залишки оболонок. На наступних етапах технологічного процесу добротні крупки відокремлюють від строкатих, а останні шліфують, тобто відокремлюють від них частинки оболонок. Після цього строкаті крупки стають добротними, але менших розмірів. Оболонки, в яких на внутрішній поверхні залишилась деяка частка ендосперму, вимелюють на спеціальних вимелювальних системах. Оболонки, від яких відокремлено майже всі частки ендосперму, називають висівками.

Периферійні частки пшениці містять значну кількість природних вітамінів групи В, що позитивно впливають на якість борошна. Нині є багато пропозицій щодо використання периферійних частинок (висівок) для збагачення борошна білками, вітамінами, мінеральними добавками.

З однієї і тієї ж партії зерна при помелі вдається одержувати різні сорти борошна, що відрізняються хімічним складом, харчовою цінністю, органолептичними і технологічними властивостями. Однією з задач помелу є одержання борошна з однорідним гранулометричним складом.

При виробництві оббивного борошна помел використовують для здрібнення усіх анатомічних часток зерна до частин однакового розміру.

При виробництві сортового борошна значному здрібнюванню підлягає лише

ендосперм, а зародок, оболонки і алеїроновий шар виділяють у вигляді висівок.

Нині є багато пропозицій щодо використання периферійних частинок (висівок) для збагачення борошна білками, вітамінами, мінеральними добавками. Схему помелу і формування сортів здійснюють так, що борошно всіх сортів одержують із різних зон зерна і, відповідно, воно відрізняється за хімічним складом та за іншими показниками.

Важливим у сучасних умовах залишається проблема розробки технології борошняних кулінарних виробів підвищеної харчової та біологічної цінності, зниженням енергетичної цінності, покращенням органолептичних показників готових виробів. У зв'язку з цим використання продуктів переробки рибної та рослинної сировини у процесі виробництва борошняних кулінарних виробів є актуальною проблемою на сьогодні.

Отже, факторами формування споживних властивостей борошна пшеничного є якість зерна та технологія виробництва. Пшеничному борошну високих сортів властива знижена харчова й біологічна цінність порівняно з зерном. Основною причиною цього є перерозподіл основних поживних речовин зерна під час сортового помелу між потоками зернопродуктів, у результаті чого значна їх частина переходить до побічних продуктів борошномельного виробництва.

РОЗДІЛ 2

ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА БОРОШНА ПШЕНИЧНОГО

2.1 Організація, об'єкт та методи дослідження

Товарознавче дослідження якості борошна пшеничного складається з трьох етапів. Аналітичний етап включає розгляд питань, пов'язаних з сучасними вимогами до якості, фізіологічних властивостей і безпечності борошна пшеничного. На першому етапі експериментальних досліджень проведено ідентифікацію борошна пшеничного, аналіз його інформаційного супроводу та органолептичних характеристик. На другому етапі досліджень у лабораторних і виробничих умовах проведено визначення фізико-хімічних властивостей борошна різних виробників. На третьому етапі визначено впливу якості борошна пшеничного різних виробників на основні споживчі характеристики хлібобулочних виробів. Експериментальна частина роботи виконувалася в лабораторіях кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю КНТЕУ та ТОВ «КХП «Талне».

Як об'єкти дослідження були відібрані зразки пшеничного борошна вищого сорту, що надходять до магазинів АТБ з ТОВ «КХП «Талне» та від інших виробників і постачальників (табл. 2.1) [21].

Таблиця 2.1

Ідентифікація споживчого маркування

Виробник	Торгова марка	Ідентифікація		
		Вид	Різновид	Сорт
1	2	3	4	5
ТОВ «Київмлин», м. Київ	ТМ «Київмлин»	Пшенична	загального призначення	вищий
ТОВ «КХП «Талне», Житомир	ТМ «КХП «Талне»	Пшенична	загального призначення	вищий
ПрАТ «Каланчацький КХП», вул. смт. Мирне, Каланчацький район, Херсонська область	ТМ «Каланчацький КХП»	Пшенична	загального призначення	вищий

Продовження табл 2.1

1	2	3	4	5
ДП Куліндорівський комбінат хлібопродуктів, м. Одеса	ТМ «Богуміла»	Пшеничн а	загального призначення	вищий
ТОВ «Альта-Віста», м. Київ	ТМ «Щедрі брати»	Пшеничн а	загального призначення	вищий
ТОВ «Рідний продукт», смт Ювілейне, Дніпропетровська обл.	ТМ «Хуторок»	Пшеничн а	загального призначення	вищий

3
таб
л.
2.1
вид

но, що досліджувані зразки є борошном пшеничним вищого сорту і потрапляють під дію ГСТУ 46.00-4-99 «Борошно пшеничне. Технічні умови», у відповідність з яким проведені дослідження [22].

Аналіз споживчого маркування проводили на відповідність вимогам ЗУ «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»[9].

Оцінка якості борошна здійснюється з використанням органолептичних та фізико-хімічних методів за різними показниками, що характеризують її доброякісність і технологічні властивості, на основі аналізу середнього зразка, який відбирають за стандартною методикою .

Органолептичну оцінку якості проводили з використанням розробленої шкали (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Шкала балової оцінки якості борошна пшеничного

Показники	Коеф. вагомості	1 бал	2 бали	3 бали	4бали	5 балів
1	2	3	4	5	6	7
Колір	0,35	Білий з жовтим або сірим відтінком з помітними частинками оболонки	Білий з сірим відтінком	Білий з жовтувато- сірим відтінком	Білий з жовтим відтінком	Білий або білий з кремовим відтінком

Продовження табл 2.2

1	2	3	4	5	6	7
Запах	0,2	Борошно зі сторонніми присмакам и, наявний пліснявий і/або затхлий запах	Борошно зі стороннім и присмакам и, наявний затхлий запах	Властивий пшеничном у борошну, наявні незначні сторонні запахи	Властивий пшеничном у борошну, без сторонніх запахів	Властивим пшеничном у борошну, без сторонніх запахів, не затхлий, не пліснявий
Смак	0,25	Борошно зі сторонніми присмакам и, наявний кислий і/або гіркий смак	Борошно зі стороннім и присмакам и, наявний кислий смак	Властивий пшеничном у борошну, наявні незначні сторонні присмаки	Властивий пшеничном у борошну, без сторонніх присмаків	Властивий пшеничном у борошну, без сторонніх присмаків, не кислий, не гіркий
Мінераль на домішка	0,2	Наявна	Наявна	Відсутня	Відсутня	Відсутня

Колір борошна встановлюють шляхом порівняння випробуваного зразка до встановленого зразка або з характеристикою кольору. Колір борошна визначають візуально при розсіяному денному світлі, а також при освітленні лампами розжарювання або люмінесцентними лампами [23]. При цьому звертають увагу на наявність окремих частинок оболонок і сторонніх домішок, які порушують однорідність кольору борошна.

Для визначення запаху наважку борошна масою близько 20 г висипають на чистий папір, зігрівають диханням і встановлюють запах. Для посилення відчуття запаху борошно переносять в стакан, обливають гарячою водою з температурою 60°C, воду зливають і визначають запах продукту [23].

Смак і наявність хрускоту визначають шляхом розжовування [23].

Визначення білості проводиться методом вимірювання відбивної здатності ущільнено-згладженої поверхні борошна із застосуванням фотоелектричного

приладу [24].

Масову частку вологи визначали методом висушування борошна у повітряно-тепловій шафі за фіксованими параметрами температури та тривалості сушіння до постійної маси [25].

Зольність визначається методом спалювання борошна з подальшим визначення маси несплаюємого залишку [26].

Для визначення крупності використовують метод просіювання борошна через сита [27].

Аналогічний метод застосовується і для визначення зараженості і забрудненості шкідниками хлібних запасів (комахами і кліщами). Суть методу виявлення зараженості полягає у виділенні комах і кліщів шляхом просіювання на ситах і візуальному виявленні живих комах, а забрудненості – мертвих комах [28].

Визначання металоманітної домішки полягає у виділенні металоманітних домішок (частинок металів, руди і т. ін., що володіють магнітними властивостями) магнітом механізованим способом або вручну, подальшому зважуванні і вимірі її частинок [29].

Клейковина за стандартом [30; 31] визначається методом відмивання її механічним способом. При цьому відмивання відбувається спеціальним соляним розчином хлориду натрію.

2.2 Аналіз інформаційного супроводу обігу та якості борошна пшеничного ТОВ «КХП «Талне»

Аналіз інформаційного супроводу обігу та якості борошна пшеничного здійснимо на прикладі ТОВ «КХП «Талне» - одного з найбільших переробних підприємств України, яке відоме своєю продукцією з 1988 р. До того ж млини КХП «Тальне» використовує «Українська борошномельна компанія» (УБК) – виробник і експортер борошна, входить в ТОП-10 виробників борошна в Україні. Тому сьогодні ТОВ «КХП «Талне» є одним з лідерів ринку.

Кожна партія борошна пшеничного, що надходить від ТОВ «КХП «Талне» у роздрібну мережу, супроводжується сертифікатом про якість, що свідчить про відповідність продукції вимогам нормативних документів, наведених у цьому сертифікаті. Оцінка відповідності, в загальному випадку, має дві складові: відповідність нормам законодавчо-нормативних актів і оцінка відповідності стандартам та іншим неурядовим документам. Ринкових органів з оцінки відповідності у сфері безпеки і якості аграрної та харчової продукції практично не існує [32]. Оцінку відповідності нормам законодавчо-нормативних актів у сфері безпечності та окремих показників якості харчової продукції, ветеринарної медицини та у інших визначених профільними законами напрямках здійснює Держпродспоживслужба [33] згідно річних планів на основі ризик-орієнтованого підходу. Харчові продукти, які супроводжуються сертифікатом, вважаються проконтрольованими і відповідають вимогам стандартів і безпеки.

В сертифікаті якості пшеничного борошна ТОВ «КХП «Талне» вказано що дана продукція відповідає усім показникам якості, які зазначені в ГСТУ, технічних умовах та інших нормативних документах, що містять методики виконання вимірювань показників якості зерна і продуктів його переробки. Адже, борошно пшеничне вищого сорту виробляється з дотриманням вимог «Правил організації та ведення технологічного процесу на борошномельних заводах» [34] і санітарних правил, затверджених у встановленому порядку, при сортових помелах м'якої та твердої пшениці.

Дотримання показників якості та контроль за ними відбувається впродовж усього виробничого процесу на ТОВ «КХП «Талне», що складається з двох етапів: підготовка зерна до помелу та розмелювання зерна. Якість борошна залежить від якості переробленої зерна і технології виробництва. Сировина (пшениця 3 та 4 класу, жито групи «А») закуповується в різних регіонах України і для досягнення показників якості вищого сорту (клейковина – 25 та ІДК-95) проводиться спеціальне формування помелу.

Перед надходженням зерна в помольне відділення лабораторія проводить

контроль його якості: визначають зміст смітної і шкідливої домішок, органічної домішки (основне проросле зерно, зерна інших культур), вміст сирої клейковини і вологості.

Виробництво борошна і круп на ТОВ «КХП «Талне» здійснюється на імпортному обладнанні фірми Бюллер (Швейцарія).

Визначення органолептичних і фізико-хімічних показників якості продукції, яку виробляє ТОВ «КХП «Талне», проводять працівники виробничо-технологічної лабораторії підприємства. ВТЛ акредитована Українським виробничо-технічним центром стандартизації і метрології «Украгостандарт» при участі ДП «Черкасстандартметрологія» на право виконання вимірювань у сфері поширення державного метрологічного нагляду по контролю якості і безпеки продуктів харчування (свідоцтво про акредитацію № 45 від 27 квітня 2016 р.). Лабораторія працює керуючись Положенням про виробничо-технологічну лабораторію, Настановою з якості, Паспортом виробничо-технологічної лабораторії, Додатком до галузі акредитації. Лабораторія забезпечена нормативною документацією (укладено договір з лабораторією інституту «Укрзернопродукт» на обслуговування). ВТЛ оснащена сучасними засобами вимірювальної техніки і випробувальним обладнанням, які повіряються і атестуються ДП «Укрметртестстандарт», УМНВЦ «Зерноприлад».

Періодичність перевірки основних показників якості – через кожні 2 години. Отримані результати реєструються в Журналі оперативного якісного контролю за млинами (форма №52) , журналі визначення вологості кожної зміни (копії прикладаються). При реалізації продукції видається якісне посвідчення форма №40 (копія прикладається).

Оцінка якості борошна на ТОВ «КХП «Талне» здійснюється з використанням органолептичних та фізико-хімічних методів за різними показниками, що характеризують її доброякісність і технологічні властивості, на основі аналізу середнього зразка, який відбирають за стандартною методикою.

Лабораторні зразки супроводжуються актом відбору, в якому вказують:

- найменування виробу;
- найменування підприємства-виробника;
- дата і місце відбору зразків;
- обсяг та номер партії;
- показники, за якими аналізують зразки;
- прізвища та посади осіб, які відібрали зразки.

Якість пшеничного борошна визначають органолептичними методами (колір, запах, смак, наявність хрускоту) і лабораторними методами (крупність помелу, вологість, зольність, кількість і якість сирової клейковини, зараженість шкідниками комор).

Визначення показників якості органолептичними методами на ТОВ «КХП «Талне» здійснюється відповідно до ДСТУ [23]. Якщо борошно за органолептичними показниками (смак, запаху і кольору) не задовольняє вимогам стандарту, воно не підлягає харчовому використанню та подальша оцінка його якості не проводиться.

Відмітимо, що борошно ТОВ «КХП «Талне» поставляються у роздрібну мережу з товаросупровідними документами.

Крім власних досліджень якості борошна ТОВ «КХП «Талне» постійно контролюється іншими контролюючими органами. Так, Черкаська обласна санітарно-епідеміологічна станція, відповідно до «Медичних вимог до якості та безпечності харчових продуктів та продовольчої сировини» [35] проводить дослідження продукції на вміст токсичних елементів, пестицидів, радіонуклідів (гігієнічний висновок № 05.03.02-04/35438 від 03.09.2019 р.).

Проведений аналіз показав, що інформаційний супровід обігу та якості борошна пшеничного на досліджуваному підприємстві здійснюється в повному обсязі і відповідно до законодавства.

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
б) мінімальний термін придатності або дата «вжито до»	12 місяців	12 місяців	12 місяців	12 місяців	12 місяців	360 діб
7) будь-які особливі умови зберігання	в сухому, добре провітрюваному приміщенні	в сухому місці	при температурі не вище 25°C та вологості не вище 70%	в сухому, добре провітрюваному приміщенні	не зазначено	в сухих, добре провітрюваних приміщеннях
8) найменування та місцезнаходження оператора ринку	ТОВ «Київмлин», м. Київ	ТОВ «КХП «Талне», Тальне	ПАТ «Каланчацький КХП», смт Новопокровська	ДП Куліндорівський комбінат хлібопродуктів, м. Одеса	ТОВ «Альта-Віста», м. Київ	ТОВ «Рідний продукт», смт. Ювілейне
9) країна походження	виготовлено із зерна, яке вирощено в Україні	виготовлено із зерна, яке вирощено в Україні	виготовлено із зерна, яке вирощено в Україні	виготовлено із зерна, яке вирощено в Україні	не зазначено	виготовлено із зерна, яке вирощено в Україні
10) інструкції з використання	не зазначено	не зазначено	не зазначено	не зазначено	не зазначено	не зазначено
11) інформація про поживну цінність харчового продукту	334	334	334	334	334	327

При вивченні споживчого маркування пшеничного борошна було встановлено, що маркування досліджуваних зразків повністю відповідає вимогам Закону, що свідчить про відповідальний підхід підприємств виробників до одного з найважливіших параметрів продукції, а саме маркування, що дає початкове уявлення про продукт. Не вистачає лише умов зберігання та країни походження на борошні «Щедрі брати».

Проте, наявність інформації ще не означає зручність її сприйняття споживачем. Йдеться про дату виробництва. Іноді виробники борошна наносять дату виготовлення на дні пакета. На борошні «Каланчацький КХП» дата нанесена теж «дуже зручно»: на задній стороні пакета «догори ногами». До самого пакування борошна зауважень не було.

Для оцінки якості борошна, проведемо органолептичне дослідження борошна пшеничного вищого сорту різних вітчизняних виробників, відбраного на попередньому етапі дослідження, проводили за розробленою 5-ти бальною шкалою (табл. 2.4).

Коефіцієнти вагомості показників якості борошна пшеничного визначено експертним шляхом.

Таблиця 2.4

Інтегральна оцінка якості борошна пшеничного різних виробників

Показники	Коефіцієнти вагомості	ТМ «Кіємлін»	ТМ «КХП «Талне»	ТМ «Каланчацький КХП»	ТМ «Богуміла»	ТМ «Щедрі брати»	ТМ «Хуторок»
Колір	0,2	5	5	5	5	5	4
Запах	0,2	5	5	5	5	3	5
Смак	0,25	5	5	5	5	3	5
Мінеральна домішка	0,35	5	5	5	5	5	5
<i>Узагальнений показник якості</i>	<i>1</i>	5	5	5	5	4,1	4,8

Аналіз оцінки якості борошна пшеничного вищого сорту показав, що показники чотирьох зразків з шести, відповідають вимогам ГСТУ [22]. Органолептична оцінка якості ТМ «Щедрі брати» не відповідає вимогам ГСТУ за такими показниками, як запах - солодкуватий та смак - солодкуватий. Органолептична оцінка якості борошна «Хуторок», не відповідає за кольором – білий з жовтчасто-розоватим відтінком, проте колір обумовлений наявністю у сировині – червонозернової пшениці.

Фізико-хімічні показники якості борошна пшеничного вищого сорту представлені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Фізико-хімічні показники якості борошна пшеничного вищого сорту різних виробників

Показники	Характеристика борошна пшеничного вищого сорту					
	ТМ «Кіємлін»	ТМ «КХП «Талне»	ТМ «Каланчацький КХП»	ТМ «Богуміла»	ТМ «Щедрі брати»	ТМ «Хуторок»
1	2	3	4	5	6	7

Продовження табл 2.5

1	2	3	4	5	6	7
Вологість, % не більше 15	13,1	13,7	14,2	15,3	14,5	14,2
Зольність, % не більше 0,55	0,34	0,46	0,41	0,48	0,61	0,54
Кількість сирієї клейковини, % не менше 24	27	25	24	24	26	24
Якість клейковини не нижче II групи (ВДК)	II група	II група	II група	II група	II група	II група
Білість, умовних одиниць приладу РЗ-БГШ 54 і більше	65	57	59	54	60	53

Аналіз результатів оцінки фізико-хімічних показників якості борошна пшеничного різних виробників показав, що не всі вони відповідають вимогам стандарту. У ТМ «Хуторок» білість не відповідає нормам ГСТУ для даного сорту борошна, у ТМ «Щедрі брати» нормам не відповідає зольність, що зумовлено тим, що у борошно потрапили крихкі оболонки зерна, які легко подрібнюються, а у ТМ «Богуміла» вимогам ГСТУ не відповідають параметри вологості, що скоріше за все зумовлено неналежним зберіганням борошна. Дослідні зразки борошна ТМ «Київмлин», ТМ «Каланчацький КХП», ТОВ «КХП «Талне» повністю відповідають вимогам стандарту.

Оскільки борошно – основний інгредієнт тіста, то його якість визначає якість і тіста, і готового виробу [36]. Тому, крім фізико-хімічних випробувань, борошна проведемо аналіз дослідних зразків пшеничного борошна за допомогою практичного випробовування, а саме випікання хліба за ДСТУ 27669-88 (табл. 2.6) [37].

Таблиця 2.6

Результати оцінки якості борошна за практичними випробуваннями

Показники	Вимоги	«Київмлин»	«КХП «Талне»	«Каланчацький КХП»	«Богуміла»	«Щедрі брати»	«Хуторок»
Об'ємний вихід, см ³	більше 480	501	495	374	414	442	459
Формостійкість,	не менше 0,4	0,45	0,43	0,44	0,43	0,40	0,41
Загальна оцінка		відмінно	відмінно	не задовільно	задовільно	задовільно	добре

Пробне випікання наочно демонструє хлібопекарські властивості борошна: тісто замішується в рівних умовах, випікається при однаковому режимі. При замісі тіста використовують однакову воду і однакові дріжджі, але різну муку. Так що всі відмінності випеченого хліба – показник якості борошна. Серед таких відмінностей виділяють формостійкість і об'ємний вихід хліба.

Формостійкість – відношення висоти до діаметра хліба, для борошна вищого сорту повинна бути не менше 0,40, за цією характеристикою випеченого хліба зауваження немає [19].

Згідно вимог стандарту [37] об'ємний вихід хліба з пшеничного борошна вищого сорту повинен складати 480 см³, такими є зразки хліба з борошна ТМ «Київмлин» та ТМ «КХП «Талне». Зразок випікання хліба з борошна ТМ «Хуторок» є перевищив 450 см³ та отримав відповідну оцінку в чотири бали. На «задовільно» або в три бали оцінювали вихід хліба, якщо його обсяг склав 400-450 см³ («Богуміла» з виходом хліба 414 см³ та «Щедрі брати» з виходом хліба 442 см³). Серед протестованого борошна вихід хліба менше 400 см³, а саме 374 см³ у ТМ «Каланчацький КХП», а отже це борошно отримало оцінку «незадовільно».

Отже, за практичними випробовуваннями досліджувана ТМ «Київмлин» отримала відмінну оцінку. Зазначимо, що таку оцінку отримало ще лише торгова марка КХП «Тальне».

Комплексну оцінку якості борошна пшеничного здійснюють з урахуванням балової оцінки, фізико-хімічних показників і коефіцієнтів вагомості окремих показників якості, отриманих методом ранжування.

Коефіцієнт відносної конкурентоспроможності борошна пшеничного вищого сорту різних вітчизняних виробників розраховувався з урахуванням всіх досліджуваних показників за якими вже виставлено загальні оцінки якості. Зазначимо, що для показника фізико-хімічні властивості можливо лише два варіанта оцінки 5 – якщо всі показники у нормі та 0 – якщо будь-який з показників не задовольняє нормі.

У табл. 2.7 наведено результати комплексної оцінки якості борошна пшеничного різних вітчизняних виробників.

Таблиця 2.7

Комплексна оцінка показників якості пшеничного борошна

Показники	Коефіцієнт вагомості, a_i	ТМ «Київмлин»		ТМ «КХП «Тальне»		ТМ «Каланчацький КХП»		ТМ «Богуміла»		ТМ «Щедрі брати»		ТМ «Хуторок»	
		i	a_i	i	a_i	i	a_i	i	a_i	i	a_i	i	a_i
1	2	3		4		5		6		7		8	
Органолептичні													
Колір	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25	4	0,20
Запах	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25	3	0,15	5	0,25

Продовження табл. 2.7

1	2	3		4		5		6		7		8	
Смак	0,0625	5	0,31	5	0,31	5	0,31	5	0,31	3	0,19	5	0,31
Мінеральна домішка	0,0875	5	0,44	5	0,44	5	0,44	5	0,44	5	0,44	5	0,44
Фізико-хімічні													
Вологість	0,025	5	0,13	5	0,13	5	0,13	3	0,08	5	0,13	5	0,13
Зольність	0,0625	5	0,31	5	0,31	5	0,31	5	0,31	5	0,13	5	0,31
Кількість сирової клейковини	0,0625	5	0,31	5	0,31	5	0,31	5	0,31	5	0,31	5	0,31
Якість клейковини	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Білість	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25	3	0,15
Маркування	0,05	5	0,25	4	0,20	5	0,25	4	0,20	4	0,20	5	0,25
Пакування	0,05	5	0,25	5	0,25	4	0,20	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Практичні випробування	0,4	5	2	5	2	2	0,80	3	1,20	3	1,20	4	1,60
Узагальнена оцінка якості	1	5		4,95		3,75		4,1		3,73		4,45	

Як видно з даних табл. 2.8 найвищий комплексний показник якості має борошно пшеничне виробництва ТМ «Київмлин». Його комплексний показник якості дорівнює 5. Оскільки пшеничне борошно ТМ «Київмлин» має найкращий комплексний показник якості, то його можна вважати основним конкурентом на вітчизняному ринку України.

Найнижчий комплексний показник якості має борошно виробництва «Щедрі брати» і складає – 3,45. Це може свідчити про те, що сорт борошна, який досліджували, не відповідає сорту, який вказаний на упаковці.

Борошно КХП «Тальне» має доволі високий показник якості продукції – 4,95, що свідчить про середню якість продукції.

Розрахуємо відносну конкурентоспроможність борошна різних торгових марок у порівнянні з конкурентом, що отримав найвищі оцінки ТМ «Київхліб» (Додаток В). Опираючись на результати досліджень, можна сказати, що борошно пшеничне ТМ КХП «Тальне», є більш конкурентоспроможним, ніж борошно

пшеничне ТМ «Київмлин». Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності борошна пшеничного виробництва ТОВ «КХП «Талне» дорівнює 0,98, незначно поступаючись борошну ТМ «Київмлин» за функціональними параметрами, зокрема, кількістю сирої клейковини, характеризуючись при цьому більш конкурентоспроможними економічними показниками – нижчою ціною.

За показником відносної конкурентоспроможності пшеничне борошно ТМ «Хуторок» поступається ТМ «Київмлин» та ТМ КХП «Тальне» за естетичними параметрами, такими як колір борошна, та практичним випробовуванням.

Борошно торгових марок ТМ «Богуміла» та ТМ «Щедрі брати» отримало майже однакові оцінки конкурентоспроможності – 0,87 та 0,89, при цьому дані торгові марки мають низькі якісні показники пшеничного борошна, та встановлені низькі ціни реалізації, що й обумовлює їх доволі високий рівень конкурентоспроможності. Найгіршу оцінку отримало борошно ТМ «Каланчацький КХП», що за практичними випробовуванням отримало незадовільну оцінку.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ДИСТРИБ'ЮТИВНИХ КАНАЛІВ ТОВ «КХП «ТАЛНЕ»

3.1 Аналіз практики формування дистрибутивної системи підприємства

Виконання розподільчих функцій вимагає певних форм організації розподілу, тобто відповідним чином організацію процесу розподілу готової продукції.

ТОВ «КХП «Талне» реалізує пшеничне борошно, що, як товар, перебуває на стадії зрілості. Саме на цьому етапі, витрати на впровадження зменшуються, а прибутки від реалізації ростуть.

ТОВ «КХП «Талне» працює як на промисловому так і споживчому ринку, які показано на рис. 3.1.



Рис. 3.1 Типи ринків ТОВ «КХП «Талне»

Надходження повинно бути невеликими партіями і від відомих постачальників, які завжди відрізнялися добросовісністю і готовністю до співробітництва. На стадії зрілості борошно пшеничне пропонують багато постачальників, окрім ТОВ «КХП «Талне», тому потрібно:

- забезпечувати складське господарство великими партіями якісного товару;
- шукати нових постачальників, щоб забезпечити неперервне завезення сировини на склад підприємства;
- організовувати швидке завезення через короткі інтервали;
- встановити надійний контроль за всіма джерелами постачання;
- створити достатні запаси борошна, щоб воно постійно було у наявності.

Маркетинг займається дослідженням поведінки споживача, що включає його потреби і вимоги. Вивчення споживачів починається з вивчення їхніх потреб [39]. Цими вимогами і керується ТОВ «КХП «Талне» при проведенні своєї маркетингової цінової політики.

Ринкова орієнтація діяльності ТОВ «КХП «Талне» зумовила розгляд системи дистрибуції під новим кутом зору. Зокрема, аспекти дистрибуції розглядаються як в теорії, так і на практиці у рамках загального поняття «маркетинг». При цьому зміст сучасного маркетингу виходить далеко за межі класичної дистрибуції, що передбачає лише використання і координацію інструментів дистрибуції.

Канали розподілу ТОВ «КХП «Талне» постійно змінюються. З'являються нові організації оптової торгівлі та нові виробники, які потребують продукції підприємства, розвиваються системи розподілу продукції. Виконання розподільчих функцій вимагає певних форм організації дистрибуції, тобто відповідним чином організацію процесу розподілу готової продукції.

Організація дистрибуції містить ТОВ «КХП «Талне»:

- організацію процесу розподілу та збуту готової продукції з урахуванням принципів та методів маркетингової політики розподілу;
- організацію управління розподілом і збутом як сукупності операцій, ланцюгів розподілу;
- організацію взаємодії учасників розподілу.

Операційна система розподілу на ТОВ «КХП «Талне» складається з трьох підсистем:

- виробництва;
- підсистеми забезпечення;
- підсистеми планування і контролю.

Кінцева мета діяльності ТОВ «КХП «Талне» в галузі логістики виражається «шістьома правилами логістики»:

- 1) вантаж (потрібний товар);
- 2) якість (необхідної якості);
- 3) кількість (в необхідній кількості);
- 4) час (доставка в належний час);
- 5) місце (в потрібне місце);
- 6) витрати (з мінімальними витратами).

Прикладом локального завдання логістики є оптимізація виробничих запасів та максимальне скорочення часу зберігання і транспортування вантажів [40]. Недостатній зв'язок концепції логістики з активною ринковою стратегією часто призводить до того, що закупівля сировини стає мотивом для початку випуску тієї чи іншої продукції без належного попиту на неї. Однак у нинішній ринковій ситуації такий підхід до випуску продукції може призвести до комерційного провалу. Орієнтація на мінімізацію витрат, безперечно, необхідна, але за оптимального рівня поєднання витрат і рентабельності основного та оборотного капіталу, задіяного в межах ринкової стратегії.

Цілями сучасної логістики ТОВ «КХП «Талне» є:

- 1) надходження всіх матеріалів у відповідних кількостях, якості й асортименті до місця споживання;
- 2) зміни запасів матеріалів у відповідь на інформацію про можливості їх швидкого придбання;
- 3) зміна політики продажу вироблених товарів на політику виробництва товарів, що продаються;

- 4) зменшення оптимального розміру партії постачання;
- 5) якісне виконання усіх замовлень у мінімальні строки.

Кожна ланка логістичного ланцюга ТОВ «КХП «Талне» (рис.3.2) включає свої елементи, що в сукупності утворить матеріальну основу логістики. До матеріальних елементів логістики відносяться: транспортні засоби й облаштованості, складське господарство, засоби зв'язку і керування. Логістична система, природно, охоплює і кадри, тобто тих працівників, що виконують усі послідовні операції.

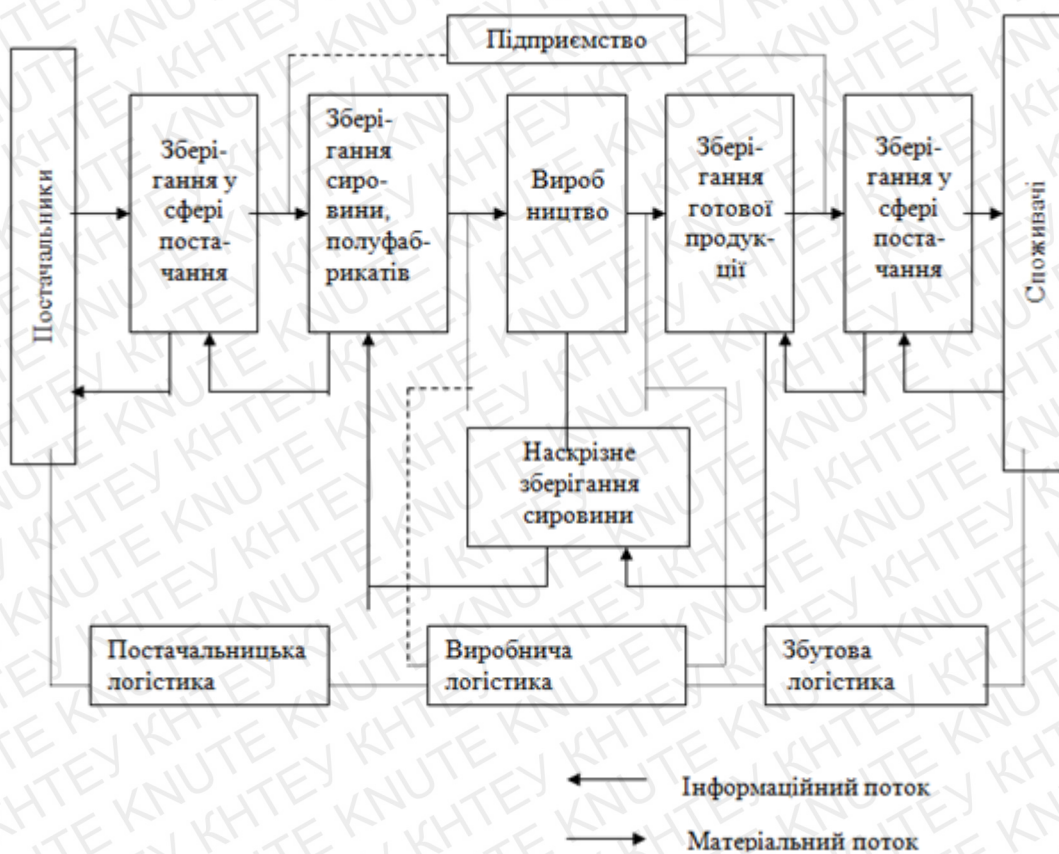


Рис.

3.2 Логістичний ланцюг ТОВ «КХП «Талне»

Можливість планування різних операцій і проведення аналізу рівнів елементів логістичної системи ТОВ «КХП «Талне» визначила її поділ на макро- і мікрологістику. Макрологістика вирішує питання, пов'язані з аналізом ринку постачальників і споживачів, виробленням загальної концепції розподілу, розміщенням складів на полігоні обслуговування, вибором виду транспорту і

транспортних засобів, організацією транспортного процесу, раціональних напрямків матеріальних потоків, пунктів постачання сировини, матеріалів і напівфабрикатів, з вибором транзитної чи складської схеми доставки товарів.

Мікрологістика вирішує локальні питання в рамках окремих ланок і елементів логістики. Прикладом може служити внутрішньовиробнича логістика, коли в межах підприємства плануються різні логістичні операції, такі, як транспортно-складські, вантажно-розвантажувальні та т. ін. Мікрологістика забезпечує операції по плануванню, підготовці, реалізації і контролю над процесами переміщення товарів всередині промислових підприємств.

При визначенні закупівлі того чи іншого товару і можливості його продажу, партнери (постачальники і торгівельна організація) повинні обов'язково розрахувати вигідність торгівельного контракту, можливість одержання оптимального рівня і маси прибутку [41].

Закупівля товарів – складова частина комерційної діяльності ТОВ «КХП «Талне», що включає до себе:

- вивчення та прогнозування попиту покупців;
- виявлення і вивчення джерел надходження і постачальника товарів;
- організацію господарчих зв'язків з постачальниками товарів, включаючи розробку і укладення договорів постачання;

Управлінські підрозділи дистрибутивної системи на ТОВ «КХП «Талне» представлені відділом збуту та відділом маркетингу. До виробничих підрозділів відносяться склади готової продукції, цехи з комплектації, маркування й пакування готової продукції, транспортний підрозділ.

Зараз на підприємстві діє відділ маркетингу, який досліджує структуру, склад і організацію роботи збутової мережі, розробляє проекти співпраці, організації торгових площ; відділ збуту безпосередньо займається збутом продукції споживачам, які мають намір придбати пшеничне борошно не відвідуючи магазинів, та оскільки очікуваний результат всіх проведених заходів –

збільшення обсягу продажів, то вони також проводять оцінку ефективності проведених заходів.

Збутова діяльність підприємств ТОВ «КХП «Талне» включає в себе операції / заходи щодо розподілу, товароруку продукції й частково – обслуговування.

Збутова діяльність, як і процес управління нею, тісно пов'язана з маркетинговою політикою розподілу ТОВ «КХП «Талне». Збут підприємства, згідно з класичним комплексом маркетингу, являє собою сукупність каналів розподілу, що через них здійснюється продаж продукції цих підприємств, та на формування і розвиток яких впливають інші елементи цього комплексу: продукт, ціна, просування [42]. Зауважимо, що у сфері діяльності ТОВ «КХП «Талне» трапляються непоодинокі випадки, коли збут продукції відбувається одночасно з її просуванням. Тому як складовий компонент збутової діяльності підприємства може розглядатися не тільки такий елемент моделі маркетинг-мікс «4Р», як «місце збуту (або канали розподілу) продукту», але й елемент «просування» [43].

Функціональні відділи та служби, пов'язані з управлінням дистрибутивної системи, ТОВ «КХП «Талне».

Існує тісний взаємозв'язок відділів між собою та з іншими підрозділами підприємства. Наприклад, відділ маркетингу передає в планово-економічний відділ висновки по проектах цін на нову продукцію і доцільність застосування цін, що діють. У свою чергу отримує звітні річні плани виробництва та їх зміну, відомості про фактичну рентабельність і собівартість виробів і так далі. Відділ збуту взаємодіє з юридичним відділом, з валютно-фінансовим відділом, з відділом кадрів.

Організація збуту передбачає об'єднання усіх робітників, які виконують взаємопов'язаний комплекс робіт у процесі забезпечення переміщення товару від виробника до кінцевого споживача. Крім цього, організація збуту охоплює діяльність з формування, відбору спеціалістів, залучених до роботи у службі

збуту, оцінка якості і результатів роботи підлеглих, а також заходи по матеріальному і моральному заохочуванню робітників.

Діяльність підлеглих відділу збуту будується на моделі взаємовідношень між тим чи іншим представником служби збуту і організації з формування і реалізації закупок товару.

Працівники збуту на ряду з типовими функціями можуть виконувати виходячи із особливостей ситуації і інші обов'язки з метою збільшення обсягу продаж і завоювання престижу компанії.

Загальна характеристика робіт, які здійснює, наприклад, агент по збуту, включає: продаж, роботу з замовниками, обслуговування замовника, адміністрування; конференції (зустрічі, навчання), підбір кадрів; відрядження.

Дистрибутивна система ТОВ «КХП «Талне» передбачає об'єднання усіх робітників, які виконують взаємопов'язаний комплекс робіт у процесі забезпечення переміщення товару від виробника до кінцевого споживача.

Діяльність підлеглих відділу збуту будується на моделі взаємовідношень між тим чи іншим представником служби збуту і організації по формуванню та реалізації закупок товару. Працівники збуту поряд з типовими функціями, виходячи із особливостей ситуації, можуть виконувати й інші обов'язки з метою збільшення обсягу продаж і утримання частки ринку ТОВ «КХП «Талне».

Отже, організація збуту ТОВ «КХП «Талне» здійснюється в межах дистрибутивної політики, планування якої відбувається за такими напрямками:

- визначення стратегії збуту та політики організації каналів розподілу;
- вибір систем та методів збуту та відповідних типів каналів;
- створення мережі оптових та роздрібних торговельних точок, складів, демонстраційних залів тощо;
- визначення маршрутів товаропросування;
- організація транспортування і вантажно-розвантажувальних робіт,
- забезпечення ефективності збуту;
- логістика.

ТОВ «КХП «Талне» використовує комбінований метод розподілу продукції.(рис.3.3) Комбінований метод передбачає поєднання прямого та непрямого методів. Тобто виробник формує власну збутову мережу, але не відмовляється при цьому від послуг посередників і на певних ринках є присутнім за допомогою агентів, представників, дистриб'юторів тощо.

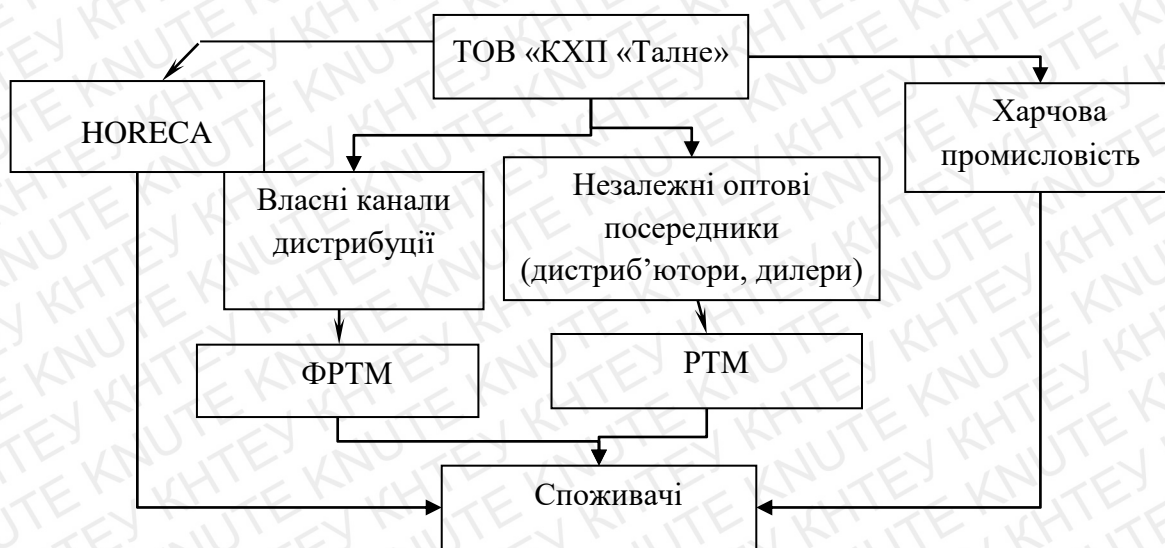


Рис. 3.3 Канали розподілу, що використовуються на ТОВ «КХП «Талне»

З одного боку, продукцію ТОВ «КХП «Талне» продають у спеціалізованих магазинах, однак з іншого — вона широко представлена в різних закладах торгівлі, громадського харчування тощо.

ТОВ «КХП «Талне» використовує селективний метод товароруку, адже підприємство функціонує у місті, де існує великий за ємністю ринок. Селективна політика передбачає відбір, селекцію каналів і посередників (обмеженої кількості) без надання їм ексклюзивного права на зазначеній території, але й без нав'язування обмежень по роботі з товарами конкурентів. Виробники обирають найбільш рентабельних посередників, або тих, що пропонують найбільш вигідне для даного товару представлення, чи тих, які є найменш ризикованими [44, с. 79].

Така політика найбільш підходить для товарів попереднього вибору, які споживачі придбають нечасто, порівнюючи розбіжності в цінах та інших

характеристиках виробів. Використання селективної політики може також бути наслідком відмови ряду торгових компаній від включення товару до свого асортименту продукції [45, с. 322].

Під час визначення каналів розподілу на ТОВ «КХП «Талне» використовуються так звані портфельні моделі аналізу стратегій (аналіз набору варіантів), які дозволяють визначити теперішнє та майбутнє становище бізнесу з погляду привабливості ринку та здатності бізнесу конкурувати всередині нього [46, с. 61].

Однією із форм продажу, що набуває свого розвитку за сучасних умов, є торгівля через Інтернет. ТОВ «КХП «Талне» використовує новітні досягнення та інформаційні технології у своїй діяльності, на персональній Інтернет-сторінці існує маркетингова інформація стосовно підприємства та якості продукції. Сучасні технології допомагають швидко прогнозувати попит за допомогою аналізу попередніх покупок клієнта. Якщо раніше для аналітики і формування нових пропозицій було потрібно багато часу та трудовитрат, то зараз цей процес автоматизований та іноді займає секунди. Щоб зберегти конкурентоспроможність, потрібно працювати на випередження: пропонувати покупцеві те, потреба в чому він ще не встиг усвідомити. Надійна, добре організована система інформаційного забезпечення, своєчасно і об'єктивно відображає поточний ринковий, процес, забезпечує розвиток підприємства в перспективі.

Також можливості Інтернету можуть бути використані для більш оперативної роботи із супутньою інформацією. Найбільш важливою частиною доставки для вантажовідправників і вантажоодержувачів є можливість в будь-який час отримати інформацію про місцезнаходження і статус вантажу. Електронна ідентифікація та оформлення електронного паспорта дозволяють відслідковувати переміщення вантажів на всьому шляху прямування і за запитом користувача надавати інформацію в режимі реального часу. Як віртуальні розрахунки, так і системи ідентифікації дозволяють не тільки скоротити час

розрахунку транспортних складових, а й мати реальне уявлення про місцезнаходження партії товару, а значить, більш точно планувати оборот товарних і грошових коштів [47, с. 43].

Треба зауважити, що вибір того чи іншого способу вдосконалення системи розподілу залежить, передусім, від загальної стратегії підприємства та відповідності їй певних заходів.

Проведемо дослідження збутової діяльності та політики розподілу ТОВ «КХП «Талне».(табл.3.1)

Таблиця 3.1

Основні техніко-економічні показники діяльності ТОВ «КХП «Талне» у 2017-2018 рр., тис. грн.

Показники	2017	2018	Відхилення 2018 до 2017 р.	
			Абсолютне, (+/-)	Відносне, %
1	2	3	4	5
Виручка від реалізації, тис. грн.	8548,4	10914,8	2366,4	27,68

Продовження табл 3.1

1	2	3	4	5
Виручка від реалізації, тис. грн.	8548,4	10914,8	2366,4	27,68
Вартість основних засобів і, тис. грн.	2451,7	2877,6	425,9	17,37
Фондовіддача, грн/грн	3,49	3,79	0,3	8,78
Середньооблікова чисельність персоналу, ос.	34	38	4	11,76
Продуктивність праці, тис.грн/ос	72,11	75,73	3,62	5,02
Собівартість, тис. грн.	7674,3	9776,7	2102,4	27,40
Витрати на збут, тис. грн.	845,8	974,4	128,6	15,20
Прибуток до оподаткування, тис. грн.	28,3	163,7	135,4	478,24
Чистий прибуток, тис. грн.	21,2	122,8	101,5	478,24
Рентабельність товарообігу, %	1,11	1,12	0,01	-

Отже, 2018 р. характеризується покращенням показників діяльності. Так, виручка від реалізації зросла на 27,86%, а витрати на збут на 15,2%. Рентабельність товарообігу зросла на 0,01%, що свідчить про неефективність цінової політики ТОВ «КХП «Талне».

Отже, частка чистого прибутку зросла з 0,25% у 2017 р. до 1,1% у 2018 р., в той час як часта витрат на здійснення збуту зменшилась з 9,9% до 8,9%, що свідчить про підвищення ефективності збутової політики підприємства у 2018 р.

Основними ринками збуту продукції ТОВ «КХП «Талне» є регіони України. Протягом 2016-2018 рр. змінився розподіл продукції за регіонами продажу (рис. 3.4).

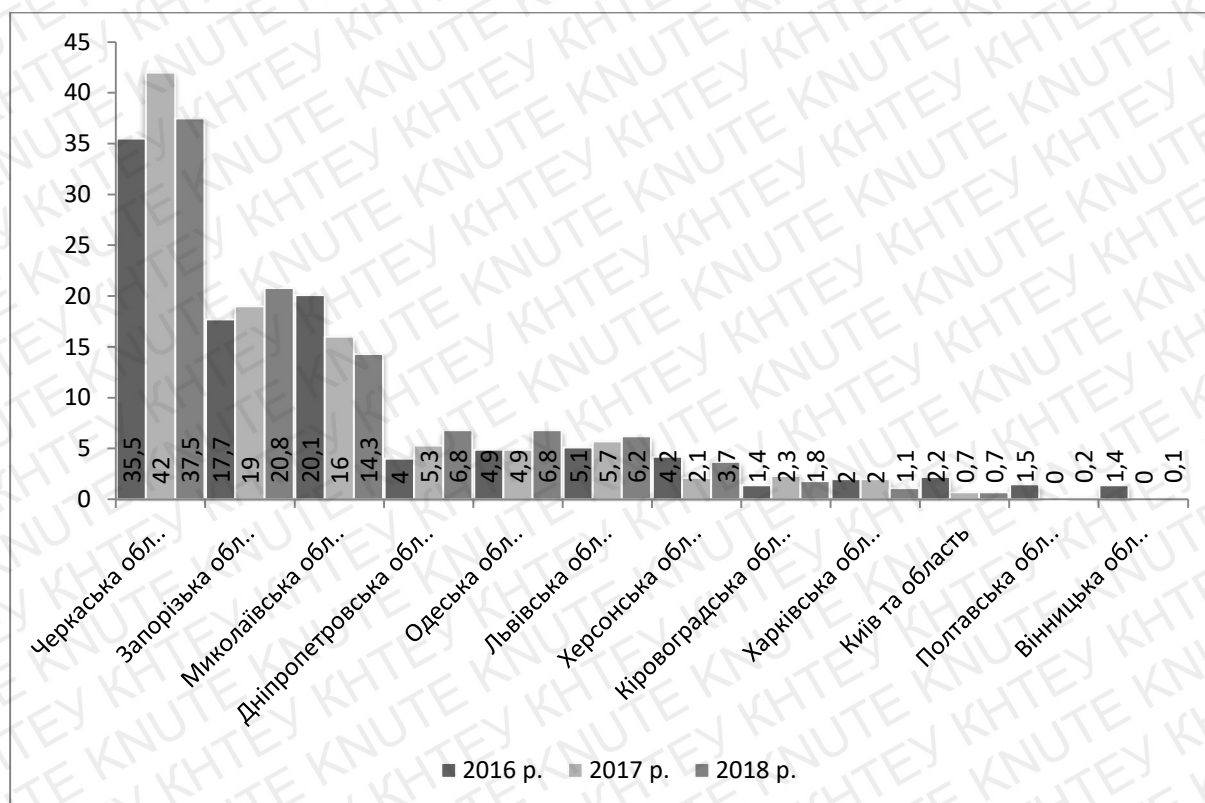


Рис. 3.4 Зміна структури розподілу за регіонами продажу борошна у 2016-2018 р., % від загального обсягу реалізації

Результати аналізу ринків збуту продукції ТОВ «КХП «Талне» у 2016-2018 рр. свідчать про збільшення частки реалізації продукції за межі Черкаської області. Так, збільшилися поставки борошна у західні та південні області країни. Водночас спостерігається зменшення поставок в Миколаївську область. Такі тенденції пов'язані зі зменшенням попиту на цих ринках борошна. Крім того, збутова політика ТОВ «КХП «Талне» здебільшого орієнтується на вихід з українського на євроринок.

Аналіз структури реалізації продукції ТОВ «КХП «Талне» за регіонами споживання на внутрішньому ринку за областями України показав, що найбільшим споживачем продукції ТОВ «КХП «Талне» є все ж таки Черкаська область (37,5%). Це пов'язано з тим, що на території області розташовуються виробничі потужності ТОВ «КХП «Талне».

Ключовий момент дистрибутивної політики – це аналіз ефективності та

управління каналами розподілу [50]. Структура системи каналів розподілу продукції ТОВ «КХП «Талне» є горизонтальною. Для оцінювання ефективності діяльності посередників підприємства проаналізуємо обсяги реалізованого борошна за каналами розподілу у 2018 р. (табл. 3.2). Найбільш важливим посередником для ТОВ «КХП «Талне» є ТОВ «АТБ-Маркет», частка продажів якого становить 57,69% від загального обсягу реалізації продукції. Тобто, цей посередник приносить підприємству найбільший прибуток. ТОВ «Арго» та ТОВ «Світанок» збувають відповідно 18,47% і 8,86% всієї борошняної продукції підприємства.

Власні магазини підприємства розташовані на території Черкаської області: 5 з них в Черкасах та 1 у Тальному. Ще два магазини функціонують у м. Києві.

Таблиця 3.2

Динаміка обсягів збуту за партнерами ТОВ «КХП «Талне»

Посередник	Обсяг відвантаженої борошняної продукції				Відхилення		Зміни в структурі, в. п.	Темпи росту цін, %
	2017 р.		2018 р.		Абсол., тис. грн	Відн., %		
	тис. грн	%	тис. грн	%				
ТОВ «АТБ-Маркет»	3852,77	45,07	6296,75	57,69	2443,98	63,43	12,62	1,05
ТОВ «Арго»	967,68	11,32	967,05	8,86	-0,63	-0,06	-2,46	1,12
ТОВ «Світанок»	2382,44	27,87	2015,96	18,47	-366,48	-15,38	-9,4	1,08
Інші посередники	280,39	3,28	432,23	3,96	151,84	54,15	0,68	1,10
Власні магазини	1065,13	12,46	1202,81	11,02	137,68	12,93	-1,44	1,16
Всього	8548,41	100	10914,8	100	2366,39	27,68	0	1,075

Отже, для вдосконалення дистрибутивної політики на ТОВ «КХП «Талне» та підвищення обсягів збуту продукції в майбутньому слід змінити структуру каналів розподілу підприємства. Необхідно спроектувати гнучкі канали розподілу, які давали б змогу підприємству збувати продукцію як за участі посередників, так і за допомогою безпосередніх зв'язків зі споживачами.

3.2 Рекомендації щодо оптимізації структури каналів продажу борошна пшеничного

Економічна ситуація змушує підприємство докладати додаткових зусиль у галузі дистрибуції.

При формуванні каналів розподілу ТОВ «КХП «Талне» слід прагнути до забезпечення мінімальних витрат на просування продукції. Оптимальний розподіл торговельних посередників у межах цільових сегментів дозволяє зменшити сукупні витрати завдяки реалізації більшого числа виробів. Таким чином, проблема полягає у визначенні оптимальної кількості реалізованих одним торговельним посередником товарів.

Проблеми розподілу стають усе більш складними, а зв'язки з елементами процесу розподілу – усе більш важкокерованими в умовах ринку. Тому виникає необхідність у розробці та застосуванні механізмів управління, що охоплюють головні проблеми. Одним з напрямків моделювання процесів розподілу є моделювання формування регіональних дистриб'юторських центрів. Використання економіко-математичних моделей і сучасних ЕОМ дозволяє з мінімальними витратами праці і часу обробляти величезні масиви вихідних даних, вибирати оптимальні рішення відповідно до поставленої мети. При цьому треба мати на увазі, що отримані на ЕОМ результати мають потребу в подальшому осмисленні і вивченні.

Маючи дані про прибутковість кожного зі своїх посередників, виробник може розділити їх на чотири групи і скласти матрицю (рис. 3.5), прийнявши за осі валовий обсяг продажу і норму прибутку. Так, посередників, що генерують великий обсяг продажу, але при цьому не приносять істотної вигоди, називають «Червоне чорнило» (red ink) – саме таким кольором в балансах західних компаній прийнято записувати збитки [46]. Якщо збитки збігаються з низьким оборотом, посередник потрапляє в групу під назвою «Переорієнтація» («repurpose») – розвиваючи відносини з таким партнером, постачальник явно б'є мимо мети [46]. Посередники з відносно невеликим оборотом, але високою нормою прибутку

складають групу «Стриножених» («stalled») партнерів [46]. Нарешті, найвигідніше поєднання високих продажів і високої рентабельності визначається терміном «Нове покоління» («next generation») [46]. Склавши таку матрицю, виробник одержує вельми показову картину своїх відносин з посередниками. Місце кожного з них на «карті» і визначає ту політику, яку необхідно вести відносно такого партнера.

Місце кожного з них на «карті» і визначає ту політику, яку необхідно вести відносно такого партнера.

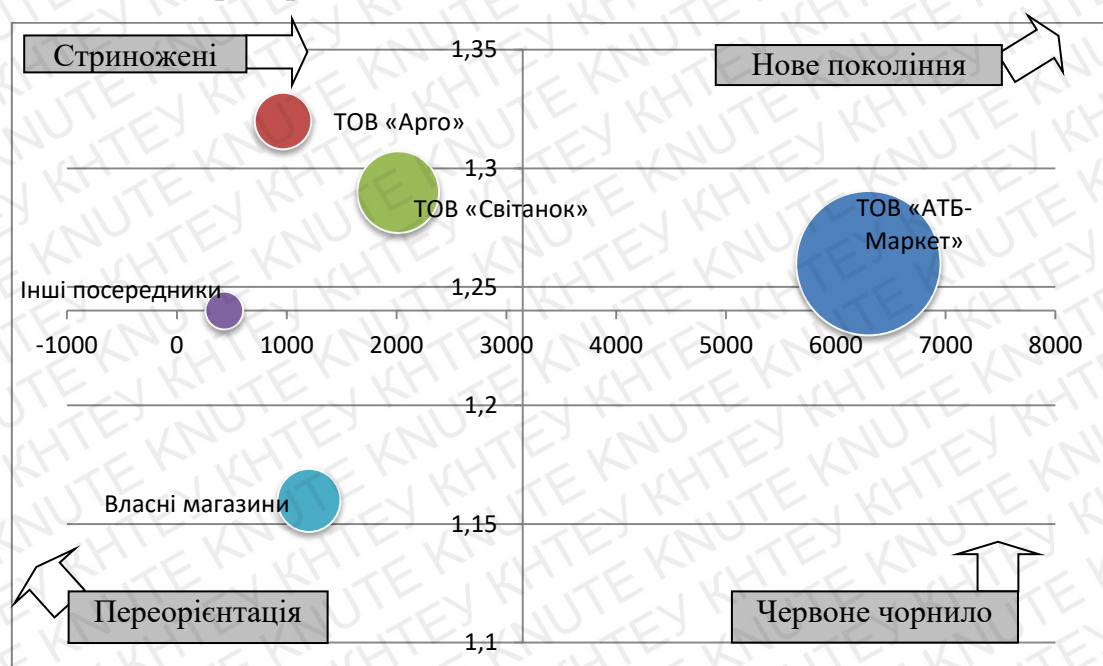


Рис. 3.5 Матриця дистриб'юторів ТОВ «КХП «Талне», що основана на прибутковості та потенціалі зростання

З основних каналів розподілу ТОВ «КХП «Талне» останнім часом з позиції «нове покоління» ТОВ «АТБ-Маркет» переходить в позицію «червоне чорнило». Тому ТОВ «КХП «Талне» слід виявити причини, за якими посередник може завдавати збитку постачальнику. Це можуть бути підвищені витрати на рекламу товарів при просуванні через даний канал, недостатньо привабливі умови оплати, труднощі в організації постачань, що вимагають дорогих рішень і т.ін. Так або інакше, якщо це великий посередник, на частку якого припадає значний обсяг

продажу, наявність подібної «дірки» може перетворитися на головну перешкоду для розвитку бізнесу.

При цьому повністю відмовитися від відносин із великим продавцем ТОВ «КХП «Талне» звичайно не може через цілком зрозумілі причини так, що єдиний вихід полягає в терміновому виправленні ситуації. Для цього необхідно проаналізувати зв'язки, що створилися на даний момент, і розібратися, що саме викликає збитки при організації продажу, а потім намагатися усунути це слабе місце.

У багатьох випадках виробник, що має справу з великими ритейлерами, має підвищені витрати на рекламу. Ритейлери, плануючи власні акції, звичайно вимагають від своїх постачальників участі в них за допомогою зниження цін, підготовки POS-матеріалів, прийняття на себе частини витрат ритейлера на стимулювання продажу пшеничного борошна ТОВ «КХП «Талне». Як правило, виробники погоджуються на ці умови заради розширення загального обсягу продажу, виділяючи необхідні кошти із загального маркетингового бюджету, що практично не впливає на загальну прибутковість, та зате вельми істотно знижує вигоду від співпраці з даним посередником. Протистояти цьому можна, модифікуючи умови угоди з продавцем.

Ще одна типова причина фінансових втрат при організації продажу – складності в забезпеченні постачань продукції ТОВ «АТБ-Маркет». Так, ТОВ «КХП «Талне», проаналізувавши свої відносини з ТОВ «АТБ-Маркет», встановила, що несе неприйнятно значні витрати через те, що даний посередник замовляє крупні партії різноманітних товарів не формуючи попереднє замовлення, що змушує ТОВ «КХП «Талне» тримати надмірні складські запаси, оскільки обсяги продаж через даного ритейлера досить значні. Тому керівництву ТОВ «КХП «Талне» слід запропонувати об'єднати інформаційні системи, щоб підприємство могло завчасно прогнозувати потреби в нових партіях товару, а також оптимізувати повернення.

Поєднання високої прибутковості і незначних обсягів продажу достатньо

типово у відносинах з посередниками. Завдяки таким партнерам виробник може розраховувати на значні заробітки, але добитися зростання обороту все таки вельми проблематично.

«Стриножені» посередники (ТОВ «Арго» та ТОВ «Світанок») є головним резервом для зростання продажу [49, с. 181] ТОВ «КХП «Талне», і посилення перспективних каналів повинне стати головним напрямом інвестицій в стимулювання збуту. Подібні вкладення приносять максимальну віддачу, оскільки забезпечують прибутковість вище середнього рівня. Так, ТОВ «КХП «Талне», поспілкувавшись з ТОВ «Світанок», з'ясувало, що основна причина низького обсягу продажу через цей канал полягає у наявності в його асортименті великої кількості конкуруючих продуктів, зокрема, борошна пшеничного різних виробників. ТОВ «КХП «Талне» слід здійснити деякі зміни в переліку своїх товарів, а також запропонував проведення сумісної рекламної кампанії. Результатом цієї акції стане не тільки істотне зростання обсягу продажу, але і зміцнення відносин з даним посередником.

Нарешті, четверту групу складають якнайкращі посередники (для досліджуваного підприємства – це власні магазини), які приносять ТОВ «КХП «Талне» максимум прибутку при високому обсягу продажу. Що-небудь змінювати у відносинах з ними в даний момент не потрібно: краще, як відомо, – ворог хорошого, і не варто ризикувати налагодженими і взаємовигідними контактами заради скоростиглих новацій.

З такими дистриб'юторами необхідно вибудовувати довгострокові зв'язки, приділяючи основну увагу прогнозуванню їх майбутніх потреб. Щоб зберегти прибутковий канал продажу, потрібно забезпечити постійне наповнення цього каналу потрібними товарами, асортимент яких повинен оновлюватися залежно від змін переваг кінцевих споживачів.

Якщо у відносинах з партнерами «кольору червоного чорнила» важлива швидкість дій, а «стриножені» вимагають максимуму інвестицій, «новому поколінню» необхідно приділяти більше уваги, ніж іншим групам [49, с. 182].

Побажання і рекомендації таких партнерів повинні мати вищий пріоритет, а контактами з ними може займатися не один менеджер, а ціла команда, яка прослідкуватиме всі аспекти взаємин і реагувати на можливі зміни ситуації. Вельми корисно, якщо такою групою керуватиме один із менеджерів вищої ланки – це продемонструє партнеру, що компанія високо цінує його[49].

До складу команди, що займається управлінням відносинами з найбільш прибутковими партнерами, повинні бути враховані фахівці з реклами та маркетингу, продуктового дизайну, фінансів, логістики і інформаційних технологій. Об'єднання їх зусиль повинне забезпечити своєчасне здійснення всіх необхідних змін. Коли кінцевим споживачам посередника знадобиться «нове покоління» продуктів, компанія-постачальник повинна бути до цього готова.

В напрямку зовнішньої комунікації ТОВ «КХП «Талне» багато працює над створенням образу підприємства в очах громадськості країни. Дуже важливим на даному етапі є своєчасне повідомлення громадськості про досягнення підприємства та його успіхи. Для цього використовуються прес-релізи та інформаційні бюлетені. Основними темами цих повідомлень зазвичай є такі (за категоріями):

- маркетинговий розвиток (нові товари, нові способи використання старих товарів, розвиток дослідження, особливі події);
- звіти про поточний розвиток (звіти про нові відкриття, відкриття нових ринків);
- політика компанії (зміни в політиці розповсюдження, зміни в політиці сервісу, зміни в цінах);
- новини загальної зацікавленості (свята, пов'язані з діяльністю організації, нагородження кращих працівників);
- особистості – імена та події (візити відомих людей, індивідуальні досягнення, переможці конкурсів компанії).

Підбиваючи підсумок аналізу ринків збуту продукції ТОВ «КХП «Талне» і їх перспектив, можна зробити висновок, що перспективи розвитку підприємства

сприятливі, тому що споживання святкової продукції в Україні зростає.

Отже, організація збуту ТОВ «КХП «Талне» здійснюється в межах збутової політики фірми, планування якої відбувається за такими напрямками:

- визначення стратегії збуту і політики організації каналів збуту;
- вибір систем та методів збуту і відповідних типів каналів;
- визначення маршрутів товаропросування;
- організація транспортування й вантажно-розвантажувальних робіт,
- забезпечення ефективності збуту;
- питання логістики.

Таким чином, механізм ухвалення рішень про канали дистрибуції, ґрунтується на аналізі економічної і технологічної доцільності руху товару таким шляхом, який принесе вигоду не тільки виробнику і кінцевому споживачу, а і посередникам у разі ухвалення рішення про їх участь у каналі. Необхідно також оцінити мотивацію учасників каналу та їх співробітників, можливість контролю за діяльністю посередників і ступінь ризику спільної роботи. Мотивація учасників каналу визначається роллю товару постачальника в роботі компанії-учасника каналу. Позитивно впливають на рівень мотивації посередників відношення довгострокової співпраці з постачальником.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Сьогодні борошномельна галузь характеризується значними динамічними процесами, внаслідок яких виникають зміни структурно-функціональних параметрів підприємств, розширюється номенклатура додаткових послуг, застосовуються різноманітні форми та методи обслуговування. Світовий ринок борошна пшеничного стабільний. Зазначимо, що світове споживання борошна щорічно збільшується, що робить інвестиції товаровиробників в цей ринок привабливими, особливо в умовах споживчих ринків, що розвиваються, до яких належить і ринок України.

2. Сучасне національне законодавство України стосовно харчової промисловості не встановлює чітких меж між галузевими законами та технічними регламентами, затвердженими центральними органами виконавчої влади, норми яких є обов'язковими до виконання і стандартами, застосування яких є добровільним. Система контролю за дотриманням обов'язкових норм знаходиться на етапі становлення і включає, як державну (План здійснення комплексних заходів державного нагляду (контролю)) так і недержавну (Реєстр акредитованих органів з оцінки відповідності) складову. Система контролю за дотриманням добровільних нормативних документів в Україні відсутня.

3. Факторами формування споживчих властивостей борошна пшеничного є якість зерна, технологія виробництва та уови зберігання. Пшеничному борошну високих сортів властива знижена харчова й біологічна цінність порівняно з зерном. Основною причиною цього є перерозподіл основних поживних речовин зерна під час сортового помелу між потоками зернопродуктів, у результаті чого значна їх частина переходить до побічних продуктів борошномельного виробництва.

4. Кожна партія борошна пшеничного, що надходить від ТОВ «КХП «Талне» у роздрібну мережу, супроводжується сертифікатом про якість в сертифікаті якості пшеничного борошна ТОВ «КХП «Талне» вказано що дана

продукція відповідає усім показникам якості, які зазначені в ГСТУ, технічних умовах та інших нормативних документах, що містять методики виконання вимірювань показників якості зерна і продуктів його переробки. Аналіз інформаційного супроводу обігу та якості борошна пшеничного було здійснено на прикладі ТОВ «КХП «Талне» - одного з найбільших переробних підприємств України. На підприємстві були проведені дослідження якості та безпечності борошна пшеничного.

5. За результатами проведеної товарознавчої оцінки за органолептичними та фізико-хімічними показниками можна зробити висновок про відповідність половини досліджуваних зразків вимогам ГСТУ 46.004-99 «Борошно пшеничне. Технічні умови». При цьому борошно ТМ «Богуміла» не відповідає нормам за вологістю, борошно ТМ «Щедрі брати» не відповідає нормам за зольністю, а пшеничне борошно ТМ «Хуторок» не відповідає нормам за білістю. Опираючись на результати досліджень, можна сказати, що борошно пшеничне ТМ «Київмлин», є більш конкурентоспроможним, ніж борошно пшеничне ТМ «Тальне». Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності борошна пшеничного виробництва ТОВ «КХП «Талне» дорівнює 0,85, що зумовлено низькою ціною при високих показниках якості. Відмітимо, що ТМ «Хуторок» поступається лідерам ринку лише за функціональними та естетичними параметрами, такими як колір борошна, та трохи програє за практичними випробуваннями. Борошно торгових марок ТМ «Богуміла» та ТМ «Щедрі брати» отримало однакові оцінки конкурентоспроможності – 0,77, вигравши за економічними параметрами. Найгіршу оцінку отримало борошно ТМ «Каланчацький КХП», що значно програє за практичними випробуваннями.

6. ТОВ «КХП «Талне» здійснює свою торгівельну діяльність за договорами з постачальниками товарів тільки при централізованому завізі товарів, тому що при цьому більше ефективно використовується транспорт, робоча сила, знижуються витрати обороту. Ритмічне постачання за графіками забезпечує постійність асортименту, прискорює товарооборотність. Для забезпечення

ефективності дистрибутивної системи ТОВ «КХП «Талне» створено відділ збуту, який формує політику розподілу та збуту готової продукції з урахуванням принципів та методів маркетингової політики підприємства за наведеним алгоритмом. ТОВ «КХП «Талне» використовує комбінований метод розподілу продукції, що передбачає формування власної збутової мережі та одночасне користування послугами посередників.

7. Аналіз дистрибутивної політики ТОВ «КХП «Талне» показав, що підприємство використовує досить ефективну політику збуту продукції, про що свідчить збільшення обсягів реалізації продукції, незважаючи на значне зниження попиту на продукцію підприємства. Проте слід зазначити, що стратегія збуту ТОВ «КХП «Талне» повинна ґрунтуватися, головним чином, на розвитку внутрішнього споживання борошняної продукції, підтримці національного споживача.

Пропозиції: Запропонована модель розподілу готової продукції ТОВ «КХП «Талне» може бути використана на практиці для вдосконалення маркетингової політики розподілу підприємства та як основа для розробки дистрибутивних систем борошномельних підприємств, що ведуть свою діяльність на внутрішньому та зовнішньому ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт консалтингової компанії «УкрАгроКонсалт». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukragroconsult.com/news-main/pischevoeproduzvodstvo>
2. Офіційний сайт Спілки «Борошномели України». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrmillers.com/statistika/virobnitstvo-boroshna-ta-krup-v-ukrajini-za-2017-18-mr>
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Офіційний сайт компанії «Research & Branding Group». Обзор рынка макаронных изделий в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rb.com.ua/blog/obzor-rynka-makaronyh-izdelij-v-ukraine/>
5. Український ринок борошна (підсумки 2017/2018 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novaagro.com.ua/ukrayinskij-rinok-boroshna-pidsumki-2017-18-mr-rekord-ye-radosti-nemaye/>
6. TradeMap [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c1001%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1
7. Сирохман І. В. Якість і безпечність зерно-борошняних продуктів / І. В. Сирохман, Т. М. Лозова // К. : Центр навч. літератури, 2006. -384 с.
8. Регламент (ЕУ) №1169/2011 Європейського Парламенту і Ради від 25 жовтня 2011 року про надання споживачам інформації про харчову продукцію.
9. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України від 06.12.2018 № 2639-VIII // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 7, ст.41 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19>

10. Регламент максимальних рівнів окремих забруднюючих речовин у харчових продуктах, затверджений наказом МОЗ України від 13.05.2013 №368 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0774-13>
11. Гігієнічні вимоги до дієтичних добавок, затверджені наказом МОЗ України від 19.12.2013 №1114 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z2231-13>
12. Гігієнічні нормативи і регламенти безпечного застосування пестицидів і агрохімікатів, затверджені наказом МОЗ України від 02.02.2016 №55 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0207-16>
13. Санітарні правила і норми по застосуванню харчових добавок, затверджені наказом МОЗ України від 23.07.1996 №222 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0715-96>
14. Допустимі дози, концентрації, кількості та рівні вмісту пестицидів у сільськогосподарській сировині, харчових продуктах, повітрі робочої зони, атмосферному повітрі, воді водоймищ, ґрунті, ДСанПіН 8.8.1.2.3.4-000-2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0137588-01>
15. Допустимі рівні вмісту радіонуклідів ^{137}Cs та ^9T у продуктах харчування та питній воді, затверджені наказом МОЗ від 03.05.2006 №256, ГН 6.6.1-130-200 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0845-06>
16. Бондар І. П. Розроблення технології хліба з борошняних сумішей підвищеної харчової цінності: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. техн. наук : спец. 05.18.01 «Технологія хлібопекарських продуктів та харчових концентратів» / І. П. Бондар // Національний ун-т харчових технологій. - К.: НУХТ, 2003.- 20 с.

17. Вітчизняне борошно: попит і пропозиції / Ю. Кернасюк // Агробізнес сьогодні. - № 23 – грудень 2017. – С. 38-45
18. Назаренко В. О., Формування якості товарів. Частина 1. Навчальний посібник. Юдічева О. П., Жук В. А. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 386 с.
19. Пучкова Л. И. Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий. Ч. 1. Технология хлеба / Л. И. Пучкова, Р. Д. Поландова, И. В. Матвеева. - СПб. : ГИОРД, 2005. - 557 с.
20. Дробот В. В. Поговоримо ще раз про харчові добавки та їх функціональну роль в технологічному процесі / В. В. Дробот // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. - 2011. - №5. - С. 8 - 10.
21. ГОСТ 27668-88 Мука и отруби. Приемка и методы отбора проб (Борошно та висівки. Приймання та методи відбору проб) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/5788.html>
22. ГСТУ 46.004-99 «Борошно пшеничне. Технічні умови» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://public.docs.openprocurement.org/get/c62ae0632d4f418d9411470d0cf2d41b?KeyID=52462340&Signature=SlA2lnygDpE1mmW5cblSLeswORxh2RrFg6s5SXRxpXT1VmXtN1uZRZoQcFN5f5ueZ71ZXudqjdtFB8LwgWbYCw%253D%253D>
23. ГОСТ 27558-87 Мука и отруби. Методы определения цвета, запаха, вкуса и хруста (Борошно та висівки. Методи визначання кольору, запаху, смаку та хрускоту) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/5741.html>
24. ГОСТ 26361-84 Мука. Метод определения белизны (Борошно. Метод визначання білості) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/5740.html>
25. ГОСТ 9404-88 Мука и отруби. Метод определения влажности (Борошно та висівки. Метод визначання вологості) [Електронний ресурс] – Режим

- доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/18788.html>
26. ГОСТ 27494-87 Мука и отруби. Методы определения зольности (Борошно та висівки. Методи визначання зольності) [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/7015.html>
27. ГОСТ 27560-87 Мука и отруби. Метод определения крупности (Борошно та висівки. Метод визначання крупності) [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/7017.html>
28. ГОСТ 27559-87 Мука и отруби. Метод определения зараженности и загрязненности вредителями хлебных запасов (Борошно та висівки. Метод визначання зараженості та забрудненості шкідниками хлібних запасів) [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/5742.html>
29. ГОСТ 20239-74 Мука, крупа и отруби. Метод определения металломагнитной примеси (Борошно, крупа та висівки. Метод визначання металомагнітної домішки) [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/5739.html>
30. ДСТУ ISO 21415-1:2009 Пшениця та пшеничне борошно. Вміст клейковини. Частина 1. Визначення сирої клейковини ручним способом [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://62.149.27.196/DSTU-ISO-21415ssstr1-2009-nrm12361.html>
31. ДСТУ ISO 21415-2:2009 Пшениця та пшеничне борошно. Вміст клейковини. Частина 2. Визначення сирої клейковини механічним способом [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://62.149.27.196/DSTU-ISO-21415ssstr1-2009-nrm12361.html>
32. ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» (ДП «УкрНДНЦ») [Электронний ресурс] : офіційний веб-сайт / Міністерство економічного розвитку України. – Режим доступу : <http://uas.org.ua>
33. Про затвердження Положення про Державну службу України з питань

- безпе́чності харчових продуктів та захисту споживачів [Електронний ресурс]
: Постанова КМУ від 2 вересня 2015 р. № 667. – Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/667-2015-%D0%BF>
34. Про внесення змін до Правил організації і ведення технологічного процесу на борошномельних заводах: Наказ Мінагрополітики України; від 31.12.2009 № 970 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0970555-09?lang=uk>
35. Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Медичні вимоги до якості та безпе́чності харчових продуктів та продовольчої сировини» : Наказ Міністерства охорони здоров'я від 29.12.2012 № 1140 // Офіційний вісник України від 01.02.2013р., №6, стор. 356, стаття 227
36. ГОСТ 27493-87 Мука и отруби. Метод определения кислотности по болтушке (Борошно і висівки. Метод визначення кислотності по бовтушці) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/6916.html>
37. ГОСТ 27669-88 Мука пшеничная хлебопекарная. Метод пробной лабораторной выпечки хлеба (Борошно пшеничне хлібопекарське. Метод пробної лабораторної випічки хліба) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.proagro.com.ua/reference/standard/mill/7020.html>
38. Лисюк Г. М. Технологія кондитерських, кулінарних і хлібобулочних виробів / Г. М. Лисюк, О. В. Самохвалова, З. І. Кучерук, О. М. Постнова, С. Г. Олійник, М. В. Артамонова, О. В. Неміріч, О. Т. Старчаєнко; Під ред. Г. М. Лисюк // Харків : ХДУХТ, 2007. – 412 с.
39. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством : монографія / Т. О. Примак. – К. : ТОВ «Експерт ЛТД», 2001. – 387 с.
40. Иванов Д. А. Логистика – Стратегическая кооперация / Д. А. Иванов. – М.: Вершина, 2006. – 176 с
41. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок / К. Лайсонс, М. Джиллингем; пер. с 6-го англ. изд. – М.: ИНФРА – М, 2005. –

798 с.

42. Бутова О. В. Сучасні підходи до організації ефективної збутової діяльності підприємства / О.В. Бутова // Управління розвитком. – 2013. – №22(162). – С. 23–25.
43. Савицька Н.Л. Управління попитом : навч.-метод посібник / Н.Л. Савицька, О. М. Прядко. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 197 с.
44. Голубин Е.Д. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта. – М.: Вершина, 2006. – 136 с.
45. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. / Под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2006. – 800 с.
46. Самостроев Г. Формирование маркетинговых систем распределения // Экономист. - 2011. - № 12. - С. 60-62.
47. Свешникова Т. Интернет-логистика - ставки на сеть / Т. Свешникова // Логинфо. — 2005. — № 10. — С. 42-46.
48. Самостроев Г. Формирование маркетинговых систем распределения // Экономист. – 2011. - № 12. – С. 60-62.
49. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / О.А. Біловодська. – К. : Знання, 2011. – 495 с.
50. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: Учеб. пособие. – К.: Центр учебной литературы, 2010 – 576 с.

Додатки

Додаток А

Інформаційний супровід обігу борошна пшеничного

**МАЛЕНКО В., 1 курс (ОС «магістр») ФТМ КНТЕУ
Спеціальність «Товарознавство та комерційна логістика»**

В статті проаналізовано сучасний стан ринку борошна пшеничного в Україні, досліджено його органолептичні та фізико-хімічні показники якості, які регламентуються державними стандартами України. Показники проводилися на п'яти зразках вітчизняного виробництва.

The article analyzes the current state of the wheat flour market in Ukraine, examines its organoleptic and physico-chemical indicators of quality, which are regulated by the state standards of Ukraine. Indicators were carried out on five samples of domestic production.

Борошно є одним із важливих харчових продуктів, що одержують у процесі розмелювання різних видів зерна і використовують здебільшого в подальшому для виробництва хлібобулочних, макаронних та кондитерських виробів.

Згідно з чинними державними стандартами борошно розподіляють на пшеничне, яке класифікують за сортами: крупчатка, вищий, перший, другий і обійне; житнє: сіяне, обдирне, обійне; житньо-пшеничне та пшенично-житнє обійне. Також виробляється борошно з твердих сортів пшениці, кукурудзяне, гречане, вівсяне, соєве та інші його різновиди. [1]

Актуальність теми полягає в тому, що борошняні вироби відносяться до основних продуктів харчування, тому дуже важливо, щоб якість цього продукту була на високому рівні. Оскільки попит на борошняні вироби значний, підприємствам виробникам необхідно постійно вдосконалювати якість продукції, для забезпечення її конкурентоспроможності.

Метою статті є інформаційний супровід обігу борошна пшеничного різних виробників та аналіз його якості.

Об'єктом дослідження є борошно пшеничне різних виробників.

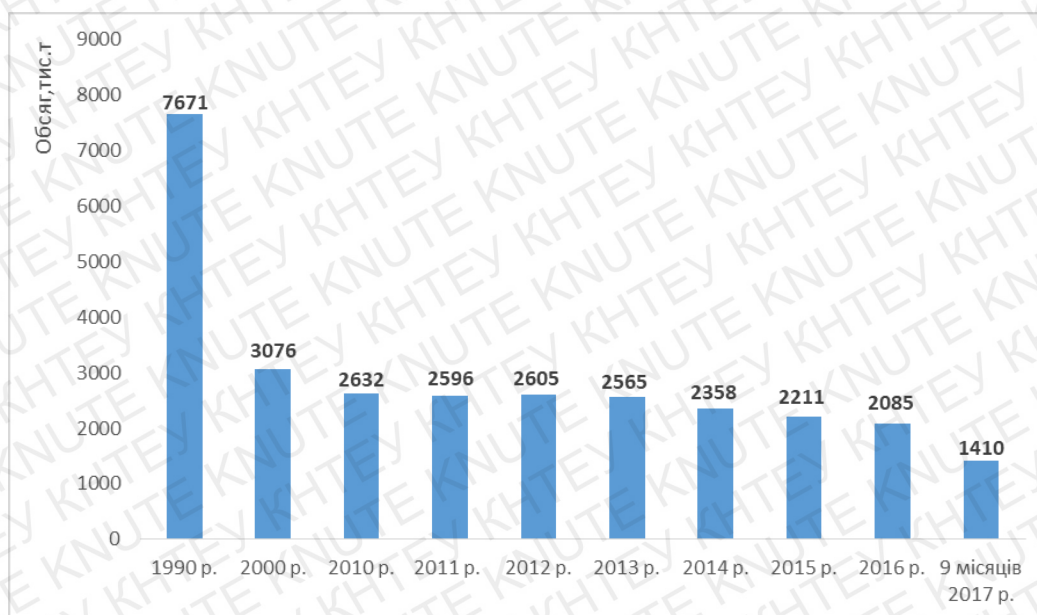
Предметом дослідження є споживні властивості, інформаційний супровід борошна пшеничного.

Вітчизняний ринок борошна складається із пропозиції, що формується як за рахунок перехідних запасів минулого періоду і внутрішнього виробництва, так і внаслідок його імпорту, а також споживання за різними напрямками.

Ємність внутрішнього ринку борошна з урахуванням оцінки усіх джерел формування його пропозиції орієнтовно може досягати близько 2,2–2,5 млн т.

Як видно з діагр.1 за останні роки в цілому зберігається негативна тенденція зниження обсягів виробництва борошна. Так, у 2016 р. порівняно із 2010 р. виробництво борошна скоротилося на 547 тис. т, а відносно 2000 р. — на 991 тис. т і сягало 2085 тис. т, що дорівнює лише 67,8% від рівня 2000-го. Впродовж 9 місяців 2017 р. обсяг виробництва борошна досяг 1410 т. [1]

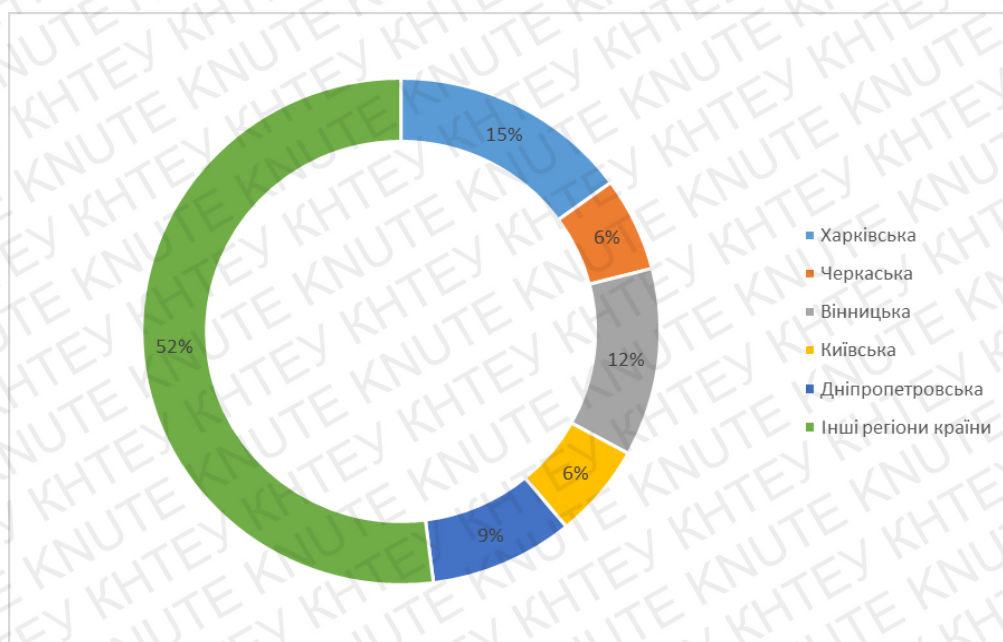
Серед основних причин зменшення обсягів виробництва борошна слід виділити окремо фактор зниження рівня споживання хліба і хлібних продуктів з різних причин, а також негативні демографічні тренди, які також впливають на розвиток вітчизняної борошномельної галузі через скорочення попиту на її продукцію. Так, за результатами аналізу статистичних даних видно, що за вказаний період 2000–2016 рр. загальний фонд споживання хлібних продуктів зменшився із 6141 тис. т до 4309 тис. т, або на 29,8%.



Діаграма 1. Динаміка виробництва борошна всіх видів в Україні

Серед основних причин зменшення обсягів виробництва борошна слід виділити окремо фактор зниження рівня споживання хліба і хлібних продуктів з різних причин, а також негативні демографічні тренди, які також впливають на розвиток вітчизняної борошномельної галузі через скорочення попиту на її продукцію. Так, за результатами аналізу статистичних даних видно, що за вказаний період 2000–2016 рр. загальний фонд споживання хлібних продуктів зменшився із 6141 тис. т до 4309 тис. т, або на 29,8%.

На регіональному рівні майже половина від усього обсягу виробництва борошна нині концентрується у 5 областях — Харківській (15% до загального підсумку), Вінницькій (12%), Дніпропетровській (9%), Київській (6%) і Черкаській (6%). Решта близько 52% борошна виробляється в інших регіонах країни (діагр. 2).[2]



Діаграма 2. Топ-5 регіонів України за часткою у структурі виробництва борошна впродовж січня-вересня 2017 р.

З початку року та в цілому за 9 місяців 2017 р. виробництво борошна скоротилося на 1,4%. Водночас, у розрізі окремих регіонів суттєво зросло. Зокрема, в Хмельницькій області на 159,2%, Черкаській — на 135,5%, Житомирській — на 124,7%.

Виробництвом борошна займаються як великі і середні борошномельні підприємства, так і невеликі приватні млини. Основне виробництво борошна зосереджено, як уже зазначалося, у м. Києві і Київській області, а також Харківській, Вінницькій, Дніпропетровській і Черкаській.

На рисунку 3 наведено рейтингове порівняння найбільших виробників – постачальників борошна пшеничного на внутрішній продовольчий ринок, а також на експорт [2].

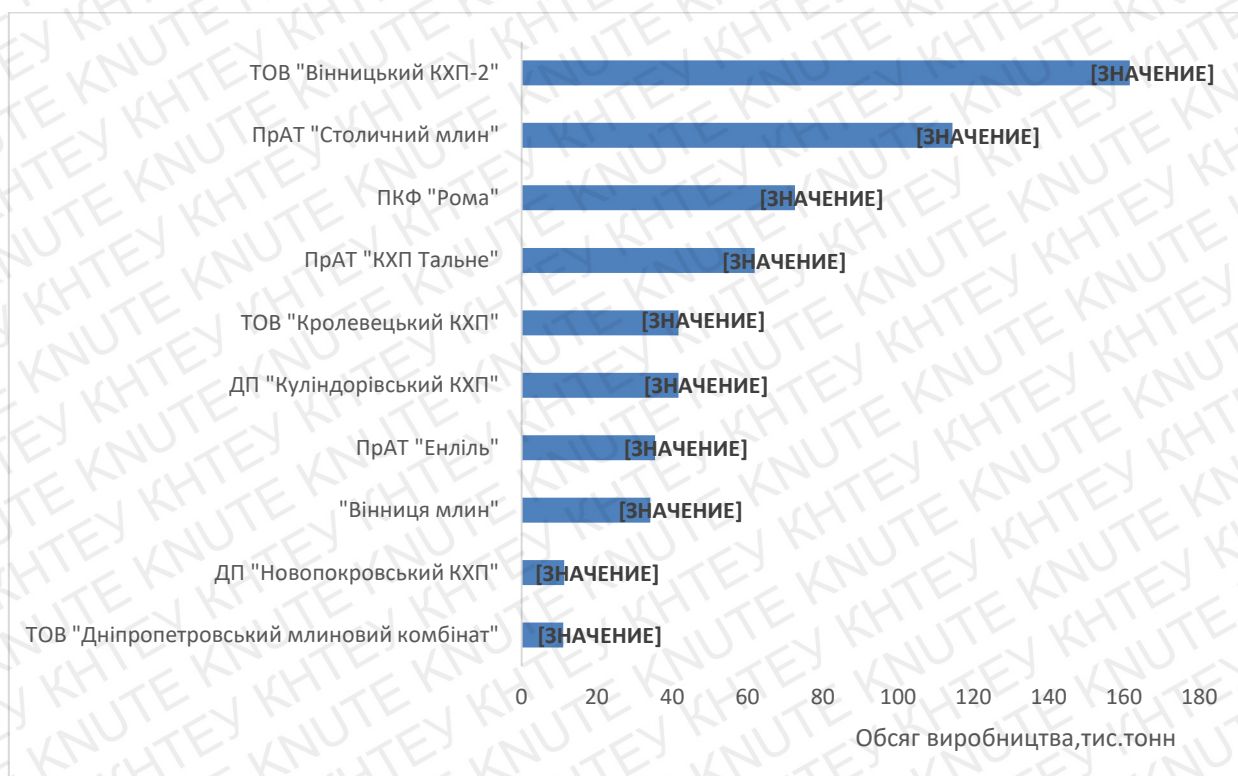


Рис. 3. Рейтингове порівняння найбільших виробників-постачальників борошна в Україні за 2018 р.

Наведені виробники є високотехнологічними виробництвами, що мають значний потенціал для забезпечення конкурентноспроможного розвитку борошномельної галузі в Україні, і зокрема, в частині збільшення експорту її продукції на світовий ринок.

Аналізуючи тенденції розвитку вітчизняного експорту борошна за останні роки, можна констатувати факт суттєвого зростання обсягу його надходжень на світові ринки. Так, загалом впродовж 2014–2016 рр. експорт пшеничного борошна зріс із 247,2 тис. т до 368,9 тис. т, або майже в 1,5 разу. Водночас, світова цінова кон'юнктура ринку в цей період складалася не на користь вітчизняних експортерів борошна.[2]

Для оцінки якості борошна пшеничного було відібрано 5 зразків відомих товаровиробників:

Зразок №1-ТОВ «Дніпромлин» м.Дніпро

Зразок №2-ПрАТ «Каланчацький КХП» смт.Мирне, Херсонська область

Зразок №3- ТОВ «Київмлин» м.Київ

Зразок №4- Державне підприємство «Куліндорівський комбінат хлібопродуктів» м.Одеса

Зразок №5- Комбінат хлібопродуктів «Талне» з іноземними інвестиціями, м.Тальне, Черкаська обл

Результати аналізу маркування дослідних зразків борошна пшеничного наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Маркування борошна пшеничного

Вимоги до маркування згідно технічного регламенті	Досліджувані зразки				
	ТОВ «Дніпромлин»	ПрАТ «Каланчацький КХП»	ТОВ «Київмлин»	Державне підприємство «Куліндорівський комбінат хлібопродуктів»	Комбінат хлібопродуктів «Талне» з іноземними інвестиціями
Назва і сорт продукту;	Борошно пшеничне, вищого сорту	Борошно пшеничне, вищого сорту	Борошно пшеничне, вищого сорту	Борошно пшеничне, вищого сорту	Борошно пшеничне, вищого сорту
Назва та повна адреса і телефон підприємства-виробника ;	ТОВ «Дніпромлин» м.Дніпро (Дніпропетровськ), вул. Княгині Ольги (вул. Горького), 10\14 т.+38(056)720-98-90	ПрАТ «Каланчацький КХП», вул. Елеваторна 5, смт. Мирне, Каланчацький район, Херсонська область Т.+38(05530)3-92-91	ТОВ «Київмлин» м.Київ, вул. Набережно-Хрещатицька 31\36 тел. +38(044)277-27-73	Державне підприємство «Куліндорівський Комбінат Хлібопродуктів» м. Одеса 21-й км старокиївської дороги,20 Тел. Гарячої лінії (048) 750-45-85	Комбінат хлібопродуктів «Талне» з іноземними інвестиціями Черкаська обл., м. Тальне, вул. Незалежності, 8 тел. (067)521-17-10
Кількість нетто продукту;	Маса нетто 1.8 кг, допустиме	Маса нетто 1 кг, допустиме	Маса нетто 1,8 кг, допустиме від*ємне	Маса нетто 2 кг, допустиме відхилення +/- 2%	Маса нетто 1 кг, допустиме відхилення ±1%

	відхилення 1,5%(мінус 27 г)	відхилення - 1%	відхилення 1,5%		
Харчова та енергетична цінність(калорійність) із зазначенням кількості білка, вуглеводів та жирів у встановлених одиницях вимірювання на 100г продукту;	Енергетична цінність (калорійність) 100г продукту 1397,5 кДж (334 ккал). Поживна(харчова) цінність 100 г продукту : Жир-1,1г; Вуглеводи-70,0 г; Білок-10,3 г;	Енергетична цінність (калорійність) на 100 г харчового продукту-334ккал/1398кДж. Поживна харчова цінність на 100 г продукту : Білки-10,3 г; Жири-1,1 г; Вуглеводи-70,0 г;	Енергетична цінність-1397 кJ (кДж). Калорійність-332 ккал (ккал) Поживна(харчова) цінність в 100 г продукту: Білків -10,3 г; Вуглеводів-70,0; Жирів-1,1 г	Енергетична цінність (калорійність) на 100 г борошна пшеничного 334 ккал. Поживна(харчова) цінність на 100 г борошна пшеничного: Білок-10.3г; Жир-1,1г; Вуглеводи-70,0г	Енергетична цінність (калорійність) на 100г продукту - 334 ккал. Поживна(харчова) цінність на 100 г продукту: Білки-10,3 г; Жири-1,1 г; Вуглеводи-70 г

Результати дослідження маркування підтвердили відповідність всіх дослідних зразків нормативним документом.

Наступним етапом дослідження буде перевірка на відповідність фактичної маси нетто тієї що зазначена на маркуванні. [3] Результати дослідження маси нетто борошна пшеничного зазначено в таблиці 2.

Результати дослідження маси нетто борошна пшеничного

Таблиця 2

Зразки	Маса нетто, зазначена на упаковці, кг	Маса нетто фактична, кг	Фактичне відхилення, %	Допустиме відхилення, %
Зразок 1	1,8	1,804	1,5	1,5

Запах	Властивий пшеничному борошну, без сторонніх запахів, не затхлий, не пліснявий	Властивий пшеничному борошну, без сторонніх запахів, не затхлий, не пліснявий	Властивий пшеничному борошну, без сторонніх запахів, не затхлий, не пліснявий	Властивий пшеничному борошну, без сторонніх запахів, не затхлий, не пліснявий	Властивий пшеничному борошну, без сторонніх запахів, не затхлий, не пліснявий	Властивий пшеничному борошну, без сторонніх запахів, не затхлий, не пліснявий
-------	--	--	--	--	--	--

За результатами органолептичних досліджень встановлено, що всі досліджувані зразки відповідають вимогам встановленим в стандарті.

Серед фізико-хімічних показників стандартом нормуються такі: вологість, кислотність, вміст клейковини.[4] Результати дослідження фізико-хімічних показників досліджуваних зразків борошна пшеничного наведено в табл.4.

Таблиця 4

Фізико-хімічні показники досліджуваних зразків борошна пшеничного

Показники	Вимоги згідно ГСТУ	Зразок 1	Зразок 2	Зразок 3	Зразок 4	Зразок 5
Вологість,%	Не більше 15,0	13,55	10,37	13	12,5	11,7
Кислотність, °	Не більше 3	2,6	3,2	2,6	2,2	3,2
Клейковина , %	Не менше 24	29,08	35,5	28,6	29,6	28,16

Найвищою виявилась вологість у зразку №1 ТМ «Дніпромлин» і становила – 13,55%, що може бути зумовлено порушенням умов зберігання та пакування. Найнижча вологість була у зразка № 2 ТМ «Каланчацький КХП» і становить 10,37%.

Клейковина має велике значення в хлібопекарській промисловості, її вміст в борошні є чинником, що визначає такі характеристики тіста як пружність при

змішуванні з водою, і служить критерієм визначення якості борошна.[5]. Найвищий вміст клейковини виявився у зразку № 2 ТМ «Каланчацький КХП» становить 29,08%. Найнижчий але допустимий вміст клейковини виявився у зразку №3 ТМ «Київмлин». Від кількості і в'язко-еластичних властивостей клейковини залежить здатність пшеничного борошна давати при випічці пишній хліб з пружним, еластичним і пористим м'якушем. По розтяжності клейковина ділиться на групи-міцна, середня і слабка. Більшість досліджуваних зразків відносяться до середньої групи.

Отже за результатами проведеної товарознавчої оцінки за органолептичними та фізико-хімічними показниками можна зробити висновок про відповідність досліджуваних зразків згідно вимог Технічного регламенту та ГСТУ 46.004-99 «Борошно пшеничне. Технічні умови». Результати дослідження якості борошна пшеничного показали, що найкращим виробником ,який задовольняє вимоги нормативної документації є зразок №1 ТОВ «Дніпромлин». Найгіршим виробником серед досліджуваних зразків виявився зразок №2 ПрАТ «Каланчацький КХП», тому що даний зразок не відповідає вимогам по кислотності, також присутнє значне відхилення в масі нетто.

Список використаних джерел

1. Вітчизняне борошно: попит та пропозиція – Режим доступу: <http://agro-business.com.ua>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України,- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Технічний регламент щодо маркування харчових продуктів №487 – [Чинний від 2011-02-11].

4. ГСТУ 46.004-99. Борошно пшеничне. Технічні умови. –Введ. 1999-20-07
5. Доцяк В. С. Українська кухня: навчальне видання –Львів: Оріяна-Нова, 1998

Робота виконана під науковим керівництвом канд. техн. наук., доцента

КАМЄНЄВА Н.В

Відносна конкурентоспроможність борошна пшеничного вищого сорту

Показники	Коефіцієнт вагомості, a(i)	Оцінка показників						Відносний показник якості, q				
		ТМ «Київлин»	ТМ КХП «Тальне»	ТМ «Каланчацький КХП»	ТМ «Богуміла»	ТМ «Щедрі брати»	ТМ «Хуторок»	ТМ КХП «Тальне»	ТМ «Каланчацький КХП»	ТМ «Богуміла»	ТМ «Щедрі брати»	ТМ «Хуторок»
Функціональні												
Смак і запах	0,25	5	5	5	5	4,1	4,8	0,25	0,25	0,25	0,21	0,24
Зольність, %	0,07	0,34	0,46	0,41	0,48	0,61	0,54	0,09	0,08	0,10	0,13	0,11
Кількість сирії клейковини, %	0,04	27	25	24	24	26	24	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
вологість, %	0,08	13,1	13,7	14,2	15,3	14,5	14,2	0,08	0,09	0,09	0,09	0,09
<i>Збірний параметричний індекс для функціональних показників (Pф.) дорівнює (вага 15%)</i>								0,42	0,42	0,40	0,35	0,39
Естетичні												
форма пакування	0,08	4,7	4,5	4,8	5	4,3	4,6	0,08	0,08	0,09	0,07	0,08
зовнішній вигляд	0,1	5	5	5	5	5	5	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
крупність помелу	0,15	4,6	4,8	4,7	4,8	4,5	5	0,16	0,15	0,16	0,15	0,16
колір	0,17	5	5	5	5	5	4	0,17	0,17	0,17	0,17	0,14
маркування	0,06	5	5	5	5	4	5	0,06	0,06	0,06	0,05	0,06
<i>Збірний параметричний індекс для естетичних показників (Pе.) дорівнює (вага 20%)</i>								0,56	0,34	0,57	0,54	0,54
Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності дорівнює								0,98	0,76	0,87	0,89	0,93



Imported value, USD thousand

- N.A.
- 0 - 26,365 USD thousand
- 26,365 - 131,823 USD thousand
- 131,823 - 263,647 USD thousand
- 263,647 - 527,294 USD thousand
- 527,294 - 1,318,234 USD thousand
- > 1,318,234 USD thousand

Рис. Б.1. Карта основних країн імпортерів