

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

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Формування споживних властивостей та управління збутом  
заквасок кисломолочних»**

Студента 2 курсу, 7м групи,  
Спеціальності 076  
«Підприємництво, торгівля та  
біржова діяльність»  
Спеціалізації «Товарознавство  
та комерційна логістика»

Уса Владислава  
Володимировича

Науковий керівник  
док-р.техн.наук, професор

Мотузка Юлія  
Миколаївна

Науковий консультант  
канд.екон.наук, доц.

Торопков Володимир  
Михайлович

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

Сидоренко Олена  
Володимирівна

**Київ 2020**

**Київський національний торговельно-економічний університет**

Факультет ФЕМ Кафедра Підприємства, управління економікою  
Спеціальність Фінансовий менеджмент, торгівля та біржово-облігові операції  
Спеціалізація/освітня програма Підприємство та його функції управління

Затверджую  
Зав. кафедри [Підпис]  
«11» 09 20120 р.

**Завдання**  
**на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студента**  
Г. Володимир Володимирович  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)  
Формування спонсивних висхідних без та управлінських зусиль зовнішніх підприємств

Затверджена наказом ректора від «  »    201   р. №     
2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту) до 20.11.2020р



3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)  
Мета роботи проекту (проекту)  
Висхідність зовнішніх підприємств та управління зусиль зовнішніх підприємств

Об'єкт дослідження завдання кібербезпеки, що реалізується в торговельно-роздрібній мережі АРВ

Предмет дослідження є спонсивні висхідності зовнішніх підприємств та управління зусиль зовнішніх підприємств



4. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1.2	Шторонков ВМ		
3			

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

Вступ  
 Розділ 1. Інтернет-закази здійснюються споживачами шляхом використання та управління зручними зовнішніми кеш-адресами

1. Аналіз алгоритмів здійснення операцій споживачами (стандартні операції кеш-адресування)

1.2. Теоретико-методологічні підходи до управління зручними кеш-адресами продукції

Розділ 2. Споживчі операції зовнішніх кеш-адресування

2.1. Аналіз функцій, об'єктів та методів здійснення операцій

2.2. Будова системних властивостей зовнішніх кеш-адресування

Розділ 3. Інтернет-процеси зручності здійснення операцій на підприємстві «АВ» (власний інтернет-магазин)

3.1. Визначення механізмів здійснення операцій та впровадження на підприємстві «АВ» інтернет-магазину

3.2. Будова ефективної організації зручності зовнішніх кеш-адресування  
 Вимоги та пропозиції  
 Список використаних джерел



6. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
	Забвергнувши змісту випускної кваліфікаційної роботи	17.02.20	17.02.20
	Оформивши та забвергнувши завдання на ВКР	17.02.20	17.02.20
	Виконавши експериментальні дослідження та написавши 4-20 та 2-20 розділи роботи	11.09.20	20.10.20
	Написавши 5-20 розділу роботи	01.10.20	20.10.20
	Оформивши роботу та редагував по напедри	20.11.20	01.12.20
	Почерпнувши довідку роботи по напедри	23-24.11.20	07.12.20
	Зовнішнє рецензування	25.11.20	07.12.20
	Надавши роботу до ЕК		

7. Дата видачі завдання «17» 02 20120 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

*Михайло Момчило*  
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

*Г.С. В.В.*  
(прізвище, ініціали, підпис)



11. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Ус В.В виконав випускні кваліфікаційну  
роботу відповідно до затвердженого  
завдання роботи розмірною міцанне  
часом лінійним розуміючи стилив.  
наше висловостей зібрався, програмі-  
міцанно засади уриванне програмного  
міцанно на програмному програмності  
міцанно оцінку стиливля висловостей  
застосув та уриванно уриванне програмні  
були на ТОВ, відповідний міцанно  
міцанно роботи виконано міцанно та  
системо.  
Випускні кваліфікаційна робота  
міцанно діяти рецензування до  
замову в СК.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

*В.М. Мороз* 08.12.20  
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

12. Висновок про випускні кваліфікаційну роботу (проект)

Випускні кваліфікаційна робота (проект) студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту на засіданні екзаменаційної комісії.

Гарант освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

«    »    201    р.

## АНОТАЦІЯ

### **Ус В.В. Формування споживних властивостей та управління збутом заквасок кисломолочних**

У випускній кваліфікаційній роботі визначено фактори формування споживних властивостей заквасок кисломолочних, проаналізовано залежність готового продукту від якості молочної сировини, технологію виробництва, визначено сучасні засади управління збутовою діяльністю на підприємстві, етапи формування та впровадження збутової стратегії.

Всебічно висвітлено аналіз механізму формування системи товароруку, проведено оцінку ефективності організації збуту заквасок кисломолочних на підприємстві ТДВ “Яготинський маслозавод”.

*Ключові слова:* закваска кисломолочна, молочна сировина, технологія виробництва, збутова стратегія, споживні властивості, система товароруку на підприємстві.

## SUMMARY

### **Us V.V. Formation of consumer properties and sales management sour milk ferments**

In the final qualifying work the factors of formation of consumer properties of sour-milk ferments are determined, the dependence of the finished product on the quality of raw milk, production technology is analyzed, modern principles of sales management at the enterprise, stages of formation and implementation of sales strategy are determined. The analysis of the mechanism of formation of the commodity movement system is comprehensively covered, the estimation of efficiency of the organization of sale of sour-milk ferments at the enterprise is carried out.

*Key words:* sour-milk leaven, milk raw materials, production technology, sales strategy, consumer properties, commodity movement system at the enterprise.



## ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ЗАКВАСОК КИСЛОМОЛОЧНИХ	11
1.1 Аналіз факторів формування споживних властивостей заквасок кисломолочних	11
1.2 Теоретико-методологічні підходи до управління збутом кисломолочних продуктів	21
РОЗДІЛ 2. СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗАКВАСОК КИСЛОМОЛОЧНИХ	30
2.1 Організація, об'єкт та методи дослідження	30
2.2. Оцінка споживних властивостей заквасок кисломолочних	39
РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗБУТУ ЗАКВАСОК КИСЛОМОЛОЧНИХ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»	44
3.1. Дослідження механізму формування системи товароруку на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод»	44
3.2. Оцінка ефективності організації збуту заквасок кисломолочних	55
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72
ДОДАТКИ	76

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Кисломолочні закваски стають все більш популярними напоями серед населення України. Пов'язано це з тим, що кисломолочні закваски є корисними для організму людини, вони містять пробіотики, відновлюють та покращають мікрофлору кишечника людини, що, в свою чергу, впливає на імунітет людини, загальне самопочуття, стан шкіри.

В Україні немає чітко регламентованого стандарту, який би визначав рівень якості заквасок кисломолочних. Тому недобросовісні виробники користуються цим задля отримання максимальної вигоди від реалізації продукції, при цьому часто нехтуючи якістю сировини, правильністю технології виготовлення та збереженням корисних властивостей кисломолочних заквасок шляхом фальсифікації готового продукту.

Саме тому одним із напрямків вирішення зазначених проблем є проведення експертизи кисломолочної закваски та аналіз ринку закваски кисломолочної з метою визначення споживних властивостей та якості кисломолочних продуктів. Проведення експертизи з метою визначення споживних властивостей закваски кисломолочної є актуальним, тому вибір критеріїв, що дозволяють встановити якість продукції є важливим, адже споживні властивості продукції впливають на корисність готової продукції.

**Мета роботи** – дослідження чинників формування споживних властивостей заквасок кисломолочних та управління їх збутом.

Для досягнення мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

- визначити фактори формування споживних властивостей та теоретико-методологічних підходів до управління збутом кисломолочних продуктів;
- проаналізувати ринок кисломолочних заквасок в Україні;
- оцінка споживних властивостей заквасок кисломолочних;
- дослідити механізм формування системи товароруку на підприємстві;



- провести оцінку ефективності організації збуту заквасок кисломолочних.

**Об'єктом дослідження** є закваски кисломолочні, що реалізуються в торгово-роздрібній мережі “АТБ”.

**Предметом дослідження** випускної кваліфікаційної роботи є споживні властивості заквасок кисломолочних та управління збутом на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод».

**Методи дослідження:** аналітичний, органолептичний, фізико-хімічний, інструментальний.

**Наукова новизна** випускної кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні системи товароруку на підприємстві і проведенні аналізу споживних властивостей заквасок кисломолочних.

**Практична цінність** полягає у розробленні рекомендацій щодо механізму формування системи товароруку заквасок кисломолочних та оцінки ефективності організації їх збуту на виробничому підприємстві.

**Апробація результатів дослідження.** Результати досліджень викладено та обговорено на Міжнародній студентській науково-практичній конференції “Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі, та біржової діяльності”(м. Київ, 14-15 березня 2020 року) за темою “Формування споживних властивостей заквасок кисломолочних”.

**Публікація.** За результатами досліджень підготовлена та опублікована стаття: Ус В.В. Формування споживних властивостей заквасок кисломолочних // Інновації в підприємстві і торгівлі : зб. наук. ст. студ. / відп. ред. В. А. Осика. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020 [1].

**Структура та обсяг роботи.** Загальний обсяг роботи становить 71 сторінку. Дана робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, а також списку використаних джерел та додатків. Робота містить 5 рисунків, 14 таблиць та 2 додатки. Список використаних джерел налічує 50 джерело.

## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ЗАКВАСОК КИСЛОМОЛОЧНИХ

### 1.1. Аналіз факторів формування споживних властивостей заквасок кисломолочних

Кисломолочними називають продукти, одержані з молока (вершків або суміші молока з вершками та інших компонентів) шляхом молочнокислого бродіння, інколи спиртового. На формування споживних властивостей кисломолочних продуктів впливають такі фактори:

- вид закваски;
- вид та якість сировини;
- технологія виготовлення.

Для виготовлення кисломолочних продуктів використовують закваски – чисті культури мікроорганізмів наступного складу:

- молочнокислі стрептококи;
- молочнокислі палички;
- болгарські палички;
- ацидофільні палички;
- кефірні грибки;
- дріжджі та ін.

Використовуючи ті чи інші мікроорганізми або їх суміші, можна одержувати кисломолочні продукти з різними споживчими властивостями: різною кислотністю і консистенцією, різним смаком, ароматом тощо.

Розширенню асортименту сприяє також використання різних добавок та наповнювачів, якими є кориця, ванілін, цукор, мед, шматочки фруктів та ін.



Використання тих чи інших добавок поліпшує смакові та ароматичні властивості [2].

Залежно від характеру зброджування лактози весь асортимент кисломолочних продуктів поділяють на дві групи: молочнокислого бродіння і змішаного бродіння (молочнокислого і спиртового). До продуктів молочнокислого бродіння належать простокваша різних видів, закваска, йогурт, ацидофільне молоко, ацидофілін, кисломолочний сир, сметана. В продуктах змішаного бродіння, крім молочної кислоти, накопичується певна кількість етилового спирту (ацидофільно-дріжджове молоко, кефір, кумис). Такий поділ кисломолочних продуктів умовний, бо при бродінні лактози в продуктах першої групи накопичується невелика кількість етилового спирту, вуглекислоти, летких органічних кислот, які характерні для продуктів другої групи. За хімічним складом і консистенцією кисломолочні продукти поділяють на кисломолочні напої, сметану, кисломолочні сири і сиркові вироби [3].

Основною сировиною для виготовлення кисломолочних продуктів є молоко коров'яче, інколи використовують кобиляче, овече. Останнє особливо важливо для приготування кисломолочних напоїв.

Молоко - це біологічний секрет, який виготовляє молочна заліза ссавців. До його складу входять всі споживчі властивості (органічні - вуглеводи, жири, ферменти, вітаміни, пігменти, гормони; неорганічні - вода, мінеральні солі, мікроелементи та газу).

Склад коров'ячого молока залежить від породи скота, стану здоров'я, годування та складу тварини, пори року, а також інших факторів та умов.

Важливою умовою випуску якісної продукції є відповідність якості сировини вимогам нормативної документації, контроль якості сировини, у першу чергу молока [4].

Аналіз сировини здійснюють працівники лабораторії заводу відповідно до методів дослідження, представлених у відповідних документах.

Кожна партія молока, яка поступає на завод, доставляється в опломбованому вигляді, які мають санітарний паспорт.

Приймання молока включає такі операції, як: перевірку супровідних документів; огляд тари; органолептичну оцінку молока; визначення температури; відбір проб на аналізи для визначення якості молока, аналізи; відбір молока; оформлення необхідної документації.

Якість молока як сировини для виробництва кисломолочної продукції, а також якість і його живильна цінність залежать від змісту в молоці його складових частин.

Вміст води в молоці коливається від 83 до 89%. Вона обумовлює фізичний стан продукту, без її не можуть протікати фізико-хімічні і біологічні процеси. У молоці міститься вода, вільна і зв'язана з білками й іншими речовинами.

Молочний жир знаходиться в молоці у виді дрібних жирових кульок діаметром від 0,5 до 10мкм. Кількість жиру і величина жирових кульок залежать від породи худоби, періоду лактації, умов годівлі, доїння й інших факторів. Молочний жир поліпшує смак і аромат кисломолочних продуктів, додає необхідну ніжність їх консистенції. Чим більше жиру в суміші, тим ніжніше згусток продуктів.

Білки молока представлені казеїном, альбуміном, глобуліном, і невеликою кількістю інших азотистих з'єднань.

На долю казеїну приходиться близько 85% білків, що містяться в молоці. До складу казеїну входять усі відомі амінокислоти і фосфорна кислота. На властивості казеїну утворювати згусток під впливом кислот ґрунтується виробництво усіх кисломолочних напоїв, сметани та творогу.

Розходження співвідношень між змістом казеїну, жиру і води в кисломолочному сири (після самопресування) і в зрілому продукті впливає на консистенцію сиру.

Альбумін і глобулін - також складні білки молока, які відповідно становлять майже 0,6% і 0,1%. У виробництві кисломолочного сиру альбумін і



глобулін залишаються в сироватці, тому їх часто називають сироватковими білками.

Молочний цукор і лактоза знаходиться в молоці в розчиненому стані. Вміст лактози в коров'ячому молоці 4-5%. Довготривале нагрівання молока приводить до реакції альдегідних груп лактози з аміногрупами амінокислот. Врешті утворюються меланоїдини, які надають молоку брунатного забарвлення. Це спостерігається при виготовленні ряжанки та топленого молока. При вищих температурах поряд з меланоїдиноутворенням, відбувається карамелізація лактози. Врешті забарвлення стає більш інтенсивним. Молочний цукор незвичайно важливу роль у виробництві різних молочних продуктів, зокрема молочнокислих та сирів. Під впливом мікроорганізмів, які вводяться до молока у вигляді заквасок, молочний цукор перетворюється у молочну кислоту. Остання викликає коагуляцію казеїну, що надає нові смакові властивості продукту.

У молоці знаходяться мінеральні солі кальцію, калію, магнію, натрію, заліза, лимонної, фосфорної, соляної й інших кислот.

Лимонна і фосфорна кислоти підтримують сольову рівновагу і колоїдний стан білків при його пастеризації. Порушення нормальної рівноваги солей молока може викликати одержання непридатного молока для виробництва продукції. При недоліку в молоці кальцієвих і фосфорокислотних солей утвориться слабкий, в'ялий згусток.

У молоці містяться також мікроелементи: залізо, марганець, хром, мідь, цинк, йод, кобальт і ін., що мають велике значення, для нормального розвитку організму людини. Мікроелементи впливають на характер і інтенсивність мікроорганізмів, підвищують активність ферментів. Відсутність чи недолік мікроелементів у молоці погіршує технологічні властивості молока, знижує якісні показники згустку й активність бактеріальних заквасок.

У коров'ячому молоці також виявлені майже усі вітаміни, а саме такі як: жиророзчинні А, D, К, Е і ін., водорозчинні С, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>12</sub>, фолієва кислота,

пантотенова В<sub>3</sub>, біотин Н, оритінова, нікотинова. Багато вітамінів, що містяться в молоці, при його переробці в різних кількостях переходять у кисломолочні продукти [5].

Для виробництва кисломолочної продукції потрібно придатне молоко, що поряд з нормальним фізико-хімічним складом і мікробіологічними показниками характеризується визначеними технологічними і біологічними властивостями. Воно повинно бути біологічно повноцінним, тобто бути сприятливим середовищем для розвитку молочнокислих бактерій і нагромадження ферментів. Для виробництва кисломолочних продуктів необхідно використовувати молоко з високим змістом білка, жиру, сухих речовин. Воно повинно бути нормальним по мінеральному і білковому комплексі і фізико-хімічній властивості.

За органолептичними показниками молоко повинне мати чистий, властивий натуральному свіжому молоку смак і запах, нормальну консистенцію без хлоп'їв і грудочок, колір від білого до слабо-жовтого. Також не допускається запаху нафтопродуктів, хімікатів, скотарні, гною, і присмак гіркості і затхлості.

Також молоко може стати непридатним у результаті влучення в нього антибіотиків, засобів, що миють і дезінфікують, консервантів.

Важливе значення має також вміст окремих мікроелементів в молоці. Додаток їх покращує технологічні властивості молока, підвищує активність молочнокислих бактерій, стримує мікробіологічні та біохімічні процеси при виробництві кисломолочної продукції, що прискорює цей процес і підвищує якість готової продукції. Сировина повинна бути доброякісною, тому що її дефекти можуть передаватись готовим продуктам.

Кисломолочні продукти мають дещо вищу біологічну та фізіологічну цінність порівняно із молоком. Це пов'язано із тим, що певні види молочнокислих бактерій здатні синтезувати вітаміни, насамперед групи В (В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>6</sub>, В<sub>12</sub>), а кисле середовище сприяє кращому збереженню вітаміну С [6].



Для одержання кисломолочних напоїв використовують незбиране і знежирене молоко, вершки, згущене і сухе молоко, казеїнат натрію, склотини й іншу молочну сировину, а також солодовий екстракт, цукор, плодово-ягідні сиропи, джеми, корицю тощо. Існує два способи виробництва кисломолочних напоїв – резервуарний і термостатний [7].

Технологічна схема виробництва будь-якого виду кисломолочної продукції містить у собі послідовність окремих технологічних етапів і операцій, виконання яких дозволяє одержувати вироби, що відрізняються найкращою якістю.

До приймання допускається молоко, яке доставляється в опломбованому виді в транспортних засобах, що мають санітарний паспорт. Приймання молока полягає у визначенні його кількості, контролі якості і проведенні сортування. Контролю піддають кожну партію молока.

Прийомка молока включає в себе наступні операції: огляд тари; органолептичну оцінку молока; відбір проб на аналізи для оцінки якості молока; аналізи; сортування молока.

Після перемішування на підприємстві в кожній у пакувальній одиниці визначають органолептичні показники молока: запах, колір, консистенцію.

Відбір проб молока та підготовку їх до аналізів виконують в відповідності з ГОСТ 13928-84 та ГОСТ 9225-84.

Результати аналізів молока лаборант на підприємстві записує в журналі по контролю якості молока, спільно з приймальником складає відомість по якості молока.

Виходячи з вище проведених аналізів встановлюють придатність молока і визначають вірогідні засоби підготовки його до переробки [8].

На формування споживчих властивостей кисломолочних напоїв впливають такі фактори як вид закваски, вид та якість сировини, технологія виготовлення.

До складу заквасок, які використовуються для виготовлення кисломолочних напоїв, входять молочнокислі стрептококи, молочнокислі

палички, болгарська та ацидофільна палички, кефірні грибки, дріжджі та інші мікроорганізми.

Молочнокислі стрептококи мають середню кислотоутворюючу здатність (до 120-130 єТ) і дають щільний згусток вони мають низку протеолітичну активність. крім звичайних молочнокислих стрептококів, використовують також ароматоутворюючі які здатні накопичувати не тільки молочну кислоту а також утворювати ароматичні сполуки.

Молочнокислі палички при середній кисло утворюючий здатності дають слабкий згусток. Під дією цих паличок в продукті накопичується більше амінокислот. Надзвичайно багато молочної кислоти (до 300-400єТ) може накопичувати Болгарська паличка, яка належить до термофільних бактерій. Вона утворює щільний згусток.

Ацидофільні палички бувають слизистих и не слизистих рас. Слизисті раси цих паличок можуть накопичувати молочної кислоти до 100-140 єТ та утворювати тягучу консистенцію. Не слизисті здатні накопичувати значно більше молочної кислоти (до 250-300 єТ) та утворювати згусток середньої густини.

До природної закваски належать кефірні грибки. Кефірні грибки мають дуже високу протеолітичну активність, яка обумовлена молочнокислими паличками і дріжджами Білки при цьому в значній мірі гідролізуються до більш простих та амінокислот. Використовуючи ці чи інші мікроорганізми окремо або їх суміш можна одержувати кисломолочні напої з неоднаковими властивостями (різною кислотністю і консистенцією, різним смаком, ароматом). Негативно впливає на смакові, ароматичні та інші властивості напої забруднення, закваски сторонньою мікрофлорою [9].

Кисломолочні напої виготовляють з пастеризованого, пряженого та стерилізованого молока. Пастеризацію молока проводять при температурі 90-99 С, пряження - при 95-98 С, стерилізацію - при 120 С.



Термічна обробка молока впливає не тільки на колір, смак, запах, але і на інші показники кисломолочних напоїв. Вона призводить до руйнування вітамінів і денатурації білків. Кисломолочні напої з термічно обробленого молока краще зберігаються і є безпечними у харчуванні [10].

Закваску кисломолочну 2,5% жирності виробляють резервуарним способом. При цьому способі виготовлення закваски процеси заквашування, сквашування, охолодження і дозрівання проходять у великих резервуарах (танках). При розливі готової продукції у фасувальну тару порушується її консистенція.

Резервуарний спосіб. Технологічний процес виробництва кисломолочних напоїв резервуарним способом складається з таких технологічних операцій: підготовки сировини, нормалізації, пастеризації, гомогенізації, охолодження, заквашування, сквашування в спеціальних ємностях, охолодження згустка, дозрівання згустка (кефір, кумис), фасування.

Для виробництва кисломолочних напоїв використовують молоко не нижче другого сорту кислотністю не вище 19°Т, попередньо очищене.

Знежирене молоко, скотини, вершки, згущене і сухе молоко, казеїнат натрію і плодово-ягідні наповнювачі повинні бути доброякісними без сторонніх присмаків, запахів і недоліків консистенції.

Кисломолочні напої виробляють із різноманітною масовою часткою жиру: 6; 4; 3,2; 2,5 1,5; 1%. Тому вихідне молоко відповідно нормалізується до необхідної масової частки жиру. Нормалізація молока здійснюється в потоці на сепараторах-нормалізаторах або шляхом змішування. При нормалізації сировини методом змішанням масу складників визначають за формулами матеріального балансу або за рецептурою. Нормалізовану сировину піддають тепловій обробці. У результаті пастеризації знищуються мікроорганізми в молоці і створюються умови, сприятливі для розвитку мікрофлори закваски. Найкращі умови для розвитку мікроорганізмів створюються, якщо молоко пастеризується при температурах, близьких до 100°С. При цих умовах

відбувається денатурація сироваткових білків, що беруть участь у побудові структурної сітки згустка, підвищуються гідратаційні властивості казеїну і його спроможність до утворення більш щільного згустка, що добре утримує сироватку.

Тому при виробництві всіх кисломолочних напоїв, крім ряжанки і топленого молока, вихідна сировина пастеризується при температурі 85–87°C із витримкою 5–10 хв. або при 90–92°C із витримкою 2–3 хв., а ряжанки і топленого молока – 95–98°C із витримкою 2–3 год. Крім того, при виробництві топленого молока використовують і стерилізацію молока.

Теплова обробка молока звичайно пов'язується з гомогенізацією. У результаті гомогенізації при температурі 55–60°C і тиску 17,5 МПа поліпшується консистенція кисломолочних продуктів і не виділяється сироватка. Після пастеризації і гомогенізації молоко охолоджують до температури заквашування. При використанні закваски, приготовленої на термофільних бактеріях, молоко охолоджують до 50–55°C, мезофільних – 30–35°C і кефірної закваски – 18–25°C.

В охолоджене до температури заквашування молоко необхідно негайно внести закваску, яка відповідає виду продукту. Найбільш раціонально вносити закваску в молоко у потоці. Для цього закваска через дозатор подається безперервно в молокопровід, і в змішувачі вона змішується з молоком.

В процесі сквашування відбувається розмноження мікрофлори закваски, зростає кислотність, коагулює казеїн і утворюється згусток. Закінчення сквашування визначають по утворенню достатньо щільного згустку і досягненню визначеної кислотності. По закінченні сквашування продукт негайно охолоджують. Кисломолочні продукти, виготовлені без дозрівання, також негайно направляють на охолодження.

Закваску, що виготовляють із дозріванням, після сквашування охолоджують до 14–16°C, і при цій температурі вона дозріває. Тривалість дозрівання закваски не менше 10–12 год. Під час дозрівання активізуються



дріжджі, відбувається процес спиртового бродіння, у результаті чого в продукті накопичуються спирт, вуглекислота й інші речовини, які надають йому специфічних властивостей.

Кисломолочні напої фасують у термозварювальні пакети або в скляну тару на автоматах для фасування рідких молочних продуктів [11].

Якість кисломолочних продуктів, їх консистенція залежать від складу та властивостей молока, виду та активності бактеріальних заквасок, режимів пастеризації, гомогенізації, сквашування, дозрівання та інших факторів. Склад і властивості вихідної сировини обумовлюють швидкість звертання білків молока і пружність отриманих згустків. Від них залежить також розвиток мікроорганізмів бактеріальних заквасок, які зброджують молочний цукор. Склад, стадії лактації, при захворюванні тварин, тощо. Восени та особливо навесні спостерігається повільніше сквашування молока. Це може бути викликано його біологічною цінністю. Наприклад весною у молоці знижується вміст вітамінів (біотину, РР, Р6 та інші), вільних амінокислот (валіну, лейцину, фенілаланіну та інших) і мікроелементів (Mn, Co, Fe, та ін.) які потрібні для розмноження молочних бактерій. Погано розвиваються молочнокислі бактерії у стародійному молоці та маститному молоці [12].

Властивості молока і властивості отриманого з нього згустку змінюються при зберіганні. Так після тривалого зберігання молока (сирого та пастеризованого) при низьких температурах збільшується в'язкість і міцність кислотного згустку, синерезис уповільнюється. Отже молоко, що зберігалось при низьких температурах доцільно направляти на виробництво кисломолочних напоїв і не потрібно використовувати для виробництва кисломолочного сиру.

Від складу заквасок залежить не тільки смак продуктів але і їх консистенція. Основний компонент мікрофлори заквасок для усіх кисломолочних продуктів, що забезпечує формування згустку - 31г. Введення в склад заквасок енергійних кислотоутворювачів зумовлює утворення

повноцінного згустку з інтенсивним відділенням сироватки, а мало енергійних кислотоутворювачів - більш ніжного згустку. Отже, підбираючи склад заквасок, можна регулювати властивості згустку, забезпечуючи оптимальну консистенцію та смак кисломолочних продуктів.

Теплова обробка молока впливає на швидкість утворення згустку, його структуру, механічні властивості і синерезис. З підвищенням температури пастеризації збільшується міцність кислотного і кислотно-сичужного згустку. Збільшення міцності згустків і погіршення відділення сироватки з них при високих температурах теплової обробки, можна пояснити підвищенням вмісту у згустку денатурованих сироваткових білків, які збільшують просторову структуру і волого утримуючу здатність казеїну [13].

Отже, на формування споживчих властивостей кисломолочних продуктів впливає якість та вид сировини, вид закваски, та технологія виробництва. Основною сировиною для виготовлення кисломолочних продуктів є молоко коров'яче. Важливою умовою випуску якісної продукції є відповідність якості сировини вимогам нормативної документації, контроль якості сировини, у першу чергу молока. Якість молока як сировини для виробництва кисломолочної продукції, а також якість і його живильна цінність залежать від змісту в молоці його складових частин. До складу молока входить вода, молочний жир, білок (казеїном, альбуміном, глобуліном), молочний цукор, лактоза та мікроелементи: залізо, марганець, хром, мідь, цинк. Відбір проб молока та підготовку їх до аналізів виконують в відповідності з ГОСТ 13928-84 та ГОСТ 9225-84. До складу заквасок, які використовуються для виготовлення кисломолочних напоїв, входять молочнокислі стрептококи, молочнокислі палички, болгарська та ацидофільна палички, кефірні грибки, дріжджі та інші мікроорганізми.

Кисломолочні напої виготовляють з пастеризованого, пряженого та стерилізованого молока. Термічна обробка молока впливає не тільки на колір, смак, запах, але і на інші показники кисломолочних напоїв. Вона призводить до



руйнування вітамінів і денатурації білків. Кисломолочні напої з термічно обробленого молока краще зберігаються і є безпечними у харчуванні. Якість кисломолочних продуктів, їх консистенція залежать від складу та властивостей молока, виду та активності бактеріальних заквасок, режимів пастеризації, гомогенізації, сквашування, дозрівання та інших факторів. Склад і властивості вихідної сировини обумовлюють швидкість звертання білків молока і пружність отриманих згустків. Від них залежить також розвиток мікроорганізмів бактеріальних заквасок, які зброджують молочний цукор.

## 1.2. Теоретико-методологічні підходи до управління збутом кисломолочних продуктів

Ринкова трансформація економіки України зумовила зміни в системі управління підприємствами різних галузей. Ці зміни передовсім торкнулися системи постачання сировини і матеріалів, а також збуту продукції. Відсутність централізованого розподілу сировини, обладнання та готової продукції зумовила необхідність вивчення діловими одиницями ринку, його інфраструктури, конкурентів та партнерів задля утримання своїх позицій на ринку та отримання прибутку.

Сфера збутової діяльності починає активно розвиватися в трансформаційній економіці. Це стосується передовсім застосування комунікацій для ефективного управління збутовою діяльністю, принципів формування оптимальних дистрибуційних систем.

Цими проблемами займаються як зарубіжні, так і вітчизняні науковці і практики, однак ще досі не було спроби здійснити інтеграцію комунікацій і дистрибуційних систем для ефективного менеджменту збутом. Так, відомий спеціаліст у галузі стратегічного управління Котлер Ф. стверджує:

«Збутову діяльність кисломолочних продуктів розглядають у вузькому і широкому розумінні. У вузькому розумінні збутова діяльність орієнтується на обсяг

продажу. У широкому розумінні - це процес, який забезпечує кінцевий результат – збування або продажу продукції. Цей процес неможливий без формування продуктової стратегії, цінової політики, організації каналів розподілу продукції для її просування до споживача, рекламної підтримки, а також мерчандайзингу та ін. Збутова діяльність охоплює весь комплекс заходів, які безпосередньо впливають на обсяг продажу» [14].

Застосування сучасних засад управління збутовою діяльністю кисломолочних продуктів потребує організації і менеджменту каналами розподілу. Основні елементи управління підсистемою збуту є:

- формування і забезпечення роботи каналів розподілу;
- розроблення і здійснення складської політики в процесі дистрибуції;
- оптимізація товарних потоків з використанням збутової логістики.

Враховуючи світовий і вітчизняний досвід формування каналів розподілу, доцільно розглядати канали нульового, першого рівня та багаторівневі (множинні). Елементами каналів можуть виступати виробники, філіали виробника, дистриб'ютори і дилери, роздрібна і гуртова (оптова) торгівля. Основними, є оптова, роздрібна торгівля і дистриб'ютори. Один виробник може вибрати декілька видів каналів дистрибуції для збуту своєї продукції в залежності від території розповсюдження, форми розподілу і характеру виробів.

У результаті аналізу особливостей управління дистрибуційними каналами виділено основні їх функції, зокрема інформаційну, просування, ведення переговорів, замовлення, фінансування, поділу ризику, оплати тощо. Належне виконання цих функцій дає змогу підвищити ефективність збутової діяльності підприємства.

В аналізі дистрибуційних каналів кисломолочних продуктів слід звертати увагу на різні рівні системи розподілу продукції. Кінцевою ланкою є роздрібна торгівля, завданням якої є реалізація товарів і послуг кінцевому споживачеві. Основною специфікою роздрібною торгівлі є безпосередній контакт із кінцевим споживачем. Найважливішими чинниками, які визначають ефективність цієї ланки, є



якість обслуговування, місцезнаходження торгової точки, зовнішнє і внутрішнє оформлення [15].

Ефективне управління збутовою діяльністю вимагає створення оптимальних каналів розподілу. Це означає, що виробник повинен робити вибір між різними типами каналів розподілу. На основі аналізу теоретичних засад збутовою діяльністю визначено критерії вибору шляхів розповсюдження продукції. Перш за все, дистрибуція може відбуватися як за схемами прямого, так і опосередкованого збуту. Згідно з цими критеріями, можливими є варіанти як використання наявних мереж розповсюдження продукції, так і створення власних.

Ефективна збутова діяльність кисломолочних продуктів вимагає максимізації результатів від застосування різних комунікацій. У цьому випадку доцільно говорити про інтегровані комунікації як цілісний підхід до спілкування із споживачем. Інтегровані маркетингові комунікації – це комплекс різних видів таких комунікацій, які використовують згідно з єдиною концепцією одночасно в межах маркетингової і збутової стратегії. Необхідність застосування інтегрованих комунікацій зумовлюється їх перевагами перед використанням одиничних.

На основі вивчення, аналізу та порівняння окремих складових і загального процесу управління збутовою діяльністю підприємств зроблено висновок про те, що керівництво організації змушене вирішувати складні завдання комплексного застосування різних компонентів системи дистрибуції продукції. За цих умов вирішення питання щодо формування відповідної збутової стратегії потребує детальнішого аналізу теоретичних та практичних аспектів управління збутовою діяльністю підприємств-виробників кисломолочної продукції.

На основі аналізу дистрибуційних мереж та способів їх формування слід виокремлювати етапи створення каналів розподілу. До них належать аналіз і оцінка торговельного середовища; планування каналів розподілу в регіоні, де функціонує виробник; пошук дистриб'юторів і дилерів, початок роботи місцевої збутової мережі; планування розповсюдження продукції на інших територіях; вивчення особливостей

діяльності дистриб'юторів і конкурентів у регіонах; створення збутових мереж в інших регіонах (рис.1.1):

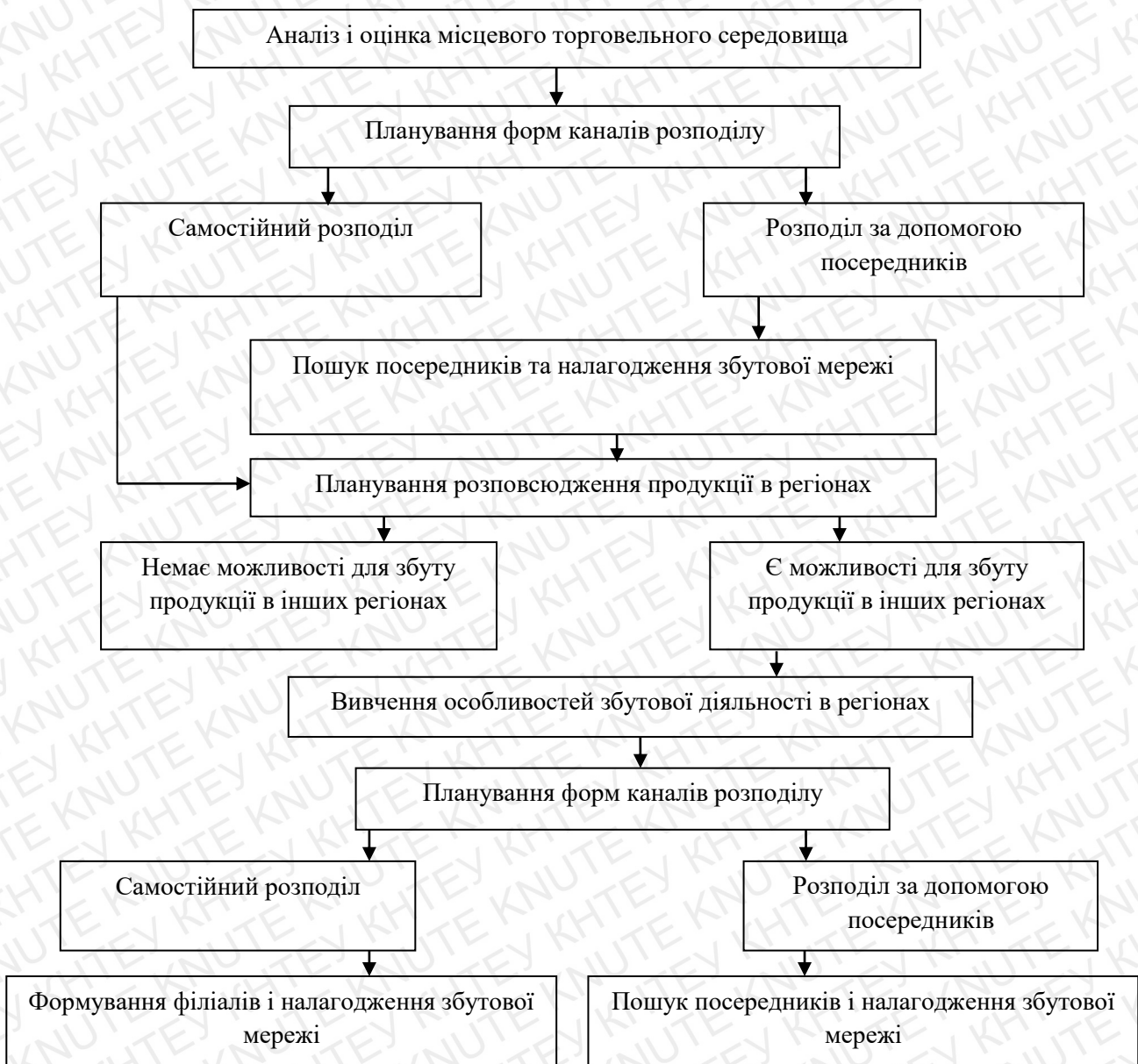


Рис. 1.1 Етапи формування збутової мережі [16]

Проаналізувавши дану таблицю можемо дійти до висновку, що на формування збутової мережі впливає вид та розташування торговельного середовища, форма каналу розподілу, планування розповсюдження продукції в регіонах. Кінцевим етапом є або формування філіалів або пошук посередників, в залежності від форми розподілу та налагодження збутової мережі. На кожному етапі формування збутової мережі важливі правильні управлінські рішення задля підтримання цілісності стратегії збуту підприємства.



Оптимізація дистрибуційних мереж дає змогу формувати збутові логістичні системи на підприємствах. Їх використання сприяє підвищенню ефективності управління збутом шляхом мінімізації витрат, пов'язаних із зберіганням та доставкою продукції. Оптимальним є той варіант, коли витрати на зберігання і транспортування одиниці продукції, а також будівництво складу є мінімальними:

$$C_T + C_C + C_B \rightarrow \min, \quad (1.1)$$

де  $C_T$  – витрати на транспортування;

$C_C$  – витрати на утримання складів і складських запасів;

$C_B$  – витрати на будівництво складів [13].

Важливим моментом ефективного управління збутовою діяльністю є активізація як продажу окремих товарів, так і всього збутового процесу. Цього можна досягти двома способами: змінами в управлінні персоналом або за допомогою застосування маркетингових комунікацій. Другий метод впливає не лише на збутову діяльність, а й дає підґрунтя для вдосконалення інших систем підприємства.

Розроблення і впровадження збутової стратегії є важливим механізмом виконання дистрибуційних завдань підприємства. Формуванню збутових стратегій притаманні ті самі етапи, що й для загальної стратегії фірми. Основою формування стратегії є аналіз зовнішнього середовища компанії, що окремо проводиться за параметрами мікро- і загального середовища, при цьому здійснюється пошук напрямків впливу на його чинники. Виділяють два напрямки збутових стратегій: стимулювання збуту і розповсюдження товару. Стратегії стимулювання збуту – це комплекс стратегій, спрямованих на застосування маркетингових комунікацій для підвищення ефективності збуту. В межах стратегії стимулювання збуту цікавим є управління відносинами з клієнтами (*CRM – Custom Relation Management*). Ця стратегія розробляється для зростання обсягів продажу та підвищення прибутковості через підвищення рівня задоволення клієнтів [17].

Механізм дії *CRM*-технологій можемо зобразити у вигляді схеми (рис.1.2):

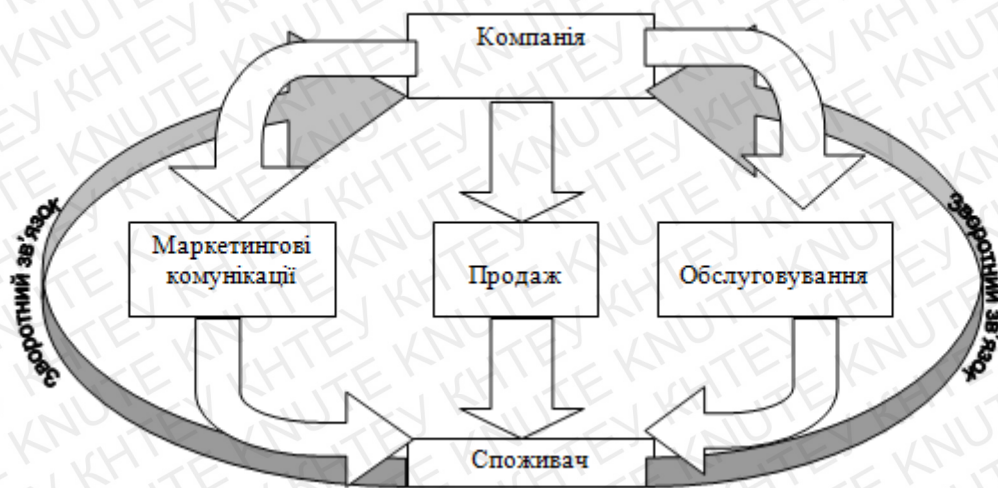


Рис.1.2 Механізм дії CRM-технологій

Стратегія передбачає персональний підхід до кожного клієнта, визначення і задоволення його потреб. Реалізація CRM-стратегії передбачає ідентифікацію клієнтів, їх диференціацію, взаємодію з ними та їх персоналізацію. Інакше кажучи, в результаті застосування такої стратегії відбувається підхід до кожного клієнта як до унікальної особи. Ефективність CRM-стратегій визначається підвищенням результативності управління збутовою діяльністю. Ключовими елементами CRM є маркетинг, продаж і сервіс. Їх поєднання уможливує застосування цієї технології [18].

Маркетинг створює можливість за допомогою комунікацій звернутися до потенційного споживача. Продаж дає змогу здійснити початковий персональний контакт із споживачем. Обслуговування закріплює позитивне враження споживача і продовжує зв'язки із ним. Результатом застосування цих трьох складових є зворотний зв'язок, управління яким створює передумови для лояльності споживачів [19].

Іншою складовою стратегічного управління збутовою діяльністю є розроблення стратегії розповсюдження товару – власне збутової стратегії, спрямованої на формування і підтримання маркетингових каналів і каналів розподілу, політики співпраці із посередниками і партнерами [19].



Виробники молочних продуктів застосовують здебільшого рекламу і ПР, рідше стимулювання збуту. Основними продуктами, що рекламуються, є: молоко тривалого зберігання, йогурти, сирки глазурані. Рекламуються в основному торгові марки: „Данон”, «Яготинське», „Ласуня”, „Бурьонка”, „Фанні”, „На здоров'я”, „Президент”, а також продукція корпорації „Галактон”. Відсутня реклама молочної продукції місцевих виробників.

Характеризуючи основні тенденції збутової діяльності у вітчизняній молочної промисловості, можемо виділити такі основні чинники:

- сезонність пропозиції молочної сировини;
- сезонність попиту на молочну продукцію;
- наявність концернів, які володіють молочними підприємствами на частині території України і мають можливість здійснювати активні маркетингові заходи;
- присутність місцевих виробників, які мінімізують свої маркетингові зусилля, концентруючи увагу на виробництві і власне збуті [20].

Лідерами молочної промисловості України є компанії «Молочний альянс», „Галактон”, „Лакталіс Україна”, Житомирський маслозавод. Відбувається становлення великих оптових торговців молочною продукцією і сирною зокрема. Ефективне управління збутовою діяльністю супроводжується спільними із роздрібною торгівлею маркетинговими комунікаціями.

На основі вивчення, аналізу та порівняння окремих складових і загального процесу управління збутовою діяльністю підприємств зроблено висновок про те, що сфера збутової діяльності починає активно розвиватися в трансформаційній економіці. Це стосується передовсім застосування комунікацій для ефективного управління збутовою діяльністю, принципів формування оптимальних дистрибуційних систем.

При аналізі особливостей управління дистрибуційними каналами виділено основні їх функції, зокрема інформаційну, просування, ведення переговорів, замовлення, фінансування, поділу ризику, оплати тощо. Їх здійснення залежить від умов, які ставить виробник перед каналами розподілу, а також від їх рівня.

Ефективне управління збутовою діяльністю вимагає створення оптимальних каналів розподілу. Це означає, що виробник повинен робити вибір між різними типами каналів розподілу. На основі аналізу теоретичних засад збутовою діяльністю визначено критерії вибору шляхів розповсюдження продукції. Перш за все, дистрибуція може відбуватися як за схемами прямого, так і опосередкованого збуту. на формування збутової мережі впливає вид та розташування торговельного середовища, форма каналу розподілу, планування розповсюдження продукції в регіонах. Кінцевим етапом є або формування філіалів або пошук посередників, в залежності від форми розподілу та налагодження збутової мережі.

Оптимізація дистрибуційних мереж дає змогу формувати збутові логістичні системи на підприємствах. Їх використання сприяє підвищенню ефективності управління збутом шляхом мінімізації витрат, пов'язаних із зберіганням та доставкою продукції. Оптимальним є той варіант, коли витрати на зберігання і транспортування одиниці продукції, а також будівництво складу є мінімальними. Розроблення і впровадження збутової стратегії є важливим механізмом виконання дистрибуційних завдань підприємства. Формуванню збутових стратегій притаманні ті самі етапи, що й для загальної стратегії фірми.

Основою формування стратегії є аналіз зовнішнього середовища компанії, що окремо проводиться за параметрами мікро- і загального середовища, при цьому здійснюється пошук напрямків впливу на його чинники. Виділяють два напрямки збутових стратегій: стимулювання збуту і розповсюдження товару. Стратегії стимулювання збуту – це комплекс стратегій, спрямованих на застосування маркетингових комунікацій для підвищення ефективності збуту. В межах стратегії стимулювання збуту цікавим є управління відносинами з клієнтами (*CRM – Custom Relation Management*). Ця стратегія розробляється для зростання обсягів продажу та підвищення прибутковості через підвищення рівня задоволення клієнтів.



## РОЗДІЛ 2

### СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗАКВАСОК КИСЛОМОЛОЧНИХ

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

Для оцінки якості продукції проводиться визначення стану споживчої і транспортної тари, стану маркування, органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показників відповідно до вимог нормативно технічної документації (ТУ У 15.5-34480442-001:2009.) за технологічними інструкціями, з дотриманням санітарних правил, затверджених в установленому порядку.

Об'єктом для дослідження якості закваски кисломолочної з наповнювачем полуниця жирність 2.5% різних виробників, що реалізуються в роздрібній торговельній мережі:

Зразок 1- Закваска кисломолочна ТМ “Яготинське” з наповнювачем “Полуниця” (ТзОВ «Яготинський маслозавод», Київська обл., м. Яготин, вул. Шевченка, 217). Жирність 2,5%

Зразок 2- Закваска кисломолочна ТМ «Lactel» з наповнювачем “Полуниця” (ТОВ «Молочний дім» Дніпропетровська область, м. Павлоград, вул. Харківська, 1-в). Жирність 2,5%.

Зразок 3- Закваска кисломолочна ТМ “Простоквашино” з наповнювачем “Полуниця” (ПАТ «Кременчужський молокозавод» Полтавська обл., м. Кременчук, вул. Лікаря О. Богаєвського 14/69). Жирність 2,5%.

Зразок 4- Закваска кисломолочна ТМ “Злагода” з наповнювачем “Полуниця” (ПАТ «Комбінат «Придністровський»м. Дніпро, вул. Журналістів,15). Жирність 2,5%.

Зразок 5- Закваска кисломолочна ТМ «Фанні» з наповнювачем “Полуниця” (ТОВ «Молочний дім» Дніпропетровська обл., м. Павлоград, вул. Харківська,1в). Жирність 2,5%.

Зразки закупувались в торгово-роздрібній мережі « АТБ» в місті Київ, вул. Урлівська, 22. Дослідження проводилися в лабораторії кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю.

Для визначення якості досліджуваних зразків було проведено аналіз маркування та пакування споживчої тари, органолептичну оцінку та визначення фізико-хімічних показників (кислотності та масової частки жиру). Результати досліджень викладено в розділі 2.2 випускної кваліфікаційної роботи.

Аналіз споживчого та транспортного маркування було проведено відповідно вимог Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». Було визначено відповідність споживчого маркування, наявність всієї необхідної інформації про властивості товару, виробника, вказаний термін реалізації та дату виробництва закваски.

Згідно Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» споживче та транспортне маркування повинне містити такі дані:

- 1) назва харчового продукту;
- 2) перелік інгредієнтів;
- 3) будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, які наведені у додатку № 1 до цього Закону або походять з речовин чи продуктів, наведених у додатку № 1 до цього Закону, які використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і залишаються присутніми у готовому продукті, навіть у зміненій формі;
- 4) кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів у випадках, передбачених цим Законом;
- 5) кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання;
- 6) мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 7) будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби);
- 8) найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про харчовий продукт, а для



імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера;

9) країна походження або місце походження;

10) інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;

11) для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць - фактичний вміст спирту у напої (крім продукції за кодом 2204 згідно з УКТ ЗЕД);

12) інформація про поживну цінність харчового продукту [21].

Аналіз споживчого та транспортного пакування закваски кисломолочної було проведено відповідно Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». Було визначено вид та матеріал упаковки, перевірено наявність механічних пошкоджень, перевірено на цілісність упаковки, визначено чи можна прочитати інформацію, яку вказано на пакуванні.

Закваску пакують масою нетто від 100г до 1500г у споживче пакування:

- стаканчики з полістирольної стрічки та інших полімерних матеріалів;
- паперові пакети;
- пакети з поліетиленової плівки;
- пляшки скляні або з полімерних матеріалів;
- інше споживче пакування вітчизняного виробництва.

Споживче пакування закривають способом, який гарантує зберігання продукту.

Закваску кисломолочну у споживчому пакуванні з підприємства-виробника випускають у транспортній тарі:

- груповому пакуванні (блоками) термозсідальну плівку;
- лотках з вічками;
- ящиках картонних;
- полімерних або дротяних ящиках;

- іншій транспортній тарі.

Згідно зазначеного документу, окрім інформації, яка згадана вище у маркуванні, оформленні, рекламуванні закваски забороняється використовувати будь-яку інформацію, яка вводить в оману споживачів або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього не має. Також маркування закваски повинно містити інформацію про наявність чи відсутність у складі продукту генетично модифікованих організмів [21].

Також, Статтею 10 Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» встановлено, що усі харчові продукти, що знаходяться в обігу в Україні, повинні етикетуватися державною мовою України та містити у доступній для сприймання споживачем формі інформацію про склад харчового продукту у порядку переваги компонентів, у тому числі харчових добавок та ароматизаторів, що використовувались у його виробництві.

Наступним етапом дослідження споживних властивостей заквасок кисломолочних було визначення відповідності органолептичних показників закваски кисломолочної згідно ТУ У 15.5-34480442-001:2009 [22]. Дослідження проводилось за такими показниками: зовнішній вигляд та консистенція, смак, запах, колір.

Для цього було відібрано 5 зразків заквасок кисломолочних в окремі пробірки ємністю по 20 мл кожна та визначено колір, запах, смак та консистенцію досліджуваних зразків. Результати досліджень було порівняно із вимогами ТУ У 15.5-34480442-001:2009 та занесено в таблицю (табл. 2.5) в розділі 2.2.

Органолептичні показники у кисломолочних продуктах - це їх консистенція і зовнішній вигляд, колір, смак і запах. За консистенцією і зовнішнім виглядом закваска, йогурт і кефір повинні мати згусток непорушений, в міру щільний, без газоутворення. Для продукції, виготовленої резервуарним способом, згусток однорідної консистенції може бути порушеним. Колір закваски і кефіру-білий, ряжанки- світло-кремовий,



йогурту- білий або трохи кремовий (у плодово-ягідному - кольору сиропу), сметани - білий з кремовим відтінком, кисломолочного сиру - білий, трохи жовтуватий, з кремовим відтінком. У кисломолочних продуктах колір повинен бути однорідним у всій масі; смак і запах - чистим, без сторонніх присмаків і запахів. У виробках з добавками цукру, плодово-ягідного сиропу та ін. повинен бути виражений смак і запах добавок [23].

В таблиці 2.1 визначено органолептичні властивості, які повинна мати закваска кисломолочна згідно ТУ У 15.5-34480442-001:2009 [22].

*Таблиця 2.1*

**Органолептичні показники якості закваски кисломолочної**

Назва показника	Характеристика
Зовнішній вигляд і консистенція	Однорідна, в'язка, з порушеним або непорушеним згустком (залежно від технології виробництва).  Дозволено: газоутворення, яке спричинено нормальною життєдіяльністю мікрофлори закваски; незначне відокремлення сироватки
Смак і запах	Чистий, кисломолочний. Смак щипкий, без сторонніх присмаків і запахів
Колір	Молочно-білий, рівномірний за всією масою

*Джерело:* [22]

Провівши органолептичну оцінку досліджуваних зразків, отримані результати ми порівняли із вимогами стандарту та надали оцінку за п'ятибальною шкалою та занесли результат до табл.2.6.

Після аналізу органолептичних властивостей було проведено дослідження фізико-хімічних показників закваски кисломолочної згідно ТУ У 15.5-34480442-001:2009, зокрема визначення кислотності та масової частки жиру.

З фізико-хімічних показників у кисломолочних продуктах визначають температуру, масову частку жиру, кислотність. Температура кисломолочних продуктів при випуску з підприємства не повинна перевищувати  $+8^{\circ}\text{C}$ . Масова частка жиру, вітаміну С, сухих речовин і сахарози не повинна бути меншою за дані, які вказані на маркуванні або в нормативно-технічній документації [21].

Визначення масової частки жиру в заквасці кисломолочній проводиться згідно ГОСТ 5867-90 “Молоко та молочні продукти. Методи визначення жирності”. Суть методу полягає у центрифугуванні проби із витримкою у водяній бані між центрифугуваннями. Відлік проводили за шкалою жироміру по середній лінії між верхньою і нижньою точками меніску [24]. Показники порівнювали із значеннями в таблиці 2.2 та зробили висновки щодо жирності закваски кисломолочної.

Потім ми визначали рівень титрованої кислотності закваски кисломолочної згідно ГОСТ 3624-92 “Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности”. Кислотність молока у градусах Тернера визначається об'ємом розчину гідроксиду натрію (калію) концентрацією 0,1 моль/дм<sup>3</sup>, у сантиметрах кубічних, витраченого на титрування, помноженому на 10 [25].

Після проведення досліду порівняли отримані дані із значеннями в таблиці 2.2 та зробили висновки щодо кислотності кисломолочної закваски.

*Таблиця 2.2*

#### **Фізико-хімічні показники якості закваски кисломолочної**

Назва показника	Норма	Метод контролювання
Масова частка жиру, %: - Закваска	від 1,0 до 5,0	згідно з ГОСТ 5867



*Продовження табл.2.2*

Кислотність: --титрована, °Т --активна, рН	від 85 до 130 від 4,8 до 4,0	згідно з ГОСТ 3624 згідно з ГОСТ 26781
--	---------------------------------	---

Останнім етапом дослідження якості в лабораторних умовах є визначення мікробіологічних показників згідно ТУ У 15.5-34480442-001:2009- кількості життєздатних молочнокислих бактерій, кількості дріждів та наявності патогенних організмів.

За мікробіологічними показниками закваска кисломолочна повинна відповідати вимогам, що наведені в таблиці 2.3.

*Таблиця 2.3***Мікробіологічні показники якості закваски кисломолочної**

Назва показника	Вимоги НД
Кількість життєздатних молочнокислих бактерій, КУО в 1 см <sup>3</sup> , не менше ніж	1x10 <sup>7</sup>
Кількість дріжджів, КУО в 1 см <sup>3</sup> , не менше ніж	1x10 <sup>3</sup>
Бактерії групи кишкових паличок (коліформи), в 0;Гсм <sup>3</sup>	Не дозволено
Патогенні мікроорганізми,в тому числі бактерії роду Сальмонела, в 25 см <sup>3</sup>	Не дозволено
Staphylococcus aureus, в 1,0 см <sup>3</sup>	Не дозволено
Плісняві гриби, КУО в 1 см <sup>3</sup> , не більше ніж	50

Отже, для дослідження споживних властивостей заквасок кисломолочних проводиться визначення стану споживчої і транспортної тари, стану маркування, органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показників відповідно до вимог нормативно технічної документації (ТУ У 15.5-34480442-001:2009.).

## 2.2. Оцінка споживних властивостей заквасок кисломолочних

Споживні властивості заквасок кисломолочних відіграють важливу роль для споживача. В залежності від виду закваски, якості сировини та технології виготовлення виробники можуть змінювати властивості готового продукту. Для визначення якості досліджуваних зразків було проведено аналіз маркування та пакування споживчої тари, органолептичну оцінку та визначення фізико-хімічних показників (кислотності та масової частки жиру).

Для пакування кисломолочних продуктів використовують як споживчу, так і транспортну тару. Споживчою тарою для кисломолочних напоїв служать: скляні широкогорлі пляшки, пакети з полімерних матеріалів; пакети з комбінованих матеріалів типів "Тетра-Брік" і "Пюр-Пак", вузькогорлі пляшки.

Аналіз пакування засвідчив, що зразки пакують в споживчу тару у вигляді скляних або полімерних широкогорлих пляшок, пакетів з полімерних матеріалів; пакетів з комбінованих матеріалів типів "Тетра-Брік" і "Пюр-Пак".

При дослідженні пакування зразків заквасок кисломолочних було визначено, що запаковані в ПЕТ пляшки 3 зразки: Зразок 1- закваска кисломолочна ТМ «Яготинське» з наповнювачем «Полуниця», Зразок 2- закваска кисломолочна ТМ «Lactel» з наповнювачем «Полуниця» та Зразок 3- закваска кисломолочна ТМ «Простоквашино» з наповнювачем «Полуниця»; зразок 4- закваска кисломолочна ТМ «Злагода» з наповнювачем «Полуниця» був запакований в Тетра Пак; Зразок 5- закваска кисломолочна ТМ «Фанні» з наповнювачем «Полуниця» мав ПЕТ упаковку. На всіх 5 зразках на упаковці зазначені умови зберігання, найменування, місцезнаходження, номер телефону



виробника та фактична адреса потужностей виробництва, склад та поживна(харчова) цінність на 100 г продукту, маса нето, вказаний відсоток жиру, наявний штрих код, та особливі позначки «Без ГМО», вказані дата виготовлення та термін придатності.

Результати аналізу маркування та пакування заквасок кисломолочних занесено до табл. 2.4

Таблиця 2.4

### Аналіз маркування та пакування зразків закваски кисломолочної

Найменування показника	ТМ “Яготинське”	ТМ «Lactel»	ТМ «Простоквашино»	ТМ “Злагода”	ТМ “Фанні”
Вид тари	ПЕТ пляшка	ПЕТ пляшка	ПЕТ пляшка	Тетра Пак	ПЕТ пакет
Назва та адреса підприємства-виробника	ТзОВ «Яготинський маслозавод» Київська обл., м. Яготин, вул. Шевченка, 217	ТОВ «Молочний дім» Дніпропетровська область, м. Павлоград, вул. Харківська, 1-в	ПАТ «Кременчузький молокозавод» Полтавська обл., м. Кременчук, вул. Лікаря О. Богаєвського 14/69	ПАТ «Комбінат «Придністровський» м. Дніпро, вул. Журналістів, 15	ТОВ «Молочний дім» Дніпропетровська обл., м. Павлоград, вул. Харківська. 1-в.
Торгова марка	ТМ “Яготинське”	ТМ «Lactel»	ТМ “Простоквашино”	ТМ “Злагода”	ТМ “Фанні”

Продовження табл.2.4

Склад	Молоко коров'яче незбиране, молоко знежирене, препарат бактеріальний: висококонцентровані культур, фруктовий наповнювач "Полуниця", молочнокислих мікроорганізми в (які містять ацидофільну та болгарську палички)	молоко знежирене, молоко знежирене відновлене (В*), наповнювач "Полуниця", регулятор кислотності лимонна кислота, стабілізатор ксантанова камедь), цукор, вершки, закваска йогуртна.	Незбиране молоко, знежирене молоко, сухе знежирене молоко, наповнювач "Полуниця"-7% закваска молочнокислих культур.	Молоко коров'яче незбиране, молоко знежирене, фруктовий наповнювач "полуниця"-4,5%, ароматизатор полуниці, регулятор кислотності	Молоко знежирене, фруктовий наповнювач "полуниця", регулятор кислотності, цукор, вершки, закваска молочнокислих культур.
Дата виробництва та термін придатності	27.09.2019 днів	24.09.2019 днів	26.09.2014 днів	27.09.2017 днів	24.09.2014 днів
Умови зберігання	+2...+6	+2...+6	+2...+6	+2...+4	+2...+6

Продовження табл.2.4

Маса нетто	900	900	870	450	870
Харчова (г) та енергетична цінність (калорійність) 100г закваски	Жири:2,5 Білки:2,8 Вугле-води: 4,0 Жирність: 2,5% Енергетична цінність на 100 г продукту: 49 ккал	Жири:2 Білки:3 Вуглеводи: 4,5 Жирність: 2,5% Енергетична цінність на 100 г продукту: 49 ккал	Жири:2,5 Білки:3,2 Вуглеводи: 5 Жирність: 2,5% Енергетична цінність на 100 г продукту: 49 ккал	Жири:2,5 Білки:2,4 Вуглеводи: 10,9 Жирність: 2,5% Енергетична цінність на 100 г продукту: 49 ккал	Жири: 2.6 Білки: 2.8 Вугле-води: 13 Жирність: 2,5% Енергетична цінність на 100 г продукту: 49 ккал
НД	ТУ У 15.5-34480442-001:2009	ТУ У 15.5-25593656-012:2012	ТУ 15.5-9222-045-13605199	ТУ У 15.5-19492247-004-2003	ТУ У 15.5-00447847-001-99

Дослідивши та проаналізувавши досліджувані зразки можемо визначити недоліки маркування та пакування товарів. На пляшці зразку 2- закваски кисломолочної з наповнювачем «Полуниця» ТМ «Lactel» (виробник ТОВ «Молочний дім») умови зберігання, найменування, місцезнаходження, склад та поживна(харчова) цінність вказані занадто дрібним шрифтом, які важко прочитати неозброєним оком. На упаковці зразку 5- закваски кисломолочної з наповнювачем «Полуниця» ТМ «Фанні» (виробник ПАТ «Молочний дім») наявні потертості на покритті, що свідчить про неправильні умови транспортування продукції.



Щодо зразків під номером 1,3,4,5 можемо констатувати, що інформація нанесена на упаковку у вигляді етикетки виробничим друком. Колірна гамма етикетки яскрава, насичена, гармонійна. Ринкова атрибутика представлена товарними знаками і фірмовим кольором.

Після визначення маркування та пакування заквасок кисломолочних ми визначали відповідність органолептичних показників досліджуваних зразків вимогам ТУ У 15.5-34480442-001:2009. Отримані результати ми внесли в таблицю 2.5.

Таблиця 2.5

### Органолептична оцінка зразків закваски кисломолочної

Назва показника	ТМ «Яготинське»	ТМ «Lactel»	ТМ «Простоквашино»	ТМ «Злагода»	ТМ «Фанні»	Вимоги згідно ДСТУ
Зовнішній вигляд і консистенція	Однорідна, в'язка, з непорушним згустком	Незначна кількість сироватки на поверхні	Однорідна з непорушним згустком	Однорідна, з непорушним згустком	Наявна сироватка на поверхні	Однорідна, в'язка, з непорушним згустком
Смак і запах	Чистий, кисломолочний. Смак характерний, без сторонніх присмаків і запахів	Специфічний, ненасичений	Яскраво виражений без сторонніх присмаків	Занадто солодкий, специфічний	Специфічний, притаманний	Чистий, кисломолочний. Смак характерний, без сторонніх присмаків і запахів
Колір	Блідо-рожевий, рівномірний за всією масою	Блідо-рожевий	рожевий	малиновий	Блідо-рожевий	Блідо-рожевий, рівномірний за всією масою

Проведемо оцінку органолептичних показників за п'ятибальною шкалою. Зразок 1- закваска кисломолочна ТМ «Яготинське» однорідна, має непорушний

згусток, без газоутворення, рожевий колір рівномірний за всією масою, гарно виражений чистий кисломолочний смак та приємний запах полуниці,

Зразок 2- закваска кисломолочна ТМ «Lactel» має на поверхні незначну кількість сироватки, наявні шматочки полуниці, консистенція неоднорідна, колір блідо-рожевий, на смак- специфічний, недостатньо виражений, відчувається певна згірклість, запах- характерний.

Зразок 3- закваска кисломолочна ТМ «Простоквашино», має однорідну густу консистенцію, рожевий колір, смак та запах притаманні та характерні заквасці з полуничним наповнювачем.

Зразок 4- закваска кисломолочна ТМ «Злагода» має однорідну консистенцію, малиновий колір, смак занадто солодкий, відчувається великий вміст цукру, смак яскраво виражений, досягнутий шляхом додавання ароматизаторів.

Зразок 5- закваска кисломолочна ТМ «Фанні» має неоднорідну консистенцію, наявні шматочки полуниці, недостатньо подріблені, колір блідо-рожевий з сіруватим відтінком, смак та запах характерні та притаманні.

Підсумовуючи проведений аналіз, ми провели балову оцінку органолептичних показників досліджуваних зразків заквасок кисломолочних (табл.2.6).

Таблиця 2.6

**Балова оцінка органолептичних показників заквасок кисломолочних**

Назва	Консистенція	Колір	Смак	Запах	Загальна оцінка
ТМ «Яготинське»	5,0	5,0	4,0	5,0	19,0

Продовження табл. 2.6

ТМ «Lactel»	4,0	4,0	3,0	4,0	15,0
ТМ «Простокваши но»	5,0	5,0	4,0	5,0	19,0
ТМ «Злагода»	5,0	4,0	3,0	4,0	16,0
ТМ «Фанні»	4,0	4,0	3,0	4,0	15,0

Провівши органолептичну оцінку, можемо зробити висновок, що найкращі результати показали зразки продукції ТМ «Яготинське» та ТМ «Простоквашино», які набрали по 19,0 балів. Зразок 4- ТМ «Злагода» набрав 16,0 балів, 4-5 місце розділили зразки під номером 2 та 5- ТМ «Lactel» та ТМ «Фанні», які набрали по 15,0 балів.

Наступним етапом дослідження споживних властивостей заквасок кисломолочних було визначення фізико-хімічних показників досліджуваних зразків. Кислотність досліджуваних зразків ми визначали згідно ГОСТ 3624-92 «Молоко та молочні продукти. Титриметричні методи дослідження кислотності». Визначення масової частки жиру в заквасці кисломолочній проводилося згідно ГОСТ 5867-90 «Молоко та молочні продукти. Методи визначення жирності». Провівши всі необхідні дослідження ми отримали дані (табл. 2.7).



Таблиця 2.7

**Фізико-хімічна оцінка якості заквасок кисломолочних**

Назва показника	ТМ “Яготинське	ТМ «Lactel»	ТМ «Простоквашино»	ТМ «Злагода»	ТМ «Фанні»	Вимоги ДСТУ
Кислотність Титрована, °Т	101,0	97,0	105,0	112,0	94,0	Від 85 до 130
Масова частка жиру, %:	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	Від 1,0 до 5,0

Фізико-хімічна оцінка якості кисломолочних продуктів вказала на те, що всі закваски кисломолочні відповідають нормативній документації за такими показниками: кислотність та жирність.

Отже, для дослідження споживних властивостей заквасок кисломолочних ми провели визначення стану споживчої і транспортної тари, стану маркування, органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показників відповідно до вимог нормативної документації (ТУ У 15.5-34480442-001:2009.). Підсумувавши результати досліджень можемо прийти до висновку, що найкращі результати показали закваски кисломолочні торгових марок «Яготинське» та «Простоквашино», найнижчу якість мали продукти ТМ «Lactel» та ТМ «Фанні». Тому виробникам слід підвищити якість продукції, звернути увагу на технологію виробництва та маркування товару.

## РОЗДІЛ 3

### УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗБУТУ ЗАКВАСОК КИСЛОМОЛОЧНИХ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

#### 3.1. Дослідження механізму формування системи товароруку на підприємстві

Аналіз діяльності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» показав, що завод входить до складу групи компаній «Молочний альянс». АТ «Молочний альянс» – компанія з централізованою структурою управління фінансами, закупівлями, маркетингом, виробництвом, логістикою та продажами. До складу якої входять підприємства з виробництва сирів, цільномолочної та кисломолочної продукції, підприємства зі збору та обробки молока та молочної продукції, а також компанії, які здійснюють реалізацію продукції в Україні та за кордоном.

Після приєднання до групи компаній «Молочний Альянс» у 2006 році (АТ «Молочний альянс» придбало 99% акцій підприємства) на ТДВ «Яготинський маслозавод» (тоді ще ПАТ «Яготинський маслозавод») відбулася суттєва реконструкція і технічне переоснащення .

Протягом наступних років на заводі було відкрито цех з виготовлення сухого знежиреного молока з новітніми високопродуктивними виробничими потужностями, сучасний масло-цех та сирний цех з унікальним обладнанням, розроблено нові види продукції на основі незбираного молока.

Нарощуючи потужності та обсяги виробництва, збільшувалась сировинна зона підприємства, яка на сьогодні охоплює Київську, Полтавську, Чернігівську, Житомирську, Черкаську, Вінницьку та Хмельницьку області.

У кінці 2012 року Група компаній «Молочний альянс» вивела на ринок торговельну марку дитячого молочного харчування «Яготинське для дітей».

Для вказаних цілей компанія побудувала унікальний для України окремий спеціалізований завод з виробництва дитячого молочного харчування, розташований в екологічно чистій зоні Київської області — смт. Згурівка поблизу Згурівського дендропарку. На заводі встановлено найсучасніше обладнання закритого циклу, що виключає контакт людських рук із продукцією під час її виробництва. Держава акціями товариства не володіє (відсоток акцій у статутному капіталі, що належать державі – 0%).

Група компаній «Молочний альянс», до складу якої входить ТДВ «Яготинський маслозавод» займається інтенсивним пошуком сучасних інноваційних рішень, постійно впроваджує у виробничий процес нові технології та удосконалює бізнес-процеси. Успіх компанії багато у чому обумовлений правильно побудованим механізмом товароруку.

З метою покращення якості продукції на ТДВ «Яготинський маслозавод» встановлено сучасне високотехнологічне обладнання світових виробників закритого циклу, яке виключає безпосереднє втручання людини у виробничий процес, починаючи від забору сировини та закінчуючи фасуванням готової продукції. Це гарантує безпеку і якість продукту.

Обсяг виробництва забезпечено за рахунок випуску продукції такої номенклатури: сирно-творожна, масло вершкове, молоко питне, кисло-молочна продукція в асортименті. За 2019 рік ТДВ вироблено та реалізовано продукції на суму 3 201 672 тис грн.

Молоко та молочна продукція ТДВ «Яготинський маслозавод» реалізується по всій території України через розгалужену мережу дистриб'юторів, що покриває всі регіони країни (Західна, Східна, Північна, Південна, Центральна Україна). Для підтвердження підприємство надало Апеляційній палаті Міністерства економічного розвитку і торгівлі України копії договорів поставки та видаткових накладних з дистриб'юторами за 2012 – 2017 роки [26].



Продукція компанії пропонується до продажу у багатьох великих торговельних мережах України: «АТБ-маркет», «Сільпо», «Новус», «Велика Кишеня», «Метро», «Караван», «Фуршет», «Еко-Маркет», «Таврія», «Віртус», «Варус», «Копійка», «Фоззі», «Обжора», «Експансія», «Фреш» та інших

Дослідивши загальний процес схеми руху товаро-матеріального потоку на ТДВ «Яготинський маслозавод», ми визначили основні етапи процесу, зображені на рис. 3.1.



Рис.3.1 Схема руху товаро-матеріального потоку на ТДВ «Яготинський маслозавод»

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Організація постачання на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод», спрямована на досягнення таких результатів:

– забезпечення оптимальної організації матеріальних ресурсів у сфері виробництва та обігу з метою досягнення безперебійності виробничих процесів

та їх ритмічності, що є важливою умовою ефективного функціонування молокопереробного підприємства;

– постійний моніторинг співвідношення «ціна-якість» необхідних матеріальних ресурсів з метою адаптації до кон'юнктури ринків виробничих ресурсів;

– оптимізація логістичних витрат з метою зниження собівартості одиниці продукції;

– вирішення проблем складування та зберігання матеріальних ресурсів.

Управління процесом постачання на промислових підприємствах здійснюється у декілька етапів. Етапи процесу організації постачання зображені в Додатку А.

Планування процесу постачання на ТДВ «Яготинський маслозавод» розпочинається із встановлення потреби в матеріальних ресурсах і визначення величини завезення. Потреба підприємствах в матеріальних ресурсах визначається для виконання планів виробництва і збуту готової продукції, реалізації заходів технічного розвитку і підвищення ефективності виробництва, створення перехідних запасів.

Організація процесу постачання включає в себе збір інформації про необхідну продукцію; аналіз всіх джерел задоволення потреб в матеріальних ресурсах з метою вибору найбільш оптимального, укладання з постачальниками господарських договорів на поставку одержання й організацію завезення реальних ресурсів.

Наступним етапом є безпосереднє здійснення процесу постачання, який передбачає проведення заходів щодо закупівлі, транспортування, складування матеріальних ресурсів та їх належного зберігання.

Завершальним етапом є контроль за процесом постачання, який здійснюється на основі контролю за виконанням договірних зобов'язань постачальників, дотриманням ними термінів постачання, вхідного контролю за

якістю матеріальних ресурсів, аналізу діяльності постачальницької служби і підвищення її ефективності [27].

Однією з потужних можливостей створення конкурентних переваг молокопереробного підприємства є вдосконалення його діяльності щодо формування політики розподілу. В цьому контексті, під політикою розподілу продукції варто розуміти діяльність конкретного підприємства з планування, реалізації та контролю руху товарів від виробника до споживача шляхом ефективної організації продажу, формування цін, товаропросування, маркетингових комунікацій та післяпродажного обслуговування з метою якнайповнішої реалізації стратегії підприємства.

Саме ефективні канали розподілу забезпечують наявність сталого товарного асортименту, сформованого відповідно до запитів кінцевих споживачів, оптимізацію витрат на доведення товарів та сприяють, таким чином, високій якості обслуговування в збуті.

Організація товароруку - це діяльність з планування і контролю за переміщенням продукції від місця її створення до місця продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для підприємства.

Під рухом товарів мається на увазі система забезпечення доставки продукції до місця продажу або експлуатації (встановлення) у точно обумовлений час і з максимально високим рівнем обслуговування. Разом з тим це більш або менш розвинений ланцюжок комерційних посередників [28].

Планування товароруку - це систематичне прийняття рішень щодо фізичного переміщення і передачі власності на товар або послугу від виробника до споживача, включаючи транспортування, зберігання і здійснення угод.

Система товароруку покликана перетворити виріб як результат мислення і діяльності інженерів, конструкторів, технологів, дизайнерів в товар, тобто забезпечити передачу (продаж) виробленого тим, хто його буде споживати. Таким чином, система товароруку як підфункція збуту і продажів охоплює



значну сферу діяльності підприємства, починаючи зі складу готової продукції і закінчуючи місцем продажу вироблених товарів [29].

Найбільш складним і важливим для підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» є створення хороших відносин з каналами збуту. Для цього потрібні тривалий час і значні зусилля. Якщо учасники каналів збуту впливові, то істотно зростають і можливості виробників. По налагодженим каналам легше організувати збут продукції. Одночасно створюються складності для проникнення нових підприємств в канали збуту.

Аналізуючи діяльність підприємства, його зв'язки з посередниками для забезпечення ефективного збуту продукції, розвиток власної розподільної мережі, можемо зробити виновок, що до числа найважливіших стратегічних завдань підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» належать:

- 1) розробка стратегії розподілу товарів у взаємозв'язку з глобальною маркетинговою стратегією фірми;
- 2) прогнозування глибини (кількість посередників) і ширини (кількість посередників на одному рівні) каналів розподілу, які спроможні забезпечити збут продукції з урахуванням перспектив розвитку виробництва;
- 3) визначення оптимальної структури каналів розподілу товарів і вирішення питань, забезпечують їх співробітництво, а також чільну роль.

Тактичні завдання товароруху пов'язані з повсякденною діяльністю підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод», спрямованою на успішний збут виробленої продукції силами своєї збутової мережі та забезпечення раціонального співпраці з усіма можливими посередниками. Тактичні завдання визначаються стратегічними завданнями, але при цьому вони мають відображати всі вимоги, які споживач негайно пред'являє до каналів розподілу.

Процес товароруху складається:

- 1) визначення цілей товароруху;
- 2) системи обробки замовлень;
- 3) створення складських приміщень;

- 4) регулювання запасів;
- 5) вибору методу транспортування;
- 6) оцінки і контролю системи товароруху.

Цілі товароруху можна розглядати з двох позицій: ступеня задоволеності покупців і зниження витрат. Методом досягнення цілей першої групи може бути мінімізація випадків відсутності товарів в наявності і своєчасне виконання замовлень шляхом створення ефективної системи транспортування. Важливо також мінімізувати кількість випадків пошкодження вантажів при транспортуванні [30].

Мінімізуючи витрати на організацію товароруху, ні в якому разі не можна забувати про рівень обслуговування, який визначається наступними факторами:

- 1) швидкістю виконання замовлень та можливістю здійснення термінової поставки;
- 2) готовністю прийняти назад поставлену продукцію, якщо в ній буде виявлений дефект і в найкоротший термін замінити її або компенсувати понесені споживачем збиток;
- 3) добре організованою власної складською мережею і достатнім рівнем запасів продукції по всій номенклатурі;
- 4) високоефективною службою сервісу або супроводу;
- 5) конкурентоспроможним рівнем цін по доставці продукції.

Жоден з цих факторів сам по собі не є вирішальним. Всі ці фактори в тій або іншій мірі впливають на систему товароруху, і нехтування одним з них може порушити її нормальне функціонування і негативно позначитися на іміджі підприємства.

Так, як свідчить практичний досвід підприємства ТДВ “Яготинський маслозавод”, в діяльності молокопереробного підприємства збут відіграє декілька ролей. По-перше, збутова мережа продовжує процес виробництва, здійснюючи підготовку товару до продажу (сортування, фасування, пакування тощо). По-друге, в процесі збуту ефективним чином відбувається виявлення і

вивчення смаків і вподобань споживачів. По-третє, за підсумками збуту остаточно визначається результат усіх маркетингових зусиль підприємства, спрямованих на розвиток виробництва і отримання максимального прибутку.

Тому на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод» великого значення надають саме збутовій функції, що реалізується через політику розподілу продукції та канали збуту зокрема. В даному аспекті канал розподілу – це система, до якої входять різні суб'єкти господарської діяльності, метою яких є просування права власності на товар від виробника кінцевому споживачу із забезпеченням власного прибутку шляхом оптимізації всіх складових, що входять до каналу. Оптимізація товароруку та зворотного в'язку, інформаційного забезпечення, фінансових потоків створює цілісну, ефективну та узгоджену систему розподілу.

Основною передумовою даної тенденції вважають відсутність єдиного підходу до процедури формування каналу розподілу, що враховував би галузеву специфіку переробної галузі, а саме: унікальність зберігання та транспортування продукції переробки сільськогосподарської сировини; рівень попиту на даний продукт, оборотність продукції; ціновий сегмент ринку тощо. Тож, спираючись на аналіз практичного досвіду вітчизняних продуцентів, доходимо висновку, що ефективність політики розподілу та системи товароруку підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» залежить від наступної групи факторів:

- швидкість виконання замовлення (час від відправки замовлення до моменту отримання товару);
- можливість термінового постачання товару за спеціальним замовленням;
- вміння використати найбільш відповідний для перевезення певного товару;
- вид транспорту;
- відповідний рівень запасу товару;
- готовність прийняти назад поставлений товар, якщо він не відповідає



необхідній якості або в ньому виявлений дефект, і замінити в найкоротший термін доброякісним;

- забезпечення різних партій відвантаження товару за бажанням покупця;
- наявність розгалуженої та оснащеної складської мережі;
- прийнятний рівень цін, за якими надаються послуги товароруху покупцю.

Таким чином, можемо дійти висновку про те, що важливими елементами товароруху ТДВ «Яготинський маслозавод» виступають: служба прийому та обробки замовлень, складське господарство, таропакувальне господарство, транспортна служба, фінансова служба, бухгалтерія. Не менш суттєва роль відводиться і під елементи зовнішнього середовища, що опосередковано забезпечують процес розподілу. Їх аналіз потребує глибинного та змістовного вивчення як в царині теоретичного підходу, так і з практичної точки зору.

Отже, поняття розподілу продукції на підприємстві «Яготинський маслозавод» об'єднує регулювання усіх виробничих заходів, спрямованих на переміщення продуктів харчування в просторі і часі від місця виробництва до місця споживання. Тому, алгоритм формування каналу розподілу молокопереробним підприємством доцільно представити наступним чином (рис. 3.2):

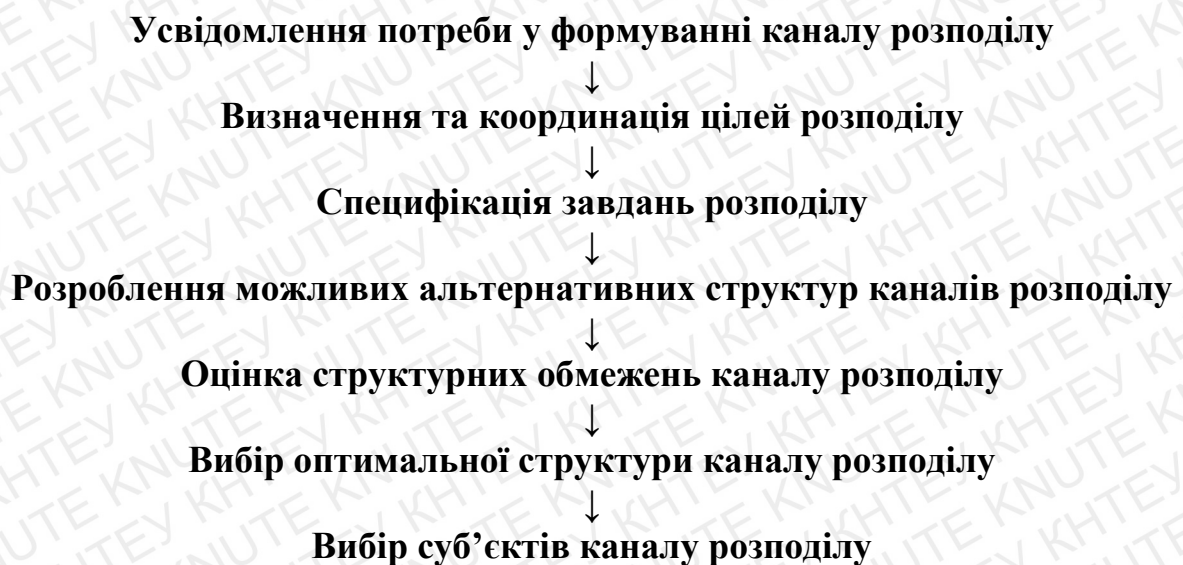


Рис. 3.2 Алгоритм формування каналу розподілу переробними підприємствами

Основним посередником у підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод» виступає «Еталон-Логістик». Ця організація дозволяє виробникові користуватися налагодженою системою товароруку, забезпечує більший ринок, економить його витрати на утримання персоналу, але й обтяжує його певними комісійними винагородами і торговельними націнками.

Маслозаводом організовано централізоване перевезення молока від сільськогосподарських підприємств і від населення. Автотранспортний цех, нині налічує 89 одиниць рухомого транспорту, у тому числі 35 молоковозів, і має належну базу для їх технічного обслуговування. Це дає можливість вчасно доставляти сировину та здійснювати реалізацію молочної продукції. Маслозавод для збирання молока від населення надає свою автомашину: взимку — один раз, а влітку — двічі на добу (зранку і ввечері). Така організація дає змогу проводити швидкий збір молока завдяки об'їзду села по визначених точках, і це дає позитивний результат.

Зважаючи на складну ситуацію в молочному скотарстві країни особливо обирати постачальників не доводиться. Основною проблемою є не їх вибір, а їх достатня кількість для достатнього використання виробничих потужностей.

ТДВ «Яготинський маслозавод» у процесі своєї діяльності користується послугами фірм посередників, серед яких хотілося б виділити торгового посередника Торговий дім «Еталон», рекламну агенцію «Артмастер», Акціонерний комерційний банк «Райффайзен Аваль», компанії по управлінню активами «Еталон Есет Менеджмент», логістичну компанію «Еталон-Логістик». Логістична компанія «Еталон-Логістик» є проміжною допоміжною ланкою між ТДВ «Яготинський маслозавод» і ТД «Еталон», здійснюючи перевезення і забезпечуючи складування (ВАТ «Видубичі» - складський комплекс, що належить альянсу) готової продукції в м. Києві.

70% всієї виробленої продукції реалізується через торговий дім «Еталон», який взаємодіє з усіма підприємствами ЗАТ «Молочний альянс». Через дану структуру закуплена оптом продукція розподіляється між роздрібними та

оптовими мережами супермаркетів, а також іншими торговими точками по м. Києву. Оптова і роздрібна торгівля здійснюється через мережі супермаркетів «Сільпо», «АТБ», «Фуршет», «Еко», «Велика кишеня», «Fozzy», «BILLA».

Дослідивши систему збуту ТДВ «Яготинський маслозавод», побудуємо схему збуту продукції на підприємстві (рис 3.3):



Рис. 3.3 Схема збуту продукції на ТДВ «Яготинський маслозавод»

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Як висновок, відмітимо, що на збут продукції переробних підприємств впливає велика кількість елементів зовнішнього і внутрішнього середовища, які формують робоче оточення організації. Визначальними чинниками цього оточення є конкуренти, споживачі, постачальники. Власне, успішний збут продукції залежить від споживачів, тобто тих, хто платить гроші для придбання товарів та послуг підприємства.



Проте робота зі споживачами в умовах жорсткої конкуренції стає щораз складнішою. Тут потрібно враховувати форми та організацію роботи каналів розподілу і просування продукції до споживача, якість роботи збутового персоналу, формування ціни на продукцію, маркетингові комунікації (реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, виставки, упаковка, спонсорство тощо).

Отже, для досягнення комерційного успіху при використанні того чи іншого каналу розподілу необхідно проаналізувати всі фінансові питання, провести порівняльну характеристику витрат підприємства на можливі канали збуту, чітко визначити цілі та завдання розподілу, оцінити структурні обмеження каналу та вибрати його оптимальну структуру, враховуючи специфічні фактори галузевого рівня. Крім того, порівняльна оцінка вартості окремих каналів збуту повинна також узгоджуватися з перспективами росту обсягів продажу, а також можливості уникнути втрат від усувних ризиків.

Реалізація такого підходу до модернізації діяльності ТДВ “Яготинський маслозавод” є запорукою його сталого розвитку та фактором підвищення конкурентоспроможності на продовольчому ринку України.

### 3.2. Оцінка ефективності організації збуту заквасок кисломолочних

Оцінка внутрішньої ефективності управління збутовою політикою – це визначення відповідності результатів управління збутовою політикою встановленим цілям, ефективності самих стратегій та економічної ефективності управління збутовою політикою. Ефективність збутової діяльності, насамперед, залежить від ринків збуту, що, своєю чергою, впливає на обсяги продажів, середній рівень цін, дохід від реалізації продукції, суму отриманого прибутку та безпосередньо пов'язана з управлінням [31].

Організація збуту на підприємстві “Яготинський маслозавод” залежить від потенціалу підприємства та обраної ним збутової політики – сукупності

збутових стратегій і комплексу заходів з формування асортименту товарної продукції та ціноутворення, стимулювання збуту, укладання договорів, транспортування та інших організаційних аспектів збуту. Це – спосіб здійснення збутової діяльності.

Обґрунтуванням ефективності збутової політики є багатоваріантний розрахунок витрат обігу та вибір на його основі оптимального варіанту за основними напрямками збутової діяльності на ринку.

Аналіз розробки та обґрунтування збутової політики передбачає дослідження вирішення таких питань стосовно конкретно вибраного товару або груп товарів:

- вибір ринку;
- вибір системи збуту та визначення необхідних фінансових витрат;
- вибір каналів та методів збуту;
- вибір часу виходу на ринок;
- визначення системи руху товарів та витрат на доставку товару споживачеві;
- визначення форм та методів стимулювання збуту та необхідних для цього витрат.

Найефективнішими засобами стимулювання збуту товару на ринок є: реклама товару, використання товарного знака та технічне обслуговування реалізованої продукції. До найважливіших методів стимулювання збуту належить також система формування попиту споживачів і їх потреб шляхом встановлення особистих контактів зі споживачами на місцях реалізації.

Збутову діяльність підприємства доцільно аналізувати за такими напрямками:

- аналіз виконання договірних зобов'язань перед покупцями по поставках продукції;
- аналіз якості що поставляється покупцям продукції;
- аналіз показників результативності збутової діяльності;

- аналіз впливу збутової діяльності на прибуток підприємства.

Діагностика ефективності системи збуту передбачає не тільки розрахунок показників ефективності системи збуту, а й аналіз факторів, що вплинули на відхилення планових і фактичних показників збуту. Кількісна оцінка ефективності системи збуту передбачає порівняння у динаміці та визначення темпів зміни і відхилення показників ефективності збутової діяльності.

До таких показників належать:

- обсяг збуту (чистий дохід від реалізації продукції); чистий прибуток від реалізації продукції;
- собівартість реалізованої продукції;
- рентабельність продукції (розраховується як відношення обсягу збуту до собівартості);
- середні товарні запаси (розраховується як середнє арифметичне значення обсягу товарних запасів на початок і на кінець періоду);
- коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів (відношення обсягу збуту до середнього обсягу товарних запасів);
- товарооборотність (кількість днів у певному періоді (році), поділена на коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів);
- частка нереалізованої продукції у вартості товарної маси (відношення собівартості реалізованої продукції до середніх товарних запасів);
- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 м<sup>2</sup> збутової площі підприємства;
- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 працівника, що займається збутом;
- фонд оплати праці збутового персоналу;
- питома вага фонду оплати праці збутового персоналу в загальному фонді оплати праці підприємства [32].

Основним фінансовим результатом діяльності товариства є його прибуток або збиток. Окрім того, здійснюючи аналіз фінансових результатів



підприємства слід враховувати чистий дохід від реалізації продукції, валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування.

Фінансові звіти підприємств є дещо інформаційно обмеженими. Так, у звітах про фінансові результати відображаються такі основні показники:

- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- валовий прибуток;
- фінансовий результат до оподаткування;
- чистий прибуток.

Валовий прибуток підприємства визначається як чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за виключенням собівартості від реалізації.

Фінансовий результат від операційної діяльності – валовий прибуток за мінусом адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат.

Фінансовий результат до оподаткування визначається відніманням від фінансового результату від операційної діяльності фінансових витрат, втрат від участі в капіталі та інших витрат та додаванням доходів від участі в капіталі та інших фінансових доходів.

Чистий фінансовий результат – фінансовий результат до оподаткування за мінусом податку на прибуток [33].

Так, слід порівняти фінансові результати діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» у динаміці останніх років, розглянувши процес формування чистого прибутку (Додаток А).

Основними показниками прибутковості діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» є показники рентабельності. Їх значення порашовані в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Динаміка приросту показників рентабельності ТДВ «Яготинський  
маслозавод»**

Показник	Роки			Темп приросту, %	
	2015	2016	2017	2015/2016	2017/2016
Рентабельність валового прибутку, %	24%	23%	25%	-4%	9%
Рентабельність операційного прибутку, %	10%	9%	10%	-10%	11%
Маржа чистого прибутку, %	2%	4%	6%	100%	50%
Рентабельність виробництва, %	14%	12%	14%	-14%	17%
Дохідність на акцію, грн/шт.	168	358,5	455	113%	27%
Рентабельність активів, %	10%	18%	17%	80%	-6%
Рентабельність капіталу, %	29%	55%	41%	90%	-25%

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Слід відзначити, що динаміка показників рентабельності ТДВ «Яготинський маслозавод» досить позитивна. Так, за показниками рівня рентабельності валового та операційного прибутку у 2019 році спостерігається зростання, що позитивно характеризує діяльність обраного для аналізу підприємства. Крім того, нормативом для показника рентабельності

операційного прибутку є значення 5%, таким чином для ТДВ «Яготинський маслозавод» даний показник значно вищий, що свідчить про ефективність управління всіма витратами.

Рентабельність виробництва також є досить високою – у 2019 році складає 14%, отже можна зробити висновки, що собівартість продукції значною мірою покривається за рахунок прибутку від операційної діяльності.

Отже, аналіз показників рентабельності ТДВ «Яготинський маслозавод» показав, що процес управління формуванням прибутку на підприємстві відбувається досить ефективно. З врахуванням цього, можна зробити висновок, що подальше зростання обсягу прибутку на обраному підприємстві можливе за рахунок:

- нарощення обсягів виробництва і реалізації товарів;
- зменшення витрат на виробництво продукції;
- кваліфікованого здійснення цінової політики;
- грамотної побудови договірних відносин з постачальниками, посередниками, покупцями;
- підвищення якості продукції;
- постійного проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів.

З метою виявлення основних факторів, що впливають на чистий прибуток діяльності підприємства, потрібно провести кореляційний аналіз окремих фінансових показників діяльності підприємства. Для його проведення використано MS Excel (надбудова «Аналіз даних/Кореляція»).

Для дослідження впливу обсягів реалізованої продукції на прибутковість ТДВ «Яготинський маслозавод» можна використати кореляційний аналіз, вхідні дані, для якого, представлені у табл. 3.2:



Таблиця 3.2

**Обсяги реалізованої продукції ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2017-2019 рр.**

Продукція	Рік		
	2017	2018	2019
Молоко питне	451518	542706	684412
Кисломолочна продукція	294687	347559	430461
Сирно-творожна продукція	229134	221418	257260

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Результати кореляційного аналізу прибутковості представлено в табл. 3.3

Таблиця 3.3

**Результати кореляційного аналізу прибутковості ТДВ «Яготинський маслозавод»**

Показник	Чистий дохід	Молоко питне	Кисломолочна продукція	Сирно-творожна продукція
Чистий дохід	1	-	-	-
Молоко питне	0,998837	1	-	-
Кисломолочна продукція	0,998951	0,999997	1	-
Сирно-творожна продукція	0,848979	0,822517	0,823892	1

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Оцінка тісноти зв'язку між досліджуваними ознаками здійснювалась із використанням шкали Чеддока, характеристика представлена у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

**Характеристика тісноти зв'язку**

Показник	Молоко питне	Кисломолочна продукція	Сирно-творожна продукція
Чистий дохід	дуже сильний	дуже сильний	сильний

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Кореляційний аналіз показав, що на зміну чистого доходу впливає зміна обсягів усіх видів реалізованої продукції, але найбільше – обсяги реалізації молока питного і кисломолочної-продукції.

Згідно із проведеними дослідженнями, для формування рекомендацій по покращенню управління процесом формування прибутковості, слід врахувати, що найбільший вплив на зміну чистого доходу мають такі ознаки, як витрати на збут, фінансові витрати та інші операційні витрати.

До кошторису «Витрати на збут» включають витрати, пов'язані з реалізацією товарів, виконанням робіт, наданням послуг. Ми взяли необхідні дані та занесли їх в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

**Кошторис витрат на збут**

<i>Види витрат (збут)</i>	<i>Сума за рік, грн.</i>
Витрати на утримання основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, пов'язаних зі збутом товарів, виконанням робіт, наданням послуг	352 828

Продовження табл. 3.5

Основа та додаткова заробітна плата працівників складу	1015603,43
Нарахування на заробітну плату працівників складу	223432,75
Витрати на ремонт	30653000
Оплата послуг комісіонерів	35021000
Оренда і комунальні послуги	38520000
Витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг), на передпродажну підготовку товарів	36862000
Транспортні витрати	62068000
Інші витрати, пов'язані зі збутом товарів, виконанням робіт, наданням послуг	159709136
<b>Всього</b>	<b>364 425 000</b>

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Наступним етапом кошторису витрат є розрахунок основної та додаткової заробітної плати працівників. Отримані результати занесено до табл. 3.6

*Таблиця 3.6*

### **Розрахунок основної і додаткової заробітної плати працівників складу**

Посада	К-ть штатних одиниць	Встановлений оклад, грн.	Доплати (20%), грн.	Надбавки за високі досягнення у праці (10%), грн.	Місячний оклад з надбавками, грн	Річний фонд ЗП з надбавками, грн.
Завідуючий складом	1	9000	1800	900	11700	140400



Механік	1	5200	1040	520	6760	81120
Водій погрузчика	4	4000	800	400	5200	249600
Комірник	4	6370	1274	637	8281	397488
Складський комплектовщик	2	4300	860	430	5590	134160
Разом						1002768
Компенсаційні виплати						12835,43
<b>Всього</b>						<b>1015603,43</b>

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Відрахування із заробітної плати персоналу складу:

$$\text{ЄСВ} = 1015603,43 * 0,22 = 223432,75 \text{ грн.}$$

Також невід'ємною складовою витрат на підприємстві є амортизація основних засобів підрозділів збуту готової продукції. Амортизація основних засобів загальновиробничого (цехового, дільничного, лінійного) призначення нараховується на вартість будівлі цеху та ті основні засоби, які не входять до складу виробничої лінії, але які знаходяться в цеху з виробництва. Дані про амортизацію основних засобів підрозділів збуту продукції представлені в табл. 3.7:

Таблиця 3.7

**Амортизація основних засобів підрозділів збуту готової продукції**

Основні засоби та інші необоротні активи (вказуються всі діючі основні засоби)	Фактично встановлені на підприємстві строки використання, Тф	Норма амортизації, % (На=1/Тф)	Вартість основних засобів, грн.	Річна сума амортизації, грн.
Будівля складу	20	0,05	1500000	75000
Складські холодильні камери КХ-11,68	5	0,2	1041138	208227,6
Погрузчик STILL RX70 - 20Т	15	0,067	705000	47000
Складські ЕОМ	5	0,2	58000	11600
Інструменти, прилади, інвентар (меблі) складу готової продукції	4	0,25	44000	11000
<b>Всього</b>				<b>352 828</b>

*Джерело: складено за результатами власних досліджень*

Витрати на збут, що передбачені у загальному кошторисі витрат на збут, що стосуються ремонту, оплати послуг комісіонерів, оренди і комунальні послуг, витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг), транспортних витрат та інших витрат, пов'язаних зі збутом товарів, виконанням робіт, наданням послуг взяті з офіційної звітності підприємства.

Проведемо співставлення чинників формування чистого прибутку ТДВ «Яготинський маслозавод» та розрахуємо темп розвитку діяльності підприємства за наступною формулою:

$$TR = \frac{ЧП_{2019}}{ЧП_{2018}} * 100 \quad (3.1)$$

Де TR- темп розвитку чистого прибутку

ЧП<sub>2019</sub>- чистий прибуток за 2019 рік.

ЧП<sub>2018</sub>- чистий прибуток за 2018 рік [34].

Підставивши необхідні значення ми отримали наступний результат:

$$TR = \frac{2706103}{2024684} * 100 = 134\%$$

За таким же принципом розрахуємо темп розвитку в період з 2017 по 2018 рік:

$$TR = \frac{2024684}{1659649} * 100 = 120\%$$

Далі розрахуємо темп зростання собівартості виробництва за формулою:

$$TB = \frac{CB_{2019}}{CB_{2018}} * 100, \quad (3.2)$$

Де TB- темп зростання собівартості виробництва

CB<sub>2019</sub>- собівартість виробництва за 2019 рік.

CB<sub>2018</sub>- собівартість виробництва за 2018 рік [34].

Підставивши необхідні значення ми отримали наступний результат:



$$ТВ = \frac{2052854}{1521831} * 100 = 135\%$$

За таким же принципом розрахуємо темп розвитку в період з 2017 по 2018 рік.

$$ТВ = \frac{1521831}{1271181} * 100 = 120\%$$

Проведені розрахунки дозволяють зробити наступні висновки :

– зростання чистого прибутку у 2019 р. у порівнянні до показника 2018 р. на 2640856 тис. грн. – темп зміни 134% спричинене зростанням загального обсягу доходів підприємства на 681419 тис. грн. з одночасним збільшенням собівартості виробництва підприємства на 531023 тис. грн., темп зростання 135%;

– зростання чистого прибутку у 2018 р. у порівнянні до показника 2017 р. на 1296078 тис. грн. – темп зміни 120%, спричинене зростанням загального обсягу доходів підприємства на 365035 тис. грн. з одночасним збільшенням собівартості виробництва на 250650 тис. грн., темп зростання 120%.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства дав можливість виявити основні проблеми в його діяльності і став підґрунтям для визначення наукових і практичних підходів до визначення збуту та управління процесом формування прибутковості підприємства. Управління збутовою діяльністю на підприємстві ТДВ “Яготинський маслозавод” є складним і багатограним процесом і вимагає постійного аналізу й удосконалювання. Формування новітніх дієвих технологій у системах управління збутовою діяльністю зумовлене поступовим збільшенням обсягів реалізації. Тому першочерговим завданням підприємства має стати створення ефективної системи управління збутовою діяльністю. Організація збутової діяльності повинна бути частиною стратегії. Підприємство отримує значні обсяги чистого прибутку. Отже, в даній ситуації, основною рекомендацією для підприємства є ефективне управління отриманим прибутком, використання його як основного джерела для

фінансування розширення виробництва, збільшення долі ринку, підвищення якості продукції та розширення асортименту.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На споживні властивості впливають вид закваски, якість та вид сировини та технологія виробництва. Основною сировиною для виготовлення кисломолочних продуктів є молоко коров'яче. Важливою умовою випуску якісної продукції є відповідність якості сировини вимогам нормативної документації, контроль якості сировини. Якість молока як сировини для виробництва кисломолочної продукції, а також його живильна цінність залежать від змісту в молоці його складових частин.

Проаналізовано окремі складові та загальний процес управління збутовою діяльністю підприємств, при аналізі особливостей управління дистрибуційними каналами виділено основні їх функції, зокрема інформаційну, просування, ведення переговорів, замовлення, фінансування, поділу ризику. На основі аналізу теоретичних засад збутовою діяльністю визначено критерії вибору шляхів розповсюдження продукції. На формування збутової мережі впливає вид та розташування торговельного середовища, форма каналу розподілу, планування розповсюдження продукції в регіонах. Кінцевим етапом є або формування філіалів або пошук посередників, в залежності від форми розподілу та налагодження збутової мережі. В межах стратегії стимулювання збуту цікавим є управління відносинами з клієнтами, а розповсюдження товару – спрямоване на формування і підтримання каналів розподілу, політики співпраці із посередниками і партнерами.

Визначено стану споживчої і транспортної тари, стану маркування, органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показників заквасок від різних виробників: ТМ «Яготинське», ТМ «Lactel», ТМ «Простоквашино», ТМ «Злагода», ТМ «Фанні». Встановлено, що найкращі результати показали закваски кисломолочні торгових марок «Яготинське» та «Простоквашино». Зразки, що набрали найменшу кількість балів (закваски ТМ «Злагода», ТМ



«Lactel» та ТМ «Фанні») поступалися іншим зразкам за органолептичними показниками та станом маркування та пакування. Проте за фізико-хімічними показниками всі досліджувані зразки відповідали вимогам нормативної документації, тому всі досліджувані зразки рекомендуються до реалізації.

Проведено аналіз фінансово-економічного стану підприємства, який дав можливість виявити основні проблеми в його діяльності і став підґрунтям для визначення наукових і практичних підходів до визначення збуту та управління процесом формування прибутковості підприємства. Проведені розрахунки дозволили нам зробити наступні висновки щодо зростання чистого прибутку у 2019 р. у порівнянні до показника 2018 р. на 2640856 тис. грн. – темп зміни 134%, що спричинене зростанням загального обсягу доходів підприємства на 681419 тис. грн. з одночасним збільшенням собівартості виробництва підприємства на 531023 тис. грн., темп зростання 135% та зростання чистого прибутку у 2018 р. у порівнянні до показника 2017 р. на 1296078 тис. грн. – темп зміни 120%, спричинене зростанням загального обсягу доходів підприємства на 365035 тис. грн. з одночасним збільшенням собівартості виробництва на 250650 тис. грн., темп зростання 120%.

Управління збутовою діяльністю на підприємстві ТДВ “Яготинський маслозавод” є складним і багатогранним процесом і вимагає постійного аналізу й удосконалювання. Формування новітніх дієвих технологій у системах управління збутовою діяльністю зумовлене поступовим збільшенням обсягів реалізації.

На основі висновків сформовані такі пропозиції.

ТДВ “Яготинський маслозавод” необхідно створити ефективну систему управління збутовою діяльністю. Організація збутової діяльності повинна бути частиною стратегії. Підприємство отримує значні обсяги чистого прибутку. Тому необхідним є вжиття заходів з ефективного управління отриманим прибутком, використання його як основного джерела для фінансування розширення виробництва, збільшення долі ринку, підвищення якості продукції

та розширення асортименту товарів. Такі дії допоможуть підприємству максимально мінімізувати співвідношення витрат на виробництво до отриманого прибутку та закріпити позицію підприємства на зовнішньому ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ус В.В. Формування споживних властивостей заквасок кисломолочних /В.В. Ус// Інновації в підприємстві і торгівлі : зб. наук. ст. студ. / відп. ред. В. А. Осика. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020
2. Рудавська Г.Б. Товарознавство молочних та яєчних товарів: Підруч. / Г. Б. Рудавська, І. В. Сирохман, Є. В. Тищенко// -Київ. Держ. Торг.-екон. ун-т. – К., 2000. – 127 с.
3. Шалигіна А. М. Общая технология молока и молочных продуктов./ Шалигіна А. М. // - М. Колос 2007-199с.
4. Крусъ Г.Н. и др. Технология молока и молочных продуктов / Г.М. Крусъ, А.Г. Храмов, З.В. Волокитина, С.В. Карпичев; під ред. А.М. Шалигіна.// - М.: Колос, 2006. - 455 с.
5. Машкін М. І., Париш Н. М. Технологія молока і молочних продуктів: Навчальне видання. / Машкін М. І., Париш Н. М. //— К.: Вища освіта, 2006. — 351 с.
6. Курочкин А.А., Ляшенко В.В. Технологическое оборудование для переработки продукции животноводство/ под ред. В.М. Баутина.// - М.: Колос, 2001. - 440 с.
7. Дануров М.Г., Кивелко С.Ф., Сырык В.И., Глинц И.Б. Технология молочных продуктов и технологический контроль/ Дануров М.Г., Кивелко С.Ф., Сырык В.И., Глинц И.Б.-М.-1963-325 с.
8. І. В. Сирохман, І. М. Задорожний, П. Х. Понамарьов. Товарознавство продовольчих товарів. Підручник. / І. В. Сирохман, І. М. Задорожний, П. Х. Понамарьов. //- Київ: Лібра, 2000 – 230 с.
9. Про молоко та молочні продукти : Закон України / Верховна рада України. [Прийнято Верховною радою 24.06.2004 №1870IV]. – Режим доступу :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1870-15>



10. Молоко коров'яче – сировина. Технічні умови : ДСТУ 3662:2015. – [Чинний від 08.10.2017 р.]. – Київ: Мінекономрозвитку України, 2017. – (Національний стандарт України).
11. Європейські вимоги до виробників молока та молочних продуктів : довідник / В.С. Тимошенко, А.В. Абрамова, В.Л. Іванова, Б.М. Куртяка, Р.П. Сімонова, І.В. Ємченко. //– Львів : ПП НТЦ Леонорм-СТАНДАРТ, 2007. – 220 с. – (Європейський вибір України).
12. Ніконенко В.М. Обладнання та технологія молочного виробництва. / Ніконенко В.М. //— К.: Урожай, 1995. — 296 с.
13. Оноприйко А.В, Храмцов А.Г, Оноприйко В.А. Производство молочных продуктов. Практик. пособие./ Оноприйко А.В, Храмцов А.Г, Оноприйко В.А. // — М.: ИКЦ «Март»; Ростов н/Д: Изд. центр «Март», 2004. — 384 с.
14. Чепурний І.А. Ідентифікація та фальсифікація продовольчих товарів. — М.: Видавничо-торговельна корпорація „Дашков і К<sup>О</sup>”, 2009, — с.261-272.
15. Шидловская, В.П. Органолептические свойства молока и молочных продуктов [Текст] / В.П. Шидловская. – М. : Колос, 2000. – С. 87-89.
16. Про молоко та молочні продукти [Електронний ресурс] : Закон України [прийнято Верхов. Радою 24.06.2004 №1870-IV]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1870-15>
17. Родина, Т.Г. Сенсорный анализ продовольственных товаров [Текст] / Т.Г. Родина. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – С. 30- 36.
18. Сумец О.М. Основи операційного менеджменту : [підручник] / Сумец О.М. ; за ред. О.Л. Яременка. – К. : ВД „Професіонал”, 2005. – 416 с.
19. Галат Б. Ф. Молоко: производство и переработка, монография / Б. Ф. Галат, В. І. Гриненко, В. В. Змієв [и др.]. — Х., 2005. — 352 с.
20. Напій кисломолочний "Закваска". Технічні умови ТУ У 15.5-34480442-001 [від 02.11.2009 р.].

21. Экспертиза молока и молочных продуктов. Качество и безопасность / Н. И. Дунченко, А. Г. Храмцов, И. А. Макеева, И. А. Смирнова и др.//— Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2007. — 477 с.
22. Канцевич С. І. Якість як основна складова підвищення економічної ефективності виробництва молочних товарів в Україні / С. І. Канцевич // Економіка АПК. — 2010. — № 2. — С. 35-40.
23. Мартинов Л.В. Сучасні аспекти формування асортименту.// Молочна промисловість. — 2006, - №6, - С.10-11.
24. Сепенькіна Ю.С. Молочна промисловість України.// Молочна промисловість. — 2010, - №5, - с.62-63.
25. Тимошенко В.С. Молоко і молочні продукти.// Довідник. — Львів: НДЦ „Леонорм”, 2007, - 7 с.
26. Джурик Н.Р. Дослідження стану ринку молока та кисломолочних продуктів в Україні / Н.Р. Джурик, Л.С. Доцюк, А.М. Боян // Науковий вісник – 2007р. – вип.17.3 – С. 268.
27. Аверчева Н. О., Підвищення якості молочних продуктів як основа конкурентоспроможності продукції на європейському ринку. //- К.: Агросвіт 2019. С.30.
28. Буряковський Б. Б. Удосконалення методичних підходів до аналізу фінансового стану підприємства / Б.Б. Буряковський.// – К.: Економіка, 2013. – 101 с.
29. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер. //– К.: ПитерКом, 2011. – 718 с.
30. Бажин И.И. Логистический менеджмент/ Бажин И.И. //– Харьков : Консум, 2005. – 440 с.
31. Кальмук Н.В. Управління прибутком підприємства в сучасних умовах / Н.В. Кальмук, С.Т. Дуда // Збірник науково-технічних праць. Науковий вісник НЛУУ, 2005. – № 15.5. – С. 258.
32. Кейлер В. Экономика предприятия в современном мире / В. Кейлер.// – М. : Инфра, 2011. – 132 с.



- 33.О. Андрієць Аналіз молочної галузі України [Електронний ресурс]/ В. Андрієць— Режим доступу: <http://avm-ua.org/uk/post/analiz-molocnoi-galuzi-ukraini>
- 34.Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів [Електронний ресурс] : Закон України [прийнято Верхов. Радою 06.12.2018 № 2639-VIII]. – Режим доступу :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2639-19>
- 35.Донцова І.В. Кисломолочні продукти підвищеної біологічної цінності / І.В. Донцова, В.Т. Лебединець, Л.І. Гірняк // Обладнання та технології харчових виробництв – 2010р. – вип.25 – 384с.
- 36.ГОСТ 5867-90 “ Молоко и молочные продукты. Методы определения жирности” [Чинний від 1991-07-01] Москва : Стандартиформ, 2009.-12 с.
- 37.ГОСТ 3624-92 “Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности” [Чинний від 1992-02-12] Москва : Стандартиформ, 2009.- 8 с.
- 38.Алексеева М.Ю. Состав и свойства молока как сырья для молочной промышленности.// Справочник. – М.: Агропромиздат, 2006, - с.13.
- 39.Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Исследование продовольственных товаров. // М.: Экономика, 2006. — С. 56.
- 40.Юрченко К.Г. Стан та перспективи розвитку молокопереробної промисловості України // Економіка АПК. — № 10.- С. 135.
- 41.Постернікова, О. О. Розвиток ринку молока та молочних продуктів в Україні / О.О.Постернікова // Придніпровський науковий вісник. – 2014. – №11. – С. 98-101.
42. Офіційний сайт групи компаній АТ «Молочний альянс» [Електронний ресурс]. – URL : <https://milkalliance.com.ua/>
- 43.Явдак М. Ю. Критерії оцінки результативності діяльності підприємства / М. Ю. Явдак // БізнесІнформ, 2011. – №12. – С.74.



44. Гордійчук А.С., Стахів О.А., Кузнєцова Т.В., Збагерська Н.В. Організація і технологія матеріально-технічного забезпечення підприємства. Навч. посібник/ за заг. ред. А.С. Гордійчука. – Рівне: НУВГП, 2012. – 256 с.
45. Статистична інформація по молочній галузі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
46. Технологія молока та молочних продуктів : навчальний посібник / Власенко В. В., Т 38 Головка М. П., Семко Т. В., Головка Т. М. – Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків : ХДУХТ, 2018. – 202 с.
47. Маслюк О. В. Методичні підходи до оцінювання конкурентспроможності підприємства / О. В. Маслюк // Фінанси і кредит. - 2012. - № 1. - С 57-61.
48. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Інформаційно-аналітичний збірник (випуск 6) / За ред. П.Т. Саблукатаін. –К.: ІАЕУААН, 2003. -764с.
49. Красностанова Н. Е. Стратегічний аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового виробництва / Н. Е. Красностанова, П. С. Маковеев // Фінансова консультація. – 2001. – № 21 – 22. – С. 55-59.
50. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст] : монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Динаміка показників, що визначають обсяг чистого прибутку

Показник	Роки			2018/2017		2019/2018	
	2017	2018	2019	Абсолютна зміна(тис.грн.)	Темп зміни, %	Абсолютна зміна(тис.грн.)	Темп зміни, %
Чистий дохід від реалізації продукції	1659649	2024684	2706103	365035	122%	681419	134%
Собівартість реалізованої продукції	1271181	1521831	2052854	250650	120%	531023	135%
Валовий прибуток	2930830	3546515	4758957	615685	121%	1212442	134%
Інші операційні доходи	6358	4568	3220	-1790	72%	-1348	70%
Адміністративні витрати	15462	18457	22668	2995	119%	4211	123%

Продовж. Дод. А

Витрати на збут	210096	268928	363425	58832	128%	94497	135%
Інші операційні витрати	22021	13132	10940	-8889	60%	-2192	83%
Фінансові результати від операційної діяльності	6115597	7398115	9918167	1282518	121%	2520052	134%
Інші фінансові доходи	2941	4289	3382	1348	146%	-907	79%
Інші доходи	4537	792	619	-3745	17%	-173	78%
Фінансові витрати	60484	53774	62046	-6710	89%	8272	115%
Інші витрати	18797	152	688	-18645	1%	536	453%



Продовж. Дод. А

Прибуток (збиток) до оподаткува ння	64499 35	77576 39	10381 935	130770 4	120%	2624296	134%
Податок на прибуток	14699	28428	36180	13729	193%	7752	127%
Чистий прибуток	6543915	78399 93	10480849	129607 8	120%	2640856	134%

## Додаток Б

## Процес організації постачання матеріальних ресурсів на ТДВ “Яготинський маслозавод”

