

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

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Експертиза якості та організація збуту засобів для миття та чищення поверхонь»

Студентки 2 курсу, 7м групи,
спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації «Товарознавство
і комерційна логістика»

_____ Мельник Валентини
Олегівни

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

_____ Шаповалова Наталія
Петрівна

Науковий консультант
канд. екон. наук, доцент

_____ Приймук Ольга
Романівна

Гарант освітньої програми
д.техн.наук,професор

_____ Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2020

ЗАВДАННЯ НА ВКР

АННОТАЦІЯ

Мельник В.О. Експертиза якості та організація збуту засобів для миття та чищення поверхонь

В роботі наведено аналіз стану ринку засобів для миття і чищення поверхонь в Україні та їх діючих класифікацій, а також методику проведення експертизи засобів для миття та чищення поверхонь та результати оцінки якості засобів для миття та чищення поверхонь на ТОВ «ІЗЗІ» за органолептичними показниками та фізико-хімічним показником, а саме показником концентрації водневих іонів. Проведено аналіз збутової діяльності підприємства ТОВ «ІЗЗІ» та сформульовано пропозиції щодо удосконалення збутової діяльності на ТОВ «ІЗЗІ».

Ключові слова: засоби для миття та чищення, ринок, експертиза, якість, безпека, збут, ефективність.

SUMMARY

Melnyk V.O. Quality examination and organization of sales of detergents and surface cleaners

The work analyzes the state of the market for surface cleaners and cleaners in Ukraine and their current classifications, as well as the methods of examination of surface cleaners and the results of assessing the quality of surface cleaners at LTD «ІЗЗІ» by organoleptic characteristics and physics. chemical indicator, namely an indicator of the concentration of hydrogen ions. The analysis of sales activity of the enterprise of LTD «ІЗЗІ» is carried out and offers concerning improvement of sales activity on LTD «ІЗЗІ» are formed.

Key words: detergents, market, examination, quality, safety, sales, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади експертизи якості засобів для миття та чищення поверхонь	
1.1. Стан ринку побутових засобів для чищення та миття поверхонь в Україні.....	12
1.2. Аналіз діючих класифікацій побутових засобів для чищення та миття поверхонь.....	17
1.3. Вимоги до якості засобів для чищення та миття поверхонь.....	21
РОЗДІЛ 2. Експертиза якості засобів для чищення та миття поверхонь	
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження.....	27
2.2. Експертиза якості засобів для чищення та миття поверхонь	31
РОЗДІЛ 3. Удосконалення організації збуту на підприємстві ТОВ “ІЗЗІ”	
3.1 Аналіз та оцінка ефективності збутової діяльності засобів для миття та чищення поверхонь підприємства ТОВ “ІЗЗІ”.....	38
3.2. Шляхи удосконалення збутової діяльності підприємства ТОВ “ІЗЗІ”.....	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	64

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

1. СМЗ - синтетичний мийний засіб.
2. ПАР – поверхнево-активні речовини.
3. ТР – Технічний Регламент.
4. НТД – нормативно-технічна документація.
5. HoReCa (англ. Hotel, Restaurant, Cafe) – готельно-ресторанний бізнес.
6. ЗМІ – засоби масової інформації.
7. PR (англ. public relations) - зв'язки з громадськістю.

ВСТУП

Із зростанням науково-технічного прогресу з'являються різноманітні види синтетичних миючих засобів. Вони є невід'ємною частиною в побуті кожної людини та допомагають досягти високого рівня якості життя, шляхом здобуття чистоти в оселі, тощо. Таким чином, людина відчуває себе комфортно, що свідчить про задоволення базових фізіологічних потреб. На другому рівні постають потреби у безпеці. Вони спонукають людини обирати якісну продукцію, що особливо стосується засобів побутової хімії [1].

Життя сучасної людини важко уявити без товарів побутової хімії. Вони полегшують побут, підтримують у належному стані предмети домашнього вжитку. У процесі виробництва і застосування засоби для чищення та миття поверхонь можуть впливати на людину і потрапляти у довкілля, негативно впливаючи на них. Зростання виробництва засобів для чищення та миття поверхонь на основі поверхнево активних речовин (ПАР) зумовлено зростаючими потребами в цих препаратах багатьох галузей промисловості, підвищенням обсягів використання мийних засобів. Завдяки високій активності вони проявляють мийну здатність, тобто забезпечують видалення забруднень з поверхні, відновлюючи тим самим чистоту очищуваного матеріалу. Оскільки до складу засобів для чищення та миття поверхонь входять речовини, які можуть шкідливо впливати на наше здоров'я, необхідно щоб їх якість була не тільки високою, але й щоб речовини, які там містяться якнайменше впливали на здоров'я споживачів та стан довкілля. Тому розширення наявного асортименту засобів для чищення та миття поверхонь, особливо на основі натуральних поверхнево-активних речовин, є актуальним і своєчасним. У зв'язку з цим, постає завдання визначення основних вимог щодо якості та екологічної безпеки засобів для чищення та миття поверхонь.

Актуальність теми визначена тим, що синтетичні мийні засоби є товарами першої необхідності, їх ринок характеризується високим ступенем товарного

насичення і високою конкуренцією, а, зважаючи на хімічний склад засобів для чищення та миття поверхонь, існує об'єктивна проблема дослідження їх якості та безпечності.

Метою роботи є проведення експертизи якості та оцінка ефективності збутової діяльності засобів для миття та чищення поверхонь ТОВ «ІЗЗІ».

Завдання дослідження:

- Проаналізувати український ринок засобів для миття та чищення поверхонь;
- Дослідити класифікацію засобів для миття та чищення поверхонь;
- Встановити вимоги до якості та безпечності засобів для миття та чищення поверхонь;
- Провести експертизу якості засобів для миття та чищення поверхонь;
- Проаналізувати та оцінити ефективність збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ»
- Надати пропозиції щодо удосконалення збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ»

Об'єктом дослідження є побутові засоби для чищення та миття поверхонь.

Предмет дослідження – експертна оцінка якості засобів для миття та чищення поверхонь та удосконалення збутової діяльності на підприємстві ТОВ «ІЗЗІ».

Методи дослідження – традиційні та сучасні методи експертизи якості синтетичних мийних засобів (органолептичний, аналітичний, інструментальний тощо).

Наукова новизна одержаних результатів полягає в науково-обґрунтованому підході проведення експертизи синтетичних мийних засобів для чищення та миття поверхонь та вдосконалення збутової діяльності на ТОВ «ІЗЗІ».

Практична цінність роботи полягає у впровадженні заходів удосконалення збуту на підприємстві ТОВ «ІЗЗІ», що були розроблені у ході виконання роботи.

Апробація дослідження. Результати даної роботи були викладені у вигляді стендової доповіді, тема якої «Комплексна оцінка якості засобів для миття та чищення поверхонь», на Міжнародній студентській науково-практичній інтернет-

конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (м. Київ, КНТЕУ, червень 2020 р.)[2].

Публікації. За результатами проведених досліджень опубліковано статтю «Експертиза якості засобів для миття та чищення поверхонь» у збірнику наукових статей студентів «Інновації в підприємстві і торгівлі».

Структура роботи. Дипломна робота складається із змісту, вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКСПЕРТИЗИ ЯКОСТІ ЗАСОБІВ ДЛЯ МИТТЯ ТА ЧИЩЕННЯ ПОВЕРХОНЬ

1.1 Стан ринку засобів для миття та чищення поверхонь в Україні

Ринок синтетичних мийних засобів в Україні сформований продукцією вітчизняного виробництва та імпорту, що обумовлено потребами покупців, розвитком технологій та зростаючих вимог до їх екологічної безпеки [3]. Розвитку виробництва СМЗ сприяє поява нових вимог споживача.

Синтетичні мийні засоби – це рідкі, пастоподібні і порошкоподібні речовини, які містять поверхнево-активні речовини, а також інші органічні і неорганічні речовини, що підвищують ефективність поверхнево-активних речовин. Основне призначення миючих засобів – видалення забруднень з різних поверхонь [4].

На ринку побутової хімії існує чимала конкуренція, водночас асортимент у тих чи інших виробників не відрізняється один від одного. Це вимагає від виробників вдосконалення своєї продукції, впровадження нових екологічних товарів, які не поступаються ефективністю запропонованим на ринку більш шкідливим аналогам.

У працях багатьох авторів відзначається, що на споживання мийних засобів впливає велика кількість чинників, кожен з яких у певних ситуаціях може як стимулювати ринок, так і стримувати його розвиток, обмежуючи його місткість [5-7]. Усю сукупність цих чинників можна розподілити на дві групи: загального та специфічного характеру.

Загальними є соціально-економічні чинники: обсяг і структура товарної пропозиції; асортимент і якість продукції, що виробляється; розміри імпорту товару або групи товарів; досягнутий рівень життя і потреб населення; купівельна спроможність населення, рівень і співвідношення цін на товари; чисельність

населення; його соціальний і віковий склад; ступінь насиченості ринку; стан збутової, торговельної та сервісної мережі; географічне розміщення ринку [3].

Розвиток ринків окремих товарів, у тому числі мийних засобів, визначають специфічні чинники, причому кожен ринок може мати характерні тільки для нього чинники. У цьому випадку специфічний чинник за ступенем впливу може виявитися визначальним для формування й розвитку попиту та пропозиції на конкретний товар [8].

Водночас, на споживання і продаж засобів побутової хімії не впливає ні фактор сезонності, ні особливим чином кризовий стан економіки. Дана продукція завжди знаходиться в попиті, єдине, що під час кризи збільшилося споживання продукції економ-сегменту. Миючі засоби відносять до товарів з нееластичним попитом.

Аналіз стану ринку СМЗ в Україні вказує, що частка засобів для прання становить 57,5%, частка відбілювачів та засобів, які доповнюють дію прального порошку –14 %, універсальних засобів для чищення –12,1 %, засобів для миття посуду –11,9 % (рис. 1.1.1).



Рис.1.1.1 Частка товарних сегментів у роздрібних продажах засобів побутової хімії

За даними ACNielsen Ukraine[9] розподіл фізичних обсягів продажів універсальних засобів для чищення за типами консистенції включає: порошки – 54,7 %, гелі –20,4%, рідини –16,3%, креми –7,9%, спреї –0,6 %, 0,1% ринку займають пастоподібні засоби (рис.1.1.2).

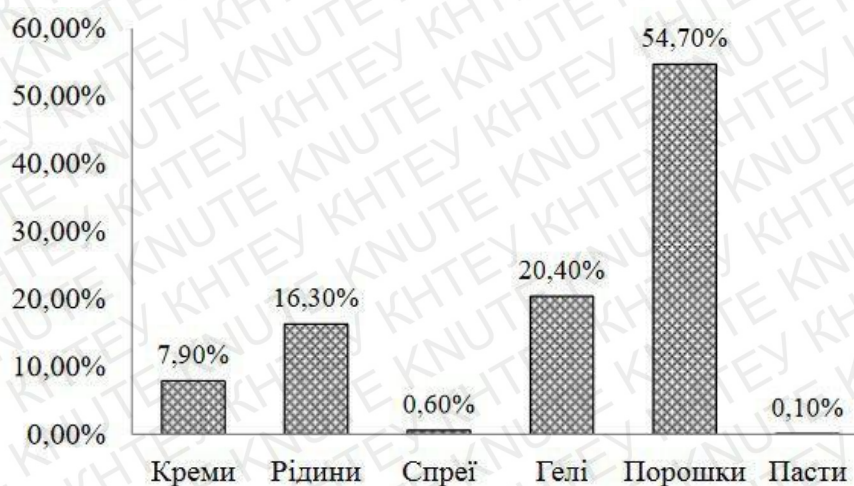


Рис. 1.1.2 Частка сегментів за консистенцією в загальному обсязі продажів універсальних засобів для чищення

Український сегмент побутової хімії представлені такими виробниками:

- ТОВ «Завод побутової хімії МИЛАМ»
- Компанія «PIRANA» – ТМ «ЮКА», ТМ «Furry»
- ЗАТ «Ельфа» - ТМ «Біоняня»
- Компанія «Вельта-Косметик» - ТМ «Вік»
- ТОВ «ABC Кемікалс Індастрі» - ТМ «Test», ТМ «Bingo»
- Компанія «GDU» - ТМ «Gold Drops»
- ТОВ «Де Ла Марк»

Національним лідером у виробництві синтетичних мийних засобів є ТОВ «Завод побутової хімії МИЛАМ» (пгт. Васищеве, Харківська обл.), продукцією якого є «МилаМ», «Крос», «Белизна», «Сантри», «Крот» та ін. [10].

Існує велика кількість інших вітчизняних компаній з виробництва синтетичних мийних засобів, але більшість із них продають свою продукцію лише через інтернет-магазини та є не дуже відомими серед споживачів [11].

Обсяг виробництва засобів для чищення та миття поверхонь в 2018 р збільшився на 3,5% в порівнянні з попереднім роком і в натуральному вираженні склав 199 тис. тонн (рис.1.1.3) [12].

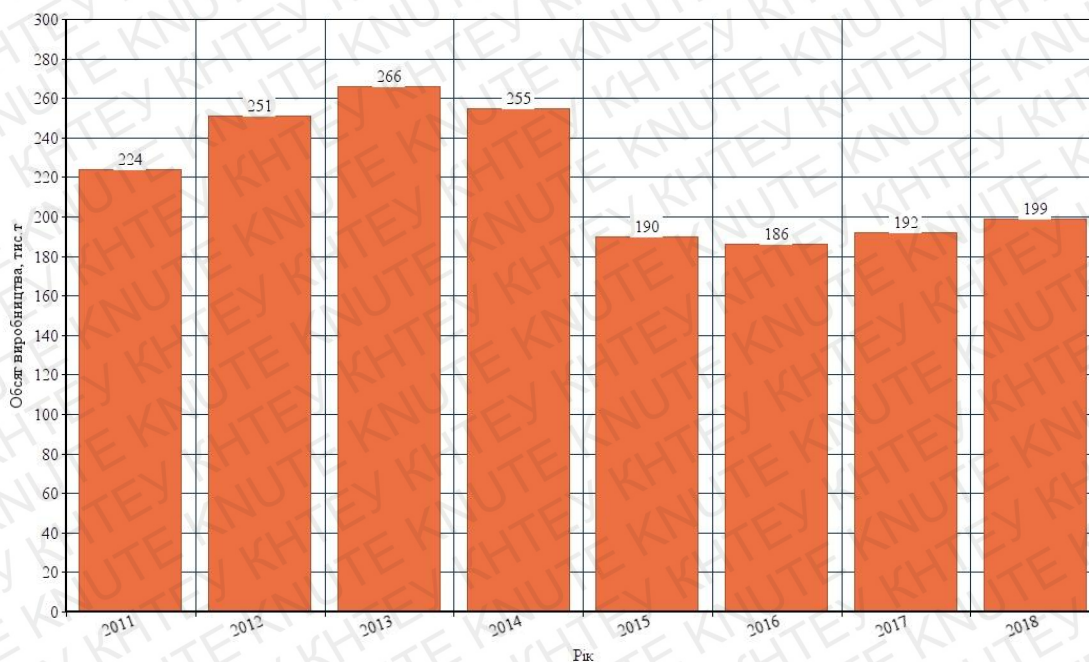


Рис. 1.1.3 Обсяги виробництва (валовий випуск) засобів для чищення та миття за 2011–2018 роки

Наявні в Україні виробничі потужності (близько 30 підприємств) дають змогу досягти високого обсягу виробництва. Повне завантаження потужностей дозволило б досягти оптимальних норм споживання засобів для миття та чищення навіть без залучення імпорту. Сьогодні в Україні виробляється менше половини необхідної кількості засобів для миття та чищення, при тому, що рівень споживання залишається одним із найвищих в Європі. Так, за даними соціологів і медичних працівників, рівень споживання мийних засобів у різній товарній формі повинен складати не менше 7 кг на рік [13].

Україна є привабливим ринком для збуту товарів побутової хімії завдяки багатомільйонному населенню та вигідному географічному положенню [14].

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємств побутової хімії вказує на імпортоорієнтовану політику. Упродовж 2015–2018 рр. експортна динаміка за позицією 3402 УКТЗЕД “Поверхнево-активні органічні речовини (крім мила); поверхнево-активні препарати, засоби для прання, миття (включаючи допоміжні мийні засоби) та засоби для чищення із вмістом або без вмісту мила” не була позитивною. У 2018 р. Україною експортовано товарів побутової хімії вартістю

52478 тис. дол. США, що на 28,5% менше, ніж у 2015 р. Проте, у порівнянні з 2016 роком експорт збільшився на 11,7%. Імпортування побутової хімії в Україну також збільшилося. У 2018 р. в Україну завезено на 352424 тис. дол. США товарів побутової хімії, що на 27,6% більше, ніж у 2015 р. Експорт товарів побутової хімії з України менший, ніж їх імпорт (рис. 1.1.4) [15].

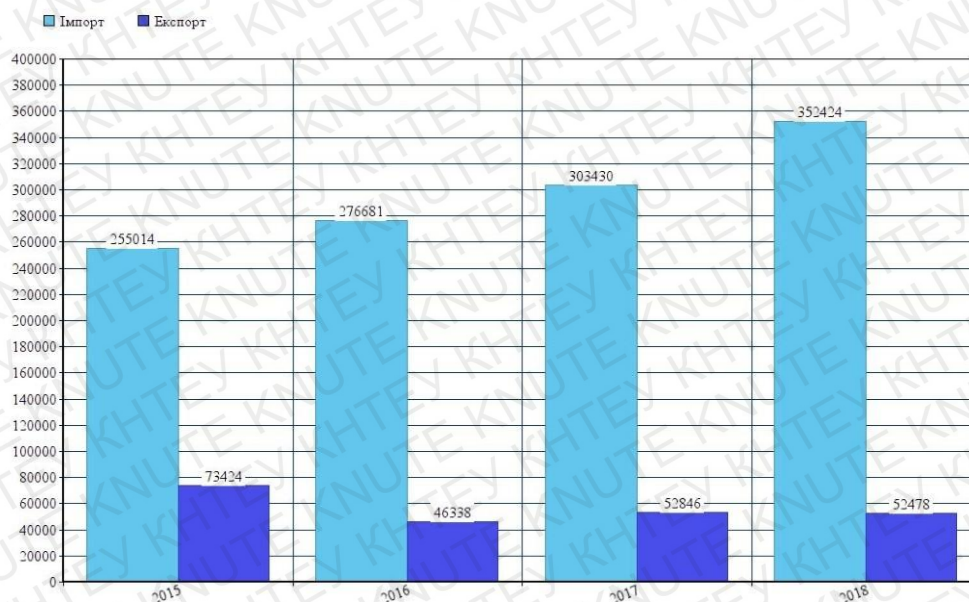


Рис. 1.1.4 Динаміка експорту та імпорту засобів для чищення та миття поверхонь в Україні (тис. дол. США)

Основними країнами-постачальниками засобів побутової хімії в Україні є: РФ (понад 40% всіх поставок), Польща, Австрія, Угорщина, Болгарія, Чехія, Ізраїль, Німеччина, Туреччина, Китай та інші країни (рис.1.1.5) [15].

Основними компаніями-імпортерами є Procter & Gamble (імпортують продукцію з дочірнього підприємства Procter & Gamble Новомосковськ) і компанія Henkel. З США і Нідерландів здійснювався імпорт продукції під торговою маркою Amway.

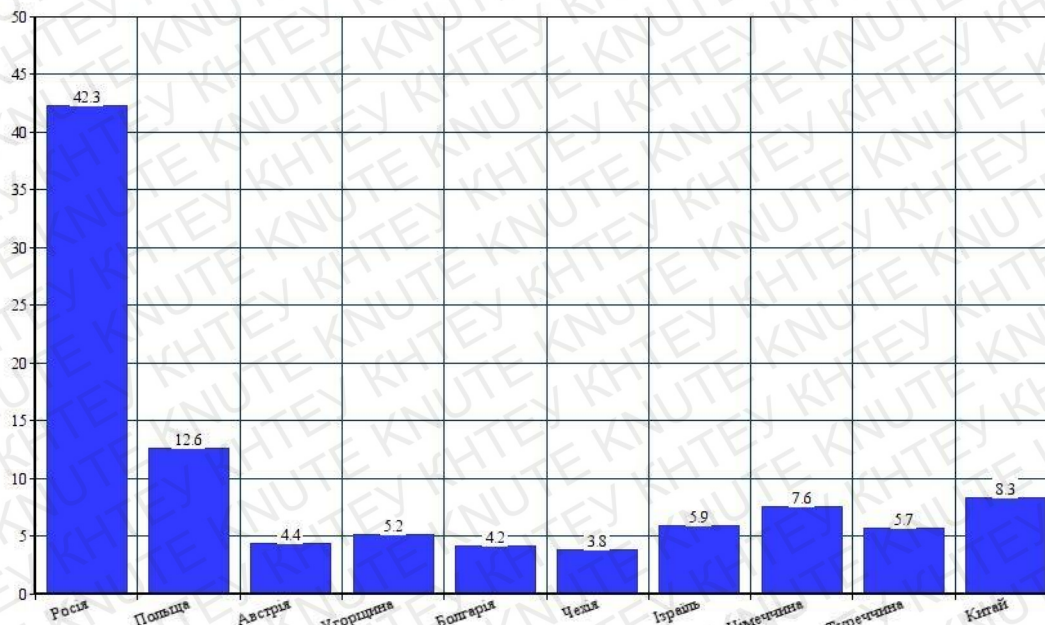


Рис.1.1.5 Основні країни-постачальники засобів побутової хімії в Україні у 2018р.
(%)

Експорт у великому обсязі здійснюють також компанії «СК Джонсон», Procter & Gamble і Henkel. Більше 50% всього експорту здійснювалося в Росію, Туреччину, Білорусь, Казахстан та Молдову.

Ринок побутової хімії за останній рік стрімко зріс та створив умови до розширення асортименту. Ринок стабілізувався за рахунок уповільнення зростання цін у порівнянні з минулим роком[15].

1.2 Аналіз діючих класифікацій засобів для миття та чищення поверхонь

У товарознавстві об'єктом класифікації є товари, їх властивості, показники якості, а також сировина і матеріали для їхнього виробництва, методи оцінки якості, види контролю якості тощо[16].

У монографії «Класифікація непродовольчих товарів» побутових засобів для чищення та миття поверхонь разом із іншими СМЗ відносяться до хімічних побутових товарів (рис.1.2.1)[17].

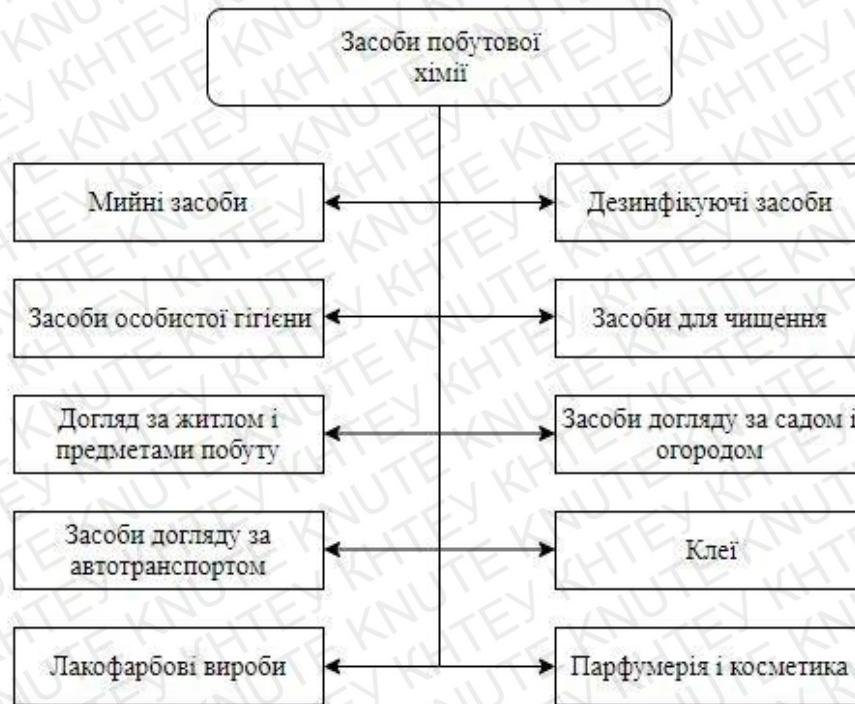


Рис. 1.2.1 Класифікація хімічних побутових товарів

Засоби для чищення та миття поверхонь можна класифікувати за такими ознаками: агрегатний стан (консистенція); типи забруднення; типи поверхонь; склад; форма випуску та об'єм.

Класифікація за агрегатним станом:

- Порошкоподібні, гранульовані. Чистячі порошки ідеально підходять для прання та чистки стійких поверхонь. Якщо застосувати порошок на тонкій емалі газової плити або меблів, то з'являється ризик їх пошкодження - тверді крупинки порошку можуть залишити подряпини на площині. Раніше, завдяки своїй низькій вартості, універсальні порошки були фаворитами у вітчизняних домівках, але все частіше господині віддають перевагу гелям і рідким миючим засобам.
- Пастоподібні. Паста в більшості своїй використовуються як спеціальні засоби для чищення. Якісні паста краще справляються зі складними неорганічними забрудненнями, тому дуже популярні серед автомеханіків та на авто мийках. Паста з добавками бактерицидних компонентів також застосовуються в медичних установах для миття підлоги та технічних поверхонь.

- Гелеві, рідкі. На даний момент найпопулярніші засоби, завдяки своїй універсальності та економності. Зараз на ринку присутні гелі для прання, миття посуду, чищення поверхонь. Дуже часто в їх склад додають дезінфікуючі компоненти (для миття санвузла) і навіть засоби для догляду за шкірою рук (для миття посуду)[18].

Класифікація за типами забруднення:

- Для боротьби з органічними забрудненнями (жири, рослинні масла, кров, цукор, білок і т.п.)
- Для боротьби з неорганічними забрудненнями (вапно, іржа, молочний камінь і т.п.).
- Універсальні

Класифікація за типом поверхонь:

- Скло
- Кераміка
- Метал
- Дерево
- Пластик

Класифікація за складом:

- Засоби на основі каустичного лугу. Основна складова подібної побутової хімії - це гідроокис натрію, з додаванням поверхнево-активних речовин, ароматизаторів і барвників. Використовувати подібні засоби варто вкрай обережно, надягаючи захисні рукавички та в окремих випадках побутовий респіратор.
- Кислотні засоби. Основним миючим елементом в їх складі є фосфорна кислота, яка при змішуванні з хлорвмісними речовинами утворює небезпечний для здоров'я газоподібний хлор.
- Нейтральні миючі засоби. Являють собою суміш поверхнево-активних речовин універсального використання. Вони безпечніші для здоров'я людини та в залежності від склад подібного засобу, зможуть впоратися з будь-яким типом

забруднення. Більшість гелів, для домашнього користування відносяться до даного виду але, не дивлячись на їх нешкідливість, під час проведення прибирання цим типом побутової хімії необхідно вдягати рукавички, для збереження шкіри рук [19].

Класифікація за формою випуску та об'ємом:

- Пляшка
- Каністра
- М'яка упаковка
- Коробка
- Змінний флакон
- Аерозольна упаковка

Український класифікатор товарів ЗЕД класифікує побутових засобів для чищення та миття поверхонь наступним чином: продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості входять до розділу VI.

Розглянемо детальніше групу 34 «Мило, поверхнево-активні органічні речовини, мийні засоби, мастильні матеріали, воски штучні та готові, суміші для чищення або полірування, свічки та аналогічні вироби, пасти для ліплення, пластилін, "стоматологічний віск" і суміші на основі гіпсу для стоматології».

1. Група 34 – Мило, поверхнево-активні органічні речовини, мийні засоби, мастильні матеріали, воски штучні та готові, суміші для чищення або полірування, свічки та аналогічні вироби, пасти для ліплення, пластилін, "стоматологічний віск" і суміші на основі гіпсу для стоматології.

1.1. 3402 - Поверхнево-активні органічні речовини (крім мила); поверхнево-активні препарати, засоби для прання, миття (включаючи допоміжні мийні засоби) та засоби для чищення із вмістом або без вмісту мила (крім засобів, включених до товарної позиції 3401):

1.1.1. 3402 20 90 00 - мийні засоби та засоби для чищення

1.2. 3402 90 - інші поверхнево-активні органічні речовини (крім мила); поверхнево-активні препарати, засоби для прання, миття (включаючи допоміжні мийні засоби) та засоби для чищення із вмістом або без вмісту мила:

1.2.1. 3402 90 90 00 - мийні засоби та засоби для чищення [20].

1.3 Вимоги до якості засобів для миття та чищення поверхонь

Якість товару є одним із його основних характеристик, що надають вирішальний вплив на створення споживчих переваг і формування конкурентоздатності. Це обумовлено сутністю категорії якості.

Вимоги до якості - вираження певних потреб або їхній переклад у набір кількісно або якісно встановлених вимог до характеристик об'єкта, щоб дати можливість їх реалізації та перевірки [21].

Враховуючи особливий склад засобів для миття та чищення поверхонь, їх вплив на навколишнє середовище і здоров'я людини вкрай важливим питанням є якість та безпечність зазначених засобів. В Україні діють такі основні документи, що регулюють якість та безпечність мийних засобів:

1. Технічний регламент мийних засобів, затверджений наказом КМ України 20.08.2008, No 717 (у редакції постанови КМ України від 12.06.2013 No 408 — з грудня 2013 р.);
2. ДСТУ 2972:2010 «Засоби мийні синтетичні порошкоподібні. Загальні технічні вимоги та методи випробування»;
3. СанПіН No 6026 Б-91 «Санитарные правила и нормы по производству и применению товаров бытовой химии»;
4. Методические указания по гигиенической оценке товаров бытовой химии», No 6026 В-91;
5. Методические указания по санитарно-гигиеническому контролю за применением чистящих средств для обработки изделий, контактирующих с пищевыми продуктами», No 4548-87.

Якість побутових засобів для чищення та миття поверхонь оцінюють за органолептичними і лабораторними показниками. При органолептичній оцінці звертають увагу на зовнішній вигляд, колір і запах засобу.

До лабораторних показників якості побутових засобів для чищення та миття належать рН водяного (1%-ного) розчину, утримання поверхнево-активних речовин (спирторозчинних) і нессульфурованих з'єднань, утримання лужних солей, вологи, карбоксилметилцелюлози, оптичних підбілювачів й ін. Для засобів для чищення та миття поверхонь характерна величина рН в діапазоні 6–9. Лужне середовище більш сприятливе для кращого відмивання забруднень з поверхонь.

Піноутворення нормують лише в деяких (піномийних) синтетичних мийних засобів. До методів дослідження синтетичних мийних засобів відносяться: метод визначення піноутворювальної здатності, метод визначення масової частки фосфорнокислих солей, метод визначення вибілювальної здатності, біологічний розклад[22].

Обов'язково оцінюють також такі фактори, як вплив мийного засобу на шкіру рук.

Показники, що визначаються відповідно до державних стандартів занесені до табл.1.3.1.

Таблиця 1.3.1

Критерії, методи та засоби оцінювання відповідності побутових засобів для чищення та миття

Критерії	Методи	Засоби
Повнота маркування	органолептичний	ГСТУ 3-050-2004 [23]
Фірма-виробник	органолептичний	Маркування, товарний знак, товаросупровідні документи
Зовнішній вигляд та консистенція	органолептичний	Дані виробника Інструкція користувача
Колір	органолептичний	ДСТУ 2972:2010 [24]
Запах	органолептичний	ДСТУ 2972:2010[24]
Здатність до біологічного розкладання аніонних поверхнево-активних речовин	вимірювальний	ДСТУ 2161:2010 [25]

Критерії	Методи	Засоби
Концентрація водневих іонів, рН	вимірювальний	ДСТУ 2207.1-93 (ГОСТ 22567.5-93) [26]
Масова частка активного кисню, %	вимірювальний	ДСТУ 2207.2-93 (ГОСТ 22567.10-93) [27]
Масова частка води, %	вимірювальний	ДСТУ 2207.3-93 (ГОСТ 22567.14-93) [28]
Аніонні поверхнево-активні речовини, %	вимірювальний	ДСТУ ISO 2271:2007 (ISO 2271:1989) [29]
Мийна здатність, %	вимірювальний	ДСТУ 2665:2012 [30]
Аніонні поверхнево-активні речовини, які гідролізуються та не гідролізуються, %	вимірювальний	ДСТУ ISO 2869:2006 (ISO 2869:1973) [31]
Аніонні поверхнево-активні речовини, які гідролізуються та не гідролізуються в кислому середовищі, %	вимірювальний	ДСТУ ISO 2870:2015 (ISO 2870:2009, IDT) [32]
Вмісту катіон-активних речовин - високомолекулярні катіон-активні речовини, %	вимірювальний	ДСТУ ISO 2871-1:2015 (ISO 2871-1:2010, IDT), ДСТУ ISO 2871-2:2015 (ISO 2871-2:2010, IDT) [33]

У 2008 році постановою Кабінету Міністрів України був затверджений Технічний регламент (ТР) мийних засобів – головний нормативний документ, в якому висвітлюються питання безпеки СМЗ. При створенні Технічного регламенту в основу були покладені вимоги до мийних засобів, встановлені в Regulation (EC) No 648/2004. В червні 2013 року була затверджена нова редакція Технічного регламенту [34]. Згідно з Технічним регламентом мийних засобів, до синтетичних мийних засобів висуваються вимоги щодо:

- рівня біологічного розкладу ПАР, які входять до його складу;
- обмеження вмісту фосфатів та інших фосфорних сполук у мийних засобах;
- маркування мийного засобу.

Здатність до повного біологічного розкладу ПАР забезпечується мікроорганізмами під впливом кисню з утворенням вуглекислого газу, води, мінеральних солей та нових мікробних компонентів (біомаси).

Незважаючи на те, що ДСТУ в Україні не є обов'язковими до виконання, вони містять необхідні показники та норми, якими виробники можуть користуватися задля полегшення виробництва та обігу мийних засобів, а також забезпечення належної якості та безпеки продукту. ДСТУ 2972:2010 «Засоби мийні синтетичні порошкоподібні. Загальні технічні вимоги та методи випробувань» [24] визначає вимоги до порошкоподібних СМЗ:

- вимоги щодо якості та безпеки;
- вимоги до сировини;
- маркування;
- пакування;
- вимоги до надійності;
- стійкості до зовнішніх чинників.

У табл.1.3.2 подано порівняння вимог щодо якості та безпечності СМЗ, що зазначені у ТР та ДСТУ 2972:2010.

Таблиця 1.3.2

Вимоги до якості та безпечності згідно Технічного регламенту мийних засобів та відповідно до вимог ДСТУ 2972:2010 “Засоби мийні синтетичні порошкоподібні”

Показник	Технічний регламент	ДСТУ 2972:2010
Рівень повного біологічного розкладу ПАР	За 28 днів не менш як 60% (за двоокисом вуглецю) або 70% (за загальним органічним вуглецем)	Не менш як 80%
Рівень первинного біологічного розкладу ПАР	Не менш як 80%	Не менш як 80%
Зовнішній вигляд	Не вказано	Гранули або порошок
Мийна здатність, %, не менше	Не вказано	85

Показник	Технічний регламент	ДСТУ 2972:2010
Показник концентрації водневих іонів, од. рН	Не вказано	4,0 - 11,5
Висота піни, см, не більше ніж	Не вказано	20
Стійкість піни, одиниць, не більше ніж	Не вказано	0,2

Згідно даних таблиці 2.1 показано, що ДСТУ дає значно ширші вимоги щодо якості та безпечності мийних засобів. Тому незважаючи на «вищу» силу Технічного регламенту, для виробників доцільним є дотримання вимог обох нормативних документів або Технічний регламент потребує доопрацювання. Також у національному стандарті не нормуються показники для рідких синтетичних засобів. Вимоги щодо маркування засобів для миття та чищення поверхонь зазначені у ДСТУ 3-050-2004 «Продукція хімічна (товари побутової хімії). Маркування» та Технічному регламенті мийних засобів [23,34].

Санітарні правила та норми з виробництва товарів побутової хімії № 6026 Б-91 містять гігієнічні вимоги до товарів побутової хімії [35].

Методичні вказівки щодо гігієнічної оцінки товарів побутової хімії визначають порядок відбору проб і обсяг досліджень, які повинні бути виконані для вирішення питань, пов'язаних з організацією їх виробництва і використання населенням в побуті, а також здійсненням санітарного контролю за їх виробництвом, транспортуванням, зберіганням і продажем населенню [36].

Таким чином, Технічний регламент мийних засобів є основним документом, який визначає можливість розміщення мийних засобів на ринку України, проте він не містить широкий спектр вимог до безпечності СМЗ, які прописані у ДСТУ. Враховуючи той факт, що дотримання вимог в ДСТУ є не обов'язковим для виробників, а більшу силу має ТР мийних засобів, доцільним є розширення переліку вимог до мийних засобів, що зазначені в ТР, оскільки такі вимоги до безпеки СМЗ як показник концентрації водневих іонів, піноутворювальна здатність, тощо, є також важливими характеристиками безпеки СМЗ.

Нормативно-правова база України потребує введення більш об'єктивних вимог до вмісту небезпечних речовин у СМЗ та удосконалення підходів до оцінки якості та безпечності СМЗ, в тому числі засобів для миття та чищення поверхонь.

Отже, проаналізувавши стан ринку засобів для миття та чищення поверхонь в Україні можемо зробити висновок, що за останні три роки в Україні обсяги виробництва засобів для чищення та миття поверхонь збільшилися. Обсяг виробництва засобів для чищення та миття поверхонь в 2018 р збільшився на 3,5% в порівнянні з попереднім роком і в натуральному вираженні склав 199 тис. тонн. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємств побутової хімії вказує на імпорторієнтовану політику. У 2018 р. Україною експортовано товарів побутової хімії вартістю 52478 тис. дол. США, що на 28,5% менше, ніж у 2015 р. Проте, у порівнянні з 2016 роком експорт збільшився на 11,7%. Імпортування побутової хімії в Україну збільшилося. У 2018 р. в Україну завезено на 352424 тис. дол. США товарів побутової хімії, що на 27,6% більше, ніж у 2015 р. Експорт товарів побутової хімії з України менший, ніж їх імпорт.

Провівши аналіз класифікації асортименту СМЗ запропоновано використовувати декілька ідентифікаційних розподілів: за консистенцією, за складом, типами забруднення, за способом застосування, за типом поверхонь, за формою випуску та об'ємом.

Найбільш доцільними для аналізу якості та безпечності засобів для миття та чищення поверхонь визначено такі показники: зовнішній вигляд, колір, консистенція, запах, якісний аналіз на природу ПАР, вміст сухого залишку ПАР, рівень повного біологічного розкладу ПАР, вміст активної миючої речовини, мийна здатність, показник концентрації водневих іонів, густина, відносна в'язкість, піноутворення. Основні вимоги щодо якості та безпечності засобів для миття та чищення поверхонь, містяться у загальних нормативних документах на товари побутової хімії.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ ЗАСОБІВ ДЛЯ МИТТЯ ТА ЧИЩЕННЯ ПОВЕРХОНЬ

2.1 Організація, об'єкт та методи дослідження

Метою випускної кваліфікаційної роботи є проведення експертизи та оцінка ефективності збутової діяльності засобів для миття та чищення поверхонь ТОВ «ІЗЗІ». Для досягнення поставлених завдань даної роботи було проведено експертизу якості за відповідністю маркування та пакування, органолептичними та фізико – хімічними показниками, а також було проведено аналіз збутової діяльності підприємства ТОВ «ІЗЗІ» на основі основних фінансових показників за 2017-2019 роки та здійснено оцінку ефективності збутової діяльності підприємства за оціночною шкалою з використанням коефіцієнтів значущості.

Для проведення експертизи якості засобів для миття та чищення поверхонь було обрано 3 зразки мийних засобів, які є найбільш універсальними та популярними товарами на ТОВ «ІЗЗІ», а саме:

- Зразок №1 - універсальний засіб для знежирення і догляду за поверхнями на кухні ASSERT CLASSIC - країна виробник – Німеччина.
- Зразок №2 - зволожуючий мийний засіб для скла і твердих поверхонь MAXX Brial2 - країна-виробник – США.
- Зразок №3 - мийний засіб для догляду за підлогою MAXX Indur2 - країна-виробник - США. (див. табл. 2.1.1).

Таблиця 2.1.1

Характеристика досліджуваних зразків

Характеристика	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3
			
Назва	ASSERT CLASSIC	MAXX Brial2	MAXX Indur2
Призначення	Засіб для знежирення і догляду за поверхнями на кухні	Зволожуючий миючий засіб для скла і твердих поверхонь.	Мийний засіб для догляду за підлогою.
Склад	аніонні і амфотерні тензиди, стабілізатори та допоміжні речовини.	Очищений спирт та активні інгредієнти.	Розчинні водою полімери
Об'єм	10 літрів.	1 літр.	1 літр
Додаткова інформація	Ефективний і економний, не вимагає додаткового ополіскування поверхонь. Тільки для професійного застосування	Для всіх водостійких поверхонь, підходить для оргскла та інших чутливих поверхонь. Не потребує змивання. Тільки для професійного застосування.	Залишає на підлозі брудовідштовхуючу плівку. Для всіх водостійких підлог. Ополіскувати чистою водою не потребує. Підходить для спреї-баффінгу (обробка підлоги для зменшення нерівностей та невеликих подряпин на її поверхні). Тільки для професійного застосування.
Безпека	Пройшов експертизу, яка встановила що товар відповідає встановленим медичним критеріям безпеки (показникам), про що свідчить висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи (див. Додаток А).	Пройшов експертизу, яка встановила що товар відповідає встановленим медичним критеріям безпеки (показникам), про що свідчить висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи (див. Додаток Б).	Пройшов експертизу, яка встановила що товар відповідає встановленим медичним критеріям безпеки (показникам), про що свідчить висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи (див. Додаток В).

Для досягнення поставлених завдань розроблено програмно–цільову модель теоретичних та експериментальних досліджень (рис. 2.1.1).



Рис. 2.1.1. Програмно – цільова модель досліджень

Дослідження здійснювали на кафедрі товарознавства, управління безпечністю та якістю КНТЕУ із застосуванням сучасних стандартних та загальноприйнятих органолептичних та інструментальних (аналітичних) методів.

На початковому етапі було проведено оцінку маркування та пакування дослідних зразків. Оцінку інформативності маркування проводили відповідно до ДСТУ 3-050-2004 «Продукція хімічна (товари побутової хімії). Маркування» та Технічного регламенту мийних засобів [23,34]. Оцінку відповідності пакування проводили відповідно до ДСТУ 3-051-2004 «Продукція хімічна (товари побутової хімії). Пакування» [37].

На наступному етапі експертизи якості засобів для миття та чищення поверхонь проводили дослідження органолептичних показників шляхом сенсорного аналізу за такими показниками, як зовнішній вигляд, консистенція, колір, запах.

Фізико-хімічна оцінка якості зразків засобів для миття та чищення поверхонь включала визначення рН розчину ПАР.

Для визначення рН розчинів ПАР готували 100 мл 1%-вого розчину ПАР. Для цього спочатку в стакані розчиняли наважку ПАР у 50 мл теплої дистильованої води, потім цей розчин переносили в мірну колбу на 100 мл, об'єм розчину довели до мітки і ретельно перемішали. З одержаного розчину відібрали проби і визначали рН розчину за допомогою лакмусового папірця. Смужку індикаторного паперу необхідно занурити в розчин на дві-три секунди, покласти на білу підкладку, що не промокає, та швидко порівняти забарвлення смужки з еталонною шкалою і обчислити значення.

Наступним етапом був аналіз збутової діяльності підприємства. Для проведення аналізу використовувались основні показники фінансової діяльності підприємства на основі яких була розрахована динаміка основних показників збутової діяльності. Для розрахунку абсолютної динаміки показників використовували формулу 2.1.1:

$$\Delta y = y_i - y_{i-1}, \quad (2.1.1)$$

де Δy – абсолютний приріст

y_i – значення показника за звітній період

y_{i-1} - значення показника за попередній період

Формула для розрахунку відносної динаміки (2.1.2):

$$K = y_i / y_{i-1} * 100\% - 100\%, \quad (2.1.2)$$

Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства здійснювалась за оціночними шкалами, відповідно до системи приватних і узагальнюючих показників для оцінки факторів, що обумовлюють ефективність збутової діяльності організації з урахуванням коефіцієнтів значущості, визначеними методом експертної оцінки.

Шляхи удосконалення збутової діяльності підприємства ТОВ «ІЗЗІ» були запропоновані після визначення слабких місць підприємства. Після розрахування прогнозованих затрат на впровадження даних заходів, визначили очікуваний приріст прибутку від впровадження комплексу заходів зі стимулювання збуту (формула 2.1.3):

$$\Delta\text{Пр}(\text{оч}) = \text{Пр} * 0,08, \quad (2.1.3)$$

де $\text{Пр}(\text{оч})$ - очікуваний приріст прибутку від впровадження заходів удосконалення збутової діяльності

Пр -прибуток від продажів за останній аналізований рік

Термін окупності витрат на заходи визначався за формулою (2.1.4).

$$N = \frac{\text{Витрати}}{\Delta\text{Пр}(\text{оч})}, \quad (2.1.4)$$

Для об'єктивного твердження про достовірність даних проводили їх математично–статистичну обробку за допомогою комп'ютерної програми MS Excel.

2.2 Експертиза якості засобів для миття та чищення поверхонь

Для проведення експертизи необхідно звернутися до торгово-промислової палати, де кваліфіковані експерти проведуть відповідні дослідження.

Порядок проведення товарознавчої експертизи включає в себе традиційні для подібних експертиз етапи:

1. Визначення предмета дослідження та формулювання запитань, на які належить відповісти судовому експерту-товарознавцю.
2. Досконале вивчення всіх документів, що відносяться до об'єкта дослідження товарознавчої експертизи.
3. Безпосередній аналіз об'єкта дослідження, що включає візуальний огляд виробу та проведення специфічних оціночних заходів.
4. Оформлення експертного висновку в письмовому вигляді за підписом судового експерта, який проводив товарознавчу експертизу. В експертний висновок вноситься опис усіх проведених експертних заходів, письмові висновки експерта, його відповіді на поставлені питання, рекомендації (за необхідності). До висновку прикріплюються копії всіх документів, вивчених в процесі дослідження. Експертний висновок носить доказовий характер при використанні його в процесі судового розгляду [38].

Товарознавча експертиза мийних засобів проводиться із застосуванням різних методів перевірки в залежності від встановленого завдання експертизи.

В рамках власних досліджень буди проведені документальна, органолептична та фізико-хімічна оцінка.

Для проведення перевірки інформації про товар, окрім безпосереднього маркування, до товарів були надані товаро-транспортні накладні, документи на товар, які підтверджують його придбання, технічний регламент, якому відповідають зразки засобів для миття та чищення поверхонь, висновки державної санітарно-епідеміологічної експертизи (додатки А, Б, В) та сертифікати відповідності (додаток Г).

Для експертизи маркування, упаковки та зовнішнього оформлення мийних засобів відбирається не менше 3% продукції та встановлює її відповідність НТД. У разі виявлення більше 2% невідповідної продукції бракують усю партію, а менше 2% – лише виявлені упаковки.

Оцінку інформативності маркування зразків досліджуваних засобів для миття та чищення проводили відповідно до ДСТУ 3-050-2004 «Продукція хімічна (товари побутової хімії). Маркування» та Технічного регламенту мийних засобів[23,34], результати якої представлено в табл.2.2.1.

Таблиця 2.2.1

**Дослідження маркування зразків засобів для миття та чищення
поверхонь**

Критерії	Зразок 1 ASSERT CLASSIC	Зразок 2 MAXX Brial2	Зразок 3 MAXX Indur2
Назва товару	ASSERT CLASSIC	MAXX Brial2	MAXX Indur2
Назва країни-виробника	Німеччина	США	США
Назва фірми-виробника	Ecolab	Ecolab	Ecolab
Адреса, електронна пошта та телефон, за якими одержати технічний опис інгредієнтів	Наявні адреса, телефон гарячої лінії, електронна пошта, веб-сайт	Наявні адреса, телефон гарячої лінії, електронна пошта, веб-сайт	Наявні адреса, телефон гарячої лінії, електронна пошта, веб-сайт
Призначення товару	Засіб для знежирення і догляду за поверхнями на кухні	Зволожуючий мийний засіб для скла і твердих поверхонь.	Мийний засіб для догляду за підлогою.
Правила та умови безпечного зберігання, безпечного та ефективного використання	При звичайних забрудненнях використовувати 0,1 - 0,2% розчин Assert Classic (10 - 20 мл засобу на 10 л води). При наявності стійкого забруднення рекомендується концентрацію збільшити до 2%. Зберігати в закритих ємностях при температурі 0 до 40°C. Працювати в захисних гумових рукавичках! Зберігати в недоступному для дітей місці. Уникати контакту з очима.	Використовувати 2,5-10 мл / літр або 0,25-1% розчин. Зберігати в закритих ємностях при температурі 0 до 40 ° С. Працювати в захисних гумових рукавичках! Зберігати в недоступному для дітей місці. Уникати контакту з очима	Ручна щоденне прибирання - 5 мл / літр або 0,5% розчинСпрей-полірування - 50-100 мл / літр або 5-10% розчинПрибирання полумоечної машиною - до 10 мл / літр або до 1% розчин. Працювати в захисних гумових рукавичках! Зберігати в недоступному для дітей місці. Уникати контакту з очима
Інформацію щодо сертифікації	Сертифікат відповідності	Сертифікат відповідності	Сертифікат відповідності
Масу нетто чи об'єм	10 літрів	1 літр	1 літр

Щодо споживчої тари даних зразків засобів для миття та чищення поверхонь, то всі зразки реалізуються в полімерних пляшках, що відповідає вимогам ДСТУ 3-051-2004 «Продукція хімічна (товари побутової хімії). Пакування» [37].

Аналіз маркування обраних зразків засобів для миття та чищення поверхонь виявив, що маркування нанесено на етикетку, чіткими літерами, що не змиваються протягом строку придатності засобу. Маркування здійснене згідно із законодавством про мови, не містить графічного зображення продуктів харчування. Вміст ПАР та наявність додаткових речовин зазначено у всіх досліджуваних зразках.

Оскільки у Технічному Регламенті мийних засобів зазначено, що потрібно вказувати лише про наявність ароматизаторів, консервантів тощо, тобто виробники не зобов'язані розшифровувати всі інгредієнти, що входять до складу, доречно вказувати точну назву даних компонентів, щоб споживач був впевнений в їх безпеці.

В цілому, за результатами оцінки маркування, можна зробити висновок про повну інформативність про виробника, його контактну інформацію, відомості про рівень сертифікації та об'єм засобу для миття та чищення поверхонь.

При перевірці якості мийних засобів органолептичним методом стан упаковки визначають візуально, розглядаючи упаковку та маркування, нанесене на неї: найменування виробу, виробник, склад, маса, відмітка про нормативну документацію, дата виготовлення, термін придатності, штриховий код.

Експертне оцінювання органолептичних показників установлює: зовнішній вигляд, форму, колір, запах і консистенцію. Порошкоподібні мийні засоби повинні бути однорідними порошками або гранулами (не більше 3 мм в діаметрі) білого кольору, можливе невелике включення кольорових гранул, вони повинні повністю розчинятися у воді. У рідких СМЗ не повинно бути розшарування, осаду та сторонніх домішок. Господарське мило має бути відповідної форми, твердим на дотик, під час розрізання не повинно кришитися. Важливою властивістю мийних засобів є запах, який може передаватися виробу, що миється,

та тією чи інших мірою зберігатися в ньому. Не допускаються запахи, пов'язані з недостатнім очищенням компонентів СМЗ, зокрема запах нафтопродуктів. Колір і запах мийних засобів повинен бути характерним для конкретного найменування. Допускається слабкий запах парфумерних ароматів, якщо вони додавалися в мийні засоби.

При органолептичній оцінці досліджували [39]: зовнішній вигляд та консистенцію, колір, запах. Результати органолептичної оцінки представлені в табл.2.2.2.

Таблиця 2.2.2

Органолептична оцінка зразків засобів для миття та чищення поверхонь

Критерії	Зразок 1 ASSERT CLASSIC	Зразок 2 MAXX Brial2	Зразок 3 MAXX Indur2
Зовнішній вигляд та консистенція	прозора рідина	прозора рідина	прозора рідина
Колір	жовтий	блакитний	зелений
Запах	різкий, притаманний милу	різкий, притаманний хлорці	різкий, притаманний милу

Усі досліджені зразки характеризуються різким запахом, який при неправильному використанні може викликати алергічні реакції.

Оцінювання зовнішнього вигляду, кольору та запаху згідно до ТР не нормуються.

Для експертизи фізико-хімічних показників відбирають контрольну пробу: із 5% загальної партії беруть не менше 10 споживчих упаковок, перемішують їх вміст, потім скорочують вагу проби до 0,3 кг і проводять дослідження. У разі невідповідності мийних засобів хоча б одному з показників усю партію бракують.

Під час експертизи фізико-хімічних показників визначають: якісне число, рН водного (1%-ого) розчину, вміст основних миючих поверхнево-активних речовин (спирторозчинних), а також нессульфурованих сполук, лужних солей,

вологи, оптичних відбілювачів, карбоксиметилцелюлози. Піноутворювальну здатність нормують лише в піномийних засобах. У господарського мила, крім якісного числа, під час експертизи визначають вміст вільного луку, соди й температуру застигання жирних кислот.

Фізико-хімічна оцінка якості зразків засобів для миття та чищення поверхонь проводилась визначенням рН розчину ПАР. Хід виконання досліду із застосуванням індикаторного паперу – лакмусового папірця описано у Додатку Д. Результати проведення досліду викладені у таблиці 2.2.3.

Таблиця 2.2.3

Концентрація водневих іонів зразків засобів для миття та чищення поверхонь

Критерії	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3
Концентрація водневих іонів, рН	8	7	8

ДСТУ 2972:2010. Засоби мийні синтетичні порошкоподібні. Загальні технічні вимоги та методи випробувань [24] нормує показник концентрації водневих іонів (рН), який повинен бути на рівні 4,0 –11,5. Лужне середовище (рН в діапазоні 7,1 -9) більш сприятливе для кращого відмивання, особливо від забруднення жирами. Величина рН мийного розчину характеризує також агресивність засобу щодо шкіри рук. Чим нижче рівень рН–тим середовище більш кисле (від 6,9 до 0). Усі зразки характеризуються рН на рівні 7-8, що не лише відповідає вимогам, а й характеризує краще відмивання поверхонь.

Отже, задля підтвердження відповідності обраних зразків засобів для миття та чищення поверхонь була проведена експертна оцінка, яка включала в себе документальну експертизу, органолептичні та фізико-хімічні дослідження.

За результатами документальної експертизи у всіх трьох зразків були наявні усі необхідні супровідні документи. Аналіз маркування виявив, що маркування усіх обраних зразків засобів для миття та чищення поверхонь повне, містить у собі всі відомості, необхідні за вимогами ДСТУ 3-050-2004 «Продукція хімічна

(товари побутової хімії). Маркування»[23] та Технічного регламенту мийних засобів[24], та виконане згідно вимог вищезазначених НТД.

За результатами органолептичної оцінки були встановлені такі результати: зовнішній вигляд та консистенція усіх зразків засобів для миття та чищення поверхонь – прозора рідина; колір зразка 1 – жовтий, зразка 2 – блакитний, зразка 3 – зелений; запах зразків 1 та 3 - різкий, притаманний милу, зразка 2 - різкий, притаманний хлорці, Оцінювання зовнішнього вигляду, кольору та запаху згідно до ТР не нормуються.

За результатами фізико-хімічної оцінки було встановлено, що зразки засобів для миття та чищення мають такі показники концентрації водневих іонів: зразок 1 - 8 рН, зразок 2 - 7 рН, зразок 3 – 8 рН, що відповідає вимогам ДСТУ 2972:2010. Засоби мийні синтетичні порошкоподібні. Загальні технічні вимоги та методи випробувань [24].

Тож, за результатами досліджень можна зробити висновок, що усі зразки засобів для миття та чищення поверхонь відповідають даним виробника та вимогам діючого нормативного документа ДСТУ 2972:2010 [24] та вимогам Технічного Регламенту мийних засобів затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 20 серпня 2008 р. № 717 (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 12 червня 2013 р. № 408)[34], що підтверджується відповідними сертифікатами відповідності. (див. Додаток Г).

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ІЗЗІ»

3.1 Аналіз та оцінка ефективності збутової діяльності засобів для миття та чищення поверхонь підприємства ТОВ «ІЗЗІ»

Збутова діяльність по реалізації продукції є невід'ємною частиною комерційної діяльності організації в умовах ринкових відносин. Тому конкурентоспроможність та ефективність функціонування організації багато в чому залежать від того, наскільки раціонально і грамотно вона організує свою збутову діяльність.

Діяльність підприємства в області збуту і розподілу продукції повинна бути підпорядкована певним цілям:

- забезпечення доставки вироблених товарів в необхідній кількості в таке місце і час, які найбільше влаштовують споживачів;
- привернення уваги покупців до продукції підприємства та стимулювання розширення її продажу кінцевим споживачам.

Обсяг збуту (реалізації) продукції визначає результати фінансово-господарської діяльності підприємства, від нього залежить розмір доходів і прибутку. У практиці комерційної діяльності велике значення має своєчасне та економічно грамотне виконання збутових функцій [40]. Навіть невеликі відхилення від запланованих робіт можуть мати негативні для підприємства наслідки, тому завданням аналізу збутової діяльності є виявлення причин збоїв і недоліків у збутовому процесі та їх усунення.

Показники, необхідні для аналізу збутової діяльності наведені у таблиці 3.1.1.

Показники фінансової діяльності підприємства ТОВ «ІЗІ» за 2017-2019 роки

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Чистий прибуток (збиток)	881997,9	1043771,93	859754,94
Чисті продажі (виручка)	1102497,37	1304714,91	1074693,67
Зростання прибутку, %	11,8	18,3	-17,6
Зростання продажів, %	11,8	18,3	-17,6

Дивлячись на таблицю 3.1.1 можна зробити висновок, що зростання прибутку прямо пропорційно залежить від зростання продажів. У 2019 році чистий прибуток підприємства, який в натуральному вираженні склав 859754,94 грн, зменшився на 17,6% у порівнянні с 2018 роком. Це відбулося за рахунок ліквідації з ринку декількох підприємств-споживачів, а також через перехід деяких організацій, що купували продукцію ТОВ «ІЗІ», на екологічні засоби для миття та чищення поверхонь, що складаються лише з органічних природних складників.

Обсяг продажу безпосередньо впливає на інші сторони діяльності – собівартість і рентабельність продукції, фінансовий стан та конкурентоспроможність підприємства. Крім того, реалізацією завершується колообіг засобів підприємства. Кошти, які надійшли від продажу продукції, використовуються ним для придбання продукції, виплати заробітної плати і здійснення інших витрат. Тому в сучасних умовах надзвичайно важливим є налагодження ефективної системи аналізу реалізаційних процесів на підприємстві [41].

Динаміку основних показників збутової діяльності наведено у таблиці 3.1.2 та на рисунку 3.1.1.

Таблиця 3.1.2

Динаміка основних показників збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ» за 2017-2019 роки

Показник и	Роки			Динаміка 2018/2017 рр.		Динаміка 2019/2018 рр.	
	2017	2018	2019	Абсолютна	Відносна, %	абсолютна	відносна
Дохід від реалізації продукції	1102497,37	1304714,91	1074693,67	202217,54	18,34	-230021,24	-17,6
Собівартість реалізованої продукції	819706,79	981411,62	795042,91	161704,83	19,72	-186368,71	-19
Валовий прибуток	282790,58	323303,29	279650,76	40512,71	14,32	-43652,53	-13,5
Витрати на збут	148837,145	179612,94	149875,38	30775,795	20,68	-29737,56	-16,5

За аналізований період за даними таблиці 3.1.2, констатуємо зростання за усіма показниками у 2018 році та різкий спад у 2019. Так дохід від реалізації продукції у 2019 році зменшився на 230021,24 грн, або на 17,6%; валовий прибуток – на 43652,53 грн, або на 13,5%. Такому погіршенню показників динаміки передували ті ж причини, які вплинули на зменшення значення показників фінансової діяльності підприємства ТОВ «ІЗЗІ» у 2019 році, а саме: ліквідації з ринку декількох підприємств-споживачів та перехід деяких підприємств-споживачів на органічні засоби для миття та чищення поверхонь.

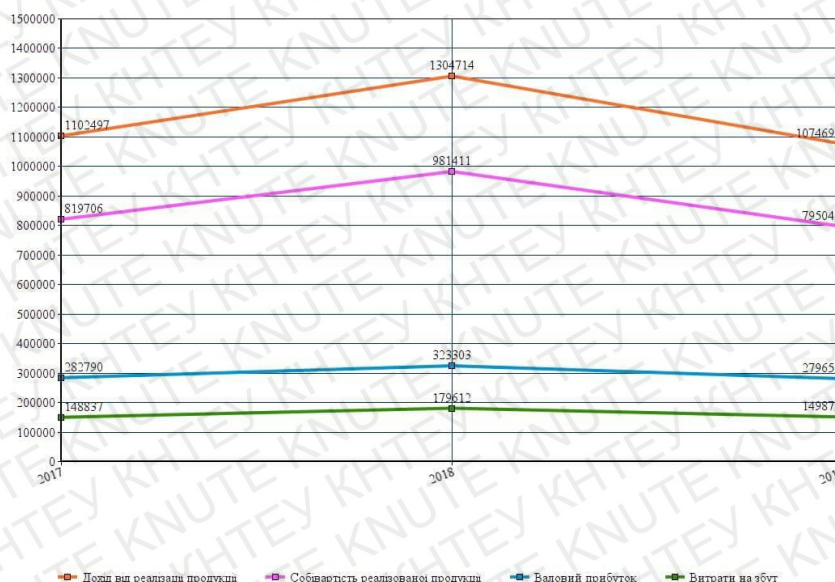


Рис. 3.1.1. Динаміка основних показників збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ» за 2017-2019 роки

Проаналізуємо збутову діяльність підприємства ТОВ «ІЗЗІ» за показниками рентабельності. Для цього здійснимо необхідні розрахунки у табл. 3.1.3.

Таблиця 3.1.3

Показники рентабельності збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ» за 2017-2019 роки

Показники	Роки			Динаміка 2018/2017 рр.		Динаміка 2019/2018 рр.	
	2017	2018	2019	абсолютна	відносна, %	абсолютна	відносна, %
Дохід від реалізації продукції	1102497,37	1304714,91	1074693,67	202217,54	18,3	-230021,24	-17,6
Валовий прибуток	282790,58	323303,29	279650,76	40512,71	14,3	-43652,53	-13,5
Рентабельність реалізованої продукції	25,65	24,78	26,02	-0,87	-4	1,24	5

Як показують дані таблиці 3.1.2, показники рентабельності реалізованої продукції є досить значними. Так рентабельність реалізованої продукції у 2019 році зростає на 5 % проти рівня 2018 року. Показник рентабельності реалізованої

продукції має позитивну динаміку за рахунок зменшення собівартості продукції, що закупається для подальшої реалізації в рамках діяльності ТОВ «ІЗЗІ».

Оцінка ефективності збутової діяльності є обов'язковим етапом при визначенні збутової стратегії та політики суб'єкта господарювання, в ході яких приймається система рішень по організації збуту товарів, включаючи вибір: безпосередньо ринків, часу та способів виходу на них, каналів збуту, засобів по формуванню попиту і стимулюванню збуту.

Теоретичні і методичні основи досліджування ефективності збутової діяльності промислових організацій викладені в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів: Осипова В.А. [42], Якубовича М. [43], Кобцева Р. [44], Ничипор Д. Н. [45], Жучкевич О.Н. [46], Г. В. Савицької [47] та ін.

Аналіз існуючих методик оцінки ефективності збутової діяльності дозволив виявити такі їх особливості і недоліки:

- концентрація практично всіх методик на кінцевих показниках ефективності збутової діяльності організації;
- відсутність в більшості методик узагальнених та інтегральних показників, що при різній направленості приватних показників не дозволяє дати однозначну оцінку ефективності збутової діяльності;
- системи приватних показників не враховують специфіку діяльності організацій по продажу товарів побутової хімії, а саме засобів для миття та чищення поверхонь.

Застосування в методиках кінцевих показників ефективності збутової діяльності організації, таких як «рентабельність продажів», «рентабельність реалізованої продукції», «темپ зростання обсягів реалізації продукції», «темپ зростання прибутку від реалізації продукції» та ін., безумовно, виправдано, так як саме в процесі здійснення збуту формуються результати від поточної діяльності організації.

Між тим оцінка ефективності, будучи невід'ємним етапом процесу управління збутовою діяльністю організації, в рамках якого визначаються стратегія і політика збуту, повинна характеризувати не тільки ступінь досягнення

цілей, а й давати чітке уявлення про те, які чинники забезпечили їх виконання або, навпаки, зробили негативний вплив. Так, зростання обсягів продажів організації може бути забезпечений за рахунок сприятливої зміни кон'юнктури ринку, виходу на нові ринки збуту, застосування раніше не використовуваних каналів збуту, підвищення якості існуючих товарів, охоплення нових сегментів споживачів, тощо.

До основних факторів, визначаючих ефективність збутової діяльності організації, ставляться:

- фактори ринку;
- фактори товару;
- фактори збутової системи.

Фактори ринку характеризуються привабливістю і станом кон'юнктури конкретних ринків, на яких працює організація з продажу товарів побутової хімії. Кон'юнктура ринку засобів для миття та чищення визначається обсягами попиту і пропозиції засобів побутової хімії, інтенсивністю конкуренції, рівнем цін, розміром і динамікою реальних доходів населення.

Фактори товару характеризуються перш за все рівнем конкурентоспроможності засобів для миття та чищення в різних споживчих сегментах. Конкурентоспроможність визначає здатність товарів задовольняти потреби певних споживачів на конкретному ринку виходячи з їх споживчих властивостей і цін.

Фактори збутової системи визначаються каналами збуту, які використовує організація, і ефективністю функціонування служби збуту. Успішність реалізації товару багато в чому залежить від використовуваних каналів збуту. Так, як навіть при сприятливій кон'юнктурі ринку і високому рівні конкурентоспроможності товару ефективність збутової діяльності буде нижчою за очікувану, якщо канали збуту не правильно вибрані і не дозволяють повно охопити сегменти потенційних споживачів.

На ТОВ «ІЗІ» безпосередньо процес збутової діяльності здійснює служба збуту, в компетенцію якої входить вибір ринків і каналів збуту, пошук покупців,

здійснення договірної роботи, тощо, що, безумовно, істотно впливає на кінцеву ефективність збутової діяльності організації.

Очевидно, що організація може впливати і встановити реальний контроль тільки за факторами товару і збутової системи (внутрішні фактори), проте в процесі оцінки ефективності збутової діяльності до уваги повинні прийматися всі фактори, незалежно від можливості організації впливати на них.

Обрана методика для оцінки ефективності збутової діяльності підприємства дозволяє не тільки оцінити кінцеву ефективність, але і забезпечує управління збутової діяльністю організації за допомогою запропонованої системи приватних і узагальнюючих показників, що відображають стан факторів, від яких вона залежить.

Так оцінка показників відбувається за бальною шкалою, виражається у балах, що ґрунтуються на стані показника. Показники обираються на основі аналізу основних факторів, визначаючих ефективність збутової діяльності організації.

Система приватних і узагальнюючих показників для оцінки факторів, що обумовлюють ефективність збутової діяльності організації та їх оціночні шкали, представлена в таблиці 3.1.4.

Ефективність збутової діяльності організації з продажу побутової хімії через початково визначається станом кон'юнктури ринку, на яких вона працює. Для оцінки привабливості ринку пропонується використовувати такі загальноприйняті показники, як ємність ринку, інтенсивність конкуренції, темпи зростання реальних доходів населення і фактичне споживання засобів побутової хімії на душу населення. Сприятливою ситуацією на ринку є швидко зростаючий ємний ринок, що забезпечить організації значні обсяги продажів за умов високої конкурентоспроможності її товару.

Таблиця 3.1.4

**Система приватних і узагальнюючих показників для оцінки факторів,
що обумовлюють ефективність збутової діяльності організації по продажу
засобів для миття та чищення поверхонь та їх оціночні шкали**

Показник	Оціночні шкали	
	Стан показника	Оцінка, бал
Фактори ринку побутової хімії		
Ємність ринку	Більше ніж 9000 млн. грн. 7000-9000 млн. грн. 5000-7000 млн.грн. 3000-5000 млн. грн. Менше ніж 3000 млн. грн.	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Фактичне використання засобів для миття та чищення на душу населення	Більше ніж 8000грн 7000-8000грн 6000-7000грн 5000-6000грн Менше ніж 5000грн	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Інтенсивність конкуренції на ринку	0,8–1 0,6–0,8 0,4–0,6 0,2–0,4 Менше ніж 0,2	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Темп росту реальних доходів населення	Більше ніж 110 % 105–110 % 100–105 % 80–100 % Менше ніж 80 %	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Узагальнюючий показник привабливості ринку	-	1-2 - дуже низький 2-3 - низький 3-4 - середній 4-5 - високий
Фактори товару		
Узагальнюючий показник конкурентоспроможності засобів для миття та чищення	-	1-2 - дуже низький 2-3 - низький 3-4 - середній 4-5 - високий
Ефективність каналів збуту		
Доля каналу в загальному обсязі реалізації продукції	Більше ніж 30 % 20–30 % 10–20 % 5–10 % Менше ніж 5 %	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька

Закінчення табл. 3.1.4

Показник	Оціночні шкали	
	Стан показника	Оцінка, бал
Темпи росту обсягу реалізації продукції через даний канал	Більше ніж 130 % 110–130 % 100–110 % 70–100 % Менше ніж 70 %	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Рентабельність каналу	Більше ніж 30 % 15–30 % 5–15 % 0–5 % Менше ніж 0 %	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - низька 1 - збиткова
Частка повернення продукції в каналі	Більше ніж 20 % 10–20 % 5–10 % 3–5 % Менше ніж 3 %	1 - дуже висока 2 - висока 3 - середня 4 - нижче середнього 5 - низька
Узагальнюючий показник ефективності каналу збуту	-	1-2 - дуже низький 2-3 - низький 3-4 - середній 4-5 - високий
Ефективність служби збуту		
Темп приросту нових клієнтів	Більше ніж 120 % 110–120 % 115–125 % 105–115 % Менше ніж 105 %	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Виконання договірних обов'язків по поставкам продукції	Більше ніж 110 % 105–110 % 100–105 % 90–100 % Менше ніж 90 %	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Темп росту реалізованої продукції на 1 співробітника відділу збуту	Більше ніж 130 % 110–130 % 100–110 % 70–100 % Менше ніж 70 %	5 - дуже висока 4 - висока 3 - середня 2 - нижче середнього 1 - низька
Узагальнюючий показник ефективності служби збуту	-	1-2 - дуже низький 2-3 - низький 3-4 - середній 4-5 - високий

Коефіцієнти значущості для кожної групи приватних показників визначені на основі методу експертної оцінки. Запропонована методика оцінки ефективності збутової діяльності апробована за даними ТОВ «ІЗІ».

Організація для реалізації власної продукції використовує такі канали збуту: фірмова торгівля (прямий канал), оптові і роздрібні вітчизняні торговельні організації (непрямі канали).

У таблиці 3.1.5 представлена оцінка ефективності збутової системи для ТОВ «ІЗІ».

Таблиця 3.1.5

Оцінка ефективності збутової системи для ТОВ «ІЗІ»

Показник	Коефіцієнт значущості	ТОВ «ІЗІ»	
		Прямий канал збуту	Непрямий канал збуту
Оцінка ефективності каналів збуту			
Частка каналу в загальному обсязі реалізації продукції	0,25	5	4
Темпи росту обсягу реалізації товарів через даний канал	0,2	2	2
Рентабельність каналу	0,45	4	4
Доля повернень продукції в каналі	0,1	5	5
Узагальнюючий показник ефективності каналу збуту	-	3,95	3,7
Темп приросту нових клієнтів	0,25	2	
Виконання договірних обов'язків по поставкам продукції	0,4	5	
Темп росту реалізованої продукції на 1 співробітника відділу збуту	0,35	4	
Узагальнюючий показник ефективності служби збуту	-	3,9	

Як показав аналіз, ТОВ «ІЗІ» найбільш доцільно здійснювати збут продукції, використовуючи прямі канали збуту, так як їх ефективність можна

охарактеризувати як високу (3,95 бали). Проте ефективність реалізації продукції за допомогою її постачання у оптові та роздрібні вітчизняні торговельні організації у ТОВ «ІЗІ» являється вищою за середню і має узагальнюючу оцінку цього каналу 3,7 бали.

На основі значень узагальнюючих показників ефективності функціонування служби збуту ТОВ «ІЗІ» можна оцінити як середню (3,9 бала).

3.2 Шляхи удосконалення збутової діяльності підприємства ТОВ «ІЗІ»

ТОВ «ІЗІ» працює на ринку з 2007 року. За цей час підприємство встигло зарекомендувати себе як надійний партнер та встановило постійні зв'язки з багатьма великими компаніями-споживачами. Проте за результатами аналізу ефективності збутової діяльності та за інформацією зі звіту по продажам (Дод. Е) можна зробити висновок, що політика підприємства щодо організації збутової діяльності є не достатньо продуктивною. Для оптимізації збутової діяльності було розроблено ряд заходів, що дозволять усунути існуючі проблеми підприємства та удосконалити його роботу.

Для сформованої системи руху товару, досягнутого рівня розвитку ринку і організації торгівлі визначені характерні недоліки і проблеми, вирішення яких може призвести до значного поштовху в розвитку торгового підприємства.

Розглянемо проблеми ТОВ «ІЗІ» та шляхи їх вирішення.

Зниження валового прибутку. Для підвищення валового доходу необхідно збільшити ціну реалізації продукції або збільшити обсяг продажів в кількісному вираженні, що буде доступним при налагодженні нових каналів збуту.

Відсутність нових каналів збуту. Обмежений перелік клієнтів є головною проблемою підприємства, яка не дозволяє йому розширюватися, виходити на нові ринки та, як наслідок, збільшувати свій прибуток, що являється основною метою діяльності будь-якого підприємства. Це викликано тим, що підприємство не веде

активну маркетингову політику та співпрацює лише з постійними та перевіреними споживачами. Для того, щоб залучити нових покупців ТОВ «ІЗІ» необхідно впровадити діяльність спеціалізованого маркетингового відділу.

Зниження рівня продажів. Для підвищення рівня продажів необхідно провести ряд заходів, такі як стимулювання попиту споживачів та розширення асортименту. Під стимулюванням купівельного попиту передбачається проведення акцій, системи знижок або інших заходів в рамках маркетингової політики, які зацікавлять покупця. Так само ефективним методом буде стимулювання робочого персоналу за рахунок премій і надбавок та підвищення їх кваліфікації шляхом навчання їх техніці «Активних продажів».

Відсутність маркетингового відділу. Головна проблема підприємства, що перешкоджає вирішенню вищезазначених проблем і є основоположною. Питаннями організації, ведення і контролю над результатами рекламної діяльності в ТОВ «ІЗІ» в даний час відповідальний менеджер зі збуту. Відсутність спеціальної посади по рекламній діяльності в штатному розкладі підприємства знижує її ефективність, тому керівництву компанії пропонується ввести в штат нову посаду «менеджер з реклами». Мета роботи даного спеціаліста в компанії буде полягати в розробці та проведенні комплексних рекламних компаній. Залежно від цільової аудиторії, він буде розроблювати стимулюючі та іміджеві рекламні акції. Даний співробітник повинен бути підзвітний в своїй діяльності менеджеру по збуту ТОВ «ІЗІ». В його коло обов'язків необхідно включити:

- складання медіа планів, які повинні бути економічно обґрунтовані;
- складання іміджевої реклами, основний цілю якої повинно бути створення сприятливого образу організації;
- визначення економічної ефективності від проведення рекламної компанії;
- підготовку контрактів і договорів на проведення і розміщення реклами на телебаченні, радіо, в інтернеті, тощо.

- планування та організацію розміщення зовнішньої реклами, контроль за станом рекламних об'єктів;
- організацію презентацій і виставок (участь в даних заходах).

На попередньому етапі розробки нової рекламної кампанії ТОВ «ІЗЗІ» необхідно розробити загальний план просування послуг підприємства. Для того, щоб стимулювати клієнтів на придбання товарів організації пропонуємо використовувати наступну систему знижок:

1. Для постійних клієнтів, з другої покупки видавати картки з символікою ТОВ «ІЗЗІ» по якій можна отримати бонусні знижки (знижка 5% від вартості товару).

2. Продавати товар зі знижкою у разі великого оптового замовлення.

3. При здійсненні будь-якої покупки вручати подарункову продукцію (наприклад пробник іншого товару, що може стимулювати його придбання при наступному замовленні, або антисептичні засоби, що будуть актуальними під час пандемії, підкреслять орієнтацію підприємства на досягнення чистоти та позитивно вплинуть на репутацію підприємства в цілому). Даний спосіб комунікації дозволить отримати відгук від споживача у вигляді замовлення продукції. Доцільним для ТОВ «ІЗЗІ» буде використання таких інструментів Директ -Маркетинг (прямого маркетингу):

- Продаж по каталогам. Пропонується організувати розсилку за адресами великих приватних потенційних покупців. Якщо ж планується організувати продаж юридичній особі, то по електронній пошті можна відправляти пропозицію, яка включає супровідний лист.
- Стимулювати продажі через мережу інтернет. На сьогоднішній день у ТОВ «ІЗЗІ» дуже простий і не інформативний web-сайт. Крім того, його складно знайти, так як ніхто не займається просуванням. Необхідно розробити завдання для оновлення сайту організації та замовити його в студії web-дизайну. Також необхідно здійснити заходи щодо його просування в пошукових системах Інтернет.

В рамках рекламних заходів, пропонується ТОВ «ІЗІ» брати участь в виставках, на яких можна укласти велику кількість контрактів. Для ТОВ «ІЗІ» виставка вигідна тим, що на ній за кілька днів можна охопити таку аудиторію потенційних споживачів, для роботи з якою в звичайних умовах знадобляться місяці і набагато більші витрати. Пропонується представляти на виставці не тільки засоби для миття та чищення, а й супутнє технічне оснащення для їх використання.

Метою PR-кампанії ТОВ «ІЗІ» також може стати поліпшення іміджу компанії, представивши його як солідного і стабільного партнера, який прагне зайняти активну позицію в житті суспільства. Враховуючи те, що підприємство вже зараз співпрацює з багатьма відомими закладами HoReCa, це ще більше підкреслить статус компанії та може надати ще більшого поштовху для залучення нових великих компаній-споживачів. Для цього необхідно налагодити зв'язки з громадськістю.

Інтерв'ю є дуже потужним інструментом реклами. Его можна визначити як зустріч журналістів з представниками підприємства, що має на меті надання ЗМІ фактографічної і проблемної інформації. Бажано мати власного або найнятого фотографа. Слід приділити увагу створенню обстановки, яка сприяла комфортної професійній роботі представників ЗМІ.

Додатково можна підвищити продуктивність праці. Для використання робочого часу ввести жорстку систему контролю прогулів, запізнь і інших порушень трудової дисципліни, так як це в кінцевому підсумку впливає на продуктивність праці.

Слід постійно шукати способи усунення втрат робочого часу через погану організацію праці та усунення непродуктивних витрат праці (втрати від браку). Важливо встановити, які з причин, що викликали втрати часу, є залежними від персоналу (прогули, запізнення, простої обладнання з вини працюючих і т. Д.), А які не обумовлені його діяльністю. Зменшення втрат робочого часу з причин, залежних від трудового колективу, до повного їх усунення, є резервом, що не вимагає капітальних вкладень, що дозволяє швидко отримати віддачу.

Оцінка ефективності запропонованої програми вдосконалення збутової діяльності ТОВ «ІЗІ» передбачає співвідношення витрат на її реалізацію і відповідних прибутків.

Необхідні витрати для проведення рекомендованих стимулюючих заходів ТОВ «ІЗІ» надані в наступній таблиці 3.2.1. Одним з важливих моментів в програмі реалізації то, що основні нововведення можна буде зробити власними силами компанії.

Таблиця 3.2.1.

Плановий бюджет програми стимулювання збуту продукції ТОВ «ІЗІ»

Заходи удосконалення збутової діяльності	Статті затрат	Ціна, тис. грн.	Кількість, шт.	Сума, тис. грн.
Навчання співробітників компанії техніці «Активних продажів»	Проведення корпоративного тренінгу	2	5	10
Каталоги	Макет	5	1	5
	Друк	0,1	100	10
Участь у виставці	Стенд	20	1	20
	Вартість місця за 3 дні	15	1	15
Інтернет-реклама	Оновлення сайту	5	1	5
	Розкрутка сайту	20	1	20
Подарункова продукція	Закупівля	0,015	1000	15
Інтерв'ю	Фотограф	3	1	3
Продажі за каталогом	Розсилка	0,05	100	5
Разом	-	-	-	108

Таким чином, загальний бюджет витрат на розроблені заходи складе 108 тис. грн., а середній щомісячний рекламний бюджет становитиме 9 тис. грн.

За результатами аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «ІЗІ» було виявлено, що чистий прибуток компанії за 2019 рік склала 1074693 грн.,

тому можна зробити висновок про те, що програму удосконалення збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ» можна буде здійснити за рахунок власних коштів компанії.

На основі зробленого прогнозу визначимо очікуваний приріст прибутку від впровадження комплексу заходів зі стимулювання збуту (формула 3.2.1):

$$\Delta\text{Пр(оч)} = \text{Пр} * 0,08, \quad (3.2.1)$$

де Пр(оч) - очікуваний приріст прибутку від впровадження заходів удосконалення збутової діяльності

Пр -прибуток від продажів за останній аналізований рік

$$\Delta\text{Пр(оч)} = 1074693,67 * 0,08 = 85975,5 \text{ грн}$$

Термін окупності витрат на заходи визначається за формулою (3.2.2).

$$N = \frac{\text{Витрати}}{\Delta\text{Пр(оч)}}, \quad (3.2.2.)$$

$$N = \frac{108000}{85975,5} = 1,2 \text{ роки}$$

Аналізуючи наведені розрахунки можна стверджувати про ефективність запропонованих заходів зі стимулювання збуту продукції їх економічної доцільності при впровадженні в діяльності ТОВ «ІЗЗІ».

Отже, дослідивши збутову діяльність підприємства ТОВ «ІЗЗІ» можемо зробити висновок, що усі показники фінансової діяльності за 2019 рік мають негативну динаміку у порівнянні з минулим роком. Так у 2019 році чистий прибуток підприємства, який в натуральному вираженні склав 859754,94 грн, зменшився на 17,6% у порівнянні с 2018 роком. Проаналізувавши динаміку основних показників збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ», констатуємо зростання за усіма показниками у 2018 році та різкий спад у 2019. Так дохід від реалізації

продукції у 2019 році зменшився на 230021,24 грн, або на 17,6%; валовий прибуток – на 43652,53 грн, або на 13,5%. Рентабельність реалізованої продукції у 2019 році зросла на 5 % проти рівня 2018 року. За результатами оцінки за бальною шкалою ефективність прямих каналів збуту можна охарактеризувати як високу (3,95 бали), ефективність непрямих каналів збуту характеризується як середня (3,7 бали). На основі значень узагальнюючих показників ефективності збутової діяльності ТОВ «ІЗІ» можна оцінити як середню (3,9 бали).

В результаті визначення основних напрямків удосконалення збутової діяльності підприємства ТОВ «ІЗІ» та бюджету на їх впровадження були розраховані очікуваний приріст прибутку від впровадження комплексу заходів зі стимулювання збуту, що становив 85975,5 грн. та термін окупності витрат на заходи направлені на удосконалення збутової діяльності – 1,2 роки, що свідчить про доцільність впровадження даних заходів на підприємстві ТОВ «ІЗІ».

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В наш час промисловість випускає величезний асортимент засобів для чищення та миття поверхонь. Встановлено, що асортимент на українському ринку синтетичних мийних засобів формується за рахунок продукції власного виробництва та імпорту. Його формування відбувається під впливом: потреб споживачів, розвитку технологій та зростаючих вимог до екологічної безпеки синтетичних мийних засобів.

На підставі зробленого нами аналізу, можна зробити висновок, що ринок побутової хімії за останній рік стрімко зріс та створив умови до розширення асортименту. За останні три роки в Україні обсяги виробництва засобів для чищення та миття поверхонь збільшилися. Вітчизняна продукція на ринку має великі перспективи, хоча бракує сировини та більшість компонентів закупається за кордоном. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємств побутової хімії вказує на імпорторієнтовану політику. Експорт товарів побутової хімії з України менший, ніж їх імпорт.

Тож, ми пропонуємо українським виробникам засобів для миття та чищення поверхонь переходити на світові стандарти якості продукції та виробництва, що дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції, як на українському, так і на європейському ринках.

Для класифікації асортименту СМЗ запропоновано використовувати декілька ідентифікаційних розподілів: за консистенцією, за складом, типами забруднення, за способом застосування, за типом поверхонь, за формою випуску та об'ємом.

Під час визначення вимог до якості та безпечності засобів для миття та чищення поверхонь ми з'ясували, що ТР нормує вимоги щодо меншої кількості показників, ніж ДСТУ, дотримання вимог якого є обов'язковим в Україні.

Зважаючи на цей факт, ми пропонуємо Кабінету Міністрів України переглянути та збільшити перелік вимог до мийних засобів, що зазначені в ТР.

Основні вимоги щодо якості та безпечності засобів для миття та чищення поверхонь містяться у загальних нормативних документах на товари побутової хімії. Найбільш доцільними для аналізу якості та безпечності засобів для миття та чищення поверхонь виділено показники: зовнішній вигляд, колір, консистенція, запах, якісний аналіз на природу ПАР, вміст сухого залишку ПАР, вміст активної миючої речовини, показник концентрації водневих іонів, густина, відносна в'язкість, піноутворення.

Відповідно до мети роботи, а саме для проведення експертизи якості засобів для миття та чищення поверхонь на ТОВ «ІЗІ», були проведені власні дослідження, для яких були обрані 3 зразки мийних засобів, які є найбільш універсальними та популярними товарами на ТОВ «ІЗІ», а саме: універсальний засіб для знежирення і догляду за поверхнями на кухні ASSERT CLASSIC, зволожуючий мийний засіб для скла і твердих поверхонь MAXX Brial2 та мийний засіб для догляду за підлогою MAXX Indur2.

За результатами проведених досліджень було встановлено, що всі заявлені зразки відповідають вимогам нормативних документів.

При вирішенні завдання аналізу збутової діяльності підприємства в роботі визначено, що обсяг збуту (реалізації) продукції визначає результати фінансово-господарської діяльності підприємства, від нього залежить розмір доходів і прибутку.

Проаналізувавши показники фінансової діяльності підприємства ТОВ «ІЗІ» можна зробити висновок, що зростання прибутку прямо пропорційно залежить від зростання продажів. У 2019 році чистий прибуток підприємства, який в натуральному вираженні склав 859754,94 грн, зменшився на 17,6% у порівнянні з 2018 роком. При аналізі динаміки основних показників збутової діяльності підприємства ТОВ «ІЗІ» у 2019 році відстежується тенденція спаду. Так дохід від реалізації продукції у 2019 році зменшився на 230021,24 грн, або на 17,6%; валовий прибуток – на 43652,53 грн, або на 13,5%.

Щодо показників рентабельності реалізованої продукції, то рівень рентабельності реалізованої продукції у 2019 році зріс на 5 % проти рівня 2018 року.

Дослідивши організацію збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ» На основі значень узагальнюючих показників ефективності функціонування служби збуту був зроблений висновок про те, що діяльність по здійсненню збуту можна оцінити як середню (3,9 бали).

В результаті проведеного аналізу були виявлені проблеми в організації збутової діяльності, серед яких : зниження рівня продажів, зниження валового прибутку, відсутність нових каналів збуту, відсутність маркетингового відділу. Грамотне рішення цих проблем приведе до збільшення обсягу продажів і удосконалення збутової діяльності підприємства в цілому.

На основі проведеного дослідження збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ», що реалізує продаж засобів для миття та чищення, можна запропонувати підприємству ТОВ «ІЗЗІ» програму заходів щодо вдосконалення збутової діяльності, в яку входить:

- навчання співробітників компанії техніці «Активних продажів»;
- введення нової посади «Менеджер з реклами», в рамках повноважень якого будуть проводитись маркетингові заходи (участь у виставках, інтерв'ю з представниками ЗМІ, розробка рекламної компанії, тощо).

Загальний бюджет витрат на розроблені заходи за розрахунками, наведеними в роботі, складе 108 тис. грн., а середній щомісячний рекламний бюджет становитиме 9 тис. грн.

За результатами аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «ІЗЗІ» було виявлено, що чистий прибуток компанії за 2019 рік склала 1074693 грн., тому можна зробити висновок про те, що програму удосконалення збутової діяльності ТОВ «ІЗЗІ» можна буде здійснити за рахунок власних коштів компанії.

Очікуваний приріст прибутку від впровадження заходів удосконалення збутової діяльності склав 85975,5 грн, а термін окупності становив 1,2 роки.

На підставі проведених розрахунків можна зробити висновок про доцільність проведення запропонованої програми удосконалення збутової діяльності на ТОВ «ІЗЗІ».

Практична значущість нашого дослідження полягає у впровадженні даних заходів удосконалення збутової діяльності на підприємстві ТОВ «ІЗЗІ».

Таким чином, завдання вирішені в повному обсязі, мета досягнута - проведені експертиза якості та оцінка ефективності збутової діяльності засобів для миття та чищення поверхонь ТОВ «ІЗЗІ».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Теоретичні основи товарознавства: навч. посіб. / Ю.Т. Жук [та ін.]. – К.: Укоопосвіта, 2011.
2. Мельник В. Експертиза якості засобів для миття та чищення поверхонь / Мельник В. // Збірник наукових статей студентів “Інновації і в підприємстві та торгівлі” - К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т., 2020.
3. Деева О. Рынок синтетических моющих средств / О. Деева // Химия Украины.–2010. –№ 2 (248). –С. 23.
4. Аналіз ринку побутової хімії в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/726>.
5. Бондаренко С.М. Система показ-ників конкурентоспроможності, соціаль-но-економічної ефективності для спо-живача та рейтингу виробу на ринку / С.М. Бондаренко // Проблеми науки. – 2001. – № 10. – С. 40–46.
6. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и ме-тодология / Е.П. Голубков. – М.: Фин- пресс, 1998. – 416 с.
7. А.А. Шубин. Маркетинг синтетических мою-щих средств: монографія / А.А. Шубин, Д.П. Лойко, Т.П. Писаренко. – Донецк: ДонГУЭТ, 2006. – 243 с.
8. Деева О. Парфюмерия. Косметика / О. Деева // Химия Украины. – 2010. – № 4 (250).
9. Nielsen –офіційний сайт [Електронний ресурс] –Режим доступу: <http://www.nielsen.com/eu/en/about-us.html>.
10. ТОВ «Завод побутової хімії «МИЛАМ» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://milam.in.ua/index.php?id=16>
11. Каталог українських виробників [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://madeinua.org>.
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України / Статистична інформація [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. О.О. Шубін. Ринок непродовольчих товарів України: реалії та перспективи: монографія. - В 3-ох т. / О.О. Шубін, О.М. Азарян та ін.; за наук. ред. О.О. Шубіна

- М-во освіти і науки України, Денц. Нац. Ун-т економіки і торгівлі ім. Тихайла Туган-Барановського. - Донецьк: Вид-во ДонНУЕТ. - 2010.
14. Муратова К.В., Пиріков О.В., Рибаченко В.І. Сучасні тенденції розвитку українського ринку мийних засобів / К.В. Муратова, О.В. Пиріков, В.І. Рибаченко // Збірник наукових праць ДонНУЕТ. – 2010. – С. 225-230.
15. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України / Митна статистика [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ms>.
16. Непродовольчі товари: підручник / Михайлов В.І., Глушкова Т.Г., Зельніченко – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004.
17. А.А. Мазаракі. Класифікація непродовольчих товарів : монографія / А.А. Мазаракі, Н.В. Мережко, Л.А. Коптюх та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. - Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016.
18. Товарознавство непродовольчих товарів: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / М. П. Зрезарцев, В. М. Зрезарцев, В. П. Параніч — К.: Центр учбової літератури, 2009.
19. Кутянин Г.И. Пластические массы и товары бытовой химии. - М.: Экономика, 1988.
20. Українська класифікація товарів ЗЕД [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://qdpro.com.ua>.
21. Лифиц И.М., Леженин С.Д. и др. Исследования непродовольственных товаров. - М.: Экономика, 1988.
22. Товароведение и экспертиза бытовых химических товаров: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Паршикова В.Н. - Издательский центр «Академия», 2005.
23. Продукція хімічна (товари побутової хімії). Маркування. ГСТУ 3-050-2004 - [Чинний від 2004-07-01]. – Держспоживстандарт України.
24. ДСТУ 2972:2010. Засоби мийні синтетичні порошкоподібні. Загальні технічні вимоги та методи випробувань; введ. 2010-12-27. –К.: Держспоживстандарт України.

25. Засоби мийні синтетичні порошкоподібні. Метод визначання здатності до біологічного розкладання аніонних поверхнево-активних речовин. ДСТУ 2161:2010 – [Чинний від 2011-07-01]. – Держспоживстандарт України.
26. Засоби миючі синтетичні і речовини поверхнево-активні. Методи визначення концентрації водневих іонів. ДСТУ 2207.1-93 - [Чинний від 1994-01-01]. - Держспоживстандарт України.
27. Засоби миючі синтетичні. Методи визначення масової частки активного кисню. ДСТУ 2207.2-93 – [Чинний від 1994-01-01]. – Держспоживстандарт України.
28. Засоби миючі синтетичні. Речовини поверхнево-активні і мила. Методи визначення масової частки води. ДСТУ 2207.3-93 – [Чинний від 1994-01-01]. – Держспоживстандарт України.
29. Речовини поверхнево-активні. Засоби мийні. Визначення аніонної поверхнево-активної речовини методом двофазного титрування ручним або механічним способом. ДСТУ ISO 2271:2007 – [Чинний від 2009-01-01]. – Держспоживстандарт України.
30. Засоби мийні синтетичні. Метод визначання мийної здатності. ДСТУ 2665:2012; – [Чинний від 2013-01-01]. – Держспоживстандарт України.
31. Поверхнево-активні речовини. Засоби мийні. Аніонні поверхнево-активні речовини, що гідролізуються в лужному середовищі. Визначення аніонних поверхнево-активних речовин, які гідролізуються та не гідролізуються. ДСТУ ISO 2869:2006 – [Чинний від 2007-01-01]. – Держспоживстандарт України.
32. Речовини поверхнево-активні. Засоби мийні. Метод визначення аніон-активних речовин, які гідролізуються і не гідролізуються в кислому середовищі. ДСТУ ISO 2870:2015; – [Чинний від 2017-01-01]. – Держспоживстандарт України.
33. Речовини поверхнево-активні. Засоби мийні. Метод визначення вмісту катіон-активних речовин. ДСТУ ISO 2871-2015 – [Чинний від 2017-01-01]. – Держспоживстандарт України.
34. Технічний регламент мийних засобів, затверджений постановою Кабінету Міністрів України 20.08.2008, No717 (у редакції постанови Кабінету Міністрів

України від 12 червня 2013р. №408)// Законодавство України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

35. Санітарні правила і норми з виробництва і використання товарів побутової хімії: СанПін № 6026 Б-91. –[Чинний від 1991-08-12]. –СССР: Санітарні правила і норми, 1991. –3 с.

36. Методичні вказівки з гігієнічної оцінки товарів побутової хімії : № 6026 Б-91. –[Чинний від 1991-08-12]. –СССР: Методичні вказівки, 1991. –53 с.

37. Продукція хімічна (товари побутової хімії). Пакування. ГСТУ 3-051:2004.; – [Чинний від 2004-07-01]. –К.: Мінпромполітики України, 2004. –11 с.

38. Електронна енциклопедія. Товарознавча експертиза: види та порядок проведення експертизи [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/Товарознавча_експертиза:_види_та_порядок_проведення.

39. Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору: No 299. – [Чинний від 2010-05-28]. -Затверджений рішенням Комісії Митного союзу, 2010. – 881с.

40. Бухгалтерський фінансовий облік / Бутинець Ф.Ф. - Житомир ПП “Рута”, 2000.-С.365-376.

41. Економічний аналіз: навч.-метод. комплекс дисципліни (для студентів економічних спеціальностей)/ І.В. Спільник, О.М. Загородна. –Тернопіль: ТНЕУ, 2012. –432 с.

42. Осипов, В.А. Проблемы развития логистики в России / В.А. Осипов // Молодой ученый. –2017. –№13.1. –С. 75–77.

43. Якубович. М. А. Финансовые показатели эффективности функционирования предприятия / М. Якубович // Планово-экономический отдел. –2005. –№ 9 . –С. 36-39.

44. Кобцев Р. Ю. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на основе единой модели / Р. Ю. Кобцев// Маркетинг в России и за рубежом. –2007. – № 6. –С. 50-58.

45. Ничипор, Д. Н. Анализ розничного товарооборота / Д. Н. Ничипор // Планово-экономический отдел.–2004. –№ 12. –С. 53.
46. Жучкевич О. Н. Особенности оценки эффективности коммерческой деятельности субъектов хозяйствования отрасли промышленности / О. Н. Жучкевич // Материалы международного научного семинара «Экономический рост в условиях трансформации» /УО «ВГТУ». –Витебск, 2015. –С. 125-128.
47. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2002. - 336 с.

ДОДАТКИ

Додаток А



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА САНИТАРНО-ЕПІДЕМІОЛОГІЧНА СЛУЖБА

Міністерство Охорони Здоров'я України
(назва державної установи)

м. Київ, вул. Грушевського, 7
(адреса державної установи)
тел. факс: 253-94-84; 559-29-88

ЗАТВЕРДЖЕНО

Заступником начальника державного санітарного лікарня Укрліну



Г.С. Бридик

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи

на 11.03 2015р. № 05.03.02-01/13944

Засіб для миття та чистення Assest Classic
(об'єкт експертизи, визначений у відповідності до ДСТУ, ГОСТ)

Код УКТЗЕД 3402900000
(код за ДКП, код в УКТЗЕД, артикул)

Для професійного використання за призначенням у промислових закладах, підприємствах харчової промисловості та інших громадських закладах
(сфера застосування та реальні об'єкти експертизи)

Контори ЕСОЛАВ (МЕНКЕЛ-ЕСОЛАВ), Бельгія, Тессландро, Бельгія/Валбі, Данія/Нькелсбек, Нідерланди/Досселторф, Німеччина/Ратібош, Польща/Марібор, Словенія/Шалон сюр Мар, Франція; (Бельгія, Данія, Нідерланди, Німеччина, Польща, Словенія, Франція)
(технічна інформація, виробник, марка, відповідальні особи, телефон, факс, Email та Web-адреса)

"ЕКОЛАВ ГРУП", Україна, 08008, Київська обл., м. Васильків, вул. Катерина 2/а
(адреса адрес, відповідальні особи, телефон, факс, E-mail, Web-адреса)

Необхідності в даній справі контракт немає.
(дані про контракт та реалізація об'єкта експертизи в Україні)

Об'єкт експертизи відповідає встановленим технічним критеріям безпеки / показникам, за результатами розгляду і аналізу документів, наявних заповнених та гігієнічних досліджень невідного зразка: засіб для миття та чистення Assest Classic відповідає вимогам СанПін 6026 Б-91 та МБ № 4548-87

Необхідними умовами використання / застосування, зберігання, транспортування, утилізації, знищення є: Для забезпечення належної безпеки ризику впливу асептичних факторів при використанні продукції в зазначеній сфері застосування необхідно дотримуватися вимог СанПін 6026 Б-91 та МБ № 4548-87, при використанні засобу Assest Classic: зазначеної кількості ПАВ на поверхнях після обробки не повинні перевищувати - 0,15 мг/см², на шкірі - 1,0 мг/см².

Використання засобу згідно інструкції. На час використання дотримуватися правил: готувати розчин та інструмент безпечною концентрацією галузі виробництва згідно з діючою нормативно-технічною документацією. Зберігання, транспортування - згідно інструкції та діючої нормативно-технічної документації. Транспортувати маркуванням за ГОСТ 14192-96 «Маркіровка грузів». Після закінчення терміну придатності та/або закінчення згідно ДСанПін 2.2.7.029-09.

За результатами державної санітарно-епідеміологічної експертизи об'єкт експертизи "Засіб для миття та чистення Assest Classic", на підставі заповненого зразком висновку, відповідає вимогам діючого санітарного законодавства України і з умовами дотримання вимог цього висновку може бути використаний в зазначеній сфері застосування.

Термін придатності: у відповідності до вимог та маркування на упаковці
Інформація щодо етикетки, застосування, правила тощо: єтикетка та сертифікат виробника повинні супроводжувати кожну упаковку виробу.

Висновок дійсний: до 31.03.2020 р.
Відповідальність за дотримання вимог цього висновку несе замовник.

При зміні рецептури, технології виготовлення, які можуть змінити властивості об'єкта експертизи або спричинити негативний вплив на здоров'я людей, сфери застосування, умов застосування об'єкта експертизи даний висновок втрачає силу.

Підписаний безпекою, він підлягає контролю на території санітарного контролю за показниками безпеки для здоров'я та потреби.

Підписаний безпекою, він підлягає контролю при митному оформленні; санітарний контроль за зазначеними безпекою для здоров'я та потреби.

Поточний державний санітарний лікарня зобов'язана згідно з вимогами цього висновку, у відповідності з чинним законодавством України.

Комісія з державної санітарно-епідеміологічної експертизи при Головному державному санітарному лікарні України Інституту екології та токсикології ім. Д.І.Мелника м. Київ, вул. Героїв Оборони, 6
тел. 258-47-73

Протокол експертизи № 3/9 А-2177-07 від 20.03.2015р.
Добровольна О.О.

Заст. голови експертної комісії

Рис. А.1 Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи


МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА САНІТАРНО-ЕПІДЕМІОЛОГІЧНА СЛУЖБА

Міністерство Охорони Здоров'я України
 м. Київ, вул. Грушевського, 7
 тел. факс: 255-94-84; 559-29-85

ЗАТВЕРДЖЕНО
Заступником Голови Державної санітарно-епідеміологічної служби України


Г.О.Бурачок

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи
 від 28.03 2015р. № 05.03.02-03/ 439/14

Засіб для миття та чищення Merox Brisa2
 (об'єкт експертизи, нумерований у відповідності до ДСТУ ГОСТ 34029:2000)

Код УКТЗЕД: 340290000

Для професійного використання за призначенням у промислових закладах, підприємствах харчової промисловості та закладах громадського харчування

Контори ЕСОЛАВ (PINKEL-ESOLAV), Бельгія, Тессендаро, Бельгія/Валді Давіс/Нікколесон, Нідерланди/Дюссельдорф, Німеччина/Ратіфон/Польша/Марібор, Словенія/Шалон (окр Мер Фрэнсіс), Бельгія, Данія, Нідерланди, Німеччина, Польща, Словенія, Франція

"ЕСОЛАВ ТРОВ", Україна, 08600, Київська обл., м. Васильків, вул. Катерина 2/а

Необхідності в інших про контракт мекс.

Об'єкт експертизи відповідає встановленим медичним критеріям безпеки / показникам: за результатами розгляду і аналізу документів, наданих замовником та гігієнічних досліджень наданого зразка, засіб для миття та чищення Aseel Classic відповідає вимогам СанПіН 6026 Б-91 та МБ № 4548-87

Необхідними заходами використання / застосування, зберігання, транспортування, утилізації, зняття з с/д. Для забезпечення належного ризику вилучення факторів при використанні продукції в зазначеній сфері застосування, необхідно дотримання вимог СанПіН 6026 Б-91 та МБ № 4548-87 при використанні засобу Aseel Classic: змивання з поверхні після обробки не повинні перевищувати - 0,15 мг/см², на сміри ру-б,0 мг/см².

Використання засобу згідно інструкції. На час використання дотримуватися правил безпеки та інструкції безпеки при використанні засобу з виробничим згідно з діючою нормативно-технічною документацією. Зберігання, транспортування - згідно інструкції та діючої виробничо-технічної документації. Транспортування маркування за ГОСТ 14192-96 «Маркіровка трупів». Після закінчення терміну придатності утилізувати та зняття згідно ДСанПіН 2.2.7.029-99.

За результатами державної санітарно-епідеміологічної експертизи об'єкт експертизи "Засіб для миття та чищення Aseel Classic", за наданим замовником, відповідає вимогам діючої санітарної законодавства України і за умови дотримання вимог цього висновку може бути використаний в зазначеній сфері застосування.

Термін придатності: у відповідності до вимог та маркування на упаковці

Інформація щодо стійкості, інструкція, правила тощо: єтикетка та сертифікат виробника повинні супроводжувати кожен упаковку продукції.

Висновок дієвий: до 31.03.2020 р.
 Відповідальність за дотримання вимог цього висновку несе замовник.

При зміні рецептури, технології виготовлення, які можуть змінити властивості об'єкта експертизи або спричинити негативний вплив на здоров'я людей, сфері застосування, умов застосування об'єкта експертизи даний висновок втрачає силу.

Позитивна безпека, які підлягають контролю на харчової санітарного контролю за показниками безпеки для здоров'я не потрібні.

Позитивна безпека, які підлягають контролю при миттю оформленні, санітарного контролю за показниками безпеки для здоров'я не потрібні.

Позитивна безпека, які підлягають контролю за відповідності згідно з вимогами цього висновку: у відповідності з чинним законодавством України.

Комісія з державної санітарно-епідеміологічної експертизи при Головному державному санітарному лікарні України Інституту екології і токсикології ім. Д.І.Медведя

Протокол експертизи № 3/8-А-2177-07 від 20.03.2015 р.

Заст. голови експертної комісії  Г.О.Бурачок

Рис. Б.1 Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА САНІТАРНО-ЕПІДЕМІОЛОГІЧНА СЛУЖБА

Міністерство Охорони Здоров'я України
 м. Київ, вул. Грушевського, 7
 тел. факс: 253-94-84; 559-29-85

ЗАТВЕРДЖЕНО
Заступником Голови Державної санітарно-епідеміологічної служби



Висновок дієвий з 01.03.2020 р.

Відповідальність за дотримання вимог цього висновку несе заводчик.

При зміні рецептури, технології виготовлення, які можуть змінити властивості об'єкта експертизи або спричинити негативний вплив на здоров'я людей, сфери застосування, умов застосування об'єкта експертизи даній висновок втрачає силу.

Підписаний **Безпека**, які підлягають контролю на місцях: санітарного контролю за показниками безпеки для здоров'я не потребує.

Підписаний **Безпека**, які підлягають контролю при митному оформленні: санітарного контролю за показниками безпеки для здоров'я не потребує.

Поточний державний санітарний контроль здійснюється згідно з вимогами цього висновку, у відповідності з чинним законодавством України.

Комісія з державної санітарно-епідеміологічної експертизи при Головному державному санітарному лікарні України Інституту екології та токсикології ім. П.І.Мельника

Протокол експертизи № 3/8 А. 2177-07 від 20.03.2015 р.

Заст. голови експертної комісії

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи

на 11.03 2015 р. № 05.03.02-01/13944

Засіб для миття та чищення Maxx Indur2
 (об'єкт експертизи, митильний засіб для миття та чищення)

Код УКУЗЕД: 5402909000

Для професійного використання за призначенням у громадських закладах, підприємствах харчової промисловості та закладах громадського харчування

Контори: ЕСОЛАВ (HENKEL-ЕСОЛАВ), Бельгія, Телендеро, Бельгія/Вашбі, Данія/Торшелтс, Німеччина/Дюссельдорф, Німеччина/Ратібор, Польща/Марбор, Словенія/Шалон (сир), Мар, Франція, (Бельгія, Данія, Німеччина, Німеччина, Польща, Словенія, Франція)

"ЕКОЛАВ ТЮВ", Україна, (88000, Київська обл., м. Васильків, вул. Катерина 246)

Необхідності в даних про контракт немає:

Об'єкт експертизи відповідає встановленим медичним критеріям **Безпека**, **показникам**: за результатами розгляду і аналізу документів, наданих заводчиком та фізичного дослідження названого засобу для миття та чищення **Assept Classic** відповідно вимогам СанПіД 6026-8-91 та МБ № 4548-87.

Необхідності укладати ліцензійні угоди з державними підприємствами, підприємствами, установами, підприємствами, діяльність яких пов'язана з оборотом товарів, не передбачає проведення експертизи. Для забезпечення відповідності режиму вилучення санітарно-гігієнічних засобів для використання в закладі об'єкта експертизи необхідно дотримання вимог СанПіД 6026-8-91 та МБ № 4548-87; при використанні засобу **Assept Classic** зазначеної кількості ПАР на поверхні після обробки не повинні перевищувати - 0,15 мкг/см², на шкідливі речовини - 2.

Використання засобу згідно інструкції. Під час використання дотримуватися правил техніки безпеки та інструкції безпеки при використанні галузі виробництва згідно з діючими нормативно-технічними документами. Зберігання, транспортування - згідно інструкції та діючої нормативно-технічної документації. Транспортні маркування за ГОСТ 14192-96 «Маркування трупов». Після закінчення терміну придатності утилізувати за згодою згідно ДСанПіД 2.2./029-09.

За результатами державної санітарно-епідеміологічної експертизи об'єкт експертизи "Засіб для миття та чищення **Assept Classic**", на являючи зазначене зразком відповідно зазначеним діючим санітарним законодавством України і за умови дотримання вимог цього висновку може бути використаний в зазначеній сфері застосування.

Термін придатності: у відповідності до вимог та мірування на упаковці.

Інформацій щодо стиків, інструкція, правила тощо, етикетка та сертифікат виробника повинні супроводжувати кожен упакований виріб.

Рис. В.1 Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи

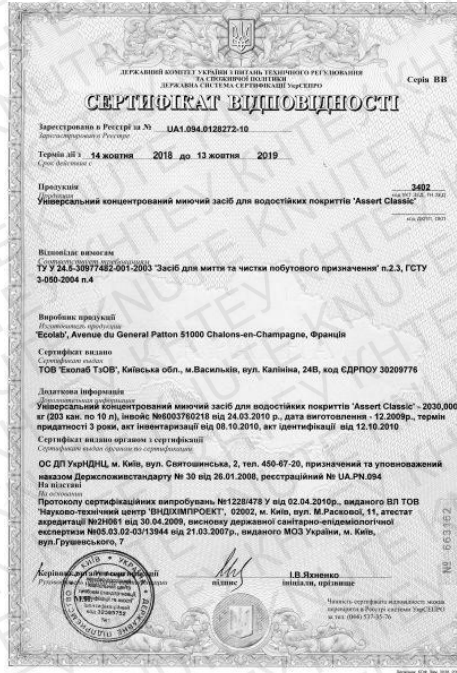


Рис. Г.1 Сертифікат відповідності засобу «Assert Classic»

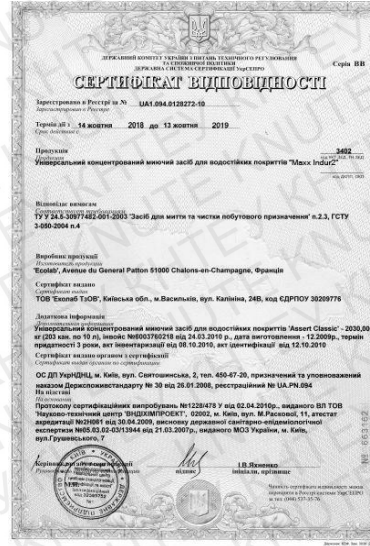


Рис. Г.2 Сертифікат відповідності засобу «Maxx Indur2»



Рис. Г.3 Сертифікат відповідності засобу «Махх Brial2»

Дослід визначення концентрації водневих іонів із застосуванням індикаторного паперу - лакмусового папірця

Необхідне обладнання для виконання дослідів: лакмусовий папірець.

Зразки, що досліджуються:

- Зразок №1 - ASSERT CLASSIC
- Зразок №2 - MAXX Brial2
- Зразок №3 - MAXX Indur2

Хід дослідів: смужку індикаторного паперу необхідно занурити в розчин на дві-три секунди, покласти на білу підкладку, що не промокає, та швидко порівняти забарвлення смужки з еталонною шкалою (рис. 4.1) і обчислити значення.



Рисунок 4.1. Еталонна шкала рН

Опрацювання результатів: результат проведення дослідів зображений на рис. 4.2.



Рисунок 4.2. Результат проведення дослідів на визначення концентрації водневих іонів із застосуванням індикаторного паперу

Закінчення дод. Д

Дане забарвлення зразків відповідає таким значенням рН:

Зразок №1 - 8

Зразок №2 - 9

Зразок №3 – 8

Додаток Е

Звіт про продаж товарів ТОВ «ІЗІ»

За період з 01.01.19 по 31.12.19

По управлінському обліку. По всіх товарах. По всіх покупцях. По всіх постачальниках. По всіх складах. По всіх поставках. Вид продажу: Будь який. Порядок групування: Товар.

Товар	Кількість	Обіг	Доход з ПДВ	Доход %
0132 Моп д/сух. приб. бавовна 60 см (шт.)	5,000.	987,00 грн.	228,60 грн.	30,14 %
0136 Моп д/сух. приб. бавовна 60 см (шт.)	3,000.	462,00 грн.	135,12 грн.	41,34 %
0802 Основа д/мопа 60см (шт.)	1,000.	150,00 грн.	43,44 грн.	40,77 %
1040 Рукоятка алюмінієва 130см*23мм (шт.)	1,000.	177,00 грн.	51,72 грн.	41,28 %
6135 Освіжувач повітря - балончик озон. в-ва Aircare (мелодія) 310мл (шт.)	42,000.	17 892,00 грн.	6 257,52 грн.	53,78 %
6140 Індивідуальні покришки для унітазу (125 шт) (шт.)	64,000.	12 096,00 грн.	4 563,10 грн.	60,58 %
6185 Освіжувач повітря (6000 доз.) Zen (шт.)	12,000.	5 580,00 грн.	112,92 грн.	2,07 %
6333 Мило рідке (прозоре) 1 л (шт.)	24,000.	5 292,00 грн.	1 630,87 грн.	44,55 %
6342 Мило рідке KIMCARE (пінне) прозоре 1 л. (шт.)	20,000.	5 940,00 грн.	978,48 грн.	19,72 %
6657 Рушники для рук Scott Controlomatic SIMROLL(рулон) (шт.)	156,000.	33 660,00 грн.	12 026,30 грн.	55,59 %
6677 Рушники для рук SCOTT WHAITE (320 шт.) (шт.)	150,000.	10 530,00 грн.	1 224,00 грн.	13,15 %
8394 Серветка Wурall мікрофібра жовта (шт.)	7,000.	598,50 грн.	190,25 грн.	46,60 %
8395 Серветка мікрофібра Wурall голуба (шт.)	7,000.	598,50 грн.	190,25 грн.	46,60 %
8396 Серветка Wурall мікрофібра зелена (для скла) (шт.)	7,000.	598,50 грн.	191,10 грн.	46,91 %
8397 Серветка Wурall мікрофібра червона (шт.)	29,000.	2 380,50 грн.	688,44 грн.	40,69 %
Баскеа Спешиал 61 - кислотний засіб для миття сантехніки (1л.) (шт.)	2,000.	1 068,00 грн.	361,16 грн.	51,10 %
V301 Папір туалет.в пачк.білий цел.2-шар.V-скл. 8000л(40п*200шт) (шт.)	440,000.	8 424,00 грн.	2 679,34 грн.	46,64 %
Геліос Бріліант - засіб для чистки металевих поверхонь (0,5л) (шт.)	4,000.	1 011,00 грн.	342,94 грн.	51,33 %
Гласкеа 40 - універсальний миючий засіб (1л) (шт.)	2,000.	1 080,00 грн.	367,84 грн.	51,65 %
ГрісСтріп Плюс - засіб для видалення нагару (5л) (шт.)	21,000.	26 943,00 грн.	6 221,30 грн.	30,02 %
Дезгвард 20 - миючий засіб з дезінфікуючим впливом (1л) (шт.)	3,000.	1 755,00 грн.	595,85 грн.	51,40 %
Дозатор миючого засобу (шт.)	2,000.	9 627,00 грн.		0,00 %
Дозатор настінний ліктьовий Дермадос (1л.) Еколаб (шт.)	25,000.	31 851,00 грн.		0,00 %
Дозуюча помпа (1 мл) Хелс Кеа Еколаб (шт.)	26,000.	3 666,00 грн.	884,16 грн.	31,78 %
Епікер 5 (750мл) дезінфекційний засіб для рук (шт.)	12,000.	2 844,00 грн.		0,00 %
Ікс-Стрімтек Шайн - засіб для видалення накипу (5л) (шт.)	20,000.	28 216,50 грн.	5 014,99 грн.	21,61 %
Імі Топ - концентрований багатоцільовий миючий засіб (1л) (шт.)	12,000.	2 364,00 грн.		0,00 %
Інцидін Про - дезінфікуючий засіб (6л.) (шт.)	3,000.	8 667,00 грн.	4 352,40 грн.	100,88 %
Камера повітряна 049628 (шт.)	1,000.	1 236,00 грн.		0,00 %
Кліа Драй НРР ПЛЮС- ополіскувач для ПММ (5л) (шт.)	22,000.	35 521,20 грн.	7 405,86 грн.	26,34 %
Кліа Драй Класік - ополіскувач для ПММ (20 кг.) (шт.)	2,000.	8 634,00 грн.	2 042,79 грн.	30,99 %
Кліа Драй ПЛ - ополіскувач (5 л) (шт.)	49,000.	69 557,40 грн.	15 071,67 грн.	27,66 %
КЛІМЕН 102/202 освіжувач-нейтралізатор запаху 1 л. (шт.)	1,000.	288,00 грн.	89,21 грн.	44,87 %
КЛІМЕН 210 gastron засіб для чищення всіх кухонних поверхонь 1л (шт.)	9,000.	959,40 грн.	286,45 грн.	42,57 %
КЛІМЕН 230 для машинного миття посуду (24кг) (шт.)	122,000.	297 146,40 грн.	136 644,94 грн.	85,14 %
КЛІМЕН 230 для машинного миття посуду (6кг) (шт.)	373,000.	230 179,80 грн.	117 254,80 грн.	103,83 %
КЛІМЕН 231 для машинного ополіскування посуду (20 кг) (шт.)	21,000.	58 044,00 грн.	34 097,76 грн.	142,39 %
КЛІМЕН 231 для машинного ополіскування посуду (5 л) XI (шт.)	296,000.	206 932,80 грн.	121 553,12 грн.	142,37 %
КЛІМЕН 232 для машинного миття посуду (24 кг) (шт.)	13,000.	31 950,00 грн.	15 865,01 грн.	98,63 %
КЛІМЕН 232 для машинного миття посуду (6кг) (шт.)	127,000.	74 958,00 грн.	32 708,15 грн.	77,42 %

КЛІМЕН 240 для чищення духовок,грилей 1,1кг (шт.)	11,000.	2 227,80 грн.	579,11 грн.	35,13 %.
КЛІМЕН 451 для видалення вапняного нальоту з нержавійки (6 кг) (шт.)	82,000.	57 996,60 грн.	26 825,45 грн.	86,06 %.

Продовження дод. Е

Корзина для столових приборів пмм (шт.)	5,000.	2 001,00 грн.		0,00 %.
Корзина для тарілок ПММ (шт)	1,000.	1 029,00 грн.		0,00 %.
Крильчатка d=88 мм Z201082 (шт)	1,000.	1 158,00 грн.	256,60 грн.	28,47 %.
КРИСТАЛ для миття посуду в ПММ (5л) (шт.)	217,000.	79 935,18 грн.	33 365,24 грн.	71,65 %.
КРИСТАЛ для ополіскування в ПММ (5л) (шт.)	114,000.	44 717,56 грн.	25 212,85 грн.	129,27 %.
МАКС Бріал 2 - засіб для ручного прибирання (1л) (шт.)	114,000.	10 710,00 грн.	2 651,69 грн.	32,91 %.
Макс Індур 2 (1л.) - для ручного миття вологостійких поверхонь (шт.)	57,000.	6 861,00 грн.	1 614,32 грн.	30,77 %.
Макс Інто Алк 2 - миючий засіб (1л) (шт.)	5,000.	825,00 грн.	198,98 грн.	31,78 %.
Макс Інто С 2 - миючий засіб для сантехніки 1л (шт.)	52,000.	4 362,00 грн.	1 000,72 грн.	29,77 %.
Неомат ГМС - засіб для миття надзвичайно брудної підлоги (10 л) (шт.)	2,000.	5 142,00 грн.	244,87 грн.	5,00 %.
Оазис Про 40 - універсальний миючий засіб (2 л) (шт.)	2,000.	2 085,00 грн.	249,92 грн.	13,62 %.
Оазис ПРО 53 премиум - нейтралізатор запахів з ароматом свіжості (2л) (шт.)	5,000.	8 751,00 грн.	1 547,54 грн.	21,48 %.
Оазис Про 60 - концентрований некислотний засіб для миття сантехніки (1 л) (шт.)	1,000.	657,00 грн.		0,00 %.
Оазис Про 64 Премиум - концентрований засіб для миття кахлю та сантехніки (2л) (шт.)	1,000.	1 692,00 грн.		0,00 %.
Оазис Про АСІД БАС - концентрований кислотний засіб для миття сантехніки (2 л) (шт.)	7,000.	9 072,00 грн.	2 052,25 грн.	29,24 %.
Овен Клінер Павер - миючий засіб для пароконв. (5л) (шт.)	48,000.	58 716,00 грн.	13 001,76 грн.	28,44 %.
Овен Рінс Павер - ополіскувач для пароконв. (5л) (шт.)	14,000.	18 310,80 грн.	4 183,76 грн.	29,62 %.
П3-Оксонія актив 150 (21 кг) дезінфекційний засіб (шт)	1,000.	2 685,00 грн.		0,00 %.
Підключення ПММ (шт.)	.	468,00 грн.	468,00 грн.	
Пляшка для пультелізатора (0,5 л) (шт.)	1223,000.	11 016,00 грн.	7 242,18 грн.	191,91 %.
Послуги з ремонту посудомийної машини (посл)	.	1 092,00 грн.	1 092,00 грн.	
Послуги з чищення посудомийної машини (шт)	.	1 500,00 грн.	1 500,00 грн.	
Про Шайн Спешиал - поліроль для меблів (500мл) (шт.)	3,000.	837,00 грн.	284,46 грн.	51,48 %.
Р 3 - Манодес ЕлАй - дезінфектор для рук (1л) (шт)	10,000.	2 790,00 грн.	187,96 грн.	7,22 %.
Р3 - манодес - дезінфектор для рук (1 л) (шт.)	51,000.	13 983,00 грн.	3 454,70 грн.	32,81 %.
Р3 - манософт - засіб для миття рук та тіла (1л) (шт.)	108,000.	25 056,00 грн.	5 051,84 грн.	25,25 %.
Регенерація додаткового фільтру водопом'якшувача (посл)	.	2 640,00 грн.	2 640,00 грн.	
Регенерація водопом'якшувача (посл)	.	16 860,00 грн.	16 860,00 грн.	
Ремонт вакууматора (шт.)	.	3 513,00 грн.	3 513,00 грн.	
Ремонт гриля (посл)	.	9 348,00 грн.	9 348,00 грн.	
Ремонт дозатора (посл)	.	648,00 грн.	648,00 грн.	
Ремонт кухонного обладнання (посл)	.	2 040,00 грн.	2 040,00 грн.	
Ремонт льодогенератора (посл)	.	1 080,00 грн.	1 080,00 грн.	
Ремонт обладнання (посл)	.	12 060,00 грн.	12 060,00 грн.	
Ремонт пароконвектомата (посл)	.	48 672,00 грн.	48 672,00 грн.	
Ремонт посудомийної машини (посл)	.	165 876,00 грн.	165 876,00 грн.	
ремонт слайсера (посл)	.	540,00 грн.	540,00 грн.	
Ремонт фритюрниці (посл)	.	810,00 грн.	810,00 грн.	
РІЛАН - ефективний чистячий і поліруючий засіб (0,75 л) (шт.)	37,000.	5 187,00 грн.	1 208,65 грн.	30,38 %.
Сальник механічний 12x8 мм 048983 (шт)	1,000.	315,00 грн.	74,11 грн.	30,77 %.
Сапур А- високоєфективний засіб для виведення плям від напоїв (0,5 л.) (шт)	1,000.	345,00 грн.		0,00 %.
Сапур Б- високоєфективний засіб для виведення жирових плям (0,5 л.) (шт)	5,000.	1 620,00 грн.		0,00 %.
Сапур Шампунь - засіб для чищення текстильних поверхонь (5л) (шт.)	1,000.	1 671,00 грн.		0,00 %.
Сілонда - регенеруючий крем (0,5л) (шт)	1,000.	135,00 грн.		0,00 %.
Сіль таблетирована (п/п мішки 25 кг) (шт.)	25,000.	8 880,00 грн.	5 021,50 грн.	130,14 %.

Соап 2 (750 мл) мило для рук (шт.)	12,000.	2 304,00 грн.		0,00 %.
Спрей-гачок Каньон (шт.)	37,000.	4 218,00 грн.	1 063,91 грн.	33,73 %.

Закінчення дод. Е

Таблетки миючі (100 шт.) Rational 56.00.210 (шт.)	21,000.	63 123,00 грн.	16 396,01 грн.	35,09 %.
Таблетки ополіскуючі (50 шт.) 56.00.211 (шт.)	1,000.	1 872,00 грн.		0,00 %.
Таблетки ополіскуючі Care (150 шт.) Rational 56.00.562 (шт.)	6,000.	20 880,00 грн.	5 097,85 грн.	32,30 %.
ТО системи фільтрації (посл)	.	13 272,00 грн.	13 272,00 грн.	
Тойлетка 64 - кислотно засіб для чищення туалетів (1л) (шт.)	12,000.	6 198,00 грн.	940,04 грн.	17,88 %.
Топматик Промаджик - миючий засіб для ПММ (25кг) (шт.)	1,000.	5 265,00 грн.	1 053,14 грн.	25,00 %.
Топматик Універсал Спешиал - миючий засіб для ПММ (12 кг) (шт.)	63,000.	82 698,00 грн.	19 024,20 грн.	29,88 %.
Трамп XL Спешиал - миючий засіб для ПММ (5л) (шт.)	93,000.	80 585,70 грн.	15 975,44 грн.	24,73 %.
Трамп XL Спешиал - миючий засіб для пмм (23 кг.) (шт.)	30,000.	94 074,00 грн.	17 798,64 грн.	23,33 %.
Трамп XL Спешиал - миючий засіб для ПММ (25 кг) (шт.)	13,000.	44 094,00 грн.	9 813,47 грн.	28,63 %.
Трубка дозуюча (шт.)	2,000.	666,00 грн.	48,00 грн.	7,77 %.
Ущільнювач (шт.)	4,000.	3 744,00 грн.		0,00 %.
ФРЕШКЕА 56 - нейтралізатор запахів с ароматом свіжості (1л) (шт.)	4,000.	3 588,00 грн.	627,68 грн.	21,20 %.
Хромол - поліроль для нержавійки 0,5 л (шт.)	91,000.	21 657,00 грн.	5 214,00 грн.	31,71 %.
Чищення льодогенератора (посл)	.	1 920,00 грн.	1 920,00 грн.	
Чищення посудомийної машини (шт.)	.	31 440,00 грн.	31 440,00 грн.	
Разом:		2379380,14	1074693,67 грн.	82,37 %