

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Інформаційний супровід обігу та організація збуту молока для дитячого харчування»

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

Сириці Олександр
Андріївни

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

Дончевська Раїса
Степанівна

Науковий консультант
канд. екон. наук, доцент

Кулік Анна
Володимирівна

Гарант освітньої програми
док-р техн. наук, професор

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет торгівлі та маркетингу Кафедра товарознавство упр-ня підприємств
 Спеціальність Торговельно-маркетинг та організаційне управління
 Спеціалізація/освітня програма Товарознавство та маркетинг
логістика

Затверджую

Зав. кафедри

Валентина П. П.
 «20» 02 2020 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студента

Сирій Олександр Андрійович
 (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Торговельно-маркетинг супровід бізнесу на франшизній
додатку м'ясна діля дитячого харчування

Затверджена наказом ректора від «02» листопада 2019 р. № 4133

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту) до 20.11.2020

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи проекту (проекту)

проаналізувати торговельно-маркетинг супровід бізнесу
на суб'єктивній місцевій м'ясної діля дитячого
харчування

Об'єкт дослідження м'ясна діля дитячого харчування,
ТДВ "Агонишніє м'ясозавод"

Предмет дослідження спробивши власним чином м'ясна діля
дитячого харчування, торговельно-маркетинг супровід бізнесу

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

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
3	Луцьк А.В.	20.02.20	

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

Вешун

Розділ 1. Теоретико-практичні засади інформаційної системи обліку щодо ефективності та екології людської діяльності харчової галузі

1.1. Теоретичні розвідки ринку людської діяльності харчової галузі

1.2. Заходи щодо-практичне забезпечення інформаційної системи обліку щодо людської діяльності харчової галузі

Розділ 2. Інформаційна система обліку для аудита екології людської діяльності харчової галузі

2.1. Організація обліку та екології людської діяльності харчової галузі

2.2. Аналіз інформаційної системи обліку та аудита екології людської діяльності харчової галузі

Розділ 3. Організація каналів збуту людської діяльності харчової галузі

3.1. Аналіз та аудита екології людської діяльності харчової галузі

3.2. Шляхи підвищення екології людської діяльності харчової галузі

Висновок та пропозиції

Список використаних джерел

Подання

6. Календарний план виконання роботи (проєкту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Затвердження змісту випускної кваліфікаційної роботи	до 17.02.2020р	
2	Вироблення та затвердження завдання на випускні кваліфікаційні роботи	до 17.02.2020р	
3	Виконання експериментальних досліджень та написання 1-го та 2-го розділів роботи	до 11.09.2020	
4	Написання 3-го розділу роботи	до 01.10.2020	
5	Вироблення роботи на рецензії та надруку	до 20.11.2020	
6	Підприємство допису роботи на кафедру	23-24.11.2020	
7	Здійняти рецензування	до 25.11.2020	
8	Точання роботи до ЕК		

7. Дата видачі завдання «20» 02 2010 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

Бадій О.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

О.В. Сурженко

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

Сурженко О.А.

(прізвище, ініціали, підпис)

АНОТАЦІЯ

Сириці О.А. Інформаційний супровід обігу та організація збутової діяльності молока для дитячого харчування

Випускна кваліфікаційна робота присвячена вивченню інформаційного супроводу обігу та організації збутової діяльності молока для дитячого харчування на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод».

В роботі проаналізовано ринок молока для дитячого харчування в Україні. Розглянуто законодавчо-нормативне забезпечення інформаційного супроводу обігу молока для дитячого харчування. Проведено оцінку якості молока для дитячого харчування, що реалізується в торговельних мережах. Проаналізовано та оцінено організацію збутової діяльності на підприємстві ТДВ «Яготинський маслозавод»

Розроблено пропозиції з підвищення ефективності збутової діяльності підприємства ТДВ «Яготинський маслозавод».

Ключові слова: *молоко для дитячого харчування, інформаційний супровід обігу, збутова діяльність, ефективність, якість.*

SUMMARY

Syrytsia O.A. Information support of circulation and organization of sales of milk for child food

The final qualifying work is devoted to the study of information support of the circulation and organization of sales of milk for child food at the enterprise TDV "Yagotinsky butter factory".

The paper analyzes the milk market for child food in Ukraine. The legislative and normative support of information support of milk circulation for child food is considered. An assessment of the quality of milk for child food sold in retail chains. The organization TDV "Yagotinsky butter factory" of sales activities at the enterprise was analyzed and evaluated.

Proposals were developed to increase the efficiency of sales activities of the enterprise TDV "Yagotinsky butter factory".

Key words: *milk for baby food, information support of circulation, sales activity, efficiency, quality.*

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	8
ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЯКОСТІ МОЛОКА ДЛЯ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ	12
1.1 Тенденції розвитку ринку молока для дитячого харчування в Україні.....	12
1.2 Законодавчо-нормативне забезпечення інформаційного супроводу обігу молока для дитячого харчування.....	17
РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ОБІГУ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ МОЛОКА ДЛЯ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ.....	24
2.1 Організація, об'єкт та методи дослідження.....	24
2.2 Аналіз інформаційного супроводу та оцінка якості молока для дитячого харчування.....	27
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ КАНАЛІВ ЗБУТУ МОЛОКА ДЛЯ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ.....	35
3.1 Аналіз та оцінка ефективності організації збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».....	35
3.2 Шляхи підвищення ефективності збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».....	44
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	59

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ТДВ - товариство з додатковою відповідальністю;

тис.т – тисяч тонн;

ПАО – публічне акціонерне об'єднання;

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю;

ТМ – торгова марка;

ПАТ – публічне акціонерне товариство, акціонерне товариство;

АТ – акціонерне товариство;

КМАФAM – кількість мезофільних аеробних та факультативних анаеробних мікроорганізмів;

БГКП – бактерії групи кишкової палички;

КУО – кулонієутворювальні одиниці;

Т° - градуси Тернера.

ВСТУП

Молоко є невід'ємним продуктом дитячого раціону, оскільки володіє високими споживними властивостями за рахунок вмісту повноцінного білку, життєво необхідних речовин та мінералів. До даного харчового продукту висуваються особливі вимоги до його якості під час всього обігу. При виборі молока для дитячого харчування того чи іншого виробника звертати увагу на інформацію та маркування, що дозволить оперуватись правильним вибором та відповідності товару належній якості.

На сьогоднішній день досить важливе місце у споживача займає право на інформацію про харчові продукти. Адже, саме інформація про харчові продукти, що поширюється виробниками, продавцями і рекламодавцями, має вагоме значення для визначення належної якості даних харчових продуктів. Доступна, достовірна, повна та точна інформація повинна супроводжувати товар, продукцію під час всього його обігу, починаючи від виробника, під час збуту, закінчуючи кінцевим споживачем.

Отже, забезпечення інформаційного супроводу обігу та ефективної організації збуту являється актуальним питанням на сьогоднішній час.

Метою є аналіз інформаційного супроводу обігу та ефективність організації збуту молока для дитячого харчування.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити тенденції розвитку ринку молока для дитячого харчування в Україні;
- розглянути законодавче-нормативне забезпечення інформаційного супроводу обігу молока для дитячого харчування;
- проаналізувати інформаційний супровід обігу молока для дитячого харчування;
- провести оцінку якості молока для дитячого харчування;
- проаналізувати та оцінити ефективність організації збутової діяльності

ТДВ «Яготинський маслозавод»;

– запропонувати шляхи підвищення ефективності збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».

Об'єктом є молоко для дитячого харчування, ТДВ «Яготинський маслозавод».

Предметом випускної кваліфікаційної роботи є споживні властивості та інформаційний супровід обігу молока для дитячого харчування.

Методи дослідження. У процесі виконання роботи було застосовано сукупність загальних та специфічних наукових методів. У роботі використовуються методи та засоби статистичного, економічного та логістичного аналізу, графічної ілюстрації для тенденцій розвитку ринку та аналізу інформаційного супроводу обігу. Для оцінки якості було використано органолептичні, фізико-хімічні, мікробіологічні та математично-статистичні методи дослідження.

Наукова новизна. Самостійно розроблено 5-бальову шкалу для проведення органолептичної оцінки і вперше проведено органолептичне дослідження молока для дитячого харчування за даною шкалою, запропоновано актуальні заходи вдосконалення збутової діяльності, а також шляхи підвищення конкурентоспроможності за рахунок цього.

Особистий внесок полягає у проведенні експериментальних досліджень, аналізі та узагальненні отриманих результатів та наданої інформації, оформленні роботи, формулюванні висновків і рекомендацій.

Практична цінність. Запропоновані шляхи підвищення ефективності збутової діяльності, а також забезпечення повноцінного інформаційного супроводу під час обігу можуть бути використані для підвищення ефективного функціонування підприємства.

Публікації. За результатами досліджень було опубліковано статтю (додаток А):

Сириця О.А. Сучасний стан ринку молока в Україні та тенденції його розвитку: зб. наук. ст. студ. «Інновації в підприємстві і торгівлі» – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020.

Апробація. Результати досліджень апробовано на III Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації», що відбулася 27 травня 2020 року.

Структура роботи. Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, який вміщує 50 найменувань, додатків. Обсяг роботи становить 53 сторінок. Текст роботи ілюстрований 5 рисунками, 15 таблицями, 6 додатками.

Розділ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ІНФОРМУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЯКОСТІ МОЛОКА ДЛЯ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

1.1 Тенденції розвитку ринку молока для дитячого харчування в Україні

Харчова та переробна промисловість на даний час значною мірою визначає розвиток економіки України та посідає перше місце в структурі промислового виробництва країни. В умовах сьогодення виробництво молочної продукції займає провідне місце в агропромислового комплексу України. В Україні високий економічний, природно-кліматичний, трудовий потенціал розвитку молочної галузі. Однією з її ефективних підгалузей є індустрія виробництва продуктів для дитячого харчування, а його ринок в нашій державі перебуває на зростаючій стадії розвитку, причому зі значним потенціалом зростання. Разом із тим, виробництво молочної продукції має динаміку щорічного скорочення, тому для подолання цієї кризи необхідно проаналізувати сучасний стан виробництва [1].

Загалом, протягом 2019 р. виробництво молока питного різних видів жирності склало 969 тис. т, що на 2,9% менше, ніж в 2018 році. Традиційно, цьому виду продукції належить найбільша частка у загальній структурі виробництва (рис.1.1) — 49%. З нього — молока з жирністю до 1% виготовлено 430,2 тис. т, що становить 44% від загальної структури виробництва, молока вище 1% жирності — 477,6 тис. т, молока та вершків вище 21% жирності — 38,8 тис. т., що становить 4% в загальній структурі, молоко та вершки для дитячого харчування - 22,5 тис. т., що становить 2,3% в загальній структурі виробництва. За звітній рік обсяг виробництва дитячого харчування та дієтичних харчових продуктів склав загалом 948,4 млн.грн [2].

Виробництво молока для дитячого харчування в 2019 р. характеризується тенденцією до зростання, про що свідчать дані за 2015 та 2016 рр., які наведено в табл.1.1 [2].

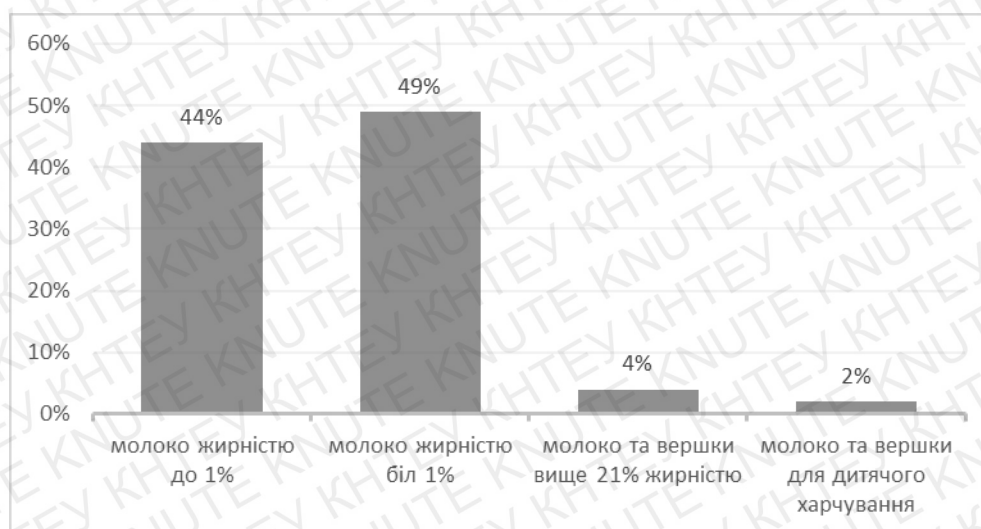


Рис. 1.1 Частка молока дитячого харчування в загальній структурі виробництва 2019 р.[2]

Таблиця 1.1

Виробництво молока для дитячого харчування [2]

Продукція	роки			2016 р. до 2015 р., %	2019 р. до 2016 р., %
	2015	2016	2019		
Молоко та вершки для дитячого харчування незгущені і без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю більше 1%, але не більше 6% , тис.т	13,7	19,4	22,5	141,4	115,7

Згідно табл.1.1 в 2016 р. порівняно з 2015 р. виробництво зросло на 41,4%, а в 2019 р. приріст виробництва сягає 15,7% порівняно з 2016 р. Зниження виробництва в 2019 р. порівняно до 2016 р. характеризується зниження рівня платоспроможності населення та коливанням цін на молочну продукцію.

Так, протягом звітнього періоду скорочувалося виробництво усіх видів питного молока, крім дитячого. Однією з причин такого росту є зміна культури споживання і стилю життя: зростає жіноча зайнятість, а, отже, і потреба в готовому продукті для дитини – високоякісному, зручному та безпечному.

На ринку дитячого харчування в Україні спостерігається певна позитивна динаміка. По-перше, збільшився обсяг споживання за рахунок переходу на штучне молочне годування, або відмови від грудного споживання молока, а по-друге, зростає інтерес до продукції вітчизняного виробництва внаслідок валютних коливань та нестабільності економіки. Паралельно з цим, збільшилося виробництво дитячого харчування в Україні як у контексті задоволення зростаючого попиту, так і програми імпортозаміщення. Також, за допомогою нарощування виробництва рідкого дитячого харчування на молочній основі відбулося за функціонування вітчизняних потужностей, що значною мірою впливає на імпортозаміщення цієї продукції [3,4].

Основними виробничими потужностями в Україні з виготовлення молока для дитячого харчування є підприємства: ПАО «Комбінат «Придніпровський» (ТМ «Злагода»), ТОВ «Люстдорф» (ТМ «На здоров'я», ТМ «Селянське»), АТ «Молочний Альянс» філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (ТМ «Яготинське для дітей»), ПАТ «ГАЛАКТОН» (ТМ «Тема»), ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (ТМ «Молокія») та ТОВ «ФІРМА «ФАВОР»» (ТМ «АМА»).

ТОВ «Люстдорф» — сучасна динамічна компанія, один з найбільших виробників молочної продукції в Україні. Компанія «Люстдорф» виготовляє понад 100 найменувань молочної продукції під вісьма відомими та популярними торговими марками: для дитячого харчування «Селянське» та «На здоров'я» і інші «Бурьонка», «Смачно шеф», «Весела бурьонка», «Despicable Me», «Ідеаль Немолоко». Продукція компанії «Люстдорф» виготовляється з молочної сировини екстра і вищого гатунку. Вся продукція «Люстдорф» відповідає сучасним стандартам якості та вимогам ринку [5].

АТ «Молочний Альянс» філія ТДВ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» - спеціалізований завод з виробництва дитячого молочного харчування, оснащений найсучаснішим обладнанням світових виробників. Завод випускає повний асортимент молочної продукції для дітей віком від 6 місяців під торговою маркою «Яготинське для дітей». Для виробництва молочної продукції ТМ «Яготинське для дітей» використовується лише натуральне фермерське молоко

найвищої якості та натуральні фруктови, овочеві та ягідні наповнювачі. Технологічний процес виготовлення продукції ТМ «Яготинське для дітей» виключає додавання будь-яких консервантів, синтетичних барвників, антибіотиків та інших шкідливих харчових добавок, а також цукру. Вся сировина проходить суворий багатоступеневий контроль якості [6].

ПАТ «Галактон» працює на українському ринку як потужний виробник молочної продукції. Зараз на підприємстві випускається 4 стратегічно важливих продуктових групи: біолінія, десертна група, цільномолочна продукція, молоко тривалого зберігання. Асортимент налічує близько 70 найменувань товарів, серед них – молоко, кефір, ряжанка, сметана, масло, які випускаються з перших днів роботи підприємства, до них додалися йогурти, сиркові маси, десерти, молочні суміші. Основною торговою маркою продукції для дитячого харчування «Галактон» - «Тема»[7].

ТОВ «ФІРМА «ФАВОР»» - молокопереробне підприємство, яке знаходиться в місті Києві. Виготовляє молочні продукти під ТМ «АМА» і ТМ «Ам-ам». Середньодобова потужність виробництва - 40 тон продукції, яка виготовляється з сировини Вищого та Екстра сортів. В асортименті 20 унікальних продуктів, з яких 75% - продукти для дитячого харчування від 3-х років і продукти для спеціального дієтичного вживання. Терміни придатності короткі: від 3-х до 14-ти діб. Це і є одна з причин, чому не можливо знайти ці продукти в супермаркетах. Підприємство направляє свій основний курс на створення конкурентоспроможної та безпечної продукції [8].

Загалом ринок молока країни характеризується [9]: значним скороченням поголів'я корів, за рахунок: недотримання санітарно-технічних умов вирощування та утримання ВРХ, швидкого поширення інфекційних хвороб таких як бруцельоз, ящур, віспа, туберкульоз, сказ, лейкоз, неякісного або не дотримання вимог в харчуванні ВРХ та відсутністю достатнього рівня якісної сировини, зменшенням обсягів виробництва молока, зростанням цін на продукцію, зменшенням рівня платоспроможного попиту і, відповідно, кількості споживання молокопродуктів.

Також для успішного розвитку молочної індустрії в Україні бракує адекватної та стабільної державної підтримки. Вона в Україні є значно нижчою у порівнянні із іншими країнами-виробниками молочної продукції. Держава має здійснювати заходи правового, економічного, соціального, екологічного та організаційного характеру, формувати політику, спрямовану на подолання кризових явищ у тваринництві та його розвитку, а також підтримку переробників молока [10].

Негативна тенденція з народжуваності дітей також вносить свою частку у функціонування молочного ринку дитячого харчування (рис. Б.1.2, додаток Б).

Виходячи з наявних негативних тенденцій розвитку, основними напрямками поліпшення стану молочного ринку з дитячого харчування України є [11]:

- введення пільг на ввезення обладнання для виробництва дитячого харчування або надання доступу до купівлі валюти і пільгового кредитування. Проте тут варто зазначити, що мова не йде про дотації, адже як правило вони вбивають здорову конкуренцію і створюють передумови до неефективного використання коштів такими виробниками;

- співпраця існуючих виробників дитячого харчування з провідними науковими інститутами з метою покращення якісних властивостей своєї продукції та розширення асортименту. Також, у ході такої співпраці необхідно налагоджувати випуск продукції для дітей з особливими потребами;

- надання державної підтримки малозабезпеченим сім'ям, а також самотнім матерям для купівлі продуктів дитячого харчування;

- стимуляція з боку держави (створення належного пільгового податкового режиму) створення ферм великої рогатої худоби, що дасть змогу збільшити обсяги сировини, відповідно модернізація обладнання та поліпшення якості молочних продуктів;

- пошук та налагодження міжнародних зв'язків із країнами для експорту продукції;

- підвищення рівня життя, покращення якості харчування, посилення превентивної медицини та діагностики захворювань, а також ведення здорового

способу життя, попередження та викорінення шкідливих для здоров'я звичок та поліпшення умов (безпеки) праці.

Дослідження тенденцій ринку молочних продуктів для дитячого харчування України та встановлення основних проблем та напрямів розвитку показало, що дана галузь є досить перспективною. Головними завданнями для поліпшення розвитку ринку молока для дитячого харчування є створення дієвої законодавчої бази для молокопереробних підприємств; припинення гальмування виробництва молочної продукції; створення умов здорової конкуренції, виведення продукції молочної галузі на міжнародний рівень, пошук напрямів збільшення обсягів реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринках молочної продукції.

1.2 Законодавчо - нормативне забезпечення інформаційного супроводу обігу молока для дитячого харчування

Інформація — це одна з головних рушійних сил економічного зростання та соціальних змін у суспільстві. Інтенсивний розвиток інформаційних технологій призвів до того, що в сучасній світовій економіці інформація стала ключовим поняттям, а інформаційний сектор економіки — найбільш динамічним та прибутковим [12].

Під інформацією Закон України «Про інформацію» розуміє будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [13].

Інформація про харчовий продукт - це інформація, що стосується харчового продукту, яка надається кінцевому споживачеві шляхом зазначення у маркуванні, інших супровідних документах та матеріалах або в інший спосіб (у доступній наочній формі), встановлений для окремих видів продукції або в окремих сферах обслуговування, у тому числі з використанням сучасних засобів дистанційного зв'язку або усних повідомлень [14].

Надання споживачам інформації про харчові продукти в Україні на законодавчому рівні підкріплюється низкою нормативних актів, а саме Конституцією України [15], законами України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [14], «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [16], «Про дитяче харчування» [17], «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» [18], «Про захист прав споживачів» [19], «Про інформацію» [13], «Про доступ до публічної інформації» [20] та інших актів законодавства, що містять положення щодо надання споживачам інформації про харчові продукти.

Відповідно, право на доступ до інформації в Україні є конституційним правом людини, яке передбачене і гарантоване статтею 34 Конституції України, а саме, право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб на свій вибір [15].

Згідно Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» держава здійснює регулювання шляхом інформування та підвищення обізнаності операторів ринку і споживачів щодо безпечності та окремих показників якості харчових продуктів [16].

Відповідно до п. 1 та 2 статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація доводиться до відома споживачів виробником (виконавцем, продавцем) у супровідній документації, що додається до продукції, на етикетці, а також у маркуванні чи іншим способом (у доступній наочній формі), визначеним відповідними нормативно-правовими актами [19].

Згідно статті 11 Закону України «Про дитяче харчування» етикетування молока дитячого харчування здійснюється державною мовою відповідно до Закону України "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових

продуктів" та цього Закону. Відповідно необхідно зазначати наступну інформацію [17]:

- поруч із назвою продукту зазначається вік дитини, з якого дозволяється споживання цього продукту;
- в склад дитячого харчування наводиться вичерпний перелік усіх інгредієнтів у порядку переваги їх масової частки у складі продукту, у тому числі харчових добавок та ароматизаторів, що використовуються у його виробництві, за винятком доданих вітамінів і мінеральних речовин, які мають бути виділені в окремі групи з відповідними назвами та можуть бути наведені без урахування черговості залежно від вмісту;
- про калорійність у кілокалоріях або кілоджоулях та поживну цінність з наведенням кількісного вмісту білків, жирів, вуглеводів, вітамінів та мінеральних речовин у встановлених одиницях виміру з розрахунку на 100 грамів або 100 мл готового до вживання продукту;
- кінцева дата споживання дитячого харчування повинна містити день, місяць та рік у незакодованому цифровому значенні. Для продуктів, термін придатності яких перевищує три місяці, достатньо зазначити місяць і рік, до якого можна спожити продукт;
- умови зберігання, необхідні для забезпечення його безпечності та якості, у тому числі після відкриття упаковки (тари);
- на етикетці дитячого харчування, призначеного для дітей грудного віку, зазначається інформація про необхідність попередньої (перед початком споживання) консультації лікаря.

Але одним із основним нормативно-законодавчим актом, яким регулюється забезпечення інформаційного супроводу обігу молока для дитячого харчування є Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів».

Основними вимогами до інформації про харчові продукти відповідно даного закону є [14]:

1. Будь-який харчовий продукт, призначений для кінцевого споживача або закладу громадського харчування, має супроводжуватися інформацією про харчовий продукт відповідно до вимог цього Закону.

2. Інформація про харчовий продукт має бути точною, достовірною та зрозумілою для споживача.

3. Інформація про харчовий продукт не повинна вводити в оману, зокрема щодо:

- характеристик харчового продукту, у тому числі його категорії, характерних ознак, властивостей, складу, кількості, мінімального терміну придатності або дати "вжити до", країни походження або місця походження, способу виробництва (виготовлення);

- приписування харчовому продукту неприкритих йому властивостей або наслідків споживання;

- особливих характеристик харчового продукту, якщо аналогічні харчові продукти мають такі самі характеристики, зокрема шляхом підкреслення факту наявності або відсутності певних інгредієнтів та/або поживних речовин;

- припущення за допомогою зовнішнього вигляду продукту, опису або графічних зображень про наявність у харчовому продукті певного компонента або інгредієнта, якщо насправді компонент або інгредієнт, який зазвичай присутній або використовується у даному харчовому продукті, замінено іншим компонентом або інгредієнтом.

- Інформація про харчові продукти не повинна приписувати будь-яким харчовим продуктам, крім харчових продуктів для спеціальних медичних цілей, властивостей, що сприяють запобіганню чи лікуванню захворювань, або посилятися на такі властивості.

До основних обов'язків операторам ринку стосовно надання інформації відносять [14]:

- оператор ринку відповідальний за інформацію про харчовий продукт, зобов'язаний забезпечити наявність і точність інформації про харчовий продукт відповідно до даного закону;

– оператори ринку харчових продуктів, які не є відповідальними за інформацію про харчовий продукт, не мають права здійснювати обіг харчових продуктів, щодо яких вони мають інформацію, що ці харчові продукти не відповідають законодавству щодо надання інформації про харчові продукти;

– оператори ринку харчових продуктів у межах своєї діяльності не мають права змінювати інформацію, що супроводжує харчовий продукт, якщо такі зміни можуть ввести в оману кінцевого споживача або в інший спосіб знижують рівень захисту споживача чи погіршують можливість здійснення кінцевим споживачем свідомого вибору;

– оператори ринку харчових продуктів у межах своєї діяльності зобов'язані забезпечити наявність обов'язкової інформації про харчові продукти на упаковці харчових продуктів або на прикріплених до них етикетках, або у супровідних документах з гарантією того, що такі документи або супроводжують відповідні харчові продукти, або надаються (надсилаються) до моменту доставки (передачі), або надаються одночасно з доставкою (передачею) харчового продукту.

До основного переліку обов'язкової інформації про харчовий продукт відносять [14]:

- назва харчового продукту;
- перелік інгредієнтів;
- будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, які наведені у додатку до цього Закону або походять з речовин чи продуктів, наведених у додатку № 1 до цього Закону, які використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і залишаються присутніми у готовому продукті, навіть у змінній формі;
- кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів у випадках, передбачених цим Законом;
- кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання;
- мінімальний термін придатності або дата «вжити до»;
- будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби);

- найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про харчовий продукт, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера;
- країна походження або місце походження;
- інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;
- інформація про поживну цінність харчового продукту.

Обов'язкова інформація про харчові продукти повинна [14]:

- надаватися та бути легкодоступною для споживачів щодо всіх харчових продуктів відповідно до вимог закону;
- має міститися безпосередньо на упаковці або етикетці, приєднаній до неї;
- розміщується на видному місці, має бути чіткою і розбірливою та, за потреби, наноситися у спосіб, що унеможливує її видалення;
- не повинна приховуватися або спотворюватися іншою текстовою чи графічною інформацією;
- надається державною мовою;
- назва харчового продукту повинна містити або супроводжуватися інформацією про фізичний стан продукту або спеціальну обробку, якій піддавався харчовий продукт в усіх випадках, коли відсутність такої інформації може вводити споживача в оману.

Державний контроль за дотриманням законодавства щодо надання споживачам інформації про харчові продукти здійснюється відповідно до Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» [18].

Оператори ринку несуть відповідальність за порушення законодавства про харчові продукти, якщо [18]:

– реалізували харчові продукти маркування яких не відповідає законодавству, якщо це створює загрозу для життя та/або здоров'я людини або тварини тягне за собою накладення штрафу;

– не надали, несвоєчасне надали, надали недостовірну інформацію на вимогу посадової особи компетентного органу тягнуть за собою накладення штрафу.

Отже, обов'язок продавця (виконавця) надати інформацію про товари (послуги), є не тільки гарантією права споживача на інформацію, але і дає йому можливість реалізувати своє право на належну якість товару (послуги). На основі отриманої інформації споживач може вибрати саме той товар (послугу) і такої якості, яка йому дійсно потрібна.

Розділ 2

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ОБІГУ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ МОЛОКА ДЛЯ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

2.1 Організація, об'єкт та методи дослідження

Якість продукції є одним з важливих інструментів виходу й утримання лідируючих позицій на ринку, конкурентоспроможності, тому сучасні підприємства приділяють особливу увагу забезпеченню високого рівня якості продукції.

Для аналізу інформаційного супроводу обігу та оцінки якості було відібрано 5 вітчизняних виробників молока для дитячого харчування (рис.Б.2.1, додаток Б).

Для проведення оцінки якості було відібрано таких 5 вітчизняних зразків молока для дитячого харчування (рис. 2.3):

- зразок 1 - стерилізоване молоко 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців, ТМ «Злагода», виробник ПрАТ «Комбінат «Придніпровський»»;
- зразок 2 – ультрапастеризоване молоко 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців, ТМ «Агуша», виробник ПрАТ «Вімм-Білл-Данн Україна»;
- зразок 3 – ультрапастеризоване молоко 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців, ТМ «Селянське малюкам», виробник ТОВ «Люстдорф»;
- зразок 4 – ультрапастеризоване молоко 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців, ТМ «На здоров'я», виробник ТОВ «Люстдорф»;
- зразок 5 – ультрапастеризоване молоко 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців, ТМ «Яготинське для дітей», виробник ТДВ Яготинський маслозавод «Яготинське для дітей».

Аналіз інформаційного супроводу обігу молока для дитячого харчування здійснювали шляхом аналізу маркування згідно Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [14].

Оцінку якості проводили для встановлення відповідності дослідних зразків органолептичним, фізико-хімічним і мікробіологічним показникам.

Відповідність органолептичних показників встановлювалось відповідно ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови». Згідно даного стандарту для молока для дитячого харчування встановлюються такі показники, як зовнішній вигляд та консистенція, смак, запах і колір [21].

Для проведення органолептичної оцінки також було самостійно розроблено 5-балову шкалу (Додаток В). Балову оцінку якості розробляли відповідно методології ДСТУ ISO 8587:2005 «Дослідження сенсорне. Методологія. Ранжування» [22]. Сутність даного методу полягає у віднесенні продукту до будь якої категорії на підставі отриманої оцінки з одиничної або комплексної сенсорної характеристики.

Методологія розробки балової оцінки якості полягає у [22]:

- виборі оцінюваних показників;
- визначення шкали для оцінювання кожного;
- визначення коефіцієнту вагомості;
- віднесення до категорії якості.

Основні показники для балової оцінки якості - органолептичні показники (зовнішній вигляд та консистенція, смак та запах, колір). Результати оцінки виражали балами за шкалою, кожний з яких відповідає певній інтенсивності того або іншого показника якості. Таким чином, кожний оцінюваний зразок одержує сумарну оцінку у балах, яка дорівнює сумі оцінок за окремими характеристиками з урахуванням коефіцієнтів вагомості. Це дозволяє встановити рівні якості продукту як за окремими показниками, так і в цілому. Для встановлення рівня якості було залучено 9 експертів. Максимальний бал за кожним показником – 5 балів, найнижчий – 1 бал.

Рівень якості визначали за комплексним показником якості, який розраховували за формулою (2.1) [23]:

$$Q = \sum_{i=1}^n \bar{x}_i k_i + \bar{x}_2 k_z + \dots + \bar{x}_n k_n \quad (2.1)$$

де, $x_1, x_2 \dots x_n$ – середні значення органолептичних показників якості, бали;

$k_1, k_2 \dots k_n$ – коефіцієнти вагомості;

n – кількість органолептичних показників якості.

Фізико-хімічні показники досліджували згідно ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови». Згідно даного стандарту для молока для дитячого харчування встановлюються такі показники, як масова частка жиру, масова частка білка, титрована кислотність, активна кислотність, густина, група чистоти [21].

Такі показники як, вміст жиру, вміст білка та щільність (густина) було визначено за допомогою спеціального обладнання – ультразвукового аналізатора молока «ЕКОМІЛК». Робота аналізатора заснована на принципі зміни параметрів ультразвукових коливань при проходженні їх через пробу молока при двох заданих температурах і подальшої обробки вимірювання за рівнянням залежності зміни швидкості і загасання ультразвукових коливань від показників якості (масової частки жиру, білка, СОМО, точки замерзання, кислотності, провідності, щільності [24].

Визначення густини проводили відповідно ДСТУ 6082:2009 «Молоко та молочні продукти. Методи визначання густини», що полягає у зануренні в рідину аерометра (лактоденсиметра), поки маса витісненої ним рідини не дорівнюватиме масі ареометра [25].

Визначення титрованої кислотності проводили відповідно ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови», що полягає у титруванні розчином лугу в присутності індикатора фенолфталеїну [26].

Встановлення групи чистоти проводили відповідно ДСТУ 6083:2009 «Молоко. Метод визначання чистоти», що полягає у фільтрувальній зразка через ватний фільтр [27].

Визначення активної кислотності проводили відповідно ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови», яке полягає у визначенні за допомогою рН-індикаторів кількісного вираження кислотності рідини, або визначення міри активності іонів водню [28].

Мікробіологічні показники було досліджено згідно ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови». Згідно даного стандарту для молока

для дитячого харчування встановлюються такі показники, як кількість мезофільних, аеробних та факультативних анаеробних мікроорганізмів (КМАФАМ) в 1,0 см³, КУО та наявність бактерій групи кишкової палички (БГКП) [21].

Визначення КМАФАМ проводили відповідно ДСТУ 7357:2013 «Молоко та молочні продукти. Методи мікробіологічного контролювання», що полягає у посіві певного об'єму досліджуваного матеріалу в чашки Петрі (чашковий метод Коха) з твердим поживним середовищем та кількісному обліку мікроорганізмів шляхом підрахунку колоній [29, 30].

Визначення БГКП проводили відповідно ДСТУ 7357:2013 «Молоко та молочні продукти. Методи мікробіологічного контролювання», що полягає у виявленні утворення газу і кислоти при висіві певної кількості зразка в рідке поживне середовище Кесслера та підтверженні приналежності вирощених мікроорганізмів до БГКП [30,31].

Отримані результати було опрацьовано з використанням комп'ютерних програм Microsoft word та Excel.

2.2. Аналіз інформаційного супроводу та оцінка якості молока для дитячого харчування

Згідно чинних законів України «Про захист прав споживачів», "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів", "Про дитяче харчування", «Про інформацію для споживача щодо харчового продукту» було проаналізовано інформаційний супровід дослідних зразків.

Інформаційний супровід обігу молока для дитячого харчування супроводжується інформаційними даними які зазначені на упаковці.

Аналізом маркування дослідних зразків було визначено, що маркування виконується українською мовою, зазначається словами і числами, а також за допомогою піктограм і символів. Інформація розміщується на видному місці, чітка і

розбірлива та наноситися у спосіб, що унеможлиблює її видалення. Висота малих літер без виносних елементів у тексті не перевищує 1,2 мм. Вимоги до маркування харчових продуктів повинні забезпечувати надання споживачу необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про харчовий продукт. Маркування не містить будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача або інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього немає.

Аналіз маркування дослідних зразків наведено в табл. 2.2. Маркування дослідних зразків наведено в додатку Г.

Дослідженням аналізу маркування дослідних зразків молока для дитячого харчування було встановлено, що наявна інформація достовірна і доступна стосовно назви харчового продукту, переліку інгредієнтів та їх кількості, кількості харчового продукту в установлених одиницях вимірювання, мінімального терміну або дати «вжити до», про особливі умови зберігання та/або умови використання, про найменування та місцезнаходження оператора ринку, країну походження та інформацію про поживну цінність харчового продукту. Інформація на маркуванні виконана українською мовою зазначається словами і числами. Інформація розміщується на видному місці, чітка і розбірлива та наноситися у спосіб, що унеможлиблює її видалення. Висота малих літер без виносних елементів у тексті не перевищує 1,2 мм.

Органолептичною оцінкою досліджено такі показники, як: зовнішній вигляд та консистенція, смак та запах, колір. Результати досліджень органолептичних показників наведені в табл. 2.3.

Аналіз маркування дослідних зразків молока для дитячого харчування

Назва показника	Зразок 1 ТМ «Злагода»	Зразок 2 ТМ «Агуша»	Зразок 3 ТМ «Селянське малюкам»	Зразок 4 ТМ «На здоров'я»	Зразок 5 ТМ «Яготинське для дітей»
Назва харчового продукту	стерилізоване вітамінізоване питне молоко 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців	ультрапастеризоване молоко питне 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців	ультрапастеризоване молоко питне 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців	ультрапастеризоване молоко питне 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців	ультрапастеризоване молоко питне 3,2% жиру, для дітей від 9 місяців
Перелік інгредієнтів	молоко коров'яче незбиране, молоко знежирене, концентрат лактулози	молоко коров'яче нормалізоване	молоко коров'яче 100%	молоко коров'яче 100%	молоко коров'яче нормалізоване, вітамін А, D, Е
Кількість певних інгредієнтів	концентрат лактулози – 2 (66%)	відсутнє			
Кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання	200 г	950 г	900 г	500 г	500 г
Мінімальний термін або дата "вжити до"	до 19.10.20	09.10.20-09.02.21	08.10.20-08.12.21	10.10.20-10.01.21	01.10.20-01.01.21

Будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання	за температури (4+/-2°C) Вжити відразу після розкриття	при темп. +1...+25°C при відсутності сонячного світла	при темп. +1...+25°C при відсутності сонячного світла, зі збереженістю герметичності Після відкриття вжити протягом 24 годин	не більше 120 діб при темп. +1...+25°C при відсутності сонячного світла Після відкриття вжити протягом 24 годин	темп.+1...+25°C при відсутності сонячного світла, зі збереженістю герметичності Після розпакування зберігання не підлягає
Найменування та місцезнаходження оператора ринку	ПрАТ «Комбінат «Придніпровський»», м. Дніпропетровськ	ПрАТ "Вімм-Білль-Данн Україна"	ТОВ «Люстдорф»	ТОВ «Люстдорф»	ТДВ Яготинський маслозавод «Яготинське для дітей»
Країна походження	Україна				
Інформація про поживну цінність харчового продукту	На 100 г: жири – 3,2 г, білків – 2,8 г, вуглеводів – 4,7 г, вітаміни: А – 70-138 мкг; Д- 0,2-2,0 мкг; Е – 0,9-3,0 мкг. Енергетична цінність – 243 кДж (59 ккал)	На 100 г: жири – 3,2 г, білків – 3,2 г, вуглеводів – 4,7 г. Енергетична цінність – 252.7 кДж (60,4 ккал)	На 100 г: жири – 3,2 г, білків – 3,2 г, вуглеводів – 4,7 г. Енергетична цінність – 243 кДж (58 ккал)	На 100 г: білки – 2,8 г, жири – 3,2 г, вуглеводи – 4,7 г. Енергетична цінність – 242 кДж (58 ккал)	На 100 г: білки – 3,0г, жири – 3,2 г, вуглеводи – 4,7 г. Енергетична цінність – 251 кДж (60 ккал)

Результати досліджень органолептичних показників молока для дитячого харчування

Показник	Характеристика	Зразок 1 ТМ «Злагода»	Зразок 2 ТМ «Агуша»	Зразок 3 ТМ «Селянське малюкам»	Зразок 4 ТМ «На здоров'я»	Зразок 5 ТМ «Яготинське для дітей»
Зовнішній вигляд та консистенція	Однорідна рідина без осаду, пластівців білка та грудочок жиру	Однорідна рідина без осаду, пластівців білка та грудочок жиру				
Смак та запах	Чисті, без сторонніх, не притаманних свіжому молоку присмаків та запахів, з легким присмаком пастеризації стерилізованого – виражений присмак пастеризації.	Слабо виражений, без сторонніх присмаків і запахів	Чистий, приємний, без сторонніх присмаків та запахів	Чистий, без сторонніх присмаків і запахів, пряжений смак	Чистий, без сторонніх присмаків та запахів, легкий пастеризований смак	Виражений смак пастеризації, чистий, без сторонніх присмаків та запахів
Колір	Білий, рівномірний, з відтінками: світло- кремового – пряжене, легкий кремовий відтінок – стерилізоване.	Білий				

Органолептичною оцінкою дослідних зразків молока для дитячого харчування було встановлено, що зовнішній вигляд та консистенція у всіх зразків характеризується однорідною рідиною без осаду, пластівців білка та відсутністю грудочок жиру. Смак та запах є чистим, без сторонніх присмаків та запахів, однак зразок 1 характеризується слабо вираженим присмаком та запахом, зразок 3 - праженим присмаком та запахом, зразок 4 - має легкий присмак пастеризації, зразок 5 - виражений смак пастеризації. У всіх зразках колір білий, без інших відтінків.

Результати бальної оцінки дослідних зразків наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Результати бальної оцінки дослідних зразків молока для дитячого харчування

Показник	k	Бали				
		Зразок 1 ТМ «Злагода»	Зразок 2 ТМ «Агуша»	Зразок 3 ТМ «Селянськ е малюкам»	Зразок 4 ТМ «На здоров'я»	Зразок 5 ТМ «Яготинськ е для дітей»
Зовнішній вигляд та консистенція	0,5	4,94	4,89	4,94	4,89	4,89
Смак та запах	0,3	3,89	4,89	4,89	4,89	4,78
Колір	0,2	4,44	4,94	4,94	4,89	4,78
Комплексний показник	1	4,52	4,91	4,94	4,84	4,9

За результатами бальної оцінки було встановлено, що найвищим рівнем якості характеризується зразок 3, у якого властивий смак та запах, відповідний зовнішній вигляд та консистенція, білий колір. Найнижчим рівнем якості характеризується зразок 1, якому характерний не властивий смак, не притаманний та не виражений запах. Середнім рівнем якості характеризуються зразки 2, 4 і 5, бали були знижені за слабо виражений смак та запах, відповідний зовнішній вигляд та консистенція і характерний білий колір.

Серед фізико-хімічних показників було досліджено масову частку жиру, масову частку білку, густину, титровану кислотність, активну кислотність та групу чистоти. Результати досліджень фізико-хімічних показників молока для дитячого

харчування наведено в табл. 2.5. Візуальне супроводження експериментальних досліджень наведено на рис. Д.2.7, в додатку Д.

Таблиця 2.5

Результати досліджень фізико-хімічних показників молока для дитячого харчування

Показник	Норма	Зразок 1 ТМ «Злагода»	Зразок 2 ТМ «Агуша»	Зразок 3 ТМ «Селянське малюкам»	Зразок 4 ТМ «На здоров'я»	Зразок 5 ТМ «Яготинське для дітей»
Масова частка жиру, %, не менше ніж	3,2 – 3,6	3,34	3,39	3,32	3,27	3,34
Масова частка білку, %, у межах	Від 2,8 до 3,2	3,0	2,99	3,08	3,07	3,03
Густина, кг/м ² , не менше ніж	1027	1028	1028	1029	1029	1029
Титрована кислотність, °Т, не більше	19,0	18	16	16	17	16
Активна кислотність, рН, у межах	Від 6,5 до 6,6	6,6	6,5	6,6	6,5	6,6
Група чистоти, не менше ніж	I	I				

За результатами досліджень фізико-хімічних показників було встановлено, що згідно ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови» усі дослідні зразки відповідають вимогам за масовою часткою жиру, масовою часткою білку, густиною, титрованою кислотністю, активною кислотністю та групою чистоти. Зокрема, масова частка жиру для усіх зразків знаходилася в межах 3,2-3,6%, масова частка білку знаходилася в межах 2,8-3,2%, густина становила не менше 1027 кг/м², титрована кислотність становила не більше 19°Т, активна кислотність становила в межах 6,5-6,6 рН, група чистоти становила не менше I.

Серед мікробіологічних показників для молока для дитячого харчування було досліджено кількість мезофільних, аеробних та факультативних анаеробних мікроорганізмів в 1,0 см³, КУО та наявність бактерій кишкової палички.

Результати мікробіологічних досліджень молока для дитячого харчування наведено у табл. 2.6. Візуальне супроводження експериментальних досліджень наведено на рис Е.2.8, в додатку Е.

Таблиця 2.6

Результати мікробіологічних досліджень показників молока для дитячого харчування

Показник	Норма	Зразок 1 ТМ «Злагода»	Зразок 2 ТМ «Агуша»	Зразок 3 ТМ «Селянське малюкам»	Зразок 4 ТМ «На здоров'я»	Зразок 5 ТМ «Яготинське для дітей»
КМАФАМ, в 1,0 см ³ , КУО	2*10 ⁴			<2*10 ⁴		
БГКП, в 1 см ³	Не допускається			Не виявлено		

За результатами досліджень мікробіологічних показників було встановлено, що усі зразки є безпечними і відповідають вимогам ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Отриманими результатами підтверджуємо, що виробники дотримуються санітарно-гігієнічних вимог під час виробництва, технології виробництва і умов зберігання та транспортування молока для дитячого харчування.

Таким чином аналізом інформаційного супроводу та оцінки якості молока для дитячого харчування встановлено, що усі дослідні зразки містять все необхідне маркування. Зразки ТМ «Агуша» та «На здоров'я» відповідають встановленим вимогам ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови» за органолептичними показниками, а саме зовнішнім виглядом, смаком та запахом і кольором. Тоді, як за смаком та запахом ТМ «Злагода» властивий слабо виражений запах та смак, ТМ «Селянське малюкам» характеризується праженим смаком та ТМ «Яготинське для дітей» властивий виражений присмак пастеризації, що не характерно відповідній температурній обробці. За фізико-хімічними та мікробіологічними показниками усі зразки відповідають встановленим вимогам ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови».

Розділ 3

ОРГАНІЗАЦІЯ КАНАЛІВ ЗБУТУ МОЛОКА ДЛЯ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

3.1 Аналіз та оцінка ефективності організації збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»

У сучасних умовах ринкової економіки головним фактором «виживання» виробничих підприємств є ефективна збутова політика та її цілеспрямований розвиток. Це відбувається внаслідок значного загострення конкуренції на ринках збуту, зростання витрат діяльності, підвищення вимог споживачів відносно якісного обслуговування. У зв'язку з цим все більше значущими постають питання якості та ефективності функціонування збутової системи підприємства. Виробництво і збут продукції є першочерговими завданнями щодо реалізації місії виробничого підприємства. Результатом виробництва є обсяг продукції, призначеної для продажу, а результатом реалізації є обсяг продукції, яка знайшла свого споживача [32].

ТДВ «Яготинський маслозавод» є одним із найбільших національних виробників молочної продукції. Підприємство входить до складу групи компаній «Молочний альянс». АТ «Молочний альянс» – компанія з централізованою структурою управління фінансами, закупівлями, маркетингом, виробництвом, логістикою та продажами.

Протягом багатьох років ТДВ «Яготинський маслозавод» є лідером в Україні на ринку молочних товарів серед підприємств групи компаній «Молочний альянс», це твердження підкріплюють значення показників фінансової діяльності підприємств, які наведено в табл. 3.7

**Показники фінансової діяльності підприємств групи компаній АТ
«Молочний альянс» за 2017-2018 рік**

Показник	Назва підприємства					
	Золотоніський маслоробний комбінат		Пирятинський сирзавод		Яготинський маслозавод	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Чистий прибуток (збуток), грн	73 592	70 964	96 403	93 674	129 631	164 523
Чисті продажі (виручка), грн	1 087 395	1 052 486	1 520 951	1 616 516	2 024 684	2 706 103
Зростання прибутку, %	10,76	-3,57	17,86	-2,83	21,99	26,91
Зростання продажів, %	6,77	-3,21	6,34	6,28	29,45	33,66

ТДВ «Яготинський маслозавод» розташований в районі найінтенсивнішого розвитку молочного виробництва в Україні, це означає, що підприємство забезпечено потужною сировинною базою. Нарощуючи потужності та обсяги виробництва, збільшується сировинна зона підприємства, яка на сьогодні охоплює Київську, Полтавську, Чернігівську, Житомирську, Черкаську, Вінницьку та Хмельницьку області. Підприємство здійснює розподіл своєї продукції за допомогою розгалуженої мережі дистриб'юторів, що покриває всі регіони країни (Західна, Східна, Північна, Південна, Центральна Україна) [33].

Продукція компанії пропонується до продажу у багатьох великих торговельних мережах України: «Ашан», «АТБ-маркет», «Сільпо», «Новус», «Велика Кишеня», «Метро», «Караван», «Фуршет», «Еко-Маркет», «Варус», «Фоззі» та інших.

Аналізом ефективності збутової діяльності виробничого підприємства є співставлення обсягів виробництва та обсягів реалізації продукції. Для аналізу ефективності збутової діяльності підприємства було використано дані річного фінансового звіту ТДВ «Яготинський маслозавод» [34].

Обсяг виробництва забезпечено за рахунок випуску продукції такої номенклатури: сирно-творожна, масло вершкове, молоко питне, кисло-молочна

продукція в асортименті. За 2019 р. ТДВ вироблено та реалізовано продукції на суму 3201672 тис.грн.

Динаміка виготовленої та реалізованої продукції наведена в табл.3.

Таблиця 3.8

Динаміка обсягів виробленої та реалізованої продукції за 2019, грн

Показники	Обсяг виробництва			Обсяг реалізації			Динаміка, %		
	Нат. форма, од	Грош. форм	% до всієї прод.	Нат. форма, од	Грош. форм	% до всієї прод.	Нат. форма, од.	Грош. форм	% до всієї прод.
Молоко питне	48433	768864	54,9	48833	778339	49,8	0,82	1,23	-9,3
Кисло-молочна продукція	25708	551216	29,1	26075	556932	26,6	1,43	1,04	-8,6
Сирно-творожна продукція	7866	329687	8,9	7919	334024	8,1	0,67	1,32	-8,9
Всього	82007	1649767		82827	1669295		0,99	1,18	

За аналізований період спостерігається зростання обсягів реалізації та обсягів виробництва продукції. Обсяг реалізації переважають на 0,99% у натуральній формі, або на 1,18% у грошовій формі над обсягом виробництва в загальному. Оскільки обсяг реалізації перевищує темп виробництва продукції, це свідчить про позитивну динаміку збуту підприємства.

Графічне зображення динаміки доходу та обсягів виробництва наведено на рис.3.2.



Рис. 3.2 Динаміка доходу від реалізації та обсягів виробництва

Обсяг продажу безпосередньо впливає на інші сторони діяльності – собівартість і рентабельність продукції, фінансовий стан та конкурентоспроможність підприємства. Тому, в сучасних умовах надзвичайно важливим є налагодження ефективної системи аналізу реалізаційних процесів на підприємстві [35].

Динаміку основних показників збутової діяльності наведено у табл.3.10 та на рис.3.3.

Таблиця 3.10

Динаміка основних показників збутової діяльності, тис.грн

Показники	Роки		Динаміка	
	2018	2019	Абсолютна	Відносна, %
Дохід від реалізації продукції	2706103	3201672	495569	18,3
Собівартість реалізованої продукції	2052854	2342351	289497	14,1
Валовий прибуток	653249	859321	206072	31,5
Витрати на збут	363425	446501	83076	22,9

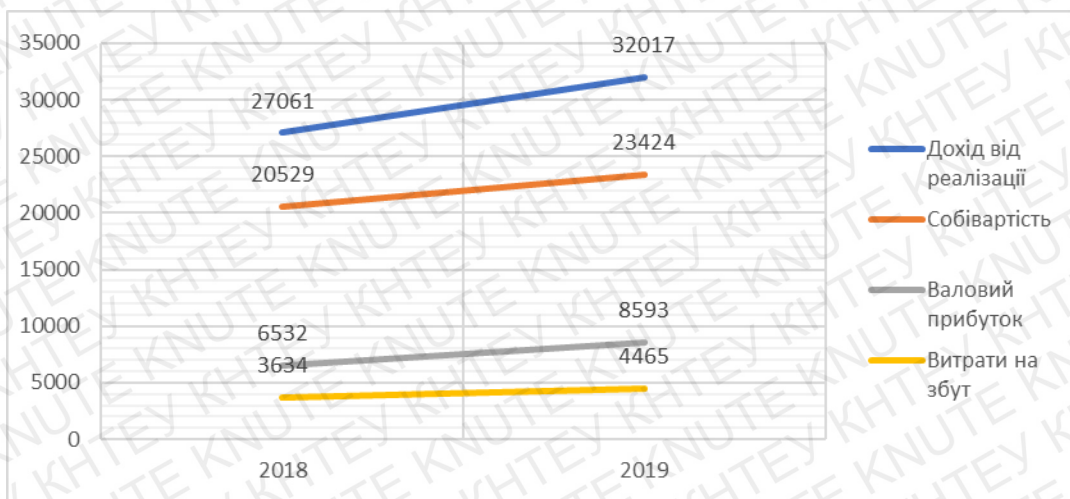


Рис.3.3 Динаміка основних показників збутової діяльності, тис.грн.

За 2018-2019 р.р., виходячи з поданих даних, було проаналізовано зростання за всіма показниками. Найбільше зростання спостерігається валового прибутку на 2061 тис.грн, або на 31,5%, що є позитивним явищем з позиції економічної діяльності підприємства. Також спостерігається тенденція зростання доходу від реалізації над собівартістю на 18,3% і 14,1% відповідно. Разом із зростанням позитивних показників зростають і витрати на збут на 22,9%, що є негативною тенденцією для підприємства.

Для оцінки ефективності збутової діяльності підприємства доцільно дослідити місце витрат на збут у сукупних витратах операційної діяльності підприємства та проаналізувати ступінь окупності цих витрат. Здійснені відповідні розрахунки у табл.3.11.

Визначення загальної кількості розраховується за формулою (3.2) [36]:

$$ЗВ = СП + АВ + ВЗ + ІВ; \quad (3.2);$$

де, ЗВ – загальні витрати,

АВ – адміністративні витрати

ВЗ – Витрати на збут

ІВ – інші операційні витрати

Частка витрат на збут до загальної кількості витрат це співвідношення значень витрат на збут до загальної суми витрат.

Окупність витрат на збут це співвідношення чистого доходу від реалізації продукції до витрат на збут і визначається за формулою (3.3) [37]:

$$O_{ВЗ} = \frac{ЧД}{ВЗ}; \quad (3.3);$$

де, $O_{ВЗ}$ – окупність витрат на збут,

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції,

ВЗ – витрати на збут.

Фінансовий результат від операційної діяльності на 1 грн витрат на збут визначається як співвідношення фінансового результату від операційної діяльності до витрат на збут, розраховується за формулою (3.4) [38]:

$$ФР_{ВЗ} = \frac{ФР_{оп}}{ВЗ}; \quad (3.4);$$

де, $ФР_{ВЗ}$ – фінансовий результат від операційної діяльності на 1 грн витрат на збут,

$ФР_{оп}$ – фінансовий результат від операційної діяльності,

ВЗ – витрати на збут.

Таблиця 3.11

Динаміка та окупність витрат на збут ТДВ «Яготинський маслозавод»

Показники	Роки		Динаміка	
	2018	2019	абсолютна	відносна, %
Дохід від реалізації продукції (ЧД), грн	2706103	3201672	495569	18,3
Собівартість реалізованої продукції (СП), грн	2052854	2342351	289497	14,1
Адміністративні витрати (АВ), грн	22668	26531	3863	17,04
Витрати на збут (ВЗ), грн	363425	446501	83076	22,9
Інші операційні витрати (ІВ), грн	10940	23454	12514	14,4
Всього витрат	2449887	2838837	388950	15,88
Частка витрат на збут у операційних витратах, %	14,8	15,7	0,9	6,08
Окупність витрат на збут (дохід до витрат на збут), дн	7,45	7,17	-0,28	-3,76
Фінансовий результат від операційної діяльності	256216	362835	106619	41,6
Фінансовий результат від операційної діяльності на 1 грн витрат на збут (прибуток до витрат на збут)	0,71	0,81	0,10	0,14

З проведених розрахунків спостерігається зростання за усіма показниками, окрім окупності. Загальні витрати не перевищують дохід від реалізації. А отже, впливає, що частка витрат на збут у сукупних витратах, пов'язаних з операційною діяльністю, є незначною і становить 14,8% за 2018р. та 15,7% за 2019 р., але за аналізований період зростає на 0,9, або на 6,08%. Окупність витрат на збут за показником доходу (виручки) від реалізації продукції становить 7,17 грн на 1 грн витрат на збут, що менше від минулорічного значення на 0,28 грн, або на 3,76 %, що слід розцінити негативно.

Позитивною динамікою характеризується коефіцієнт, який показує співвідношення прибутку від операційної діяльності до витрат на збут. Так у звітному році його значення становить 0,81 і за період він зріс на 0,10 або на 0,14%. Загальні кількісні значення якісних показників та їх динаміка свідчать про підвищення продуктивності збутової діяльності підприємства.

Оцінимо ефективність збутової діяльності за показниками рентабельності. Для цього здійснимо необхідні розрахунки у табл.3.12. Рентабельність реалізованої продукції визначається співвідношення валового прибутку до доходу від реалізації продукції, розраховується за формулою (3.5) [39]:

$$P_{p.n} = \frac{BP}{\text{ЧД}}; \quad (3.5);$$

де, $P_{p.n}$ – рентабельність реалізованої продукції,

BP – валовий прибуток,

ЧД – дохід від реалізації продукції.

Таблиця 3.12

Показники рентабельності збутової діяльності, грн

Показники	Роки		Динаміка	
	2018	2019	абсол.	віднос.,%
Дохід від реалізації продукції ($D_{p.n}$)	2706103	3201672	495569	18,3
Валовий прибуток (BP)	653249	859321	206072	31,5
Рентабельність реалізованої продукції ($P_{p.n}$)	24,14	26,84	2,7	11,2

Виходячи з даних, показники рентабельності реалізованої продукції є досить незначними. За аналізований період показники рентабельності зростають, що є позитивною динамікою ефективності збутової діяльності.

У ході аналізу результативності діяльності підприємства доцільно оцінити динаміку показників його ділової активності, яка наведена в табл. 3.13.

Оборотність активів визначається як співвідношення чистого доходу до середньорічної суми активів підприємства, розраховується за формулою (3.6) [40]:

$$O_a = \frac{ЧД}{C_{акт}}; \quad (3.6);$$

де, O_a – оборотність активів,

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції;

$C_{акт}$ – середньорічна сума активів (сума значень активів на початок і на кінець періоду/2).

Коефіцієнт оборотності готової продукції визначається як співвідношення чистого доходу від реалізації продукції та середньорічної суми готової продукції, розраховується за формулою (3.7) [41]:

$$O_{г.п.} = \frac{ЧД}{C_{г.п.}}; \quad (3.7);$$

де, $O_{г.п.}$ – оборотність готової продукції,

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції,

$C_{г.п.}$ – середньорічна сума готової продукції (сума значень готової продукції на початок і на кінець періоду/2).

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості за продукцію, товари, послуги визначається як відношення виручки до середніх залишків дебіторської заборгованості і розраховується за формулою (3.8) [42]:

$$O_{д.з.} = \frac{ЧД}{C_{д.з.}}; \quad (3.8);$$

де, $O_{д.з.}$ – коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості;

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції;

$C_{д.з.}$ – середня величина дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги.

Динаміка показників ділової активності ТДВ «Яготинський маслозавод»

Показники	Роки		Динаміка	
	2018	2019	Абсол.	Відн.,%
Дохід від реалізації продукції	2706103	3201672	495569	18,3
Середньорічна сума активів підприємства	113130	116728	3598	3,18
Середньорічна сума готової продукції	53393	47652	-5741	-10,75
Середня величина дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги	248938	300630	51692	20,77
Віддача активів підприємства (коэф.)	23,9	27,4	3,5	14,64
Тривалість обороту сукупних активів, (дні)	15,3	13,3	-2	-13,07
Коефіцієнт оборотності готової продукції	50,68	67,19	16,51	32,58
Тривалість обороту готової продукції, (дні)	7,2	5,4	-1,8	-25%
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги	10,87	10,65	-0,22	-2,02
Тривалість обороту дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги (дні)	33,58	34,27	0,69	2,05

За досліджуваний період ділова активність підприємства позбавилася, про що свідчить динаміка показників, які її характеризують. Так віддача сукупних активів, тобто капіталу, підприємства зросла на 3,5, або на 14,64%. Якщо у 2018 році оборот сукупного капіталу тривав майже 16 днів, то у 2019 році тривалість обороту становила близько 14 днів. Пришвидшилася оборотність готової продукції підприємства. Якщо у попередньому році середній термін зберігання продукції становив 8 днів, то у поточному році така тривалість скоротилася до 6 днів, або на 25%. Це свідчить про підвищення попиту на продукцію, а також про поліпшення роботи відділу збуту та маркетингу підприємства. Крім того, з 2018 р. середній період погашення заборгованості за товари, роботи, послуги підприємства збільшився з 34 днів до 35 днів у 2019 р., що свідчить про сповільнення обороту дебіторської заборгованості за продукцію, роботи та послуги на 1 день. Така динаміка показника характеризує стан платіжної спроможності підприємства негативно, але загальна динаміка показників має позитивний характер, що

позначиться на зростанні його фінансових результатів і зміцненні фінансового становища.

Підсумовуючи проаналізовані дані, можна стверджувати, що розглянутий аналіз ефективності збутової діяльності підприємства характеризується позитивною тенденцією діяльності підприємства. Даний аналіз є необхідним і надзвичайно важливим з позиції обґрунтування перспективи збутової діяльності. Практична цінність результатів дослідження полягає в тому, що запропоновані рекомендації з аналітичного забезпечення збутової політики підприємства сприятимуть ефективному управлінню збутом. Перспектива подальших аналізів у вирішенні порушеної проблеми пов'язана з критичною оцінкою наявних показників аналізу виробництва і реалізації продукції та розробкою шляхів підвищення ефективності збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».

3.2. Шляхи підвищення ефективності збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»

Збут продукції є найважливішим елементом маркетингової діяльності підприємства, тому що саме на цьому етапі виготовлена продукція потрапляє на ринок і реалізується, а підприємство одержує прибутки і відшкодовує витрачений капітал. І тільки реалізувавши товар і одержавши прибуток, підприємство досягає кінцевої цілі. А тому досягнення цієї мети є можливим лише за умови одночасного збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) [43].

Для пропонування шляхів підвищення ефективності збутової діяльності потрібно охарактеризувати основну роль збутової діяльності для підприємства та виявити основні проблеми збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод».

Роль збутової політики у господарській діяльності для підприємства визначається в наступному [44]:

- 1) саме в сфері збуту відбувається остаточна оцінка ефективності всієї діяльності;
- 2) в збутовій мережі відбувається остаточна підготовка товару до продажу;
- 3) при проведенні збутових заходів відбувається безпосередній контакт із споживачем, що дозволяє отримати найважливішу маркетингову інформацію;
- 4) вдало сформована збутова мережа має суттєвий вплив на підвищення конкурентоспроможності.

Проведений аналіз ефективності збутової діяльності підприємства характеризує позитивну тенденцію діяльності підприємства. Але при дослідженні та оціненні ефективності організації збуту було виявлено, що основною проблемою є: збільшення суми витрат на збут і з нею збільшення частки витрат за збут у відношенні до загальних витрат. Для оптимізації витрат на збут пропонується наступні основні заходи підвищення ефективності організації збуту підприємства.

Доцільним із основних заходів буде сегментація споживачів за АВС-аналізом, що допоможе визначити головних покупців.

АВС-аналіз є ефективним інструментом управлінського обліку та контролю на підприємстві, оскільки представляє ефективну можливість покращення системи стратегічного управління. Аналіз спрямований на вирішення завдань з формалізації бізнес-процесів, ідентифікації та аналізу витрат у розрізі господарських процесів та окремих операцій, оптимізації вартісних, трудових і часових показників, виявлення та усунення «вузьких місць», удосконалення при цьому функціонування соціально-економічної системи в цілому [45].

Розподіл споживачів підприємства відбувається за такими категоріями [46]:

- група А: 5-10% споживачів забезпечують 70-75% товарообігу;
- Група В: 20-25% споживачів забезпечують 15-20 % товарообігу;
- Група С: 65-75% товарних позицій = 5-10 % товарообігу.

Для визначення чітких А, В і С границь будується крива. Криві для визначення розподілів споживачів на групи А, В та С за обсяг продажу (в од.) та виручкою (в грошових одиницях) наведено на рис. 3.4. та 3.5.

Основні контрагенти за АВС-аналізом наведені в табл.3.14.

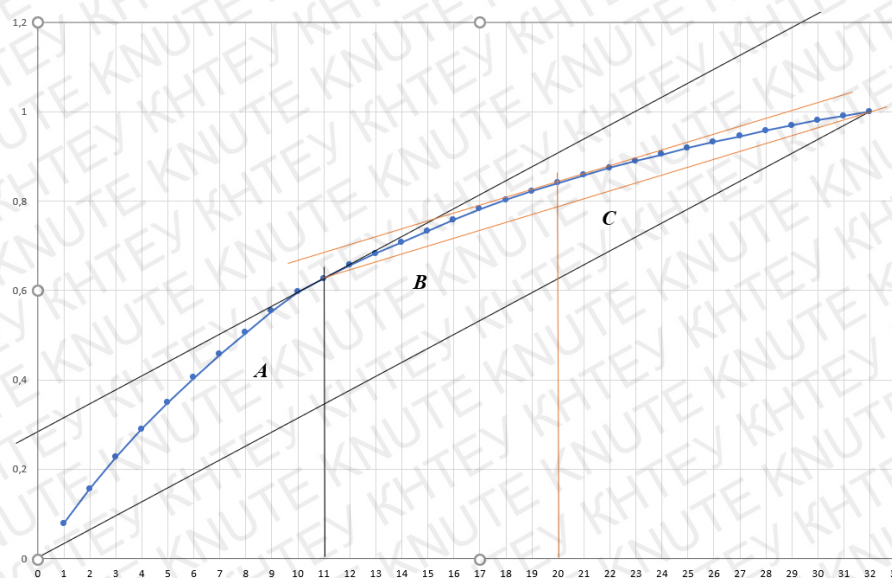


Рис. 3.4 Обсяг продажу в одиницях

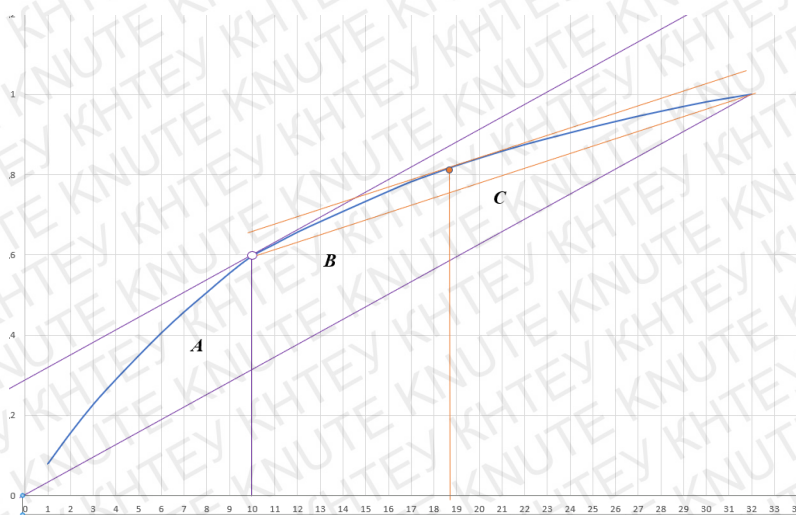


Рис. 3.5 Обсяг виручки, тис.грн

Таблиця 3.14

ABC-аналіз основних контрагентів

№	Роздрібна мережа	Кількість реалізованої продукції, од.	Обсяг продажу продукції, грн.	Кумулятивна сума	ABC
1	Новус Україна, ТОВ	6487	130738,97	7,83%	Aa
2	Фоззі-Груп, АТ	6389	128763,88	15,55%	Aa
3	Фора, ТОВ	5885	118606,26	22,65%	Aa
4	Білла, ПП	5176	104317,08	28,90%	Aa
5	АТБ-Маркет, ТОВ	4879	98331,34	34,79%	Aa
6	Велика Кишеня	4702	94764,09	40,47%	Aa
7	Сільпо-Фуд ТОВ	4339	87448,19	45,71%	Aa
8	Еко Маркет, ТОВ	4008	80777,21	50,55%	Aa
9	Варус, ТОВ	3987	80353,98	55,36%	Aa

10	Ашан Україна Гіпермаркет, ТОВ	3548	71506,38	59,64%	Аа
11	Мегамаркет, ТОВ	2487	50122,99	62,65%	Ав
12	РУШ, ТОВ	2457	49518,37	65,61%	Вв
13	Велмарт, ТОВ	2163	43593,09	68,22%	Вв
14	Вопак, ТОВ	2105	42424,16	70,76%	Вв
15	Продлогістик, ПП	2087	42061,39	73,28%	Вв
16	Альянс А, ТОВ	2064	41597,85	75,78%	Вв
17	МАХ-Маркет, ТОВ	1987	40045,99	78,17%	Вв
18	Рукавичка, ТОВ	1678	33818,40	80,20%	Вв
19	Близенько, ТОВ	1673	33717,63	82,22%	Вв
20	Копійочка, ТОВ	1497	30170,53	84,03%	Вс
21	Продукт, ТОВ	1458	29384,53	85,79%	Сс
22	Салют, ТОВ	1362	27449,74	87,43%	Сс
23	КошикПлюс, ТД ТОВ	1244	25071,57	88,93%	Сс
24	Делікат, ПП	1204	24265,41	90,39%	Сс
25	Бджілка, ПП	1200	24184,79	91,84%	Сс
26	Таврія-В, ТОВ	1117	22512,01	93,19%	Сс
27	Червоний маркет, ПП	1107	22310,47	94,52%	Сс
28	Точка, ТОВ	1008	20315,23	95,74%	Сс
29	Делві, ПП	999	20133,84	96,95%	Сс
30	РоздрібМ, ТОВ	945	19045,53	98,09%	Сс
31	ПродТрейд, ПП	804	16203,81	99,06%	Сс
32	Коло, ТОВ	781	15740,27	100,00%	Сс
	Всього	82827,00	1669295,00		

Виходячи з АВС-аналізу, можна зробити висновок, що 62,65% обсягу реалізації складають 11 основних роздрібних мереж, які входять до категорії А. Категорія А включає перелік основних супермаркетів, а саме Новус, Білла, Фор, АТБ, Ашан, Сільпо, Велика Кишеня та ін. В категорію В входять середні роздрібні мережі, які забезпечують 84,03% обсягу реалізації. Категорію С забезпечується 12 дрібними роздрібними мережами, які від загальної суми забезпечують 100% обсягу реалізації.

Отже, для ТДВ «Яготинський маслозавод» однією із рекомендацій буде переглянути зв'язки із контрагентами з категорії С, а саме з деякими можливо перервати співпрацю, оскільки затрачається багато витрат на збут, а також передивитись умови договору, постачання з усіма контрагентами, що надалі призведе до зменшення витрат на збут. Проведений АВС аналіз загалом дозволяє

оптимізувати асортимент, збільшити обсяг продажу найбільш важливим споживачам і як результат – отримати зростання доходу із зменшенням витрат.

З метою забезпечення максимальної ефективності збутової діяльності необхідно приділяти багато уваги грамотному складанню договорів і з постачальниками, і з покупцями (тобто укладати договори на найбільш вигідних підприємству умовах), а при довгій співпраці доцільному перегляду умов співпраці[47].

При укладанні договорів необхідно звертати увагу на такі умови [48]:

- вигідний розподіл ризику у разі форс-мажорних обставин;
- у договорах із постачальниками доцільно передбачати фіксовані ціни протягом деякого періоду (терміну дії договору); відстрочку платежу за товар;
- у договорах з покупцями: передплату за товар; мінімальний розмір одержуваної партії за певний період тощо.

Слід також вести контроль виконання договорів окремо кожному контрагенту, зокрема контроль над виконанням своїх договірних зобов'язань. Ця робота дозволить оперативно проводити заходи щодо прискоренню оборотності дебіторської заборгованості, зниження кредиторської заборгованості, і навіть запобігання штрафів та пені за прострочення зобов'язань ТДВ «Яготинський маслозавод» [49].

Також найпоширенішим і найефективнішим способом зменшення витрат на реалізацію продукції є їх планування. Зниження собівартості за рахунок економії сировини, матеріалів, палива, енергії та живої праці дає змогу виготовити значну кількість додаткової продукції, збільшити прибуток та розширити можливості самофінансування. Зменшення витрат на одиницю продукції є матеріальною підставою для зниження ціни, а, значить - прискорення оборотності оборотних засобів. Плануючи витрати на реалізацію продукції, необхідно враховувати резерви зниження її собівартості, до яких належать [50]:

- поліпшення використання основних виробничих фондів та збільшення у зв'язку з цим випуску продукції на кожну гривню основних фондів;

- раціональне використання сировини, матеріалів, палива, енергії та скорочення витрат на одиницю продукції без зниження її якості;
- зменшення витрат живої праці на одиницю продукції на основі використання досягнень НТП, підвищення продуктивності праці;
- скорочення витрат на реалізацію продукції за рахунок удосконалення форм збуту;
- зменшення витрат від браку та безгосподарності, ліквідація непродуктивних витрат;
- економія в адміністративно-управлінській сфері на базі раціональної організації апарату управління підприємством;
- зменшення відсотків по залучених коштах та ін.

Доцільним наступним заходом з підвищення ефективності організації збутової діяльності буде прогнозування обсягів реалізації.

Виходячи з АВС аналізу та запропонованих шляхів підвищення ефективності, було розраховано приблизне зростання обсягу реалізації на 2020-2021 рр, яке наведено в табл. 3.15.

Таблиця 3.15

Прогнозований обсяг реалізації

Обсяг реалізації	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р. (прогнозований)	2021 р. (прогнозований)
в од.	76876	78422	82827	85974	90015
в грн	1111683	1372133	1669295	2045721	2499871
в грн (із запропонованими заходами)	1111683	1372133	1669295	1732376	1813802

Отже, виходячи з розрахунків, планується, що прогнозований обсяг реалізації в грошовій одиниці на 2020-2021 р. зросте на 3,8% та 8,7% відповідно при постійній ціні за одиницю товару, а саме 20,15 грн. Прогнозований обсяг реалізованої продукції без оптимізації витрат буде становити 2045721 грн в 2020 р. та 2499871 грн в 2021 р. Прогнозований обсяг реалізованої продукції із запропонованими заходами оптимізації витрат буде становити 1732376 грн в 2020 р., що менше на

18,1% від прогнозованого обсягу без оптимізації витрат та 1813802 грн в 2021 р., що на 37,8% також менше від прогнозованого обсягу без оптимізації витрат. Відповідно планується зростання прогнозованого обсягу реалізації в одиницях, а саме буде становити 85974 од в 2020 р. і 90015 од. в 2021 р. Різниця прогнозованого обсягу з оптимізацією витрат та без запланованих заходів наведено на рис. 3.6

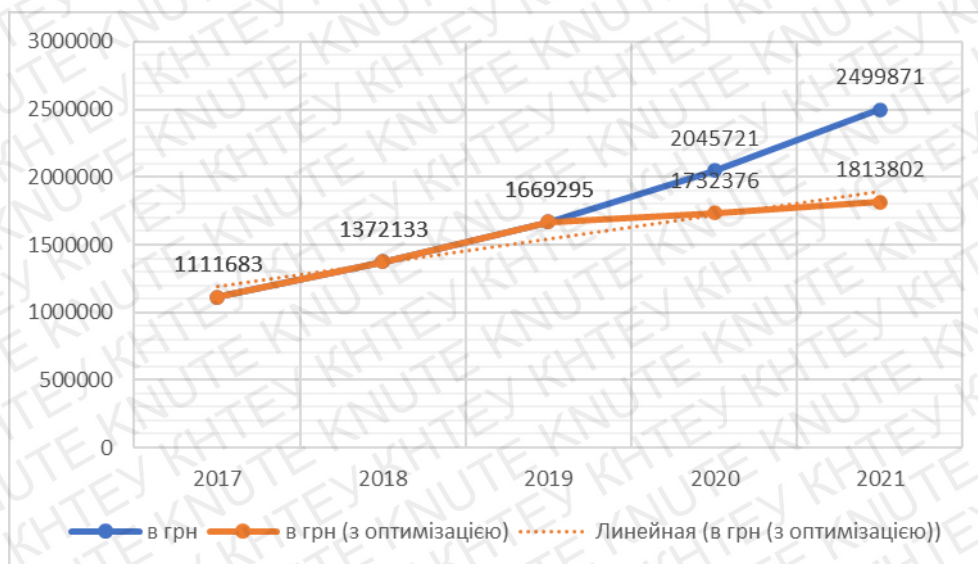


Рис. 3.6 Прогнозований обсяг реалізації

Отже, запропоновані шляхи підвищення ефективності організації збутової діяльності допоможуть підприємству оптимізувати асортимент, покращити співпрацю із контрагентами, постачальниками та споживачами, збільшити обсяг продажу, контролювати, оптимізувати та планувати витрати підприємства та прогнозувати свій дохід від обсягів реалізації.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Дослідження тенденції ринку молочних продуктів для дитячого харчування в Україні показало, що загальний молочний ринок характеризується динамікою щорічного скорочення обсягу виробництва за рахунок скорочення поголів'я корів, підвищенням цін, зменшення платоспроможності, відсутністю стабільної державної підтримки. Хоча ринок дитячого молочного харчування характеризується підвищенням обсягів споживання за рахунок зміни культури споживання, а по-друге, зростає інтерес до продукції вітчизняного виробництва. Тому молочний ринок дитячого харчування є досить перспективним для подальшого розвитку.

2. Законодавчо-нормативне забезпечення інформаційного супроводу обігу молока для дитячого харчування підкріплюється основними нормативними актами, а саме Конституцією України, законами України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів", "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів", "Про дитяче харчування", "Про захист прав споживачів", "Про інформацію" та інших актів законодавства, що містять положення щодо надання споживачам інформації про харчові продукти. Інформація для споживача повинна бути доступною, достовірною, своєчасною, повною та точною. Необхідна інформація для споживача щодо молока для дитячого харчування супроводжується маркуванням, яке повинно бути нанесене на видному та доступному місці для споживача, читабельним текстом та не вводити в оману щодо властивостей, якими харчовий продукт не володіє.

3. Аналізом інформаційного супроводу та оцінки якості молока для дитячого харчування встановлено, що усі дослідні зразки містять все необхідне маркування та відповідно ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови» досліджували за органолептичними, фізико-хімічними та мікробіологічними показниками. Зразки ТМ «Агуша» та «На здоров'я» відповідають встановленим вимогам ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови» за органолептичними показниками, а саме зовнішнім виглядом, смаком та запахом і кольором. Тоді, як за смаком та запахом ТМ «Злагода» властивий слабо виражений

запах та смак, ТМ «Селянське малюкам» характеризується пряженим смаком та ТМ «Яготинське для дітей» властивий виражений присмак пастеризації, що не характерно відповідній температурній обробці. За фізико-хімічними, а саме визначення масової частки жиру, білку, густоти, титрованої та активної кислотності та групи чистоти, та мікробіологічними показниками, такі як КМАФАМ та БГКП, усі зразки відповідають встановленим вимогам ДСТУ 7566:2014 «Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови».

4. Аналіз та оцінка ефективності організації збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» складає динаміку основних показників збутової діяльності, а саме чистий прибуток від реалізованої продукції, собівартість та витрати на збут, визначення рентабельності реалізованої продукції, частки витрат на збут із загальної суми витрат, показників ділової активності, а саме коефіцієнти оборотності сукупних активів, готової продукції та дебіторської заборгованості та визначення тривалості обороту даних показників. Загалом організація збутової діяльності характеризується позитивною динамікою. Основним проблемним питанням постає – зростання витрат на збут.

5. Основними шляхами підвищення ефективності організації збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» запропоновано сегментацію споживачів за АВС-аналізом, що допоможе підприємству оптимізувати асортимент, покращити співпрацю із контрагентами, постачальниками та споживачами, збільшити обсяг реалізації продукції, контролювання, оптимізація та планування витрат підприємства, що допоможе прогнозувати свій дохід від обсягів реалізації.

До основних пропозицій запропоновано:

- створення дієвої законодавчої бази для молокопереробних підприємств для поліпшення розвитку ринку молока для дитячого харчування;
- пошук напрямів збільшення обсягів реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринках молочної продукції;
- дотримуватися на ринку молока для дитячого харчування законодавчо-нормативним вимогам щодо маркування та інформаційного супроводу;

– ТДВ «Яготинський маслозавод» застосувати запропоновані шляхи підвищення ефективності задля вдосконалення збутової діяльності та підвищення конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Головіна Н.А. Оцінка сучасного стану ринку продуктів дитячого харчування. Економіка та управління підприємствами. 2018. №28. С. 138-142.
2. Офіційний портал Державної фіскальної служби України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua>.
3. Чазов Є.В. Дослідження ринку дитячого харчування України. 2015. №8. С. 664-667
4. Россоха В.В., Петриченко О.А. Розвиток ринку молока та молокопродукції в Україні. Економіка АПК. 2018. № 8. С. 43.
5. Офіційний сайт компанії ТОВ «Люстдорф». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.loostdorf.com/>.
6. Офіційний сайт групи компаній АТ «Молочний альянс». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://milkalliance.com.ua/>.
7. Офіційний сайт групи компаній ПАТ «Галактон». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://galakton.danone.ua/>.
8. Офіційний сайт групи компаній ТОВ «ФІРМА «ФАВОР». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.favor-ama.kiev.ua/>.
9. Степанчук С.О., Єфісько Ю.Ю. Стан та перспективи розвитку молочного ринку України. Економіка та держава. 2017. № 5. С. 99–102.
10. Новак І.М. Тенденції розвитку світового ринку молока та досвід міжнародної торгівлі на зовнішніх ринках вітчизняних виробників молочної продукції. Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. 2012.
11. Головний сайт для агробізнесу Latifundist Media: ТОП-10 виробників молочної і молкосодержащої продукції 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://latifundist.com/rating/top-10-proizvoditelej-molochnoj-i-molokosoderzha-shchej-produktsii-2017>
12. Піддубна Л.В. Інформація як складова економічного розвитку суспільства. Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. 2012. №3. С. 122-131

13. Закон України № 2657-IX від 16.07.2020 «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
14. Закон України № 2639-VIII від 06.08.2019 «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19>.
15. Конституція України № 11-р/2019 від 02.12.2019 стаття 34. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.
16. Закон України №771/97-ВР від 16.01.2020 «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-в>.
17. Закон України №142-V від 20.05.2020 «Про дитяче харчування». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-16>.
18. Закон України № 2042-VIII від 21.06.2020 «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2042-19>.
19. Закон України №1023-XII від 01.08.2020 «Про захист прав споживачів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
20. Закон України № 2939-VI від 15.08.2020 «Про доступ до публічної інформації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>.
21. ДСТУ 7566:2014. Молоко питне для харчування дітей. Технічні умови. [Чинний від 2014-08-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт, 2014. С. 4-6.
22. ДСТУ ISO 8587:2005. Дослідження сенсорне. Методологія. Ранжування. [Чинний від 2006-07-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт, 2006. С. 9.
23. Бондаренко С.М. Оцінка рівня якості продукції на підприємстві. Ефективна економіка. 2017. №4. С. 25.
24. Принцип роботи приладу Екомілк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://chemtest.com.ua/analizator_moloka_ultrazvukovoi_ekomilk_standart-ua.

25. ДСТУ 6082:2009. Молоко та молочні продукти. Методи визначання густини. [Чинний від 2009-07-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт, 2009. С.7.
26. Технології молока і молочних продуктів: методичні рекомендації для виконання лабораторних робіт / [О.М. Рибак, М.М. Шинкарик] - Т. : Терноп. нац. тех. ун-т. ім. Івана Пулюя, 2014. - 41 с.
27. ДСТУ 6083:2009. Молоко. Метод визначання чистоти. [Чинний від 2009-07-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт, 2009. С.7
28. Технохімічний контроль в технології галузі: конспект лекцій / [Н.О. Фалендиш, В.А. Терлецька, І.М. Зінченко, Т.О.Федорова] - К.: НУХТ, 2012. – 44 с.
29. ДСТУ 7357:2013. Молоко та молочні продукти. Методи мікробіологічного контролювання. [Чинний від 2014-01-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт, 2014. С.5.
30. Мікробіологія і товарознавство: метод. рекомендації до вивчення дисципліни «Харчові технології» / [О.О. Сімакова] - Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. С. – 82.
31. Мікробіологія: методичні рекомендації для виконання лабораторних робіт / [Т.М. Денисенко] - Чернігів: ЧНТУ, 2019. С. 62.
32. Войтенко І. Теоретичні підходи до побудови збутової мережі промислового підприємства // Економічна думка. 2016. № 4. С. 193-199.
33. Єпіфанова І.Ю. Перспективи економічного зростання промислових підприємств // Економічні науки, 2014. № 4. С. 327-331.
34. Річна інформація емітента цінних паперів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://milkalliance.com.ua/company/inform/yagotinskij-maslozavod/>
35. Кузьмін О.Є. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія / О.Є Кузьмін, О.Г. Мельник, О.П Романко // ІФНТУНГ, 2011. – 180 с.
36. Аналіз фінансових результатів і рентабельності: методичні вказівки/ [Н.І. Верхоглядова, М.О. Турко, О.Є. Кононова] – Дніпропетровськ: ДВНЗ ПДАБА, 2014. – 36 с.

37. Спільник І.В. Аналіз ефективності збутової діяльності //Економічний аналіз, 2016. С. 130-140.
38. Білий М.М. Фінансові результати підприємства: факторний аналіз в умовах економічної кризи. Економіка. №10. С. 234-241.
39. Інформаційне забезпечення фінансового аналізу: фінансовий аналіз / Пікуліна Н.Ю// - Дніпропетровськ. 2010. С. 45.
40. Шпилик,С. Управління збутовою діяльністю підприємства / С.Шпилик // Галицький економічний вісник. –2012. –№4(37). –С.88-95.
41. Спільник,І.В. Аналіз виробничо-збутової діяльності у підвищенні конкурентоспроможності підприємства/ І.В. Спільник, О.М. Загородна// Економічний аналіз: зб. наук. праць - Тернопіль. 2014. № 17. С. 106-120.
42. Паянок Т.М., Савченко А.М. Аналіз дебіторської заборгованості підприємства за допомогою економіко-математичних методів. Науковий вісник. 2017. № 3. С. 27-32.
43. Кулиняк І.Я., Кошик О.В. Збут товарів та послуг: сутність та чинники впливу. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. №4. С. 464-468.
44. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств / І. А. Абрамович // Агросвіт. 2014. № 4. С. 25-28.
45. Берека І.В. Переваги авс-хуз аналізу в прийнятті управлінських рішень. Облік, аналіз і аудит. 2011. №3. С. 15-16
46. Жиленко В. Т., Насадчук І.О. Управління продажами як складова маркетингової політики підприємства. Ефективна економіка. 2014. № 9. С. 21-27.
47. Янишин Я. С., Кашуба Ю. П. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві / Я. С. Янишин, Ю. П. Кашуба // Економіка АПК. 2013. № 9. С. 67 – 70.
48. Іщенко М.І Управління витратами на збут промислових підприємств з урахуванням організації центрів відповідності. 2017.№9. С. 28.

49. Колодка Я.В. Особливості та оптимізація логістичних систем підприємств сільськогосподарської галузі / Я.В. Колодка // Інноваційна економіка. 2014. № 2 (51). С. 131-136.

50. Остапенко О.М Шляхи зниження собівартості продукції в сучасних умовах господарювання підприємств в Україні. 2017. №12. С.56-59.

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ МОЛОКА В УКРАЇНІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ

СИРИЦЯ О.А., 1 курс ФТМ КНТЕУ,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

У статті наведено аналіз сучасного ринку молока в Україні. Представлено результати досліджень стану ринку молока. Визначено основні проблеми ринку та можливі шляхи їх вирішення.

Article contains an analysis the current state of the dairy market Ukraine. Research results state of the dairy market. The basic problems of market and possible ways of their decision are certain.

В умовах сьогодення виробництво молочної продукції займає провідне місце в агропромисловому комплексі України. В Україні високий економічний, природно-кліматичний, трудовий потенціал розвитку молочної галузі. Разом із тим виробництво молочної продукції має динаміку щорічного скорочення, тому для подолання цієї кризи необхідно проаналізувати сучасний стан виробництва та реалізації молочної продукції, виявити причини негативних явищ та надати рекомендації щодо подальшого розвитку.

Продукція цієї галузі користується популярністю серед населення. Частка витрат на молочні продукти становить 15% від загальних витрат на харчування (це четверте місце після витрат на хлібобулочні, м'ясні, борошняні вироби). Нині функціонує близько 350 підприємств із переробки молока, з яких 80 виробляють 90% суцільномолочної продукції [1].

У зв'язку зі значною конкуренцією на ринку можна виділити низку лідерів, які займають найбільші частки ринку: ТОВ «Данон», АТ «Молочний альянс», ДП «Лакталіс-Україна», ТОВ «ФУД ДЕВЕЛОПМЕНТ», ТОВ «Люстдорф», ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен», ТОВ «Група компаній «Альянс», ПАТ «Вімм-Білль-Данн Україна», ПрАТ «Комбінат «Придніпровський», ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та багато інших.

Частки ринку виробників молочної продукції 2019 р. у відсотковому співвідношенні зазначено на рис.1 [2], з якого видно, що лідируючі позиції займають наступні молокопереробні підприємства України:

- ТОВ «Данон» – 13,15%;
- АТ «Молочний альянс» – 11,19%;
- ДП «Лакталіс-Україна» – 9,95%;
- ТОВ «Люстдорф» – 9,8%;
- ПАТ «Вімм-Білль-Данн Україна» – 8,84%;
- інші (ПрАТ «Комбінат «Придніпровський» – 5,52%, ТОВ «Молочна компанія «Галичина» – 5,26%, ПрАТ «Тернопільський молокозавод» – 5,2%, ТОВ «ФУД ДЕВЕЛОПМЕНТ» – 4,71%).

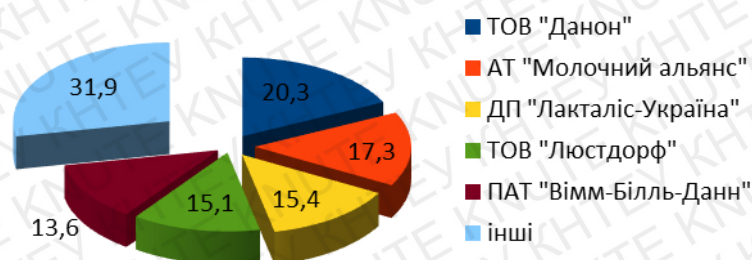


Рис.1 Частки ринку виробників молочної продукції, 2019 р. [2]

За даними Державної служби статистики України, чисельність великої рогатої худоби в Україні за 2015-2019 продовжує скорочуватись, прослідковується поступове зниження її чисельності через: недотримання санітарно-технічних умов вирощування та утримання ВРХ, швидке поширення інфекційних хвороб (бруцельоз, ящур, віспа, туберкульоз, сказ, лейкоз), неякісне або недотримання вимог в харчуванні ВРХ (рис.2) [3].

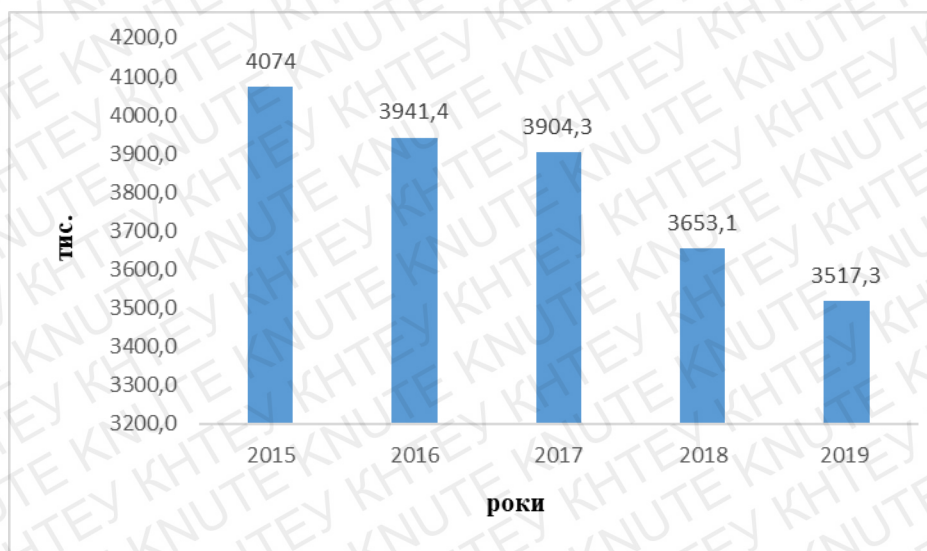


Рис.2 Чисельність поголів'я ВРХ 2015-2019 рр.

З кожним роком молочний ринок України суттєво скорочує обсяги експорту через утрату ринку збуту в окремих країнах СНД та поступово нарощує їх імпорт [4].

Дані експорту та імпорту наведені в табл.1

Таблиця 1

Експорт та імпорт молока за 2015-2019 рр., дол. США

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	2015 р. (тис.дол)	2016 р. (тис.дол)	2017 р. (тис.дол)	2018 р. (тис.дол)	2019 р. (тис.дол)
Експорт					
04 молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	386477,3	330521,4	494207,3	480947,4	453877,2
Імпорт					
04 молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	79777,4	59489,5	84884,5	106458,0	169492,1

Згідно даних з табл.1 можна спостерігати динаміку зміни експорту. Порівняно з 2017 р. спостерігається зменшення експорту у 2018 р. на 2,7%, а у 2019 р. на 8,2%. На зниження обсягу експорту молока та молочних продуктів за даний період значною мірою вплинула заборона поставок молочної продукції в Росію та складність доставки товару в країни Середньої Азії.

За досліджуваний період (із 2015 по 2019 р.) спостерігається значне збільшення обсягів імпорту молочної продукції. В 2016 р. до 2015 р. спостерігається зменшення обсягів імпорту на 25,5%. В 2017 р. спостерігається збільшення обсягів імпорту на 42,7%, в 2018 р. на 78,9%, в 2019 р. на 184,9% порівняно з 2016 р.

До основних проблем сучасного українського ринку молочної продукції можна віднести:

- зменшення поголів'я корів та відсутність достатнього рівня якісної сировини для виробництва різних видів продукції;
- недостатня кількість лабораторій для визначення якості молока та молочних продуктів;
- втрата міжнародних ринків збуту і, як наслідок, невеликий ринок збуту продукції; така ситуація зумовлює скорочення виробництва молочної продукції підприємствами або ліквідації виробництва;
- низький технологічний рівень на виробництвах, відсутність сучасного обладнання (багато сировини псується під час неналежного транспортування від виробника до переробного підприємства);
- зниження рівня внутрішнього споживання через кризові явища в Україні;
- недостатній рівень структуризації та кооперації підприємств.

Виходячи з наявних проблем, основними напрямками поліпшення стану молочного ринку України є [1]:

- стимулювання з боку держави (створення належного пільгового податкового режиму) створення ферм великої рогатої худоби, що дасть змогу збільшити обсяги сировини; модернізація обладнання та поліпшення якості молочних продуктів;
- пошук та налагодження міжнародних зв'язків із країнами для експорту продукції, забезпечення належного транспортування молока та молочної продукції;
- створення інтегрованого та кооперованого виробництва (ефективна система менеджменту на підприємстві).

Дослідження сучасного стану молочної галузі України та виокремлення основних проблем та напрямів розвитку показало, що ця галузь є досить прибутковою та пріоритетною для України. Головними завданнями для поліпшення розвитку ринку молока та молочних продуктів є створення дієвої законодавчої бази для молокопереробних підприємств; припинення гальмування виробництва молочної продукції; створення умов здорової конкуренції та захист споживачів від неякісної продукції.

Не менш важливим чинником є виведення продукції молочної галузі на міжнародний рівень, пошук напрямів збільшення обсягів реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринках молочної продукції, зокрема тієї, яка становить основну частину продукції молочної галузі.

Список використаних джерел

1. Джеджула В.В. Інвестиції: практика та досвід / В.В. Джеджула, І.Ю. Спіфанова, М.Ю. Дзюбка // Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі. № 11. 2018. - 12–14 с.
2. Мошковська О.А. Фактори конкурентного середовища в сегменті виробництва молочної продукції в Україні / О.А. Мошковська // Інфраструктура ринку. 2019. № 34. С. 144
3. Мошковська О.А. Аналіз сучасного стану молокопродуктового підкомплексу України, проблем його розвитку та шляхів їх вирішення / О.А. Мошковська // АГРОСВІТ. 2019. № 18. С. 20
4. Державна фіскальна служба України. [Інтернет джерело]. Офіційний портал. - Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt1219_u.htm

Робота виконана під науковим керівництвом к.т.н., доц. Бабій О.В.

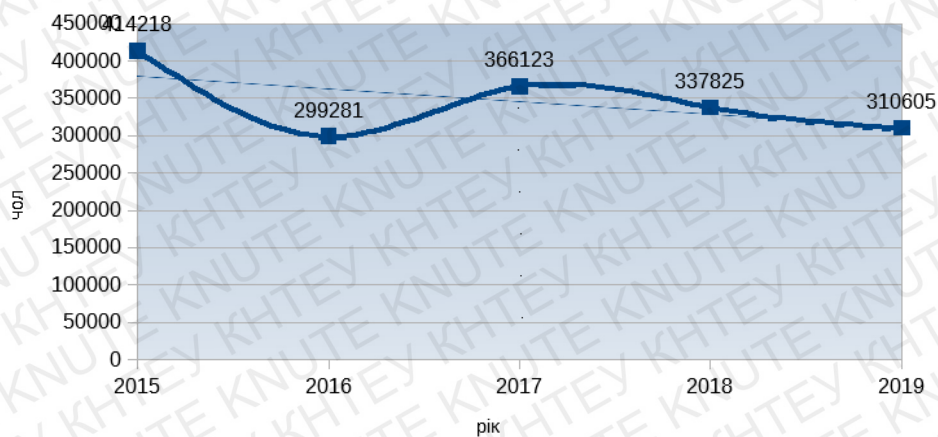


Рис. Б.1.2 Динаміка народжуваності в Україні 2015-2019 рр.[2]



Рис. Б.2.1 Досліджувані зразки молока для дитячого харчування

Балова оцінка якості молока для дитячого харчування(в додатки)

Показник	Коефіцієнт	Бал	Характеристика
Зовнішній вигляд та консистенція	0,5	5	Однорідна рідина без осаду, пластівців білка та грудочок жиру
		4	Однорідна рідина з невеликою кількістю осаду, пластівців білка або грудочок жиру
		3	Однорідна рідина, з значною кількістю осаду, пластівців білка та грудочок жиру
		2	Не однорідна рідина, з невеликою кількістю осаду та пластівців
		1	Не однорідна рідина, зі значною кількістю осаду, пластівців та грудочок
Смак та запах	0,3	5	Чисті, без сторонніх, не притаманні свіжому молоку присмаків та запахів, з легким присмаком пастеризації, допустимий присмак добавлених компонентів
		4	Не досить виражений, пустий
		3	Слабкий кормовий, окислений, слабкий нечистий
		2	Слабкий кормовий, у тому числі цибулі, трав, гіркий присмак, хлівний, солоний, окислений, затхлий
		1	Гіркий, згірклий, пліснявий, гнильний, запах та смак нафтопродуктів, хімікатів, ліків.
Колір	0,2	5	Білий, рівномірний
		4	Білий, з голубуватим відтінком
		3	Білий, з жовтуватим або голубуватим відтінком
		2	Білий, з вираженим жовтим відтінком, дещо не рівномірний
		1	Не характерний, не рівномірний



Рис. Г.2.2, Г.2.3 ТМ “Злагода” та ТМ “Агуша”

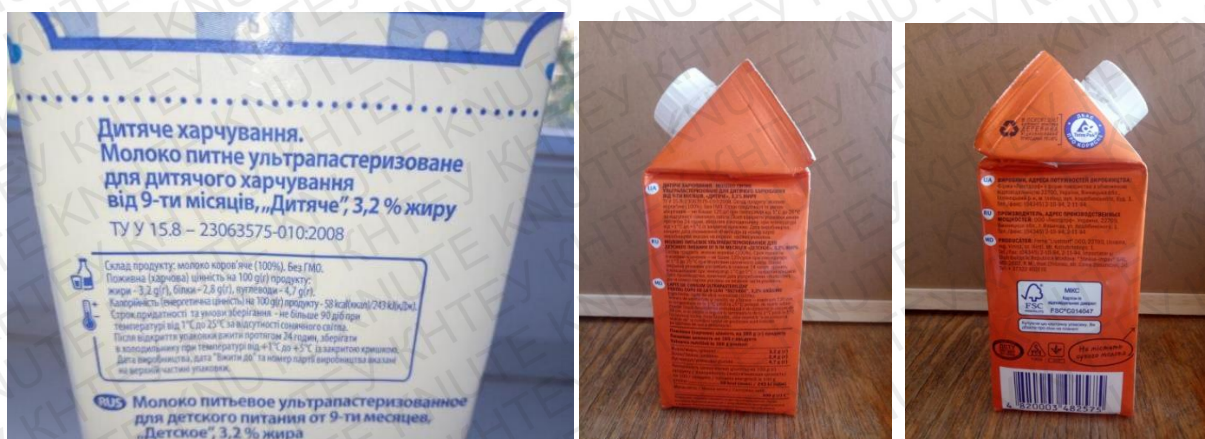


Рис.Г.2.4, Г.2.5 ТМ “Селянське малюкам” та ТМ “На здоров'я”



Рис. Г.2.6 ТМ “Яготинське для дітей”

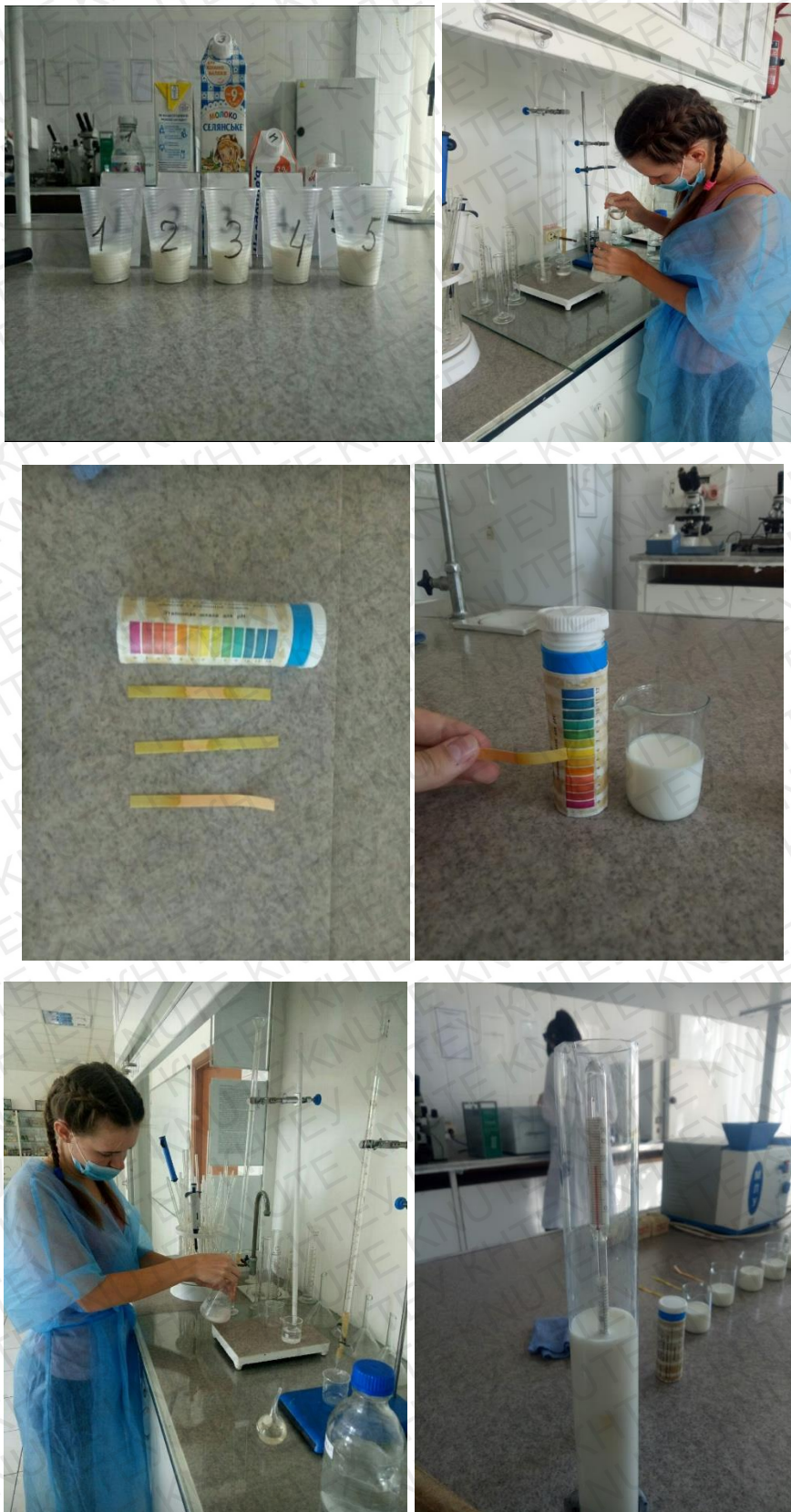


Рис.Д.2.7 Візуальне супроводження фізико-хімічних досліджень



Рис.Е.2.8 Візуальне супроводження мікробіологічних досліджень

