

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання
Форма навчання _____ заочна _____
Кафедра товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи

Допускається до захисту
Завідувач кафедри _____ Г.О. Бірта
(підпис, ініціали та прізвище)
« ____ » _____ 202__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: **«СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ ТА ПРОВЕДЕННЯ
ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ДІЄТИЧНИХ КИСЛОМОЛОЧНИХ
НАПОЇВ»**

зі спеціальності _____ 076 Підприємництво та торгівля
(шифр, назва)
освітня програма _____ Товарознавство та експертиза в митній справі
ступеня _____ магістр
(бакалавр, магістр)
Виконавець роботи _____ Боровик Тетяна Віталіївна
(прізвище, ім'я та по батькові)

АНОТАЦІЯ

**Кваліфікаційна робота
«Сучасний асортимент та проведення товарознавчої експертизи
дієтичних кисломолочних напоїв»
здобувачки вищої освіти групи ТЕМСм -21
Боровик Тетяни Віталіївни**

Дієтичні кисломолочні напої є важливим сегментом ринку функціональних харчових продуктів завдяки високій біологічній цінності та сприятливому впливу на організм. Попит на них зростає як в Україні, так і у світі.

Метою дипломної роботи було дослідження асортименту та проведення товарознавчої експертизи дієтичних кисломолочних напоїв. Для досягнення мети проаналізовано сучасний стан ринку, вивчено фактори формування якості та споживних властивостей, класифікацію й асортимент, а також ризики та види фальсифікації.

У практичній частині досліджено асортимент дієтичних кисломолочних напоїв у супермаркеті «Dmart» м.Кам'янське, Дніпропетровської області, охарактеризовано об'єкт і методи дослідження, проведено ідентифікацію та експертизу якості з використанням органолептичних і фізико-хімічних показників, здійснено порівняльну експертизу та оформлено результати.

У митному аспекті роботи розглянуто основні положення здійснення митного контролю й оформлення товарів та проаналізовано правові засади регулювання ввезення дієтичних кисломолочних напоїв в Україну.

Ключові слова: ринок, експертиза, дієтичні кисломолочні напої, якість, асортимент, ідентифікація, митний контроль

ANNOTATION

Thesis

**«Modern assortment and conduct of commodity expertise of
diet fermented milk drinks»
student of group TEMS -21 - Tetiana Borovyk**

Diet fermented milk drinks are an important segment of the functional food market due to their high biological value and beneficial effects on the body. The demand for them is growing both in Ukraine and in the world.

The purpose of the thesis was to study the range and conduct a product expertise of diet fermented milk drinks. To achieve the goal, the current state of the market was analyzed, the factors shaping quality and consumer properties, classification and assortment, as well as the risks and types of falsification were studied.

In the practical part, the range of diet fermented milk drinks in the supermarket «Dmart» in Kamianske, Dnipropetrovsk region was studied, the object and methods of the study were characterized, identification and quality expertise were carried out using organoleptic and physicochemical indicators, a comparative expertise was carried out and the results were formalized.

In the customs aspect of the work, the main provisions of customs control and clearance of goods were considered and the legal principles regulating the import of diet fermented milk drinks into Ukraine were analyzed.

Keywords: market, expertise, dietetic fermented milk drinks, quality, assortment, identification, customs control

ЗМІСТ

Ключові слова	6
Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів.....	6
Вступ	6
Розділ 1. Аналітичний огляд літератури	
1.1. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку кисломолочних продуктів в Україні	12
1.2. Комплекс факторів, що визначають якість та споживну цінність дієтичних кисломолочних напоїв	24
1.3. Потенційні ризики та види фальсифікації кисломолочних продуктів	34
Розділ 2. Дослідна частина	
2.1. Дослідження асортименту дієтичних кисломолочних напоїв в супермаркеті «Dmart» м. Кам'янське	40
2.2. Характеристика об'єкта дослідження	49
2.3. Характеристикам методів дослідження	53
Розділ 3. Проведення товарознавчої експертизи дієтичних кисломолочних напоїв	
3.1. Проведення ідентифікації партії дієтичних кисломолочних напоїв	58
3.2. Проведення товарознавчої експертизи дієтичних кисломолочних напоїв	65
3.3. Проведення порівняльної експертизи якості дієтичних кисломолочних напоїв....	69
3.4. Оформлення документів за результатами товарознавчої експертизи	75
Розділ 4. Митна частина	
4.1. Класифікація дієтичних кисломолочних напоїв для митних цілей	79
4.2. Оформлення митної декларації на партію дієтичних кисломолочних напоїв, що ввозиться на територію України	84
Висновки	99
Рекомендації	103
Перелік посилань	104
Додатки	111

КЛЮЧОВІ СЛОВА

ДІЄТИЧНІ КИСЛОМОЛОЧНІ ПРОДУКТИ, ЙОГУРТИ ПИТНІ, ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ, ІМПОРТ, МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ, МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ISO – Міжнародна організація по стандартизації.

Food and Agriculture Organization (FAO) – Продовольча та сільськогосподарська організація ООН.

ВООЗ – Всесвітня організація охорони здоров'я.

ДСТУ – державний стандарт України.

ЗЕД – зовнішньоекономічна діяльність.

МОЗ – Міністерство охорони здоров'я.

НД – нормативні документи.

ТМ – торгова марка.

ТПП – торгово-промислова палата.

ТТН – товарно-транспортна накладна.

ТСД – товаросупровідні документи.

ТУ – технічні умови.

УКТЗЕД – Український класифікатор товарів зовнішньоекономічної діяльності.

ВСТУП

У сучасних умовах здоров'я населення і якість харчування стають пріоритетними напрямками розвитку державної політики та бізнесу. Особливо це стосується молочної галузі, адже молочні продукти – важливе джерело білка, кальцію, вітамінів і мінералів, які необхідні для підтримки нормального функціонування організму. Серед таких продуктів особливе місце займають дієтичні кисломолочні напої – вони поєднують високу харчову цінність із лікувально-профілактичними властивостями, що робить їх затребуваними серед споживачів з різними потребами: від дітей і літніх людей до тих, хто дотримується дієти або має порушення травлення [4].

Світовий ринок молочних продуктів є одним із ключових сегментів глобальної харчової індустрії. За даними Food and Agriculture Organization (FAO), щорічне виробництво молока у світі перевищує 930 млн тонн, причому найбільшими виробниками залишаються Індія, Сполучені Штати Америки, Китай, Пакистан та Бразилія. Головними драйверами зростання є зростання чисельності населення, урбанізація, підвищення рівня доходів у країнах, що розвиваються, та популяризація концепції здорового харчування. На ринку спостерігається активне розширення асортименту, зростає частка продуктів із доданою функціональною цінністю (пробіотики, продукти з низьким вмістом лактози або безлактозні, збагачені білком), а також продуктів для спеціальних дієт. Паралельно зростає увага до екологічної сталості виробництва: провідні компанії впроваджують «зелені» технології, зменшують вуглецевий слід та переходять на відновлювані джерела енергії [23].

Іншим важливим трендом є глобалізація молочної торгівлі та зміщення попиту. Традиційні експортери, такі як Нова Зеландія, Австралія, Європейський Союз та США, продовжують забезпечувати значну частку світового експорту молочної продукції, тоді як основними імпортерами залишаються країни Азії, Африки та Близького Сходу. Попит з боку країн Південно-Східна Азія та Китай стимулює інвестиції у виробництво сухого

молока, сироватки, йогуртів і сирів. Водночас галузь стикається з викликами: зростання вартості кормів і енергоносіїв, кліматичні зміни, обмеження торгівлі, а також ризики, пов'язані зі спалахами COVID-19 та іншими епідеміями, що періодично порушують ланцюги постачання [10].

В Україні ринок молочних продуктів залишається важливим сегментом харчової промисловості, однак його розвиток останніми роками суттєво ускладнений. Повномасштабне вторгнення Російська Федерація у Україна у 2022 році призвело до втрати частини сировинної бази, знищення інфраструктури, окупації регіонів із потужними тваринницькими господарствами, порушення логістики та значного скорочення внутрішнього попиту. За даними Державна служба статистики України, виробництво сирого молока у 2022–2023 роках зменшилося майже на третину порівняно з довоєнним періодом. Багато малих і середніх фермерських господарств припинили діяльність або переорієнтувалися на інші види продукції. Водночас, завдяки підтримці міжнародних донорів і програмам адаптації, низка великих молочних компаній зуміла частково відновити виробництво, переорієнтувати збут на західні регіони України та розширити експорт до країн Європейський Союз, що дозволило стабілізувати ситуацію на ринку. Проте галузь і надалі залишається вразливою, потребує модернізації, інвестицій у якість та відновлення тваринницьких потужностей [54].

Асортимент дієтичних кисломолочних напоїв в Україні стрімко зростає. У супермаркетах і спеціалізованих магазинах можна побачити кефіри з різним відсотком жирності, йогурти з пребіотиками чи пробіотиками, продукти без лактози, напої на основі сироватки та інші варіанти, що свідчить про підвищені вимоги споживачів до корисності, різноманітності та інноваційності продукту, а також про конкуренцію між виробниками.

Актуальність теми. Дієтичні кисломолочні напої є важливою категорією продуктів функціонального харчування, що поєднують у собі високу харчову цінність, легку засвоюваність та здатність позитивно впливати на стан здоров'я споживачів. Вони широко застосовуються у профілактичному та

лікувально-дієтичному харчуванні, зокрема для нормалізації мікробіоти кишківника, зміцнення імунної системи та підтримки метаболічних процесів організму. Зростання рівня обізнаності населення про користь здорового харчування стимулює виробників до розширення асортименту таких напоїв, застосування нових штамів пробіотичних культур, зниження вмісту цукру та жиру, а також розроблення безлактозних і збагачених білком варіантів. Крім того, дієтичні кисломолочні напої нерідко імпортуються з-за кордону, що зумовлює необхідність дотримання процедур їх митного контролю та правильного визначення класифікації відповідно до вимог чинного законодавства та норм.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження сучасного асортименту дієтичних кисломолочних напоїв, аналіз тенденцій його формування, а також визначення особливостей проведення товарознавчої експертизи цих продуктів в умовах дотримання стандартів якості й безпеки.

Завдання, які вирішуються у роботі:

- проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку ринку кисломолочних продуктів в Україні;
- проаналізувати комплекс факторів, що визначають якість та споживну цінність дієтичних кисломолочних напоїв;
- вивчити потенційні ризики та види фальсифікації кисломолочних продуктів;
- дослідити асортимент дієтичних кисломолочних напоїв в супермаркеті «Dmart» м.Кам'янське;
- дати характеристику об'єкта та методів дослідження;
- провести ідентифікацію партії дієтичних кисломолочних напоїв;
- провести товарознавчу експертизу дієтичних кисломолочних напоїв;
- провести порівняльну експертизу дієтичних кисломолочних напоїв;
- документально оформити результати експертизи;

- провести класифікацію дієтичних кисломолочних напоїв для митних цілей;
- оформити митну декларацію на партію дієтичних кисломолочних напоїв, що ввозиться на територію України.

Об'єктом кваліфікаційної роботи було обрано дієтичні кисломолочні напої, йогурт питний польський з полуницею ТМ «Mlekovita» (Ogurt polski pitny truskawkowy).

Предмет досліджень – експертиза та митне оформлення дієтичних кисломолочних напоїв, на прикладі йогурту, що ввозиться в Україну.

Методи досліджень є органолептичні та фізико-хімічні методи, статистично-математичні методи обробки експериментальних даних на основі комп'ютерних технологій.

Інформаційна база дослідження У процесі підготовки кваліфікаційної роботи на тему «Сучасний асортимент та проведення товарознавчої експертизи дієтичних кисломолочних напоїв» було використано різнопланові інформаційні джерела, що забезпечили комплексне вивчення об'єкта та предмета дослідження. Зокрема, залучено електронні ресурси мережі Internet, серед яких – офіційні веб-сайти виробників кисломолочної продукції, галузеві портали харчової промисловості, електронні бібліотеки, бази даних та відкриті архіви наукових публікацій. Важливе місце в інформаційному забезпеченні посіли матеріали науково-інформаційного центру ЛЕОНОРМ, зокрема електронні каталоги чинних національних стандартів (ДСТУ), міжнародних (ISO) і регіональних нормативних документів, а також галузеві довідники, що містять бібліографічні описи нормативно-правових актів у сфері харчових технологій, сертифікації та контролю якості продукції. Окрему увагу приділено опрацюванню сучасних наукових і навчальних джерел – підручників, монографій, довідників, дисертацій, методичних рекомендацій, у яких висвітлено питання технології виробництва, органолептичного й фізико-хімічного контролю, а також безпечності та якості кисломолочних виробів. Для глибшого аналізу сучасного стану ринку й актуальних тенденцій розвитку

галузі залучено міжнародні наукометричні та реферативні бази даних Google Scholar, JSTOR, Scopus, Web of Science, які надали доступ до рецензованих статей, аналітичних звітів, патентних описів і результатів актуальних наукових досліджень у галузі харчової промисловості та товарознавства. Комплексне поєднання цих джерел забезпечило достовірність, повноту й актуальність отриманих відомостей, що створило надійну теоретичну та інформаційну основу для проведення якісного аналізу і виконання дослідницької частини кваліфікаційної роботи.

Результати проведених досліджень були представлені на XI Міжнародній молодіжній науково-практичній інтернет-конференції «Наука і молодь у XXI сторіччі» (м. Полтава, ПУЕТ, 10 листопада 2025 року) у вигляді доповіді на тему «Сучасні тенденції у виробництві та маркуванні дієтичних кисломолочних напоїв» (Додаток А) та отримали позитивні відгуки учасників конференції.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, рекомендацій та переліку літературних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 103 сторінки друкованого тексту. У роботі представлено 14 таблиць та 31 рисунок. Список літератури налічує 76 джерел. Кількість додатків – 9.

РОЗДІЛ 1.

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

1.1. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку кисломолочних продуктів в Україні

Молочна промисловість – одна з традиційно ключових галузей агропромислового комплексу, що поєднує первинне тваринництво, переробку молока та дистрибуцію готової продукції. Вона забезпечує населення високоякісними джерелами білка, кальцію та мікронутрієнтів і водночас відіграє важливу роль у формуванні сільських доходів, експорту та харчовій безпеці. Сучасна молочна індустрія характеризується інтенсивною вертикальною інтеграцією ланцюга «ферма – завод – ринок», масштабною автоматизацією переробних процесів, зростаючою вагомістю контролю якості та сертифікації, а також активним впровадженням інновацій у продуктову лінійку (функціональні, спеціалізовані та преміальні продукти).

Глобальні тенденції в молочній сфері включають: зміну споживчих вподобань у бік продуктів зі здоровими властивостями (пробіотики, низький вміст цукру, підвищений вміст білка), ріст попиту на зручні форм-фактори (наприклад, питні кисломолочні напої), посилення вимог до сталого виробництва (зниження вуглецевого сліду, раціональне водокористування), а також конкуренцію з немолочними альтернативами. Водночас інвестори та виробники акцентують увагу на оптимізації ланцюга постачання, підвищенні продуктивності стада, цифровізації управління фермерським господарством та адаптації до суворіших стандартів харчової безпеки [54].

В українському контексті молочна промисловість зберігає значну соціально-економічну вагу: вона забезпечує зайнятість у сільській місцевості, формує експортний потенціал і постачає широкий асортимент традиційних і перероблених молочних продуктів внутрішньому ринку. Український сектор

відзначається розмаїтістю виробників – від малих сімейних ферм до великих агрохолдингів і переробних підприємств – та поступовим оновленням технічної бази на молокопереробних підприємствах. Сегмент кисломолочних продуктів має довгу культурну та споживчу традицію (кефір, ряжанка, йогурт, ацидофільне молоко), що створює сприятливе підґрунтя для просування сучасних дієтичних і функціональних напоїв.

Разом із тим розвиток українського ринку стримується низкою факторів: нерівномірна якість сировини, потреба в інвестиціях у логістику та холодовий ланцюг, вимоги до стандартизації продукції та відповідності міжнародним нормам, а також тиск з боку імпорту у певних цінових сегментах. Відповідь на ці виклики – модернізація молочнотоварних ферм, формування прозорих систем якості, розширення продуктового портфеля в бік функціональних і дієтичних напоїв та активні маркетингові стратегії, що підкреслюють локальні переваги та науково обґрунтовані властивості продуктів.

Молочна промисловість України посідає провідне місце у структурі вітчизняного харчового комплексу, формуючи значну частку виробництва продовольчих товарів і забезпечуючи стратегічну продовольчу безпеку держави. Сприятливі природно-кліматичні умови, наявність родючих земель і розвинуте тваринництво створюють передумови для стабільного виробництва високоякісної та конкурентоспроможної молочної продукції. Молоко та продукти його переробки традиційно посідають важливе місце у раціоні населення, оскільки є джерелом білків, жирів, кальцію, вітамінів та інших біологічно цінних речовин, необхідних для нормального функціонування організму людини [62].

Україна, як аграрна держава, історично відома широким асортиментом молочних продуктів і входить до кола провідних країн світу за обсягами виробництва молока. Крім того, країна є важливим експортером молочної сировини та продуктів її переробки. Основну частку внутрішнього ринку формує продукція вітчизняних підприємств, що підтверджує високий рівень самозабезпеченості цієї галузі.

Структура виробництва молочних продуктів в Україні постійно змінюється під впливом економічних, технологічних і споживчих факторів. Найбільший обсяг припадає на виробництво питного молока та вершків різної жирності. Значну частку займають кисломолочні продукти – йогурти, кефіри, сметана, ацидофільне молоко. Третю позицію за масштабами виробництва поділяють сири та морозиво. Водночас спостерігається зменшення виробництва твердих і плавлених сирів, тоді як випуск свіжих неферментованих і кисломолочних сирів залишається більш стабільним. Така динаміка пов'язана з посиленням конкуренції з боку імпортних сирів, насамперед із країн Європейського Союзу, особливо Польщі, де якість продукції поєднується з доступною ціною [16].

Після підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2014 році національне законодавство почало поступово адаптовуватися до європейських вимог, зокрема до положень Регламенту (ЄС) № 853/2004, що визначає спеціальні гігієнічні норми для харчових продуктів, у тому числі молока та продуктів його переробки. Втім, імплементація цих норм виявила низку труднощів, адже в Україні значну частину молока постачають приватні селянські господарства, де утримується невелика кількість корів, що ускладнює механізацію процесів доїння та контроль якості сировини. Для порівняння, у Польщі середня кількість корів у фермерському господарстві становить 25-50, а в Скандинавських країнах – до 100 голів, що забезпечує стабільно високі стандарти молока-сировини [25].

Для забезпечення належного рівня якості та безпечності молочних продуктів в Україні діє низка нормативно-правових актів, серед яких Закони України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми та здоров'я тварин», «Про молоко та молочні продукти». Крім того, функціонує понад 250 чинних стандартів (ДСТУ, ТУ), що регламентують вимоги до молока, технології його переробки та маркування продукції. Зокрема, ДСТУ 3662-97 визначає вимоги до закупівлі коров'ячого

незбираного молока, а ДСТУ 4518-2008 встановлює правила маркування харчових продуктів для споживачів.

У 2019 році набули чинності нові «Вимоги до безпечності та якості молока і молочних продуктів», затверджені наказом Мінагрополітики №118 від 12.03.2019 (зареєстрованим у Міністерстві юстиції 07.06.2019 №593/33564). Ці норми є обов'язковими для всіх виробників незалежно від форми власності. У серпні 2024 року було внесено зміни до зазначеного наказу (Наказ Мінагрополітики №2033 від 11.07.2024), що уточнили окремі положення та підвищили вимоги до молочної сировини [22].

Підвищення стандартів якості молока спричинило зростання вимог до готової продукції. Виробники дедалі більше орієнтуються на закупівлю сировини вищого та екстра класу, що виробляється переважно у промислових господарствах із сучасними умовами утримання худоби. У таких підприємствах розводять високопродуктивних племінних корів, що дозволяє отримувати стабільну якість молока. Попри це, за останні п'ятнадцять років в Україні спостерігається стале скорочення поголів'я великої рогатої худоби: чисельність корів у сільськогосподарських підприємствах зменшилася приблизно на 43,5 %, а в господарствах населення – на понад 60 %. Військові події лише посилили цей спад, і за прогнозами 2024 року скорочення може досягти 55-70 %.

Незважаючи на складні умови, український ринок молочної продукції залишається конкурентоспроможним. Виробники активно впроваджують технологічні новації, удосконалюють асортимент та адаптуються до сучасних споживчих трендів. Серед перспективних напрямів розвитку – виробництво безлактозної продукції, функціональних і пробіотичних йогуртів, білкових напоїв та інших видів дієтичних продуктів, що відповідають вимогам здорового харчування та потребам споживачів із індивідуальними особливостями. Інноваційний підхід і підвищення стандартів якості поступово формують позитивну динаміку у розвитку галузі навіть за умов нестабільного ринкового середовища [54].

Розвиток виробництва кисломолочної продукції в Україні у 2020-2025 роках характеризується складними, але водночас показовими тенденціями, що відображають як економічні виклики, так і адаптаційні можливості галузі. Кисломолочна продукція традиційно є одним із найбільш стабільних сегментів молочної промисловості, адже споживчий попит на неї зберігається навіть у періоди економічної нестабільності. Водночас останні роки позначилися суттєвими структурними змінами: скороченням поголів'я молочної худоби, зменшенням кількості малих фермерських господарств, підвищенням цін на сировину та енергоносії. Значний вплив на виробництво справила війна, яка призвела до тимчасового закриття або релокації частини підприємств, порушення логістичних ланцюгів і зниження інвестиційної активності у секторі. Попри це, українські виробники зуміли зберегти ключові виробничі потужності та продовжують нарощувати обсяги випуску продукції, орієнтуючись на внутрішній ринок і поступове відновлення експортних поставок. Таким чином, період 2020-2025 років можна розглядати як етап стратегічної перебудови галузі, спрямованої на стабілізацію виробництва, підвищення ефективності та вдосконалення технологічних процесів [40].

Таблиця 1.1 – Виробництво кисломолочної продукції в Україні (2020-2025рр.)

Рік	Обсяг виробництва, тис. т	Темп зміни до попереднього року, %
2020	435	–
2021	448	+3,0
2022	422	–5,8
2023	409	–3,1
2024	417	+2,0

Аналіз таблиці 1.1 показав, що впродовж 2020–2024 років обсяги виробництва кисломолочної продукції демонструють тенденцію до

стабілізації після спаду 2022–2023 рр., спричиненого логістичними труднощами, зростанням цін на енергоносії та зниженням купівельної спроможності населення. Прогноз на 2025 рік свідчить про поступове відновлення виробництва завдяки зростанню внутрішнього попиту та активізації експорту до країн ЄС.

У 2024 році виробництво кисломолочних продуктів в Україні характеризувалося вже не лише тенденціями стабілізації після кризових років, але й помітним перерозподілом асортиментної структури. Підприємства не просто нарощували обсяги, а реагували на зміну споживчих уподобань, акцентуючи увагу на продуктах нижчих або середніх цінових сегментів, а також на функціональних кисломолочних продуктах із підвищеною харчовою цінністю. Водночас виробники були змушені враховувати зовнішньоекономічні умови, включно з посиленням конкуренції з імпортними продуктами та вимогами європейських стандартів [4].

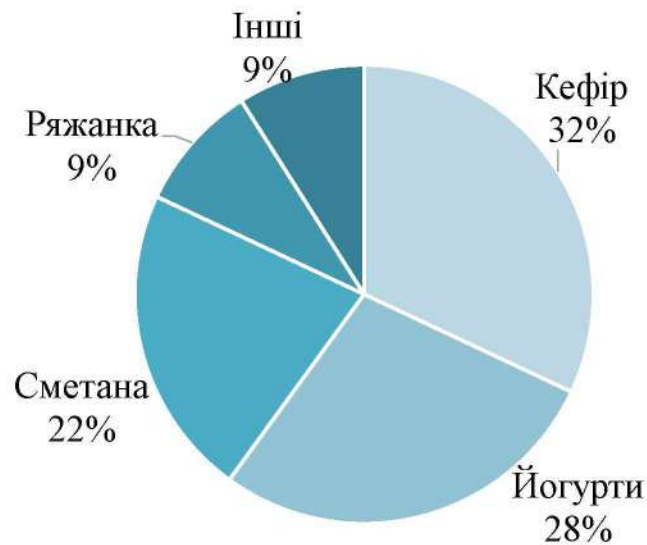


Рисунок 1.1 – Структура виробництва кисломолочних продуктів за видами у 2024 році

Проаналізувавши діаграму на рисунку 1.1 можна стверджувати, що найбільшу частку на ринку займають кефір і йогурти, що разом формують понад половину обсягу виробництва. Зростає інтерес споживачів до

функціональних кисломолочних продуктів із пробіотичними культурами, натуральними наповнювачами та зниженим вмістом цукру, що відповідає сучасним трендам здорового харчування [10].

У молокопереробному секторі України функціонує значна кількість підприємств, однак значна частка виробництва концентрується у великих гравців. За даними аналітичного агентства, на 2025 рік в Україні у ТОП-10 виробників молочної продукції входять: «Молочний Альянс», «Терра Фуд», «Злагода», «Danone Україна», «Люстдорф», «Галичина», «Молокія», «Волошкове Поле», «Старий Порицький», «Наше молоко» (рисунок 1.2). Наприклад, «Молочний Альянс» очолює рейтинг із показником 100 % за оцінкою, «Терра Фуд» – приблизно 56,8 % від лідера, «Люстдорф» – 49,5 % та інші. Також варто зазначити, що група компаній «Dairy Alliance Group of Companies» (один із ключових гравців) у 2024 році експортувала продукцію до 27 країн, отримавши виручку близько 8,6 млрд грн. Таким чином, виробничий сектор кисломолочної продукції в Україні представлений великою кількістю підприємств, але домінують кілька великих компаній, які мають ресурси для модернізації, якісного контролю, орієнтації на експорт та диверсифікації асортименту [70].



Рисунок 1.2 – Основні виробники молочної продукції в Україні у 2025 році

Аналіз структури ринку свідчить, що в Україні домінує кілька великих переробних компаній, які контролюють понад 70 % обсягу виробництва молочної та кисломолочної продукції. Найвищу частку утримує ПрАТ «Молочний Альянс», який задає стандарти якості та експорту. Компанії «Терра Фуд» і «Люстдорф» демонструють стійке зростання завдяки модернізації виробництва та розширенню асортименту. Присутність міжнародного бренду «Danone» сприяє впровадженню інноваційних технологій і стандартів харчової безпеки. Натомість менші виробники зберігають гнучкість у регіональних нішах, хоча їхня частка поступово скорочується через обмежені інвестиційні можливості. Загалом ринок кисломолочної продукції України у 2025 році характеризується високою концентрацією, посиленням конкуренції та орієнтацією на якість і стійкість виробництва [62].

Зовнішньоекономічна діяльність молочної галузі України у 2020-2025 роках відображає загальні тенденції розвитку внутрішнього виробництва, рівень конкурентоспроможності на світовому ринку та вплив глобальних економічних і політичних факторів. Експорт кисломолочної продукції традиційно відіграє важливу роль у формуванні валютних надходжень і підтриманні стабільності галузі. Попри зниження виробничих потужностей у період активних бойових дій, українські підприємства поступово відновлюють обсяги зовнішніх поставок, орієнтуючись на країни ЄС, Кавказу та Близького Сходу. Імпортна складова залишається відносно незначною і представлена переважно продукцією середнього та преміального сегментів, що свідчить про високу якість вітчизняних аналогів [22].

Динаміка експорту та імпорту кисломолочної продукції України у 2020-2025 рр. представлено у вигляді таблиці 1.2.

Дані таблиці 1.2 свідчать, що показники експорту кисломолочної продукції свідчать про стабільно позитивне торговельне сальдо, що зберігається впродовж аналізованого періоду. Незважаючи на тимчасове зниження у 2022-2023 роках через воєнні дії та порушення логістики, у 2024-2025 роках спостерігається поступове відновлення експортних поставок.

Основними партнерами України залишаються Молдова, Грузія, Польща, Литва та Азербайджан.

Імпортна частка формується здебільшого за рахунок високоякісних йогуртів та десертів із країн Європейського Союзу. Збереження позитивного торговельного балансу свідчить про високу конкурентоспроможність української кисломолочної продукції, хоча подальше зростання експорту стримується логістичними труднощами та коливанням цін на сировину [1].

Таблиця 1.2 – Таблиця 2 – Динаміка експорту та імпорту кисломолочної продукції України у 2020-2025 рр.

Рік	Експорт, тис. т	Імпорт, тис. т	Сальдо, тис. т
2020	21,3	5,8	+15,5
2021	23,1	6,2	+16,9
2022	17,5	4,9	+12,6
2023	18,0	5,5	+12,5
2024	20,4	6,0	+14,4

Споживання кисломолочних продуктів є важливим показником рівня харчової безпеки та стану внутрішнього ринку продовольства. Протягом 2020-2025 років динаміка споживання в Україні зазнала суттєвих змін під впливом економічних криз, пандемії COVID-19, а згодом – воєнних дій. Незважаючи на тимчасове скорочення обсягів у 2022-2023 роках, тенденція останніх двох років свідчить про поступове відновлення попиту [54].

Підвищення рівня споживання пов'язане з відродженням локальних виробництв, розширенням асортименту натуральних і фермерських продуктів, а також зростанням інтересу населення до здорового харчування (таблиця 1.3)..

Дані таблиці 1.3 показали, що рівень споживання кисломолочної продукції в Україні демонструє тенденцію до стабілізації після періоду спаду, спричиненого соціально-економічними наслідками війни та зниженням купівельної спроможності населення. Найактивніше зростання попиту

фіксується серед міського населення центральних і західних областей, де зосереджені основні переробні підприємства та фермерські господарства.

Таблиця 1.3 – Динаміка споживання кисломолочної продукції на душу населення в Україні у 2020-2025 рр.

Рік	Споживання, кг/особу	Зміна до попереднього року, %
2020	23,1	–
2021	23,8	+3,0
2022	21,6	–9,2
2023	20,9	–3,2
2024	22,0	+5,3

Збільшення споживання у 2024-2025 роках пов'язане з частковим відновленням економічної активності, поліпшенням рівня доходів населення і популяризацією культури здорового харчування. Перспективи подальшого зростання залежать від доступності продукції, рівня цін та державної підтримки вітчизняних виробників [16].

Оскільки ринок кисломолочної продукції України у 2020-2025 роках розвивався в умовах значних соціально-економічних викликів, серед яких вирішальним чинником став повномасштабний військовий конфлікт, що розпочався у 2022 році. Війна суттєво вплинула на виробничі потужності, логістичні ланцюги, структуру споживання та експортні можливості підприємств молочної галузі.

Однією з головних проблем залишається нестача якісної сировини. Через зниження чисельності поголів'я великої рогатої худоби, особливо у приватних господарствах, різко скоротилося виробництво сирого молока. За даними Держстату, у 2024 році обсяг молока, зданого на переробку, був меншим майже на 25 % порівняно з довоєнним 2021 роком, що призвело до зростання

закупівельних цін і ускладнило роботу малих і середніх переробних підприємств, для яких собівартість виробництва стала критично високою.

Другою важливою проблемою є порушення логістики та транспортної інфраструктури, що зумовило збільшення витрат на доставку як сировини, так і готової продукції. В окремих регіонах – особливо на сході та півдні України – багато виробництв були пошкоджені або повністю зупинили роботу, що призвело до перерозподілу виробничих потужностей на захід та у центральні області [25].

Значним викликом для підприємств стало зростання цін на енергоносії та пакувальні матеріали, що напряду впливає на кінцеву вартість кисломолочних продуктів. У 2023–2024 роках енергетичні витрати у структурі собівартості продукції перевищили 30 %, що призвело до скорочення прибутковості виробництва. Водночас споживачі виявилися чутливими до цінових коливань, тому виробники були змушені балансувати між збереженням якості та мінімізацією витрат.

Війна суттєво змінила географію та обсяги експорту кисломолочної продукції. Якщо у 2021 році основними партнерами України були Молдова, Казахстан і Грузія, то після 2022 року частину традиційних ринків було втрачено через логістичні бар'єри. Водночас зросли поставки до країн Європейського Союзу – Польщі, Литви, Румунії, де українські виробники почали конкурувати завдяки нижчій собівартості та якісній продукції [18].

Разом із тим, експортний потенціал залишається обмеженим через відсутність повноцінного доступу до портової інфраструктури Чорного моря, проблеми з митним оформленням на кордоні та нестачу сертифікованих лабораторій, здатних забезпечити відповідність продукції стандартам ЄС.

Імпорт кисломолочної продукції в Україну знизився, але на ринку зберігається присутність преміальних йогуртів і десертів з ЄС, що формують нішу для заможнішого сегменту споживачів [70].

Попри наявні труднощі, ринок кисломолочної продукції України має значний потенціал для подальшого розвитку. По-перше, стратегічним

напрямом є модернізація виробничих потужностей та впровадження енергоощадних технологій. Використання сучасного обладнання дозволить зменшити собівартість і підвищити стабільність якості продуктів навіть в умовах коливань енергетичного ринку [10].

По-друге, перспективним є розвиток інноваційних видів продукції – функціональних, пробіотичних і безлактозних продуктів, що відповідають світовим тенденціям здорового харчування. Розширення асортименту таких товарів може зміцнити позиції українських виробників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

По-третє, в умовах зростання ролі цифрових технологій необхідним є розвиток онлайн-продажів та маркетингових платформ. Активне використання інтернет-каналів, QR-кодування та систем простежуваності дозволить підвищити довіру споживачів і забезпечити прозорість походження продукту.

Ключовим напрямом залишається державна підтримка аграрного виробництва, зокрема створення сприятливих умов кредитування для малих фермерів і переробних підприємств. Без цього неможливо забезпечити відновлення поголів'я корів та стабільне постачання якісної сировини [54].

Отже, вплив війни на ринок кисломолочної продукції України виявився багатограним: з одного боку, галузь зазнала значних втрат через руйнування інфраструктури, дефіцит сировини й скорочення попиту; з іншого – виробники продемонстрували гнучкість, адаптуючись до нових умов і розширюючи експорт у країни ЄС. У перспективі відновлення галузі можливе за умови державної підтримки, технологічного оновлення та орієнтації на інноваційні продукти, що відповідають сучасним стандартам здорового харчування і сталого виробництва.

1.2. Комплекс факторів, що визначають якість та споживну цінність дієтичних кисломолочних напоїв

На якість дієтичних кисломолочних напоїв визначальний вплив мають як властивості сировини, так і особливості технологічного процесу їх виробництва. Для виготовлення таких напоїв застосовують широкий спектр молочної та немолочної сировини. До основних компонентів належать цільне та знежирене молоко, вершки, сухе й згущене молоко, казеїнат натрію, склотини, а також допоміжні інгредієнти – солодовий екстракт, цукор, плодово-ягідні сиропи, джеми, кориця та інші ароматичні чи смакові добавки.

У виробництві кисломолочних напоїв використовують два основних технологічних підходи – термостатний та резервуарний способи. При термостатному методі процес сквашування та дозрівання продукту відбувається безпосередньо у споживчій тарі (пляшках, стаканах) у спеціальних термостатних і холодостатних камерах. Натомість при резервуарному способі всі етапи – внесення закваски, сквашування, дозрівання – здійснюються у великих виробничих ємностях (молочних резервуарах). Узагальнена технологічна схема цих методів наведена на рисунку 1.3 [9].

Резервуарна технологія передбачає послідовне виконання таких операцій: підготовка сировини, нормалізація, пастеризація, гомогенізація, охолодження, внесення закваски, сквашування у спеціальних резервуарах, охолодження та дозрівання згустку (зокрема для кефіру чи кумису), а також фасування готового продукту.

Для виробництва дієтичних кисломолочних напоїв використовують молоко не нижче другого сорту, з кислотністю не більше 19°Т, попередньо очищене від механічних домішок. Усі види сировини – знежирене молоко, пахта, вершки, сухі чи згущені продукти, казеїнат натрію та фруктово-ягідні наповнювачі – повинні відповідати вимогам якості, мати природний смак і запах без сторонніх присмаків та дефектів консистенції [14].

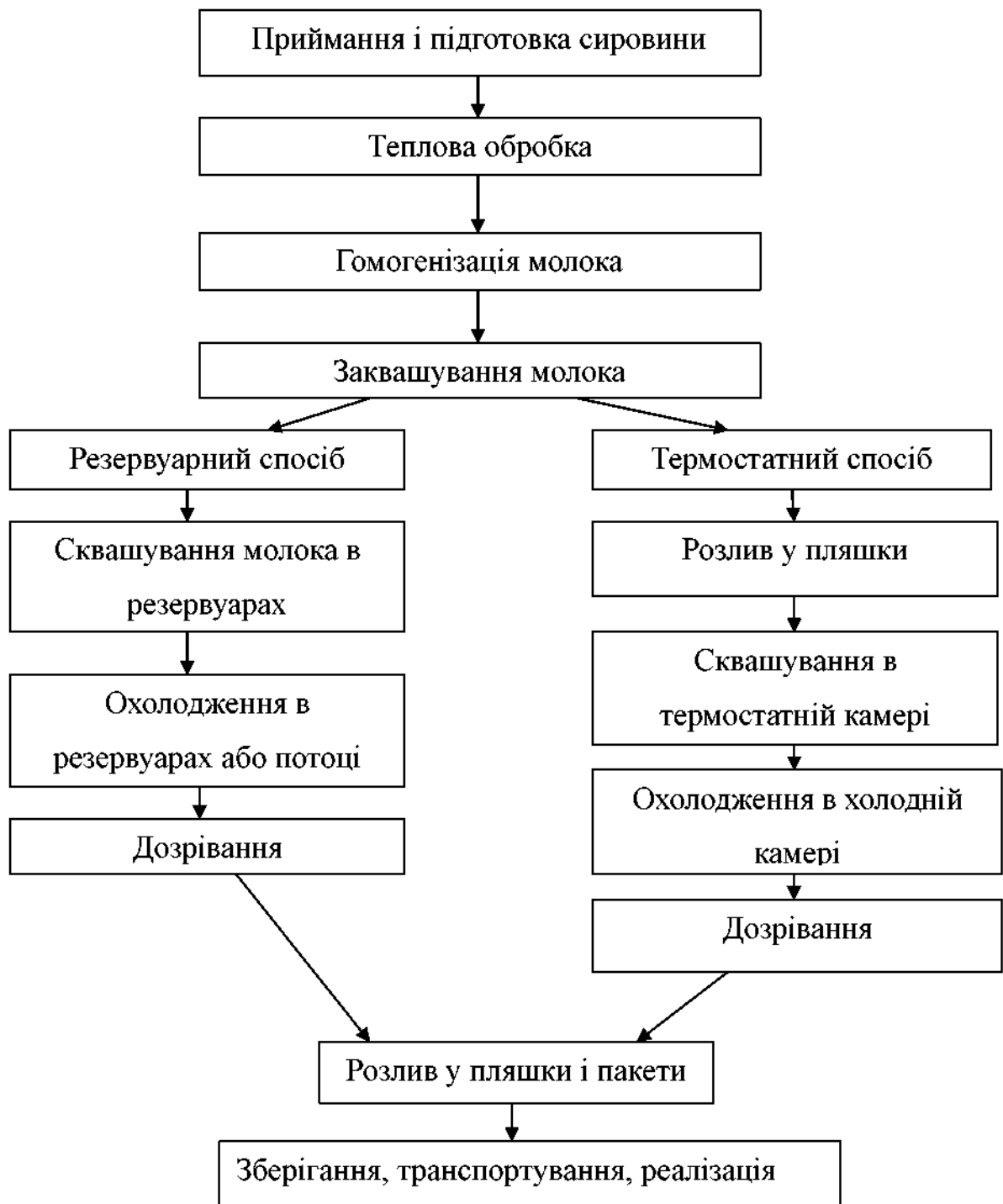


Рисунок 1.3 – Технологічна схема виробництва кисломолочних напоїв резервуарним і термостатним способами

Кисломолочні напої випускають із різним вмістом жиру – 6,0; 4,0; 3,2; 2,5; 1,5 і 1,0%. Для цього вихідне молоко нормалізують до необхідної масової частки жиру. Нормалізацію здійснюють у потоці за допомогою сепараторів-нормалізаторів або методом змішування різних видів молока. Продукти з

низьким вмістом жиру виготовляють із знежиреного молока, що забезпечує їхню дієтичність і легку засвоюваність організмом [6].

Під час нормалізації сировини методом змішування кількість кожного компонента визначається відповідно до рецептури або шляхом розрахунку за формулами матеріального балансу. Після нормалізації молочна сировина піддається тепловій обробці. Пастеризація є одним із ключових етапів технологічного процесу, адже саме під час неї знищується стороння мікрофлора, що забезпечує мікробіологічну безпеку продукту та створює оптимальні умови для розвитку заквасної мікрофлори. Найсприятливіші умови для росту корисних мікроорганізмів формуються при пастеризації молока за температур, наближених до 100°C [8].

За таких температурних режимів відбувається денатурація сироваткових білків, які беруть участь у формуванні структурної сітки згустку, а також підвищуються гідратаційні властивості казеїну, що сприяє утворенню більш щільного згустку, стійкого до відділення сироватки. Саме тому при виробництві більшості кисломолочних напоїв (окрім ряжанки та варенця) пастеризацію здійснюють за температури 85-87°C з витримкою 5-10 хвилин або при 90-92°C протягом 2-3 хвилин. Для ряжанки та варенця температура підвищується до 95–98°C із витримкою 2-3 години, причому у технології варенця додатково застосовують стерилізацію молока.

Процес теплової обробки зазвичай поєднують із гомогенізацією. При гомогенізації молока (за температури 55-60°C і тиску близько 17,5 МПа) покращується консистенція готового продукту, запобігається розшаруванню та відділенню сироватки, що позитивно впливає на органолептичні показники готових кисломолочних напоїв [32].

Після пастеризації та гомогенізації молоко охолоджують до температури, оптимальної для заквашування. Її величина залежить від виду використаної закваски: для термофільних культур – 50-55°C, мезофільних – 30–35°C, а для кефірних заквасок – 18-25°C. Закваску необхідно вносити одразу після охолодження молока до заданої температури, щоб уникнути

розвитку сторонньої мікрофлори. Найефективніше це робити безперервним способом – у потоці, коли закваска через дозатор подається в молокопровід і рівномірно змішується з молоком [11].

Сквашування проводять при постійній температурі, що відповідає типу закваски. У цей період активно розмножуються мікроорганізми, підвищується кислотність, відбувається коагуляція казеїну та формується згусток необхідної щільності. Завершення процесу визначають за показниками кислотності та структурою згустку.

Після сквашування продукт негайно охолоджують. Напої, які не потребують дозрівання, одразу направляють на охолодження і подальше фасування. Для кефіру передбачено додаткову стадію дозрівання: після сквашування його охолоджують до 14-16°C і витримують не менше 10-12 годин. У цей час відбувається активізація дріжджів, розпочинається спиртове бродіння, унаслідок чого формується характерний аромат, смак, насиченість вуглекислотою та незначна кількість спирту [56].

Узагальнену технологічну схему виробництва кисломолочних напоїв резервуарним способом наведено на рисунку 1.4.

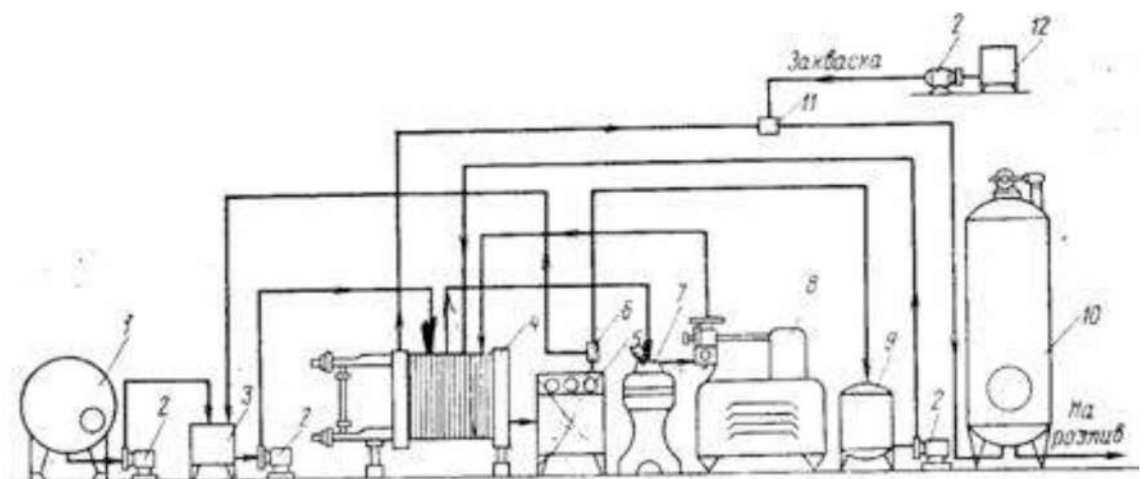


Рисунок 1.4 – Технологічна схема лінії виробництва кисломолочних напоїв резервуарним методом:

1 – резервуар для приймання сирого молока; 2 – насосне обладнання; 3 – балансувальна ємність; 4 – пластинчаста установка для пастеризації та охолодження; 5 – панель керування; 6 – поворотний клапан; 7 – сепаратор-нормалізатор; 8 – гомогенізатор; 9 – ємність для витримування (дозрівання) молока; 10 – резервуар для кисломолочних напоїв; 11 – змішувальний пристрій; 12 – заквасочний апарат.

Молоко з ємності для сирого молока подається в балансувальний бачок, звідки направляється в рекуперативну секцію пастеризаційно-охолоджувальної установки, де підігрівається до 55-57°C.

Для пастеризації молока використовуються пастеризаційно-охолоджувальні установки для кисломолочних продуктів, у яких можна проводити пастеризацію з необхідною витримкою і наступним охолодженням до температури сквашування. Підігріте молоко направляється спочатку в сепаратор-нормалізатор, а потім - на гомогенізатор [69].

Для гомогенізації призначені гомогенізатори клапанного типу. Після гомогенізації молоко надходить у секцію пастеризації, звідки через пульт керування спрямовується до ємності для витримування. Звідти продукт повертається в рекуперативну частину та далі – в охолоджувальну секцію пастеризаційно-охолоджувальної установки, де охолоджується до температури, необхідної для заквашування. Якщо по виході із секції пастеризації молоко не досягло заданої температури, то воно за допомогою поворотного клапану направляється в балансировочний бачок для повторної пастеризації. Охолоджене молоко надходить у ємність для виробництва кисломолочних напоїв, перемішуючись у змішувачі з закваскою. Сквашування молока проводять у спеціальних двостінних вертикальних ємностях, обладнаних мішалками з автоматичним пристроєм [55].

Мішалку сконструйовано так, щоб уникати збовтування йогурту чи поділу його на шари й фрагменти, забезпечуючи при цьому рівномірне та одночасне перемішування всієї маси продукту. Часткове перемішування або розрізання згустку призводить до відділення сироватки, а збовтування мішалкою – до піноутворення, що у свою чергу викликає відділення сироватки.

Автоматичний пристрій забезпечує процес сквашування згідно з заданим циклом: перемішування – витримування – повторне перемішування, а також здійснює керування ввімкненням системи охолодження. Охолодження здійснюють холодною водою або розсолем, що циркулює по кільцевому зазорі

між внутрішньою і середньою ємностями. Середня ємність постачена теплоізоляцією, облицьованої захисним кожухом [36].

Молоко, що надходить із резервуара для сирії сировини, транспортується у балансувальний бачок, який виконує функцію стабілізації подачі та регулювання потоку в технологічній лінії. Із цього бачка молоко спрямовується в рекуперативну секцію пастеризаційно-охолоджувальної установки, де відбувається його попереднє підігрівання до температури 55–57°C [58].

Такий етап є необхідним для підготовки сировини до подальшої термічної обробки: він забезпечує зниження в'язкості, поліпшення текучості та створення умов для ефективного гомогенізування і пастеризації.

Основна пастеризація здійснюється у спеціалізованих пастеризаційно-охолоджувальних установках для кисломолочних продуктів, які конструктивно пристосовані до забезпечення стабільного температурного режиму, необхідної тривалості витримки та рівномірного охолодження до температури сквашування. Такі установки дозволяють здійснювати всі етапи термічної обробки в автоматизованому циклі, що гарантує збереження фізико-хімічних властивостей молока, а також запобігає його перегріванню або неповній пастеризації [26].

Підігріте молоко подається в сепаратор-нормалізатор, де здійснюється коригування вмісту жиру відповідно до рецептури та вимог до конкретного виду кисломолочного напою. Після нормалізації продукт надходить на гомогенізацію, яка проводиться у клапанних гомогенізаторах високого тиску. У процесі гомогенізації жирові кульки подрібнюються до мікророзмірів, рівномірно розподіляючись у рідкій фазі, що надає продукту стабільності, однорідної консистенції та запобігає розшаруванню під час зберігання [6].

Далі гомогенізоване молоко проходить основну секцію пастеризації, після чого через автоматизований пульт керування надходить до ємності для витримання, де досягається необхідна тривалість теплової обробки. Звідти молоко знову повертається в рекуперативну секцію установки, а потім – у

секцію охолодження, де температура продукту знижується до рівня, оптимального для заквашування. Якщо температура після виходу із секції пастеризації не відповідає заданим параметрам, система автоматично направляє молоко через поворотний клапан назад у балансувальний бачок для повторного циклу пастеризації. Така система контролю гарантує відповідність усіх показників санітарно-гігієнічним вимогам і виключає потрапляння непастеризованого продукту в наступні стадії виробництва.

Після завершення теплової обробки та охолодження молоко надходить у ємності для виробництва кисломолочних напоїв, де воно змішується із закваскою у змішувачі безперервної дії. Закваска рівномірно розподіляється по всьому об'єму молока, що сприяє стабільності процесу сквашування і формуванню рівномірного згустку без розшарувань [11].

Подальше сквашування молока здійснюється у спеціалізованих двостінних вертикальних резервуарах, обладнаних механічними мішалками з автоматичним управлінням режимами роботи.

Конструкція таких мішалок передбачає щадне перемішування продукту: вони не руйнують згусток і не розділяють його на шари чи кубики, а забезпечують плавний рух усієї маси. Особливо це важливо для збереження текстури і консистенції готового напою, адже інтенсивне збовтування або надмірне перемішування призводить до виділення сироватки та утворення піни, що погіршує зовнішній вигляд і споживні властивості продукту.

Автоматизована система керування мішалкою забезпечує роботу за визначеним технологічним циклом: перемішування – спокій – перемішування, що дозволяє контролювати ступінь утворення згустку та рівномірність розподілу температури по об'єму. Крім того, пристрій керує роботою системи охолодження, яка функціонує за принципом циркуляції холодоагенту (води або розсолу) у кільцевому проміжку між внутрішньою та середньою стінками резервуара, що забезпечує поступове, рівномірне охолодження без температурних коливань, що може негативно вплинути на активність заквасної мікрофлори [36].

Середня оболонка резервуара має високоефективне термоізоляційне покриття, облицьоване зовнішнім металевим кожухом, який захищає конструкцію від втрат тепла та механічних пошкоджень. Така система дозволяє зберігати сталий температурний режим протягом усього процесу сквашування і дозрівання, що є критично важливим для формування оптимальної структури, кислотності та аромату кисломолочного напою.

Для виробництва кисломолочних продуктів у промислових умовах застосовують спеціалізовані ємності різної місткості – 2000, 4000, 6000 та 10000 л.

Підготовлене та заквашене молоко сквашується у відповідній ємності до досягнення необхідної кислотності, після чого отриманий згусток охолоджують безпосередньо в тій самій апаратурі. У процесі охолодження через кожні 30-40 хвилин вмикається мішалка, що забезпечує рівномірне перемішування згустку, прискорює процес охолодження та сприяє однорідності готового продукту. У разі потреби проведення стадії дозрівання охолоджений згусток доводиться до відповідної температури й залишається в ємності до завершення процесу дозрівання [21].

За необхідності охолодження може здійснюватися у потоці. У цьому випадку молоко спочатку заквашується в ємності, а після досягнення заданої кислотності продукт спрямовується на пластинчастий охолоджувач, де температура знижується до оптимального рівня. Далі охолоджений продукт надходить до проміжної ємності, звідки подається на фасування. Фасування кисломолочних напоїв здійснюється автоматизовано – у термозварювані полімерні пакети або в скляну тару, призначену для рідких молочних продуктів.

Технологічний процес виробництва кисломолочних напоїв термостатним способом має аналогічну послідовність основних операцій, як і при резервуарному методі, однак має певні технологічні відмінності. Процес включає такі етапи: підготовку сировини, нормалізацію складу, гомогенізацію, охолодження до температури заквашування, внесення закваски, фасування,

сквашування у термостатних камерах, охолодження та дозрівання згустку. Узагальнена схема технологічної лінії виробництва кисломолочних напоїв термостатним способом наведена на рисунку 1.5 [9].

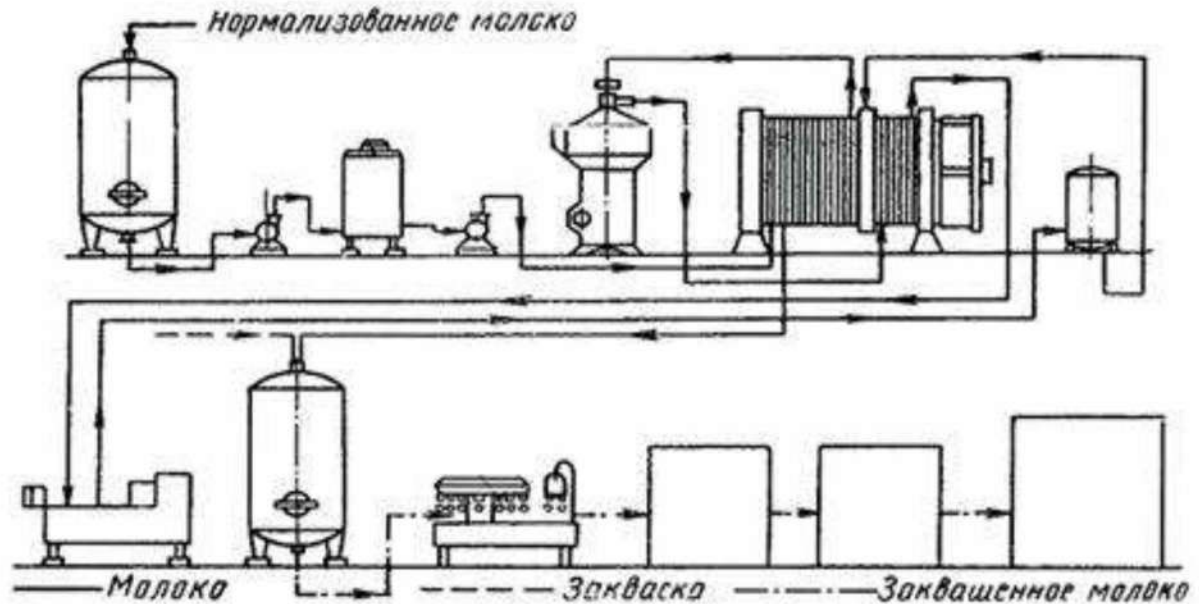


Рисунок 1.5 – Технологічна схема лінії виробництва кисломолочних напоїв термостатним методом

1 – резервуар для сирого молока; 2 – насос; 3 – балансувальна ємність; 4 – установка для пастеризації та охолодження; 5 – панель керування; 6 – поворотний клапан; 7 – сепаратор-нормалізатор; 8 – гомогенізатор; 9 – ємність для витримування молока; 10 – резервуар для заквашування; 11 – обладнання для фасування молока; 12 – термостатна камера; 13 – холодильна камера; 14 – камера зберігання готової продукції.

Під час виробництва кисломолочних продуктів приймання та підготовку сировини, нормалізацію, пастеризацію, гомогенізацію і охолодження суміші до температури заквашування здійснюють аналогічно до резервуарного способу. Далі підготовлену суміш заквашують безпосередньо в ємності. Після завершення процесу сквашування її фасують у споживчу тару та переміщують у термостатну камеру, де підтримується оптимальна температура для розвитку мікрофлори закваски. Готовність визначають за показниками кислотності та щільності згустку. Після цього продукт охолоджують у холодильній камері, а кефір додатково залишають на дозрівання [34].

Резервуарна технологія виробництва кисломолочних напоїв має низку переваг порівняно з термостатним методом. Вона дозволяє зменшити потребу

у великих виробничих площах, оскільки відпадає необхідність у громіздких термостатних камерах. Завдяки цьому підвищується обсяг випуску продукції з 1 м² площі та зменшуються витрати теплової й холодильних енергій. Крім того, резервуарний метод забезпечує більшу механізацію й автоматизацію виробничого процесу, що дає змогу скоротити ручну працю приблизно на чверть і підвищити продуктивність на 30-35%.

Для фасування кисломолочних продуктів застосовують як споживчу, так і транспортну тару. Споживчою тарою для простокваші, кефіру, кумису та ацидофільних напоїв слугують скляні пляшки з широким або вузьким горлом місткістю 1,0; 0,5; 0,25 дм³, пакети з полімерних або комбінованих матеріалів типу «Тетра-Брік» і «Пюр-Пак». Сметану розфасовують у скляні пляшки, полімерні або комбіновані стаканчики та коробочки різного об'єму – від 0,1 до 0,5 дм³. Сметану жирністю 20–25% пакують також у батончики з поліетиленової плівки. Кисломолочний сир, пасти й сиркові маси фасують у пергамент, фольгу або підпергамент масою нетто 0,1–0,5 кг. Широкогорлі скляні пляшки закупорюють алюмінієвими ковпачками, вузькогорлі – кроненпробками. Готову продукцію розміщують у транспортну тару – картонні, дерев'яні, полімерні ящики, металеві кошики чи спеціальну тару-обладнання [15].

На етикетках споживчої та транспортної тари, окрім стандартних маркувальних даних, обов'язково зазначається знак «Швидкопсувний продукт». Для сметани, кисломолочного сиру та сиркової маси вказують масу брутто, тари і нетто, а також кількість одиниць у кожному пакувальному місці.

Перевезення і зберігання кисломолочних продуктів здійснюють відповідно до вимог для швидкопсувних товарів. Використовують авторефрижератори або автомобілі з ізотермічними кузовами. Дозволяється транспортування відкритим транспортом за умови накривання ящиків брезентом або аналогічним матеріалом. Температурні режими зберігання повинні бути такими: простокваша та ацидофільні напої – від +1 до +8°C; кефір – від +2 до +6 °C; кумис із коров'ячого молока – від 0 до +10°C. У

реалізацію не допускаються продукти з температурою вище встановлених норм. Термін придатності з моменту завершення технологічного процесу становить: для йогурту – 24 год (з них 12 год на підприємстві), для простокваші та кефіру – 36 і 18 год відповідно, для кумису – 36 і 12 год, для ацидофільно-дріжджового молока – до 7 діб [30].

1.3. Потенційні ризики та види фальсифікації кисломолочних продуктів

Фальсифікація кисломолочних продуктів – це серйозна проблема, що не лише підриває довіру споживачів до виробників, але й ставить під загрозу здоров'я населення. У сучасних умовах, коли споживчі переваги змінюються, а попит на натуральні та якісні продукти зростає, фальсифікація стає все більш складною і часто непомітною для кінцевого споживача. В Україні, за оцінками, до 30% молочної продукції може бути підробленою, що свідчить про масштабність цієї проблеми.

Основними мотивами фальсифікації є економічна вигода та бажання знизити витрати на виробництво. Використання дешевших замінників, додавання води, рослинних жирів або хімічних добавок дозволяє зменшити собівартість продукції, однак це часто відбувається за рахунок її якості та безпеки. Недостатній контроль якості на етапах виробництва та реалізації, а також відсутність ефективних механізмів покарання за порушення, сприяють поширенню фальсифікації. Зокрема, існує проблема з використанням «потужностей», які не функціонують належним чином, але на яких виготовляється фальсифікована продукція, що потрапляє на ринок через неформальні канали збуту [2].

Ураховуючи вищезазначене, важливо розуміти, які саме фактори сприяють виникненню ризиків фальсифікації кисломолочних продуктів. Це

дозволить розробити ефективні стратегії для їх попередження та забезпечення безпеки споживачів.

Виникнення ризиків фальсифікації кисломолочних продуктів зумовлене сукупністю економічних, технологічних та організаційних факторів. Серед економічних причин основною є прагнення виробників знизити витрати на виробництво та збільшити прибуток, це може включати використання дешевших замінників молочного жиру, додавання води або інших недорогих інгредієнтів, що не відповідають стандартам якості. Технологічні фактори, такі як порушення технологічного процесу, недотримання санітарних норм, використання неякісної сировини або відсутність належного контролю якості, також сприяють виникненню фальсифікації. Організаційні недоліки, зокрема відсутність ефективного нагляду з боку державних органів, корупція та недостатня відповідальність виробників, ускладнюють виявлення та запобігання фальсифікації [14].

Загалом, комплексний підхід до вирішення проблеми фальсифікації кисломолочних продуктів має включати вдосконалення законодавчої бази, посилення контролю на всіх етапах виробництва та реалізації, а також підвищення обізнаності споживачів щодо ознак фальсифікації. Лише за таких умов можна забезпечити високий рівень якості та безпеки молочної продукції на ринку.

Визначення факторів, що сприяють виникненню ризиків фальсифікації, дозволяє не лише оцінити масштаби проблеми, а й підготувати основу для конкретних заходів контролю та запобігання. Розуміння економічних, технологічних і організаційних передумов створює можливість прогнозувати ймовірність появи недобросовісних практик на ринку та оперативно реагувати на них.

Наявність таких ризиків прямо впливає на стан якості та безпечності кисломолочних продуктів, формує потребу у суворому контролі на всіх етапах виробництва – від постачання сировини до реалізації готової продукції. В умовах зростаючого попиту на натуральні й безпечні продукти, будь-яка

слабка ланка у ланцюзі виробництва може стати каналом для фальсифікації, що підвищує ймовірність негативних наслідків для споживачів і знижує довіру до брендів.

Виходячи з цього, важливо детально розглянути конкретні способи фальсифікації, які найчастіше застосовують виробники та розповсюджувачі на ринку. Найпоширеніші види фальсифікації кисломолочних продуктів включають як маніпуляції із складом і заміну цінних компонентів дешевшими аналогами, так і порушення технологічного процесу з метою економії ресурсів. До них відносять використання рослинних жирів замість молочного, додавання води для збільшення об'єму продукту, внесення синтетичних стабілізаторів та ароматизаторів замість натуральних інгредієнтів, а також підробку маркування і термінів придатності.

Такий підхід дозволяє побачити не лише економічну складову фальсифікації, але й потенційну загрозу для здоров'я споживачів. Маніпуляції з компонентами продукту часто призводять до зміни його харчової цінності, порушення мікробіологічної безпеки та появи шкідливих для організму домішок. Крім того, несумлінне маркування вводить в оману споживачів, що може мати серйозні юридичні та соціальні наслідки для виробників [21].

Розуміння найпоширеніших видів фальсифікації дає змогу чітко уявити, якими шляхами недобросовісні виробники впливають на склад і властивості кисломолочних продуктів. Кожен із цих способів фальсифікації не лише порушує економічні правила ринку, але й створює потенційну загрозу для здоров'я споживачів. Водночас сам факт заміни цінних компонентів дешевшими або внесення недозволених добавок вказує на слабкі місця технологічного процесу, де контроль або його відсутність дозволяють виникати критичним помилкам.

Крім умисної фальсифікації, значну роль у зниженні якості та безпечності продуктів відіграють технологічні та сировинні порушення. Вони можуть проявлятися у використанні несвіжої або неякісної сировини, недотриманні температурного режиму при пастеризації, порушеннях санітарних норм на

виробництві, а також некоректному введенні заквасок та стабілізаторів. Такі помилки змінюють мікробіологічний і хімічний склад продукту, що безпосередньо впливає на його безпечність для споживача.

Порушення технології виробництва також часто ведуть до втрати органолептичних властивостей – смаку, запаху, консистенції, це не лише знижує привабливість продукції для споживачів, але й ускладнює виявлення потенційної фальсифікації, оскільки зовнішній вигляд продукту може залишатися достатньо прийнятним, а внутрішні якісні показники – критично заниженими [64].

В умовах сучасного молокопереробного виробництва контроль за якістю й безпечністю йогуртів потребує використання комплексного науково обґрунтованого підходу. Виявлення технологічних порушень, недобросовісного заміщення молочних компонентів дешевшими інгредієнтами або підробки маркування можливе лише за допомогою систематичних експертних досліджень, що дозволяють не лише зафіксувати відхилення від нормативних показників, а й встановити конкретні причини змін у складі й властивостях продукту.

Методи контролю йогуртів включають фізико-хімічні, хімічні, мікробіологічні та органолептичні дослідження. Фізико-хімічні методи дозволяють визначити кислотність, щільність, в'язкість і стабільність суспензії білка в продукті, що є ключовими параметрами якісного йогурту. Хімічні аналізи забезпечують перевірку наявності молочного жиру, білка та вуглеводів, а також ідентифікацію сторонніх добавок, включаючи рослинні жири або синтетичні стабілізатори. Мікробіологічні дослідження спрямовані на оцінку безпечності продукту, виявлення патогенної мікрофлори та контроль за корисною закваскою *Lactobacillus* та *Streptococcus*, що визначає відповідність йогурту технологічним стандартам [26].

Органолептична оцінка є додатковим, проте не менш важливим інструментом експерта. Аналіз смаку, запаху, консистенції та кольору дозволяє

швидко виявити відхилення від еталонних показників, що може сигналізувати про фальсифікацію або порушення технологічного процесу.

Запобігання фальсифікації йогуртів передбачає не лише лабораторний контроль готового продукту, а й превентивні заходи на всіх етапах виробництва: строгий відбір і перевірку якості сировини, дотримання температурних і гігієнічних режимів, стандартизацію процесів ферментації, автоматизований контроль параметрів технології та регулярні внутрішні аудити. Такий системний підхід дозволяє мінімізувати ризики фальсифікації, забезпечити відповідність продукту нормативним вимогам та гарантувати безпечність йогуртів для кінцевого споживача.

Виявлення фальсифікації кисломолочних продуктів має значні наслідки як для споживачів, так і для виробників, формуючи довгострокові економічні, соціальні та медичні ефекти. Для споживачів основним ризиком є порушення харчової цінності продукту, що може призводити до дефіциту білка, жирів, вітамінів та інших біологічно активних речовин, необхідних для підтримки нормальної фізіологічної функції організму. Наявність недобросовісно введених добавок або заміни молочного жиру на рослинні аналоги підвищує ризик алергічних реакцій, порушень травлення та формування хронічних захворювань [68].

В аспекті мікробіологічної безпеки споживачі можуть зазнавати впливу патогенних мікроорганізмів через недотримання технологічного процесу або використання неякісної сировини. Це потенційно призводить до харчових інтоксикацій, розвитку кишкових інфекцій та інших гострих станів, особливо у дітей, людей похилого віку та осіб зі зниженим імунітетом. Втрата довіри до конкретних брендів або до ринку кисломолочної продукції в цілому також формує соціальний аспект наслідків фальсифікації, оскільки споживачі починають уникати продукції, навіть якщо вона відповідає нормативним стандартам [35].

Для виробників виявлення фальсифікації тягне за собою прямі економічні втрати. Штрафні санкції, відкликання продукції з ринку, витрати на повторне

лабораторне дослідження та іміджеві збитки значно знижують прибутковість підприємства. Виробники можуть зіткнутися з юридичною відповідальністю за порушення стандартів безпеки та недобросовісну конкуренцію, що потенційно веде до обмеження доступу на внутрішні та міжнародні ринки.

Довгостроковий ефект від фальсифікації для підприємств включає зниження довіри партнерів і споживачів, що ускладнює розвиток бренду та утримання ринкової частки. Для галузі в цілому це стимулює посилення державного контролю, введення додаткових процедур сертифікації та підвищення стандартів лабораторного контролю, що збільшує операційні витрати та змушує виробників адаптуватися до більш жорстких умов регулювання.

Наслідки фальсифікації формують комплексний спектр ризиків, який охоплює здоров'я споживачів, економічну стабільність виробників і загальну репутацію ринку. Уникнення таких негативних ефектів потребує системного підходу до контролю якості, суворого дотримання технології виробництва й ефективного застосування методів експертного дослідження [68].

Отже, фальсифікація кисломолочних продуктів становить серйозну загрозу для ринку, здоров'я споживачів і економічної стабільності виробників. Недобросовісне використання дешевших інгредієнтів, порушення технологічного процесу та недостатній контроль на всіх етапах виробництва призводять до зниження харчової цінності йогуртів, підвищують ризик мікробіологічних і алергічних ускладнень, а також формують втрату довіри споживачів. Для виробників наслідки проявляються у фінансових збитках, юридичній відповідальності та погіршенні репутації бренду, що змушує адаптувати виробничі процеси до жорстких стандартів контролю. Забезпечення безпеки та якості продукції можливе лише за умов комплексного підходу, який включає суворий контроль сировини, дотримання технологічних норм, лабораторне дослідження та превентивні заходи на всіх етапах виробництва.

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДНА ЧАСТИНА

2.1. Дослідження асортименту дієтичних кисломолочних напоїв в супермаркеті «Dmart» м.Кам'янське

Удосконалення організації торговельного обслуговування населення та підвищення економічної ефективності підприємств роздрібної торгівлі значною мірою залежать від оптимального формування асортименту товарів у магазинах. Асортимент розглядається як структурований перелік товарів, їх різновидів, сортів та модифікацій, що об'єднані певними характеристиками або спільними ознаками для зручності споживача та ефективності управління торговельним процесом.

При формуванні асортименту в роздрібній мережі особлива увага приділяється задоволенню попиту покупців, що передбачає наявність товарів у потрібній кількості, відповідного асортиментного розмаху та різноманіття. Водночас важливим аспектом є забезпечення економії часу споживачів під час вибору та придбання товарів, що прямо впливає на рівень обслуговування та лояльність клієнтів.

Рациональне формування асортименту також спрямоване на підтримку прибутковості магазинів, адже оптимально підібраний набір товарів дозволяє збільшити обсяг продажів, зменшити витрати на зберігання та логістику, а також підвищити ефективність використання торговельних площ. У цьому контексті асортимент стає не лише інструментом задоволення споживчого попиту, а й ключовим фактором стратегічного управління роздрібним бізнесом [11].

У місті Кам'янське Дніпропетровської області спостерігається стабільний попит на йогурти, що відображає загальні тенденції споживання кисломолочних продуктів в Україні. Місцеві супермаркети, такі як «АТБ»

«Сільпо», пропонують широкий асортимент йогуртів, включаючи як традиційні варіанти, так і збагачені пробіотиками або фруктовими добавками. Ці продукти представлені різними брендами, зокрема «Actimel», «Активіа», «Lactel», «Danone», «Яготинське» та «Дольче».

Попит на йогурти в Кам'янському можна оцінити за допомогою даних про ціни на молочні продукти. Наприклад, на центральному ринку міста ціна на молоко становить 35 грн за літр, а сир домашній – від 100 до 150 грн залежно від жирності. Ціни на кисломолочні продукти можуть служити індикатором попиту та доступності таких товарів для місцевих споживачів.

Асортимент дієтичних кисломолочних напоїв, які пропонуються для продажу в супермаркеті «Dmart», відзначається значною різноманітністю та включає в себе широкий спектр продуктів, що відповідають різним смакам і потребам споживачів. Детальніше про структуру представлених кисломолочних продуктів можна ознайомитися на діаграмі, наведеній на рисунку 2.1.

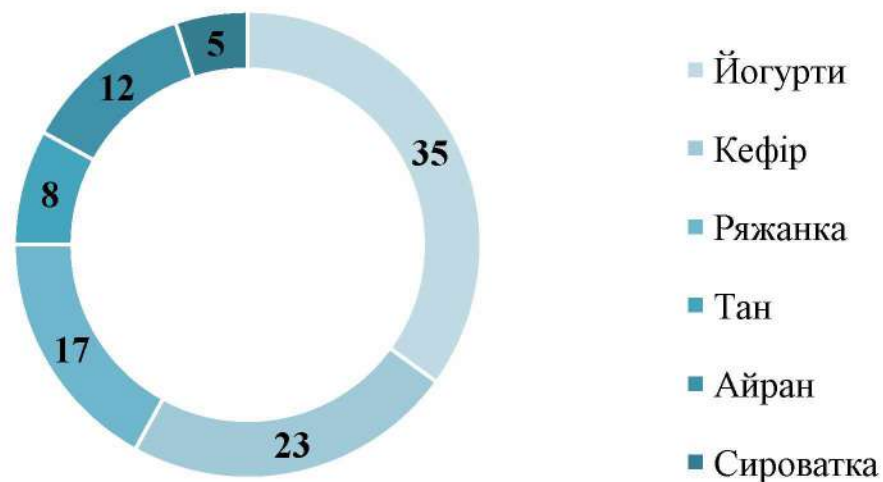


Рисунок 2.1 – Структура асортименту кисломолочних продуктів, що реалізуються в супермаркеті «Dmart» м.Кам'янське

Аналізуючи асортимент кисломолочних продуктів у супермаркеті «Dmart», можна відзначити різноманітність пропонованих товарів і домінування певних видів продуктів. Найбільшу частку асортименту

складають йогурти, що становить близько 35% від загальної кількості продуктів, представлених у цій категорії, це свідчить про високий попит на йогурти серед споживачів та їхню популярність як зручного і корисного продукту для щоденного вживання.

Кефір займає другу позицію – приблизно 23% від усього асортименту. Його присутність у широкому виборі пов'язана з традиційним споживанням цього напою в Україні та популярністю серед покупців, які віддають перевагу кисломолочним продуктам із класичною рецептурою.

Частка ряжанки у загальному асортименті становить близько 17%, демонструючи наявність нішевого продукту, який користується стабільним попитом серед споживачів, що цінують більш м'який, карамельний смак.

Напої типу «Тан» і «Айран» займають відповідно 7,5% та 11%, що свідчить про помірну популярність кисломолочних продуктів східного походження, які здебільшого обирають як освіжаючі та легкі напої.

Найменшу частку асортименту становить сироватка – близько 5% від усієї пропозиції, це пояснюється тим, що сироватка є спеціалізованим продуктом, який не має масового попиту, але все ж представлена для задоволення потреб певної групи споживачів, які використовують її у дієтичному харчуванні або при приготуванні коктейлів і страв.

Загалом, проведений аналіз структури асортименту кисломолочних продуктів показує, що супермаркет «Dmart» орієнтується на традиційні та популярні види кисломолочних продуктів, водночас підтримуючи різноманіття за рахунок менш поширених напоїв і продуктів, що дозволяє задовольнити потреби різних груп покупців.

Асортимент кисломолочних напоїв переважно складається з продукції вітчизняного виробництва. На рисунку 2.2 подано діаграму, що відображає торгові марки кисломолочних напоїв, які реалізуються в супермаркеті «Dmart».

Аналізуючи представлені дані щодо асортименту дієтичних кисломолочних напоїв у супермаркеті «Dmart», можна зробити кілька

важливих спостережень. Найбільшу частку асортименту займає продукція ТМ «Молокія» – 15%, що свідчить про високу представленість цього бренду та його популярність серед споживачів. Наступними за значенням є ТМ «Славія» з 12% та ТМ «Ферма» з 10%, що також демонструє стабільну присутність цих виробників на ринку. Дещо меншу частку займають ТМ «Волошкове поле» та «Мілкіленд Україна» – по 9%, а ТМ «Фанні» та категорія «Закордонні ТМ» – по 8%. У категорії закордонних торгових марок особливу увагу привертають польські йогурти, серед яких популярним продуктом є питний йогурт з полуницею ТМ «Mlekovita» (Польща).

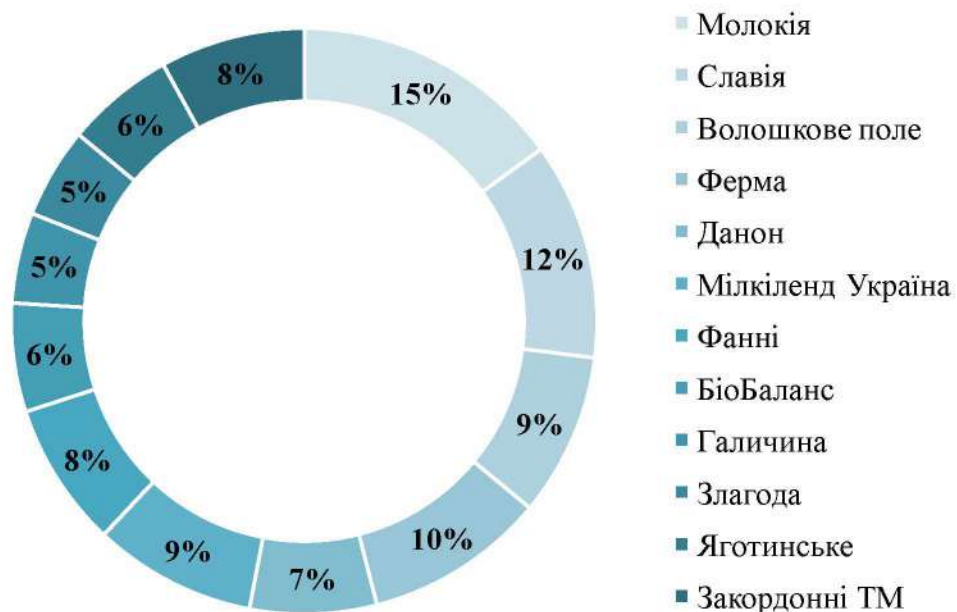


Рисунок 2.2 – Структура асортименту кисломолочних напоїв за виробниками, що реалізуються в супермаркеті «Dmart» м.Кам'янське

Ще нижчий відсоток займають ТМ «БіоБаланс» та «Яготинське» – по 6%, а найменшу представленість мають ТМ «Галичина» та «Злагода» – по 5%, що свідчить про те, що українські виробники різняться за рівнем представленості на полицях магазину, при цьому пріоритет віддається брендам із високим попитом і широким асортиментом продукції. В цілому, структура асортименту показує баланс між вітчизняними та закордонними виробниками, із акцентом на популярні та затребувані позиції, що дозволяє

задовольнити різні смаки та потреби споживачів.

В асортименті закордонних йогуртів, представлених у супермаркеті «Dmart» міста Кам'янське Дніпропетровської області, можна знайти продукцію відомих виробників із Польщі, Болгарії та Румунії. Йогурти іноземного виробництва вирізняються натуральним складом, ніжною консистенцією та різноманіттям смаків, що задовольняють потреби споживачів різного віку.

Першим представником іноземних йогуртів є питний йогурт із полуницею ТМ «Mlekovita» (Польща), який користується популярністю завдяки використанню натурального молока, ніжному смаку та збалансованому вмісту цукру. Продукція «Mlekovita» відзначається високими органолептичними показниками та стабільною якістю. Заслуженою популярністю користується бренд «Polmlek», який пропонує як класичні натуральні йогурти без ароматизаторів, так і фруктові варіанти, наприклад із полуницею або додаванням вівсяних зерен. Йогурти цієї марки мають густу консистенцію та приємний вершковий смак.

Споживачі також віддають перевагу йогуртам «Zdravec» і «Bulgarea» (Болгарія). Йогурти «Zdravec» виготовляються зі свіжого коров'ячого молока, мають ніжну структуру та помірну кислотність, що робить їх універсальними для споживання як у чистому вигляді, так і як основу для соусів чи десертів. Продукція «Bulgarea» виробляється за традиційною болгарською технологією із застосуванням живих культур *Lactobacillus bulgaricus* і *Streptococcus thermophilus*, завдяки чому має автентичний кисломолочний смак і високу біологічну цінність.

Румунські виробники також представлені на полицях «Dmart». Зокрема, йогурти «Artesana» виготовляються з козячого або коров'ячого молока методом природного ферментування, що дозволяє зберегти натуральний смак і поживні властивості продукту. Ще одним відомим брендом є «Zuzu», який пропонує йогурти з різними фруктовими добавками – вишнею, персиком, чорницею тощо. Продукція цієї марки має ніжну консистенцію та приємний

аромат, користується попитом завдяки помірній жирності та збалансованому складу.

Таким чином, асортимент імпортованих йогуртів у супермаркеті «Dmart» є досить різноманітним і включає продукцію з різних європейських країн, що дозволяє задовольнити попит споживачів на якісні та натуральні кисломолочні напої.

Асортимент кисломолочних напоїв, що реалізуються в супермаркеті ««Dmart»» м.Кам'янське, представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Асортимент кисломолочних напоїв, що реалізується в супермаркеті «Dmart»

№ з/п	Торгова марка	Країна виробництва	Тип продукції	Коротка характеристика
1.	Mlekovita	Польща	Питний йогурт з полуницею, натуральний, злаковий	Польський бренд із широким асортиментом питних і густих йогуртів. Продукція відзначається ніжною консистенцією, насиченим смаком і високою якістю молочної сировини.
2.	Polmlek	Польща	Йогурти густі, питні, фруктові	Один із найбільших польських виробників молочної продукції. Йогурти мають м'яку текстуру, натуральні фруктові наповнювачі та приємний вершковий аромат.
3.	Zdravec	Болгарія	Традиційний болгарський	Виготовляється за класичною рецептурою з використанням

Продовження таблиці 2.1

			йогурт	закваски <i>Lactobacillus bulgaricus</i> ; має щільну структуру та характерну кислинку.
4.	Bulgarea	Болгарія	Густий натуральний йогурт	Продукт із високим вмістом білка, виготовлений із щільного молока; популярний серед споживачів, які надають перевагу традиційним кисломолочним виробам.
5.	Artesana	Румунія	Йогурт натуральний, з фруктовими добавками	Відзначається ніжною кремовою консистенцією, натуральним складом та відсутністю штучних барвників і стабілізаторів.
6.	Zuzu	Румунія	Йогурти питні та грецького типу	Має широкий асортимент – від класичних натуральних до йогуртів із фруктовими смаками. Virізняється високою якістю молока та сучасними технологіями виробництва.
7.	Молокія	Україна	Йогурти густі, грецькі, питні	Натуральна українська продукція без консервантів, з ніжною текстурою та збалансованим смаком.
8.	Славія	Україна	Питні	Виготовляється з

Продовження таблиці 2.1

			йогурти з фруктовими добавками	натурального молока, має приємний аромат і м'який смак.
9.	Волошкове поле	Україна	Йогурти натуральні та з наповнювачами	Добре відома торгова марка з широким вибором смаків.
10.	Ферма	Україна	Йогурт густий, домашнього типу	Продукт із натурального молока, без штучних домішок, з м'якою текстурою.
11.	Данон	Україна / Франція	Activia, Danissimo	Лідер серед функціональних йогуртів; містить пробіотики, сприяє покращенню травлення.
12.	Мілкіленд Україна	Україна	Йогурти різних видів	Вирізняється стабільною якістю та помірною ціною, орієнтований на масового споживача.
13.	Фанні	Україна	Йогурти питні та густі	Має широкий асортимент смаків, збалансований склад і приємну консистенцію.
14.	БіоБаланс	Україна	Пробіотичні йогурти	Містить корисні бактерії, що сприяють нормалізації мікрофлори кишечника.
15.	Галичина	Україна	Натуральні та грецькі йогурти	Використовує молоко з екологічно чистих регіонів Карпат, має густу текстуру та натуральний смак.

Продовження таблиці 2.1

16.	Злагода	Україна	Йогурти з фруктовими добавками	Поєднує ніжну консистенцію з приємним солодкуватим смаком.
17.	Яготинське	Україна	Грецький, натуральний, фруктовий	Один із найпопулярніших українських брендів, продукція відзначається стабільною якістю та натуральністю.

Аналізуючи дані таблиці 2.1, можна зробити висновок, що супермаркет «Dmart» м.Кам'янське пропонує широкий асортимент йогуртів як вітчизняного, так і закордонного виробництва, що свідчить про різноманітність споживчого вибору та орієнтацію закладу торгівлі на задоволення потреб різних груп покупців.

У торговому залі представлено 17 торгових марок, серед яких 6 – іноземного походження (переважно польські, болгарські та румунські виробники) і 11 – українські.

Закордонні бренди, такі як Mlekovita, Polmlek, Zdravec, Bulgarea, Artesana та Zuzu, вирізняються високою якістю сировини, традиційними технологіями виробництва та широким асортиментом смаків – від класичних натуральних до фруктових і злакових. Їхня продукція орієнтована на споживачів, які цінують європейські стандарти якості та стабільність смакових характеристик.

Вітчизняні торгові марки – Молокія, Славія, Волошкове поле, Ферма, Данон, Мілкіленд Україна, Фанні, БіоБаланс, Галичина, Злагода та Яготинське – формують основу асортименту. Їхня продукція характеризується доступною ціною, високими органолептичними показниками, натуральним складом та різноманітністю смакових варіантів.

Особливо слід відзначити бренди Галичина, Молокія та Яготинське, які

активно впроваджують сучасні технології виробництва, орієнтуючись на виготовлення йогуртів без штучних домішок і стабілізаторів.

Таким чином, асортимент йогуртів у супермаркеті «Dmart» є збалансованим за країною походження, ціновою категорією та споживчими властивостями. Наявність продукції різних брендів дозволяє покупцям обирати між традиційними українськими та європейськими йогуртами, що сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності торгового закладу й задоволенню попиту на якісні кисломолочні продукти.

2.2. Характеристика об'єктів дослідження

Об'єктом дослідження в даній кваліфікаційній роботі було обрано дієтичний кисломолочний напій, а саме йогурт питний польський з полуницею ТМ «Mlekovita» (Ogurt polski pitny truskawkowy), що надійшов в супермаркет «Dmart» м.Кам'янське. Адреса супермаркету: проспект Свободи, 37, м.Кам'янське, Дніпропетровська область, Україна, 51900. Даний йогурт постійно користується попитом у супермаркеті, оскільки він виготовляється з молока високої якості з додаванням смакових компонентів та збагачений відібраними штамами бактерій *Bifidobacterium* і *Lactobacillus acidophilus*. Особливістю цих культур є здатність виживати в травному тракті людини та колонізувати його, що сприяє підтриманню оптимальної мікрофлори кишечника. Регулярне споживання йогуртів з додаванням цих пробіотичних культур забезпечує баланс кишкової мікрофлори та підтримує функціональний стан травної системи. Польські питні йогурти відзначаються мінімальним використанням харчових добавок, що підвищує їх безпеку та біологічну цінність.

Нижче наведена товарознавча характеристика досліджуваного йогурту:

Йогурт питний польський з полуницею ТМ «Mlekovita». Жирність становить 1,5 %. Склад: молоко коров'яче пастеризоване, полуниця – 9%,



цукор, крохмаль, стабілізатор пектин, концентрат із моркви і бурякового соку, ароматизатор, живі культури йогуртових бактерій. Перед вживанням добре збовтати. Поживна цінність йогурту на 100 г: жирів – 2,5 г, з них насичених жирів – 1,6 г, вуглеводів – 12 г, з них цукрів – 12 г, білків – 2,8 г, сіль – 0,10 г. Енергетична цінність на 100 г – 82 ккал (344 кДж). Йогурт упакований в пластиковий стаканчик об'ємом 350 г. Допустимий відємний відхил 3%. Виробник: Спольдзієльна Млечарска Млековіта. Адреса потужностей виробництва:

вул.Людова 122, 18-200 Високе Мазовецьке, Підляське воєводство, Республіка Польща. Контактні дані виробника: телефон: +48862758200; електронна пошта: sekretariat@mlekovita.com.pl. Офіційний веб-сайт: www.mlekovita.com.pl. Країна походження: Польща. Імпортер: ТОВ «Омега», вул.Панікахи, 15, м.Дніпро, 49041, Україна. Телефон для приймання скарг та пропозицій: 0800307080. Умови зберігання: зберігати при температурі від +2°C до +8°C не більше 14 днів. Дата виробництва – 18.10.2025 р.

Для того щоб провести порівняльну товарознавчу експертизу якості дієтичних кисломолочних напоїв, було обрано для порівняння чотири зразки вітчизняної продукції.



Йогурт питний «Полуниця» ТМ «Молокія». Жирність – 1,4%. Склад: молоко коров'яче нормалізоване – 90%, наповнювач фруктовий пастеризований «Полуниця» - 7,5% (цукор білий кристалічний, полуниця, вода питна, пюре полуничне концентроване, барвник – концентрований сік чорної моркви, натуральні ароматизатори полуниці, загущувач - пектин E440, регулятор кислотності – сік лимонний концентрований), цукор білий кристалічний – 2,5%, закваска для йогурту (*Streptococcus thermophilus*, *Lactobacillus delbrueckii* підвид

bulgaricus). Може містити сліди глютену, продукт підходить вегетаріанцям. Поживні характеристики йогурту на 100г: жирів – 1,4 г, білків – 2,6 г, вуглеводів, з яких цукри – 10,5 г, сіль – 0,05 г, ненасичені жири 0 0,8 г. Калорійність йогурту – 272 кДж/100г. Позначення чинної НТД: ТУ У15.5-25422297-004:2011. Йогурт упакований в упаковку з поліетилену низької щільності (LDPE), тип упаковки – пакет без форми {PO}. Маса нетто – 0,4 кг. Виробник: ПрАТ «Тернопільський молокозавод». Адреса потужностей виробництва: вул. Лозовецька, буд. 28, м.Тернопіль, Україна, 46010. Контактні дані виробника: телефон: 0-800-502-471, електронна пошта: office@molokija.com. Офіційний веб-сайт: <https://pjsc.molokija.com/ua/>. Умови зберігання: відносна вологість до 80%, при температурі 0...+6°C, термін зберігання 21 день. Температурний режим зберігання від 0 °C до 10 °C, додатковий термін зберігання після відкриття – 24 години. Дата виробництва: 15.10.2025 р.



Йогурт питний «Полуниця» ТМ «Славія».

Жирність – 1,5%. Склад: молочна сировина – 85,9% (молоко коров'яче незбиране, молоко коров'яче знежирене), наповнювач для харчових продуктів нестерилізований з ароматом «Полуниця» гомогенний - 7.41% (цукор, питна вода, стабілізатор універсальний «Ультратекс» К4-0001 (Е1442, Е1450, мальтодекстрин), ароматизатор «Полуниця», барвники натуральні: кармін, бета-каротин, регулятор кислотності лимонна кислота, консервант сорбат калію, цукор білий кристалічний, стабілізатор (модифікований крохмаль, желатин, камедь гуару), заквашувальна культура - молочнокислі бактерії. Харчова цінність на 100 г продукту: білки – 2,6 г, жири – 1,5 г, вуглеводи – 12,8 г, з яких цукри – 11,9 г, сіль – 0,08 г, насичені жири – 1,02 г. Енергетична цінність – 317 кДж/100г (75 ккал). Позначення чинної НТД: ДСТУ 4343:2004. Продукт виготовлений без ГМО та штучних консервантів, підходить вегетаріанцям. Йогурт упакований в поліетиленову упаковку низької

щільності (LDPE), тип упаковки – пакет без форми {PO}. Маса нетто – 0,4 кг. Власник бренду: АТ «Молочний Альянс». Оператор ринку: ТДВ «Яготинський маслозавод». Адреса потужностей виробництва: вул. Шевченка, 213, м. Яготин, Київська область, Україна, 07700. Контактні дані: телефон: (04575)54330, (04575)53735; електронна пошта: ymz_info@milkalliance.com.ua; офіційний веб-сайт: milkalliance.com.ua. Умови зберігання: відносна вологість до 80%, при температурі +2...+6°C, термін зберігання – 24 дні. Дата виробництва: 17.10.2025р.



Йогурт питний «Полуниця», ТМ «Волошкове поле». Жирність – 1,5%. Склад: Молоко коров'яче незбиране, молоко коров'яче знежирене, наповнювач фруктовий пастеризований «Полуниця» 10% (полуниця 35%, цукор, вода, стабілізатор модифікований крохмаль кукурудзяний, ароматизатор полуниці, барвники карміни, регулятори кислотності: цитрат натрію, лимонна кислота), цукор, концентрат молочного білку, стабілізатор пектин, йогуртна закваска з біфідобактеріями, вітамінна суміш (А, Е, Д₃) 0.015%. Позначення чинної НТД: 15.5-19492247-006-2003. Продукт виготовлений без додавання ГМО та штучних консервантів, підходить вегетаріанцям. Харчова цінність на 100 г: білки – 2,9 г, жири – 1,5 г, вуглеводи – 12,2 г (з яких цукри – 10,3 г), сіль – 0,09 г, насичені жири – 1,0 г. Енергетична цінність: 73,9 ккал (312,2 кДж). Йогурт упакований в поліетиленову упаковку низької щільності (LDPE), тип упаковки – пакет без форми {PO}. Маса нетто – 0,9 кг. Виробник: ПрАТ «Юрія». Адреса потужностей виробництва: вул. Кобзарська, 108, м. Черкаси, Україна, 18030. Контактні дані: телефон: +380472716075; гаряча лінія: +380472565691. Офіційний вебсайт: www.voloshkovepole.com.ua. Умови зберігання: відносна вологість до 80%, при температурі +1...+6°C, термін зберігання – 21 день. Дата виробництва: 16.10.2025 р.



Йогурт питний «Полуниця», ТМ «Ферма».

Жирність – 1,5%. Склад: молоко коров'яче знежирене, молоко коров'яче незбиране, цукор, стабілізаційна система (желатин, крохмаль кукурудзяний, пектин), ароматизатор «Полуниця» (0,1%), закваска чистих культур молочнокислих бактерій для йогурту, барвник (емульгатори (полісорбат, лецитин соняшниковий), кармін, екстракт паприки, загущувач камедь ксантанова). Позначення чинної НТД: 15.5-31984307-008:2007. Продукт виготовлений без додавання ГМО та штучних консервантів, підходить вегетаріанцям. Харчова цінність на 100 г: білків – 3г, вуглеводів – 10,6 г, з яких цукрі – 10,4 г, сіль – 0,1 г, насичені жири – 1 г. Калорійність на 100 г продукту становить 68 ккал (287 кДж). Йогурт упакований в поліетиленову упаковку низької щільності (LDPE), тип упаковки – пакет без форми {PO}. Маса нетто – 400 г. Власник бренду: ТОВ «Террафуд». Виробник: ТОВ «Террафуд». Адреса виробничих потужностей: вул. Узинська, 2, с.Томилівка, Білоцерківський р-н, Київська обл., Україна, 09172. Офіційний вебсайт компанії: <https://terrafood>. Умови зберігання: відносна вологість до 80%, при температурі +2...+6°C, термін зберігання – 21 день. Дата виробництва: 17.10.2025 р.

2.2. Характеристика методів дослідження

Товарознавча експертиза дієтичних кисломолочних напоїв, зокрема йогуртів, має важливе значення для забезпечення їх якості, безпечності та харчової цінності. Вона спрямована на перевірку відповідності продуктів вимогам нормативної документації, стандартів і технічних умов, визначення органолептичних, фізико-хімічних і мікробіологічних показників, а також виявлення можливих ознак фальсифікації чи псування. Для йогуртів особливо

важливо підтвердити наявність і життєздатність молочнокислих і пробіотичних культур, відповідність консистенції, кислотності, смаку та якості наповнювачів. Проведення такої експертизи гарантує достовірність інформації для споживача, сприяє підвищенню рівня виробництва, конкурентоспроможності продукції та формує довіру до дієтичних кисломолочних напоїв як до корисних і безпечних харчових продуктів [19].

Експертиза якості йогурту питного польського з полуницею ТМ «Mlekovita» проводилася комплексно, із визначенням органолептичних та фізико-хімічних показників, що дозволяє отримати повну картину характеристик продукту та його відповідності стандартам якості.

Органолептична оцінка включала такі основні параметри:

- смак і запах;
- консистенція;
- колір [24].

Під час огляду напою звертають увагу на характер згустку – він повинен бути цільним, однорідним і непорушеним. Також оцінювали наявність відокремленої сироватки та слідів газоутворення, які можуть свідчити про порушення технологічного процесу або початок псування продукту. Напій у розглядають при розсіяному світлі, щоб виявити сторонні відтінки, які можуть знижувати споживчу цінність йогурту [72].

Для проведення дегустаційної оцінки була застосована спеціальна 25-балова шкала (додаток Б), що дозволяє систематизувати результати й оцінити продукт за кожним із параметрів:

- смак – 5 балів;
- запах – 5 балів;
- консистенція – 5 балів;
- колір – 5 балів;
- маркування – 5 балів.

Для смаку й запаху висока оцінка присвоюється чистому, приємному,

ледь солодкому продукту, тоді як наявність гіркого, затхлого або стороннього присмаку суттєво знижує бал. Консистенція оцінюється за однорідністю згустку, щільністю та наявністю газоутворення, при цьому оптимальним є ніжний, кремоподібний згусток без порушень. Колір йогурту оцінюється відповідно до застосованого наповнювача, а маркування – за повнотою, чіткістю та яскравістю етикетки [63].

Такий підхід дозволяє не лише визначити якість йогуртів з погляду споживача, але й виявити потенційні відхилення від технології виробництва, що можуть впливати на безпечність та харчову цінність продукту. Систематична оцінка органолептичних характеристик у поєднанні з фізико-хімічними дослідженнями є основою для формування надійних висновків щодо відповідності йогуртів нормативним вимогам та їх придатності для реалізації.

Із фізико-хімічних показників визначали наступні:

- масова частка жиру, %;
- кислотність, °Т [24].

Визначення масової частки жиру в кисломолочних продуктах є одним із ключових етапів контролю якості, який дозволяє оцінити відповідність продукту нормативним вимогам, стандартам та споживчим очікуванням. Традиційно для цього використовують кислотний метод Гербера, який ґрунтується на виділенні молочного жиру з проби продукту за допомогою концентрованої сірчаної кислоти та ізоамілового спирту з наступним вимірюванням об'єму жирової фази після центрифугування. Даний метод дозволяє визначати вміст жиру з точністю до десятих відсотка, що особливо важливо для кисломолочних продуктів різного ступеня жирності.

Проведення аналізу. У чистий молочний жиромір наливають 10 см³ концентрованої сірчаної кислоти з густиною 1,810-1,820 г/см³. Потім додають 5 см³ добре перемішаного кисломолочного продукту. Для повного виділення жиру додають 1 см³ ізоамілового спирту. Під час додавання проби продукту важливо уникати змішування шарів рідин, щоб забезпечити точність аналізу.

Жиромір закорковують і ретельно струшують до повного розчинення білків. Ця процедура дозволяє відокремити білкову та жирову фази, забезпечуючи точне вимірювання об'єму жиру. Жиромір поміщають у водяну баню пробкою донизу при температурі $65\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 2\text{ }^{\circ}\text{C}$ на 5 хвилин. Така температура забезпечує розплавлення молочного жиру, що необхідно для коректного центрифугування та відокремлення жирової фази.

Після нагрівання жиромір вміщують у центрифугу і проводять центрифугування протягом 5 хвилин при частоті обертання 1000 об/хв. Це дозволяє максимально відокремити жирову фазу від рідкої та білкової складових. Після центрифугування жиромір повторно витримують у водяній бані при $65\text{ }^{\circ}\text{C}$ ще 5 хвилин для стабілізації жирового шару та забезпечення точного вимірювання. Після охолодження проводять відлік висоти шару жиру в жиромірі. Отримане значення відображає об'єм жирової фази у пробі.

Масова частка жиру (%) обчислюється за формулою:

$$Ж = P \times 2,15,$$

де: $Ж$ – масова частка жиру в продукті (%);

P – показання жироміра (%);

2,15 – коефіцієнт, що враховує, що в аналізованій пробі кисломолочного продукту береться менший об'єм, ніж у молоці.

Таким чином, метод Гербера дозволяє отримати точну і надійну оцінку вмісту жиру в кисломолочних продуктах, забезпечуючи контроль за технологічними процесами та відповідність продукту встановленим стандартам якості. Цей метод є незамінним як у лабораторіях контролю виробництва, так і при органолептичній та фізико-хімічній оцінці готової продукції [53].

Визначення кислотності кисломолочних продуктів є одним із основних методів контролю якості, оскільки кислотність безпосередньо відображає стан продукту, його безпечність та придатність до споживання. У кисломолочних продуктах, як і в молоці, кислотність виражається у градусах Тернера ($^{\circ}\text{T}$). Вона формується під впливом кислих властивостей казеїну,

фосфорнокислих солей молока, а також внаслідок накопичення молочної кислоти, що утворюється в процесі молочнокислого бродіння під час виробництва і зберігання продукту. Показник кислотності дозволяє оцінити інтенсивність ферментації та передбачити якість і смакові властивості готового продукту.

Проведення аналізу. Для аналізу використовують колбу місткістю 100–150 см³. Піпеткою відмірюють 10 см³ добре перемішаного кисломолочного продукту, щоб забезпечити однорідність проби. Для точності вимірювань залишки продукту на стінках піпетки змивають, пропускаючи через неї 20 см³ дистильованої води.

До проби додають 2-3 краплі розчину фенолфталеїну, цей індикатор реагує на зміну кислотності розчину, забезпечуючи наочну оцінку точки завершення титрування. Пробу титрують розчином гідроокису натрію (0,1 моль/дм³) до появи слабо-рожевого забарвлення, яке не зникає протягом 2 хвилин. Титрування здійснюється повільно, з обережним перемішуванням, щоб уникнути перескакування точки еквівалентності і забезпечити точне визначення витраченого розчину.

Кількість витраченого розчину гідроокису натрію (у см³) помножують на 10, що дозволяє отримати кислотність продукту у градусах Тернера (°T):

$$K = V_{\text{NaOH}} \times 10,$$

де V_{NaOH} – об'єм розчину гідроокису натрію, витрачений на титрування (см³) [53].

Описаний метод дозволяє точно оцінити рівень кислотності кисломолочного продукту, контролювати процес сквашування та прогнозувати смакові властивості. Крім того, регулярне визначення кислотності допомагає виявляти відхилення у виробництві, такі як недостатня або надмірна ферментація, що може вплинути на однорідність продукту та його безпечність. Завдяки простоті та надійності титрування з використанням фенолфталеїну цей метод залишається стандартним у лабораторних дослідженнях кисломолочних продуктів [74].

РОЗДІЛ 3.

ПРОВЕДЕННЯ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ДІЄТИЧНИХ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ

3.1. Проведення ідентифікації партії дієтичних кисломолочних напоїв

Процес перевірки відповідності дієтичних кисломолочних напоїв установленим вимогам стандартів, технічних регламентів, нормативно-технічної документації або заявленим виробником характеристикам є одним із ключових етапів товарознавчої експертизи. Цей процес також передбачає визначення походження, справжності та достовірності інформації про продукт. Основним завданням ідентифікаційної експертизи є підтвердження автентичності та якості досліджуваного продукту, перевірка відповідності його складу, фізико-хімічних і харчових показників задекларованим нормам, а також виявлення можливих фактів фальсифікації.

Фальсифікація дієтичних кисломолочних напоїв може проявлятися у різних формах, що негативно впливають на якість, безпеку та довіру споживача до продукту [68].

Найпоширенішим видом є підміна або зменшення кількості основних компонентів, які визначають харчову цінність і якість продукту. Замість натурального молока, заквасок або корисних мікроорганізмів (біфідо- та лактобактерій) виробники іноді використовують дешевші сировинні компоненти або неприродні замінники, такі як сухе знежирене молоко, модифікований крохмаль, стабілізатори, ароматизатори чи підсолоджувачі. Такі зміни дозволяють знизити собівартість продукції, проте суттєво погіршують її споживчі властивості та біологічну цінність. Наприклад, у справжньому йогурті масова частка молочного жиру та білка повинна чітко відповідати даним, наведеним на етикетці. Відхилення цих показників від нормативних значень свідчить про недотримання технології

або можливу підробку продукту.

Фальсифікація органолептичних характеристик спрямована на імітацію показників високої якості продукту шляхом застосування штучних барвників, ароматизаторів або смакових підсилювачів. У результаті продукт набуває привабливого зовнішнього вигляду, інтенсивного кольору та виразного аромату, однак ці властивості не є наслідком природного процесу молочнокислого бродіння. Такі технологічні підміни формують у споживача хибне уявлення про натуральність продукту. Зокрема, у випадку йогурту, який відповідно до нормативних вимог повинен містити лише натуральні інгредієнти та живі культури молочнокислих бактерій, подібні дії є прямим порушенням принципів автентичності й якості [26].

Також поширеною формою фальсифікації є надання недостовірної інформації на етикетці, що стосується складу, поживної та енергетичної цінності, наявності живих культур, термінів придатності або країни походження. Зокрема, на упаковках йогуртів можуть бути вказані позначення «живі культури» чи «натуральний продукт», хоча фактична кількість життєздатних мікроорганізмів є нижчою за мінімальні норми, передбачені чинними стандартами. Таке порушення спотворює уявлення споживача про справжні властивості продукту та суперечить вимогам щодо достовірності маркування харчових товарів, установленим законодавством України та міжнародними нормами.

Ще одним різновидом недобросовісної практики є навмисна зміна або підробка дати «Вжити до» (Best before), що дозволяє продовжити реалізацію продукту після закінчення строку його придатності. Подібні дії створюють ризики для здоров'я споживачів, оскільки продукт може втратити органолептичні властивості та мікробіологічну безпечність. Окрім цього, порушення умов транспортування та зберігання, особливо температурного режиму, може спричинити передчасне псування йогурту, тоді як зовнішні ознаки та маркування залишатимуться незмінними. У підсумку споживач отримує продукт, який не відповідає встановленим вимогам безпечності та

якості харчових продуктів.

Проведення товарознавчої експертизи дієтичних кисломолочних напоїв, зокрема йогуртів, є важливим інструментом контролю якості та достовірності інформації про продукт. Така експертиза дозволяє виявляти фальсифікацію на різних етапах виробництва і реалізації, забезпечуючи дотримання стандартів та захист прав споживачів.

Codex Alimentarius (Standard for Fermented Milks, CXS 243-2003) визначає йогурти та інші кисломолочні напої як ферментовані молочні продукти, встановлює мінімальні вимоги до складу (наприклад, мінімум білка для деяких категорій), дозволені інгредієнти, категорії ароматизаторів і межі вмісту недомолочних компонентів у ароматизованих продуктах (максимум частки недомашніх інгредієнтів у деяких категоріях). Ці положення використовуються як еталон при формуванні національних та регіональних технічних вимог.

Регламент ЄС (ЄС) № 2073/2005 встановлює мікробіологічні критерії для харчових продуктів (включно з молочними продуктами) та правила верифікації відповідності (вимірювання присутності певних патогенів, критерії щодо *Listeria monocytogenes*, *Salmonella* тощо). Для ферментованих молочних продуктів критичною є також перевірка відсутності мікроорганізмів-патогенів та забезпечення, що виробничі процеси не допускають їх накопичення протягом терміну зберігання [74].

Міжнародний стандарт ISO 7889/IDF 117 (метод колонієутворювальної техніки) описує методику перерахунку характерних для йогурту мікроорганізмів (*Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus* і *Streptococcus thermophilus*). Нормативні документи та промислові специфікації часто вимагають вказувати наявність «живих культур» і, при потребі, мінімальні концентрації життєздатних колоній у 1 г/мл продукту. Перевірка за ISO 7889 є стандартною процедурою і входить до програми мікробіологічного контролю [75].

Проведення ідентифікації йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita»

виконували з визначенням органолептичних та фізико-хімічних властивостей продукту відповідно до чинних стандартів (Codex Alimentarius – Standard for Fermented Milks (CXS 243-2003), ДСТУ 4439:2005, ДСТУ ISO 22000), а також перевіркою пакування та маркування.

Партія йогурту ТМ «Mlekovita» була упакована у споживчу тару по 350 г у пластиковий стаканчик з герметичною кришкою. Пакування забезпечує захист від зовнішніх факторів: вологи, повітря, сторонніх запахів і механічних пошкоджень. Упаковка є легкознімною завдяки спеціальному краю для відкривання.

Аналіз маркування йогурту ТМ «Mlekovita» представлено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Аналіз маркування йогурту ТМ «Mlekovita»

Показники	Фактичні дані
Назва продукції	йогурт питний польський з полуницею «Mlekovita»
Торгова марка	ТМ «Mlekovita»
Назва виробника	Спольдзієльна Млечарска Млековіта
Адреса виробника	вул.Людова 122, 18-200 Високе Мазовецьке, Підляське воєводство, Республіка Польща телефон: +4886-27-58 200; електронна пошта: sekretariat@mlekovita.com.pl. Офіційний веб-сайт: www.mlekovita.com.pl.
Склад	молоко коров'яче пастеризоване, полуниця – 9%, цукор, крохмаль, стабілізатор пектин, концентрат із моркви і бурякового соку, ароматизатор, живі культури йогуртових бактерій. Перед вживанням добре збовтати.
Поживна цінність йогурту на 100г	жирів – 2,5 г, з них насичених жирів – 1,6 г, вуглеводів – 12 г, з них цукрів – 12 г, білків – 2,8 г, сіль – 0,10 г.

Продовження таблиці 3.1

Жирність	1,5 %
Енергетична цінність	82 ккал / 344 кДж на 100 г
Чинний стандарт	Standard for Fermented Milks (CXS 243-2003), ISO 22000
Маса нетто	350 г
Умови зберігання	зберігати при температурі від +2°C до +8°C не більше 14 днів.
Дата виробництва	18.10.2025 р.
Імпортёр	ТОВ «Омега», вул.Панікахи, 15, м.Дніпро, 49041, Україна; телефон для приймання скарг та пропозицій: 0800307080.
Штриховий код	5900512350097

Маркування йогурту нанесене польською мовою, але є приклеєний ярлик (рисунок 3.1) із даними українською мовою, що включають: найменування продукту, торгову марку, масу нетто, склад, поживну і харчову цінність, умови зберігання, дані виробника та імпортера, дату виробництва та термін придатності, а також штриховий код.

Йогурт ПОЛЬСЬКИЙ ПОЛУНИЦЯ ТМ «МЛЕКОВІТА»		Склад: <u>молоко</u> коров'яче пастеризоване, полуниця - 9%, цукор, крохмаль, стабілізатор пектин, концентрат із моркви і бурякового соку, ароматизатор, живі культури йогуртових бактерій. Перед вживанням добре збовтати. Виробник: Спольдзієльна Млечарска Млековіта, вул. Людова 122, 18-200 Високі Мазовецькі, Польща. Тел.: +48862758200. Країна походження: Польща.
Поживна цінність на 100 g(г):		
Енергетична цінність		
344 kJ(кДж)/82 kcal(ккал)		
жири	2,5 g (г)	
з них насичені	1,6 g (г)	
вуглеводи	12 g (г)	
з них цукри	12 g (г)	
білки	2,8 g (г)	
сіль	0,10 g (г)	

Рисунок 3.1 – Маркувальний ярлик на йогурті ТМ «Mlekovita» українською мовою

Аналіз нанесених позначок на упаковці йогурту показав, що продукт

виготовлений без додавання штучних барвників і ароматизаторів, містить живі молочнокислі бактерії, що підтверджує його функціональність як дієтичного продукту.

Дослідження маркування йогурту засвідчило, що маркування відповідає вимогам чинного законодавства та стандартів безпеки харчових продуктів. Штриховий код 5901234567890 (рисунок 3.2) підтверджує європейське походження продукту (Республіка Польща), що свідчить про високий рівень контролю якості та дотримання стандартів.



Рисунок 3.2 – Штриховий код йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita»

Система GS1 є міжнародною некомерційною організацією, яка розробляє та впроваджує стандарти для уніфікованої ідентифікації товарів, послуг та логістичних процесів. Основним і найбільш відомим продуктом цієї системи є штриховий код (EAN/UPC), який дозволяє однозначно ідентифікувати продукцію, її виробника та країну походження, а також полегшує управління ланцюгами постачання і облік товарів у комерційній діяльності.

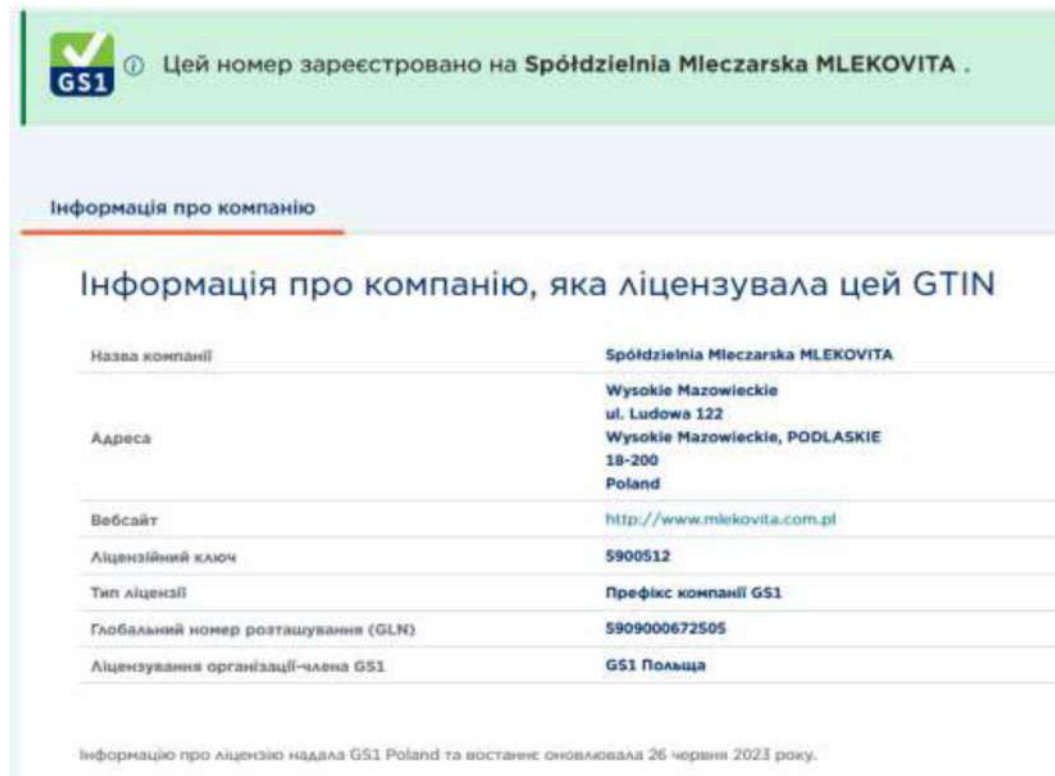
Перевірка штрихового кодів у базі GS1 є важливим інструментом контролю якості та автентичності продукції. Вона дозволяє підтвердити, що товар зареєстрований у системі та відповідає інформації, зазначеній на упаковці. Така перевірка також надає можливість визначити країну походження продукції за префіксом штрихового коду, що є важливим для контролю відповідності стандартам та регуляторним вимогам конкретної держави.

Крім того, перевірка штрихових кодів у GS1 дозволяє отримати детальну

інформацію про виробника та продукт, включаючи назву компанії, категорію товару, тип упаковки та інші атрибути. Це сприяє підвищенню прозорості ланцюга постачання та захисту від фальсифікації. Виявлення невідповідностей між даними штрихового коду та фактичним продуктом може слугувати сигналом про можливе порушення стандартів або підробку товару.

Застосування системи GS1 у наукових та практичних дослідженнях дозволяє забезпечити високий рівень контролю за якістю та безпекою продуктів харчування. Крім того, вона полегшує логістичний облік і управління запасами, оскільки кожен штриховий код забезпечує швидку ідентифікацію продукції у комерційних і виробничих процесах.

Аналіз штрихового коду йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» показав, що штриховий код 5900512350097 відповідає продукту Mlekovita Jogurt Polski truskawkowy об'ємом 350 г, виготовленому в Польщі (рисунок 3.3).



GS1  Цей номер зареєстровано на **Spółdzielnia Mleczarska MLEKOVITA**.

Інформація про компанію

Інформація про компанію, яка ліцензувала цей GTIN

Назва компанії	Spółdzielnia Mleczarska MLEKOVITA
Адреса	Wysokie Mazowieckie ul. Ludowa 122 Wysokie Mazowieckie, PODLASKIE 18-200 Poland
Вебсайт	http://www.mlekovita.com.pl
Ліцензійний ключ	5900512
Тип ліцензії	Префікс компанії GS1
Глобальний номер розташування (GLN)	5909000672505
Ліцензування організації-члена GS1	GS1 Польща

Інформацію про ліцензію наддала GS1 Poland та востаннє оновлювала 26 червня 2023 року.

Рисунок 3.3 – Дані при перевірці штрихового коду йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita» у системі GS1

Таким чином, дослідження маркування йогурту ТМ «Mlekovita» показало його відповідність стандартам, правильність і повноту інформації, що свідчить про достовірність продукту та відсутність фальсифікації. Проведена ідентифікація йогурту підтвердила, що йогурт відповідає заявленим дієтичним і органолептичним характеристикам, а упаковка забезпечує належний захист продукту протягом усього терміну придатності.

3.2. Проведення товарознавчої експертизи дієтичних кисломолочних напоїв

Партія йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» надійшла в супермаркет «Dmart» міста Кам'янське відповідно до договору купівлі-продажу № 58 від 15 жовтня 2025 року. За документами зазначено, що до складу партії входять 12 картонних ящиків, кожен по 4,5 кг брутто, в кожному ящику 12 пляшечок йогурту по 0,35 л. Партія доставлена транспортом імпортера – вантажним автомобілем MAN, державний номер АХ 5234 ВВ, у строки, визначені укладеним договором.

Відбір проб від партії йогурту проводили відповідно до вимог стандарту ДСТУ 4343 : 2004 «Йогурти. Загальні технічні умови» [24]. Для проведення експертизи органолептичних і фізико-хімічних показників якості застосовувався вибірковий контроль: із загальної кількості упаковок відбирали 6 одиниць, які становили вибірку. З кожної вибраної упаковки відбирали по 50 мл продукту із різних частин упаковки, після чого складали об'єднану пробу загальною масою 300 мл.

Об'єднану пробу розділяли на три частини: одну частину направляли в лабораторію для випробувань, а дві інші залишали як контрольні для повторних випробувань у разі розбіжностей. Контрольні проби упаковували в пергамент або скляні банки та опечатували або опломбовували.

Проби йогурту супроводжувалися актом відбору, у якому зазначались:

порядковий номер проби; назва продукту – «Йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita»; виробник – Mlekovita, Польща; дату та час вибірки – 20 жовтня 2025 року о 11:30; місце відбору – супермаркет «Dmart», проспект Свободи, 37, м. Кам'янське; номер партії – 181025; маса проби – 300 мл; об'єм партії, з якої відібрано пробу – 12 л; прізвище та посада особи, яка здійснювала відбір – експерт Боровик Т.В.

За результатами відбору проб було складено акт відбору проб (Додаток Д), який разом із відібраною пробою (герметично упакованою та опломбованою) експерт передав замовнику експертизи для відправлення на випробування в лабораторію. Заявка та наряд № 412/25 представлені в Додатках В і Г відповідно. Дотримувались усіх правил, що гарантують збереження проб, включаючи правильне пакування та маркування.

При використанні органолептичного методу оцінки якості йогурту дослідження здійснюється за допомогою органів чуття людини – смаку, нюху, зору та дотику. Цей метод є одним із найпоширеніших у практиці контролю якості харчових продуктів завдяки його простоті, швидкості виконання та доступності, що дозволяє оперативно визначати відповідність продукту стандартним показникам. Органолептичний аналіз дозволяє оцінити такі важливі характеристики, як смакові властивості, аромат, колір, консистенцію та зовнішній вигляд йогурту, що безпосередньо впливає на споживчі якості продукту. Водночас, варто зазначити, що даний метод має суб'єктивний характер, оскільки результати залежать від індивідуальних особливостей оцінювачів та їхнього досвіду. Він не надає інформації про хімічний склад продукту, наявність шкідливих домішок або патогенних мікроорганізмів, тому органолептичний метод доцільно використовувати у комплексі з фізико-хімічними та мікробіологічними дослідженнями, що забезпечує більш повну оцінку якості йогурту та безпеки для споживачів.

Експертизу проводили у визначеній послідовності: спочатку оцінювали стан маркування та упаковки, оскільки інколи цих показників достатньо для бракування партії. Далі визначали зовнішній вигляд йогурту: форму,

однорідність маси, колір, стан поверхні. Потім оцінювали консистенцію, структуру, запах (аромат) та смак продукту.

Результати експертизи якості партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» за органолептичними показниками наведені в таблиці 3.2 (рисунок 3.4), а за фізико-хімічними в таблиці 3.3.

Таблиця 3.2 – Результати експертизи якості йогурту за органолептичними показниками

Назва показника	Характеристика йогуртів з наповнювачами	
	за стандартом ДСТУ 4343:2004	досліджуваного зразка йогурту
Смак і запах	Чистий, кисломолочний, без сторонніх присмаків і запахів, у міру солодкий, з присмаком відповідного наповнювача	Чистий, гармонійний кисломолочний смак із вираженим ароматом полуниці, без сторонніх присмаків чи запахів
Консистенція	Однорідна, ніжна, без газоутворення. З порушенням або непорушеним згустком, у міру щільна. За додаванням стабілізатора – желе або кремоподібна з частками внесених наповнювачів, які розподілені по всій масі йогурту або шарами	М'яка, однорідна, кремоподібна, без ознак газоутворення; часточки полуниці рівномірно розподілені по всій масі
Колір	Обумовлений кольором застосованого наповнювача	Ніжно-рожевий, типовий для йогуртів із додаванням полуничного наповнювача



Рисунок 3.4 – Зовнішній вигляд йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita»

Аналізуючи дані таблиці 3.2, можна стверджувати, що досліджуваний зразок йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita», має чистий, гармонійний кисломолочний смак із вираженим ароматом полуниці, без сторонніх присмаків чи запахів; консистенція м'яка, однорідна, кремоподібна, без ознак газоутворення; часточки полуниці рівномірно розподілені по всій масі; колір йогурту – ніжно-рожевий, типовий для йогуртів із додаванням полуничного наповнювача.

Таблиця 3.3 – Результати експертизи якості йогурту за фізико-хімічними показниками

Назва показника	Характеристика йогуртів з наповнювачами	
	за стандартом ДСТУ 4343:2004	досліджуваного зразка йогурту
Масова частка жиру, %	1,5 – 6,0	1,6
Титрована кислотність, °Т	80-140	121

Аналіз фізико-хімічних показників якості йогурту засвідчив, що показники масова частка жиру та титрована кислотність є в межах норми діючого стандарту.

Отже, отримані результати експертизи якості йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» засвідчили, що йогурт повністю відповідає вимогам стандарту ДСТУ 4343:2004 «Йогурти. Загальні технічні умови» за органолептичними та фізико-хімічними показниками якості [24].

3.3. Проведення порівняльної експертизи якості дієтичних кисломолочних напоїв

За дорученням замовника експертизи супермаркету «Dmart» була проведена порівняльна експертиза якості. Порівняльна експертиза якості зразків йогуртів здійснювалася методом органолептичної (дегустаційної) оцінки, що є одним із найбільш поширених і достовірних способів визначення споживчих властивостей харчових продуктів. Метою дегустації було комплексне дослідження показників якості продукції за основними органолептичними характеристиками, що визначають її товарну привабливість та відповідність вимогам нормативної документації.

Для проведення дегустаційної оцінки була розроблена спеціальна шкала, яка базувалася на 25-бальній системі (додаток Б). Оцінювання здійснювалося за п'ятьма основними показниками, кожен із яких мав максимальну вагу у 5 балів: смак – 5 балів; запах – 5 балів; консистенція – 5 балів; колір – 5 балів; маркування – 5 балів.

Рівень якості зразків визначався шляхом підсумовування оцінок за всіма критеріями та подальшого порівняння отриманих результатів із встановленими межами якості. Залежно від сумарного балу, продукція класифікувалася за такими категоріями:

- «відмінно» – від 22,0 до 25,0 балів;

- «добре» – від 20,0 до 21,9 балів;
- «задовільно» – від 16,0 до 19,9 балів;
- «незадовільно» – нижче 15,9 балів.

Як уже зазначалося у підрозділі 2.2, для порівняльної експертизи йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita», було обрано аналогічні питні йогурти з полуницею вітчизняного виробництва: ТМ «Молокія», ТМ «Славія», ТМ «Волошкове поле» та ТМ «Ферма».

Усі отримані результати були зафіксовані у дегустаційних листах (додаток Ж), що дало змогу систематизувати й об'єктивно проаналізувати органолептичні характеристики досліджуваних зразків. Узагальнені дані дегустаційної оцінки якості йогуртів наведено в таблицях 3.4–3.8, які відображають порівняльні показники за кожним критерієм та дають можливість оцінити конкурентоспроможність продукції на ринку.

Таблиця 3.4 – Дегустаційна оцінка якості йогурту питного польського з полуницею ТМ «Mlekovita» (виробник – Спольдзієльна Млечарска Млековіта (Spółdzielnia Mleczarska Mlekovita), Польща)

Найменування показників	Максимальний бал	Оцінка дегустаторів, бал					Середній бал
		1	2	3	4	5	
Смак	5	5	5	5	5	5	5
Запах	5	5	4	5	5	5	4,8
Консистенція	5	5	5	5	5	5	5
Колір	5	5	5	5	4	5	4,8
Маркування	5	5	5	5	4	4	4,6
Загальний бал	25	25	24	25	23	24	24,2

Висновок: йогурт питний польський з полуницею ТМ «Mlekovita» отримав 24,2 бала, що відповідає рівню якості «відмінно». Найвищі оцінки дегустатори виставили за смак і консистенцію – 5 балів, що свідчить про приємні органолептичні властивості та однорідну структуру продукту. Трохи нижчі оцінки отримали показники кольору (4,8) та маркування (4,6), що може бути пов'язано з незначними відмінностями у візуальному оформленні упаковки чи відтінку продукту. Загалом продукт характеризується високими споживчими якостями, типовими для йогуртів імпортного виробництва.

Таблиця 3.5 – Дегустаційна оцінка якості йогурту питного «Полуниця», ТМ «Молокія» (виробник – ПрАТ «Тернопільський молокозавод»)

Найменування показників	Максимальний бал	Оцінка дегустаторів, бал					Середній бал
		1	2	3	4	5	
Смак	5	5	5	5	5	5	5
Запах	5	5	5	5	5	5	5
Консистенція	5	5	5	4	5	5	4,8
Колір	5	5	5	5	5	5	5
Маркування	5	4	5	5	4	5	4,6
Загальний бал	25	24	25	24	24	25	24,4

Висновок: йогурт питний «Полуниця» ТМ «Молокія» набрав 24,4 бала, що свідчить про високу якість продукції. Продукт має чистий, насичений смак і приємний аромат, а також однорідну консистенцію без ознак газоутворення. Колір повністю відповідає заявленому наповнювачу. Незначне зниження оцінки за маркування (4,6 бала) може бути пов'язане з дизайном етикетки або розташуванням інформаційних елементів. Загалом даний зразок демонструє найвищі органолептичні показники серед досліджуваних українських продуктів.

Таблиця 3.6 – Дегустаційна оцінка якості йогурту питного «Полуниця», ТМ «Славія» (виробник – АТ «Молочний Альянс» (ТДВ «Яготинський маслозавод»))

Найменування показників	Максимальний бал	Оцінка дегустаторів, бал					Середній бал
		1	2	3	4	5	
Смак	5	5	5	4	4	5	4,6
Запах	5	4	5	5	5	5	4,8
Консистенція	5	5	5	4	4	5	4,6
Колір	5	4	4	4	5	4	4,2
Маркування	5	4	4	5	5	5	4,6
Загальний бал	25	22	23	22	23	24	22,8

Висновок: загальний результат дегустаційної оцінки для йогурту ТМ «Славія» склав 22,8 бала, що відповідає рівню «добре». Продукт має приємний аромат і збалансований смак, однак колір дещо тьмяний, що позначилося на підсумковому балові. Консистенція однорідна, але в окремих зразках спостерігалася незначна щільність. Маркування відповідає вимогам, хоча не вирізняється яскравістю. Продукт характеризується стабільною якістю, проте поступається за показниками лідерам дегустації.

Таблиця 3.7 – Дегустаційна оцінка якості йогурту питного «Полуниця», ТМ «Волошкове поле» (виробник – ПрАТ «Юрія»)

Найменування показників	Максимальний бал	Оцінка дегустаторів, бал					Середній бал
		1	2	3	4	5	
Смак	5	5	4	5	5	4	4,6
Запах	5	4	5	5	5	5	4,8
Консистенція	5	5	4	5	4	5	4,6

Продовження таблиці 3.7

Колір	5	4	5	5	5	5	4,8
Маркування	5	4	4	4	4	5	4,2
Загальний бал	25	22	22	24	23	24	23

Висновок: йогурт питний «Полуниця» ТМ «Волошкове поле» отримав 23,0 бала, що відповідає рівню якості «добре». Продукт має приємний смак та аромат, рівномірний колір і задовільну консистенцію. Дещо нижчий бал за маркування (4,2) може бути зумовлений простотою етикетки або незначними відмінностями у дизайні. Загалом зразок характеризується стабільними показниками та відповідає вимогам до якості кисломолочних продуктів.

Таблиця 3.8 – Дегустаційна оцінка якості йогурту питного «Полуниця», ТМ «Ферма» (виробник – ТОВ «Террафуд»)

Найменування показників	Максимальний бал	Оцінка дегустаторів, бал					Середній бал
		1	2	3	4	5	
Смак	5	4	5	5	5	5	4,8
Запах	5	5	4	4	4	4	4,2
Консистенція	5	5	5	5	5	5	5
Колір	5	5	5	5	5	5	5
Маркування	5	4	5	4	5	4	4,4
Загальний бал	25	23	24	23	24	23	23,4

Висновок: загальна кількість балів для йогурту «Ферма» становить 23,4, що відповідає рівню «добре». Продукт має відмінну консистенцію та колір (по 5 балів), проте оцінка за запах була нижчою (4,2 бала), що може свідчити про слабо виражений аромат наповнювача. Маркування достатньо чітке, але не відзначається виразністю. Йогурт відповідає вимогам до якості, має приємні органолептичні характеристики й може бути рекомендований споживачам, які

віддають перевагу м'якому смаковому профілю.

Отже, проведена порівняльна експертиза якості п'яти зразків питних йогуртів із наповнювачем «полуниця» засвідчила, що всі досліджувані продукти відповідають нормативним вимогам за органолептичними показниками.

Найвищий середній бал отримали зразки ТМ «Молокія» (24,4) та ТМ «Mlekovita» (24,2), що свідчить про високий рівень технологічного контролю та дотримання рецептурних пропорцій. Обидва продукти характеризуються чистим смаком, вираженим ароматом, однорідною консистенцією та привабливим кольором.

Йогурти ТМ «Славія» (22,8), «Волошкове поле» (23,0) та «Ферма» (23,4) отримали оцінку «добре», що також підтверджує їх належну якість, хоча в окремих випадках виявлено незначні недоліки за кольором, запахом або маркуванням (рисунок 3.5).

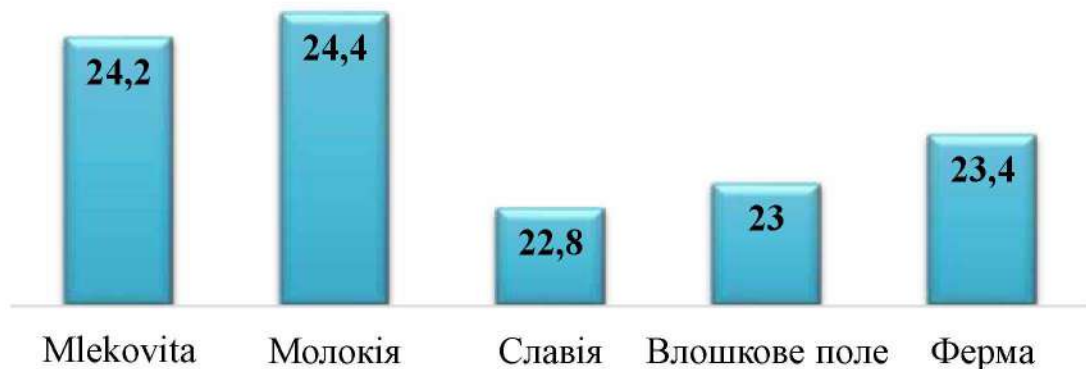


Рисунок 3.5 – Зведені результати дегустаційної оцінки йогуртів

У цілому результати дегустацій свідчать, що як вітчизняні, так і імпорتنі зразки демонструють стабільно високі споживчі властивості. Водночас українські виробники, зокрема ТМ «Молокія», не поступаються за якістю продукції іноземним брендам, що підтверджує конкурентоспроможність вітчизняного ринку кисломолочних продуктів.

3.4. Оформлення документів за результатами товарознавчої експертизи

Партія йогурту питного з полуницею торговельної марки «Mlekovita» надійшла до супермаркету «Dmart» міста Кам'янське Дніпропетровської області відповідно до договору купівлі-продажу № 58 від 15 жовтня 2025 року. Згідно з товаросупровідними документами (рахунок-фактура, накладна, сертифікат якості та сертифікат відповідності), до складу партії входили 12 картонних ящиків масою брутто по 4,5 кг кожен, у кожному з яких містилося 12 пляшечок йогурту об'ємом 0,35 л. Загальний об'єм партії становив 50,4 л продукції.

Доставка здійснювалася транспортом імпортера – вантажним автомобілем MAN, державний номер AX 5234 BV, у строки, визначені умовами договору. Огляд транспортного засобу підтвердив відповідність вимогам санітарних норм: кузов був сухий, чистий, без сторонніх запахів, температура під час транспортування становила +4 °C, що відповідає умовам зберігання охолоджених кисломолочних продуктів.

На кожному пакуванні йогурту містилися чітко надруковані етикетки українською мовою, які включали:

- назву продукту – «Йогурт питний з полуницею»;
- товарний знак виробника – «Mlekovita»;
- назву підприємства-виробника – Spółdzielnia Mleczarska «MLEKOVITA», Польща;
- дату виробництва – 18.10.2025 р.;
- термін придатності – 14 діб з дати виробництва;
- умови зберігання – від +2 °C до +6 °C;
- харчову та енергетичну цінність;
- перелік інгредієнтів, включаючи живі культури *Lactobacillus bulgaricus* та *Streptococcus thermophilus*;

- штрих-код і позначення стандарту.

Під час приймання партії завідувач складом супермаркету звернув увагу на частково стерті дати виробництва на окремих упаковках, що викликало сумнів щодо якості та відповідності продукції. З метою об'єктивного підтвердження якості та маркування, керівництво супермаркету звернулося до Дніпровської торгово-промислової палати з проведення товарознавчої експертизи. Для цього була подана заявка на проведення експертизи якості (Додаток В).

Експертиза здійснювалася експертом Боровик Т.В., яка прибула на місце з оформленим належним чином нарядом № 412/25 від 20 жовтня 2025 року (Додаток Г). Завданням було проведення органолептичної оцінки, перевірки маркування та визначення відповідності продукції вимогам стандарту ДСТУ 4343:2004 «Йогурти. Загальні технічні умови».

Перед початком дослідження експерт ознайомила з усіма супровідними документами та зробила на них позначку «пред'явлено експерту». Потім було здійснено огляд партії йогурту безпосередньо на складі за адресою: м. Кам'янське, проспект Свободи, 37. Тара (картонні ящики) виявилася чистою, сухою, неушкодженою; деформацій чи ознак псування продукції не спостерігалось.

Відбір проб для проведення експертизи здійснювали відповідно до вимог ДСТУ ISO 707:2002 «Молоко та молочні продукти. Настанови щодо відбирання проб» та ДСТУ 4343:2004. З усієї партії було вибірково відібрано 6 одиниць упаковки, які становили вибіркову пробу. Із кожної упаковки брали по 50 мл продукту з різних шарів, після чого отримані зразки об'єднували в одну збірну пробу загальним об'ємом 300 мл.

Об'єднану пробу було розділено на три рівні частини:

- першу направлено до лабораторії для проведення органолептичних і фізико-хімічних випробувань;
- другу та третю залишено як контрольні зразки для можливих повторних аналізів у разі виникнення розбіжностей.

Контрольні проби було запаковано у скляні стерильні банки, щільно закрито, опломбовано сургучем та підписано експертом і представником торговельного закладу.

Відібрані проби супроводжувалися Актом відбору проб (Додаток Д), у якому зазначено:

- порядковий номер проби;
- найменування продукту – «Йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita»;
- виробник – Spółdzielnia Mleczarska «MLEKOVITA», Польща;
- дату та час відбору – 20 жовтня 2025 року, 14:30;
- місце відбору – супермаркет «Dmart», м. Кам'янське, проспект Свободи, 37;
- номер партії – 181025;
- масу (об'єм) проби – 300 мл;
- об'єм партії, з якої відібрано пробу – 12 л;
- прізвище, ім'я та посаду особи, що проводила відбір – експерт Боровик Т.В.

Проби було доставлено до акредитованої лабораторії при Дніпропетровській торгово-промисловій палаті того ж дня для проведення досліджень.

Випробування здійснювалися за органолептичними показниками (смак, запах, консистенція, колір, маркування) з використанням 25-бальної дегустаційної шкали, а також за фізико-хімічними параметрами, передбаченими нормативною документацією.

Результати дослідження узагальнені в Акті експертизи № 412/25 від 20.10.2025 р., який містить загальну, констатуючу та заключну частини (Додаток Е).

У загальній частині подано відомості про об'єкт експертизи, сторони-учасники, реквізити документів, обсяг партії та умови транспортування.

Констатуюча частина описує процедуру відбору, характеристики маркування, умови зберігання, результати дегустаційної оцінки та лабораторних випробувань.

У заключній частині сформульовано висновок експерта: «Партія йогурту питного з полуницею торговельної марки «Mlekovita» виробництва Spółdzielnia Mleczarska «MLEKOVITA» (Польща) відповідає вимогам ДСТУ 4343:2004 «Йогурти. Загальні технічні умови» за органолептичними та фізико-хімічними показниками. Продукція є безпечною, доброякісною та придатною до реалізації на території України».

Акт експертизи підписано експертом і представником супермаркету «Dmart». Один примірник документа передано замовнику, другий залишено в архіві експертної установи.

Таким чином, процедура відбору проб партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita», що надійшла до супермаркету «Dmart» м.Кам'янське, була проведена відповідно до вимог чинного стандарту ДСТУ 4343:2004 «Йогурти. Загальні технічні умови» та з дотриманням правил вибіркового контролю. Відібрані проби є репрезентативними, що забезпечує достовірність подальших результатів експертизи органолептичних і фізико-хімічних показників якості.

Під час відбору були дотримані всі вимоги щодо маркування, пакування, транспортування та умов зберігання, що виключає можливість спотворення властивостей продукту. Оформлено відповідний акт відбору із зазначенням усіх необхідних даних про продукт, виробника, місце, дату та час вибірки.

Отже, отримані проби йогурту можна вважати такими, що повністю відповідають вимогам до зразків для лабораторного дослідження, а результати подальших випробувань можуть бути використані для об'єктивної оцінки якості та безпечності досліджуваної партії продукції.

РОЗДІЛ 4. МИТНА ЧАСТИНА

4.1. Класифікація дієтичних кисломолочних напоїв для митних цілей

Дієтичні кисломолочні напої посідають особливе місце серед харчових продуктів, оскільки поєднують у собі високу поживну цінність та лікувально-профілактичні властивості. Вони містять живі культури молочнокислих бактерій, легко засвоюються організмом і позитивно впливають на мікрофлору кишківника. Зростання попиту на такі продукти в Україні зумовлює необхідність чіткої їх ідентифікації та класифікації під час здійснення зовнішньоекономічних операцій [71].

Для правильного нарахування митних платежів, визначення походження товару та дотримання санітарних норм особливе значення має класифікація дієтичних кисломолочних напоїв згідно з вимогами Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) [48].

УКТЗЕД має чітку та детально структуровану систему опису й кодування товарів. Класифікаційні угруповання формуються на основі різних характеристик продукції. При побудові розділів враховуються такі ознаки, як походження сировини, технологія виробництва, призначення продукту та його хімічний склад.

Розділи товарної номенклатури організовані за принципом послідовності обробки продукції – від сировини та напівфабрикатів до готових харчових продуктів, це дозволяє застосовувати УКТЗЕД при визначенні митного тарифу та інших заходів регулювання, зокрема для імпорту готових харчових виробів, таких як йогурт [50].

Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) розроблена на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів та Комбінованої номенклатури ЄС. На рівні шести знаків товарного

коду УКТЗЕД співпадає з Гармонізованою системою, а на рівні восьми знаків – з Комбінованою номенклатурою ЄС.

Фактично, УКТЗЕД складається з трьох елементів: набору кодів товарів; детальних описів товарів, що відповідають цим кодам; правил і пояснень щодо того, як класифікувати продукцію за певними кодами [69].

Під час митного оформлення йогурту його продукція підлягає класифікації – тобто визначенню відповідного коду згідно з УКТЗЕД. Від цього коду залежить застосування тарифних та нетарифних заходів регулювання при ввезенні на митну територію України [76].

Як приклад, об'єктом класифікації є партія питного йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita», що імпортується з Польщі. Згідно із зовнішньоекономічним контрактом, укладеним між українським імпортером та польським виробником, йогурт поставляється на територію України для вільного обігу. Відправною точкою для визначення всіх митних та нетарифних заходів при ввезенні цієї продукції є правильне визначення її коду відповідно до УКТЗЕД [48].

Використовуючи функціональні можливості програмного забезпечення MD Explorer, було проведено класифікацію йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» відповідно до нової редакції УКТЗЕД. Оскільки йогурт є продуктом тваринного походження, виготовленим із молока, він належить до розділу 1 «Живі тварини; продукти тваринного походження». Групи даного розділу зазначені на рисунку 4.1.

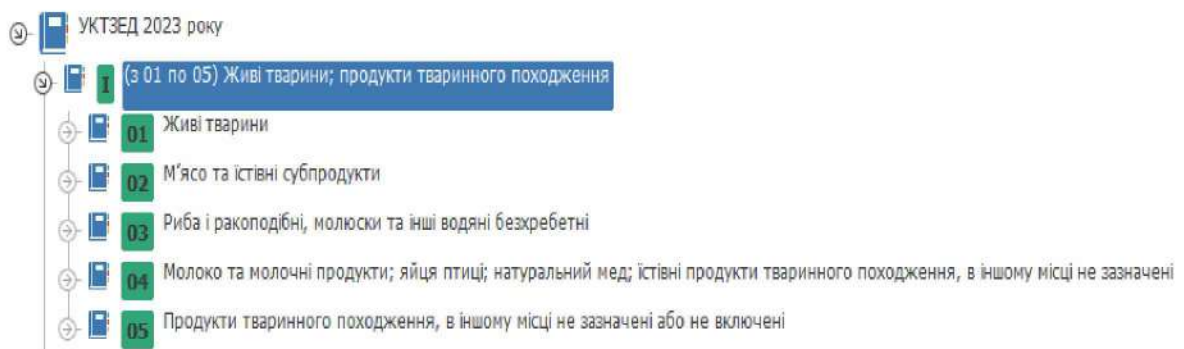


Рисунок 4.1 – Групи розділу I УКТ ЗЕД

Як видно з рисунку 4.1 йогурт питний з полуницею відноситься до групи 04 «Молоко та молочні продукти; яйця птиці; натуральний мед; їстівні продукти тваринного походження, в іншому місці не зазначені». Структура групи 04 наведена на рисунку 4.2.

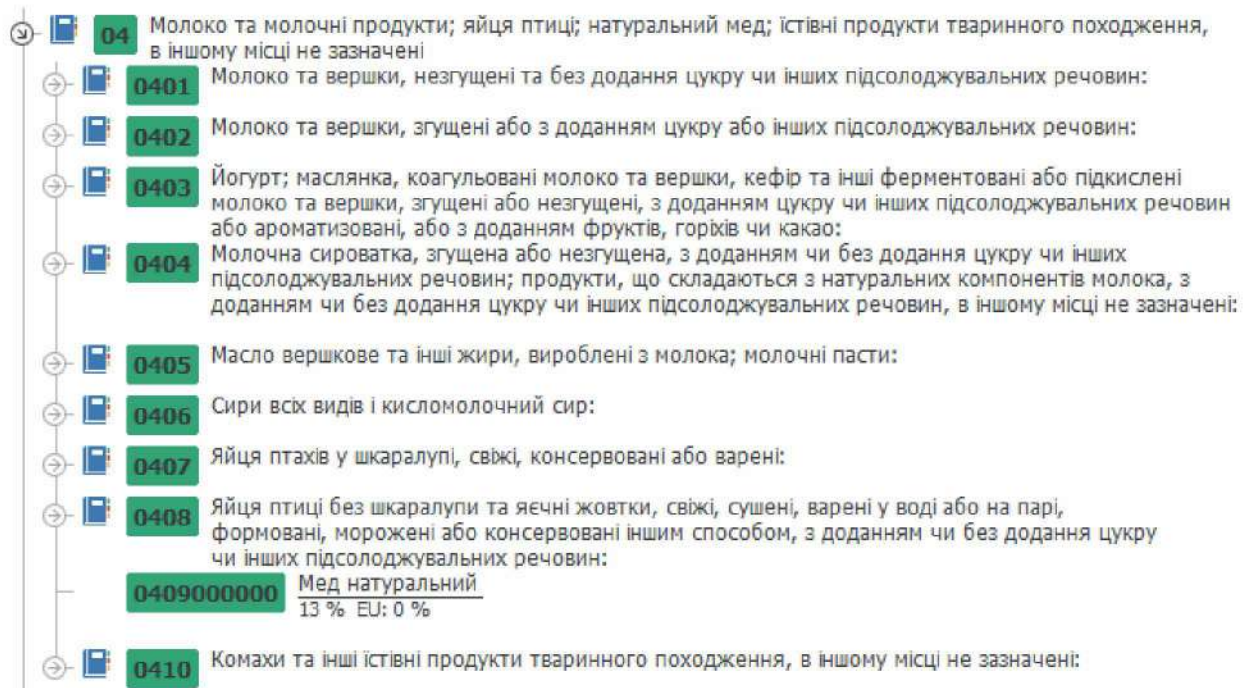


Рисунок 4.2 – Структура групи 04

Згідно з даними рисунку, йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita» класифікується у товарній позиції 0403 «Йогурт; маслянка, коагульовані молоко та вершки, кефір та інші ферментовані або підкислені молоко та вершки, згущені або незгущені, з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин або ароматизовані, або з доданням фруктів, горіхів чи какао». У товарній позиції 0403 йогурт може бути концентрованим або ароматизованим та може містити доданий цукор або інші підсолоджуючі речовини, фрукти, горіхи, какао, шоколад, спеції, каву або кавові екстракти, рослини, частини рослин, злаки або хлібобулочні вироби за умови, що жодна додана речовина не використовується з метою заміни, в цілому або частково, будь-якої молочної складової та продукт зберігає основні властивості йогурту.

Наступним етапом класифікаційної експертизи є визначення товарної

підпозиції, для чого необхідно детально проаналізувати склад продукту, його технологічні характеристики та призначення. Такий підхід дозволяє точно визначити правильний код УКТ ЗЕД та забезпечує коректне застосування митних та нетарифних заходів при ввезенні йогурту на територію України.

Товарна підпозиція йогурту питного є 040320 (рисунок 4.3) [12,13].

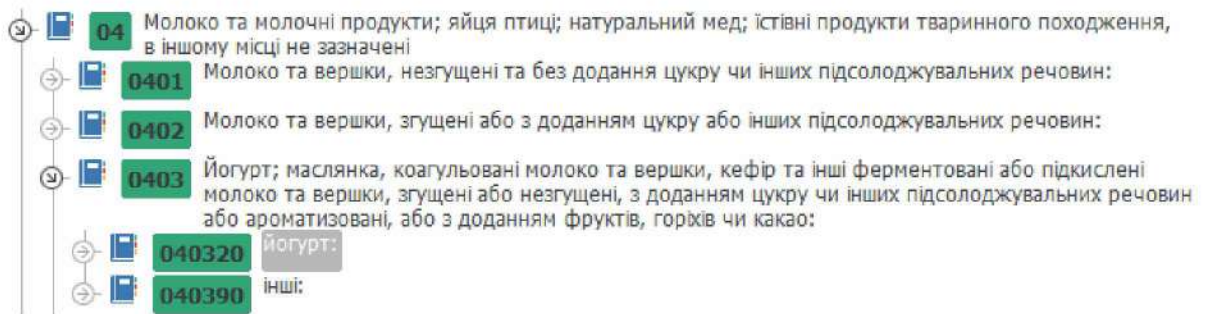


Рисунок 4.3 – Товарна підпозиція йогурту питного

Категорія / товарна підкатегорія 04032091 «Інший, з вмістом молочних жирів». Ця категорія включає йогурти, які не є простими (не лише молоко і бактерії), а містять фруктові пюре, ароматизатори, підсолоджувачі, пробіотики або інші біологічно активні добавки. Вона відрізняє продукт від класичного питного йогурту без добавок (рисунок 4.4).

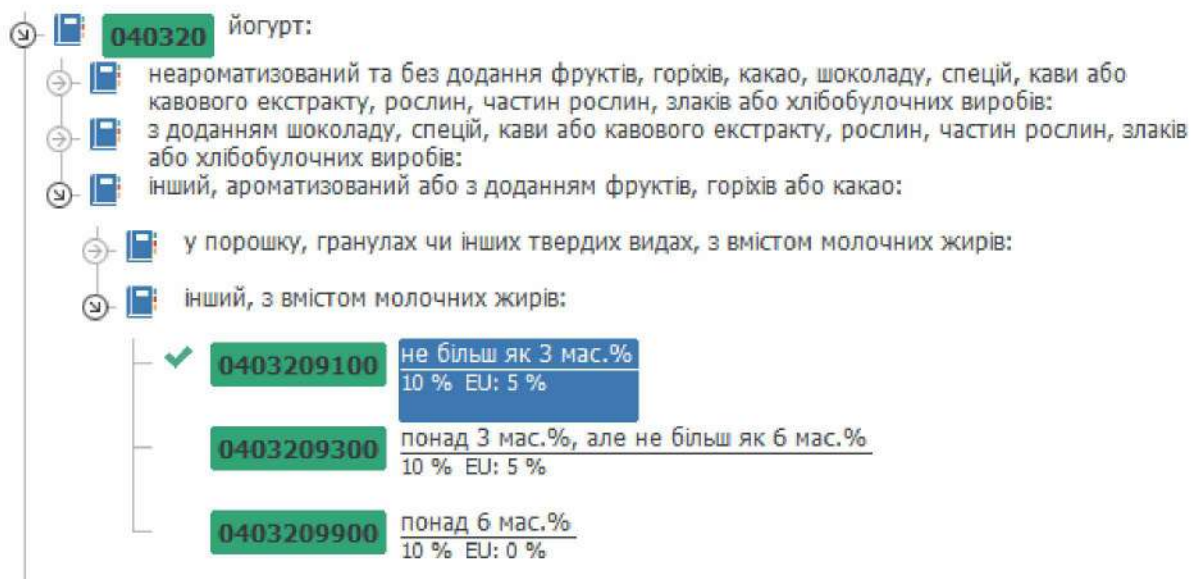


Рисунок 4.4 – Товарна категорія і підкатегорія йогурту питного

Після проведеного аналізу, можна зробити висновок, що йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita», який є об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи, необхідно класифікувати у товарній категорії 0403209100, що є однозначною класифікацією товару.

Характеристику рівнів класифікації йогурту зазначено у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Характеристика рівнів класифікації йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita», як об'єкту дослідження

Назва рівня класифікації	Код згідно УКТЗЕД	Найменування товарів
Розділ	I	Живі тварини; продукти тваринного походження
Група	04	Молоко та молочні продукти; яйця птиці; натуральний мед; їстівні продукти тваринного походження, в іншому місці не зазначені
Товарна позиція	0403	Йогурт; маслянка, коагульовані молоко та вершки, кефір та інші ферментовані або підкислені молоко та вершки, згущені або незгущені, з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин або ароматизовані, або з доданням фруктів, горіхів чи какао
Товарна підпозиція	040320	Йогурт
Товарна категорія	04032091	Інші
Товарна підкатегорія	0403209100	не більш як 3 мас. %

Деталізація/товарний код 0403209100 – Питний йогурт, готовий до споживання, з доданими інгредієнтами. Остаточний десятизначний код

використовується для митного оформлення і дозволяє однозначно визначити: тип продукту (питний йогурт), технологічні характеристики (готовий до споживання, рідка консистенція), наявність доданих інгредієнтів (фрукти, підсолоджувачі, пробіотики) [27].

Дане визначення коду для що йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita» необхідне для правильного застосування коду 0403209100 під час:

- підготовки інформаційно-аналітичної довідки щодо характеристик і класифікації товару;
- визначення тарифних ставок та нетарифних заходів регулювання імпорту йогурту на митну територію України;
- заповнення граф 31 та 33 митної декларації при декларуванні продукту [31].

4.2. Оформлення митної декларації на партію дієтичних кисломолочних напоїв, що ввозиться на територію України

Митну декларацію оформлюють на спеціальному бланку єдиного адміністративного документа, форма якого затверджена Міністерством фінансів України згідно з Наказом № 246 від 22 лютого 2012 року «Про затвердження зразків бланків єдиного адміністративного документа, додаткових аркушів, доповнень і специфікації та їх технічного опису» [29]. Заповнення окремих граф декларації здійснюється відповідно до вимог Наказу Міністерства фінансів України № 651 від 30 травня 2012 року «Про затвердження Порядку заповнення митних декларацій на бланку єдиного адміністративного документа» [49].

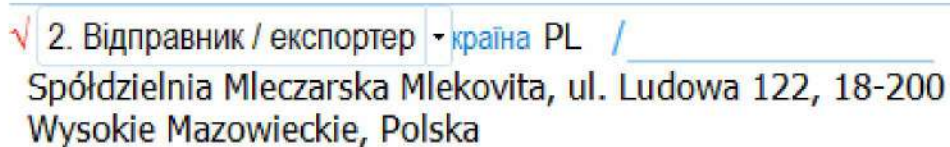
Партію дієтичного питного йогурту з полуницею торгової марки «Mlekovita» (Польща) було задекларовано в митному режимі «Імпорт». Під час заповнення митної декларації необхідно керуватися вимогами розділу II «Заповнення граф митних декларацій», пункту 2 вищезгаданого наказу, який

регламентує порядок оформлення товарів, що поміщуються у режими імпорту, реімпорту, переробки на митній території України, тимчасового ввезення, знищення або руйнування, відмови на користь держави, а також у режими митного складу, вільної митної зони чи безмитної торгівлі [3,27].

У графі 1 «Декларація» зазначається:

- у першому підрозділі – двозначний літерний код, що відображає напрямок переміщення товару;
- у другому та третьому підрозділах – коди митного режиму та типу декларації, відповідно до встановлених правил оформлення імпортних поставок.

У графі 1 зазначається код IM40AA у митній декларації позначає, що товар поміщено у митний режим імпорту (випуск для вільного обігу), це означає, що йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita» після сплати всіх митних платежів та виконання встановлених формальностей може вільно реалізовуватись на території України. Літерна комбінація «AA» вказує, що оформлення здійснюється за повною митною декларацією, без застосування спрощених процедур [5].



✓ 2. Відправник / експортер - країна PL /
 Spółdzielnia Mleczarska Mlekovita, ul. Ludowa 122, 18-200
 Wysokie Mazowieckie, Polska

Рисунок 4.5 – Графа 2 «Відправник/Експортер»

Графа 2 «Відправник/Експортер» містить інформацію про підприємство, що експортує товар з Польщі. У випадку з дієтичним питним йогуртом з полуницею ТМ «Mlekovita», у цій графі зазначаються повне найменування виробника та його адреса. Наприклад: Spółdzielnia Mleczarska Mlekovita, ul. Ludowa 122, 18-200 Wysokie Mazowieckie, Polska.

У графа 3 «Форми» зазначається інформація про кількість оформлених комплектів декларації. У першому підрозділі вказують порядковий номер, а в

другому – сумарну кількість комплектів ЄАД разом із додатковими аркушами. Для ввезення партії дієтичного питного йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita» оформлено один комплект документів, тому в графі зазначається 1|1 [33].

Графа 4 «Відвантажувальні специфікації». У цьому полі декларант відображає кількість додатків до декларації, а через символ «/» – число аркушів у кожному примірнику. У нашому випадку оформлено один комплект доповнення, без використання окремої специфікації, тому проставляється «1/0».

Графа 5 «Всього товарів». Указується кількість найменувань товарів, задекларованих у межах митної декларації. Поставка включає одну товарну позицію – питний йогурт з полуницею виробництва «Mlekovita».

Графа 6 «Всього місць». Тут фіксується загальна кількість пакувальних місць відповідно до супровідних документів. Партія складається з 12 картонних ящиків, у яких розміщено продукцію для імпорту на територію України [42].

Графа 7 «Довідковий номер». У цьому полі вказується порядковий номер митної декларації в загальному реєстрі оформлених документів. Для партії дієтичного питного йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita» (Польща) зазначено Вн. № 5851.

Графа 8 «Одержувач». Тут наводяться дані про підприємство, на адресу якого імпортується товар. Одержувачем є ТОВ «Омега», Україна, м. Дніпро. У графі зазначаються повне найменування, місцезнаходження, а за потреби – код ЄДРПОУ та контактна інформація підприємства, що виступає імпортером даної партії йогурту [47].

√ 8. Одержувач / Імпортер ▾ країна UA /√
ТОВ «Омега», вул.Панікахи, 15, м.Дніпро, 49041, Україна

Рисунок 4.6 – Графа 8 «Одержувач/Імпортер»

Графа 9 «Особа, відповідальна за фінансове врегулювання». У цій графі

зазначаються реквізити резидента України, який виступає стороною зовнішньоекономічного договору та забезпечує виконання фінансових зобов'язань за імпортовану продукцію. У контексті ввезення дієтичного питного йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita» (Польща) відповідальною стороною є ТОВ «Омега», м.Дніпро, що одночасно виконує функції імпортера та одержувача товару.

9. Особа, відповідальна за фін. врег. країна UA /00
 ТОВ «Омега»
 UA100

Рисунок 4.7 – Графа 9 «Особа, відповідальна за фінансове врегулювання»

Графа 10 «Країна першого призначення/ост. від». Для оформлення даної митної декларації на партію питного йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita» заповнення цієї графи не передбачено.

Графа 11 «Торговельна країна / Країна виробництва». У цій графі зазначається дволітерний код країни виробника відповідно до стандарту альфа-2. Для нашої поставки вказано PL (Польща), оскільки йогурт виготовлено підприємством, зазначеним у графі 2.

Графа 12 «Відомості про вартість». Тут відображається митна вартість задекларованих товарів у національній валюті. Сума для партії йогурту становить 1 702,43 грн [37].

Графа 13 «ЄСП». Заповнення цієї графи для даного виду митної декларації не застосовується.

Графа 14 «Декларант/Представник». У графі фіксуються дані митного брокера, що здійснює оформлення партії, а також серія та номер ліцензії на провадження митної брокерської діяльності і дата її видачі.

Графа 15 «Країна відправлення/експорту». У цій графі зазначається офіційна коротка назва країни українською мовою, з якої здійснено експорт товару. Для партії дієтичного питного йогурту з полуницею ТМ «Mlekovita» вказується Польща, як країна походження продукції.

15. Країна відправлення

Польща

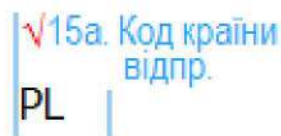

 15a. Код країни
відпр.
PL

Рисунок 4.8 – Графа 15 «Країна відправлення/експорту»

Графа 16 «Країна походження» – для даного виду митної декларації не зазначається [65].

Графа 17 «Країна призначення» – для даного виду митної декларації не зазначається.

Графа 18 «Ідентифікація і країна реєстрації транспортного засобу при відправленні/прибутті» – у графі наводяться відомості про транспортний засіб, на якому безпосередньо перебувають товари при пред'явленні митниці призначення:

- тип транспортного засобу: вантажний фургон (фургон)
- марка/модель: Fiat Ducato L3H2
- країна реєстрації: Польща (PL)
- реєстраційний номер: PL DWK 4821.


 18. Ідентифікація і країна трансп. засобу при відправленні/прибутті


(1)

№ Fiat Ducato PL DWK 4821



Рисунок 4.9 – Графа 18 «Ідентифікація і країна реєстрації транспортного засобу при відправленні/прибутті»

Графа 19 «Контейнер» – у цій графі відображається спосіб перевезення товару. Для даної партії йогурту товари перевозяться без контейнера, тому зазначається «0» [76].

Графа 20 «Умови поставки» – перший підрозділ містить скорочене літерне позначення умов поставки (DAP – Delivered At Place – доставлено до місця). У другому підрозділі вказується дволітерний код країни (PL Варшава), на території якої знаходиться пункт доставки, а після пробілу – назва самого

пункту призначення.

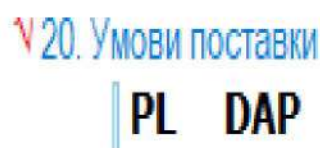


Рисунок 4.10 – Графа 20 «Умови поставки»

Графа 21 «Ідентифікація і країна реєстрації активного транспортного засобу на кордоні» – у цій графі вказуються дані транспортного засобу, який перетинає митний кордон України при ввезенні йогурту (вантажний фургон Fiat Ducato L3H2, зареєстрований у Польщі, номери PL DWK 4821)

Графа 22 «Валюта та загальна сума за рахунком» – лівий підрозділ: код валюти, у якій оформлено інвойс, правий підрозділ: сума інвойсу у зазначеній валюті [39].

У графі 23 «Курс валюти» зазначається офіційний курс гривні до іноземної валюти, в якій складено рахунок-фактуру (інвойс), на дату подання декларації (на дату подання декларації Національним банком України курс євро встановлено – 48,56 грн).

Графа 24 «Характер угоди» відображає тип контракту (умови поставки). У лівому підрозділі вказується код характеру договору (DAP), у правому – валюта, в якій проводяться розрахунки.

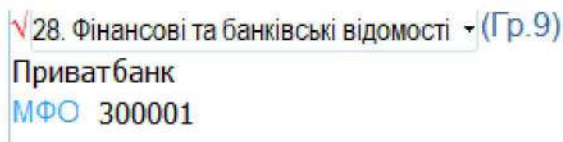
Графа 25 «Вид транспорту на кордоні» має відомості про код виду транспортного засобу, на якому товари перетинають митний кордон.

У графі 26 «Вид транспорту в межах країни» зазначається код виду транспортного засобу, на якому товари перебувають у момент пред'явлення митниці призначення.

Зміст графи 27 «Місце навантаження/розвантаження» заповнюється, якщо вантаж перевозиться поштою чи експрес-доставкою. В даному випадку не застосовується [17].

У графі 28 «Фінансові та банківські відомості» зазначаються дані про банк платника за зовнішньоекономічним договором, включаючи код

ЄДРПОУ, найменування банку, МФО.



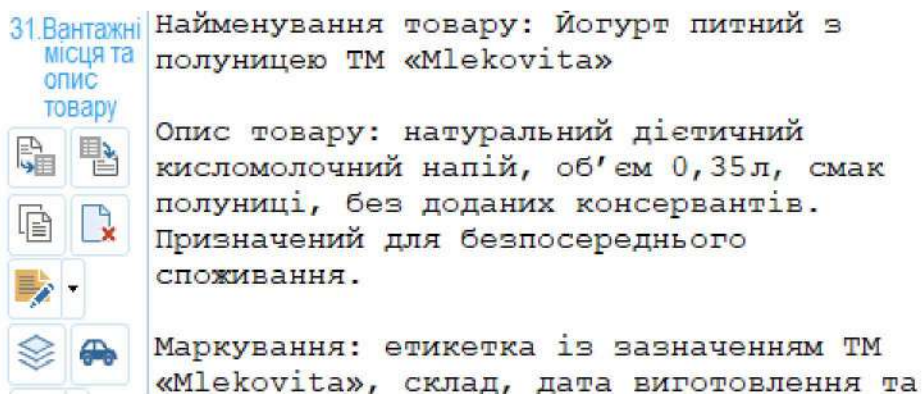
✓ 28. Фінансові та банківські відомості (Гр.9)
Приватбанк
МФО 300001

Рисунок 4.11 – Графа 28 «Фінансові та банківські відомості»

Графа 29 «Митний орган виїзду/в'їзду» – найменування митниці та дев'ятизначний код пункту пропуску, через який товари ввозяться в Україну.

Графа 30 «Місцезнаходження товарів» – зона митного контролю, де перебувають товари на момент оформлення (Компанія «Експерт Дніпро») [7].

У графі 31 «Вантажні місця та опис товарів» вказується детальний опис товару, включаючи найменування, торговельний опис, артикул, кількість, маркування та контейнерні номери (йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita», 0,35 л, 12 пляшок у ящику, 12 ящиків, вага брутто – 55 кг, нетто – 50,4 кг)



31. Вантажні місця та опис товару

Найменування товару: Йогурт питний з полуницею ТМ «Mlekovita»

Опис товару: натуральний дієтичний кисломолочний напій, об'єм 0,35л, смак полуниці, без доданих консервантів. Призначений для безпосереднього споживання.

Маркування: етикетка із зазначенням ТМ «Mlekovita», склад, дата виготовлення та

Рисунок 4.12 – Графа 31 «Вантажні місця та опис товару»

У графі 32 «Товар №» вказується порядковий номер товару, що декларується у графі 31-1.

Зміст графи 33 «Код товару» вказується код товару за УКТ ЗЕД, що дозволяє ідентифікувати вид і категорію продукції для митного обліку. Перший підрозділ графи: перші 8 цифр коду товару відповідно до УКТ ЗЕД, що характеризують групу та підгрупу продукту. Другий підрозділ графи:

дев'ята та десята цифри коду УКТ ЗЕД, що уточнюють підкатегорію товару (для йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita»: перший підрозділ: 0403209100 (йогурти питні, незгущені); другий підрозділ: 00 (стандартна класифікація без додаткових уточнень) [76].

32. Товар №	33. Код товару		
1	04031010		

Рисунок 4.13 – Графа 33 «Код товару»

Графа 34 «Код країни походження» – у лівому підрозділі «а» зазначається літерний код альфа-2 країни, де вироблено товар, описаний у графі 31, і класифікований за кодом УКТ ЗЕД, вказаним у графі 33 (для йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» – PL (Польща).

У графі 35 «Вага брутто (кг)» зазначається загальна вага товару разом із упаковкою відповідно до даних товарно-супровідної документації (55 кг).

Графа 36 «Преференція» описує цифрові коди податкових пільг, які застосовуються до товару, зазначеного у графі 31, та класифікованого за кодом УКТ ЗЕД у графі 33. Коди формуються за схемою МММАААППП, де МММ – код пільги щодо ввізного мита, ААА – код пільги щодо акцизного податку, а ППП – код пільги щодо податку на додану вартість. Для йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» спеціальні пільги не передбачені, тому у графі зазначається стандартний код без пільг: 000000000. Це означає, що на ввезений йогурт застосовуються загальні ставки мит та ПДВ без жодних преференцій чи звільнень [28].

36. Преференція
400/000/000

Рисунок 4.14 – Графа 36 «Преференція»

Графа 37 «Процедура» відображає код процедури переміщення товару через митний кордон відповідно до заявленого митного режиму. У першому підрозділі графи зазначається чотиризначний код, де перші дві цифри відповідають коду митного режиму, що застосовується до товару (наприклад, імпорт для внутрішнього споживання), а наступні дві цифри – код попереднього митного режиму, якщо товар перебував під контролем іншого режиму перед митним оформленням. У другому підрозділі графи вказується чотиризначний код особливостей переміщення товару: перші два знаки – літерний код, який описує специфіку перевезення або категорію товару (наприклад, «ІМ» – імпорт), а останні два знаки – цифровий код додаткової особливості, що може відображати, наприклад, тип пакування, спосіб транспортування або додаткові митні умови [73].

√37. ПРОЦЕДУРА
40 00 | ZZ 00

Рисунок 4.15 – Графа 37 «Процедура»

У графі 38 «Вага нетто (кг)» - вказана вага товару без упаковки – 50,4 кг.

Графа 39 «Квота» відображає наявність або відсутність кількісних обмежень на ввезення товару на митну територію України. Для йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» квота не передбачена, оскільки даний вид кисломолочних напоїв не підпадає під спеціальні обмеження щодо кількості імпорту. Митні органи не обмежують обсяг ввезеного товару і його можна ввозити у будь-якій кількості, що відповідає заявленій партії та супровідним документам.

Графа 40 «Загальна декларація/Попередній документ» містить інформацію про документ, який передував поданій митній декларації, наприклад, попередню декларацію або внутрішній обліковий документ. Відомості у графі зазначаються у наступному порядку: код документа, через знак «/» – номер та дата документа, та через знак «/» – порядковий номер товару у попередньому документі. Для партії йогурту це дозволяє

відслідковувати історію оформлення товару, підтверджувати його легальність і відповідність заявленим характеристикам у митній декларації.

40. Загальна декларація/попередній документ (1)   

ND	UA806030/2025/78	20.10.2025	1
----	------------------	------------	---

Рисунок 4.16 – Графа 40 «Загальна декларація/Попередній документ»

Графа 41 «Додаткові одиниці виміру». Зміст графи: для товарів, де потрібна додаткова одиниця виміру (шт., упаковка тощо). В нашому випадку «не застосовується» [39].

У графі 42 «Ціна товару» вказується фактурна вартість товару у валюті, зазначеній у рахунку-фактурі, з точністю до чотирьох знаків у дробовій частині. Для партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» загальна вартість становить 150,0000 PLN, що у гривнях на момент оформлення декларації відповідає 1 720,0000 грн. Ця сума відображає лише вартість самого товару, без урахування витрат на доставку та страхування.

У графі 43 «Метод визначення вартості» графі зазначається метод, за яким визначено митну вартість товару. Для партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» у лівому підрозділі графи проставлено цифру «1», що відповідає «основному методу визначення митної вартості» – за ціною угоди щодо товарів, які імпортуються (метод використовується у випадках, коли вартість підтверджена належними комерційними документами, такими як рахунок-фактура) [76].

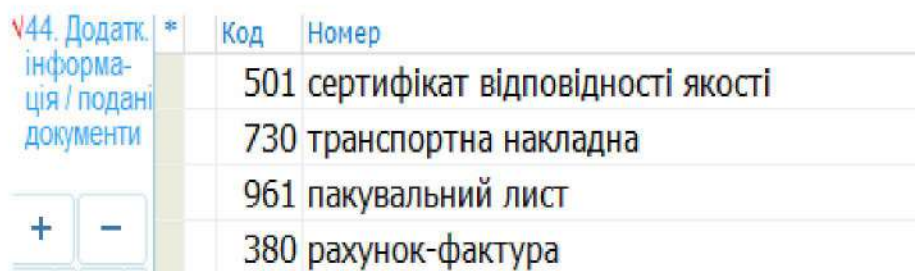
41. Додат. одиниці виміру 42. Фактур. вартість товару 43.

кг		1720 Грн	1	
----	--	----------	---	--

Рисунок 4.17 – Графи 41-43

У графі 44 «Додаткова інформація/Подані документи/Сертифікати і дозволи» наведено відомості про документи, подані для здійснення митного контролю та митного оформлення партії йогурту питного з полуницею

торговельної марки «Mlekovita» (Польща). Відомості щодо кожного документа зазначаються за встановленою схемою: спочатку проставляється код документа, далі через пробіл – номер документа, дата його видачі та, за наявності, кінцевий термін дії. До поданих документів належать: рахунок-фактура (код 380), що підтверджує фактурну вартість товару; пакувальний лист (код 961), який містить дані про кількість і масу товарних місць; транспортна накладна (код 730), що засвідчує умови перевезення; а також сертифікат відповідності якості харчових продуктів (код 501), виданий компетентним органом Республіки Польща. Такі документи підтверджують легальність ввезення продукції, її якість, безпечність та відповідність вимогам українського законодавства щодо імпорту харчових продуктів [20].



Код	Номер
501	сертифікат відповідності якості
730	транспортна накладна
961	пакувальний лист
380	рахунок-фактура

Рисунок 4.18 – Графа 44 «Додаткова інформація/Подані документи/Сертифікати і дозволи»

У графі 45 «Коригування» наведено митну вартість партії йогурту питного з полуницею торговельної марки «Mlekovita», перераховану у національну валюту України відповідно до курсу, зазначеного у графі 23 митної декларації. Розрахунок здійснено з урахуванням фактурної вартості продукції, транспортних витрат та інших можливих складових, що впливають на визначення митної вартості. Загальна митна вартість товару становить 1 720,00 грн, що є еквівалентом 150 польських злотих.

У графі 46 «Статистична вартість» зазначено статистичну вартість товару у гривнях, яка визначається шляхом поділу митної вартості (з графи 45) на 1000 та округлення отриманого результату до п'яти знаків після коми. Цей показник використовується для ведення офіційної статистики

зовнішньоекономічної діяльності. Для даної партії йогурту статистична вартість становить 1,72000 тис. грн.

У графі 47 «Нарахування платежів» наведено повні відомості щодо нарахування митних платежів при ввезенні партії йогурту на митну територію України. У першій колонці «Вид» зазначено коди видів платежів – ввізне мито, податок на додану вартість (ПДВ). У другій колонці «Основа нарахування» наведено митну вартість товару (графа 45) та суму ПДВ, розраховану з фактурної вартості, визначеної у графі 42, із урахуванням курсу валют і нарахованого мита. У третій колонці «Ставка» зазначено розміри ставок відповідних податків і зборів, встановлених чинним законодавством України: для йогурту – ставка ввізного мита 0%, ставка ПДВ – 20%. У четвертій колонці «Сума» наведено загальну суму митних платежів, нарахованих до сплати. У п'ятій колонці «Спосіб платежу» вказано код способу здійснення розрахунку (таблиця 4.2) [51].

Ввізне мито (код 020) розраховується за ставкою 0,1% від митної вартості: $1720 \times 0,1\% = 1,72$ грн. ПДВ (код 028) обчислюється за ставкою 20% від митної вартості: $1720 \times 20\% = 344,00$ грн. Усього до сплати (з урахуванням умовного нарахування мита) – 345,72 грн.

Графа 48 «Відстрочення платежів». Для партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» відстрочення платежів не застосовується. У цій графі зазвичай зазначається кінцевий термін дії фінансової гарантії або строк відстрочення сплати митних платежів, однак у даному випадку такі умови не передбачені, оскільки товар є швидкопсувним і розмитнюється одразу після ввезення.

Графа 49 «Реквізити складу» заповнюється лише у разі, якщо товари розміщуються на складі митного органу або на митному складі до моменту їх випуску у вільний обіг. Для даної партії йогурту така операція не проводилася, тому реквізити складу не зазначаються.

У графі 50 «Принципал» зазначаються дані про перевізника або експедитора, який здійснює транспортування товарів. Оскільки митна

декларація на йогурт оформлюється безпосередньо імпортером, без залучення стороннього експедитора, відомості у цій графі не наводяться [47].

Таблиця 4.2 – Графа 47 «Нарахування платежів»

№ з/п	Вид	Вид платежу згідно класифікатора	Основа нарахування (грн)	Ставка	Сума (грн)	Спосіб платежу	Вид способу платежу згідно класифікатора
1	020	Мито на товари, що ввозяться на територію України суб'єктами господарювання	1720,00	0,1 %	1,72	06	Умовне нарахування платежу
2	028	Податок на додану вартість з товарів, ввезених на територію України суб'єктами господарювання	1720,00	20 %	344,00	01	Сплата митних платежів у безготівковій формі через рахунки, відкриті на ім'я митних органів у територіальних органах Державної казначейської служби України

Для партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» ця графа 51 «Передбачувані митні органи (і країна) транзиту» не заповнюється, оскільки переміщення товару транзитом територією інших країн не здійснюється. Поставка відбувається безпосередньо з Республіки Польща до України.

Графа 52 «Гарантія не дійсна для» призначена для зазначення випадків, коли гарантія сплати митних платежів не поширюється на окремі ділянки маршруту або країни. Для даного імпортного постачання йогурту така гарантія не вимагається, тому відомості у графі не зазначаються.

Оскільки йогурт не переміщується транзитом, а ввозиться безпосередньо на митну територію України для вільного обігу, заповнення цієї графи 53 «Митний орган (і країна) призначення» не передбачено.

У графі 54 «Місце та дата» зазначаються дані про місцезнаходження підприємства-імпортера, вказаного в графі 14 МД, а також інформація про особу, яка безпосередньо заповнила митну декларацію. Для партії йогурту ТМ «Mlekovita» вносяться такі відомості: повна адреса підприємства-отримувача, прізвище та ініціали декларанта, його реєстраційний номер облікової картки платника податків, номер телефону та електронна адреса.

✓ 54. Місце та дата ▾

Місце	Дніпро, ТОВ "Експерт"		
ПІБ	Боровик Тетяна Віталіївна		
Телефон	+38012345678		
ІПН	9866325752	24.10.2025	
E-mail	boroviktetiana@gmail.com		

Рисунок 4.19 – Графа 54 «Місце та дата»

Графа А «Митний орган відправлення/експорту/призначення». Для партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» у цій графі зазначаються реквізити митного органу, який здійснює митне оформлення товару при ввезенні в Україну. У першому рядку вказується реєстраційний номер митної декларації, сформований за встановленою схемою: ММММММММММ/РРРР/НННННН, де: ММММММММММ – дев'ятизначний код підрозділу митного органу, який прийняв декларацію до оформлення (наприклад, UA20514000 – Львівська митниця, відділ митного оформлення «Краковець»); РРРР – рік подання митної декларації; НННННН – порядковий номер декларації в журналі обліку митного органу [13].

Для партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» у графі В «Подробиці розрахунків» зазначається код виду платежу та загальна сума митних платежів, що підлягають сплаті або забезпеченню. У суму

включаються всі належні платежі – мито, податок на додану вартість та інші збори (за наявності), визначені відповідно до даних основного аркуша ЄАД та додаткових аркушів митної декларації. Загальна сума платежів, розрахована для цієї партії йогурту, становить 345,72 грн, що включає умовне мито (1,72 грн) та ПДВ (344,00 грн). Інформація у графі наведена у відповідності до вимог чинного Порядку заповнення митних декларацій на бланку єдиного адміністративного документа, затвердженого наказом Міністерства фінансів України [45].

Таким чином, митна декларація на ввезення йогурту ТМ «Mlekovita» оформлена коректно, містить повні дані про товар, суму нарахованих платежів та забезпечує прозорий контроль його переміщення через митний кордон України.

ВИСНОВКИ

1. Український ринок кисломолочної продукції демонструє поступове відновлення та стабілізацію після кризових 2022-2023 років, зберігаючи високу соціально-економічну значущість галузі. Попит на кефір, йогурти та інші традиційні продукти залишається стабільним, водночас зростає інтерес до функціональних і дієтичних напоїв, що відповідають сучасним споживчим трендам і здоровому харчуванню.

2. Основними проблемами галузі залишаються дефіцит якісної молочної сировини через скорочення поголів'я корів, порушення логістики та зростання витрат на енергоносії, що підвищує собівартість продукції. Попри це, великі переробні підприємства демонструють гнучкість, модернізують виробничі потужності, впроваджують інноваційні продукти та підтримують експортний потенціал.

3. Якість і споживна цінність дієтичних кисломолочних напоїв визначаються високими стандартами сировини та технологічними процесами виробництва, включно з нормалізацією, пастеризацією, гомогенізацією та контролем заквасок. Використання сучасних технологій забезпечує безпеку, стабільність консистенції, органолептичні властивості продуктів та формування пробіотичних і низькожирових напоїв, що відповідають потребам здорового харчування.

4. Об'єктом кваліфікаційної роботи було обрано дієтичні кисломолочні напої, а саме партія йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita», що надійшла в супермаркет «Dmart» м. Кам'янське Дніпропетровської області.

5. Методи дослідження, що застосовувалися, включають органолептичні та фізико-хімічні підходи, а також статистично-математичну обробку експериментальних даних із використанням комп'ютерних технологій.

6. Аналіз асортименту йогуртів у супермаркеті «Dmart» м. Кам'янське демонструє добре структуровану та збалансовану пропозицію, орієнтовану на різні групи споживачів. Асортимент включає 17 торгових марок, серед яких 6

іноземних (переважно польські, болгарські та румунські) і 11 українських, що дозволяє поєднувати європейські стандарти якості з доступністю вітчизняної продукції. Найбільшу частку займають традиційні йогурти та популярні функціональні напої, водночас представлено й нішеві продукти, що забезпечує різноманіття смаків і форм споживання. Рациональне поєднання внутрішніх і закордонних брендів, різних типів йогуртів і цінкових категорій свідчить про орієнтацію магазину на задоволення попиту, підвищення лояльності клієнтів і конкурентоспроможності торговельного закладу, а також забезпечує ефективне управління торговельним процесом та максимізацію економічної віддачі від реалізації кисломолочних продуктів.

7. Ідентифікаційна експертиза йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» підтвердила, що продукт відповідає встановленим стандартам, технічним регламентам та заявленим виробником характеристикам: склад містить натуральне молоко та живі молочнокислі бактерії без штучних барвників і ароматизаторів, масова частка жиру, білка та інших компонентів відповідає нормам, а органолептичні та фізико-хімічні показники відповідають вимогам стандартів; маркування повне, достовірне та оформлене українською мовою, перевірка штрихового коду у системі GS1 підтвердила європейське походження продукції, а упаковка забезпечує належний захист продукту протягом терміну придатності, що разом засвідчує відсутність фальсифікації та придатність йогурту до реалізації.

8. Проведена експертиза партії йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita» засвідчила, що продукт має чистий, гармонійний кисломолочний смак із вираженим ароматом полуниці, м'яку однорідну консистенцію, рівномірно розподілені часточки наповнювача та ніжно-рожевий колір. Фізико-хімічні показники, зокрема масова частка жиру (1,6 %) та титрована кислотність (121 °T), відповідають вимогам стандарту ДСТУ 4343:2004. Таким чином, йогурт повністю відповідає нормативним вимогам за органолептичними та фізико-хімічними характеристиками і придатний до реалізації.

9. Проведена порівняльна експертиза якості п'яти зразків питних йогуртів із полуницею засвідчила, що всі продукти відповідають нормативним вимогам за органолептичними показниками. Польський йогурт ТМ «Mlekovita» отримав середній бал 24,2, що відповідає рівню «відмінно», з відмінними оцінками за смак і консистенцію. Серед українських зразків найвищі бали отримали ТМ «Молокія» (24,4) та ТМ «Ферма», решта – ТМ «Славія» та ТМ «Волошкове поле» – оцінені як «добре». Результати демонструють стабільно високі споживчі властивості як імпортованих, так і вітчизняних йогуртів, підтверджуючи конкурентоспроможність української продукції на ринку кисломолочних виробів.

10. Партия йогурту питного з полуницею ТМ «Mlekovita», що надійшла до супермаркету «Dmart» у м.Кам'янське, була прийнята та відібрана для експертизи відповідно до вимог ДСТУ 4343:2004. Під час огляду та відбору проб були дотримані всі норми щодо маркування, пакування, транспортування та умов зберігання, забезпечивши репрезентативність вибірки. За результатами органолептичних та фізико-хімічних випробувань встановлено, що продукція відповідає нормативним вимогам, є безпечною, доброякісною та придатною до реалізації на території України.

11. Результати класифікаційної експертизи показали, що питний йогурт з полуницею ТМ «Mlekovita» є продуктом тваринного походження, який завдяки своїм складовим, технології виробництва та готовності до споживання підпадає під класифікацію відповідно до УКТ ЗЕД: розділ I, група 04, товарна позиція 0403, підпозиція 040320, категорія 04032091 та підкатегорія 0403209100. Така класифікація дозволяє однозначно ідентифікувати продукт для митних цілей, забезпечує правильне застосування тарифних і нетарифних заходів регулювання, а також використовується при підготовці аналітичних довідок і заповненні митної декларації, що гарантує законність і точність оформлення імпортованої партії йогурту на територію України.

12. Митна декларація на партію дієтичного питного йогурту з полуницею торговельної марки «Mlekovita» оформлена відповідно до чинного

законодавства України, з дотриманням вимог Наказів Міністерства фінансів № 246 та № 651. Документ містить повну та детальну інформацію про товар, його відправника, одержувача, транспортні засоби, умови поставки, вартість і нараховані митні платежі. Всі графи, що мають застосування до даного виду продукції, заповнені коректно, а розрахунок митних платежів відповідає встановленим ставкам: ввізне мито 0,1 % та ПДВ 20 %. Таким чином, оформлення забезпечує прозорість переміщення товару через митний кордон України, підтверджує його легальність та відповідність вимогам законодавства щодо імпорту харчових продуктів, що дозволяє вільно реалізовувати йогурт на території країни.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Розширити практику лабораторного контролю імпортованих кисломолочних продуктів із використанням сучасних методів фізико-хімічного аналізу (наприклад, інфрачервоної спектроскопії чи хроматографії) для оперативного виявлення можливих фальсифікацій та підтвердження натуральності компонентного складу йогуртів.

2. Запровадити систематичний моніторинг якості й маркування імпортованих молочних виробів на споживчому ринку України з метою виявлення відхилень від вимог ДСТУ та технічних регламентів, що підвищить рівень довіри споживачів і сприятиме формуванню прозорої конкуренції між вітчизняними та закордонними виробниками.

3. Рекомендується удосконалити інформаційно-аналітичне забезпечення митних процедур, зокрема шляхом інтеграції даних класифікаційної системи УКТ ЗЕД з електронними базами сертифікації якості харчових продуктів, що забезпечить автоматизовану перевірку відповідності продукції стандартам ще на етапі митного оформлення.

4. Доцільно активізувати співпрацю між митними органами та органами державного контролю за безпечністю харчових продуктів, що дозволить оперативніше обмінюватися результатами експертиз, уникати дублювання процедур і підвищити ефективність контролю імпортованої молочної продукції.

5. Розробити науково обґрунтовані методичні рекомендації для експертів-товарознавців щодо проведення ідентифікаційної та класифікаційної експертизи йогуртів, ураховуючи сучасні технології виробництва, появу нових функціональних інгредієнтів і зміну нормативної бази, що сприятиме підвищенню точності експертних оцінок і уніфікації підходів у сфері митної справи.