

## ЛОГІСТИЧНІ ЗАХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТОМАТОПРОДУКТІВ ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ФОРА»

**Салашенко З.А.**, гр. ТРЗ-18

Науковий керівник – канд. техн. наук, доц. **Сподар К.В.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Аналіз літературних джерел та статистичних даних свідчить, що ринок консервованих томатопродуктів дуже розгалужений оскільки консервування є одним із найбільш ефективних способів збереження якості вихідної сировини.

Встановлено, що найбільшу питому вагу серед перероблених томатопродуктів на ринку України займають овочеві консерви (38%). Найбільшим попитом у споживачів користуються томати консервовані таких торгових марок як Ніжин, Чумак.

Вимоги до якості томатів консервованих нормуються в ГОСТ 7231-90 «Томаты консервированные». Вимоги до якості томатів заморожених регламентуються в ОСТ – 111-7-92 «Овощи быстро-замороженные».

Питома вага консервованих томатів у ТОВ «Фора» становить 38%. Серед консервованих томатів найбільшу питому вагу становлять такі торгові марки, як Ніжин, Чумак, Верес та Гайсин. Аналіз асортименту заморожених овочів у ТОВ «Фора» засвідчив, що заморожені томати окремо не реалізуються, але вони входять до складу різних овочевих сумішей.

В результаті дослідження сортопридатності томатів до заморожування встановлено, що найбільш придатним є сорт Дебарау, який за органолептичними, фізико-хімічними показниками значно перевершує сорт Гібрид F1.

Для підвищення конкурентоспроможності та удосконалення асортименту консервованих та заморожених томатопродуктів необхідно приділяти велику увагу методам пакування та якості сировини, з якої виготовляють дані продукти, готової продукції, а також оновлення рецептури, збагачення її мінеральними речовинами, білковою сировиною, які необхідні організму людини.

З метою постійного спостереження за змінами в зовнішньому середовищі проведення моніторингу діяльності підприємства доцільно впроваджувати маркетингові інформаційні системи. Для підвищення ефективності маркетингових досліджень необхідно укріпити матеріально-технічну базу маркетингової служби.