

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ПОЗИЦІЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ ПОСТАЧАННЯ ГІРКИХ НАСТОЯНОК»

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

Циганенко Дениса
Григоровича

Науковий керівник
канд.техн.наук, доцент

Мостика Костянтин
Вікторович

Науковий консультант
канд.екон.наук, доцент

Лиса Світлана
Сергіївна

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

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ – 2018

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Теоретико-практичні засади позиціювання та управління постачанням лікєро-горілочаних виробів.....	10
1.1. Стан та тенденції розвитку ринку гірких настоянок в Україні.....	10
1.2. Законодавчо-правове регулювання обігу алкогольних напоїв.....	15
1.3. Фактори формування та збереження споживних властивостей гірких настоянок.....	23
1.4. Критерії позиціювання гірких настоянок.....	31
Розділ 2. Товарознавча та споживча оцінка асортименту гірких настоянок, що реалізується ТОВ «Континент ФУД».....	33
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження.....	33
2.2. Товарознавча оцінка асортименту та якості гірких настоянок.....	37
2.3. Оцінка конкурентоспроможності гірких настоянок.....	40
2.4. Стратегія позиціювання гірких настоянок у ТОВ «Континент ФУД»...46	
Розділ 3. Стан та перспективи розвитку системи управління каналами постачання гірких настоянок ТОВ «Континент ФУД».....	53
3.1. Теоретичні засади управління каналами постачання.....	53
3.2. Характеристика системи управління каналами постачання гірких настоянок ТОВ «Континент ФУД».....	57
3.3. Аналіз ефективності управління каналами постачання гірких настоянок на ТОВ «Континент ФУД».....	62
3.4. Напрями удосконалення системи управління каналами постачання гірких настоянок на підприємстві ТОВ «Континент ФУД».....	68
Висновки та пропозиції.....	75
Список використаних джерел.....	79
Додатки	

АНОТАЦІЯ

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто позиціонування та управління каналами постачання гірких настоянок. Проаналізовано класифікацію гірких настоянок.

Охарактеризовано стан та тенденції розвитку ринку гірких настоянок в Україні, висвітлено основні його проблеми та досліджено асортимент.

За визначеними критеріями, засобами та методами дослідження гірких настоянок проведена товарознавча та споживча оцінка асортименту з метою встановлення відповідності досліджуваного об'єкта вимогам нормативних документів, що реалізується ТОВ «Континент ФУД».

Запропоновані шляхи вдосконалення системи управління каналами постачання гірких настоянок на підприємстві.

Ключові слова: ринок алкогольних напоїв, просування, гіркі настоянки, канали постачання

ANNOTATION

In the final qualification work the positioning and management of supply channels of bitter tinctures are considered. The classification of bitter tinctures is analyzed.

The state and trends of the market of bitter tinctures in Ukraine are characterized, the main problems and the assortment are explored.

According to certain criteria, means and methods of research of bitter tinctures, a commodity and consumer assessment of the assortment was conducted in order to establish conformity of the investigated object with the requirements of normative documents, which is being implemented by LLC Continent FUD.

The ways of improvement of the system of management of supply channels of bitter tinctures at the enterprise are offered.

Keywords: alcoholic drinks market, promotion, bitter tinctures, supply channels

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ВООЗ – Всесвітня організація охорони здоров'я

МОЗ – Міністерство охорони здоров'я

ЛГП – лікero-горілчана продукція

ДСТУ – Державний стандарт України

ТУ – технічні умови

ГДК – гранично допустима концентрація

ЛГЗ – лікero-горілчаний завод

ТОВ – товариство обмеженої відповідальності

СОУ – стандарти організацій України

ЦНДЛ – Центральна науково-дослідна лабораторія

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день ринок алкогольної продукції в Україні представлений досить широко. Українські виробники досить успішно витісняють імпортні товари. Але в той же час легальному ринку дуже складно конкурувати з тіньовим бізнесом. Підвищення акцизної ставки може як підвищити надходження до Держбюджету, так і знизити їх.

Алкоголь є частиною людської культури вже протягом багатьох століть. Споживання таких напоїв в невеликих кількостях підвищує тонус організму та захищає від багатьох хвороб. Але якщо споживати їх у великій кількості або низької якості, то це може призвести до порушення діяльності організму людини або отруєння.

Гіркі настоянки є алкогольними напоями, які одержують шляхом купажування екстрактів (настоїв) різноманітної корисної сировини. Вони мають гіркуватий, гіркувато-пряний або пекучий смак. При виробництві гірких настоянок використовують рослинну пряно-ароматичну сировину, таку як аніс, шкірки цитрусових, гвоздику, коріандр, імбир, калган, зубрівку, кардамон, перець чорний та червоний і багато іншого. Пряно-ароматична сировина проявляє антиоксидантні та загальнозміцнюючі властивості, що говорить про доцільність її використання у лікєро-горілочній промисловості.

На сьогоднішній день провідними виробниками лікєро-горілочної продукції використовуються в якості добавок різні смакові та ароматичні речовини переважно синтетичного походження які можуть негативно впливати на організм людини. Тому актуальним питанням на сьогодні залишається використання натуральної сировини рослинного або тваринного походження яка окрім надання позитивних органолептичних властивостей готовому виробу також підвищує його біологічні властивості, збагачуючи продукт низкою корисних вітамінів, макро- та мікроелементами [1].

Зміни у поставках товарів, а саме інтернаціоналізація закупівель, різке зростання кількості постачальників та їх просторове розміщення, висувають

нові вимоги до логістики торговельних мереж. В умовах жорсткої конкуренції на ринку споживчих товарів на передній план висуваються завдання формування раціональних логістичних ланцюгів торгівлі та організації їх ефективного управління. Застосування логістичного підходу в торгівлі гіркими настоянками забезпечує збільшення збуту споживчих товарів та організацію наскрізного управління рухом товарів. Разом з тим практична реалізація цього підходу вимагає і розвитку теорії, і розроблення відповідних методичних інструментів, що забезпечують адаптацію управління логістичними ланцюгами у торгівлі гіркими настоянками відповідно до українського ринку споживчих товарів.

Питанням покращення якості та розширенням асортименту лікеро-горілчаної продукції присвячено праці переважно зарубіжних учених, таких як І. І. Бурачевський, М. В. Шишков, Л. Є. Попов, Н. К. Романова, В. А. Домарецький, Н. С. Maduka, J. Sinclair, M. Bensafi та ін. У результаті їх досліджень встановлено перспективність використання різних композицій інгредієнтів, нових видів харчових добавок і біологічно активних речовин, які сприяють підвищенню захисних функцій організму від несприятливої дії алкоголю. Таким чином, позиціонування гірких настоянок з метою оптимізації управління каналами їх постачання є актуальним.

Об'єктом дослідження є гіркі настоянки, ТОВ «Континент ФУД».

Предметом роботи є споживні властивості гірких настоянок, показники економічної діяльності ТОВ «Континент ФУД».

Метою випускної кваліфікаційної роботи є позиціонування гірких настоянок з метою оптимізації управління каналами їх постачання.

Для досягнення поставленої мети даної роботи необхідним є виконання таких основних завдань:

- дослідити стан та тенденції розвитку ринку гірких настоянок в Україні;
- провести аналіз законодавчо-правового регулювання обігу алкогольних напоїв;

- охарактеризувати фактори формування та збереження споживних властивостей гірких настоянок;
- проаналізувати критерії позиціювання гірких настоянок;
- дослідити організацію, об'єкт та методи дослідження;
- визначити товарознавчу оцінку асортименту та якості гірких настоянок;
- визначити конкурентоспроможність гірких настоянок;
- розглянути стратегію позиціювання гірких настоянок;
- дослідити теоретичні засади управління каналами постачання;
- навести характеристику системи управління каналами постачання гірких настоянок ТОВ «Континент ФУД»;
- проаналізувати ефективність управління каналами постачання гірких настоянок на ТОВ «Континент ФУД»;
- розробити напрями удосконалення системи управління каналами постачання гірких настоянок на підприємстві ТОВ «Континент ФУД».

Методи дослідження. В процесі дослідження використано органолептичні та фізико-хімічні методи дослідження якості гірких настоянок.

Наукова новизна полягає у застосуванні методів оцінки конкурентоспроможності товарів у позиціюванні та управлінні каналами постачання гірких настоянок.

Практична цінність роботи полягає у розробленні шляхів оптимізації асортименту гірких настоянок для ТОВ «Континент ФУД» та пропозицій щодо удосконалення організації товаропостачання.

Випускна кваліфікаційна робота має наступну структуру: вступ, три розділи, висновки та пропозиції, список використаних джерел, який містить 46 найменувань та додатки. Обсяг роботи складає 84 сторінки.

Апробація результатів досліджень. За результатами досліджень опублікована стаття «Оцінка якості гірких настоянок в управлінні каналами їх постачання» в збірнику наукових статей «Товарознавство і торговельне підприємництво».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ПОЗИЦІЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПОСТАЧАННЯМ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНИХ ВИРОБІВ

1.1. Стан та тенденції розвитку ринку гірких настоянок в Україні

Обов'язковою умовою успіху товарної політики є точне позиціонування товару на ринку. Позиціонування тісно пов'язане з сегментацією ринку, оскільки це дві сторони процесу вибору цільового ринку і ефективного на ньому функціонування.

Ринок лікєро-горілчаних виробів протягом останніх років демонструє стабільні тенденції до зростання. Основним фактором цього є збільшення платоспроможного попиту, який забезпечується високими темпами зростання рівня доходів населення. В Україні зареєстровано близько 100 суб'єктів підприємницької діяльності, які розливають гіркі настоянки та обсяги даного ринку оцінюються у 30-35 млн. дол. В останні роки на ринку алкогольних напоїв спостерігаються структурні зміни у виробництві та збуті, а саме існує тенденція до укрупнення та концентрації лікєро-горілчаного бізнесу.

У свідомості споживачів окремі торгові марки не ототожнюються з певним виробником – конкретним лікєро-горілчаним заводом. Це, в свою чергу, спричинює конкуренцію між тими торговими марками, які виробляються одним підприємством. Причину виникнення такої ситуації ми вбачаємо, зокрема, як у відсутності чіткого позиціонування підприємствами-виробниками власної продукції в окремих сегментах ринку, на які вона розрахована, так і у відсутності систематизованих уявлень про сутність сучасного брендингу та переваги, які він забезпечує.

Логіка розвитку ринку гірких настоянок, безумовно, призведе до появи сильних брендів українських виробників. Переваги, які забезпечує бренд своїм власникам, – це зміцнення і стабільність позицій на ринку,

оптимізація системи дистрибуції, отримання додаткового прибутку, збільшення капіталізації компаній, можливість залучення інвестицій.

Виробництво алкогольних напоїв є не стабільним. В один і той самий проміжок часу виробництво одних напоїв може збільшуватись, а інших скорочуватись (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Динаміка виробництва алкогольних напоїв в Україні, млн. дал. [1]

Назва продукції	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2017	2018	2014	2015	2017	2018
Спирт	22,7	31,7	27,9	26,7	24,6	19,6	17,2	18,3	12,1	11,8	11,2	10,7
Коньяк	2,8	3,6	3,9	3,1	3,6	4,7	4,6	4,5	2,5	2,2	2,0	1,8
Горілка	35,5	37,2	40,0	42,3	42,5	33,4	33,8	28,0	21,5	20,1	18,4	17,2
Лікери	23,7	25,4	21,7	13,1	11,7	12,0	11,5	11,5	10,4	9,6	9,2	8,6
Вино виноградне	17,1	19,5	21,0	23,1	29,6	16,9	12,8	11,7	7,21	6,48	5,8	5,21
Вино «Шампанське»	4,5	4,5	4,0	4,2	4,2	3,7	3,3	3,1	2,6	2,2	1,9	1,7
Пиво	268	316	320	300	310	306	301	279	245	224	218	203
Гіркі настоянки	13,7	16,1	17,6	19,7	26,2	13,5	9,4	8,3	3,81	3,08	2,4	1,81

Як можна побачити в 2006-2008 роках динаміка виробництва пива, коньяку, горілки та виноградного вина зростала, а виробництво спирту, лікерів, гірких настонок та «Шампанських» вин спадало.

Але впродовж останніх трьох років відбувається тенденція до зниження виробництва всіх видів алкогольних напоїв. Виробництво коньяку в 2014 році в порівнянні з 2018 зменшилось на 44,4%, виробництво спирту – на 33,9%, виробництво горілки – на 23,2%, виробництво лікерів – на 10,6%, виробництво виноградних вин – на 38,4%, виробництво ігристих вин – на 16,1%, виробництво пива – на 12,2%. Отже, найбільших змін зазнало виробництво коньяку, спирту та виноградних вин [2].

Основними причинами зниження виготовлення спирту науковці називають [3]:

- відсутність ринків збуту готової продукції;

- постійне збільшення розміру акцизного збору на різні види спирту та алкогольні напої, що призводить до подорожчання алкогольної продукції.
- відсутність кредитних ресурсів, які б дали змогу закуповувати місцеву сировину й забезпечити роботу галузі до нового врожаю;
- відсутності виробництва спирту для виготовлення біоетанолу.

Спад виробництва горілки та коньяку, імовірно, відбувся через скорочення попиту на легально виготовлені алкогольні напої, внаслідок високих цін на неї.

У зменшенні виробництва виноградних вин найбільшу роль зіграла анексія АР Крим в 2014 році, де знаходяться найбільші площі виноградників в Україні.

Динаміку продажу алкогольних напоїв у 2011-2018 роки представлено на рис. 1.1.

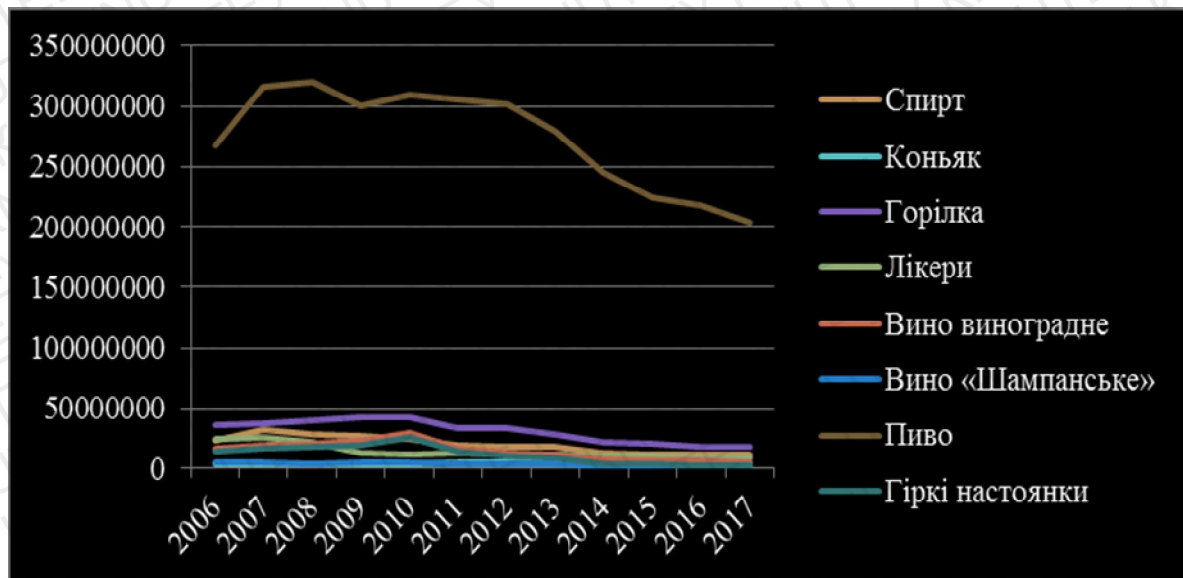


Рис. 1.1. Продаж алкогольних напоїв у 2011-2018 роки, тис. грн. [1]

Аналізуючи продаж алкогольних напоїв в точках роздрібної торгівлі, можна сказати, що найбільше в Україні продається горілки та лікеро-горілчаних напоїв. В 2018 році їх було продано на 12630,1 млн. грн. На другому місці знаходиться пиво. Його було реалізовано на 11623,8 млн. грн. Також можна побачити, що продажі цих товарів різко збільшились в

порівнянні з 2014 роком. Продаж гірких настоянок з 2011 по 2018 роки знизився майже в 10 разів, стабільний продаж можна тільки спостерігати в 2010 році.

Продаж горілки та лікєро-горілчаних напоїв зріс на 13%, а пива – на 28 %. В той же ж час відбулось зростання продажу виноградних та ігристих вин на 21% і 24% відповідно.

Продаж слабоалкогольних напоїв та коньяку залишається протягом останніх п'яти років на приблизно однаковому рівні [2].

За результатами аналізу виробництва та реалізації алкогольних напоїв в Україні можна зробити висновок, що не зважаючи на те, що виробництво алкогольних напоїв з кожним роком зменшується, їх продаж збільшується. Це свідчить про те, що в подальшому можливе нарощення темпів виробництва до показників минулих років.

За даними Державної фіскальної служби України ДУ «Український моніторинговий та медичний центр з наркотиків та алкоголю МОЗ України» розкрито показники експорту української алкогольної продукції, які характеризуються так:

- алкогольних напоїв у виді спирту етилового денатурованого менш як 80об. % з розрахунку на одиницю виміру 100% спирту на літр склали 78634,48 тис. дол. США;
- харчового спирту, а саме спирту етилового не денатурованого 80об% або більше – 833,24 тис. дол. США.
- виноробної продукції, що включає в себе вина виноградні, у тому числі вина міцні, вермут та інше виноградне вино – 11476,63 тис. дол. США;
- пива із солоду (солодове) – 3184,26 тис. дол. США;
- слабоалкогольних, а саме зброджених напоїв – 289,88 тис. дол. США (найменший обсяг) [3].

Розглядаючи імпорту алкогольної продукції, треба зазначити, що, найбільший коефіцієнт належить таким напоям, як коньяк, лікєри, горілчані вироби у вигляді спирту етилового денатурованого менш як 80об.%, обсяг

ввозу яких виміряється 54736,13 тис. дол. США, що є найбільшим показником серед всіх видів алкоголю. Далі йдуть винні напої – 35852,46 тис. дол. США, потім пиво – 123055,77 тис. дол. США, різні слабоалкогольні напої – 884,07 тис. дол. США і найменший показник має спирт етиловий не денатурований більш як 80об.% – 833,24 тис дол. США [2].

Найбільш активно замовляли алкоголь українських виробників компанії з Польщі, Туреччини, США та Білорусі. На компанії з цих країн припала лєвова частка.

Не зважаючи на великий обсяг експортованої горілки, Україна залишається країною-імпортером міцних алкогольних напоїв, в основному за рахунок ввезення на митну територію країни таких напоїв, як «Бренді», «Текіла», «Арманьяк», «Віскі», «Шампанське», ігристі вина, іншої продукції, яка в Україні не виготовляється. Одними з найбільших імпортерів алкоголю є Італія, на другому і третьому місцях ідуть Австралія та Молдова відповідно [4].

Найбільша кількість експортних замовлень отримали виробники з Одеської – 5,8 млн. дол. США, Київської – 7,8 млн. дол. США (плюс м.Київ – 5,4 млн. дол. США), Херсонської – 4,5 млн. дол. США, Миколаївської – 5,5 млн. дол. США, Львівської – 1,5 млн. дол. США та Дніпропетровської областей – 1,8 млн. дол. США. Втім, співвідношення експорту та імпорту алкогольних напоїв незрівнянно вище на користь останнього. На кожне експортне замовлення, отримане українською компанією, доводиться 10 замовлень на імпорт.

Таким чином, сьогодні на вітчизняному ринку алкогольних напоїв проявляються ознаки стагнації, спричинені зростанням тінізації виробництва, збільшенням імпорту на фоні зменшення експорту продукції, негативним впливом загальноєкономічної кризи на формування споживчого попиту тощо. На розвиток цього ринку у стратегічній перспективі сильно впливатимуть як економічні, так і нормативно-правові та технологічні чинники. Зважаючи, що сфера виробництва алкогольних напоїв є для

України важливою з точки зору формування бюджетних доходів, варто постійно відстежувати характер впливу зазначених чинників і розробляти заходи щодо мінімізації втрат та максимізації прибутків.

1.2. Законодавчо-правове регулювання обігу алкогольних напоїв

На сучасному етапі розвитку держави все більшу увагу привертають відносини, що склалися з приводу виробництва та обігу алкогольної продукції. Відповідно до офіційної державної статистики, обсяг алкоголю на українському продовольчому ринку зазнає щорічних знижень, однак рівень його споживання не знижується, а інколи й зростає. Існування такої диспропорції пояснюється наявністю недосконалого й розгалуженого законодавства, яке координує політику в сфері виробництва, оподаткування та обігу алкогольних напоїв, а також зростанням тіньового ринку

Умовно всі нормативно-правові акти у цій сфері господарської діяльності можна поділити на ті, що регулюють:

- 1) виробництво;
- 2) обіг та торгівлю;
- 3) обмеження споживання, профілактику правопорушень та притягнення до відповідальності осіб, які вчинили суспільно небезпечні діяння. Спеціальним нормативно-правовим актом, що регулює сферу виробництва, оптової та роздрібної торгівлі алкогольними напоями, забезпечення їх високої якості та захисту здоров'я громадян, а також посилення боротьби з незаконним їх виробництвом та обігом, є Закон України *«Про державне регулювання виробництва та обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів»* [5].

Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових

виробів» від 19 грудня 1995 р. № 481/95-ВР в редакції від 01 січня 2018 р. надає визначення основним термінам та поняттям, які вживаються у цій сфері, визначає організацію виробництва спиртів, алкогольних та тютюнових виробів, регулює атестацію виробництва та якість продукції, а також визначає правові засади здійснення імпорту, експорту, оптової і роздрібної торгівлі вищезазначеними товарами тощо. Цей Закон встановлює основи державної політики щодо споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів, визначаючи відповідні обмеження щодо шкідливого впливу від їх споживання, серед яких є [5]:

- 1) пропаганда здорового способу життя, вільного від споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів;
- 2) створення економічних та правових умов, що сприяють зменшенню споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів;
- 3) включення до загальноосвітніх програм та професійних освітніх програм усіх навчальних закладів України, незалежно від форми власності, положень про шкідливий вплив споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів на організм людини, а також про переваги здорового способу життя;
- 4) лікування алкогольної та тютюнової залежності;
- 5) протидія незаконному ввезенню та обігу алкогольних напоїв тощо.

Невід’ємною частиною законного механізму виготовлення підакцизних товарів є наявність у виробників відповідної ліцензії, що надає суб’єкту господарювання право на провадження визначеного ним виду господарської діяльності, отримання якого регулюється *Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності»* [6]. Відповідно до п. 7 ч. 1 ст. 7, виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами підлягає ліцензуванню і регулюється спеціальним Законом України «Про державне регулювання виробництва та обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів».

Положення *Податкового кодексу України* (далі – ПК України) [7] встановлюють порядок збору обов’язкових платежів, податків та зборів у рахунок державного та місцевих бюджетів. Згідно зі ст. 215.1 ПК України, спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої та пиво належать до підакцизних товарів, що передбачає встановлення цим нормативно-правовим актом відповідних ставок акцизного податку на вищезазначені товари. Це означає, що майбутній виробник алкогольної продукції потребує не тільки наявності відповідної ліцензії на виробництво та її реалізації, а й повинен сплатити акцизний податок, який є різновидом непрямих податків на споживання окремих видів товарів (продукції).

Підтвердженням сплати цього податку є наявність на пляшці або упаковці марки акцизного податку, порядок виготовлення, зберігання, продажу якої регулюється постановою Кабінету Міністрів України *«Про затвердження Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів»*, затвердженою від 27 грудня 2010 р. № 1251 [8].

Сьогодні марки акцизного податку встановленого зразка виготовляються на замовлення Державної фіскальної служби України державним підприємством, що належить до сфери управління Мінекономрозвитку, підприємством-виробником Поліграфічний комбінат «Україна». Для цього щомісяця ДФС звертається до підприємства-виробника зі зведеною заявкою-розрахунком, яка складається на підставі заявок-розрахунків покупців марок, та оплачує витрати на їх виготовлення.

Марки акцизного податку для вироблених в Україні алкогольних напоїв відрізняються від марок для ввезення на митну територію України алкогольних напоїв дизайном та кольором.

Постановою Кабінету Міністрів України від 14 травня 2015 р. № 296 *«Деякі питання запровадження марок акцизного податку нового зразка для алкогольних напоїв та тютюнових виробів»* було затверджено нові зразки марок акцизного податку для алкогольних напоїв вітчизняного та імпортного

виробництва [9]. Для маркування алкогольних напоїв вітчизняного виробництва акцизні марки виготовляються в зеленій та червоній кольоровій гамі, а для маркування алкогольних напоїв імпортного виробництва – у фіолетовий та помаранчевий.

Також розпорядженням КМУ від 06 липня 2016 р. № 497-р. було схвалено Концепцію створення та впровадження автоматизованої системи контролю за обігом підакцизних підакцизних товарів (алкогольних напоїв та тютюнових виробів) «Електронна акцизна марка». Цим документом обґрунтована необхідність впровадження автоматизованої системи контролю за обігом підакцизних товарів (алкогольних напоїв та тютюнових виробів), яка охопить всі стадії підакцизних товарів на митній території України від виробника або імпортера до моменту роздрібної реалізації підакцизних товарів. Зазначено, що впровадження автоматизованої системи надасть змогу отримати інструмент для реалізації державного контролю зрухом підакцизних товарів і вдосконалити механізм адміністрування сплати акцизного податку. Метою Концепції є також мінімізація впливу людського фактору на адміністрування акцизного податку, збільшення доходів бюджету від сплати акцизного податку, зменшення обсягів реалізації підакцизних товарів без сплати акцизного мита, унеможливить легалізацію незаконного виготовлених/імпортованих підакцизних товарів та, відповідно, забезпечить зменшення обсягів незаконного обігу підакцизних товарів. Концепцію передбачається реалізувати до кінця 2018 р. [10].

Головною *нормативно-правовою базою, що регламентує реалізацію та обіг алкогольної продукції в Україні* є: постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку визначення виробників та покупців спирту та здійснення контролю за його обігом» від 29 серпня 2002 р. № 1266 [11], «Про впорядкування видачі суб'єктами підприємницької діяльності ліцензій на право оптової торгівлі спиртом етиловим і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами» від 31 березня 1999 р. № 500 [12], «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними

напоями» від 30 липня 1996 р. № 854 [13], «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення» від 15 червня 2006 р. № 833 [14]. Вищенаведені підзаконні нормативно-правові акти покликані врегулювати легальний обіг спирту та алкогольної продукції на території держави, а також запобігти розширенню «тіньового» ринку цих товарів.

Так, *Порядок визначення виробників і покупців спирту та здійснення контролю за його обігом* установлює процедуру, відповідно до якої встановлюються необхідні вимоги для офіційної закупки, перевезення та відвантаження виробленого спирту покупцям, зокрема наявність у останніх ліцензії на оптову торгівлю. Без ліцензії на оптову торгівлю проводиться відпуск спирту етилового закладам охорони здоров'я та підприємствам зооветеринарного постачання незалежно від форми власності, що дійснюють оптову торгівлю спиртом етиловим для медичних і ветеринарних цілей. Цим Порядком передбачено й механізм здійснення контролю за обігом спирту, який поширюється на суб'єктів підприємницької діяльності, постачальників, у т. ч. виробників, і тих, що провадять його закупівлю незалежно від форми власності.

Порядок отримання ліцензії на право оптової торгівлі спиртом етиловим і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами встановлюється Законом України «Про державне регулювання виробництва та обігу спирту етилового, коньячного та плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» та постановою Кабінету Міністрів України «Про впорядкування видачі суб'єктами підприємницької діяльності ліцензій на право оптової торгівлі спиртом етиловим і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами» Роздрібна торгівля алкогольними напоями регулюється постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями» від 30 липня 1996 р. № 854. Цією постановою затверджені Правила, які визначають основні вимоги до роздрібної торгівлі горілкою і лікєро-горілочаними виробами, вином

виноградним та плодово-ягідним, коньяком, шампанським, вином ігристим і спрямовані на забезпечення прав споживачів щодо належної якості товару і рівня торговельного обслуговування. Відповідно до цього нормативно-правового акту, роздрібною торгівлею алкогольними напоями визнається діяльність із продажу алкогольних напоїв безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у т. ч. на розлив у ресторанах, кафе, барах, інших закладах ресторанного господарства. Ці правила поширюються на всіх суб'єктів господарювання на території України незалежно від форм власності, які зареєстровані в установленому порядку і мають ліцензію на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями, отриману згідно з вимогами законодавства.

Не останню роль в обігу алкогольної продукції на території України відіграють нормативно-правові приписи, встановлені постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» від 15 червня 2006 р. № 833. Цією Постановою встановлено порядок і правила, що визначають загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібної торгівлі, закладами ресторанного господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців), які придбавають товари у підприємств, установ та організацій незалежно від організаційно-правової форми і форми власності, фізичних осіб – підприємців та іноземних юридичних осіб, що провадять підприємницьку діяльність на території України. Таким чином, він є загальним для усіх видів товарів, які реалізуються на внутрішньому ринку.

Станом на 01 січня 2018 р. контроль за виконанням усіх вищезазначених нормативно-правових актів покладений на Департамент податків і зборів Державної фіскальної служби України (далі – Департамент).

У разі виявлення порушень у дотриманні вимог законодавства щодо виготовлення, зберігання та реалізації алкогольної продукції правопорушники притягаються до адміністративної та кримінальної відповідальності. Так, відповідно до ст. 156 Кодексу України про адміністративні правопорушення (далі – КУпАП), «порушення правил торгівлі пивом, алкогольними, слабоалкогольними напоями і тютюновими виробами карається накладенням штрафу від п'ятдесяти до двохсот неоподаткованих мінімумів доходів громадян з конфіскацією предметів торгівлі та виручки, одержаної від продажу предметів торгівлі». Порушення встановленого порядку промислової переробки, зберігання, транспортування або знищення конфіскованих спирту етилового, коньячного та плодового, алкогольних напоїв чи тютюнових виробів також тягне за собою адміністративну відповідальність, передбачену ст. 156-2 КУпАП.

Сьогодні Закон України «Про державне регулювання виробництва і обороту спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв і тютюнових виробів» встановлює загальнодержавні обмеження щодо споживання та продажу пива (крім безалкогольного), алкогольних, слабоалкогольних напоїв, вин столових та тютюнових виробів (ст. 15-2 та 15-3 Закону). Влада на місцях не може обмежувати торгівлю пивом і алкогольними напоями, окрім святкових днів та масових заходів. У зв'язку з цим у сферу відання органів місцевого самоврядування віднесено тільки право встановлювати режим роботи суб'єктів господарювання (п.п. 4 п. «б» ст. 30 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні») у звичайні дні. На нашу думку, необхідно на державному рівні закріпити такі обмеження, оскільки відповідні регуляторні акти на рівні органів місцевого самоврядування не матимуть юридичної сили найвищого рівня, що призводитиме до їх скасування судовими органами на підставі неправильного застосування норм матеріального права [5]

Незважаючи на доволі велику кількість нормативно-правових актів, що регулюють виробництво та обіг алкогольної продукції, фахівці та

практики все ж зазначають про їх неефективність. Так, Ю. Лучечко, директор ДП «Укрспирт», у своїй доповіді зауважив, що в Україні повністю відсутня нормативна база для успішного функціонування і розвитку спиртової галузі. Основною перешкодою, на його думку, є акцизний збір, уніфікований акцизний податок, скасований сьогодні в усьому світі. Він зазначає, що потрібна диверсифікація ставок акцизного податку, тобто акциз на спиртовмісні речовини, повинен бути обнулений, щоб суміжні сектори економіки, які використовують спиртовмісну речовину, мали її за нульовою ставкою акцизу [18].

Слід зазначити, що такої думки дотримуються багато науковців та підприємців. Це питання потребує глибокого аналізу та розробки правової бази й дієвого механізму, оскільки виключення спирту з підакцизних товарів може створити колізії у виготовленні та реалізації всіх інших спиртовмісних речовин (за виключенням технічного спирту), до яких належить і алкогольна продукція.

Необхідно зазначити, що станом на 01 січня 2018 р. ставки акцизного податку на алкогольну продукцію зазнали деяких змін. Так, відповідно до Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 р.» від 07 грудня 2017 р. № 2245-VIII, внесені зміни щодо алкогольних напоїв, а саме проведено планове вирівнювання пільгової ставки на коньяк до ставки на інші спиртові дистиляти (загальне збільшення на 12%).

Таким чином, сучасний стан нормативно-правової бази, що регулює виробництво й обіг алкогольної продукції на ринку, незважаючи на численність актів, потребує докорінного перегляду і реформування задля забезпечення ефективного контролю над усім технологічним процесом від виробництва до реалізації кінцевому споживачу та дотримання прав споживачів на якісну і нешкідливу для життя і здоров'я продукцію.

1.3. Фактори формування та збереження споживних властивостей гірких настоянок

Основними факторами формування споживчих властивостей гірких настоянок є сировина і технологія виробництва.

Сьогодні під час виробництва даної продукції використовують великий асортимент настоїв, ароматних спиртів із рослинної та пряно - ароматичної сировини. Проте їх якість не завжди відповідає необхідним вимогам. Тому слід удосконалити технологію настоїв, ароматних спиртів, визначити вплив фракцій дистиляту і діючих речовин на органолептичні, фізико-хімічні та показники безпеки готового напою.

На формування якості настоянок у процесі їх виробництва, у першу чергу, впливає якість основної сировини. Для їх виробництва використовують етиловий спирт, який отримано шляхом ректифікації спирту-сирцю з харчової сировини, декількох ступенів очищення, питну підготовлену воду та різні види рослинної сировини. Зважаючи на те, що ця сировина містить у своєму складі не лише мінеральні, але й токсичні речовини, до неї висувають жорсткі вимоги стосовно норм і якості.

У сучасному лікєро-горілочному виробництві використовується широкий асортимент рослинної сировини, яка формує споживні властивості напоїв. Для розробки конкурентоспроможної продукції необхідно враховувати вимоги споживачів щодо компонентного складу виробів.

До споживних властивостей гірких настоянок відносяться:

- органолептична цінність (смак, запах, аромат);
- енергетична цінність;
- харчова цінність (вміст білків, жирів вуглеводів);
- біологічна цінність (вміст вітамінів, мінеральних речовин, органічних кислот);
- фізіологічна цінність (вміст спирту, фенольні, ароматичні, мінеральні речовини, органічні кислоти);

- безпечність (наявність обмежень щодо споживання).

Смак гірких настоянок в більшості різкий та пекучий через наявність високого вмісту спирту та низької масової частки цукру. Особливості смаку кожного виду настоянок, як і інших споживних властивостей, обумовлені, в першу чергу, сировиною, а також технологією. Фруктова сировина пом'якшує смак, лікарські трави — загострюють. Використання дерев'яних бочок під час настоювання може призводити до переходу їх смаку в настій, а також випаровування спирту та пом'якшення смаку через зниження цього показника.

У більшості випадків гіркі настоянки готують на ефіромасляній і ароматичній сировині, що надає їм гіркувато-пряний або пекучий смак і виражений аромат. А в деякі напої для пом'якшення смаку додають цукор (0 ... 7 г/100 см³), але більшість з гірких настоянок цукру не містять. Міцність, як правило, від 30 до 60%.

Харчова цінність гірких настоянок обумовлена в більшості наявністю вуглеводів, які переходять із рослинної сировини, або шляхом додавання цукру чи інших вуглеводів. Найбільшу харчову цінність мають напої на основі фруктової сировини. Білки, які містяться в рослинній сировині, під час виробництва настоянок денатуруються, переходять в осад і видаляються, оскільки можуть призводити до помутніння напоїв під час зберігання.

Енергетична цінність полягає в кількісному вмісті енергетичних речовин і виділяемому ними енергію. В алкогольних напоях до енергетичних речовин відноситься в першу чергу етиловий спирт, який при концентрації 96,5% містить 675,5 ккал. Крім етилового спирту в лікєро-горілочаних виробках містяться цукор, органічні кислоти, які збільшують енергетичну цінність напою на 35-175 ккал в залежності від їх змісту [30].

Засвоюваність енергетичних речовин, зокрема етилового спирту, в алкогольних напоях залежить від індивідуальних особливостей організму людини, від кількості і якості споживаного напою.

Фізіологічна цінність полягає в кількісному вмісті фізіологічно активних речовин: фенольних, ароматичних, мінеральних речовин, органічних кислот і етилового спирту.

Фізіологічна цінність в основному обумовлена дією етилового спирту на організм людини, головним чином на нервову і серцево-судинну систему. Причому ступінь впливу залежить від дози прийнятого алкоголю. Так, наприклад, при прийомі 20 г спирту концентрацією 96% (за об'ємом) пульс здорової людини збільшується на 10-15 ударів в порівнянні з пульсом людини, яка випила аналогічну кількість води.

Дія алкоголю, що міститься в різних видах алкогольних напоїв, неоднаково. Чистий спирт або водно-спиртовий розчин (горілка) діють сильніше і швидше, ніж лікєро-горілчані вироби, в яких містяться цукри, органічні кислоти, ароматичні і фарбувальні речовини [31].

Фенольні речовини переходять у лікєро-горілчані вироби з рослинної сировини, на основі якого отримують напівфабрикати (спиртовані соки і морси, настої і ароматні спирти). Фенольні речовини в основному представлені катехінами і антоціанами.

Фенольні речовини володіють цінними фізіологічними властивостями, інактивація в організмі людини алкалоїди та солі важких металів і підвищуючи імунітет організму. Фенольні сполуки мають протизапальну, протиалергійну, жовчогінну та судинорозширювальну дію.

Таким чином, фенольні речовини сприяють зниженню шкідливого впливу чистого етилового спирту і його водних розчинів на організм людини.

Мінеральні речовини (калій, натрій, магній, кальцій, фосфор, залізо, мідь, марганець та ін.) надходять в лікєро-горілчані вироби з рослинної сировини.

Найбільша кількість припадає на частку калію, що є основним мінеральною речовиною плодово-ягідної сировини. Калій і магній позитивно впливають на серцево-судинну систему і на кислотно-лужну рівновагу організму [33].

Ароматичні речовини в лікєро-горілчанєх виробах представлєні етиловим спиртом, вищими спиртами, складними ефірами, а також ефірними маслами. Їх можна розділити на природні і штучні.

Природні ароматичні речовини екстрагуються водою або етиловим спиртом з рослинної сировини і надають виробам аромат, властивий компонентам сировини. Штучні ароматичні речовини (альдегіди, сивушні масла, складні ефіри) отримують в процесі виробництва спирту. Їх зміст в етиловому спирті нормується, тому підвищений вміст кожного з них, а також повна їх відсутність небажано.

Органічні кислоти (лимонна, яблучна, винна) надають лікєро-горілчанєм виробам кислуватий смак, мають бактерицидну дію, позитивно впливають на травну систему людини і в поєднанні з мінеральними речовинами і цукрами сприяють тамуванню спраги.

В етиловому спирті, який отримано шляхом ректифікації, розрізняють типові та нетипові домішки. До типових належить компоненти, які містяться в ефіроальдегідній фракції та сивушному маслі. Усі вони входять до групи середньо токсичних сполук, шкідливий потенціал яких дещо відрізняється від токсичності етилового спирту. На якість та безпечність етилового спирту, у першу чергу, впливають нетипові домішки. Нетиповими називають домішки, які можуть випадково потрапляти до продукту на різних етапах виробництва етилового спирту. До них належать бензол або його похідні, пестициди, мікробні та інші токсини.

Статистика летальних випадків від отруєння алкоголем із кожним роком зростає. Тому визначення показників безпечності є найважливішим питанням під час оцінки якості будь-якого алкогольного вмісту. Під час дослідження торговельних марок гірких настоянок потрібно, щоб сумарний вміст ідентифікованих токсичних елементів був у декілька разів нижчим за гранично допустимі концентрації. Це пояснюється тим. Що під час приготування настоянок використовуються водно-спиртова суміш, додатково очищена суха молочна сироватка. Токсичні компоненти, які містяться в

спирті повинні бути зв’язані з активними сорбуючими речовинами, які випали в осад і після чого потрібно їх відфільтрувати.

Лікero-горілчані напої мають міцність від 1,2 до 60 % об. і виробляються змішуванням спирту етилового ректифікованого з напівфабрикатами, інгредієнтами та підготовленою водою, насичені чи ненасичені діоксидом вуглецю (для слабоалкогольних напоїв).

Сировина і технологія виробництва настоянок формують їх класифікацію та асортимент.

Лікero-горілчані вироби класифікують за вмістом етилового спирту і цукру. До них відносяться настоянки, наливки, лікери, пунші, напої десертні, аперитиви [30].

Настоянки - це алкогольні напої, які одержують шляхом купажування різноманітної сировини.

Гіркі настоянки готують на настоях трав, насіння з додаванням ароматних спиртів, інколи ефірних олій та інших ароматичних речовин. Вони містять 30-60 % об. спирту, мають гіркуватий, гіркувато-пряний або пекучий смак. Цукор при виробництві гірких настоянок, як правило, не використовують, але для пом’якшення смаку деяких настоянок можуть додавати до 1% цукру. Винятком є гірка настоянка «Мисливська», цукристість якої (до 20%) обумовлена додаванням білого портвейну.

Цей процес може тривати кілька тижнів або навіть місяців в залежності від використовуваного сировини. При виготовленні деяких напоїв настоювання відбувається поетапно з різним складом інгредієнтів, тоді як рецептура інших напоїв вимагає додавання інгредієнтів протягом всього періоду настоювання. У деяких випадках для кращої екстракції застосовується легке нагрівання. Результат той самий: виходить ароматична спиртова основа. Після витримки такі напої, як лікери й наливки, підсолоджують і вводять натуральні барвники, потім фільтрують, дають відстоятися при зниженій температурі повітря і розливають в пляшки.

Класифікація настоянок представлена в табл. 1.2.

Класифікація настоянок [30]

Група	Вміст спирту, %об	Вміст цукру, мг/дм ³
Солодкі	16-25	16-30
Напівсолодкі	30-40	2-10
Гіркі	25-45	-
Бальзами	40-45	-
Пунші	16-17	32-40
Аперативи	15-45	7-30
Напої десертні	12-16	14-30
Коктейлі	20-40	0-24

Лікero-горілчані вироби — це настоянки і бальзами, наливки і лікери. Настоянки випускають гіркі і солодкі. Гіркі настоянки займають особливе місце серед алкогольних напоїв. Вони мають яскраво виражений аромат, гіркий, гіркувато-пряний смак, своєрідне забарвлення. Гіркі настоянки представляють собою міцні алкогольні напої з вмістом не більше 1% цукру. До гірких настоянок відносяться такі напої: абсент, пастис, джин, італійські біттери (наприклад, Кампарі), Перцівка, Єрофеїч, Ризький чорний бальзам, Карельський бальзам та ін.

Абсент – спиртний напій, виготовлений з екстракту гіркого полину. Міцність напою – 40-70% [36].

Пастис - алкогольний напій, який виробляють і поширюють повсюдно у Франції. Є анісовою горілкою і вживається як аперитив. Для цього пастис розбавляють водою приблизно у вісім разів. Для виробництва пастиса необхідно близько 50 видів рослин і прянощів. У XIX столітті пастис продавався в аптеках як ліки від гельмінтів

Джин – міцний алкогольний напій, що виготовляється зброджуванням зернової сировини і наступною або потрійною дистиляцією з шишками і ягодами ялівцю та іншою ароматичною сировиною. Вміст спирту у джині – 40-50%. Є два основних типи джину: голландський – міцність 35 % - дженів’єр і лондонський сухий – 40-47 % - “Gordon’s dry”.

Vermouth Bitter - гіркий вермут, належить до біттерів і вживається, як правило, в ролі діжестиву для покращення травлення.

Настоянки бувають гіркі і солодкі. Гіркі настоянки готують шляхом холодного настоювання на травах, листках, плодах і корінні лікарських і ароматичних рослин. Свіжі або висушені рослини витримують в спиртовому розчині, до тих пір поки всі ефірні масла і біологічно активні речовини з сировини не розчиняться в спирті.

Такі напої мають максимальну для даного класу міцність - 40-60% і найнижчий вміст цукру - 1-7%. Базовим матеріалом для їх виготовлення є трави, прянощі, спеції, кора, коріння і ефіроолійних сировину. Такі настойки мають сильний аромат, гіркуватий пряний і пекучий смак. Цукор в них додають для пом'якшення післясмаку. Гіркі слабоградусні. Їх міцність становить 25-28%. Дана категорія напоїв відрізняється помірно гострим пікантним смаком. Ця група нечисленна. Інгредієнтами для настоювання є різні перці, імбир, калган і інші трави, спеції і коріння [36].

Солодкі настоянки готують з суміші (купажу) спиртованих натуральних соків фруктів і ягід, деякі рецепти передбачають додавання пряних трав. Солодкі настоянки близькі до наливок, вони містять від 20 до 24% спирту і до 32% цукру. Саме наявність цукру в солодких настоянках сприятливо впливає на смакові якості цих напоїв.

Даний тип схожий на наливки, але вище їх по міцності. Солодкі настоянки, як правило, робляться з плодово-ягідної сировини. Міцність - 18-27%. Масова частка цукру - 17-30 г на 100 мл. Напівсолодкі. Даний тип алкогольних напоїв відрізняється помірною солодкістю і підвищеною міцністю. Характеристики наступні. Обсяг цукру 5-12 г на 100 мл. Міцність - 30-45%. Такі настойки готують на базі морсів і соків. Напівсолодкі слабоградусні. Від попереднього типу відрізняються більш низькою міцністю (20-28%) і загальною часткою екстракту.

Тривалість настоювання і гірких, і солодких настоянок залежить від температурного режиму і виду сировини. Для приготування скоростиглих

налаштувань досить 5-8 днів, при обов'язковому підтримці підвищеної температури в діапазоні 50-60 ° С. Холодне настоювання триває 3-5 тижнів. Після настоювання напої обов'язково проціджують через фільтр.

При створенні настоянок сировину слід витримувати в спиртовій основі від 2 тижнів до 6-7 місяців. Конкретні терміни залежать від рецепту, типу інгредієнтів і температурного режиму. Існує методика, яка дозволяє скоротити час настоювання. Якщо розігріти настойку до 60 ° С, то повної екстракції можна досягти в кілька разів швидше. Дана методика використовується для створення скоростиглих напоїв. Якщо настоянка готується з фруктово-ягідної сировини, то плоди можна попередньо заморозити. Це збільшує швидкість екстракції і обсяг виходу соку. Також плоди обсмажують з метою карамелізації фруктових цукрів. Це теж прискорює терміни настоювання [30].

Отже, гіркі настойки є міцними алкогольними напоями із вмістом не більше 1 % цукру. Настоянки виробляють з такої сировини: на житніх сухарях та кон'яку з додаванням невеликої кількості цукру (Петровська); на настою кореневища перстачу, насіння кропу, настою лаврового листа (Беловежська); на кореневищі дягелю, калгану, імбірю, перцю, корі дуба («Горний дубняк»); на червоному та чорному перцю (Перцівка) та на листі яблуні, груші з додаванням кон'яку та портвейну (Старка).

Щодо впливу технологій на споживчі властивості, то варто зауважити, що чим складніший процес очищення спиртів, води й водно-спиртової суміші, чим краще пом'якшувачі, тим в остаточному підсумку, вище якість напою. Відповідно, що чим більше домішок, тим помітніше неприємний сивушний запах. Гіркі настоянки придатні до тривалого зберігання, але все ж таки термін зберігання істотно впливає на якість горілчаної продукції.

1.4. Критерії позиціювання гірких настоянок

Обов'язковою умовою успіху товарної політики є точне позиціонування товару на ринку. Позиціювання тісно пов'язане з сегментацією ринку, оскільки це дві сторони процесу вибору цільового ринку і ефективного на ньому функціонування. Позиціювання гірких настоянок залежить в першу чергу від їх якості.

Вимоги до якості гірких настоянок встановлені ДСТУ 4257–2003. Напої лікєро-горілочані. Технічні умови. Цей стандарт визначає вимоги до органолептичних, фізико-хімічних показників, безпечності, пакування та маркування [27].

Органолептичні критерії позиціювання гірких настоянок наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Органолептичні критерії позиціювання гірких настоянок

Показник		
Зовнішній вигляд	Колір	Смак і аромат
Прозорі, каламутні	Забарвлені або безбарвні	Злагоджений із характерним гірко-пекучим або солодким присмаком

Проаналізувавши вимоги до органолептичних показників якості настоянок, а саме зовнішній вигляд, колір, смак і аромат повинні відповідати зазначеним нормам ДСТУ 4257-2003, при досліджуванні та оцінці зразків.

Таблиця 1.4

Фізико-хімічні критерії позиціювання гірких настоянок

Показник		
Міцність, %	Масова концентрація кислот у перерахунку на лимонну г/100 см ³	Масова концентрація загального екстракту г/100 см ³
20,0 ... 60,0	0 ... 1.0	0,20

Якість лікєро-горілочаних виробів визначається за показниками міцності, масової концентрації кислот та масової концентрації загального

екстракту в дослідному розчині. Ці показники нормуються у готовому продукті. Їх вміст та кількість є одним із важливих фізико-хімічних показників якості лікєро-горілочаної продукції, вимоги яких наведено в табл. 1.4.

Таблиця 1.5

Критерії безпечності настоянок

	Токсичний елемент					
	Цинк	Мідь	Свинець	Миш’як	Кадмій	Ртуть
Допустимі рівні мг/кг, не більше	10,0	5,0	0,3	0,2	0,03	0,005

Відповідно до табл. 1.5, ми дійшли висновку, що згідно з діючим стандартом у настоянках встановлено граничні концентрації наступних токсичних елементів: свинець, миш’як, кадмій, ртуть, цинк та мідь. Вибір цих елементів зумовлено їх особливою токсичністю і якщо вміст хоча б одного з них перевищить встановлені норми, то алкогольний виріб стає небезпечним для здоров’я людини.

Отже, крім властивого кожному напою смаку, аромату, кольору, консистенції доброякісні гіркі настоянки повинні мати передбачені стандартами вміст спирту, цукру, органічних кислот, ефірного масла і ін. У гірких настоянках не допускається наявність муті і сторонніх домішок, осаду, невластивого кольору, смаку, аромату, відхилення по міцності та цукристості.

Отже, стратегія конкуренції передбачає позиціонування на ринку для максимального використання ознак, що відрізняють фірму від її конкурентів. Позиціонування гірких настоянок залежить від їх якості, основними критеріями якої є органолептичні, фізико-хімічні показники та показники безпечності.

РОЗДІЛ 2

ТОВАРОЗНАВЧА ТА СПОЖИВЧА ОЦІНКА АСОРТИМЕНТУ ГІРКИХ НАСТОЯНОК, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ ТОВ «КОНТИНЕНТ ФУД»

2.1. Організація, об'єкти та методи дослідження

Дослідження асортименту та якості гірких настоянок проводилося на базі ТОВ «Континент ФУД». Етапи виконання дослідження схематично можна подати в наступній послідовності (див. рис. 2.1).

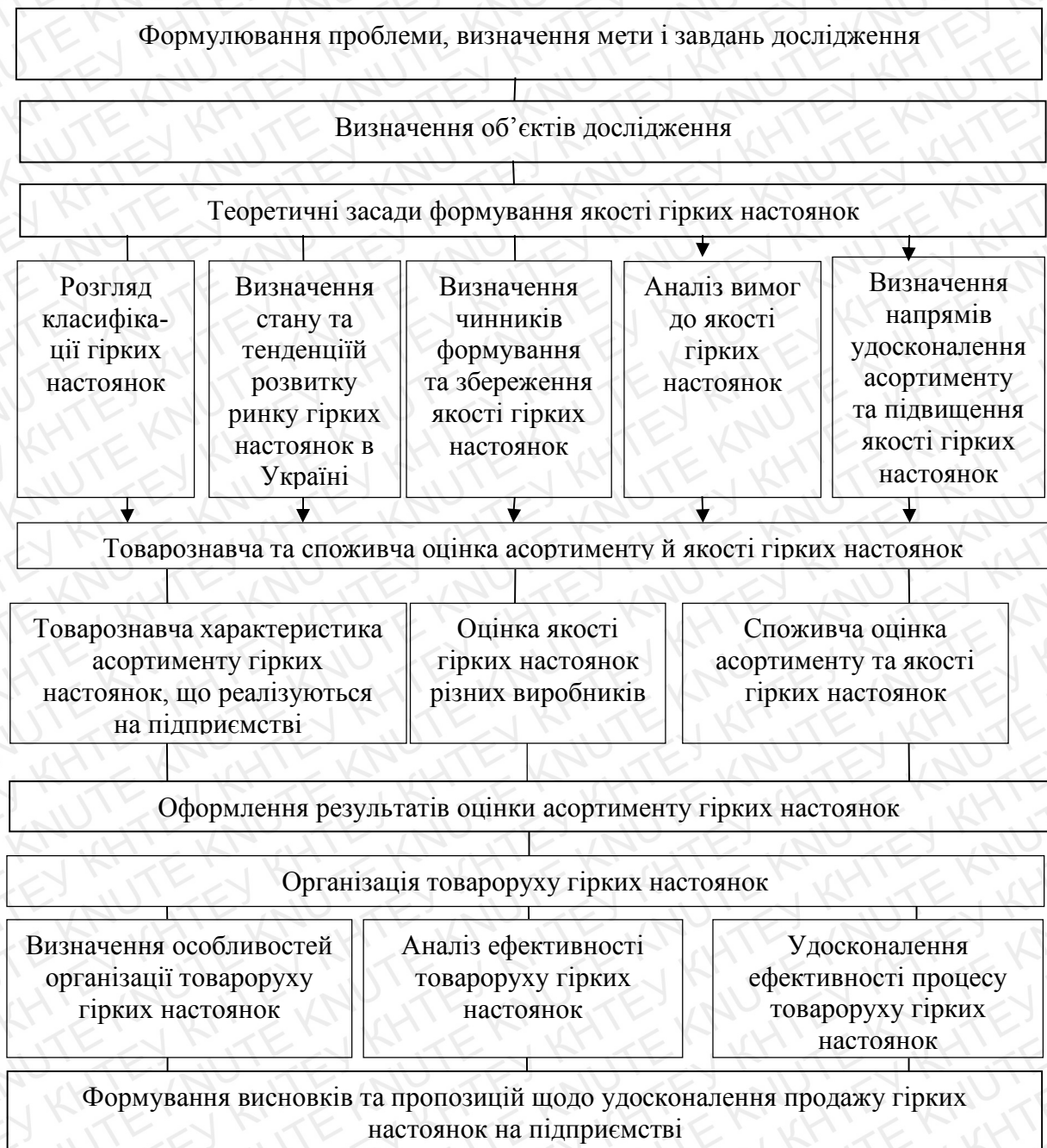


Рис. 2.1. Етапи проведення досліджень

Об’єктом дослідження є 5 зразків гірких настоянок:

- 1) настоянка «Зе Хайленд Фокс Блек», ЛГЗ «Златогор» Україна, м. Золотоноша;
- 2) настоянка «Зе Хайленд Фокс», ЛГЗ «Златогор» Україна, м. Золотоноша;
- 3) настоянка «Зе Хайленд Фокс Вайт Хані», ЛГЗ «Златогор» Україна, м. Золотоноша;
- 4) настоянка «Яровська», ТОВ «Національна горілчана компанія», Україна, с. Степанки;
- 5) настоянка «Зубровка», ТОВ «CEDC Інтернешнл», Польща, м. Біалісток.

Для визначення споживчої оцінки асортименту та якості гірких настоянок, представлених на ТОВ «Континент ФУД» доцільно використовувати метод анкетування (дод. А).

Для аналізу асортименту гірких настоянок на підприємстві використовували метод АВС-аналізу [30].

Елементи споживчого маркування обраних для дослідження зразків перевірялися на відповідність до Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» [5], Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» [28] та ДСТУ 4257:2003 «Напої лікiero-горілчані. Технічні умови» [27].

Оцінювання якості досліджуваних зразків за органолептичними показниками здійснювалось відповідно до ДСТУ 4164-2003 «Напої лікiero-горілчані. Правила приймання та методи випробування». Для дослідження органолептичних показників настоянок здійснювалось дегустаційне оцінювання за десятибальною шкалою за такими показниками [27]:

- прозорість і колір – максимальна оцінка 2 бали, якщо напій прозорий з блиском та має яскраво виявлений колір, характерний для даного виду;

- аромат – при яскраво виявленому округленому ароматі, характерному для даного виду і при відсутності запаху спирту, що виділяється і запаху окремих речовин, що входять до складу напою – 3,6-4,0 балів (відмінно);

- смак – гармонійний, злагоджений, характерний для даного виду, а також відсутність в смаку пекучості спирту та присмаку окремих, не характерних для даного напою речовин – 3,6-4,0 балів (відмінно).

Загальна бальна оцінка якості гірких настоянок:

- оцінка «відмінно» – 9,2-10,0 балів, має всі показники «відмінно»;
- оцінка «добре» – 7,8 - 9,1 балів, має показники «відмінно» і «добре»;
- оцінка «задовільно» – 6,5-7,7 балів, має показники «відмінно», «добре» і «задовільно»;
- оцінка «незадовільно» при якості нижче 6,5 балів, або якщо хоча б один показник якості мав оцінку «незадовільно».

Вищий бал присвоюється настоянці, яка має бездоганну прозорість та колір, властивий аромат, відповідний для використаної сировини, приємний характерний смак із переважанням смаку основних видів сировини, за відсутності пекучості, присмаку спирту й нехарактерних для напою речовин.

Серед фізико-хімічних показників якості зразків настоянки визначали такі:

– Міцність, за ДСТУ 4164-2003 «Напої лікero-горілчані. Правила приймання та методи випробування». Метод полягає у визначенні об’ємної частки спирту за густиною скляним ареометром для спирту [26].

– Масова частка кислот, згідно з вимогами ДСТУ 4164-2003 «Напої лікero-горілчані. Правила приймання та методи випробування. Метод базується на визначенні кислот, наявних у досліджуваному спирті, за об’ємом розчину гідроксиду натрію, витраченого на титрування [26].

– Повнота наливу, згідно з вимогами ДСТУ 4164-2003 «Напої лікero-горілчані. Правила приймання та методи випробування». Метод засновано на

вимірюванні об’єму напою у споживчій тарі за допомогою колби з поградуваною горловиною [26].

Оцінка конкурентоспроможності товару проводилася на основі зіставлення досліджуваного товару з конкурентами. Показник конкурентоспроможності продукції виражається відношенням корисного ефекту до ціни споживання, а за корисний ефект приймаються інтегральні показники характеристик товару – його якості [35].

Комплексну оцінку якості гірких настоянок проводили з урахуванням показників та їх критеріїв, які наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Критерії розрахунку комплексного показника якості гірких настоянок

Показник	Коефіцієнт вагомості, a_i	Еталонне значення показника, $p_{ет}$	Бракувальне значення показника, $p_{бр}$
Смак	0,30	4,000	3,600
Аромат	0,10	4,000	3,600
Колір	0,10	2,000	1,800
Прозорість	0,10	2,000	1,800
Уміст спирту, % об.	0,23	40,0	20,0
Масова частка кислот, г/100 мл	0,07	0,08	0,03
Повнота наливу, $дм^3$	0,10	1,0	0,985

Отже, конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг. Конкурентоспроможність – одна з головних складових успіху будь-якого підприємства. Конкурентоспроможність продукції підприємства – здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов’язкова умова конкурентоспроможності фірми. Конкурентоспроможність гірких настоянок більш повно розкривається через систему її показників. Вони є сукупністю критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності виробів. Основою для побудови системи показників конкурентоспроможності є аналіз взаємодії

потреби і товару, в ході якого здійснюється їх порівняння, а також виявляється ступінь відповідності один одному. Сумарний корисний ефект кожного товару фактично є похідною декількох чинників, серед яких найважливішою є якість виробу. Саме вона є найважливішим критерієм успіху товарів в конкурентній боротьбі на ринку.

2.2. Товарознавча оцінка асортименту та якості гірких настоянок

Необхідно відмітити, що основна суть товарної політики підприємства „Континент ФУД” - формування такого асортименту продукції, який приносить би підприємству прибуток, задовольняв запити споживачів (якість). Підприємство піклується про товари, що мають перспективи на ринку.

Відносно настоянок, то випускають на ТОВ «Континент ФУД»: Ожинову, Журавлину, Брусничну, Горобинову на коньяку, Ніжинську горобину.

Настоянки гіркі слабоградусні містять 27-28% спирту, немає у складі цукру, відрізняються гострим своєрідним смаком. До них відносяться: Гірська, Імбирна, Українська, Степова, Стрілецька, Янтарна, Польова, Любительська. Настоянки гіркі на ТОВ «Континент ФУД» готують на ефіромаслинній сировині, характеризуються високою спиртуозністю і відсутністю цукру. Про використану сировину говорять самі найменування гірких настоянок - Анісова, Зубрівка, Звіробій, Духмяний колас, Перцівка.

Асортимент гірких настоянок останнім часом на ТОВ «Континент ФУД» оновлений:

- Білоруська запашна, приготована на настоях звіробою, чебрецю, лаванди і морсі горобини;
- Дуброва — на спирті вищого очищення із додаванням настоїв дібровки, кропу, вересу і коріандру;

- Клімовічська — на настоях меліси, зубрівки, чебрецю;
- Російська особлива — на спирті вищого очищення із додаванням коріандру, м'яти, липового цвіту. Міцність настоянок 40% об.
- Житньовка гірка з м'ятою золотистого кольору - настоянка виготовлена з додаванням перцевої м'яти і витримана в дубових бочках з дотриманням традиційних технологій;
- «Зубрівка» – горілка золотисто-салатового кольору міцністю 40 градусів з легким ароматом і присмаком свіжоскошеної трави. Відноситься до класу гірких настоянок, промислове виробництво напою налагоджено у Польщі та Білорусі;
- Flora - Шведські гіркі настоянки (Swedish Bitters) - Maria's Formula of Swedish Bitters є есенцією навички, знання і досвіду у виробництві кращих трав'яних гірких настоянок. Flora ретельно відбирала і тестувала трави, щоб досягти найвищої якості і ефективності;
- Настоянка гірка Nemiroff Українська медова з перцем - червоний перець чилі, степові трави і натуральний мед - це вишукане й суперечливе за своєю природою поєднання, яке надає настоянці Nemiroff «Українська медова з перцем» несподіваний тривалий після смак;
- Настоянка гірка Campari - сучасна класика, чудовий аперитив, створений шляхом змішування гірких трав, ароматних рослин і фруктів зі спиртом і водою, але характерну рису Кампарі (Campari Bitter) становить цедра грейпфрута;
- Престиж перцівка м'яка — виготовлена на основі червоного перцю, пекучість якого пом'якшується завдяки наявності в складі напою свіжого натурального меду;
- Фрук Шульц Туземак - цей напій виник в Європі за часів наполеонівських війн, як замітник заморського рому, імпорт якого став неможливий через військові дії і до сих пір дуже популярний в Чехії та Австрії, виготовляється за спеціальним рецептом з використанням натуральної ромової есенції і екстракту ванілі;

- Фрук Шульц Біттері - зроблена на основі природної питної води високого ступеня очищення, натуральних екстрактів лікувальних трав, коріння, стиглих фруктів, лісових ягід і спецій;
- настоянка гірка Біттері Лігаро – має тонку гіркоту трав і прянощів в поєднанні з ароматом цитрусових і лісових ягід;
- Калганівка - традиційна українська гірка настоянка горілки на калгані.
- Старка - міцний алкогольний напій, що відрізняється досить високою концентрацією спирту (мінімум 40-43%). Його отримують шляхом настоювання міцної горілки всередині дубових бочок з-під вина. Напій користується особливою популярністю в Східній Європі. Зокрема, його роблять на території Польщі, Білорусі, Литви та Західної Росії. У різних країнах точну назву алкоголю може відрізнитися (наприклад, на російських просторах проводиться такий продукт, як Старка настоянка гірка);
- Первак домашній - настоянка гірка замузнена, що виготовлений з 100% натуральної зернової сировини.

Винятком є гірка настоянка на ТОВ «Континент ФУД» «Мисливська», цукристість якої (до 20%) обумовлено на додаванням білого портвейну.

Процес формування товарів в ТОВ «Континент ФУД» здійснюється по наступних етапах:

Встановлюємо груповий асортимент товарів - цим самим визначаємо асортиментний профіль підприємства.

Визначаємо розгорнутий асортимент товарів, тобто здійснюють підбір конкретних різновидів товарів у межах кожної товарної групи.

Керівництво магазину повинне прийняти рішення про широту асортименту, його глибину, якість і ціни товарів, що пропонуються покупцям, згідно з очкуваннями споживачів вибраного цільового ринку.

Саме товарний асортимент є ключовим фактором у конкурентній боротьбі роздрібних торговельних підприємств. Це відповідальний стан, бо

весь процес перетворення виробничого асортименту товарів у торговий завершується в магазинах.

Одним з показників ефективності товарного асортименту є широта, тобто число сукупності товарів в наборі, виділеному за певною ознакою.

Основою для аналізу цієї властивості є класифікаційні угруповання. За базовий показник ми взяли кількісний склад гірких настоянок, параметричний ряд регламентований стандартом.

Широта асортименту ТОВ «Континент ФУД» за ємкістю гірких настоянок рівна 0,5. Цей показник можна вважати близьким до оптимального.

Одним з показників ефективності товарного асортименту є його глибина. Як правило, для гірких настоянок - це загальне число різновидів продукції.

Отже, повнота асортименту гірких настоянок в магазині ТОВ «Континент ФУД» рівна 0,77, тобто можна зробити висновок, що асортимент гірких настоянок практично дозволяє задовольняти твердо сформований попит на алкогольну продукцію, він близький до числа різновидів продукції, що рекомендується, для магазинів гірких настоянок з площею від 251-650 кв.м, тобто 301-500 одиниць.

2.3. Оцінка конкурентоспроможності гірких настоянок

Оцінка конкурентоспроможності гірких настоянок розпочинається з оцінки їх якості, що включає дослідження маркування, визначення органолептичних та фізико-хімічних показників.

Результати оцінки споживчого маркування наведені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Результати оцінки маркування

Елемент маркування, передбачений ДСТУ 4257:2003	Настоянка «Зе Хайленд Фокс Блек»	Настоянка «Зе Хайленд Фокс»	Настоянка «Зе Хайленд Фокс Вайт Хані»	Настоянка «Яровська»	Настоянка «Зубровка»
Загальна та власна назва виробу	Настоянка	Настоянка	Настоянка	Настоянка	Настоянка
Найменування виробника	ЛГЗ «Златогор»	ЛГЗ «Златогор»	ЛГЗ «Златогор»	ТОВ «Національна горілчана компанія»	ТОВ «CEDC Інтернешнл»
Знак для товарів та послуг	Зе Хайленд Фокс	Зе Хайленд Фокс	Зе Хайленд Фокс	Яровська	Зубровка
Географічна назва місця виготовлення виробу	Україна, м. Золотоноша	Україна, м. Золотоноша	Україна, м. Золотоноша	Україна, с. Степанки	Польща, м. Біалісток
Склад:	Вода питна підготовлена, спирт етиловий ректифікований «люкс», цукровий сироп, ароматизатор ідентичний натуральному «Віскі», колер, екстракт рідкий дубу, настій мускатного дерева (плоди), настій жита.	Вода питна підготовлена, спирт етиловий ректифікований «Люкс», ароматизатор харчовий рідкі віскі, цукор білий кристалічний, екстракт рідкий дубу, барвник харчовий натуральний коричневий (карамель E150d), спиртовий настій мускатного дерева (плоди).	Вода питна підготовлена, спирт етиловий ректифікований «Люкс», цукровий сироп, настій ячмінного солоду пивоварного, настій жита, ароматизатор ідентичний натуральному «Шотландський віскі», настій кукурудзи, колер, мед натуральний, ароматизатор ідентичний натуральному «Мед».	Вода артезіанська питна підготовлена, спирт етиловий ректифікований «Люкс», цукровий сироп, екстракт «Горіховий», натуральний барвник «Цукровий колер», настій спиртовий квітів липи.	Вода підготовлена, спирт етиловий ректифікований з харчової сировини, цукровий сироп, натуральний екстракт з трав зубрівки, стебло трави зубрівки.
Вміст спирту (% об.)	38	40	35	35	37,5
Місткість тари	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Штриховий код	Нанесений на видимій стороні етикетки	Нанесений на видимій стороні етикетки	Нанесений на видимій стороні етикетки	Нанесений на видимій стороні етикетки	Нанесений на видимій стороні етикетки
Дата виготовлення	14.02.2018р.	28.03.2018р.	18.03.2018р.	13.02.2017р.	19.03.2017р.
Термін придатності	36 місяців з дня розливу	36 місяців з дня розливу.	36 місяців з дня розливу.	9 місяців	Необмежений

За результатами дослідження маркування обраних зразків настоянок встановлено, що маркування всіх зразків є повним, розбірливим, чітким, дублюється українською мовою, відповідає вимогам Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» та ДСТУ 4257:2003 «Напої лікєро-горілочні. Технічні умови» [27].

Результати дослідження настоянок за органолептичними показниками наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Органолептичні показники досліджуваних зразків настоянок

Показник якості	Настоянка «Зе Хайленд Фокс Блек»	Настоянка «Зе Хайленд Фокс»	Настоянка «Зе Хайленд Фокс Вайт Хані»	Настоянка «Яровська»	Настоянка «Зубровка»
Смак	Приємний, чистий	Приємний, чистий	Приємний, чистий	Приємний, з горіховим присмаком	Приємний, чистий
Бальна оцінка	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8
Аромат	Яскраво виявлений	Приємний	Яскраво виявлений	Приємний	Приємний
Бальна оцінка	3,9	3,9	3,8	3,9	3,9
Колір	Характерний для певного виду	Характерний для певного виду	Характерний для певного виду	Характерний для певного виду	Характерний для певного виду
Прозорість	Прозора рідина без блиску, коричневого відтінку	Прозора рідина без блиску, коричневого відтінку	Прозора рідина без блиску, коричневого відтінку	Не прозора рідина, темного забарвлення	Прозора незафарбована рідина без блиску
Бальна оцінка	2,0	2,0	2,0	1,8	2,0
Загальна бальна оцінка	9,8	9,7	9,6	9,5	9,7

За результатами оцінювання органолептичних показників, було визначено, що найвищу оцінку 9,8 з 10 отримала настоянка «Українська медова з перцем» ТМ «Nemiroff». Так як, настоянка «Українська медова з

перцем» вважається однією з найкращих з досліджуваних зразків та має досить приємний та чистий смак, з яскраво вираженим ароматом та прозорою рідиною без блиску. Також відмінну оцінку отримали настоянки «Зе Хайленд Фокс» та «Зубровка», які набрали 9,7 балів. Настоянка «Самогон на абрикосах» ТМ «Первак» та настоянка «Яровська» отримали оцінки 9,6 та 9,5, тобто «добре».

Результати досліджень зразків настоянок за фізико-хімічними показниками наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Фізико-хімічні показники настоянок

Показник	Настоянка «Зе Хайленд Фокс Блек»	Настоянка «Зе Хайленд Фокс»	Настоянка «Зе Хайленд Фокс Вайт Хані»	Настоянка «Яровська»	Настоянка «Зубровка»
Вміст спирту, % об.	38	40	35	35	37,5
Масова частка кислот, г/100 мл	0,17г/100см ³	0,021г/100см ³	0,012г/100см ³	0,77г/100см ³	0,07г/100см ³
Повнота наливу, дм ³	0,996	0,995	0,996	0,994	0,996

За результатами фізико-хімічних досліджень встановлено, що всі зразки відповідають вимогам нормативної документації. Відмінність за показником кислотності пов'язана із сировиною, яка була використана під час виробництва настоянок. Результати визначення комплексних показників якості досліджуваних зразків гірких настоянок з урахуванням коефіцієнтів вагомості та відносних показників якості наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Комплексні показники якості гірких настоянок

Показник	Зе Хайленд Фокс Блек		Зе Хайленд Фокс		Зе Хайленд Фокс Вайт Хані		Яровська		Зубровка	
	p _i	P _i	p _i	P _i	p _i	P _i	p _i	P _i	p _i	P _i
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Смак	3,8	0,75	3,8	0,50	3,8	0,50	3,7	0,50	3,8	0,50

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Аромат	3,8	0,75	3,7	0,25	3,8	0,55	3,7	0,55	3,8	0,55
Колір	2,0	1,00	2,0	1,00	2,0	1,00	2,0	1,00	2,0	1,00
Прозорість	2,0	1,00	2,0	1,00	2,0	1,00	2,0	1,00	2,0	1,00
Вміст спирту, % об.	40	1,00	40	1,00	40	1,00	40	1,00	40	1,00
Масова частка кислот, г/100 мл	0,050	0,40	0,060	0,60	0,050	0,40	0,050	0,40	0,060	0,40
Повнота наливу, дм ³	0,995	0,79	0,685	0,66	0,996	0,73	0,996	0,73	0,994	0,66
Комплексний показник якості	0,706		0,678		0,603		0,504		0,677	

Результати визначення комплексних показників якості свідчать, що найкращі результати має гірка настоянка Зе Хайленд Фокс Блек, оскільки саме цей зразок отримав найвищий бал за результатами органолептичного оцінювання якості, а саме цей критерій є ключовим під час вибору споживача. Інші зразки також пройшли оцінювання на достатньо високому рівні. Відмінні результати досліджень доводять, що гіркі настоянки мають право на існування на ринку України і вже знайшли свого споживача.

Але є й недоліки, зокрема це відсутність нормативно-правової бази орієнтованої саме на гіркі настоянки. Висока якість гірких настоянок зумовлена багаторічним досвідом виробників, які з покоління в покоління передають секрети виготовлення гірких настоянок, потужною матеріально-технічною базою виробництва, використанням сучасних технологій та високим внутрішнім контролем якості на виробництві.

Однак, окрім якості для споживача важливими є й інші критерії, зокрема економічні, а тому для встановлення найбільш конкурентної гіркої настоянки для споживача визначали їх інтегральні показники відносної конкурентоспроможності. Розрахунок інтегрального показника відносної конкурентоспроможності товару базується на порівнянні параметрів досліджуваних гірких настоянок із існуючими аналогами на ринку і

визначенні того, що найбільш повно відображає вимоги споживачів. Цей показник складається зі співвідношень параметричних індексів показників якості.

Конкурентоспроможність гірких настоянок визначається співвідношенням якісних та цінових показників досліджуваного зразка гірких настоянок та аналога, яким обрано гірку настоянку Зе Хайленд Фокс Блек.

Результати визначення конкурентоспроможності гірких настоянок наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Конкурентоспроможність гірких настоянок

Показник	Зе Хайленд Фокс Блек	Зе Хайленд Фокс	Зе Хайленд Фокс Вайт Хані	Яровська	Зубровка
Комплексний показник якості	0,706	0,678	0,603	0,504	0,677
Вартість, грн.	116,9	128,90	132,90	98,60	149,90
Інтегральний показник відносної конкурентоспроможності гірких настоянок	0,99	0,95	0,96	1,49	0,96

Тому, незважаючи на найвище значення комплексного показника якості настоянки Зе Хайленд Фокс Блек (0,706) найвищим рівнем конкурентоспроможності характеризується настоянка «Яворівська» (1,49), що пов'язано з нижчою вдвічі ціною.

Отже, за результатами дослідження маркування, пакування, органолептичних та фізико-хімічних показників гірких настоянок встановлено, що найвищим рівнем якості характеризуються настоянки «Зе Хайленд Фокс» та «Зубровка», а найнижчим – Яровська, смак і аромат якої псує великий вміст цукру та кислотність, але при цьому його низька ціна дозволяє бути на ринку конкурентоспроможним. За результатами досліджень встановлено, що всі зразки відповідають вимогам нормативної документації.

2.4. Стратегія позиціонування гірких настоянок у ТОВ «Континент ФУД»

Одним із найбільш розповсюджених і доступних методів для виявлення споживчих переваг є опитування потенційних споживачів.

У процесі дослідження було розроблено анкету (додаток А) та проведено опитування мешканців м. Києва. Усього було тиражовано 700 анкет, із яких до аналізу відібрано 682, інші анкети були вибракувані внаслідок неправильного їх заповнення респондентами. З урахуванням належної репрезентативності вибірки опитуваних отримана кількість анкет відповідає вимогам принципу надійності інформації. Опитування проводилося шляхом анкетування випадкових перехожих на вулицях міста, на підприємствах роздрібної торгівлі. Соціально-демографічну характеристику опитаних наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Соціально-демографічний портрет респондентів

Характеристика	Кількість респондентів, осіб	Частка респондентів, осіб, %
Стать: чоловіча	379	55,6
жіноча	303	44,4
Вік: від 21 до 30 років	143	21,0
від 30 до 40 років	278	40,8
від 40 до 50 років	212	31,1
від 50 років і більше	49	7,2
Рівень середньодушового доходу родини на місяць:		
до 2500 грн	78	11,4
від 2501 до 3000 грн	178	26,1
від 3001 до 4000 грн	316	46,3
більше 4000 грн	110	16,2
Разом	682	100

За результатами обробки анкет виявлено наступні переваги споживачів щодо вибору виду алкогольних напоїв (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Споживчі переваги щодо виду алкогольних виробів

Вид напою	Кількість опитаних, осіб	Частка, %
Вина	161	12,8
Шампанські вина	133	10,6
Лікери	89	7,1
Настоянки	140	11,2
Горілка	216	17,2
Пиво	265	21,1
Коньяк	121	9,6
Вермути	76	6,1
Віскі, ром	54	4,3

Відповідно до отриманих результатів найбільшим попитом у споживачів алкогольної продукції користуються пиво та горілка, які визначили 21,1 та 17,2%, відповідно. Ще 12,8% опитаних віддають перевагу винам. Слід відзначити, що більше 11% респондентів обирають настоянки, що зумовлено давніми традиціями споживання лікери-горілчаних виробів, які склалися в країні.

На наступному етапі дослідження вважали за доцільне визначити ступінь задоволення асортиментом алкогольної продукції, представленої на споживчому ринку (рис. 2.3).

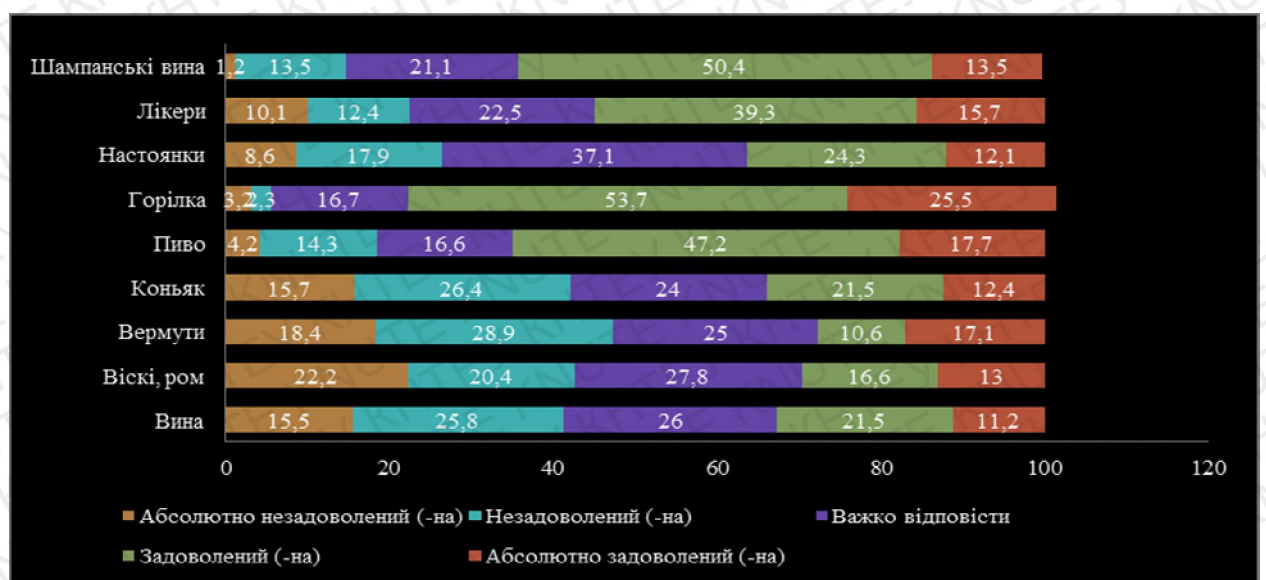


Рис. 2.3. Розподіл респондентів за рівнем задоволеності асортиментом лікери-горілчаних виробів

Найбільша задоволеність асортиментом виявлена на такі вироби як горілка, пиво, шампанське та ігристі вина. У той же час до продукції, асортиментом якої більшість опитаних незадоволені, належать: віскі, ром, лікери, вермути, а також настоянки. При цьому щодо задоволеності асортиментом настоянок частка абсолютно незадоволених і незадоволених становить 8,6 та 17,9%, відповідно, що в сукупності перевищує 26%. Крім того, 37,1% респондентів не змогли визначитися, отже, також мають певний рівень сумнівів щодо достатності асортименту настоянок. Отримані результати підтверджують необхідність виведення на ринок нових видів настоянок із різними смаками, що дозволить розширити їх асортимент і сприятиме більш повному задоволенню потреб споживачів.

На сьогодні все більше споживачів звертають увагу на склад продукції під час її вибору та віддають перевагу натуральним компонентам. Тому доцільно визначити привабливість для них настоянок із додаванням рослинних добавок.

Відповідно до кривої імовірності купівлі (рис. 2.4), високу вірогідність купівлі настоянок (7 та більше балів) відзначили 253 респонденти.

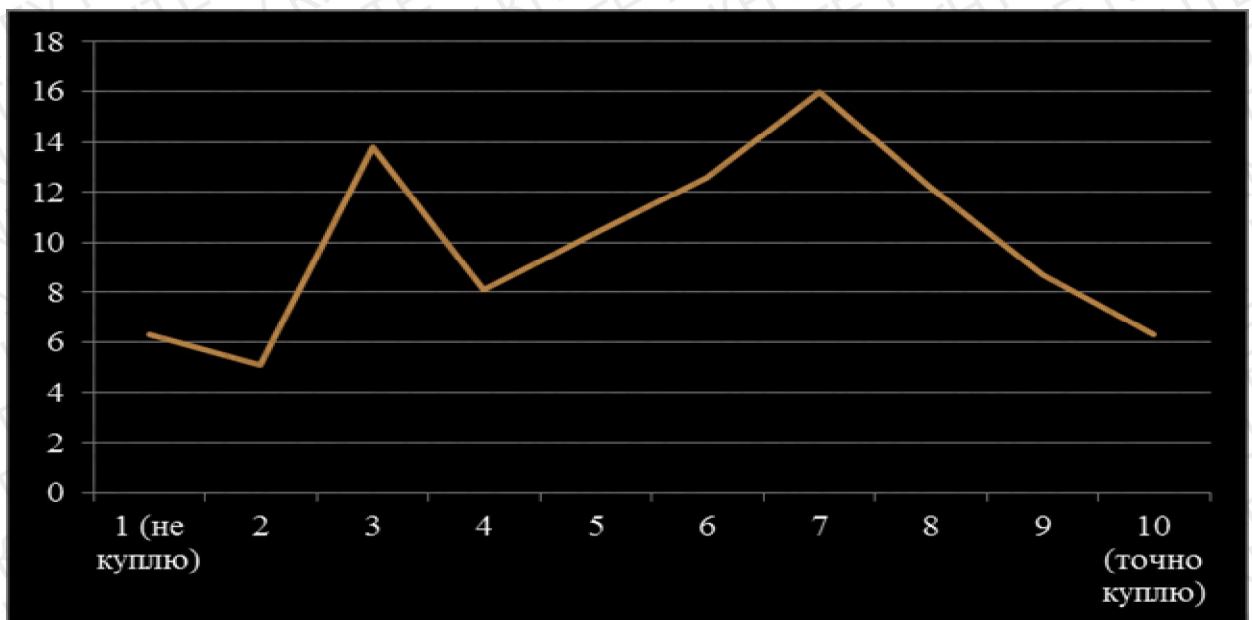


Рис. 2.4. Крива імовірності купівлі настоянки з натуральними рослинними добавками

Причому 104 особи (15,2%) відзначили оцінки в 9 та 10 балів, що свідчить про високу готовність до придбання цього виду продукції. Отже, частка потенційних споживачів цього виду лікєро-горілочаних виробів становить близько 37%, що є достатньо високим показником і свідчить про перспективність виробництва настоянки з рослинними компонентами.

Для забезпечення попиту на новий вид продукції важливо визначити види натуральних добавок, яким би потенційні споживачі віддали б перевагу. Для визначення смако-ароматичних уподобань респондентам було запропоновано низку рослинних добавок, а саме і лікарську рослинну сировину, соковиті ягоди, прянощі, тропічні та субтропічні фрукти. Спираючись на літературні дані, з асортименту прянощів було вибрано корінь імбиру, який є популярним у сучасного споживача, серед фруктів – ківі та апельсин як плоди, що, за статистичними даними, найчастіше купуються в роздрібній торговельній мережі.

Респонденту було запропоновано вибрати не більше трьох компонентів. Усього отримали 1461 відповідь, розподіл яких наведено на рис. 2.5.

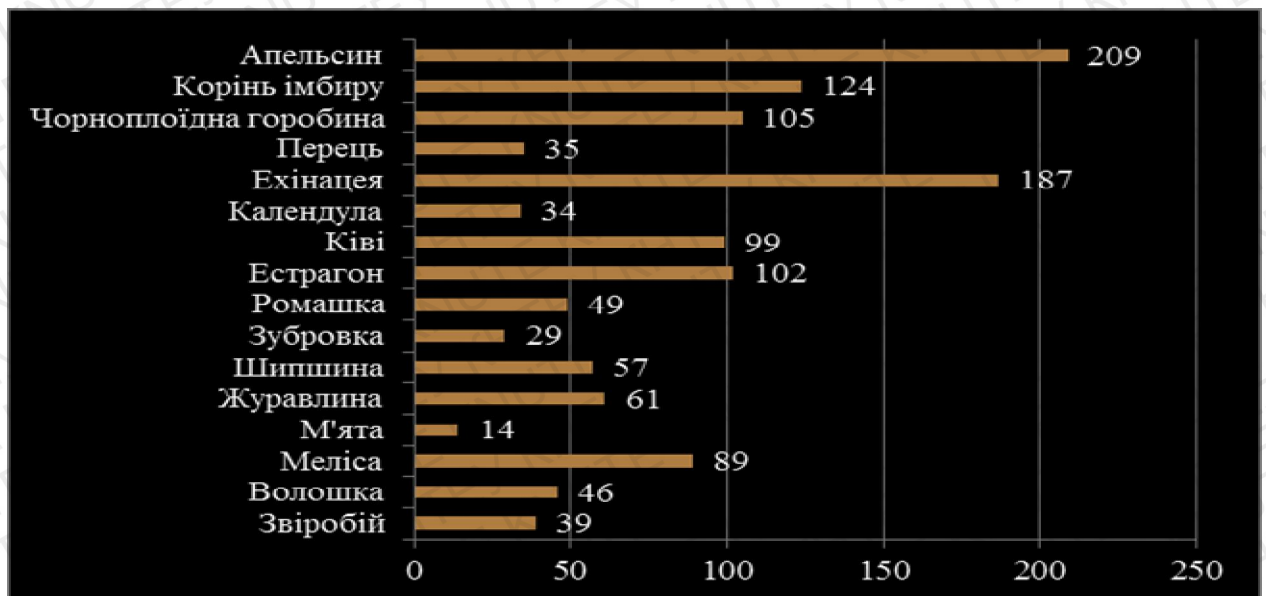


Рис. 2.5. Розподіл респондентів за перевагами натуральних добавок

Найбільшу перевагу опитані віддали апельсину та ехінацеї, їх відзначили 209 (14,3%) та 187 (12,8%) осіб, відповідно; 7...8% опитаних

вибрали імбир, чорноплідну горобину, естрагон та ківі. Найменш привабливими для споживачів виявилися такі рослинні добавки: родіола рожева, ромашка, календула, зубрівка, шипшина, ламінарія, журавлина, перець, м'ята, волошка, звіробій.

Відповідно до отриманих результатів більшим попитом будуть користуватися настоянки з додаванням апельсина, ехінацеї, імбиру, чорноплідної горобини, естрагону та ківі. Смаки та властивості наведених добавок зрозумілі для споживачів, що і пояснює їх вибір. За умови введення до складу напоїв додаткових компонентів необхідно довести до потенційних споживачів їх корисні властивості, наприклад, у рекламі під час виведення товару на ринок або під час дегустацій.

Важливим чинником, що впливає на вибір продукту, є його колір. За результатами опитування (рис. 2.6) у зоні найбільшої імовірності купівлі знаходяться коричневий, зелений, помаранчевий і червоний кольори. Висока імовірність купівлі напоїв коричневого кольору зумовлена звичками та сприйняттям споживачами класичних алкогольних виробів (коньяк, віскі, бренді, бальзами, лікери). Відповідно до оцінок респондентів щодо нових настоянок із натуральними добавками, пріоритетними кольорами вибрано зелений, помаранчевий і червоний.

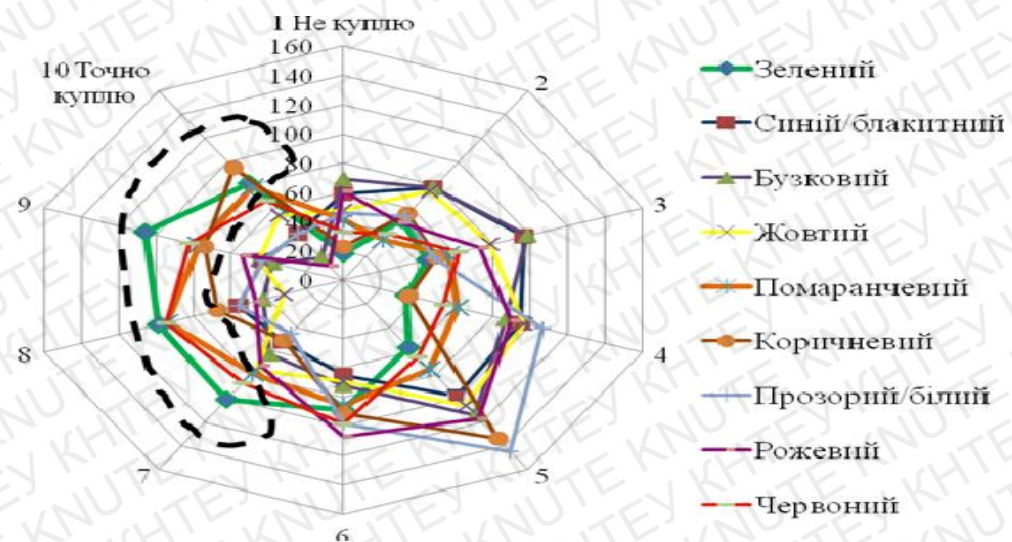


Рис. 2.6. Готовність респондентів до купівлі настоянки з натуральними добавками залежно від кольору

Під час виведення нової продукції на ринок необхідно сформувати позитивне уявлення споживачів про неї, тому респондентам було запропоновано визначити, яким властивостям нової настоянки вони віддали б перевагу. Згідно з отриманими результатами (рис. 2.7) більшість опитаних, а саме 31,4%, відзначили, що віддали б перевагу настоянкам зі зниженим токсичним ефектом.

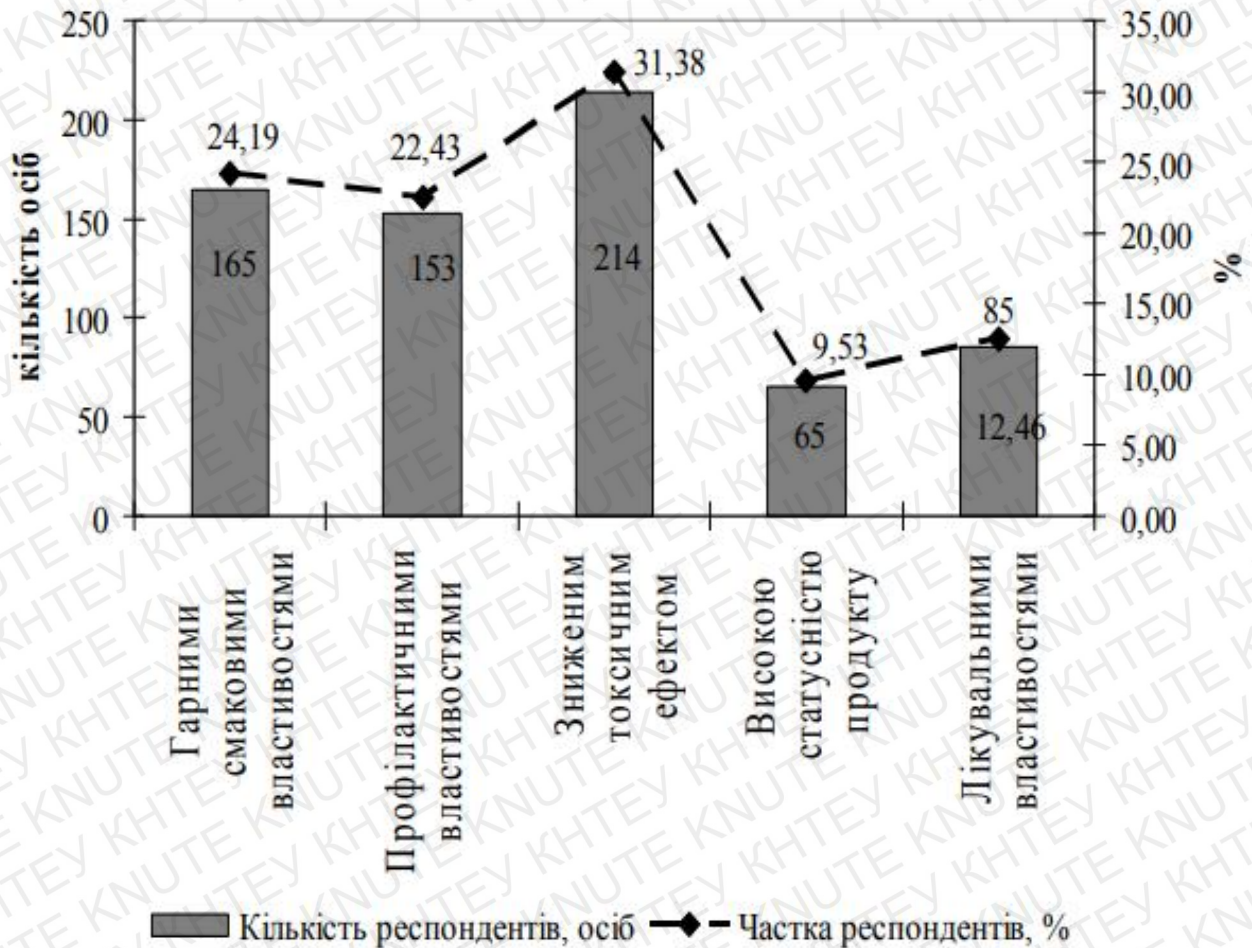


Рис. 2.7. Розподіл респондентів за пріоритетами купівлі настоянки з натуральними добавками

Важливість смакових властивостей і профілактичного ефекту відзначили 24,2 та 22,4%, відповідно. Найменшим купівельним пріоритетом виявилася висока статусність продукції, а лікувальні властивості стали вагомими для 12,46% опитаних. Спираючись на отримані результати, розробка алкогольних напоїв зі зниженим токсичним ефектом є доцільною.

Успіх товару на ринку багато в чому залежить від правильності вибраного цільового сегмента. Під час сегментації ринку найчастіше використовуються соціально-демографічні характеристики. За результатами опитування визначено, що потенційними споживачами настоянок є чоловіки віком від 40 до 50 років (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Соціально-демографічний портрет потенційних споживачів настоянок

	Кількість респондентів, що віддають перевагу настоянкам, осіб	Частка респондентів, що віддають перевагу настоянкам, %
Жінки	36	25,7
Чоловіки	104	74,3
Разом	140	100
від 18 до 30 років	18	12,9
від 30 до 40 років	36	25,7
від 40 до 50 років	67	47,9
від 50 років і більше	19	13,6

Таким чином, за проведеними дослідженнями щодо вподобань потенційних споживачів розробка та виведення на ринок настоянок із додаванням рослинної сировини та зниженим токсичним ефектом є перспективним щодо можливості отримання високого комерційного результату під час реалізації та стабільного попиту.

РОЗДІЛ 3

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ ПОСТАЧАННЯ ГІРКИХ НАСТОЯНОК ТОВ «КОНТИНЕНТ ФУД»

3.1. Теоретичні засади управління каналами постачання

Управління ланцюгами постачань є відносно новим напрямком. Воно відображає концепції інтегрального бізнес-планування, яких з 1950-х років дотримуються експерти і практики в області логістики. Сьогодні інтегроване планування стало реальністю завдяки розвитку інформаційних технологій, але більшості компаній усе ще не вистачає знань про те, як застосовувати і як адаптувати нові аналітичні інструменти для досягнення цих цілей.

Однією з вирішальних умов забезпечення безперервного функціонування сфери товарного обігу, задоволення попиту населення та конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі є їх товаропостачання [52].

Товаропостачання роздрібної торговельної мережі - це комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібної торговельної мережі в кількості та асортименті, що відповідають попиту населення [53].

Зміст товаропостачання у найбільш стислому викладі зводиться до того, що підприємство-постачальник товарів за замовленням роздрібного торговельного підприємства повинне відібрати, скомплектувати партію товарів у кількості та асортименті, достатніх для безперебійної торгівлі ними в кожному магазині протягом певного обумовленого періоду, підготувати і доставити замовлені товари власним або найманим транспортом до відповідного пункту продажу або ж надати ці товари представникові роздрібного торговельного підприємства для самостійного їх вивезення.

Процес товаропостачання завершується прийманням товарів у роздрібному торговельному підприємстві та документальним оформленням операції здавання-приймання товарів.

У товаропостачанні роздрібної торговельної мережі виділяються такі основні заходи (стадії процесу товаропостачання):

- визначення потреби в товарах; вибір джерел товаропостачання і постачальників товарів;
- встановлення раціональних схем постачання;
- оперативний контроль за виконанням договорів поставки;
- вибір форм товаропостачання; визначення раціональної частоти доставки й оптимальних розмірів партій завезення товарів;
- організація доставки товарів у магазини;
- приймання товарів і його документальне оформлення.

На організацію товаропостачання впливають об'єктивні та суб'єктивні фактори (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Фактори, які впливають на організацію товаропостачання роздрібної торговельної мережі

Організація товаропостачання на підприємстві розпочинається з розрахунку плану обсягу та асортиментної структури надходження товарів, що є похідним від плану товарообороту підприємства на відповідний період та плану формування товарних запасів. Обсяги необхідного надходження товарів розраховуються по окремих товарних групах та по підприємству в цілому.

Плановий обсяг надходження товарів (у роздрібних цінах) визначається на основі товарного балансу і дорівнює плановому обсягу товарообороту плюс планова сума товарних запасів на кінець періоду і мінус фактична сума товарних запасів на початок планового періоду. Розмір іншого вибуття товарів на плановий період визначається за рівнем вибуття, що склався у попередній період, у відсотках від обсягу надходження товарів.

Планові розрахунки проводяться за формулою:

$$П = ТО + ТЗ_к - ТЗ_п + В \text{ або } П = ТО \pm \Delta ТЗ + В, \quad (3.1)$$

де $П$ – плановий обсяг надходження товарів на підприємство;

$ТО$ – плановий обсяг товарообороту;

$ТЗ_п$ – фактична сума товарних запасів на початок планового періоду;

$ТЗ_к$ – планована сума товарних запасів на кінець періоду;

$\Delta ТЗ$ – передбачена зміна обсягу товарних запасів у плановому періоді;

$В$ – очікуване вибуття товарів у зв'язку з природнім вибуттям та з інших причин.

До основних робітничих професій торговельного підприємства належать: продавець, контролер-касир, контролер, касир торговельного залу, вантажник.

Рівень кваліфікації працівника характеризується рівнем освіти та досвідом практичної роботи на певній посаді, складністю робіт, що можуть ним виконуватися.

При аналізі показників праці використовують такий показник як забезпеченість підприємства робочою силою. Він розраховується як відношення фактичної чисельності працівників і штатної чисельності працівників.

$$K_{\text{эк}} = \frac{q_{\phi}}{q_{\text{шт}}} \times 100\% \quad (3.2)$$

де q_{ϕ} – чисельність штатних працівників фактична;

$q_{\text{шт}}$ – чисельність працівників за штатним розписом.

Роздрібний товарообіг – це виручка від продажу безпосередньо населенню споживчих товарів, як за готівку, так і за розрахункові чеки установ банків, через організований споживчий ринок, тобто спеціально організовану торгову мережу (магазини, аптеки, палатки, кіоски, автозаправні станції, розвізну і розносну мережу) і мережу громадського харчування (їдальні, кав’ярні, ресторани тощо) усіма підприємствами незалежно від відомчої підпорядкованості, форм власності і господарювання [52].

Розвиток глобальної логістики є закономірним і незаперечним процесом. Під час прийняття управлінських рішень щодо перебудови ланцюгів постачання необхідно враховувати такі ключові тенденції на ринку: міжнародна торгівля переважно пов’язана з більшими обсягами замовлень, що уможливорює компенсувати вищі витрати на перевезення; міжнародним ринкам притаманний значний ступінь невизначеності, значні коливання попиту; на міжнародному ринку більше посередників (вантажні експедитори і митні агенти); великі відстані утруднюють встановлення тісних робочих відносин з кінцевими споживачами; через великі відстані та відмінності в культурах комунікації стають важчими; умови торгівлі змінюються, в окремих випадках можуть стати взагалі незнайомими; фінансові ризики та складність в аналізі даних.

Логістичні операції дають змогу підприємствам здобути ринкове зростання, значну економію за рахунок масштабів діяльності і підвищення прибутковості. На світовому ринку з кожним роком збільшується роль логістики і зростає значення логістичного менеджменту. Успішне впровадження логістичного управління та перебудова ланцюгів постачання сприятиме виявленню усіх наявних ринкових можливостей і удосконаленню системи прийняття рішень.

3.2. Характеристика системи управління каналами постачання гірких настоянок ТОВ «Континент ФУД»

Система управління каналами постачання гірких настоянок ТОВ «Континент ФУД» характеризується показниками планового обсягу закупівлі товару, забезпеченість трудовими ресурсами та основними показниками господарської діяльності, а саме: роздрібний товарооборот, валовий дохід, витрати обігу, витрати на оплату праці, витрати на рекламу, рентабельність товарообороту, прибуток від реалізації, чисельність працівників, середні товарні запаси та темпи приросту товарообороту, витрат на оплату праці та валового доходу.

На ТОВ «Континент ФУД» план обсягу закупівлі становить:

2017 рік

$$П = 575\,360\,000 + 75\,250\,000 - 90\,000\,000 + 5\,000\,000 = 565\,610\,000 \text{ грн.}$$

Отже, в 2017 році плановий обсяг надходження товарів на підприємство в грошовому вимірі становило 565 610 000 грн.

2018 рік

$$П = 595\,200\,000 + 73\,842\,964 - 93\,102\,300 + 5\,500\,000 = 581\,440\,664 \text{ грн.}$$

Отже, в 2018 році показник планового обсягу надходження товарів на підприємство в грошовому вимірі становило 581 440 664 грн.

Після порівнювання даних за 2017 і 2018 роки можна зробити висновок, що плановий обсяг надходження товарів у гривнях в 2018 році порівняно з 2017 збільшився на 15 830 664 грн, або на 2,7 %, результат можна відобразити в діаграмі:

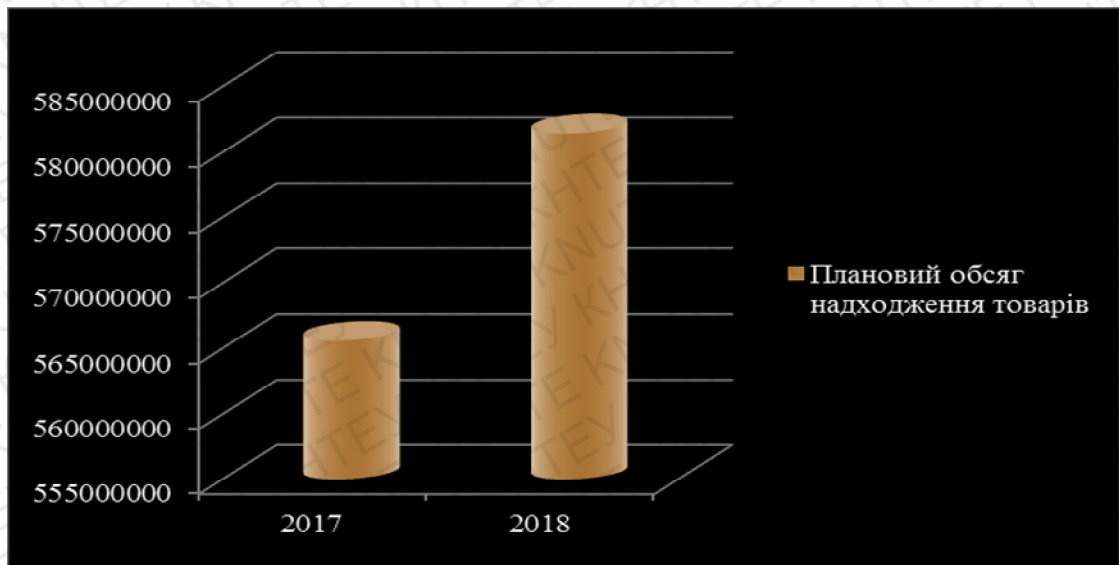


Рис. 3.2. Плановий обсяг надходження товарів

Плановий обсяг закупівлі товарів визначає загальну потребу підприємства в товарних ресурсах у цілому на плановий період, тому на основі розрахунків планового обсягу надходження товарів та за відображення даних за допомогою діаграми «Плановий обсяг надходження товарів», можна зробити висновок про те що обсяги надходження в 2018 році зросли в порівнянні з 2017 роком, що свідчить про розвиток та збільшення товарного асортименту підприємства.

Персонал торговельного підприємства – це сукупність робітників, службовців, спеціалістів і керівників, які перебувають із ним у стосунках, що регулюються договором найму, беруть участь у діяльності підприємства своєю працею і одержують за це відповідну заробітну плату.

2017 рік:
$$K_{\text{зк}} = \frac{298}{315} * 100\% = 94,6\%$$

Забезпеченість трудовими ресурсами в 2017 році на ТОВ «Континент ФУД» 94,6%.

$$\text{2018 рік: } K_{\text{зк}} = \frac{302}{315} * 100\% = 95,9\%$$

Забезпеченість трудовими ресурсами в 2018 році на ТОВ «Континент ФУД» 95,9%.

Дані можуть бути відображені за допомогою наступної діаграми.

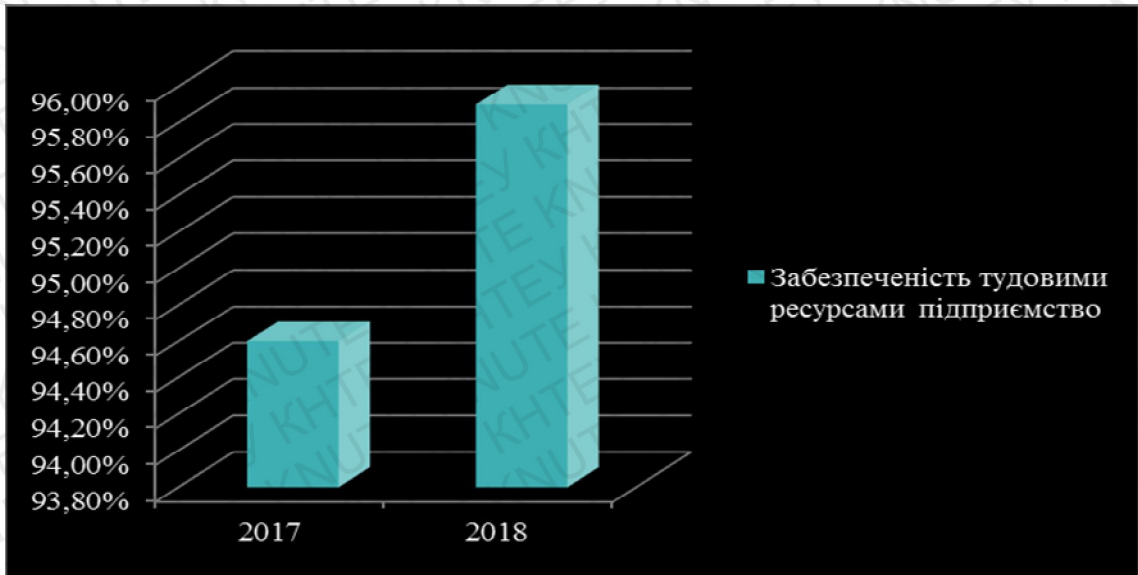


Рис. 3.3. Забезпеченість трудовими ресурсами ТОВ «Континент ФУД»

Отже, в 2018 році порівняно з 2017 забезпеченість трудовими ресурсами зросла на 0,5 %. Тобто було надано ще 4 робочих місця.

б) Товарооборот торговельного підприємства

У 2017 році денний товарооборот становив 1 400 000 грн/день

Товарооборот за місяць становив приблизно:

$$1\,400\,000 * 30,5 = 42\,700\,000 \text{ грн/міс.}$$

В таких місяцях як: січень, квітень, травень і грудень (місяці на які припадають загальнонародні свята) товарооборот збільшувався на 20% і становив:

$$42\,700\,000 + 8\,540\,000 = 51\,240\,000 \text{ грн/міс.}$$

Отже річний товарооборот у 2017 році становив:

$$42\,700\,000 * 8 + 51\,240\,000 * 4 = 546\,560\,000 \text{ грн/рік}$$

У 2018 році денний товарооборот було підвищено до 1 500 000 грн/день.

Товарооборот за місяць становив:

$$1\,500\,000 * 30,5 = 45\,750\,000 \text{ грн/міс}$$

В січні, квітні, травні та грудні товарооборот підвищувався на 20 % і становив:

$$45\,750\,000 + 9\,150\,000 = 54\,900\,000 \text{ грн/міс}$$

Річний товарооборот у 2018 році становив:

$$45\,750\,000 * 8 + 54\,900\,000 * 4 = 585\,600\,000 \text{ грн/рік.}$$

Отже, зміни за рік становлять +7,1%

Рентабельність товарообороту (P_T)

Відношення прибутку від реалізації товарів (P_{pr}) до обсягу товарообороту (T), у відсотках до товарообороту [47].

$$P_T = \frac{P_{pr}}{T} * 100 \quad (3.3)$$

$$2017 \text{ рік: } P_T = \frac{43\,724\,800}{546\,560\,000} * 100\% = 8\%$$

$$2018 \text{ рік: } P_T = \frac{46\,848\,000}{585\,600\,000} * 100\% = 8\%$$

Отже рентабельність товарообороту за рік не змінилася

Основні показники господарської діяльності ТОВ «Континент ФУД» представлені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Основні показники господарської діяльності ТОВ «Континент ФУД»

Показники	Дані		Зміни (+,-)
	2017 рік	2018 рік	
1	2	3	4
Роздрібний товарооборот, тис.грн	546 560	585 600	+39 040
Валовий дохід, тис.грн	118 650	126 000	+7 350
Витрати обігу, тис.грн	64 570	65 540	+970
В тому числі - на оплату праці	17 433,9	19 051,2	+1 617,3

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4
- на рекламу	7 748,4	8 134,2	+385,8
Рентабельність товарообороту, %	8	8	0%
Прибуток від реалізації, тис. грн	20 987,904	22 077,12	+1 089,216
Темпи приросту, %			
- товарооботот			7,1%
- витрати на оплату праці			9,28%
- валовий дохід			6,19 %
Чисельність працівників, осіб.	298	302	+4
Середні товарні запаси, тис. грн	67 800	79 200	+11 400
В % до товарообороту	12	13,2	+1,2

Дані таблиці надають інформацію, про те що товарооборот підприємства за рік збільшився на 39 040 тис. грн., а середні товарні запаси на 11 400 тис. грн, тобто проведений аналіз основних показників ТОВ «Континент ФУД», свідчить про стабільну роботу підприємства з повільною позитивною динамікою росту.

Висновки після основних показників (в грошовому вимірі) господарської діяльності можна відобразити за допомогою діаграми.

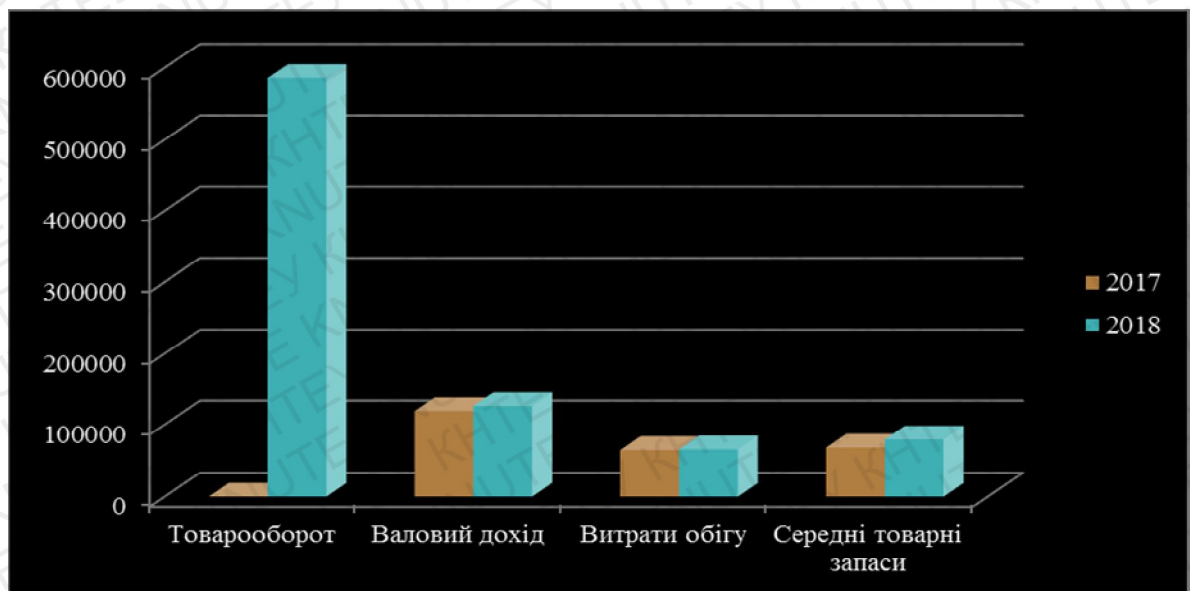


Рис. 3.4. Основні показники господарської діяльності

Отже, проаналізувавши показники, які характеризують роботу даного ТОВ «Континент ФУД», дані таблиці 3.1 і показники діаграми «Основні показники господарської діяльності», можна зробити такі висновки:

- 1) плановий обсяг надходження товарів на підприємство збільшився на 2,7 %.
- 2) забезпеченість трудовими ресурсами зросла на 0,5 %.
- 3) товарооборот – на 7,1%
- 4) валовий дохід – на 6,19%
- 5) витрати обігу – на 1,5%
- 6) витрати на оплату праці – на 9,28%
- 7) витрати на рекламу – на 4,98%
- 8) рентабельність товарообороту не змінилась.
- 9) прибуток від реалізації збільшився на 5,19%
- 10) чисельність працівників збільшилась на 1,34%
- 11) середні товарні запаси – на 16,8%

Отже, для більш ефективного розвитку ТОВ «Континент ФУД» потрібно планування його господарської діяльності, яке дозволяє пропорційно розвивати всі відділи та розподіляти всі ресурси, адаптуватися у зовнішньому середовищі, забезпечувати координацію сильних і слабких сторін внутрішнього середовища. При складанні планів прогнозується майбутній стан соціально-економічних процесів, визначається ймовірність виникнення тих чи інших позитивних і негативних ситуацій, потім це все описується з наукової точки зору, залучаючи до роботи фахівців, і останнім етапом планування є конкретне обґрунтування реалізації рішень, прогнозів у часі і просторі.

3.3. Аналіз ефективності управління каналами постачання гірких настоянок на ТОВ «Континент ФУД»

Для організації ефективного товаропостачання необхідно:

- визначити на основі розробленої товарної політики потребу в товарах, а саме: розрахувати обсяг і асортимент структуру закупівлі товарів;

- знайти джерела закупівлі товарів та вибрати вигідних надійних постачальників, які зможуть запропонувати більш конкурентоспроможний товар (за ціною, якістю та іншими параметрами), на вигідних умовах забезпечувати їх поставку і порядок розрахунків, надавати різні послуги, що збільшують цінність товару;
- встановити господарські зв'язки з постачальниками товарів і документально їх оформити шляхом укладання договорів поставки;
- визначити оптимальні розміри партій завезення товарів, частоту та способи їх доставки, вибрати найбільш ефективний вид (види) транспорту для перевезення товарів, розрахувати потребу в ньому, розробити маршрути доставки товарів тощо;
- налагодити оперативний контроль за виконанням договорів поставки товарів, ходом реалізації, станом наявності товарних запасів та їх оборотністю, що дасть змогу своєчасно реагувати і вносити зміни в товаропостачання;
- створити оптимальні умови для накопичення і зберігання необхідних для безперебійної торгівлі товарних запасів;
- забезпечити належне приймання і підготовку товарів до продажу [52].

У закупівельній діяльності одним із основних є питання вибору постачальника. Важливість цієї проблеми полягає не тільки у тому, що на сучасному ринку функціонує велика кількість постачальників майже однакових товарно-матеріальних ресурсів, але головним чином у тому, що постачальник повинен буди надійним партнером [47].

Оскільки в асортименті ТОВ «Континент ФУД» більше 30 000 товарних позицій, то підприємство має досить значну кількість постачальників.

Для аналізу процесу товаропостачання ТОВ «Континент ФУД» потрібно розрахувати і проаналізувати:

1) Коефіцієнти поставки гірких настоянок:

Таблиця 3.2

Обсяги поставки гірких настоянок

№	Постачальники товарів	Фактична сума надходження товарів, тис. грн	Планова сума надходження товарів, тис.грн
1	Львівський лікєро-горілочаний завод	340	330
2	Артемівський лікєро-горілочаний завод	300	300
3	ТОВ «Збаразький Горілочаний Завод»	600	670
4	Брест лікєро-горілочаний завод	192	194
5	ПАТ «Одеський коньячний завод»	215	240
6	ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод»	308	310
7	ТОВ Немирівський лікєро-горілочаний завод «Nemiroff»	155	155
8	Миколаївський коньячний завод	298	300
	Всього	2408	2499

Коефіцієнт поставки використовують для аналізу відповідності фактичного обсягу надходження товарів укладеним договорам (з зазначеними підприємствами) на поставку товарів і розраховують за такою формулою:

$$K_{\pi} = \frac{HT_{\phi}}{HT_{пл}} * 100, \quad (3.4)$$

де K_{π} - коефіцієнт поставки, %

HT_{ϕ} - фактична сума надходження товарів, тис. грн;

$HT_{пл}$ - планова сума надходження товарів, тис.грн.

Результати розрахунків наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Коефіцієнти поставки

№	Постачальники товарів	Коефіцієнт поставки
1	Львівський лікєро-горілочаний завод	103,3
2	Артемівський лікєро-горілочаний завод	100,00
3	ТОВ «Збаразький Горілочаний Завод»	89,55
4	Брест лікєро-горілочаний завод	98,97
5	ПАТ «Одеський коньячний завод»	89,58
6	ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод»	99,35
7	ТОВ Немирівський лікєро-горілочаний завод «Nemiroff»	100,00
8	Миколаївський коньячний завод	99,33

Розраховані значення коефіцієнтів доставки дозволяють стверджувати, що недопоставка гірких настоянок підприємствами, що були обрані для дослідження становить:

$$\frac{2408}{2499} * 100 = 96,36\%$$

$$100 - 96,36 = 3,64\%$$

Це може призвести до втрат товарообороту та прибутку в зв'язку з відсутністю товарної пропозиції. Дана ситуація була спричинена недобросовісністю постачальників (Брест лікєро-горілочаний завод, ПАТ «Одеський коньячний завод») та відмовою підприємства від частини замовлених товарів у зв'язку зі зниженням попиту (ТОВ «Збаразький Горілочаний Завод», ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», Миколаївський коньячний завод»).

До таких постачальників як Брест лікєро-горілочаний завод та ПАТ «Одеський коньячний завод» слід застосувати штрафні санкції, або ж взагалі відмовитися від їхніх послуг.

Позитивним є повне виконання зобов'язань Артемівський лікєро-горілочаний завод», ТОВ Немирівський лікєро-горілочаний завод «Nemiroff».

Львівський лікєро-горілочаний завод перевищив плановий обсяг поставки на 3,03%. Причиною цього було додаткове замовлення ТОВ «Континент ФУД», оскільки Львівський лікєро-горілочаний завод поставляє товар, що має досить високий попит.

2) Коефіцієнти варіації та рівномірності надходження гірких настоянок

Для того щоб оцінити мінливість обсягів поставки гірких настоянок потрібно розрахувати коефіцієнт варіації.

Обсяги поставки гірких настоянок у ТОВ «Континент ФУД» відображено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Обсяги поставки гірких настоянок до ТОВ «Континент ФУД»

Квартали 2018 року	Групи товарів					
	Львівський лікero-горілчаний завод			ПАТ «Одеський коньячний завод»		
	план постачання	фактично поставлено	% виконання плану	план постачання	фактично поставлено	% виконання плану
1 квартал	330	340	103,03	240	215	89,58
2 квартал	340	344	101,18	220	183	83,18
3 квартал	343	349	101,75	220	209	95,0
4 квартал	349	352	100,86	225	211	93,78
Всього за рік	1362	1385	101,69	905	818	90,38

Коефіцієнт варіації визначається за допомогою формули:

$$V = \frac{\sigma \times 100}{x_0}, \quad (3.5)$$

де, σ - середньоквадратичне відхилення;

x_0 – процент виконання плану реалізації за рік.

Попередньо необхідно обчислити середньоквадратичне відхилення:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_1 - x_0)^2}{n}}, \quad (3.6)$$

де, x_1 – процент виконання плану реалізації за кожний квартал;

n – число кварталів;

Також однією з умов успішної роботи підприємства є рівномірне постачання продуктів, що визначається за формулою:

$$K_p = 100 - V, \quad (3.7)$$

де, V – коефіцієнт варіації;

K_p – коефіцієнт рівномірності.

1. Львівський лікero-горілчаний завод:

- середньоквадратичне відхилення:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(103,03-101,69)^2 + (101,18-101,69)^2 + (101,75-101,69)^2 + (100,86-101,69)^2}{4}} = \sqrt{0,68} = 0,82\%$$

- коефіцієнт варіації:

$$V = \frac{0,82 \cdot 100}{101,69} = 0,81\%$$

- коефіцієнт рівномірності:

$$K_p = 100 - 0,81 = 99,19\%$$

Коефіцієнт варіації (нерівномірності) виконання плану надходження товарів, поставником яких є Львівський лікєро-горілочний завод, за звітний період склав: $V = 0,81\%$

Звідси випливає, що виконання плану надходження гірких настоянок було рівномірним на 99,19 % (цей показник є майже рівномірним).

2. ПАТ «Одеський коньячний завод»

- середньоквадратичне відхилення:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(89,58-90,38)^2 + (83,18-90,38)^2 + (95,0-90,38)^2 + (93,78-90,38)^2}{4}} = \sqrt{21,35} = 4,62\%$$

- коефіцієнт варіації:

$$V = \frac{4,62 \cdot 100}{90,38} = 5,11\%$$

- коефіцієнт рівномірності:

$$K_p = 100 - 5,11 = 94,89\%$$

Коефіцієнт варіації виконання плану надходження напоїв від постачальника ПАТ «Одеський коньячний завод» за звітний період склав: $V = 5,11\%$

Звідси випливає, що виконання плану надходження алкогольних напоїв було рівномірним тільки на 94,89 %, що пов'язане з нерівномірним завозом товару та невиконанням фактичного плану.

Для більш рівномірного знаходження товарів необхідно вирішити питання з рівномірності завозу товарних запасів.

Отже, проаналізувавши постачальників та їх взаємовідносини з ТОВ «Континент ФУД», можна сказати, що питання товаропостачання на підприємстві продумане. Тому що, керівництво ТОВ «Континент ФУД» співпрацює лише з перевіреними постачальниками, які досить довго працюють на ринку і міцно на ньому закріпилися, також при такій кількості постачальників мінімізовано можливість збою при постачанні товарів. Оскільки, нестачу товарів одного постачальника можна буде замінити товарами інших компаній.

Але для повної впевненості в своїх постачальниках керівництво ТОВ «Континент ФУД» повинно в контрактах встановлювати міри покарання для підприємств, які не справляються зі своїми обов'язками, щодо поставки товарів.

3.4. Напрями удосконалення системи управління каналами постачання гірких настоянок на підприємстві ТОВ «Континент ФУД»

Безперервне зростання промислового виробництва і втягнення в сферу обігу все більшої кількості товарів народного споживання виникає задача раціоналізації і вдосконалення процесу товаропостачання.

Народногосподарські інтереси вимагають створення таких умов для постачання роздрібної мережі гірких настоянок, при яких було б забезпечене максимальне прискорення оборотності товарів, зменшення товарних запасів при одночасному збільшенні обсягу їхнього продажу.

Для удосконалення процесу товаропостачання з постачальниками гірких настоянок повинні бути налагоджені господарські зв'язки, переважно прямі і довгострокові договірні взаємини, що дозволяють закуповувати товари безпосередньо у постачальників-виробників на стабільній довгостроковій основі.

Також значну частину у процесі товаропостачання займає планування надходження гірких настоянок, оскільки це дає можливість керівництву ТОВ «Континент ФУД» отримати попередні результати своєї діяльності на наступний рік.

План надходження товарів до ТОВ «Континент ФУД» в 2018 році:

- обсяг товарообороту 2017 року – 546 560 тис.грн;
- очікуваний темп приросту товарообороту на 2018 рік – 7% до 2017 року;
- норма товарних запасів на кінець IV кварталу 2018 року – 23 дні;
- товарні запаси на початок 2018 року – 18 днів;
- у 2018 році реалізація розподіляється по кварталах наступним чином: І кв. -26%; ІІ кв. – 25%; ІІІ – 25%; ІV – 24%;
- інше вибуття товарів планується в обсязі 0,2% від товарообороту;
- надходження товарів в 2017 році – 512 060 000

Плановий обсяг товарообороту за рік та по окремих кварталах:

$$TO_{пл} = \frac{TO_{ф} \cdot (100 + T_{пр})}{100}, \quad (3.8)$$

де $TO_{пл}$ – плановий обсяг товарообороту;

$TO_{ф}$ – обсяг товарообороту фактичний;

$T_{пр}$ – тем приросту товарообороту у 2018 році.

$$TO_{пл} = \frac{546\,560 \cdot (100 + 7)}{100} = 584\,819,2$$

Плановий товарооборот по кварталах, враховуючи розподіл, що склався у 2017 році:

$$TO_{пл} = \frac{TO_{пл} \cdot d_1}{100}, \quad (3.9)$$

де d_1 – частка кварталу в річному обсязі товарообороту, %

І квартал:

$$TO_{пл} = \frac{584\,819,2 \cdot 26}{100} = 152\,052,99 \text{ тис.грн}$$

II квартал:

$$TO_{пл} = \frac{584\,819,2 \cdot 25}{100} = 146\,204,8 \text{ тис.грн}$$

III квартал :

$$TO_{пл} = \frac{584\,819,2 \cdot 25}{100} = 146\,204,8 \text{ тис.грн}$$

IV квартал:

$$TO_{пл} = \frac{584\,819,2 \cdot 24}{100} = 140\,356,6 \text{ тис.грн}$$

Плановий обсяг надходження товарів знайдемо з формули товарного балансу:

$$З_{п} + Н = З_{к} + Р + В, \quad (3.10)$$

де $З_{п}$ – запаси на початок періоду;

$Н$ – надходження товарів;

$З_{к}$ – запаси на кінець періоду;

$Р$ – реалізація товарів;

$В$ – інше вибуття товарів;

Надходження товарів знаходиться за формулою:

$$Н = З_{к} + Р + В - З_{п} \quad (3.11)$$

Враховуючи норму товарних запасів на кінець IV кварталу 2018 року, визначаються запаси на кінець періоду:

$$З_{к} = Н_{тз} \cdot TO_{о_{IV}} = \frac{Н_{тз} \cdot TO_{IV}}{Д}, \quad (3.12)$$

де $Н_{тз}$ – норма товарних запасів на кінець планового періоду 2018 року, днів;

$Д$ – кількість днів у періоді.

$$З_k = \frac{23 \cdot 140\,356,6}{90} = 35\,868,908 \text{ тис. грн.}$$

Запаси на початок періоду:

$$З_n = \frac{18 \cdot 152\,052,99}{90} = 30\,410,597 \text{ тис. грн.}$$

Інше вибуття планується в обсязі 0,2% товарообороту:

$$В = \frac{584\,819,2 \cdot 0,2}{100} = 1\,169,6384 \text{ тис. грн.}$$

Отже, обсяг надходження товарів становить:

$$Н = 35\,868,90 + 584\,819,2 + 1\,169,6384 - 30\,410,597 = 591\,447,149 \text{ тис.}$$

грн.

Орієнтуючися на ці дані підприємство в 2017 році планувало свою діяльність на 2018 рік і в 2018 році порівнювало фактичні дані з плановими.

Також, через те що сьогодні на ринку є велика кількість постачальників керівництву потрібно ретельно підходити до вибору товаропостачальників. Аналіз постачальників конкретного виду (асортименту) товарів та їх остаточний вибір повинен здійснюватися відповідно до таких критеріїв:

- рівень закупівельної ціни товару;
- якість і конкурентоспроможність товарів;
- надійність поставок;
- територіальна віддаленість постачальника від покупця;
- виробнича потужність;
- фінансовий стан постачальника;
- марка товару, оновлення асортименту;
- упаковка товару;
- умови поставки;
- умови розрахунків;
- імідж постачальника у бізнесі;
- інші критерії [30].

Також одним із шляхів підвищення ефективності товаропостачання є удосконалення логістичних операцій. У великих роздрібних торговельних мережах логістичному підходу починає віддаватися перевага. Проблемою на сучасному етапі розвитку торговельних мереж є відсутність досконалого механізму та висококласних спеціалістів з логістики.

ТОВ «Континент ФУД» необхідно керуватися такими основними принципами раціональної організації логістичного процесу:

- * кожна логістична операція повинна виконуватися в найкоротші строки і з мінімальними витратами праці і засобів;
- * застосування найбільш досконалого обладнання, пристосувань і механізмів, що забезпечують комплексну механізацію навантажувально-розвантажувальних і внутрішньо складських робіт;
- * забезпечення планомірного надходження товарів по годинах, тижнях, декадах;
- * використання найкоротших шляхів під час руху товарів;
- * виключення перехрещень товарних потоків;
- * забезпечення видачі товарів з місць зберігання в порядку їх надходження;
- * ефективне використання складської площі і місткості складів, обладнання і робочої сили;
- * виконання логістичних операцій у строгій логічній послідовності;
- * максимальне скорочення витрат товарів при їх обробці на складах;
- * впровадження прогресивної технології товаропросування, заснованої на застосуванні контейнерних і пакетних перевезень [35].

Для поліпшення процесу товаропостачання, ТОВ «Континент ФУД» доцільно:

- Розширювати площі власних складських приміщень, для зменшення витрат на перевезення та доставку товарів, а саме розглядається варіант відкриття в 2019 році self storage на 1 тис. кв. м. «Свій склад»

також планується відкриття ще однієї точки. Планується також розширити вже працюючий склад на 450 кв. м.

- Потрібно детально прослідковувати зміни в попиті споживачів на товари, для того щоб мати чітку і достовірну інформацію при оформленні замовлень на поставку товарів. Так, як порівнюючи гіркі настоянки з іншими видами алкогольної продукції, то споживачі переходять на більш дешевші варіанти, а саме по ціновій політиці. При цьому, тенденції алкогольного ринку сьогодні свідчать про підвищення попиту на алкогольні напої зі зниженою міцністю.

На таку трансформацію попиту, активно реагують і вітчизняні виробники алкоголю. Так, компанія Eastern Beverage Trading недавно презентувала лінійку оновлених настоянок ТМ "Природна колекція". До неї увійшли настойки "На березових бруньках", "На березових бруньках перцева з медом", "Журавлина" і "Традиційна Зубрівка". Остання при цьому, обійдеться українському споживачеві в рази дешевше польського аналога.

"Різниця в грошах суттєва, при цьому наші внутрішні дегустації, які проводилися наосліп, показують, що за смаковими характеристиками український продукт аж ніяк не поступається імпортному, а навіть навпаки - отримав вищі оцінки на дегустаціях".

- Для безперебійного постачання товарів, керівництву ТОВ «Континент ФУД» потрібно уважніше відбирати постачальників. Для того щоб в подальшому не виникало непередбачуваних ситуацій з постачальниками. В даний момент настоянкам приписують загальнозміцнюючу дію завдяки вмісту ефірних масел і біологічно активним речовинам. Постачання деяких наливок оптом проводиться не тільки до супермаркетів і заклади громадського харчування, а й в аптеки, які здійснюють їх збут. Таким чином, настоянки, ціна яких відносно невисока, можна застосовувати (невеликими порціями) для профілактики простудних і інфекційних захворювань, як аперитив.

- Для того щоб знизити ризики невиконання обов'язків постачальників перед підприємством, потрібно в договорах визначити та вказати міри покарання для ненадійних постачальників. Наприклад: якщо в договорі прописати дотримання своєчасного ввезення на підприємство настоянок, а саме невиконання цього пункту, призведе до певних штрафів.

- Правильний вибір форм товаропостачання з урахуванням конкретних умов комерційної діяльності, тобто максимально використовувати власні складські приміщення. Тобто знизити застосування транзитної форми товаропостачання. При постачанні магазинів товарами застосовують централізовану форму доставки, тобто доставка товарів силами постачальників.

- З метою продажу товарів за, як можна, нижчими цінами, керівництву ТОВ «Континент ФУД» потрібно проводити закупівлі товарів у місцевих постачальників за вигідними цінами, що засвідчили результати оцінки конкурентоспроможності досліджуваних зразків гірких настоянок. Зокрема, пропонується купувати такі гіркі настоянки як «Зубровка» у постачальника ТОВ «CEDC Інтернешнл», Польща та «Яровська» у такого постачальника як ТОВ «Національна горілчана компанія».

Отже, необхідно застосовувати найбільш прогресивні технології товаропостачання, суттєво підвищити відповідальність виробництва та оптових підприємств за своєчасну доставку товарів до підприємства. Вироблені товари повинні бути швидше доведені до споживачів із найменшими витратами часу, праці та коштів, за сучасними прогресивними технологіями товароруку.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результати проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

1. Дослідження українського ринку лікєро-горілочаних виробів показало, що в останні роки він має спадну тенденцію, що зумовлене економічною кризою, зменшенням доходів населення і зростанням ціни продукції. На ринку діють декілька міжнародних холдингів, які мають виробничі потужності, як Global Spirits, «Баядера Груп» і компанія «Олімп», яка потіснила ТОВ «ЛВН Лімітед» (ТМ Nemiroff), ДП «Житомирський лікєро-горілочаний завод» та ПрАТ «Львівський лікєро-горілочаний завод».

2. Сучасний стан нормативно-правової бази, що регулює виробництво й обіг алкогольної продукції на ринку, незважаючи на численність актів, потребує докорінного перегляду і реформування задля забезпечення ефективного контролю над усім технологічним процесом від виробництва до реалізації кінцевому споживачу та дотримання прав споживачів на якісну і нешкідливу для життя і здоров'я продукцію.

3. Гіркі настойки є міцними алкогольними напоями із вмістом не більше 1 % цукру. Настоянки виробляють з такої сировини: на житніх сухарях та коньяку з додаванням невеликої кількості цукру (Петровська); на настою кореневища перстачу, насіння кропу, настою лаврового листа (Беловежська); на кореневищі дягелю, калгану, імбірю, перцю, корі дуба («Горний дубняк»); на червоному та чорному перцю (Перцівка) та на листі яблуні, груші з додаванням коньяку та портвейну (Старка).

Щодо впливу технологій на споживчі властивості, то варто зауважити, що чим складніший процес очищення спиртів, води й водно-спиртової суміші, чим краще пом'якшувачі, тим в остаточному підсумку, вище якість напою. Відповідно, що чим більше домішок, тим помітніше неприємний сивушний запах. Гіркі настоянки придатні до тривалого зберігання, але все ж таки термін зберігання істотно впливає на якість горілочаної продукції.

4. За результатами дослідження якості 5 зразків гірких настоянок встановлено, що за органолептичними (зовнішній вигляд, колір, смак та аромат); фізико-хімічними показниками (кислотність, вміст спирту та повнота наливу) та показниками маркування гіркі настойки «Українська медова з перцем» ТМ «Nemiroff», настоянка «Зе Хайленд Фокс», настоянка «Самогон на абрикосах» ТМ «Первак», настоянка «Яровська» та настоянка «Зубровка» відповідають вимогам ДСТУ 4257:2003 «Напої лікєро-горілчані. Технічні умови».

Досліджена органолептична та фізико-хімічна оцінка зразків гірких настоянок, що показують найвищу якість настоянок «Українська медова з перцем», «Nemiroff», «Зе Хайленд Фокс» та «Зубровка», а найнижчу – Яровська, смак і аромат якої псує великий вміст цукру та кислот, але при цьому його низька ціна дозволяє бути на ринку конкурентоспроможним.

Оцінка конкурентоспроможності гірких настоянок розпочинається з оцінки їх якості, що включає дослідження маркування, визначення органолептичних та фізико-хімічних показників.

5. Повнота асортименту гірких настоянок в магазині ТОВ «Континент ФУД» рівна 0,77, тобто можна зробити висновок, що асортимент гірких настоянок практично дозволяє задовольняти твердо сформований попит на алкогольну продукцію, він близький до числа різновидів продукції, що рекомендується, для магазинів гірких настоянок з площею від 251-650 кв.м, тобто 301-500 одиниць.

6. Основна суть товарної політики підприємства „Континент ФУД” - формування такого асортименту продукції, який приносив би підприємству прибуток, задовольняв запити споживачів (якість). Підприємство дбає про товари, що мають перспективи на ринку. За проведеними дослідженнями щодо вподобань потенційних споживачів розробка та виведення на ринок настоянок із додаванням рослинної сировини та зниженим токсичним ефектом є перспективним щодо можливості отримання високого комерційного результату під час реалізації та стабільного попиту.

7. Для більш ефективного розвитку ТОВ «Континент ФУД» потрібно планувати його господарську діяльність, яка дозволить пропорційно розвивати всі відділи та розподіляти всі ресурси, адаптуватися у зовнішньому середовищі, забезпечувати координацію сильних і слабких сторін внутрішнього середовища.

8. Проаналізувавши постачальників та їх взаємовідносини з ТОВ «Континент ФУД», можна сказати, що питання товаропостачання на підприємстві чітко організоване. Тому що, керівництво ТОВ «Континент ФУД» співпрацює лише з перевіреними постачальниками, які досить довго працюють на ринку і міцно на ньому закріпилися, також при такій кількості постачальників мінімізовано можливість збою при постачанні товарів. Оскільки, нестачу товарів одного постачальника можна буде замінити товарами інших компаній.

Але для повної впевненості в своїх постачальниках керівництво ТОВ «Континент ФУД» повинно в контрактах встановлювати міри покарання для підприємств, які не справляються зі своїми обов'язками, щодо поставки товарів.

9. Для поліпшення процесу товаропостачання, ТОВ «Континент ФУД» доцільно: розширювати площі власних складських приміщень, для зменшення витрат на перевезення та доставку товарів; детально прослідковувати зміни в попиті споживачів на товари; уважніше відбирати постачальників; в договорах визначити та вказати міри покарання для ненадійних постачальників; правильно вибрати форми товаропостачання з урахуванням конкретних умов комерційної діяльності, тобто максимально використовувати власні складські приміщення та проводити закупівлі товарів у місцевих постачальників за вигідними цінами, що засвідчили результати оцінки конкурентоспроможності досліджуваних зразків гірких настоянок.

Для удосконалення процесу товаропостачання з постачальниками гірких настоянок повинні бути налагоджені господарські зв'язки, переважно прямі і довгострокові договірні взаємини, що дозволяють закуповувати

товари безпосередньо у постачальників-виробників на стабільній довгостроковій основі. Також одним із шляхів підвищення ефективності товаропостачання є удосконалення логістичних операцій. У великих роздрібних торговельних мережах логістичному підходу починає віддаватися перевага.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Ринок спирту та алкогольних напоїв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eimg.pravda.com/files/7/f/7fa0f81-----.pdf>.
2. Подорожчання алкоголю і попит: питимуть чи ні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://readmore.com.ua/2015/09/02/%D0%BF%D0%BE%>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.org>.
4. Рибачок А. В. Інтенсифікація процесу екстрагування при виробництві гірких настоянок / А. В. Рибачок, В. М. Чорний, Т. Г. Мисюра, Н. В. Попова // ОНАХТ: Наукові праці. – 2015. – №47. – С. 75-78.
5. Про державне регулювання виробництва та обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів: Закон України від 19 грудня 1995 р. №481/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 46. Ст.345.
6. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02 березня 2015 р. № 222-VIII. Офіційний вісник України. 2015. № 25. С. 35. Ст. 722.
7. Податковий кодекс України: Кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. Офіційний вісник України. 2010. № 92. Т. 1. С. 9. Ст. 3248.
8. Про затвердження Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів: затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2010 р. № 1251. Офіційний вісник України. 2011. № 1. С. 142. Ст. 35.
9. Деякі питання запровадження марок акцизного податку нового зразка для алкогольних напоїв та тютюнових виробів: затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 14 травня 2015 р. № 296. Офіційний вісник України. 2015. № 40. С. 152. Ст. 1215.

10. Про схвалення Концепції створення та впровадження автоматизованої системи контролю за обігом підакцизних товарів (алкогольних напоїв та тютюнових виробів) «Електронна акцизна марка»: затв. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 06 липня 2016 р. № 497-р. Офіційний вісник України. 2016. № 58. С. 14. Ст. 2005.

11. Про затвердження Порядку визначення виробників і покупців спирту та здійснення контролю за його обігом: затв. Постановою Кабінету Міністрів від 29 серпня 2002 р. № 1266. Офіційний вісник України. 2002. № 36. С. 14. Ст. 1684.

12. Про впорядкування видачі суб'єктами підприємницької діяльності ліцензій на право оптової торгівлі спиртом етиловим і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами: затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 31 березня 1999 р. № 500. Офіційний вісник України. 1999. № 14. С. 24. Ст. 554.

13. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями: затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 30 липня 1996 р. № 854. Урядовий кур'єр. 14 вересня 1996 р.

14. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення: затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. № 833. Офіційний вісник України. 2006. № 25. С. 53. Ст. 1818.

15. ГФС изъяла из незаконного оборота подакцизных товаром на 1,6 млрд гривен. URL: <http://www.rbc.ua/rus/news/aNtsis-2017-nezaNonnogo-oborota-izyato-podaNtsiznyh-1508337276.html>.

16. Постанова Верховного суду України (справа № 21- 2968a16, 08 листопада 2017 р.): органам місцевого самоврядування не надані повноваження запроваджувати заборону (обмеження) реалізації алкогольних напоїв у певний період часу. URL: http://protoNol.com.ua/ua/vsu_organam_mistsevogo_samovryaduvannya_ne_nada

ni_povnovagennya_zaprovadguvati_zaboronu_(obmegennya)_realizatsii_alNogoln
ih_napoiv_u_pevniy_period_chasu_(sprava_21_2968a16_08_11_17)_1/.

17. Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення: Закон України від 22 вересня 2005 р. № 2899-IV. Офіційний вісник України. 2005. № 42. С. 51. Ст. 2642.

18. Лучечко Ю.В Україні повністю відсутня нормативна база для успішного функціонування і розвитку спиртової галузі. URL: <http://agravery.com/uN/posts/show/v-uNraini-vidsutna-normativna-baza-dla-rozvitNu-spirtovoi-galuzi>

19. Алкоголізм в Україні – факти, статистика, аналітика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://alkogolya.net/lechenie_alkogolizma/alkogolizm_v_ukraine/.

20. Домарецкий В. А. Технология : монографія / В. А. Домарецкий. – М. : Форум, 2010. – 448 с.

21. Bensafi M. Asymmetry of pleasant vs. Unpleasant odor processing during affective judgment in humans / M. Bensafi, C. Rouby // Neuroscience Letters. – 2012. – Vol. 328, Issue 3, 16 August. – P. 309–313.

22. ТОП 100 назвав найбільші холдинги в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/press-release/289960.html>.

23. Бурачевская В. Ю. Влияние сложных эфиров – изобутилацетата и этилбутирата на качество водки / В. Ю. Бурачевская, Л. И. Скворцова // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2006. – № 3. – С. 27–28.

24. Бурачевская В. Ю. Влияние сложных эфиров – изобутилацетата и этилбутирата на качество водки / В. Ю. Бурачевская, Л. И. Скворцова // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2006. – № 3. – С. 27–28.

25. Аналитическая химия в создании, стандартизации и контроле качества лекарственных средств Т. 1. / [под ред. член.-кор. НАН Украины В. П. Георгиевского]. – Х. : НТМТ, 2011. – 464 с.

26. Методы исследований и организация экспериментов / [под ред. проф. К. П. Власова]. – Х. : Гуманитарный центр, 2002. – 256 с.
27. ДСТУ 4257–2003. Напої лікєро-горілчані. Технічні умови. – [Чинний від 2003-05-10]. – К. : Держспоживстандарт України, 2003. – 18 с.
28. Про безпечність та якість харчових продуктів: Закон України від 8 вересня 2005 р. N 2863-IV.
29. Чужкова О.Ю. Підходи до сутнісної характеристики товаропостачання у торгівлю // Л.Л. Ковальська, О.Ю. Чужкова // 3б. наук. пр. «Товарознавчий вісник». – Луцьк: ЛНТУ, 2009. – С. 156–162.
30. Виноградська А.М. Комерційна діяльність торговельного підприємства: Навч.посіб. –К.: Київ 2005. - 278 с.
31. Нужний В. П. Дослідження токсичності спирту етилового синтетичного ректифікованого / В. П. Нужний // Токсикологічний вісник. – 2008. – № 5. – С. 13–22.
32. Сірик Т. А. Скляна тара - один із перспективних видів багаторазової упаковки [Електронний ресурс] / Т. А. Сірик // Вісник СумДУ. Серія Економіка. - 2011. - № 3. - С. 49–57.
33. Губенко Н. Ю. Сучасні тенденції розвитку спиртової та цукрової промисловості України / Н. Ю. Губенко, І. К. Шматкова // Пропозиція. – 2012. – №5. – С. 27-32.
34. Патент UA № 106057. Спосіб виробництва гіркої настоянки / Попова Н. В., Мисюра Т. Г., Рибачок А. В., Чорний В. М. Опуб. 11.04.2016.
35. Гонопольский М. Х. Алкоголь и разрушение личности / М. Х. Гонопольский // Журнал наука и жизнь. – 2013. – № 8 (24). – С.14–16.
36. Білько М.В. Дослідження динаміки біологічно-активних речовин фенольної природи при екстрагуванні пряно-ароматичної сировини / М.В. Білько, І.В. Добоній // ВиноГрад. - 2011. - Том XLI, Ч. 2 - С. 110 - 114.
37. Гонопольский М. Х. Алкоголь и разрушение личности / М. Х. Гонопольский М. Х. Гонопольский // Наука и жизнь. – 2010. – № 8 (24). – С.14–16.

38. Шишков М. В. Биохимический механизм действия новых алкопротекторов / М. В. Шишков // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2003. – № 3. – С. 39–42.
39. Бурачевская В. Ю. Влияние сложных эфиров – изобутилацетата и этилбутирата на качество водки / В. Ю. Бурачевская, Л. И. Скворцова // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2006. – № 3. – С. 27–28.
40. Спирт етиловий ректифікований. Технічні умови: ДСТУ 4221:2003. – Чинний від 2003-10-14. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 14 с.
41. Технологічна інструкція по лікєро-горілчаному виробництву: ТІ У 18.4466-94. –К., 1994.– 318 с.
42. Вода питна. Вимоги та методи контролювання якості: ДСТУ 7525:2014. – Чинний від 2015-02-01. – К. : Держспоживстандарт України, 2015. – 14 с.
43. Characterization of tropical anti-inflammatory compounds in *Rosmarinus officinalis* L. / G. Altinier, S. Sosa, R.P. Aquino, A. Tubaro // J. Agric. Food Chem. – 2007. – Vol. 55, № 5. – P. 1718–1723.
44. Білько М. В. Дослідження динаміки біологічно-активних речовин фенольної природи при екстрагуванні пряно-ароматичної сировини / М. В. Білько, І. В. Добоній // ВиноГрад. – 2011. – Том XLI, Ч. 2. – С. 110–114.
45. Осипова Л. А. Функциональные напитки на основе пряно-ароматического растительного сырья / Л. А. Осипова, Л. В. Капрельянц // Пищевая промышленность. – 2007. – № 9. – С. 74–75.
46. Гореликова Г. А. Влияние растительных экстрактов на качество и функциональные свойства напитков / Г. А. Гореликова, Л. А. Маюрникова, О. А. Степанова // Пиво и напитки. – 2008. – № 4. – С. 40–41.
47. Echinacea for preventing and treating the common cold // Cochrane Database of Systematic Reviews. – 2014. – Issue 2. – P. 37 – 45.
48. Опейда Й. Глосарій термінів з хімії / Й. Опейда, О. Швайка ; Ін-т фізико-органічної хімії та вуглехімії ім. Л. М. Литвиненка НАН України,

Донецький національний університет. – Донецьк : Вебер, 2008. – 758 с.

49. Горілки і горілки особливі. Технічні умови : ДСТУ 4256:2003. – [Чинний від 2004-10-01]. – К. : Мінекономрозвитку, 2003. – 14 с.

50. Положення про Центральну галузеву дегустаційну комісію з оцінки якості спирту, горілок, горілок особливих, лікєро-горілочаних та слабоалкогольних напоїв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE16687.html

51. Методи створення спектра флейвору: ДСТУ ISO6564:2005. – [Чинний від 2006-10-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 9 с.

52. Wojdylo A. Antioxidant activity and phenolic compounds in 32 selected herbs / A. Wojdylo, J. Oszmianski, R. Czemerys // Food Chemistry. – 2007. – Vol. 105. – P. 940–949.

53. Системные исследования технологий переработки продуктов питания / [О. Н. Сафонова, Ф. В. Перцевой, О. А. Гринченко и др.] – Х. : ХГАТОП : ХГТУСХ, 2000. – 200 с.

Додаток А

Заповнення анкети:

Витратьте, будь ласка, кілька хвилин свого часу на заповнення наступної анкети.

1. *Ваша стать?*

- а) Чоловік
- б) жіночий

2. *Ваш вік?*

- а) 18 - 25
- б) 26 - 40
- в) 41 і старше

3. *Як Ви ставитесь до алкоголю?*

- а) Ставлення негативне
- б) Не бачу нічого в цьому поганого

4. *Чи вживають алкоголь Ваші друзі?*

- а) Так
- б) Ні
- в) Іноді

5. *Як часто Ви п'єте слабоалкогольні, змішані чи міцні алкогольні напої?*

- а) Не п'ю
- б) Щодня
- в) Через день
- г) Іноді
- д) 2–6 разів на рік чи рідше

6. *Яку кількість слабоалкогольних, змішаних чи міцних алкогольних напоїв Ви п'єте щоразу?*

- а) 50 мл
- б) 100 мл
- в) 200 мл

- г) 1 маленька пляшка (330 мл)
- д) 1 велика пляшка (500 мл) і більше

7. В яких місцях Ви найчастіше п’єте слабоалкогольні, змішані чи міцні алкогольні напої?

- а) На вулиці, з друзями
- б) На вечірках
- в) Під час спортивних заходів
- г) В кафе, ресторани
- д) Вдома, в присутності батьків
- е) Вдома, коли батьків немає
- ж) У родичів та друзів, що мешкають окремо
- з) Інше (напиши) _____

8. Скільки разів Ви вживаєте стільки алкоголю, щоб відчували себе напідпитку чи п’яним впродовж останнього місяця?

_____ разів

(напиши 0, 1, 2, тобто кількість разів, коли це траплялося)

9. Скільки Вам було років, коли Ви вперше відчули себе напідпитку чи п’яним?

- а) _____ років
- б) Ніколи не був напідпитку

10. Що більше всього вживали з алкоголю:

- а) горілка
- б) лікер
- в) ром
- г) вино
- е) настоянки
- є) пиво
- ж) інші

11. Які нстоянки Ви споживали найчастіше:

_____.