

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

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Ідентифікаційна експертиза та управління постачанням віскі»

Студента 2 курсу, 9м групи,
спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
спеціалізації
«Товарознавство та комерційна
логістика»

Мазура Олександра
Миколайовича

Науковий керівник
док-р с-г.наук, професор

Рудавська Ганна
Богданівна

Науковий консультант
канд.екон.наук., доцент

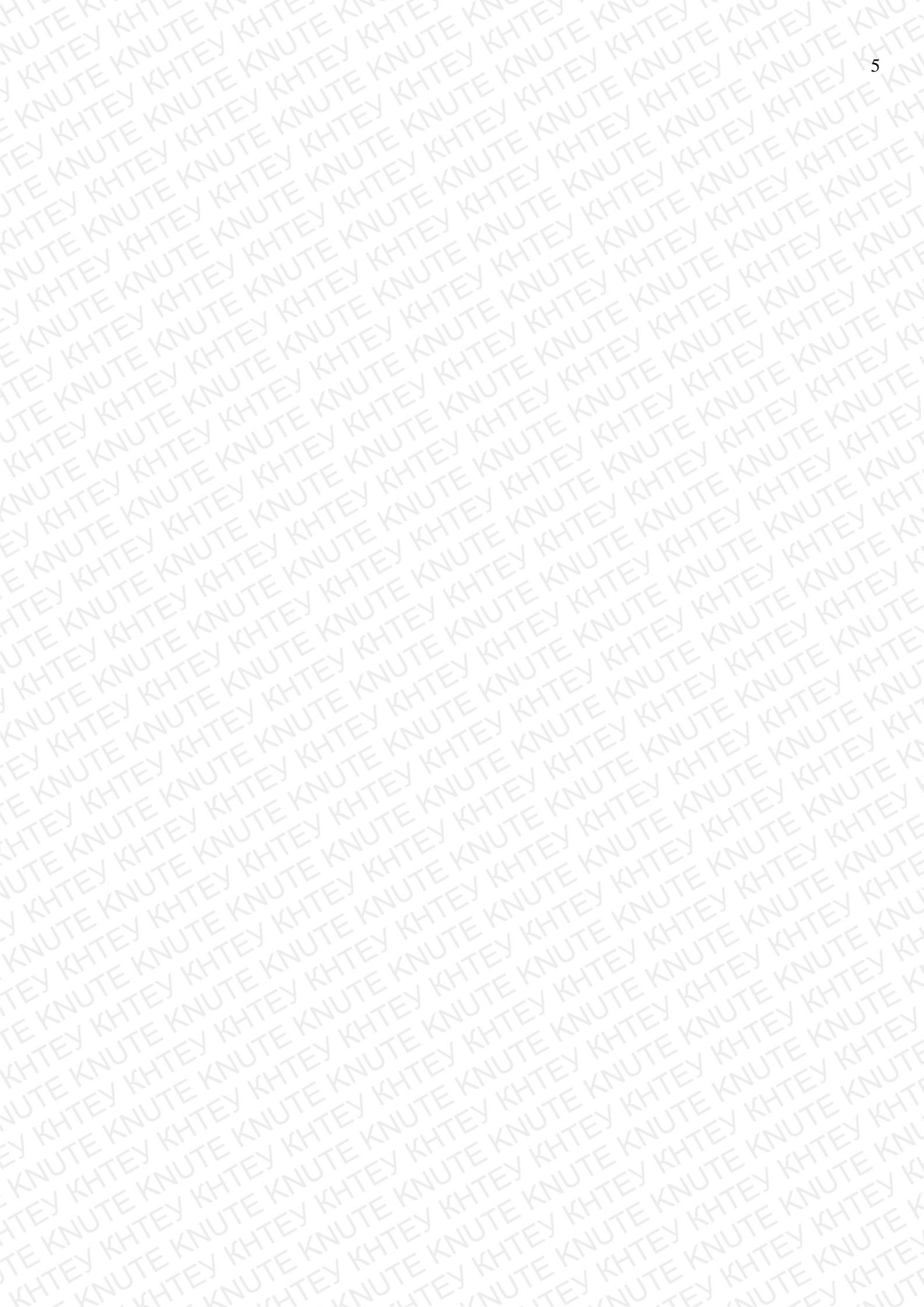
Кулік Анна
Володимирівна

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

Сидоренко Олена
Володимирівна

Київ 2019

NUTE KHT



АНОТАЦІЯ

Мазур О.М. Ідентифікаційна експертиза та управління постачанням віскі

У роботі наведено стан та тенденції розвитку ринку віскі в Україні та світі. Розглянуто фактори формування якості віскі. Досліджено вплив сировини та технології виробництва на формування асортименту, споживних властивостей віскі. Проаналізовано законодавче та нормативне регулювання обігу віскі в Україні та світі. Встановлено критерії ідентифікації віскі. Наведено результати ідентифікаційної експертизи віскі. Охарактеризовано ефективність каналів постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс». Розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності функціонування каналів постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс».

Ключові слова: віскі, критерії, ідентифікаційна експертиза, канали постачання, ефективність.

SUMMARY

Mazur O.M. Identification expertise and management of whiskey supply

The paper describes the state and trends of whiskey market development in Ukraine and the world. The factors of formation of quality of whiskey are considered. The influence of raw materials and production technology on the formation of assortment, consumption properties of whiskey is investigated. The legislative and regulatory regulation of whiskey circulation in Ukraine and the world is analyzed. Whiskey identification criteria are set. The results of the whiskey identification examination are presented. The efficiency of whiskey supply channels at «BudSkladServis Ltd» is characterized. Suggestions for increasing the efficiency of whiskey supply channels functioning at «BudSkladServis Ltd» developed.

Key words: whiskey, criteria, identification, supply channels, efficiency.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ВІСКІ В УКРАЇНІ	11
1.1. Аналіз стану ринку віскі в Україні та світі	11
1.2. Формування якості віскі	17
1.3. Законодавче та нормативне регулювання обігу віскі в Україні та світі	22
РОЗДІЛ 2. ІДЕНТИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА ВІСКІ	28
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження.	28
2.2. Результати ідентифікаційної експертизи віскі та їх оформлення	30
РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ ПОСТАЧАННЯ ВІСКІ НА ТОВ «БУДСКЛАДСЕРВІС»	37
3.1. Характеристика ефективності каналів постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс»	37
3.2. Напрями підвищення ефективності функціонування каналів постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс»	46
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

ВСТУП

Актуальність дослідження. До міцних алкогольних напоїв (вміст спирту – 31-65% об.) відносяться горілка, ром, коньяк, віскі, джін, текіла, кальвадос, граппа та ін. Одним із популярніших напоїв у всьому світі є віскі. Віскі – це алкогольний ароматний напій з характерним смаком, вмістом спирту 32-50% об, який виготовляється з різних видів зерен (пшениці, ячменю, жита або кукурудзи) за допомогою процесів солодіння, перегонки і витримування в дубових бочках протягом тривалого часу [1]. Хоча існує багато країн-виробників віскі, тільки три з них – Ірландія, Шотландія і США перетворили звичайне, виробництво на справжнє мистецтво. Цей напій має характерні відмінності завдяки різним методам приготування, що залежить від країни-виробника [1].

Дослідженню якості алкогольних напоїв та розширенню їх асортименту присвячено роботи переважно зарубіжних вчених, таких як: Колесник В.В. [2], Коростелева А.В. [3], Тао Yang [4], К.Sujki [5] та ін. Проте жоден з них не враховував якість віскі та критерії його ідентифікації.

В Україні віскі не є традиційним алкогольним напоєм, тому його забезпечується повністю за рахунок імпорту. Серед усіх виробників віскі, українці віддають перевагу шотландському купажованому віскі, американському бурбону, ірландському віскі, та ін. Однак зростання вартості віскі, що спостерігається протягом останніх років, примушує споживача замислитись над вибором цього напою. Низькоцінового сегменту віскі в Україні практично ніколи представлено не було, а зі зниженням курсу гривні імпортна продукція стала вкрай дорогою [6]. Внаслідок набутої популярності віскі серед вітчизняних споживачів відбувається пропорційне зростання ризику фальсифікації даного продукту з додаванням до нього шкідливих домішок та інгредієнтів, які призводять до збільшення густини розчину і занижують видиму міцність у порівнянні з істинною. Таким чином, враховуючи зростання популярності та обсягів споживання віскі в Україні і

відсутність нормативної бази, орієнтованої власне на цей напій, *актуальним* є проведення ідентифікаційної експертизи віскі, що реалізується на ринку України.

Мета дослідження – ідентифікаційна експертиза та управління каналами постачання віскі.

Завдання випускної кваліфікаційної роботи:

- проаналізувати стан ринку віскі в Україні та світі;
- охарактеризувати фактори формування якості віскі;
- проаналізувати законодавче та нормативне регулювання обігу віскі в Україні та світі;
- провести ідентифікаційну експертизу віскі, що реалізується на підприємстві ТОВ «БудСкладСервіс»;
- охарактеризувати ефективність каналів постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс»;
- розробити напрями підвищення ефективності функціонування каналів постачання ТОВ «БудСкладСервіс».

Об'єкт дослідження - віскі; ТОВ «БудСкладСервіс».

Предметом дослідження є споживні властивості, показники якості віскі та канали постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс».

Методи дослідження. У роботі використано органолептичні, фізико-хімічні, кваліметричні та математично-статистичні методи дослідження.

Наукова новизна полягає у розробленні критеріїв ідентифікації та узагальнення теоретичних підходів щодо управління постачанням віскі на ТОВ «БудСкладСервіс».

Практична цінність полягає у доцільності використання узагальнених критеріїв ідентифікації та результатів досліджень під час удосконалення вивчення особливостей управління постачанням віскі.

Апробація роботи. Основні положення роботи доповідалися і обговорювалися на:

- міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (КНТЕУ, м.Київ, 2019 р.).

Публікація. Мазур О.М. Ідентифікаційна експертиза віскі /Збірник наукових статей студентів, які здобувають освітній ступінь магістра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (спеціалізація «Товарознавство та комерційна логістика»), частина 1. С.336-332. [7].

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій та списку використаних джерел (58 найменувань). Основний зміст викладено на 59 сторінках. Текст ілюстрований 4 рисунками та 9 таблицями.

РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ВІСКІ В УКРАЇНІ

1.1 Аналіз стану ринку віскі в Україні та світі

На сьогоднішній день алкогольні напої набирають великої популярності у світі, а також в Україні. Зловживання алкогольними напоями призводить до порушень психологічного стану людини, що провокує вагомні соціальні наслідки. Згідно з існуючими даними [8] близько 5% населення планети зовсім не вживають алкоголь, 40% – мало, 30% – помірно, 15% – вживають багато алкогольної продукції, а 10% – це люди, хворі на алкоголізм.

Згідно зі статистичними даними алкоголь в Україні вживають 24 мільйони громадян. Відповідно до досліджень компанії «TNS Ukraine» перевагу традиційному напою – горілці, віддає 58% співвітчизників. За рік випивається 1 мільярд пляшок горілки, 6 мільярдів пляшок пива та 320 мільйонів пляшок вина. Рівень споживання алкоголю в Україні є одним із найвищих у світі та становить близько 20 літрів абсолютного спирту на душу населення у рік, тоді як за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я споживання алкоголю вище ніж 8 літрів призводить до негативних наслідків [9–11; 12].

Як свідчать дані міжнародної аналітичної компанії Euromonitor, яка займається вивченням споживчих ринків, Україна за рівнем споживання алкогольних напоїв посідає 7 місце в світі (176 мл на 1 особу в тиждень) [13] (рис.1.1).

Зважаючи на таку високу популярність алкогольних напоїв ринок успішно поповнюється новими виробниками, які в свою чергу задовольняють попит споживачів на свою продукцію. Зокрема, все більше набирає популярності такий алкогольний напій, як віскі, який помітно виділяється серед іншого міцного алкоголю, що імпортується в Україну.

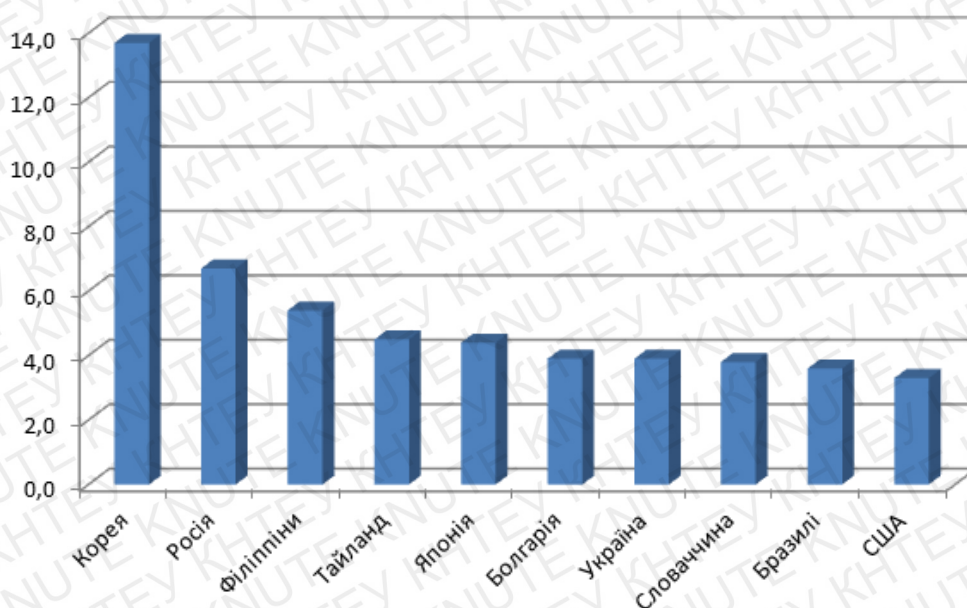


Рис.1.1. Рівень споживання алкогольних напоїв у світі, у кількості порцій (45 мл) на 1 особу в тиждень

Серед усіх алкогольних напоїв, станом на 2018 рік, найбільшою популярністю користується пиво – 36,40 %, горілка – 36 %, коньяк споживають 9,40 %, вино – 8,90 %, 3,20 % у структурі споживання займає віскі, ром – 1,50 %, джин - 0,30 % та інші алкогольні напої – 2,40 % (рис. 1.2.).

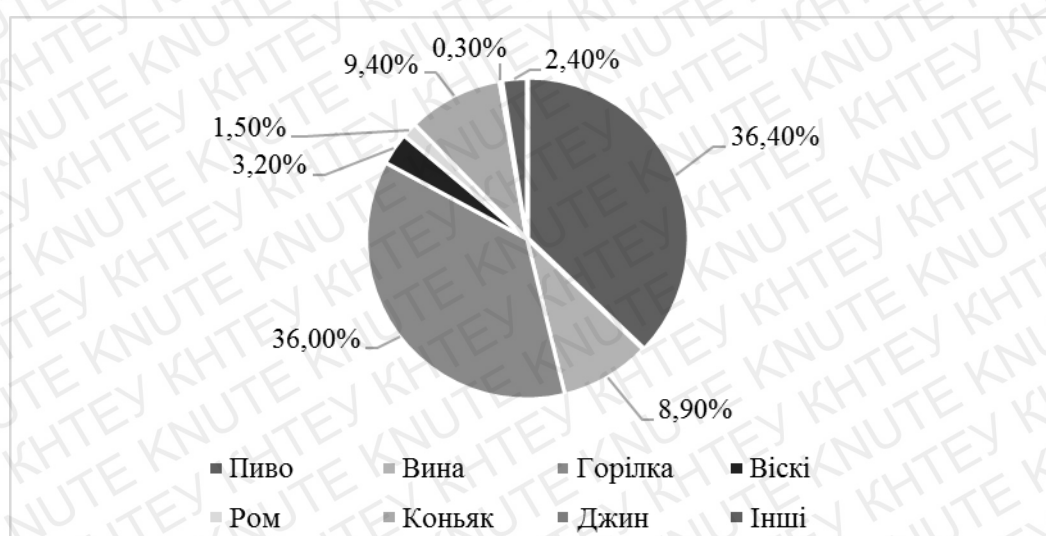


Рис. 1.2. Структура споживання алкоголю в Україні, за 2018 р. [14]

Аналіз споживання віскі в Україні (табл. 1.1) показав, що внаслідок подій в Україні впродовж 2013–2014 рр. споживання різко падає майже вдвічі через обвал

гривні та зменшення купівельної спроможності населення. Проте вже починаючи з 2015 року року віскі поступово починає повертати своє місце серед міцних алкогольних напоїв: повільно зростає попит і, як результат збільшується імпорту цього напою в Україну [15].

Таблиця 1.1

Динаміка споживання віскі в Україні з 2013 по 2017 р.р.

(млн пляшок, місткістю 1 л)

Походження віскі	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Ірландський віскі	0,5	0,6	0,9	1,0	1,2
Шотландський віскі	1	1,2	1,7	1,7	1,8
Американський віскі	0,9	1,2	1,8	1	0,9
Інші	0,2	0,3	0,5	0,08	0,09

Аналіз споживання окремих брендів віскі в Україні показав, що українці однаково віддають перевагу шотландському скотчу та американському бурбону (табл. 1.2). Цей факт можна пояснити тим, що споживачі люблять віскі, смак та аромат якого виражені найяскравіше, а ціна є доступною [16, 17].

Таблиця 1.2

Споживання віскі в розрізі відомих брендів (млн пляшок, місткістю 1 л)

Назва і походження віскі	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Jameson (Ірландія)	0,3	0,4	0,6	0,3	0,2
Jack Daniel's (США)	0,5	0,7	0,9	0,6	0,4
Ballantine's (Шотландія)	0,5	0,7	0,9	0,4	0,4
Jim Beam (США)	0,2	0,1	0,3	0,2	0,2
Інші	1,1	1,4	2,2	0,98	1,09

Сукупні обсяги продажів джина, рому і текили приблизно дорівнюють обсягам реалізованого віскі, обсяги споживання якого щорічно зростають. Це можна пояснити більшою "зрозумілістю" напою для українського споживача, а також різноманітністю представлених на ринку торговельних марок [18].

Традиційними регіонами-виробниками віскі вважаються Шотландія і Ірландія [18]. І хоча об'єм шотландського скотчу в десятки разів перевищує об'єми розлитого віскі в Ірландії, ірландські винокурні продовжують виробляти дуже якісний продукт.

Іншими країнами-виробниками віскі є США (основою для американського бурбону є кукурудза); Канада (віскі виробляється з морозостійкої кукурудзи і додається до 9% інгредієнтів); Японія – наймолодший виробник віскі (використовується оптимізована шотландська технологія) [18].

Так, у 2017-2018 р.р., продажі усіх типів віскі на території України оцінюються в 1,3 мільйона умовних пляшок або 9,75 тис. дал. Лідирує одна з найвідоміших марок – Johnnie Walker, хоча відзначається деяке зниження її долі. Друге місце займає бренд Hankey Bannister, який наздоганяють не менш знамениті Chivas Regal і Jameson [17].

Попит на віскі в Україні залежить перш за всього від курсу національної валюти. У період з 2013-2016 р.р. гривня знизилася у вартості по відношенню до доллара з 7,92 грн./1\$ до 26.00 грн./1\$ (станом на листопад 2018). Незважаючи на девальвацію гривні після подій 2014 року, віскі все ще займає свою позицію на ринку України. Існують громадяни, для яких девальвація гривні не стала причиною зниження споживання віскі, їх попит на віскі залишився досить стабільним [15].

Основним експортером віскі в Україну є Велика Британія. Основними конкурентами на ринку шотландського віскі є наступні корпорації – Diageo, Pernod Ricard, William Grant and Sons, Bacardi Group, The Edrington Group та інші. Diageo має штаб-квартиру в Лондоні та є світовим лідером виробництва на ринку шотландського віскі. Ключові бренди, які належать Diageo – Johnny Walker, Bells, J&B. У даний час Diageo бере на себе 95 % розливу шотландського віскі [19].

Pernod Ricard має штаб-квартиру у Парижі та є другою у світі транснаціональною корпорацією, яка займається виробництвом та розливом вина та міцних алкогольних напоїв та виросла за рахунок ряду придбань та поглинань у останні роки. Активність Pernod Ricard сфокусована на 15 ключових брендах, які

представляють більш, ніж 50% прибутку компанії. Дочірня компанія Pernod Ricard, Chivas Brothers налічує 1600 співробітників у 32 точках Англія, 29 з яких знаходяться у Шотландії. Серед них 12 солодових винокурні та один зерновий центр. Chivas також має понад 300 митних складів, що містять понад 6 мільйонів бочки шотландського віскі [20].

William Grant & Sons має штаб-квартиру в Даффтауні та є сімейним бізнесом, який виробляє віскі з 1887. Ключові бренди William Grant & Sons нараховують Grant's, Balvenie та Monkey Shoulder [21].

The Edrington Group в даний час виробляє більше 60 брендів віскі, в тому числі такі ключові бренди, як The Famous Grouse, Cutty Sark, The Macallan і Highland Park [22].

У 2017 році імпорт віскі становив понад 99 % і ця тенденція прослідковується й надалі. Український ринок віскі розвивається дуже динамічно - за останні декілька років обсяг імпорту збільшився майже у 6 разів, що свідчить про те, що даний ринок є вельми привабливий для нових постачальників і вітчизняних імпортерів, а сам віскі як напій є досить популярним серед споживачів [23].

Географічну структуру імпорту віскі наведено на рис. 1.3.

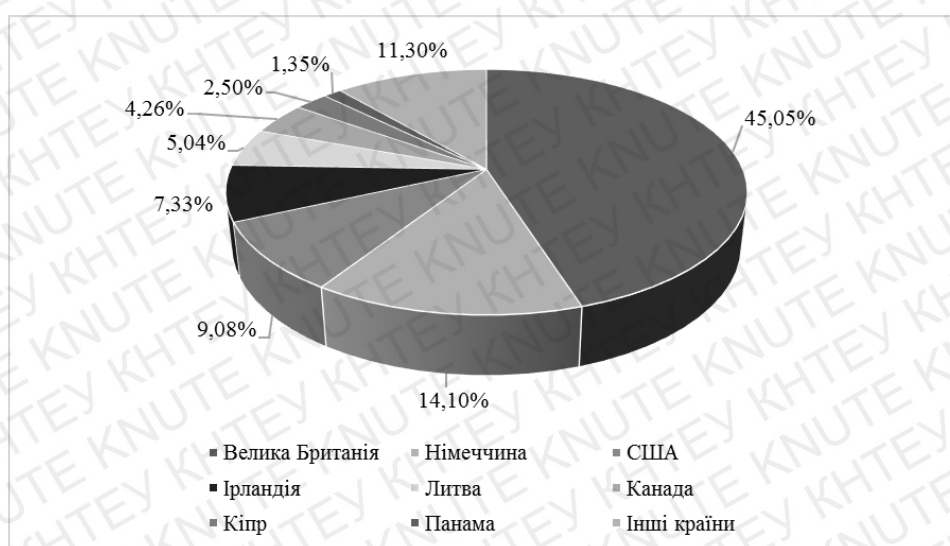


Рис. 1.3. Географічна структура імпорту віскі в Україну [23]

Географічна структура імпорту віскі по країнах-постачальниках показує, що майже половину всієї продукції завозять в Україну з Великобританії - 45%

(шотландський та ірландський віскі); 14% - імпорт з Німеччини; 9% - імпорт американського віскі, а також з таких країн, як Ірландія, Литва, Канада та інші.

Експорт віскі залежить від його виробництва в Україні. На даний момент є один офіційний виробник «Віскі»: ВАТ «Бровар» (Тернопільська область, ТМ Микулинецьке), але його виробничі потужності недостатньо великі, щоб конкурувати з іноземними виробниками а бренди недостатньо знайомі навіть українцям і не популярні для експорту. Це наразі єдине підприємство, яке має офіційну ліцензію на виробництво віскі і випускає цей напій, починаючи з 2008 року [24].

Існує декілька думок, щодо власного виробництва віскі в Україні: з одного боку, це привабливість ринку для вітчизняних виробників, обсяги продажу щороку зростають, і напевно великі українські підприємства з виробництва алкогольних напоїв зацікавляться виробництвом віскі. Але з іншого боку, український споживач цінує класичний віскі (шотландський, ірландський і американський) за його походження, імідж та престиж, який несе в собі бренд і за його незмінно високу якість.

Український віскі міг би скласти конкуренцію імпортованому лише за ціною, але, щоб просунути нову торгову марку на ринок виробникові довелося б вкласти чималі кошти в рекламу, піар, дизайн і просування, що призвело б до значного подорожчання вітчизняної продукції [25].

Отже, враховуючи високу популярність алкогольних напоїв ринок успішно поповнюється новими виробниками, які в свою чергу задовольняють попит споживачів на свою продукцію. Зокрема, все більше набирає популярності такий алкогольний напій, як віскі. Його частка у структурі споживання алкогольних напоїв становить 3,40 %. Так, у 2017-2018 р.р., продажі усіх типів віскі на території України оцінювалися в 1,3 мільйона умовних пляшок або 9,75 тис. дал. Лідирує одна з найвідоміших марок – Johnnie Walker, хоча відзначається деяке зниження її долі. Друге місце займає бренд Hankey Bannister, який наздоганяють Chivas Regal і Jameson. Основним експортером віскі в Україну є Велика Британія. У 2017 році імпорт віскі становив понад 99 % і ця тенденція прослідковується й

надалі. Український ринок віскі розвивається дуже динамічно - за останні декілька років обсяг імпорту збільшився майже у 6 разів, що свідчить про його привабливість.

1.2 Формування якості віскі

На формування якості віскі впливають: регіон виробництва, сировина та технологія виробництва, умови зберігання та період витримки готового продукту.

Віскі – міцний алкогольний напій (40-50% об.), що отримується шляхом перегонки зброженого сусла, приготованого із зернової сировини (жита, пшениці, ячменю, кукурудзи або рису з додаванням ячмінного солоду) з наступним тривалим витримуванням спирту-сирцю в дубових бочках і подальшим купажуванням з дистильованою водою, цукровим сиропом і колером. Деякі сорти віскі витримуються в обвуглених дубових бочках [27]. Колір віскі – темно-золотистий, аромат специфічний, смак приємний, м'який, злегка пекучий, що нагадує коньяк.

Згідно класичної технології, в Шотландії сировиною для виробництва віскі (Scotch whisky) служать ячмінний солод і ячмінь, в Ірландії (Irish whiskey) до ячмінного солоду додають жито. Ячмінь для виробництва віскі в Шотландії вирощується в декількох районах, де він має специфічні смакові властивості [28].

В США і Канаді в якості сировини для віскі (Bourbon) використовуються кукурудза, жито (rye whiskey), пшениця (wheat whiskey). В Японії для виготовлення віскі використовують просо, кукурудзу. У невеликих кількостях додають рис і інші зернові [29]. Якщо на пляшці написано «whisky» - це означає, що напій виготовлено в Шотландії. На пляшках напоїв яких виготовлені в інших країнах написано - «whiskey».

Процес виготовлення віскі відбувається в 8 етапів [29,30]:

Солодіння ячменю чи іншого зерна. Зерна ячменю (або іншої культури) ретельно перебирають, очищують і сушать. Зерно замочують і, розсипавши на підлозі солодовні шаром 5-7 см, залишають на 7-10 днів на пророщування. За цей час злаки проростають, і крохмаль що міститься в них перетворюється в цукор.

Після пророщування, зерна просушують над вогнем, перемелюють і заливають водою. Під час цієї процедури розчиняється цукор і утворюється солодке сусло. Для виробництва зернового віскі зерна не пророщують. У чистому вигляді зернове віскі практично не розливається, а використовується для подальшого виробництва купажного віскі, горілки або джину [29].

Сушіння солоду. На цій стадії вже визначається подальший смак і аромат віскі. Так в Шотландії для сушіння солоду використовують гарячий дим від згорання торфу, букових стружок і деревного вугілля, і в результаті віскі набуває характерного димного присмаку і аромату. В Ірландії та інших країнах для сушіння солоду використовують спеціальне вугілля, яке виділяє мало диму.

Приготування сусла. Просушений солод добре подрібнюють, заливають гарячою водою і залишають витримувати протягом 8-12 годин [30].

Бродіння або ферментація сусла. Отримане сусло охолоджують, додають дріжджі і залишають бродити на дві доби при температурі 35-37⁰С. Через дві доби цукор з сусла перетворюється в спирт. Рідина має невисокий вміст спирту і називається «солодове молоко» або брага- слабоалкогольний напій міцністю близько 5 об%, схожий на пиво.

Перегонка. Отриману на попередній стадії брагу відправляють на перегонку в мідних апаратах у формі реторти. Смакові якості напою залежать від форми перегінного куба. Якщо виготовлення віскі відбувається в кубі з короткою горловиною, то утворюється маслянистий напій з сильним ароматом. З куба з довгою горловиною виходить менш ароматний і маслянистий напій. Кожна віскокурня має апарати для перегонки власної форми і ємності, які також впливають на остаточний смак віскі. Якщо старі апарати зношуються, то їх замінюють новими, які виготовляють з точної копії до старого.

У Шотландії, наприклад, віскі з солоду переганяють два рази. Тільки в місцевості Lowlands - тричі. Завдяки цьому напій набуває м'якість. У результаті першої перегонки отримують напій міцністю 25-30 об%, у результаті другої перегонки - міцністю 65-70 об%.[32].

Технологія виробництва віскі на цьому етапі не дозволяє виноробу оцінити запах і смакові якості напою. Тільки його досвід допомагає визначити, коли відокремлювати високоякісний спирт.

Витримка. В отриманий після перегонки віскі додають воду, знижуючи тим самим його міцність до 55 об%. Отриманий напій розливають у бочки для дозрівання. Залежно від використовуваних для витримки бочок, кожен віскі набуває свій унікальний смак і аромат. Коли виготовлення віскі закінчено, йому буде потрібно мінімум три роки для дозрівання. Деякі сорти залишають дозрівати від 8 до 15 років. За цей час з дубових бочок в напій потрапляють лактони, кумарин, танін і елінгова кислота. Остання є сильним антиоксидантом, що захищає організм від шкідливих впливів. Чим більше витримується напій, тим більше сивушних масел всмоктується деревом.

Купажування. Даний етап характерний для виробництва купажованих (змішаних) віскі. Для купажу використовуються декілька сортів солодових і зернових віскі різних термінів витримки. Їх змішують і відправляють на витримку ще на кілька тижнів або місяців. Чим менше витримка купажу, тим віскі дешевше. На пляшці купажованого віскі вказується вік наймолодшого віскі, що входить до складу купажу.

Розлив. Технологія виробництва віскі після витримки, перед розливом передбачає процес фільтрації. Після цього напій, розбавлений джерельною водою до певної міцності, розливається і маркується. Після розливу віскі в пляшки процес старіння напою припиняється.

Залежно від регіону виробництва розрізняють наступні види віскі:

- віскі шотландське (Scotland whisky) – цей напій з'явився уперше в Шотландії у 1490-1494 рр. Його виготовляють з ячменю і називають – скотч. Існують суворі обмеження відносно того, що може бути названо віскі шотландське. Основні обмеження диктуються компонентами віскі (зерно, солод, дріжджі) і максимальною міцністю спирту при перегонці (94,8% об.). Згідно із законом, прийнятим у 1988 р., це напій, витриманий не менше трьох років у

дубових бочках, місткістю не більше за 700 л, не менше 49% об. міцності, зроблений і розлитий у Шотландії [28].

Основними районами виробництва віскі в Шотландії є Highlands, Speyside, Orkney Islands, Lowlands, півострів Campbeltown і острів Islay. Сорти віскі, виготовлені в різних районах, розрізняються ароматом, букетом і смаком [32].

Віскі шотландське залежно від вихідної сировини поділяють на три типи: солодове (malt), зернове (grain), змішане (blended) віскі.

Single Malt – класичне шотландське односолодове віскі. Таке віскі, зазвичай, називають так само як і винокурний завод, де воно було виготовлене. Single Malt завжди виготовляється тільки на одному винокурному заводі. Сировиною для виробництва односолодового віскі є ячмінь. Інші складові, що визначають смак цього напою – торф, який використовують при висушуванні ячмінних зерен; вода та дубові бочки, де проходить процес витримки. Серед багатьох сортів солодового віскі виділяють усього 6 марок, які відносять до «класичних»: Dalwhinnie, Glenkinchie, Cragganmore, Talisker, Oban, Lagavulin. Ці марки мають витримку 10-15 років, міцність 40-45% об., сильний йодисто-торф'яний аромат [33].

Grain – зернове віскі, яке офіційно виготовляють з 1909 р. з кукурудзи з додаванням невеликої кількості солодженого ячменю. Зернове віскі можна розглядати як технічну та допоміжну сировину для виробництва найбільш поширеного – змішаного віскі. Воно майже не має аромату і в чистому вигляді не реалізується [34].

Blend – отримують змішуванням солодового та зернового віскі з наступною безперервною перегонкою. Цей напій може мати до 50-ти різних видів солодового та зернового віскі. Кожна марка має особливий букет, що витримується виробниками з метою збереження постійного смаку. Композиції сортів змішаного віскі, пропорції компонентів та їх походження є секретом кожного виробника. Зазвичай змішують 30-40 марок солодового віскі та 5-7 марок зернового, причому single malt складають від 20 до 40% від загального об'єму купажу.

- віскі ірландське – має ряд істотних відмінностей від шотландського. Однією з відмінностей виробництва ірландського віскі від шотландського є те, що

основна сировина – ячмінь, може не зазнавати солодження, а бути просто пророщеним і вареним. Якщо його і піддають цьому процесу, то ніколи не коплять за допомогою торфу, а після пророщування просто сушать у печах. Дистиляція на всіх винокурнях, а їх в Ірландії – три: «Midleton», «Bushmills» та «Cooley» протікає по різному. У «Midleton», де виготовляють всі різновиди ірландського віскі, система дистиляції – найскладніша у світі.

Витримується ірландське віскі не менше 3 років у дубових бочках, що раніше містили бурбон або херес, іноді використовують бочки, в яких старіло порто. Частіше його витримують 5 років і навіть 12 років. Має тонкий букет та ніжний смак. Запах відрізняється від шотландського віскі тим, що для його приготування ячмінний солод не обробляється торф'яним димом;

- віскі американське – для виробництва цього виду віскі використовують кукурудзу та жито. Злаки очищаються і просіваються, потім вони перемелюються в борошно, яке змішується з гарячою водою і отримане сусло вариться. Цей процес не тільки замінює солодження і копчення з використанням торфу а також служить для перетворення крохмалю, що міститься в злаках, в цукор, який необхідний для бродіння. Після охолодження до сусла додаються дріжджі. Внаслідок бродіння утворюється пиво, яке зазнає перегонки в апараті «patent still» з метою отримання рідини міцністю 65 об%. Існують 2 типи американського віскі: straight і blended. Straight віскі це – зерновий дистилят, приготований із суміші, до складу якої входить мінімум 51% якогось одного злаку, а 49%, що залишилися, можуть складатися з інших злакових (Bourbon – до складу повинно входити не менше 51% кукурудзи, спирт – міцністю не більше 80 об%, витримка – мінімум 2 роки; Wheat whiskey – крім кукурудзи додають пшеницю; Tennesy whiskey – відрізняється унікальним фільтраційним процесом через вугілля з цукрового клена; Rye whiskey – до складу повинно входити не менше 51% жита; Corn whiskey – до складу повинно входити не менше 80% кукурудзи, витримка не обов'язкова та Blended whiskey – суміш з straight віскі з іншими сортами або чистим спиртом) [30];

- віскі канадське – для виробництва використовується в основному пророщене смажене жито, чистий спирт, а також інші злаки: кукурудза, ячмінь, пшениця. Основна відмінність канадського віскі від всіх інших видів полягає у тому, що кожний із злаків зазнає перегонки у апараті «patent still» окремо, при різних температурах. У канадському віскі існують поняття base whisky і flavoring whisky. Base whisky – виготовляється із зернової суміші, в якій може бути до 98% кукурудзи і 2% ячмінного солоду, міцністю до 96 об%, flavoring whisky – виготовляється у колонах безперервної дії із жита, міцністю 65 об% [35];

- віскі японське – основною відмінністю є те, що цей вид віскі меш димний і торф'янистий. Витримування відбувається у бочках з-під хересу або бурбону, іноді використовують нові бочки з японського дуба, мінімум 3 роки. Більше за 90 об% віскі – купажоване, що виготовляється з проса, індійської кукурудзи з додаванням невеликої кількості рису і інших зернових. Відсоток солодового віскі в купажі може коливатися від 40 до 10 %. Ще однією відмінністю японського віскі є наявність в купажі невеликої кількості компонентів, зазвичай не більше 15.

Отже, встановлено що сировина та технологія є важливими чинниками формування споживних властивостей віскі. Технологія віскі залежить від країни та регіону виробника. Органолептичні властивості віскі залежать від наступних факторів: сировинної бази, а саме виду дріждзів та особливостей технології виготовлення віскі, форми кубів, витримки, тари, фільтрації тощо.

1.3 Законодавче та нормативне регулювання обігу віскі в Україні та світі

З розвитком культури харчування зростають також вимоги до якості харчових продуктів. Нині споживач вважає природним, що продукти харчування мають бути безпечними та якісними, незалежно від їхньої ціни. Тому були створені комісії і організації в ЄС та інших країнах світу, які вивчають питання можливості гарантування безпечності харчових продуктів та запобігання виникненню небезпек.

Нині в Україні оцінка якості віскі здійснюється відповідно до нормативних документів. У зв'язку з реформуванням системи технічного регулювання в Україні відбуваються суттєві зміни і у нормативній базі: протягом 2016–2018 рр. поетапно скасовуються міждержавні стандарти (ГОСТ), вносяться зміни в наявні нормативні документи, набувають чинності нові національні стандарти, у тому числі гармонізовані з міжнародними та європейськими (ДСТУ, ДСТУ EN, ДСТУ ISO тощо).

Сьогодні технічні вимоги до якості віскі в Україні контролюються за ДСТУ 4257:2003 «Напої лікєро-горілочні. Технічні умови» [36].

ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального» містить загальні вимоги до якості сировини, алкогольних напоїв та тютюнових виробів, умов їх виробництва. Наведено регулювання виробництва спирту етилового, коньячного і плодового та зернового дистиляту, спирту етилового ректифікованого виноградного, спирту етилового ректифікованого плодового, дистиляту виноградного спиртового спирту-сирцю плодового. Так, суб'єкти господарювання, виробничі цехи, дільниці, лабораторії та інші структурні підрозділи, які здійснюють виробництво і контроль за виробництвом спирту етилового, коньячного і плодового та зернового дистиляту, спирту етилового ректифікованого виноградного, спирту етилового ректифікованого плодового, дистиляту виноградного спиртового, спирту-сирцю плодового, біоетанолу, алкогольних напоїв, крім малих виробництв виноробної продукції, підлягають обов'язковій атестації на відповідність вимогам, що встановлені чинними законодавчими актами України щодо забезпечення життя та здоров'я людей, охорони навколишнього природного середовища, повного технологічного циклу виробництва коньяку, алкогольних напоїв за коньячною технологією, а також відповідність санітарним, пожежним, екологічним нормам і правилам. Крім того вводиться визначення віскі, згідно якого це алкогольний напій, міцністю від 35 до 45 відсотків об'ємних одиниць з характерним ароматом, виготовлений за

коньячною технологією з витриманого в обвуглених всередині дубових бочках (ємностях з обвугленою дубовою клепкою) зернового дистиляту [37].

Згідно цього закону маркування алкогольних напоїв має містити таку інформацію:

- загальна та власна назви виробу;
- найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про алкогольний напій, а для імпортованих алкогольних напоїв - найменування та місцезнаходження імпортера;
- знак для товарів і послуг;
- географічна назва місця виготовлення виробу, якщо найменування виробника не відображає місця розташування суб'єкта господарювання;
- вміст спирту (% об.);
- місткість посуду;
- вміст цукру (якщо це регламентується нормативними документами);
- позначення нормативного документа (для продукції вітчизняного виробництва, призначеної для реалізації на території України).

Штриховий код повинен бути нанесений на видиму сторону етикетки, або контретикетки, або пляшки (іншого посуду). Також на видимій стороні етикетки, або контретикетки, або корка, або пляшки (іншого посуду) виробу повинні бути зазначені дата виготовлення виробу, код суб'єкта господарювання та номер ліцензії на виробництво. Розлив алкогольних напоїв, з вмістом спирту етилового понад 8,5% об'ємних одиниць здійснюється виключно у тару (посуд) місткістю 0,05 л, 0,1 л, 0,18 л, 0,2 л, 0,25 л, 0,275 л, 0,33 л, 0,35 л, 0,37 л, 0,375 л, 0,4 л, 0,45 л, 0,5 л, 0,61 л, 0,7 л, 0,75 л, 1,0 л і більше [37].

Відповідно до Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [38], будь-який харчовий продукт (окрім виготовленого для особистого споживання), продовольча сировина і супутні матеріали не можуть бути ввезені, виготовлені, передані на реалізацію, реалізовані або використані іншим чином без документального підтвердження їх

якості та безпечності. Документами, що підтверджують якість та безпечність харчових продуктів, продовольчої сировини і супутніх матеріалів, є:

1) декларація про відповідність, що видається виробником продукції на кожен партію харчових продуктів, продовольчої сировини, супутніх матеріалів;

2) сертифікат відповідності чи свідоцтво про визнання відповідності, що видаються на:

- харчові продукти та супутні матеріали, призначені для реалізації на внутрішньому ринку України;

- продовольчу продукцію вітчизняного виробництва, призначену для експорту (якщо це передбачено умовами контракту чи міжнародною угодою, в якій бере участь Україна).

3) висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи, свідоцтво про державну реєстрацію, гігієнічний сертифікат, що видаються:

- висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи – на нові харчові продукти, харчові продукти та продовольчу сировину промислового виробництва, супутні матеріали;

- свідоцтво про державну реєстрацію – на спеціальні харчові продукти;

- гігієнічний сертифікат – на кожен партію харчових продуктів, продовольчої сировини та супутніх матеріалів, призначену для експорту (якщо це передбачено умовами контракту чи міжнародною угодою, в якій бере участь Україна);

4) ветеринарні документи (ветеринарна довідка, ветеринарне свідоцтво, ветеринарний сертифікат) для продукції тваринного походження;

5) сертифікат якості [38].

Санітарні норми якості продовольчої сировини та харчових продуктів, що визначені вмістом токсичних елементів та радіонуклідів, указують на безпечність віскі. Перевищення вмісту токсичних елементів та радіонуклідів у віскі може завдати шкоду здоров'ю споживачів, тому для уникнення проблем щодо погіршення здоров'я споживачів, виробникам потрібно сумлінно перевіряти вміст даних елементів у сировині та в готових напоях.

З цього питання, серед інших, діють два основні акти Європейського союзу: Регламент Ради ЄС № 315/93 «Про встановлення максимально допустимих рівнів вмісту контамінантів в харчових продуктах» та Регламент Комісії № 1881/2006 «Про встановлення максимального рівня вмісту певних забруднюючих речовин у продуктах харчування» [39], якими встановлено допустимі рівні забруднюючих речовин та які забороняють розміщення на ринку небезпечних харчових продуктів.

Регламентом ЄС № 852/2004 від 29 квітня 2004 року «З гігієни харчових продуктів» встановлено, що безпечність харчових продуктів є результатом кількох факторів: законодавство повинно встановлювати мінімальні гігієнічні вимоги; на місці повинні здійснюватися офіційні перевірки відповідності учасників господарської діяльності у сфері харчових продуктів; ці учасники господарської діяльності у сфері харчових продуктів повинні розробити програми безпеки і процедури, засновані на принципах HACCP та забезпечити їх функціонування [40].

Регламентом Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 110/2008 про визначення, опис, представлення, маркування та охорону географічних зазначень спиртних напоїв встановлено вимоги до віскі згідно якого:

Whisky або whiskey - це спиртний напій, вироблений виключно методом:

-) дистиляції суслу, приготованого з осолодженого зерна із додаванням чи без додавання цільного зерна інших злаків, яке було:

- гідролізу амілази солоду, яка в ньому міститься, з додаванням або без додавання інших натуральних ферментів;

- зброжене під дією дріжджів;

-) однієї або більше дистиляцій до 94,8 об% таким чином, щоб дистилят мав аромат і смак, що походять від використаної сировини;

-) дозрівання кінцевого дистиляту не менше трьох років в дерев'яних бочках місткістю не більше 700 літрів.

Мінімальна міцність whisky або whiskey за об'ємною часткою спирту повинна становити 40 об% Додавання спирту, розбавленого чи не розбавленого,

не повинно відбуватися. Whisky або whiskey не повинен бути підсолодженим чи мати доданий смак і аромат, або містити будь-які добавки, окрім простої карамелі для забарвлення.

Географічними зазначеннями згідно цього технічного регламенту є Scotch Whisky (Об'єднане Королівство (Шотландія), Irish Whiskey/Uisce Beatha Eireannach/Irish Whisky (Ірландія), Whisky breton/Whisky de Bretagne (Франція) та Whisky alsacien/Whisky' d'Alsace (Франція) [42].

Отже, визначення терміну віскі та його якості регламентуються ДСТУ 4257:2003 «Напої лікєро-горілчані. Технічні умови», ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального», Закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», акти Європейського союзу: Регламент Ради ЄС № 315/93 «Про встановлення максимально допустимих рівнів вмісту контамінантів в харчових продуктах» та Регламент Комісії № 1881/2006 «Про встановлення максимального рівня вмісту певних забруднюючих речовин у продуктах харчування», Регламентом ЄС № 852/2004 від 29 квітня 2004 року «З гігієни харчових продуктів» та Регламентом Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 110/2008 про визначення, опис, представлення, маркування та охорону географічних зазначень спиртних напоїв.

РОЗДІЛ 2 ІДЕНТИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА ВІСКІ

2.1 Організація, об'єкт та методи дослідження

Віскі, зважаючи на його високу вартість, відноситься до найбільш часто фальсифікованих продуктів. Саме тому одним із напрямків вирішення даної проблеми є проведення ідентифікаційної експертизи якості віскі, яка повинна мати комплексний характер з встановленням критеріїв ідентифікації.

Для проведення ідентифікаційної експертизи було обрано п'ять зразків віскі:

- Зразок 1 – ТМ Ballantine's Finest, виробник - Шотландія, купажований, об'ємом 0,5 л, міцність 40 об%;
- Зразок 2 – ТМ Jack Daniels, виробник – США, купажований, об'ємом 0,5 л, міцність 40 об%;
- Зразок 3 – ТМ Jameson, виробник – Ірландія, купажований, об'ємом 0,5 л, міцність 40 об%;
- Зразок 4 – ТМ William Lawson's, виробник - Шотландія, купажований об'ємом 0,5 л, міцність 40 об%;
- Зразок 5 – ТМ Dewar's White Label, виробник - Шотландія, купажований об'ємом 0,5 л, міцність 40 об%.

Ідентифікаційну експертизу віскі проводили з використанням сучасних методів, що регламентовані чинними нормативними документами та використовуються у харчовій промисловості: органолептичними, фізико-хімічними, аналітичними та розрахунковими.

Ідентифікаційна експертиза віскі включала наступні етапи:

- аналіз пакування та маркування досліджуваних зразків;
- дослідження органолептичних показників;
- дослідження фізико-хімічних показників - повноти наливу, а також видимої та дійсної міцності напоїв.

Маркування віскі досліджували на відповідність вимогам п.2. ст.11 ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» [37].

Вимогою до проведення органолептичної оцінки для віскі є температура досліджуваного зразка – 15-16°C. За цієї температури віскі має більш повний та гармонічний смак.

Нині розроблено безліч різноманітних методик щодо визначення органолептичних показників товарів, в тому числі віскі. Проте необхідним є вдосконалення методик та використання комплексної оцінки якості віскі під час проведення його експертизи.

Для визначення органолептичних показників віскі було розроблено шкалу бальної оцінки (табл.2.1).

Таблиця 2.1

Шкала бальної оцінки якості віскі за органолептичними показниками

Показники	Характеристика показників	Бали
Зовнішній вигляд	Віскі виключно прозоре, без осаду	0,5
	Віскі без осаду	0,4
	Віскі з легкою опалесценцією, допускається наявність осаду	0,3
	Віскі з сильною опалесценцією, наявність осаду	0,2
	Віскі каламутне, з великою кількістю осаду	0,1
Колір	Повна відповідність типу і віку віскі	0,5
	Невелике відхилення від типу	0,4
	Значне відхилення	0,3
	Невідповідність забарвлення	0,2
	Мутний колір з темно-коричневим відтінком	0,1

Аромат	Складний, добре розвинений	5,0
	Добре розвинений, але грубуватий	4,0
	Слаборозвинений або не зовсім чистий	3,0
	Не відповідає типу віскі	2,5
	Віскі з стороннім запахом	2,0
Смак	Виключно тонкий, гармонійний, властивий типу і віку	4,0
	Гармонійний	3,2
	Гармонійний, але недостатньо відповідає типу	2,4
	Негармонійний, без сторонніх присмаків	1,6
	Сторонній присмак	0,8

За розробленою 10-ти бальною шкалою граничне число балів розподілено між такими показниками: зовнішній вигляд – 0,5; колір – 0,5; аромат - 5; смак - 4 бали (табл.2.1) [42].

Оцінку «відмінно» одержує віскі, що отримало 9,5-10 балів, «добре» - 8,9-9,5 балів «задовільно» - 8,5-8,9 балів, «низько» - 8,0-8,5 балів, «незадовільно» - нижче 8 балів [42].

Серед фізико- хімічних показників визначали наступні: повноту наливу - сутність методу полягає у визначенні об'єму віскі у пляшці з застосуванням мірного лабораторного посуду [43] та вміст етилового спирту ареометричним методом [44].

Етиловий спирт - один з основних компонентів, які визначають тип та смакові якості віскі. По вмісту спирту, самостійно або в сукупності з іншими показниками, можна робити висновок про якість віскі і про штучно викликані в ньому зміни (розведення, змішування).

З великої кількості відомих методів найбільш поширеним є ареометричний метод визначення спирту, що є прийнятим в якості основного для дослідження всіх спиртовмісних рідин. Об'ємна частка спирту у дистиляті після перегонки продукту визначалася за допомогою ареометра [44,45].

Розрізняють видиму та дійсну міцність лікєро-горілочаних напоїв. Додатки (цукри, кислоти, солі), впливають на точність показів спиртометра, завищуючи відносну густину, тому видима міцність нижча, ніж дійсна. Дійсна міцність

визначалася за допомогою спиртометра у дистилляті, отриманому після перегонки віскі.

Отже, проведення ідентифікаційної експертизи віскі, складалося з трьох етапів, які включали в аналіз пакування та маркування, дослідження органолептичних та фізико-хімічних показників.

2.2 Результати ідентифікаційної експертизи віскі та їх оформлення

Ідентифікація є необхідним етапом перевірки віскі під час його переміщення через митний кордон України. Процедура ідентифікації передбачає розробку та обґрунтування критеріїв, методів та засобів. Критерії ідентифікації віскі дозволяють встановити загальні та специфічні показники, вибір яких визначається метою ідентифікації. Відібрані показники мають відповідати вимогам: типовості для конкретного виду чи однорідної групи продукції; об'єктивності та порівняння; перевіряння (при повторних перевірках будуть отримані одні й ті самі близькі результати). Для достовірності результатів доцільно проводити комплексну оцінку продукції з урахуванням маркування, органолептичних та фізико-хімічних показників згідно ДСТУ 4257:2003 «Напої лікеро-горілчані. Технічні умови» [36].

Виходячи з вищенаведеного було обрано такі критерії ідентифікації: повнота маркування; зовнішній вигляд; колір; аромат і смак; повнота наливу; об'ємна частка етилового спирту [42,45].

Для спрощення та більшої ефективності ідентифікаційна експертиза віскі умовно була розділена на три етапи (рис.2.1).

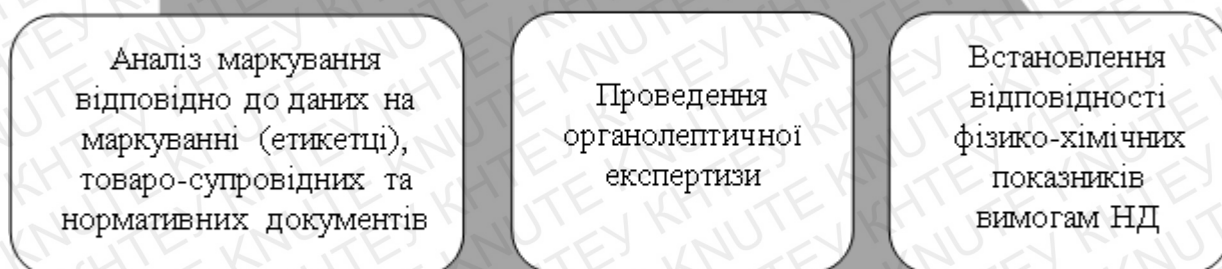


Рис.2.1. Етапи ідентифікаційної експертизи віскі

На першому етапі для цілей ідентифікації використовують наступні засоби: нормативні документи (стандарти, ТУ та ін.), технічні та товаросупровідні документи (накладні, договір-контракт, сертифікати відповідності та ін.), маркування, яке є визначальним для встановлення тотожності та автентичності досліджуваних об'єктів.

Отже, початком експертизи є аналіз і оцінка маркування відповідно до ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» згідно з вимогами якого на кожній пляшці віскі повинна бути наклеєна художньо-оформлена етикетка з обов'язковим маркуванням, нанесеним державною мовою та у відповідності до чинного законодавства України [37].

Всі зразки віскі мають металеву кришку з фірмовим логотипом. Наявна акцизна марка, рівно та надійно наклеєна. Результати першого етапу дослідження подані у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Аналіз маркування досліджуваних зразків віскі різних виробників

Вимоги маркування відповідно до законодавства	Аналіз зразків				
	TM Ballantine's Finest	TM Jack Daniels	TM Jameson	TM William Lawson's	TM Dewar's White Label
Загальна та власна назва	Віскі	Віскі	Віскі	Віскі	Віскі

виробу					
Найменування виробника	Ballantine's Finest («Балантайнс Файнест»)	Jack Daniels («Джек Деніелс»)	Jameson («Джемесон»)	William Lawson's («Вільям Лоусон'з»)	Dewar's White Label («Дьюарс Вайт Лейбл»)
Географічна назва місця виготовлення виробу	Шотландія, м. Пейслі	США, м. Луїсвіль	Ірландія, м. Дублін	Велика Британія, м. Глазго	Велика Британія, м. Глазго
Підприємство-виробник	"Chivas Brothers Limited" ("Чівас Бразерс Лімітед"), 111-113 Renfrew Road, Paisley PA3 4DY, Scotland ("Ренфрю Роуд 111-113, м. Пейслі PA3 4DY"), Шотландія	"Браун-Формен Корпорейшн" 850 Діксі Хайвей Луїсвіль KY 40210 США	"Irish Distillers Ltd." (Айріш Дістіллерс Лтд) Simmonscourt House, Simmonscourt Road, Ballsbridge, Dublin 4, Ireland ("Сіммонскорт Хаус, Сіммоскорт Роуд Болсбрідж, м. Дублін 4") Ірландія	"Джон Дюар енд Сонз Лтд" Шотландія	"Джон Дюар енд Сонз Лтд" Шотландія

Закінчення табл. 2.2

Склад продукту	Солодовий та зерновий спирт, вода підготовлена, натуральний барвник E150a (цукровий колер I простий)	Вода підготовлена, витримані спирти із кукурудзи, жита і ячмінного солоду.	Вода підготовлена, солодовий та зерновий спирт, натуральний барвник E150a (цукровий колер I простий)	Суміш солодового та зернового спиртів, вода підготовлена, натуральний барвник E150a (цукровий колер I простий)	Солодовий та зерновий спирт, натуральний барвник E150a (цукровий колер I простий)
Склад продукту					
Вміст спирту об%;	40	40	40	40	40
Місткість посуду, л	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Строк придатності	Необмежений, за температури від 5°C до 25°C	Необмежений за умови не з'явлення видимого осаду	Необмежений, за температури зберігання від 1°C до 25°C	Необмежений, за температури зберігання від 5°C до 25°C	Необмежений, за температури від 5°C до 25°C

За результатами дослідження маркування віскі встановлено, що маркування досліджуваних зразків є повним, розбірливим, чітким, дублюється українською мовою та відповідає вимогам Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного, плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» [37].

Як видно з маркування, при виготовленні зразків ТМ Jack Daniels та ТМ Jameson, окрім спиртів, використовувалась ще й вода, що може значно вплинути на органолептичні показники готового продукту. Окремо варто зазначити, що зразок 2 - ТМ Jack Daniels, згідно з інформацією, зазначеною на маркуванні, виготовлений за допомогою витриманого спирту з кукурудзи і не містить у своєму складі барвника E150a (цукровий колер I простий), на відміну від інших зразків. Виходячи з цього виникає необхідність дослідження органолептичних показників віскі, що є наступним етапом ідентифікаційної експертизи. Результати дослідження представлені у табл. 2.3

Таблиця 2.3

Балова оцінка органолептичних показників віскі різних виробників

Зразки	Оцінка, балів				
	Зовнішній вигляд	Колір	Аромат	Смак	Загальна оцінка
ТМ Ballantine's Finest	0,5	0,5	5,0	4,0	10
ТМ Ballantine's Finest	Прозорий, без сторонніх домішок і осаду	Світло-коричневий	Складний з тонами ванілі, шоколаду, яблука	Приємний, збалансований, ніжний, тривалий, приємний післясмак	Відмінно
ТМ Jack Daniels	0,4	0,5	4,0	4,0	8,9
ТМ Jack Daniels	Прозорий, без сторонніх домішок і без осаду	Золотистий	Насичений, гармонічний, медово-солодкий, глибокий але грубуватий	М'який з нотками диму, зі стійким післясмаком	Добре
ТМ Jameson	0,5	0,4	3,0	5,0	8,9
ТМ Jameson	Прозорий, без сторонніх домішок і осаду	Бурштиновий	Пряний, запашний, з ароматами верескового диму	М'який, складний, характерний для ірландського віскі з тривалим післясмаком	Добре
ТМ	0,5	0,5	4,0	5,0	9,9

William Lawson's	Прозорий, без сторонніх домішок і осаду	Насичений коричневий	Складний, медовими та квітково-фруктовими нотками	Приємний, складний, з тонами сухофруктів, солодкуватий, тривалий післясмак.	Відмінно
TM Dewar's White Label	0,5 Прозорий, без сторонніх домішок і без осаду	0,5 Світло-бурштиновий	5,0 Тонкий, свіжий, з легкими карамельними нотами	5,0 Гармонійний, характерний для віскі шотландського купажованого, з присмаком карамелі.	10 Відмінно

Відмінності кольору пов'язані з різною сировиною, використаною для приготування віскі, а також з матеріалом бочок, в яких він витримується. Різні відтінки смаку зразків віскі викликані, перш за все, відмінною сировиною і особливостями перегонки та обумовлені термінами витримки продукту. Так, наприклад, зразок американського віскі Jack Daniels вирізняється своїм медово-солодким насиченим запахом, що може бути обумовлено наявністю в його складі витриманих спиртів із кукурудзи і північнішим регіоном виготовлення у порівнянні з іншими обраними зразками.

Отже, результати бальної оцінки органолептичних показників дослідних зразків віскі показали, що всі зразки отримали високу оцінку – відмінно, окрім зразків TM Jack Daniels та TM Jameson, які отримали оцінку – добре (8,9 балів), що може бути пов'язане з наявністю в їх складі води, яка суттєво впливає на органолептичні показники віскі.

При здійсненні ідентифікаційної експертизи віскі важливе значення має встановлення їх відповідності фізико-хімічним показникам. Тому на III етапі було визначено наступні фізико-хімічні показники досліджуваних зразків віскі, в саме: повнота наливу (є кількісним показником об'єму) та об'ємна частка етилового спирту, % (видима та дійсна міцність). Добавки (цукри, кислоти, солі), впливають на точність показів спиртометра, завищуючи відносну густину, тому видима міцність нижча, ніж дійсна. Дійсна міцність визначалася за допомогою спиртометра у дистилаті, отриманому після перегонки віскі. Результати досліджень наведені в табл. 2.4

Таблиця 2.4

Фізико-хімічні показники якості віскі різних виробників

Показники	Вимоги ДСТУ 4257:2003	Зразки				
		TM Ballantine's Finest	TM Jack Daniels	TM Jameson	TM William Lawson's	TM Dewar's White Label
Видима міцність, об%	40 >	40,8	40,2	40,6	40,9	40,8
Дійсна міцність, об%	40 >	42,0	42,0	42,0	42,0	42,0
Повнота наливу, мл	-	515	505	510	520	500

Аналізуючи результати, подані в табл. 2.4, варто вказати, що показники відповідають не тільки вимогам ДСТУ 4257:2003, але і даним, вказаним на маркуванні. За результатами дослідження повноти наливу обсяг кожного зразка було підтверджено даним маркування і знаходився в межах від 500 мл до 520 мл віскі. Видима міцність досліджуваних зразків знаходилась в межах від 40 до 41 об%, а дійсна міцність склала 42 об% у всіх зразках, внаслідок чого було виявлено розбіжності з інформацією, яка була зазначена усіма виробниками на етикетці. Однак, це не є порушенням, якщо міцність не перевищує 60 об% згідно ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів».

Таким чином, за результатами проведеної ідентифікаційної експертизи віскі встановлено, що пакування та маркування досліджуваних зразків відповідає вимогам українського законодавства. За органолептичними та фізико-хімічними показниками зразки віскі «Ballantine's Finest», «Jack Daniels», «Jameson», «William Lawson's » та віскі «Dewar's White Label» відповідають вимогам ДСТУ 4257:2003 та ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів».

РОЗДІЛ 3 УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ ПОСТАЧАННЯ ВІСКІ НА ТОВ «БУДСКЛАДСЕРВІС»

3.1 Характеристика ефективності каналів постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс»

Сьогодні проблема забезпечення торговельних підприємств товарами за допомогою різних ланцюгів постачання багато в чому пов'язана з економічним станом підприємства. У забезпеченні сталості процесів розвитку та функціонування торговельного підприємства обов'язковою умовою є підвищення ефективності управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками між торговельними підприємствами та їхніми постачальниками, тобто підвищення ефективності управління каналами постачання [46].

Рівень забезпечення підприємства торгівлі товарами все більше залежить від ефективності використання каналів постачання та управління ними. Протягом останнього десятиліття керівники різних торговельних підприємств почали більше уваги приділяти інтегрованим каналам постачання, також звернули увагу на цінність та на додатковий дохід від їх використання.

Тому підприємство ТОВ «БудСкладСервіс» намагається впровадити схему роботи ланцюгів постачання в повному обсязі, а не окремі логістичні функції [47].

Перш ніж розглядати ефективність функціонування логістичного каналу, варто зазначити, що це важлива частина економічної ефективності торговельного підприємства в цілому. Тож доцільно розмежувати такі поняття як ефект та ефективність діяльності підприємства. Поняття економічний ефект представляє собою результат, який досягається в матеріальному виразі, тобто ефект дорівнює результату (дохід, прибуток). Що ж стосується економічної ефективності, то це поняття трактується як відносний результат, визначається як відношення прибутку отриманого від певної (в нашому випадку логістичної) діяльності до витрат.

«Ефективність логістичної системи – показник (чи система показників), які характеризують рівень якості функціонування логістичної системи при заданому рівні загальних логістичних витрат» [48].

Ефективність логістичних ланцюгів постачання торговельної мережі можна визначити як результативність логістичної діяльності, яка характеризується відношенням отриманого логістичного ефекту до витрат.

Для детального аналізу ефективності функціонування торговельної мережі використовується ряд коефіцієнтів, які, як правило, згруповані таким чином, щоб показати конкретні характеристики функціонування. Коефіцієнти можна об'єднати в такі групи: коефіцієнти рентабельності; коефіцієнти ефективності (на які можуть впливати логістичні рішення, особливо для ефективного управління логістичним каналом постачання).

Показники даної групи коефіцієнтів дозволяють вимірювати на скільки ефективно торговельне підприємство управляє постачаннями, внутрішніми

потоками матеріалів, запасами, фізичною дистрибуцією (обробка замовлень, доставка); коефіцієнти фінансової структури; показники функціонування.

До кількісних показників оцінки ефективності управління каналами постачання відносять точність поставок, термін поставок, час виробничого циклу, логістичні витрати, запаси, надійність поставок, вартість бізнесу; до якісних – рівень сервісу, об'єм продажів, швидкість реакції, конкурентоспроможність, гнучкість та прозорість бізнесу, якість управління [49].

Процес постачання на підприємстві тісно взаємопов'язаний із логістикою закупівель, так як остання є однією з основних ланок ефективного процесу постачання [50].

Ефективність управління каналами постачання наведено в табл. 3.1.

Формуючи канали постачання товарів у магазини ТОВ «БудСкладСервіс» користується налагодженою системою постачальників, яка налічує контакти з більш ніж 500 постачальників, в основному - провідними компаніями з виробництва алкогольних напоїв, в т.ч. віскі. До того ж, у цілях забезпечення якості продукції, на ТОВ «БудСкладСервіс» діє система аудиту постачальників.

Таблиця 3.1

Ефективність управління каналами постачання

<i>Напрямок підвищення</i>	<i>Джерела підвищення економічної ефективності</i>
Збільшення кількості замовлень і підвищення стабільності попиту	Підвищення точності планування за рахунок єдиних інформаційних каналів, синхронізації бізнес-процесів, спільного прогнозування попиту, скорочення терміну виходу нових виробів на ринок
Зниження страхових запасів («заміна запасів точною інформацією»)	Підвищення якості оперативного управління за рахунок неперервного моніторингу усього ланцюга постачання, своєчасного виявлення відхилень і порушень у ланцюгу постачання.
Зниження ризиків і підвищення надійності планів і поставок	Скорочення частини витрат на маркетинг і логістику за рахунок ліквідації бізнес-процесів, пов'язаних з невизначеністю у закупівлях, складу.
Зниження накладних і транзакційних витрат	Скорочення частини витрат на маркетинг і логістику за рахунок ліквідації бізнес-процесів, пов'язаних з невизначеністю у закупівлях, складу.

Оцінка постачальників ТОВ «БудСкладСервіс» відбувається у кілька етапів:

- 1) проведення аудиту компанії спеціалістами Департаменту якості ТОВ «БудСкладСервіс» ;
- 2) опрацювання результатів;
- 3) підготовка звіту з рекомендаціями.

Під час вибору постачальників алкогольних напоїв, в т.ч. віскі насамперед проводиться аналіз цін на продукцію, враховуються критерії якості товару, віддаленість постачальника та інші умови, після чого, відбираються найбільш оптимальні джерела постачання алкогольних напоїв, в т.ч. віскі.

У результаті встановлення рівня припустимої ціни реалізації та закупівлі на ринку і у разі, коли співпраця із потенційним постачальником може забезпечити очікуваний рівень рентабельності для магазинів ТОВ «БудСкладСервіс», ведуться переговори з постачальниками з метою домовленості щодо найкращих умов постачання і укладання договору.

Основними постачальниками віскі на ТОВ «БудСкладСервіс» є:

1. ТОВ «BarMania» - постачальник ТМ Ballantine's Finest, Шотландія;
2. ПП Еліт 2000 - постачальник ТМ Jack Daniels, США;
3. Інтернет магазин «Все тут» - постачальник ТМ Jameson, Ірландія;
4. ТОВ William Lawson's- постачальник ТМ William Lawson's, Шотландія;
5. ТзОВ Dewar's White Label – постачальник ТМ Dewar's White Label, Шотландія.

Надалі розглянемо динаміку та рейтинг постачальників віскі на досліджуване підприємство протягом 2016-2018 р.р. (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Динаміка та рейтинг постачальників віскі на ТОВ «БудСкладСервіс»
у 2016-2018 р.р.**

Основні постачальники віскі	Роки			Відхилення за 2016-2017 рр.		Відхилення за 2017-2018 рр.	
	2016	2017	2018	Абсол.	Відн., %	Абсол.	Відн., %
ТОВ «BarMania»	11410	9387	15496	-2023	-18	6109	65

ПП Еліт 2000	4347	3458	6339	-888	-20	2881	83
Інтернет магазин «Все тут»	26080	24703	33106	-1377	-5	8403	34
ТОВ William Lawson's	12496	11857	15496	-639	-5	3639	31
ТзОВ Dewar's White Label	10790	9956	13789	-578	-4	2848	27
Разом	54332	49406	70438	-4927	-9	21032	43

*за даними підприємства

Як свідчать дані табл. 3.2, обсяг постачання віскі на підприємство ТОВ «БудСкладСервіс» у 2017 році скоротився на 4927 тис.грн або на 9%, в тому числі відбулося зменшення обсягів постачання в розрізі таких постачальників:

- постачання ТОВ «BarMania» (TM Ballantine's Finest), скоротилося на 2023 тис.грн (-18%);

- постачання ПП Еліт 2000 (TM Jack Daniels) скоротилося на 888 тис.грн (-20%);

- постачання Інтернет магазин «Все тут» (TM Jameson) скоротилося на 1377 тис.грн (-5%);

- постачання ТОВ William Lawson's (TM William Lawson's) скоротилося на 639 тис.грн (-5%);

- постачання ТзОВ Dewar's White Label (TM Dewar's White Label) скоротилося на 578 (-4%).

У 2018 році порівняно з 2017-м роком обсяги постачання віскі зросли на 21032 тис.грн або на 43%, в тому числі відбулося збільшення обсягів постачання в розрізі наступних постачальників:

- постачання ТОВ «BarMania» (TM Ballantine's Finest) зросло на 6109 тис.грн (+65%);

- постачання ПП Еліт 2000 (TM Jack Daniels) збільшилося на 2881 тис.грн (+83%);

- постачання Інтернет магазин «Все тут» (TM Jameson) зросло на 8403 тис.грн (+34%);

постачання ТОВ William Lawson's (TM William Lawson's) збільшилося на 3639 тис.грн (+31%);

постачання ТзОВ Dewar's White Label (TM Dewar's White Label) зросло на 2848 тис.грн.(+4%).

Фінансовий стан підприємства — це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [51].

Метою оцінювання фінансового стану підприємства є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства і використання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами. Аналіз абсолютних показників фінансового стану ТОВ «БудСкладСервіс» наведено в табл.3.3.

Таблиця 3.3

Аналіз абсолютних показників фінансового стану ТОВ «БудСкладСервіс»

Показник	2017 рік, тис.грн.	2018 рік, тис.грн.	Абсолютна зміна, тис. грн.	Темп приросту, %
1. Загальна вартість майна підприємства	635001,5	895554	260552,5	41,03
2. Власний капітал	394281,5	422089	27807,5	7,05
3. Залучений капітал	240720	473465	232745	96,69
4. Оборотні активи	67110	77737,5	10627,5	15,84
5. Необоротні активи	567891,5	817817	249925,5	44,01
6. Чистий дохід	145991	143833	-2158	-1,48
7. Собівартість реалізованої	145991	143833	-2158	-1,48

продукції				
8. Валовий прибуток	18827	34386	15559	82,64
9. Фінансовий результат від операційної діяльності	4523	10878	6355	140,50
10. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	5382	9751	4369	81,18
11. Чистий прибуток	2229	2352	123	5,52

Аналізуючи дані таблиці, можна зробити висновок, що загальна вартість майна підприємства у 2018 році значно зросла – на 260552,5 тис. грн., що склало 41,03%. Це є позитивним результатом, на який вплинули збільшення власного капіталу (на 27807,5 тис. грн.), залученого капіталу (на 232745 тис. грн.), оборотних активів (на 10627,5 тис. грн.) та необоротних активів (на 249925,5 тис. грн.). Збільшення власного капіталу свідчить про те, що підприємство є рентабельним.

У 2018 році чистий дохід від реалізації збільшився на 13401 тис. грн., що склало 8,13%. Можна зробити висновок про те, що дана стаття збільшилась за рахунок здешевлення сировини, оскільки ми виявили темпи зменшення собівартості продукції – 2158 тис. грн. (1,48%).

У 2018 році також бачимо зростання показників валового прибутку – на 15559 тис. грн. (82,64%). До того ж фінансовий результат від операційної діяльності в 2017 році порівняно з 2016 роком збільшився на 6355 тис. грн. Причинами цього можуть бути зменшення витрат підприємства, або ж збільшення іншого операційного доходу.

Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування зріс з 5382 тис. грн. до 9751 тис. грн.

Чистий прибуток зріс на 123 тис. грн. (5,52%) в порівнянні з попереднім роком, що є позитивною динамікою.

Аналіз показників рентабельності видів діяльності ТОВ «БудСкладСервіс» наведено в таблиці 3.4.

Аналіз показників рентабельності видів діяльності**ТОВ «БудСкладСервіс»**

Показник	2017 рік, тис.грн.	2018 рік, тис.грн.	Абсолютна зміна	Темп приросту, %
Рентабельність операційної діяльності	2,16	6,02	3,86	178,7
Рентабельність звичайної діяльності	2,53	5,29	2,76	109,09
Рентабельність господарської діяльності	1,05	1,28	0,23	21,9
Коефіцієнт загальної рентабельності	8,73	19,29	10,56	120,96

Отже, аналізуючи отримані дані, можна сказати, що рентабельність операційної діяльності у 2018 році в порівнянні з 2017 роком зросла на 3,86% і становить - 6,02%. Це відбулось за рахунок значного збільшення фінансового результату від операційної діяльності [52].

Рентабельність звичайної діяльності зросла на 2,76%. Це є позитивним значенням, адже на одиницю витрат підприємство у 2017 році отримувало

0,25 грн., а у 2018 році отримує 0,53 грн. Ріст відбувся за рахунок збільшення фінансового результату до оподаткування та зменшення витрат. В свою чергу збільшення фінансового результату до оподаткування відбулось не лише за рахунок збільшення фінансового результату від операційної діяльності, а за рахунок зменшення ставки податку у 2018 році. Якщо у 2017 році вона складала 21%, то у 2018 – 19%.

Коефіцієнт загальної рентабельності значно зріс (на 10,56%), що є позитивним явищем у роботі підприємства. Це відбулось за рахунок збільшення валового прибутку та зменшення чистого доходу.

Управління каналами постачання на ТОВ «БудСкладСервіс» включає в себе наступні етапи [53]:

1. PLAN (планування). У рамках цього процесу з'ясовуються джерела поставок, відбувається узагальнення і розстановка пріоритетів у споживчому

попиті, плануються запаси, визначаються вимоги до системи дистрибуції, а також обсяги виробництва, поставок сировини / матеріалів і готової продукції;

2. SOURCE (закупівля). У даній категорії виявляються ключові елементи управління постачанням, проводиться оцінка та вибір постачальників, перевірка якості поставок, укладання контрактів з постачальниками. Також сюди відносяться процеси, пов'язані з отриманням матеріалів: придбання, отримання, транспортування, контроль, постановка на зберігання до оприбуткування і прибуткування. Важливо зауважити, що дії з управління поставками товарів і послуг повинні відповідати планованому або поточному попиту;

3. MAKE (виробництво). До цього процесу відносяться виробництво, виконання і керування структурними елементами make, що передбачають контроль за технологічними змінами, управлінням виробничими потужностями (обладнанням, будівлями і т.п.), виробничими циклами, якістю виробництва, графіком виробничих змін і т.д. Визначаються також і специфічні процедури виробництва: власне виробничі процедури та цикли, контроль якості, упаковка, зберігання і випуск продукції. Усі складові процесу переробки вхідного продукту в готову продукцію повинні відповідати планованому або поточному попиту;

4. DELIVER (доставка). Даний процес складається з управління замовленнями, складом і транспортуванням. Управління замовленнями включає створення і реєстрацію замовлень, формування вартості, вибір конфігурації товару, а також створення і ведення клієнтської бази, поряд з підтриманням бази даних по товарах і цінах. Управління складом припускає набір дій з підбору та комплектації, упаковки, створення спеціальної упаковки / ярлика для клієнта і відвантаження товарів. Інфраструктура управління транспортуванням і доставкою визначається правилами управління каналами і замовленнями, регулюванням товаропотоками для доставки та управлінням якістю доставки;

5. RETURN (повернення). У контексті цього процесу визначаються структурні елементи повернень товару (дефектних, зайвих, що вимагають ремонту) як від make до source, так і від deliver: визначення стану продукту, його розміщення, запит на авторизацію повернення, складання графіку повернень,

направлення на знищення і переробку. До цих процесів також включають певні елементи післяпродажного обслуговування. SCM процеси можна також підрозділити на дві великі групи: Supply Chain Planning (SCP) і Supply Chain Execution (SCE). SCP включає в себе стратегічне планування ланцюжка поставок або бізнес-процесів в окремих її ланках. SCE – реалізацію планів і оперативне управління ланками ланцюжка поставок, такими як транспорт або складське господарство.

Метою SCM є максимізація загальної вартості, що створюється ланцюгом постачання. Дана величина визначається як різниця між тим, що клієнт готовий заплатити за продукт і витратами, які в сукупності виникають у каналі постачання.

Отже, впровадження концепції управління каналами постачання пов'язане з розвитком нових організаційно-функціональних схем взаємодії підприємств. Реалізовані проекти з впровадження управління ланцюгами постачання показали можливість зниження рівня запасів, скорочення терміну виробництва за рахунок узгодження процесних ланцюгів, підвищення прибутку за рахунок оптимізації процесу створення вартості і зниження трансакційних витрат, підвищення якості продукції, збільшення обороту і частки ринку за рахунок підвищення гнучкості і швидкості реакції та зміни стосунків з клієнтами.

3.2. Напрями підвищення ефективності функціонування каналів постачання віскі на ТОВ «БудСкладСервіс»

Фахівці служби логістики підприємства вважають, що пошук на ринку постачальників та налагодження з ними постійних зв'язків є умовою підвищення ефективності функціонування логістичної системи, оскільки це позитивно впливає на тривалість виконання замовлень та на якість та надійність постачання матеріально-технічних ресурсів, на зниження рівня витрат постачання, на можливість використання вільних коштів постачальника покупцем та можливість одержання останнім різних позик (товарних і грошових) з боку постачальника [54].

Динамічний розвиток глобалізації економічних процесів сприяє формуванню досить розгалуженої і складної структури міжнародних відносин. Баланс інтересів суб'єктів міжнародних відносин визначається рівнем розвитку відцентрових і доцентрових сил з урахуванням щільності та характеру соціальних комунікацій у межах світового політико-економічного простору [51]. В умовах суттєвих змін економік багатьох країн та їх цілковитого переформатування постає гостре питання розвитку міжнародного бізнесу. Це породжує формування більш ускладнених глобальних ланцюгів постачання і створення нових конфігурацій, що провокує впровадження нових моделей ведення діяльності підприємств у міжнародному середовищі і оптимізації логістичних операцій. Метою логістичного рішення у глобальній логістиці виступає оптимізація руху матеріально-інформаційно-фінансових потоків на підприємстві шляхом забезпечення ефективного управління виробництвом, транспортом, відносинами з логістичними центрами, використання інформаційних систем підтримки прийняття рішень та сучасних технологій складування [52].

Ключові тенденції, які суттєво впливають на логістичні рішення в міжнародному контексті ведення бізнесу, характеризуються зростанням складності нових утворень (гібридних відносин “конкуренції+кооперації”) і кількістю параметрів, що формують міжнародне середовище. Досліджуючи світові тренди, які висвітлюються в глобальних програмах Світового Економічного Форуму (The World Economic Forum) за 2014-2018 роки, а також у працях відомих економістів Світової Організації Торгівлі (The World Trade Organization) і Fung Global Institute, усі логістичні рішення під час побудови глобальних ланцюгів постачання зводяться до таких параметрів:

- зміна потреб споживачів та поява нових очікувань;
- мережева економіка;
- глобалізація та складність логістичних процесів;
- нестабільність середовища;
- стійкість розвитку системи;
- зростаючі ризики;

- відсутність надійної інфраструктури;
- зростаючі урядові обмеження та бар'єри [55].

Сьогодні управління каналами постачання містить комплекс різного роду потокових і автоматизованих процесів, вдосконалює послуги доставки і збільшує операційну ефективність, зменшує складування запасів і забезпечує оптимізацію споживчого попиту, розширяє мережу і збільшує бізнес загалом. Така сукупність процесів і завдань виправдана, бо логістичні управлінські рішення стають ключовими на рівні виходу будь-якого підприємства на міжнародний ринок. Правильно побудована логістична система неможлива без ґрунтовного вивчення потреб споживачів та їх очікувань. Зміна і перехід до глобальних ланцюгів постачання веде до зниження лише певних витрат, але транспортні витрати і зміни в законодавчому нормативно-правовому полі опосередковано впливають на продукцію, яку підприємства продають споживачам. Що більше підприємство нарощує свої потужності, займається збутовою діяльністю, то більш складним стає логістичний процес. Споживач вимагає від підприємств, учасників ринку надійнішого та якіснішого процесу доставки та генерування нових логістичних рішень [56].

Логістичні провайдери забезпечують більш адаптовані рішення до постійно змінних потреб споживачів. У цьому допомагає і електронна торгівля, яка є рушійною силою в побудові каналів постачання, з подальшим ускладненням роботи логістичних операторів. Таким чином, усі учасники (організації), які входять до каналів, володіють високоякісними товарами, зменшують витрати, орієнтуються на гнучку доставку, створюють надійне виконання і дотримання стабільності у майбутніх управлінських рішеннях, щоб задовольняти потреби споживачів.

Сучасний етап розвитку суспільства пов'язаний із формуванням мережових економічних структур, економічних відносин, що складаються в особливому середовищі ведення бізнесу – мережевій економіці. Організації та підприємства більшою мірою стають частиною мережевої економіки.

З позицій логістичних процесів, які відбуваються в міжнародному просторі, важливо переосмислити всі можливі стратегії постачання, наприклад, вдосконалювати із використанням концепцій Single Sourcing (мінімальна кількість постачальників), Global Sourcing чи Eine Quelle Versorgung (єдиний постачальник), виробничо-синхронне постачання, Just-in-time (точно, своєчасно), Zulieferintegration (інтеграція постачальників у розвиток виробництва) [51]. Для реалізації таких концепцій необхідно враховувати ризики економічного та політичного характеру сучасного глобалізованого світу, а також доцільно здійснювати раціональну диверсифікацію джерел постачання для того, щоб уберегти фінансово-господарську діяльність від загроз ззовні.

Глобалізація за своїм змістом суттєвим чином впливає на розвиток і широке використання логістичного підходу в становленні міжнародних торгових відносин на світовому ринку. Саме глобалізація сприяє оптимізації розміщення ресурсів, розширенню асортименту товарів і підвищенню їх якості, стимулюючи при цьому розвиток всієї міжнародної транспортно-логістичної інфраструктури, що обслуговує міжнародну логістичну інфраструктуру [54].

Нестабільність середовища із зростаючою фрагментацією каналів розподілу і більш суттєвими змінами споживчого попиту, зміщенням міксу продукт/послуга, появою нових гравців на ринку і коротким життєвим циклом продукту не дозволяє виконати загальноприйняті правила логістики “7R”.

Споживчий попит все більше відображає хаотичні тенденції змінного ринку, його все складніше передбачати і задовольняти.

В умовах постійних змін в середовищі на підприємстві ТОВ «Будскладсервіс» доцільно використовувати концепцію швидкого реагування (Quick Response Logistics). Її поява свого часу була викликана, з одного боку, ускладненням запитів ринку, які стали настільки різноманітними і мінливими, що їх практично неможливо прогнозувати на тривалий період, а з іншого – зростаючій конкуренції імпорту з країн з дешевою робочою силою. Поєднання цих двох чинників означало для західних торговельних і виробничих підприємств, що їм доведеться вести бізнес в умовах ринкового хаосу, а також шукати шляхи

скорочення витрат для підвищення своєї конкурентоспроможності. Один з головних принципів концепції швидкого реагування полягає в тому, що вона не покладається на прогнози ринку, а займається збором і аналізом даних про фактичні покупки в місцях їх здійснення. Ці дані служать підставою для миттєвої логістичної реакції виробників товарів і їх постачальників.

Розбудовуючи свою логістичну систему, підприємство ТОВ «Будскладсервіс» повинно керуватися трьома ключовими принципами – чіткого управління, прозорості діяльності та довгострокової підтримки. Співпрацюючи з постачальниками, підприємство стимулює їх впроваджувати власні стандарти відповідальної діяльності та одночасно дотримуватися вимог самого підприємства. Розбудовуючи відповідальну систему управління каналами постачання, менеджери повинні оцінювати не лише короткострокові фінансові вигоди, які вони самі зможуть отримати, а й будувати такі взаємовідносини з постачальниками, які допоможуть створити довгострокову цінність для всього ланцюга. А це вимагає інтеграції принципів стійкого розвитку у закупівельну практику.

Fung Global Institute визначив 5 ключових джерел ризиків, які впливають на логістичні ланцюги в сьогоденній інтегрованій глобальній економіці, а саме:

- ❖ державні фактори (торгівельна політика; постанови та положення; фіскальна політика; фінансова політика);
- ❖ динаміка споживчого попиту (місцеві уподобання та смаки; достатній рівень доходу; відношення до соціальних /навколишніх впливів);
- ❖ природні зрушення (землетруси; повені);
- ❖ штучні зрушення (воєнні конфлікти; заворушення профспілок; тероризм);
- ❖ інновації (технологія; організації, які займаються ноу-хау; новітні бізнес-моделі) [57].

Окрім цього, доречно виокремити макроекономічні ризики, які існують у наш час. Це бізнес-цикли, фінансові кризи, демографічні зрушення, межі зростання, ризики, пов'язані з товарами масового споживання, та довкілля. Кожне з цих джерел має наслідки для інших складових ланок логістичних каналів:

підприємства, які постачають, працівники, які виробляють, посередники, які зберігають, і регіони, які зливаються в процесі діяльності усіх учасників ринку. Будь-які ризики, які виникають у зовнішньому і внутрішньому середовищі, потрібно вміти передбачувати і правильно ними управляти [55].

Можливість активно управляти ризиками на всіх етапах ланцюга постачання є важливим фактором для розвитку підприємств. Вміння передбачати події і управляти ризиками – це свого роду “знак якості” сучасних каналів постачання, а в майбутньому це стане одним із основних критеріїв ефективності бізнесу [51].

У світовому господарстві здійснення міжнародних перевезень є неможливим без розвинутої логістичної інфраструктури, як на національному рівні, так і на міжнародному. При цьому під час обслуговування міжнародного товарного потоку в процесі постачання нерідко беруть участь кілька національних логістичних інфраструктур. Формування логістичної інфраструктури базується на принципах раціоналізму, системності, комплексності, балансу інтересів суб'єктів ринку, орієнтації на задоволення потреб споживачів. У наш час специфічний вид логістичної інфраструктури представлений логістичними терміналами/парками (хабами), або транспортно-логістичними центрами, які є вузловими мультимодальними центрами на перетині міжнародних товаропотоків.

Згідно з нещодавними звітами Світового Економічного Форуму (The World Economic Forum) разом з Bain&Co і Світовим Банком виділено доречність та важливість вдосконалення адміністративних процедур та інфраструктури транспорту і комунікацій. Менеджмент провідних підприємств під час управління ланцюгами постачання повинен застосовувати нові стратегії. Із зростанням міжнародної торгівлі і споживчого попиту, більшість підприємств адаптує складні технології управління ланцюгами, вдосконалює стратегії постачання, щоб зменшити ризик від неправильних дій і мінімізувати затрати, втримавши тим самим конкурентні позиції на ринку. Постачальники-посередники відтак сподіваються стати більш локально орієнтованими, щоб зменшити транзит коридору проходження товарів і здобути додаткову частку на ринку або вийти на

нові ринки. Як наслідок, число регіональних дистрибуторських центрів зростає, що веде до появи нових постачальників і 3PL-провайдерів. Це забезпечує комунікації, співпрацю і прозорість через весь логістичний ланцюг, що гарантує легкість здійснення торгівлі, дотримання вимог і потреб споживів, вчасну доставку і збереження коштів. Для ефективного керування новими викликами, які виникають у процесі управління ланцюгами, потрібно враховувати аспекти автоматизації під час створення інтегрованих логістичних ланцюгів, прозорості та аналізу даних для кращого планування і формування статистичних моделей [59].

З розширенням міжнародної торгівлі відповідно збільшуються потреби логістики в подовженні логістичного ланцюга, зростання невизначеності, збільшення обсягу необхідної документації. Але в той час, як ці рушійні сили спонукають організації до подолання національних меж, менеджмент зіштовхується з ринковими і фінансовими бар'єрами, перешкодами, зумовленими каналами розподілу. Серед бар'єрів розвитку глобальної логістики основна частка припадає на митні бар'єри (41 %), законодавчі (32 %) та інформаційні (27 %). Під час проведення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами товаропотік набуває особливих ознак, оскільки змінює свої характеристики у просторі та часі. Такі товаропотоки пов'язані із переміщення товарів через кордон держави, що супроводжується відповідними митними процедурами.

Митні процедури змінюють характеристики товаропотоку: збільшують його величину (вартість) через обкладання митом і зменшують швидкість руху через необхідність додаткових витрат часу на оформлення документів. Учасникам зовнішньоекономічної діяльності доводиться мати справу з численними адміністративними бар'єрами у міжнародній торгівлі. Поточні перешкоди групуються за 5 напрямками: час на експорт/імпорт, витрати на експорт/імпорт, правові проблеми (недосконалість законодавства), інформаційні проблеми (відсутність прозорості інформації) та проблеми реалізації [53].

Отже, правильно побудована логістична система неможлива без ґрунтовного вивчення потреб споживачів та їх очікувань. Зміна і перехід до глобальних каналів постачання веде до зниження лише певних витрат, але

транспортні витрати і зміни в законодавчому нормативно-правовому полі опосередковано впливають на продукцію, яку підприємства продають споживачам. В умовах постійних змін в середовищі на підприємстві ТОВ «Будскладсервіс» доцільно використовувати концепцію швидкого реагування (Quick Response Logistics), яка не покладається на прогнози ринку, а займається збором і аналізом даних про фактичні покупки в місцях їх здійснення.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Враховуючи високу популярність алкогольних напоїв ринок успішно поповнюється новими виробниками, які в свою чергу задовольняють попит споживачів на свою продукцію. Зокрема, все більше набирає популярності такий

алкогольний напій, як віскі. Його частка у структурі споживання алкогольних напоїв становить 3,40 %. Так, у 2017-2018 р.р., продаж усіх типів віскі на території України оцінювалися в 1,3 мільйона умовних пляшок або 9,75 тис. дал. Лідирує одна з найвідоміших марок – Johnnie Walker, хоча відзначається деяке зниження її долі. Друге місце займає бренд Hankey Bannister, який наздоганяють Chivas Regal і Jameson. Основним експортером віскі в Україну є Велика Британія. У 2017 році імпорт віскі становив понад 99 % і ця тенденція прослідковується й надалі. Український ринок віскі розвивається дуже динамічно - за останні декілька років обсяг імпорту збільшився майже у 6 разів, що свідчить про його привабливість.

2. Встановлено що сировина та технологія є важливими чинниками формування споживних властивостей віскі. Технологія віскі залежить від країни та регіону виробника. Органолептичні властивості віскі залежать від наступних факторів: сировинної бази, форми кубів, витримки, тари, фільтрації.

3. Визначення терміну віскі та його якості регламентуються ДСТУ 4257:2003 «Напої лікєро-горілчані. Технічні умови», ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального», Закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», акти Європейського союзу: Регламент Ради ЄС № 315/93 «Про встановлення максимально допустимих рівнів вмісту контамінантів в харчових продуктах» та Регламент Комісії № 1881/2006 «Про встановлення максимального рівня вмісту певних забруднюючих речовин у продуктах харчування», Регламентом ЄС № 852/2004 від 29 квітня 2004 року «З гігієни харчових продуктів» та Регламентом Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 110/2008 про визначення, опис, представлення, маркування та охорону географічних зазначень спиртних напоїв.

4. Проведення ідентифікаційної експертизи віскі, складалося з трьох етапів, які включали в аналіз пакування та маркування, дослідження органолептичних та фізико-хімічних показників.

5. За результатами проведеної ідентифікаційної експертизи віскі встановлено, що пакування та маркування досліджуваних зразків відповідає вимогам українського законодавства. За органолептичними та фізико-хімічними показниками зразки віскі «Ballantine's Finest», «Jack Daniels», «Jameson», «William Lawson's » та віскі «Dewar's White Label» відповідають вимогам ДСТУ 4257:2003 та ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів».

6. Впровадження концепції управління каналами постачання пов'язане з розвитком нових організаційно-функціональних схем взаємодії підприємств. Реалізовані проекти з впровадження управління каналами постачання показали можливість зниження рівня запасів, скорочення терміну виробництва за рахунок узгодження процесних каналів, підвищення прибутку за рахунок оптимізації процесу створення вартості і зниження трансакційних витрат, підвищення якості продукції, збільшення обороту і частки ринку за рахунок підвищення гнучкості і швидкості реакції та зміни стосунків з клієнтами.

7. Правильно побудована логістична система неможлива без ґрунтовного вивчення потреб споживачів та їх очікувань. Зміна і перехід до глобальних каналів постачання веде до зниження лише певних витрат, але транспортні витрати і зміни в законодавчому нормативно-правовому полі опосередковано впливають на продукцію, яку підприємства продають споживачам. В умовах постійних змін в середовищі на підприємстві ТОВ «БудСкладСервіс» доцільно використовувати концепцію швидкого реагування (Quick Response Logistics), яка не покладається на прогнози ринку, а займається збором і аналізом даних про фактичні покупки в місцях їх здійснення.

8. Для удосконалення управління постачанням віскі на підприємстві ТОВ «БудСкладСервіс» пропонуємо:

– постійно вивчати попит споживачів на віскі та завчасно вносити зміни в асортимент, що закупаються;

- закуповувати віскі у необхідному обсязі та асортименті для того, щоб виконати планові завдання з товарообороту, підтримувати відповідний рівень товарних запасів;
- проводити стимулювання робочого персоналу до обслуговування покупців за допомогою впровадження винагороди, котра буде залежати від якості обслуговування, ефективності вивчення попиту, проведення рекламної діяльності та використання новітніх методів та форм обслуговування;
- забезпечувати регулярність товаропостачання шляхом подальшого розвитку господарських зв'язків із постачальниками;
- вимагати від постачальників постійного оновлення асортименту віскі, підвищення його якості, включення до постачання новинок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Домарецький В. А. Загальні технології харчових виробництв/ В.А. Домарецький. – К.: Університет "Україна", 2010. – 816 с.
2. Колесник В.В. Формування споживних властивостей настоянок зі зниженим токсичним ефектом: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : спец. 05.18.15 "Товарознавство харчових продуктів"/ Колесник Вікторія Валентинівна – Харків, 2017. – 25 с.
3. Коростелев А.В. Разработка интенсивной технологии крепких алкогольных напитков "Виски": автореферат дис. ... кандидата технических наук : спец. 05.18.01 "Технология обработки, хранения и переработки злаковых, бобовых культур, крупяных продуктов, плодоовощной продукции и виноградарства"/ Коростелев Алексей Васильевич - Воронеж, 2011. - 24 с.
4. Tao Yang. The impact of whisky blend matrices on the sensory perception of peaty flavours: thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy/ Tao Yang – Edinburgh, 2014. – 190 p.
5. K.Sujka. Zastosowanie spektroskopii do identyfikacji oraz wykrywania zafałszowań wybranych napojów spirytusowych: praca doktorska / Katarzyna Sujka, 2017. – 192 s.
6. Бондар Т.Л. Тенденції сучасного ринку лікєро-горілкової продукції / Т.Л. Бондар // Економіка та управління національним господарством. – 2018. № 18. – С. 102-106. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-15>
7. Мазур О.М. Київський національний торговельно-економічний університет «Ідентифікаційна експертиза віскі» /Збірник наукових статей студентів, які здобувають освітній ступінь магістра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (спеціалізація «Товарознавство та комерційна логістика»), частина 1. С.336-332.
8. Нужный В. П. Токсикологическая характеристика этилового спирта, алкогольных напитков и содержащихся в них примесей / В. П. Нужный // Вопросы наркологии. – 2015. – № 3. – С. 65–74.

9. Алкоголізм в Україні – факти, статистика, аналітика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// alkogolya.net /lechenie_alkogolizma /alkogolizm_v_ukraine/](http://alkogolya.net/lechenie_alkogolizma/alkogolizm_v_ukraine/)
10. Klatsky A. Alcohol and Cardiovascular Health / A. Klatsky // Integrative and Comparative Biology. – 2017. – № 44(4). – P. 324–329.
11. Гонопольский М. Х. Алкоголь и разрушение личности /М. Х. Гонопольский // Наука и жизнь. – 2016. – № 8 (24). – С.14–16.
12. Bensafi M. Asymmetry of pleasant vs. Unpleasant odor processing during affective judgment in humans / M. Bensafi, C. Rouby // Neuroscience Letters. – 2015. – Vol. 328, Issue 3, 16 August. – P. 309–313.
13. Euromonitor - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.euromonitor.com/ukraine>
14. Державна служба статистики. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
15. Великий гід по кращому українському міцному алкоголю. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://gvult.com/gastro_life/luchshij-krepkij-ukrainskij-alkogol-bolshoj-gid/
16. Виски в Україні [Електронний ресурс] // Мир Продуктов. – 2017. – № 9 (108). – Режим доступу: [http://www.proinfo.com.ua/ proizvodstvo/ napitki / ryinok/ viski_v_ukraine.html](http://www.proinfo.com.ua/proizvodstvo/napitki/ryinok/viski_v_ukraine.html)
17. Scotch Whisky Association [Електронний ресурс]: – Режим доступу: [http://www.scotch-whisky.org.uk /media/ 12744 / scotchwhisky regguidance 2017.pdf](http://www.scotch-whisky.org.uk/media/12744/scotchwhiskyregguidance2017.pdf)
18. Імпорт віскі в Україну досяг \$ 70 мільйонів в рік. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://biz.censor.net.ua /news/ 3128317 /import_ viski_ v _ukrainu _dostig_70_millionov_v_god](https://biz.censor.net.ua/news/3128317/import_viski_v_ukrainu_dostig_70_millionov_v_god)
19. Diageo Brands [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.diageo.com/en-row/ourbrands/Pages/StrategicBrands.aspx>
20. Pernod Ricard Portfolio [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.pernod-ricard.com/en/our-brands/our-portfolio/>

21. Welcome to William Grant & Sons Independent Family Distillers since 1887 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.williamgrant.com/index.php>
22. The Edrington Group [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://edrington.com/our-brands/>
23. Global Whiskey Market: Trends and Statistical Analysis 2015-2019 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.technavio.com/report/globalwhiskey-market-trends-and-statistical-analysis-2015-2019>
24. Офіційний сайт ВАТ «Бровар». - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://brovar.org/>
25. Бачурін І. Підтримка якісного вітчизняного виробника - це фундамент, на якому базується наша робота [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://techdrinks.info/ru/news/yvan-bachuryn--assotsyatsyya-somele-ukrayni-podderzhka-kachestvennoho-otechestvennoho-proyzyvodytelya-eto-fundament-na-kotorom-bazyruetsya-nasha-rabota>
26. Головка М. П. Формування якості та розширення асортименту міцних алкогольних напоїв зниженої токсичної дії [Електронний ресурс] : монографія / М. П. Головка, Н. М. Пенкіна, В. В. Колесник. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2017. – 149 с.
27. Russell I. Whisky: Technology, production and marketing. - London: Elsevier Science, 2013. - 384 p.
28. Закон Шотландії про віски - The Scotch Whisky Regulations 2009 - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2009/2890/pdfs/ukxi_20092890_en.pdf
29. Whisky Technology, Production and Marketing [Електронний ресурс] : Режим доступу: http://itvhe.ac.ir/_fars/Documents/5390e074-3c8b-483c-a073-8857570d5030.pdf
30. Murphy B. The World book of Whisky. – Glasgow and London, William Collins Sons and Company Limited, 2012. - 530 p.

31. Shew C. Whisky. - Glasgow: Harper Collins Publishers. 2013.
32. Sklpworth M. The Scotch Whisky Book. - London: Lomond Books, 2011
33. Emery T. Classic Malts of Scotland. – United Distillers, 2014.
34. Тузмухамедов Э. Р. Шотландский виски. Вина и спиртные напитки мира. / Э. Р. Тузмухамедов. – М.: ООО Современные розничные и ресторанные технологии, 2001. – 336 с.
35. Тузмухамедов Э. Р. Виски: Путеводитель / Э.Р. Тузмухамедов. – М.: ББПГ, 2011. 384 с.
36. ДСТУ 4257:2003 «Напої лікеро-горілчані. Технічні умови» - [Чинний від 2004 – 10 - 01] - К.: Держспоживстандарт України. - 2004. – 11 с.
37. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів : Закон України від 19.12.95 року N 481/95-ВР. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/yuridichnim-osobam/zakonodavstvoa/zakoni-ukraini/53819.html>
38. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів. – Закон України від 23.12.1997. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, № 19, ст. 98) (остання редакція від 01.01.2016).
39. Про встановлення максимального рівня вмісту певних забруднюючих речовин у продуктах харчування: Регламент Комісії ЄС № 1881/2006 . – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1881&from=EN>
- 40.3 гігієни харчових продуктів: Регламент ЄС № 852/2004 від 29 квітня 2004 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/laws/eu/852-2004.pdf>
41. Про визначення, опис, представлення, маркування та охорону географічних зазначень спиртних напоїв: Регламент ЄС і Ради (ЄС) № 110/2008 від 15 січня 2008 року – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/994_b12

- 42.Притульська Н.В. Ідентифікація продовольчих товарів: теорія і практика: Монографія. – К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2007. – 193 с.
- 43.ДСТУ 4165:2003 «Горілки і горілки особливі. Правила приймання і методи випробовування». - [Чинний від 2004 – 10 - 01] - К. Держспоживстандарт України. - 2004. – 15 с.
- 44.ДСТУ ГОСТ 13191:2009 «Вина, виноматеріали, коньяки и коньячные спирты. Соки плодово-ягодные спиртованные. Метод определения этилового спирта». – введ. 07.03.19. Государственный комитет СССР по стандартам, 1975. -9 с.
- 45.Кузьменко О. В. Особливості експертизи віскі, що реалізується на споживчому ринку м. Дніпропетровська / Кузьменко О. В. // Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів : матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 16–18 березня 2016 року). – Полтава : Пульс, 2016. – С. 245-246.
46. Гончар Л. А. Підвищення ефективності комерційної логістики на підприємствах роздрібної торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04. «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Гончар Л. А. – Полтава, 2009. – 20 с.
- 47.Офіційний сайт компанії «БудСкладСервіс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://budskladservis.ua/>
- 48.Мізюк Б. М. Сучасна логістика: моделювання інформаційних потоків у торговельних мережах : монографія / Б. М. Мізюк, Н. І. Бойко. – Львів : вид-во ЛКА, 2011. – 208 с.
- 49.Чорнописька Н.В. Методичні підходи до оцінювання логістичної діяльності підприємства / Н.В. Чорнописька // Вісник НУ «Львівська політехніка» – 2015. - №608. – С. 265-271.
- 50.Чухрай Н.І. Логістичні рішення щодо аутсорсингу // Логістика. – 2016. – № 6. – С. 37–39.

51. Фролова Л.В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти: [монографія] / Л.В. Фролова – Д.: ДонДУЕТ, 2012. – 130 с.
52. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування : [підручник] / Н.І. Чухрай – Львів :Львівська політехніка, 2013. – 292 с.
53. Бауэррокс Дональд Дж., Клосс Дейвид Дж, “Логистика: интегрированная цепь поставок” / Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2012. – С. 577–579.
54. Васюк І.В. Зарубіжний досвід впровадження маркетингових логістичних концепцій на підприємстві. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/ed_work/n_7/13.pdf.
55. Белошапка В.А. Стратегическое управление: принципы и международная практика / Под ред. В.А. Белошапки. – К.: Абсолют-В, 2014. –352с.
56. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2011. –175с.
57. Офіційний сайт «Fung Global Institute»». - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.ineteconomics.org/research/partnerships/fung-global-institute>
58. Офіційний сайт «World Economic Forum». - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2019>