

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

На тему:

«Ідентифікаційна експертиза та організація постачання текіли»

Студента 2 курсу, 7м групи,

Спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

спеціалізації

«Товарознавство і комерційна
логістика»

Науковий керівник

док-р.техн.наук, професор

Науковий консультант

канд.екон.наук, доцент

Гарант освітньої програми

док-р.техн.наук, професор

Письменник Владислав

Едуардович

Белінська Світлана

Омелянівна

Харсун Людмила

Григорівна

Сидоренко Олена

Володимирівна

Київ 2019

АНОТАЦІЯ

Письменник В.Е. Ідентифікаційна експертиза та організація постачання текіли

В роботі проаналізовано ринок алкогольних напоїв в Україні, визначенні критерії ідентифікації алкогольних напоїв та проаналізовані теоретико-методологічні підходи до організації постачання алкогольних напоїв на підприємство торгівлі. Розкрито організацію та методи ідентифікаційної експертизи текіли, проаналізовано захисні елементи оздоблення склотари. Проведено фізико-хімічні та органолептичні дослідження. Досліджено маркування тари. Проведена балова оцінка якості текіли та комплексна оцінка ефективності постачання текіли на підприємство торгівлі. Проаналізовано організацію постачання текіли на ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД». Запропоновано організаційно-економічні заходи, спрямовані на покращення показників управління ланцюгами постачання підприємства.

Ключові слова: текіла, маркування, імпорт, експорт, склотара, якість.

SUMMARY

Pismennik V.E. Identification examination and delivery of tequila

The paper analyzes the market of alcoholic beverages in Ukraine, defines the criteria for identification of alcoholic beverages and analyzes theoretical and methodological approaches to the organization of supply of alcoholic beverages to the trade enterprise. The organization and methods of identification examination of tequila are revealed, the protective elements of the glassware decoration are analyzed. Physicochemical and organoleptic studies were performed. The marking of the container has been investigated. A score of tequila quality and a comprehensive assessment of tequila delivery efficiency to the trading company were conducted. The organization of delivery of tequila at RETAIL Trend LLC is analyzed. Organizational and economic measures are proposed to improve the performance of the supply chain management of the enterprise.

Keywords: tequila, marking, import, export, glassware, quality.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ	
1.1 Аналіз ринку дистильованих алкогольних напоїв.....	10
1.2 Критерії ідентифікації дистильованих алкогольних напоїв.....	16
1.3 Теоретико-методологічні підходи до організації.....	18
постачання дистильованих алкогольних напоїв на підприємство торгівлі	
РОЗДІЛ 2. ІДЕНТИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА ТЕКІЛИ	
2.1 Організація, об'єкт та методи досліджень.....	27
2.2 Експертиза якості текіли.....	30
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ПОСТАЧАННЯ ТЕКІЛИ НА ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД»	
3.1 Ефективність постачання текіли на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД»...	41
3.2 Перспективні напрями розвитку системи і постачання текіли на.....	49
торгівельне підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД»	
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	65

ВСТУП

Актуальність. Текіла це міцний алкогольний напій, який має захищене найменування місця походження і виготовляється лише в Мексиці. Справжньою текілою можна вважати лише ту текілу, яка виготовлена на території Мексики в регіонах Халіско, Гуанахуато, Мічоакан, Наяріт і Тамауліпас, які захищені А The General Declaration of Protection of the Appellation of Origin of Tequila [1-2]. На сьогоднішній день текіла зарекомендувала себе як вишуканий та елітний напій, який відповідає потребам навіть найвибагливіших споживачів. Текіла має цікаву історію створення та поширення в світі.

Початком історії текіли вважають 1530 рік – заснування міста Текіла. Проте справжнього поширення текіла набула приблизно після 1950 року. А з 1974 року мексиканські виробники змогли здобути виняткове право на використання найменування «текіла» лише для мексиканської продукції, що й надало унікальність та неповторність даному напою. Це були перші кроки до здобуття текілою всесвітнього визнання, проте донедавна у текіли була репутація не вишуканого напою. Ситуація змінилася з 1990 року з початком виробництва текіли вищої якості «Портфидио», «Ель Тесоро», «Чинако», «Єррадура», «Тресс Магуейес» яка виготовлялася на 100% з блакитної агави [3].

Більшість підприємств торгівлі мають мету отримувати найбільший прибуток за рахунок використання якісних та перевірених алкогольних напоїв, тому актуальність дослідження обумовлена необхідністю визначення найважливіших факторів ідентифікації текіли як якісного напою.

Метою дослідження була обрана розробка критеріїв ідентифікації і на їх базі проведення ідентифікаційної експертизи текіли, та визначення перспективних напрямів розвитку системи постачання текіли на базі торгової мережі підприємства ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД».

Для досягнення зазначеної мети були поставлені завдання дослідження як:

1. Провести комплексну оцінку ринку алкогольних напоїв України за останні 5 років;

2. Визначити основні критерії ідентифікації алкогольних напоїв;
3. Розглянути основні принципи та фактори теоретико-методологічних підходів до організації постачання дистильованих алкогольних напоїв на підприємство торгівлі;
4. Провести експертизу якості текили, яка включає дослідження маркування, органолептичну оцінку якості та визначення фізико-хімічних показників;
5. Проаналізувати ефективність постачання текили у торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД».
6. Проаналізувати перспективні напрями розвитку системи постачання текили і зробити пропозиції удосконалення системи постачання, з урахуванням сучасних технологій, торговельної мережі ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД».

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є текила та торгова мережа ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД».

Предметом дослідження є показники якості текили та організація постачання текили в підприємство торгівлі ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД».

Використані *методи дослідження* у випускній кваліфікаційній роботі: органолептичні, фізико-хімічні, аналітичні.

Наукова новизна полягає в удосконаленні колеса аромату текили для проведення її органолептичної оцінки.

Практична цінність випускної кваліфікаційної роботи обумовлена можливістю використовувати її результати в практичній діяльності підприємства торгівлі.

Апробація дослідження. Результати роботи представлені на міжнародній конференції, «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу», в доповіді «Ідентифікаційна експертиза текили» в Київському національному торговельно-економічному університеті 14 березня 2019 р.

Публікація. Письменник В.Е. Дослідження якості текили: зб. наук. ст. Інновації в підприємстві і торгівлі - Київ. нац. торг.-еко. ун-т, 2019.- Ч.1.-87 С.

Структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та містить 24 таблиць і 11 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ

1.1 Аналіз ринку дистильованих алкогольних напоїв

Динаміка розвитку алкогольного ринку України й значна кількість постачальників й дистриб'юторів зумовлюють певну складність отримання даних для аналізу всієї інформації й відстеження тенденцій розвитку ринку в цілому. Для того щоб підійти комплексно до оцінки проблем та перспектив ринку алкогольних напоїв України, спочатку ми проаналізували статистичні дані з «Державної фіскальної служби України» [4], які наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Сумарний обсяг імпорту та експорту алкогольних напоїв

Рік	Імпорт		Експорт		Сальдо тис. дол. США
	вартість, тис. дол. США	питома вага, %	вартість, тис. дол. США	питома вага, %	
2014	220973	0,42	90445	0,17	-130528
2015	122745	0,34	72422	0,19	-50323
2016	142468	0,37	78474	0,22	-63994
2017	182413	0,37	90278	0,21	-92135
2018	231158	0,41	97200	0,21	-133958

Виходячи з наведених даних в табл. 1.1 імпорт з 2014 по 2015 рік зменшився майже в 2 рази, проте питома вага лише на 0.08 %. Це може свідчити що це були алкогольні напої не високої вартості. З 2015 по 2018 роки спостерігається стабільний приріст як у вартісному вираженні так і в питомій вазі для всього ринку. Порівнюючи 2018 і 2014 роки в вартісному вираженні, імпорт збільшився на 10185 тис. дол. США що більше на 4,41% а ніж в 2014 році.

Аналогічна ситуація й для експорту. З 2018 по 2014 у вартісному вираженні експорт збільшився на 6755, питома вага збільшилась на 0,04%, також збільшується експорт горілчаних виробів з 2017 по 2018 на 23% та 32% у вартісному та кількісному вираженні відповідно [5].

Сальдо з 2014 по 2015 збільшилось на 80205 тис. дол. США, і до 2018 року вернулось до попереднього стану [4].

Великий скачок в імпорті та експорті України обумовлений політичними подіями 2013-2014 років, які мали значний вплив на економіку України [6,7].

Для аналізу ринку дистильованих алкогольних напоїв в Україні за період з 2014 по 2018, використали дані «Державної фіскальної служби України» [8], які наведені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Зовнішня торгівля з основними країнами контрагентами

Рік	Країна імпортер	Імпорт		Країна експортер	Експорт		Сальдо тис. дол. США
		вартість, тис. дол. США	питома вага, %		вартість, тис. дол. США	питома вага, %	
2014	Велика Британія	30231	13,68	-	11519	12,74	-12719
	Грузія	24238	10,97	Азербайджан	5833	6,45	-11636
	Молдова	17469	7,91				
	Інші	149035	67,44	Інші	73092	80,82	-106174
2015	Велика Британія	22431	19,09	Невизначені країни	26392	36,44	2961
	Німеччина	15531	12,65	Казахстан	9223	12,74	-6308
	Грузія	11387	9,28	Інші	36807	50,82	-46976
	Інші	72396	58,98				
2016	Німеччина	23647	16,60	Невизначені країни	39193	49,94	15546
	Велика Британія	23618	16,58	Казахстан	6163	7,85	-17455
	Грузія	16511	11,59	Латвія	4243	5,41	-12268
	Інші	78692	55,23	Інші	28876	36,80	-49816
2017	Німеччина	36047	19,76	Невизначені Країни	47480	52,59	11433
	Велика Британія	29960	16,42	Латвія	6378	7,06	-23582
	Інші	116406	63,81	Казахстан	5584	6,19	-13881
				Інші	30836	34,16	-66105

Рік	Країна імпортер	Імпорт		Країна експортер	Експорт		Сальдо тис. дол. США
		вартість, тис. дол. США	питома вага, %		вартість, тис. дол. США	питома вага, %	
2018	Велика Британія	37020	16,02	Невизначені країни	46261	47,59	9241
	Німеччина	34662	14,99	Казахстан	8422	8,66	-26240
	Грузія	32112	13,89	Латвія	7456	7,67	-24656
	Інші	127364	55,10	Інші	35060	36,07	-92304

Загальний імпорт алкогольних напоїв в Україну за останні 5 років склав 898757 тис. дол. США, з 2014 по 2015 у вартісному вираженні зменшився на 44,91 %, і протягом наступних 4 років повернувся до рівня 2014 року. Загальний експорт алкогольних напоїв склав 428794 тис. дол. США та має схожу тенденцію з імпортом, з 2014 по 2015 роки зменшився на 19,96 % і також повернувся до рівня 2014 року [8].

Сальдо протягом останніх 5 років від'ємне, з 2014 по 2015 роки збільшилось на 80206 тис. дол. США і склало -50323, і протягом останніх 4 років дійшло до рівня 2014 року.

Найбільшими імпортерами протягом минулих 5 років була Велика Британія та Німеччина, 121745 та 109887 тис. дол. США відповідно. Питома вага імпорту склала в середньому для Великої Британії 16,35 % з 2014 по 2018 роки. Для Німеччини 16 % з 2015 по 2018 роки [8].

Найбільшим експортером був Казахстан, 29392 тис. дол. США відповідно. Питома вага експорту склала в середньому для Казахстану 8,86 % з 2015 по 2018 роки. Також в Україні на ринку алкогольних напоїв горілка скорочується на 15-20% щорічно і спостерігається що тенденція збережеться [9]. Все це обумовлено політичними подіями в Україні які мали широкі наслідки для її економіки [6].

Більш детальна інформація щодо зовнішньої торгівлі України спиртом наведена в додатку А. Звертаючи увагу на наведенні дані можливо стверджувати що ринок України в 2018 році повернувся до рівня 2014. В табл. 1.3 наведена інформація доходу населення з 2014 по 2018 роки [10-14].

Дохід населення з 2014 по 2018 рік

Рік	2014	2015	2016	2017	2018
Млн. грн.	1 516 768	1 772 016	2051331	2652082	3219518

З наведених даних чітко спостерігається зростання доходу населення впродовж 5 років, що може свідчити про збільшення купівельної спроможності.

На основі аналізу статистичних даних (рис. 1.1, 1.2) встановлено, що з 2014 по 2015 роки обсяг імпорту текили зменшився на 132.1 тонни. Однією з причин є девальвація гривні на фоні політичних подій 2013-2014 років [15]. Проте варто відзначити, що з 2015 року по 2018 роки обсяги імпорту збільшуються, що може свідчити про поліпшення економічної ситуації та зростання купівельної спроможності населення України.

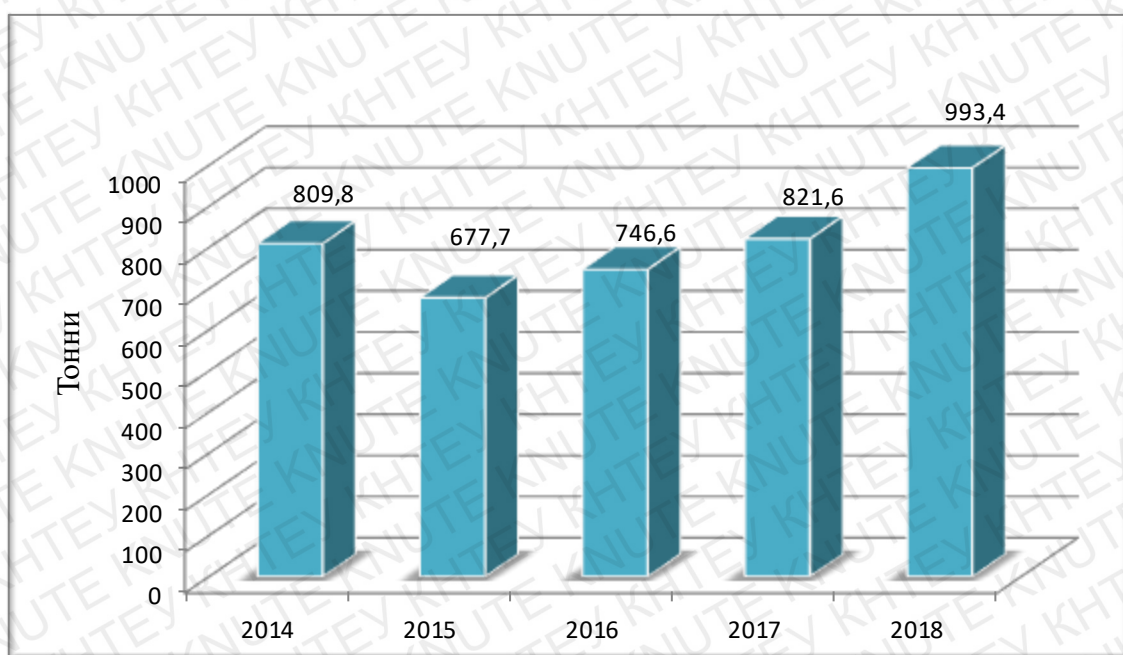


Рис. 1.1. Обсяги імпорту текили у 2014-2018 рр.[16-20]

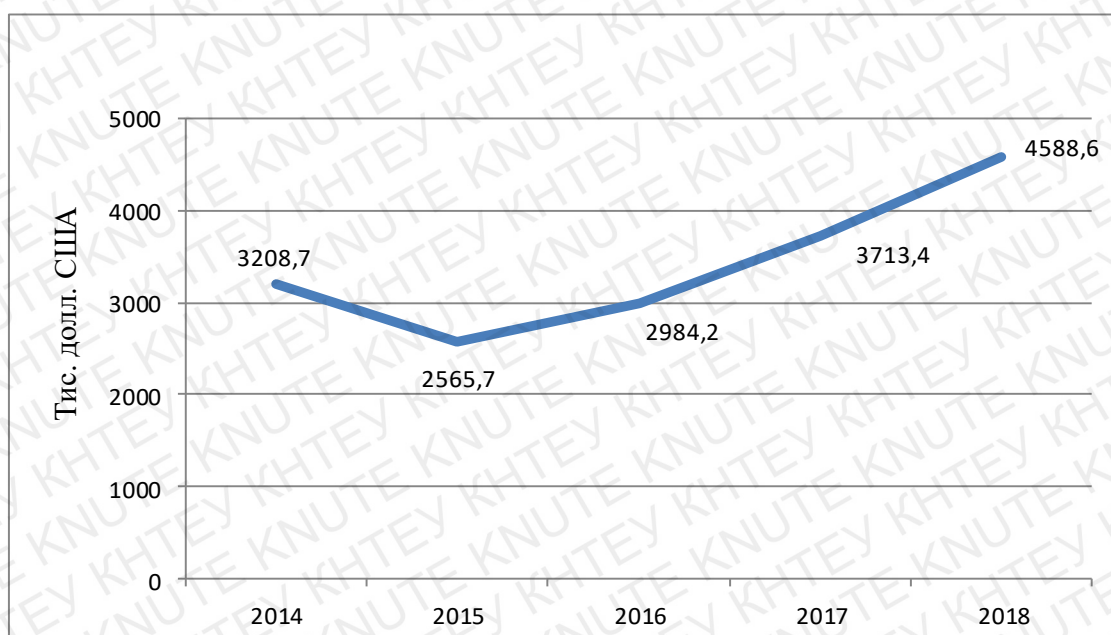


Рис. 1.2. Обсяги імпорту текстилю у вартісному вираженні за 2014-2018 рр.[16-20]

Проаналізувавши наведені дані можливо стверджувати, що в 2014 обсяг імпорту у кількісному вираженні становив 809,8 тонн, у вартісному - 3208,7 тис. дол. США, а в 2018 році відповідно 993,4 тони 4588.6 тис. дол. США. Це свідчить, що за 5 років імпорт у кількісних та вартісних показниках збільшився на 18,5% та 30,1% відповідно. Аналогічна тенденція спостерігається щодо імпорту спирту з Мексики рис. 1.3.

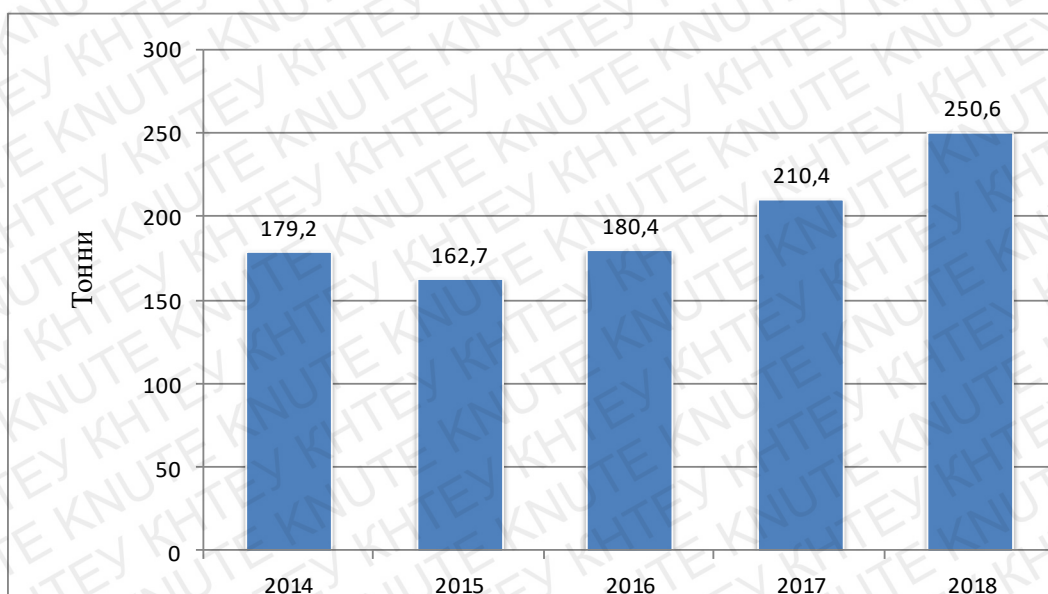


Рис. 1.3. Імпорт спирту в Україну з Мексики у 2014-2018 рр. [16-20]

Звертаючи увагу на наведенні дані, можна стверджувати що ринок текили в Україні збільшується [5]. Найбільшими торгівельними мережами які реалізують текилу є Сільпо, Метро, АТБ-Маркет (додаток Б. табл.1.1).

Частка 5 лідируючих торгових марок: ТМ «JoseCuervo», ТМ «Tiscasz», «Olmeca», «Tres Sombreros», «Espolon», в грошовому вираженні становить 66,8 % і 64,5 % в натуральному [21].

За 2018 рік найбільшу питому вагу продажу текили мали Київська, Дніпропетровська та Одеська області (додаток Б. табл.1.2).

В табл.1.3 додаток Б наведена інформація по ТОП-10 торгових марках текили в торговельних мережах України [21].

В табл. 1.4. наведена інформація щодо розподілу ринку текили по категоріям.

Таблиця 1.4

Розподіл ринку текили

Вид текили	2016		2017		2018		Середня ціна продажу за л., 2018
	вартість, %	частка, %	вартість, %	частка, %	вартість, %	частка, %	
Blanco	35,7	36,3	36,4	37,4	34,7	34,7	447
Silver	30,8	33,1	29,9	31,6	30,2	32,7	413
Gold	20,9	21,8	20,6	21,4	21,5	22,9	419
Reposado	11,5	8,4	12,1	9,2	12,3	9,1	605
Plata	0,5	0,2	0,5	0,2	0,6	0,3	817
Anejo	0,5	0,2	0,5	20,2	0,7	0,2	1321
Загалом	100	100	100	100	100	100	436

Дані табл. 1.4 свідчать, що за останні 4 роки найбільшої популярності набула текила Blanco, Silver та Gold. В середньому Blanco належить 35,6 % у вартісному вираженні, та 36.1 % у об'ємному вираженні з 2016 по 2018 роки. Silver належить 30,3 % у вартісному вираженні та 32,4 % об'ємному вираженні і Gold належить 21 % у вартісному вираженні та 22 % у об'ємному вираженні [21]. Висока якість та невелика відносна ціна серед інших представників текили, є причиною значної популярності даних категорій.

Отже, проаналізувавши наведені дані можна з впевненістю казати що ринок алкогольних напоїв України з 2014 по 2015 мав спад проте за останні 4 роки він

зміг вийти на рівень 2014 року і збільшити об'єми експорту й імпорту в кількісному та вартісному вираженні. Ринок є структурованим, з чітко виділеними тенденціями на зростання купівельної спроможності, по причинах поліпшення економічної ситуації та зростання купівельної спроможності населення України. Проте, можливо зробити припущення щодо зростання цінової політики алкогольних напоїв, що може бути обумовлено інфляційними процесами в цілому. Інтерес споживачів до текили переважає в категоріях Silver і Blanco, що обумовлено високою якістю на ринку і відносно невисокою ціною в рамках власної категорії.

1.2 Критерії ідентифікації дистильованих алкогольних напоїв

Алкогольними напоями називаються вироби, які містять етиловий спирт, і до них відносяться: горілка, ром, віскі, текила, креми, пунші, бренді, коньяк, виноградні та плодово-ягідні вина.

Першим етапом на шляху визначення якості продукції відповідності вимогам нормативних документів є необхідність її ідентифікувати. Ідентифікація – це процедура, під час якої за документами, маркуванням, органолептичними й фізико-хімічними показниками, специфічними для певного виду продукції характеристиками і ознаками, встановлюється відповідність продукції вимогам та властивостям, визначеним у декларації про відповідність, нормативних документах або нормативно-правових актах, а також в узвичаєній загальній назві даного виду продукції [22]. Тобто, ідентифікація - це процедура, яка надає можливість ідентифікувати товар. Одним із засобів ідентифікації є маркування - комплекс відомостей різного характеру щодо продукції у вигляді тексту, окремих графічних, кольорових символів (умовних позначень) та їхніх комбінацій. Воно наноситься безпосередньо на виріб, упаковку (тару), ярлик, етикетку чи в супровідну документацію. Також ідентифікація виконується за допомогою аналізу елементів оздоблення на склотарі виконаних за допомогою видувного чи пресовидувного способу [23], та дослідження акцизної марки: кольору, наявності

захисних елементів мікротексту чи антисканерних сіток, дати та місця виготовлення.

Критерії ідентифікації - це характеристики товарів, які дозволяють можливість ототожнювати найменування представленою товару з найменуванням, зазначеним на маркуванні або в нормативних, товаро-супровідних документах [24].

Ідентифікацію алкогольних виробів здійснюють шляхом дослідження маркування, аналізу акцизної марки, проведення й визначення фізико-хімічних, органолептичних та специфічних показників які не передбачені стандартом проте є типовими для алкогольних напоїв. В залежності від кожного виробу критерії відрізняються і типовість визначається за допомогою стандартів. Для органолептичного аналізу основними критеріями є: зовнішній вигляд, прозорість колір, смак і аромат. Для фізико-хімічного аналізу: міцність, масова концентрація альдегідів, сивушних масел, ефірів, масова концентрація загального екстракту і кислот, масова концентрація цукрів або ж масова концентрація титрованих і летких кислот.

Критерії ідентифікації повинні бути типовими для обраного товару, об'єктивні з можливістю їх перевірки та бути відтворюваними. Для алкогольних напоїв найважливішим показником є типовість. Основні типові показники ідентифікації алкогольних напоїв наведені в табл. 1.5. [22, 25, 26]. В Додатку В наведені основні типові показники ідентифікації текілі.

Таблиця 1.5

Основні типові показники ідентифікації алкогольних напоїв

Виріб	Показники		
	органолептичні	фізико-хімічні	специфічні
Лікero-горілчаний виріб	Зовнішній вигляд, прозорість, колір, смак і аромат	Міцність, масова концентрація загального екстракту і кислот у перерахунку на лимонну кислоту	-

Виріб	Показники		
	органолептичні	фізико-хімічні	специфічні
Горілка	Зовнішній вигляд, колір, смак і аромат	Міцність, масова концентрація альдегідів, сивушних масел, ефірів, об'ємна частка метилового спирту	Масова концентрація ацетальдегіду, етилацетату, етилформиату, ізоамілову, ізобутанолу, н-пропанолу
Вино	Прозорість, колір, смак і аромат (букет), пінисті та ігристі властивості (для ігристих шампанських і газованих вин)	Міцність, масова концентрація цукрів, титрованих і летких кислот	Масова концентрація гліцерину, винної, лимонної і яблучної кислот, гліцериновий вміст метанолу
Коньяк	Прозорість, колір, смак і аромат	Міцність, масова концентрація цукрів	Об'ємна частка метанолу, вміст ефірів вищих кислот, індекс віку, співвідношення бузкового альдегіду і ваніліну
Текіла	Зовнішній вигляд, колір, смак і аромат	Міцність, сухий залишок	Об'ємна частка метанолу, альдегіди, естери [25]
Ром		Масова концентрація цукрів, міцність	-
Віскі		Міцність	-
Бренді		Міцність, сухий залишок	Масова концентрації цукрів

1.3 Теоретико-методологічні підходи до організації постачання дистильованих алкогольних напоїв на підприємство торгівлі

Постачання є складовою ланцюга постачання, в якому формується матеріальний потік [27]. Основна мета формування ланцюга постачання полягає у задоволенні потреб товарообороту у товарних ресурсах з максимально можливою ефективністю. Базовими завданнями процесу постачання є:

1. Встановлення оптимальних термінів поставки ресурсів.
2. Забезпечення точного співвідношення між кількістю поставок готової продукції та потребами в них.
3. Дотримання вимог поставок до якості товарних ресурсів.

Формування ланцюгів постачання передбачає організацію пошуку та поставку необхідних товарних ресурсів відповідної якості та за мінімальними цінами. У підвищенні ефективності постачання істотну роль відіграє аналіз можливих логістичних витрат.

Успішне здійснення постачання передбачає наявність широкого спектра інформації про стан ринків [28]. Для дослідження ринку регулярно відбирається та оцінюється детальна інформація з метою визначення місткості ринку і створення передумов для оптимізації логістичних процесів.

Цю інформацію отримують з даних, котрі створюють внутрішні і зовнішні інформаційні потоки. Внутрішні інформаційні потоки пов'язані з процесами збереження товарних запасів, реалізацією продукції та процесами розподілу товарів з фінансами та розрахунками.

Для зовнішньої інформації необхідні дані про потреби у товарних ресурсах, ціни, відстань перевезень, транспортні тарифи та ін.

На основі цих даних в логістиці приймаються рішення з оптимізації управління товарно-потокним процесом, котрий переміщається від постачальника до покупця.

Виходячи з процесів ланцюга постачання, ефективність підприємства визначається функціонуванням операційної системи, орієнтованої на ринок кінцевого споживача, а також посередників, котрі здійснюють постачання товарних ресурсів [29]. При формуванні ланцюга постачання і забезпеченні підприємства необхідно враховувати, що товарні ресурси потребують таких кінцевих товарів, котрі стають більш вартісними, складними і різноманітними. Важливо й те, що замовлення цього виробництва щодо постачання та забезпечення виявляються все більш дрібними, короткотерміновими і специфічними залежно від потреб кінцевих споживачів. Це спонукає зробити

систему забезпечення і постачання центром переорієнтації в здійсненні логістично-забезпечувального процесу.

З переходом на ринкові умови господарювання, логістика ефективно використовується у процесі постачання. Ринок можна поділити на два сегменти [30]:

- ринок покупців товарів;
- ринок проміжних продавців як покупців цих товарів.

Більшу частину ринку взагалі займає ринок засобів виробництва, тобто більшість вантажопотоків у складі товарних ресурсів працюють на ринок підприємств, виробляючих і споживаючих засоби виробництва та послуги, що ускладнює використання логістики. Особливості ланцюга постачання, котра займається поставками засобів виробництва порівняно із поставками споживчих товарів у тому, що вона використовує засоби виробництва та послуги з метою споживання та задоволення потреб своїх внутрішніх підрозділів. Рішення про поставки приймаються усіма ланками підприємства. При цьому може існувати декілька попередніх узгоджених пропозицій, і лише потім укладається угода.

Мотивація постачання пов'язана з потребами у товарному забезпеченні, котрі визначають споживача за якостями товарів. Важливе значення має економічний фактор, тобто ціна, а також організація доставки товару за місцями призначення, виробничого споживання. Логістичний вплив на ефективність постачання і доставки придбаних товарів до місць їх виробничого споживання можна простежити завдяки результатам роботи підприємства [28].

При організації ланцюга постачання дистильованих алкогольних напоїв потрібно визначити потреби у кількості та якості даного продукту. Схему постачання дистильованих алкогольних напоїв на підприємство торгівлі наведено на рис. 1.4.



Рис. 1.4. Процес постачання дистильованих алкогольних напоїв на підприємство торгівлі [31]

Рационального обсягу постачання дистильованих алкогольних напоїв можна досягти тільки за умови інтеграції виробництва (збуту), оскільки постачання тісно пов'язане із задоволенням потреб споживачів. Для досліджень обирають безпосередні ринки, що забезпечують у цей час потреби у сировині та матеріалах. Опосередковані ринки, тобто ринки, що використовуються постачальниками. Ринки замінювачів та нові ринки [31,32].

Ефективність застосування ланцюга постачання дистильованих алкогольних напоїв визначають завдяки принципово новим стратегіям досягнення кінцевого прибутку підприємства та виходячи з цього, і відповідною стратегією постачання і забезпечення, теж орієнтованою на мінімальний розподіл праці та розмір партії постачань і доставки. А також новим структуруванням не тільки виробництва, а й постачання та забезпечення шляхом урахування принципів стратегій виробництва на підприємствах майбутнього.

Економічний ефект в організації постачання виникає також від зниження транспортних витрат. Оптимізуються маршрути руху транспорту, погоджуються

графіки, скорочуються пробіги, поліпшуються показники використання транспорту.

Логістичний підхід створює також умови для поліпшення інших показників функціонування господарської системи, завдяки вдосконаленню її загальної організації, підвищені взаємного зв'язку окремих ланок, поліпшені керованість господарської системи.

Сукупний економічний ефект від використання логістики, як правило, перевищує суму ефектів від поліпшення перерахованих. Це пояснюється виникненням у логістично організованих систем так званих інтегративних властивостей. Тобто це - якості, які властиві всій системі в цілому, але не властиві жодному з елементів окремо.

Інтегративні якості логістичних систем являють собою здатність цих систем реалізовувати кінцеву мету, що одержала назву «шість правил логістики»:

- продукт - потрібний продукт;
- якість - необхідної якості;
- кількість - у необхідній кількості;
- час - повинен бути доставлений у потрібний час;
- місце - у потрібне місце;
- витрати - з мінімальними витратами.

Ціль ланцюга постачання вважається досягнутою, якщо ці шість умов виконані, тобто потрібний продукт необхідної якості в необхідній кількості доставлений у потрібний час у потрібне місце з мінімальними витратами.

Можливість вибору логістичного каналу постачання дистильованих алкогольних напоїв є істотним резервом підвищення ефективності логістичних процесів. Розглянемо канали товароруху, по яких дистильовані алкогольні напої йдуть від кінцевого виробництва через систему розподільних центрів попадають до замовника (рис. 1.5.) [33,34].



Рис. 1.5. Структурна схема каналів товароруку дистильованих алкогольних напоїв при поставках [33,34]

На даній схемі зображені два постачальники (А і В), що реалізують однакові види продукції - дистильовані алкогольні напої. Це означає, що кожний з розподільчих центрів може вибирати постачальника з більш вигідними для себе умовами поставки. У свою чергу, замовник може вибирати різні канали товароруку.

Очевидно, що якщо постачальник А вийде на ринок і самостійно зв'яжеться з кінцевим споживачем, маршрут 1, то первісна вартість товару зросте лише на суму витрат, пов'язаних з доставкою, тому що посередники та розподільчі центри, будуть виключені з ланцюга. Однак у цьому випадку замовник змушений буде купувати в одного постачальника велику кількість однакового товару, що швидше за все для нього неприйнятно та не є раціонально.

Другий маршрут (2-3) має свої недоліки. Розподільний центр розташований у місті зосередження виробництва, як правило, закупає й продає більші партії однорідного товару. Ця категорія посередників також не формує різноманітного асортименту.

Основними завданнями формування каналів постачання дистильованих алкогольних напоїв в роздрібну торговельну мережу є такі:

- своєчасне забезпечення підприємств торгівлі необхідними запасами;
- аналіз організаційно-технічного рівня забезпечення підприємств торгівлі, дистильованими алкогольними напоями.

Для здійснення вибору конкретного постачальника є ряд методів (табл. 1.6) [28,35]. Варто зазначити, що наведені у табл. 1.6 методи мають певні недоліки. Застосування одних методів передбачає необхідність збору й аналізу значного обсягу інформації, інших - зосередження уваги на одному з факторів, або ж критеріїв, та ігнорування інших. До того ж вибір підприємств-постачальників товарних ресурсів повинен здійснюватися в контексті зв'язку пріоритетності кожного постачальника з урахуванням відповідності всіх критеріїв, які з точки зору певного торговельного підприємства є для нього найважливішими [36].

Вирішення цього завдання можливе на основі застосування методу аналізу ієрархій, за авторством англійського математика Т. Сааті. Доцільність використання цього методу полягає в тому, що він дозволяє працювати з якісними критеріями: якість, умови постачання та ін. Та окрім цього дозволяє визначити пріоритетність вибору кожного потенційного постачальника з точки зору відповідності основним критеріям їх оцінки. Застосування методу Сааті дозволяє порівнювати різні критерії або об'єкти між собою для розробки загальної ієрархії та становить парні порівняння. Проведення дослідження методом аналізу ієрархій потребує вирішення такого питання: якою мірою (у скільки разів) один елемент (постачальник, критерій) переважає інший [29, 37, 38].

Таблиця 1.6

Методи оцінювання постачальників дистильованих алкогольних напоїв на підприємстві торгівлі

Методи	Сутність методу	Переваги	Недоліки
Визначення категорій переваг	Такий метод має на увазі наявність великої та різноманітної інформації з багатьох джерел	Інформація з різних джерел, що дає їй бути більш достовірною	Складність в отриманні інформації
Оцінки витрат	Весь досліджуваний процес постачання ділиться на кілька можливих варіантів, і для кожного розраховуються всі витрати і доходи. Потім з набору варіантів вибирається найбільш вигідний	Дозволяє визначити «вартість» вибору постачальника	Потребує значного обсягу інформації та аналізу інформації щодо кожного постачальника

Методи	Сутність методу	Переваги	Недоліки
Домінуючих характеристик	Зосередження на одному вибраному параметрі чи критерії	Простота	Ігнорування інших факторів – критерії відбору
Бальний	Вибираються основні критерії вибору постачальника, далі працівниками служби закупівель або залученими експертами встановлюється їх значущість експертним шляхом	Постачальників можливо оцінити за допомогою балової шкали	У разі звернення до потенційних постачальників складно отримати об'єктивні дані, необхідні для роботи експертів
Метод Сааті, або метод аналізу ієрархій	Формують критерії ефективності роботи постачальників, на основі чого здійснюється поділ усіх постачальників за певною, обраною ієрархічною структурою	Можливо здійснити пріоритезацію постачальників	Метод залежить від вибору критеріїв, що є індивідуальним процесом для кожного експерта

Матриця парних порівнянь складається за такими принципами:

- порівнюючи вагомість показників, виходять до бальної системи;
- оцінки, отримані з одного боку від головної діагоналі матриці, повинні бути зворотними оцінками, що знаходяться з іншого боку від головної діагоналі;
- оцінки складаються, виходячи з принципів [28,35].

Метод аналізу ієрархій передбачає побудову узгоджених матриць, стовпчиками та рядками в яких є однакові показники. На основі попарного порівняння всіх елементів матриці виводиться власний вектор кожного об'єкта дослідження, який нормалізується та перетворюється у вектор пріоритетів, тобто саме в той показник, який буде частиною ієрархії.

Ефективність застосування ланцюга постачання визначають завдяки принципово новим стратегіям досягнення кінцевого прибутку підприємства, а виходячи з цього, і відповідною стратегією постачання і забезпечення, теж орієнтованою на мінімальний розподіл праці та розмір партії постачань і доставки комплектуючих деталей виробів фірми [39]. А також новим структуруванням не тільки виробництва, а й постачання та забезпечення шляхом урахування принципів стратегій виробництва на підприємствах майбутнього.

Отже, формування ланцюгів постачання передбачає організацію пошуку та поставку необхідних товарних ресурсів відповідної якості та за мінімальними цінами й тому, формування ланцюгів постачання створює умови для поліпшення показників функціонування господарської системи, завдяки вдосконаленню її загальної організації, взаємного зв'язку окремих ланок, поліпшені керованість господарської системи. Ефективне постачання передбачає наявність широкого спектра інформації про стан внутрішніх та зовнішніх ринків, дані яких отримуються з внутрішніх та зовнішніх інформаційних потоків. Основними завданнями формування каналів постачання дистильованих алкогольних напоїв в роздрібну торговельну мережу: своєчасне забезпечення підприємства торгівлі необхідними запасами; аналіз організаційно-технічного рівня забезпечення підприємства торгівлі дистильованими алкогольними напоями. При формуванні ланцюга постачання необхідно враховувати, що товарні ресурси потребують кінцевих товарів, котрі стають більш вартісними, складними і різноманітними. Ціль ланцюга постачання вважається досягнутою якщо: потрібний продукт необхідної якості в необхідній кількості доставлений у потрібний час у потрібне місце з мінімальними витратами Для здійснення вибору конкретного постачальника є такі методи: визначення категорій переваг, оцінки витрат, домінуючих характеристик, баловий метод.

РОЗДІЛ 2

ІДЕНТИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА ТЕКІЛИ

2.1 Організація, об'єкт та методи досліджень

Об'єктом дослідження є теquila. Для дослідження обрано 5 зразків різних торгових марок, однієї класифікаційної групи «Silver»: Tequila Messicano Alteno Silver, Olmeca Tequila Blanco, Espolon Tequila Blanco, Sauza Tequila Silver, Tequila Camino Real Blanco (рис.2.1).



Рис. 2.1. Досліджувані зразки текили

а) Tequila Messicano Alteno Silver; б) Olmeca Tequila Blanco; в) Espolon Tequila Blanco; г) Sauza Tequila Silver; д) Tequila Camino Real Blanco.

Для дослідження властивостей текили використовувалися сучасні методи, які регламентовані чинними нормативними документами України та Мексики: фізико-хімічними, органолептичними та аналітичними.

Дослідження, що були проведені у ході виконання поставлених завдань для досягнення цілей випускної кваліфікаційної роботи, включали три етапи, які наведені на рис.2.2.

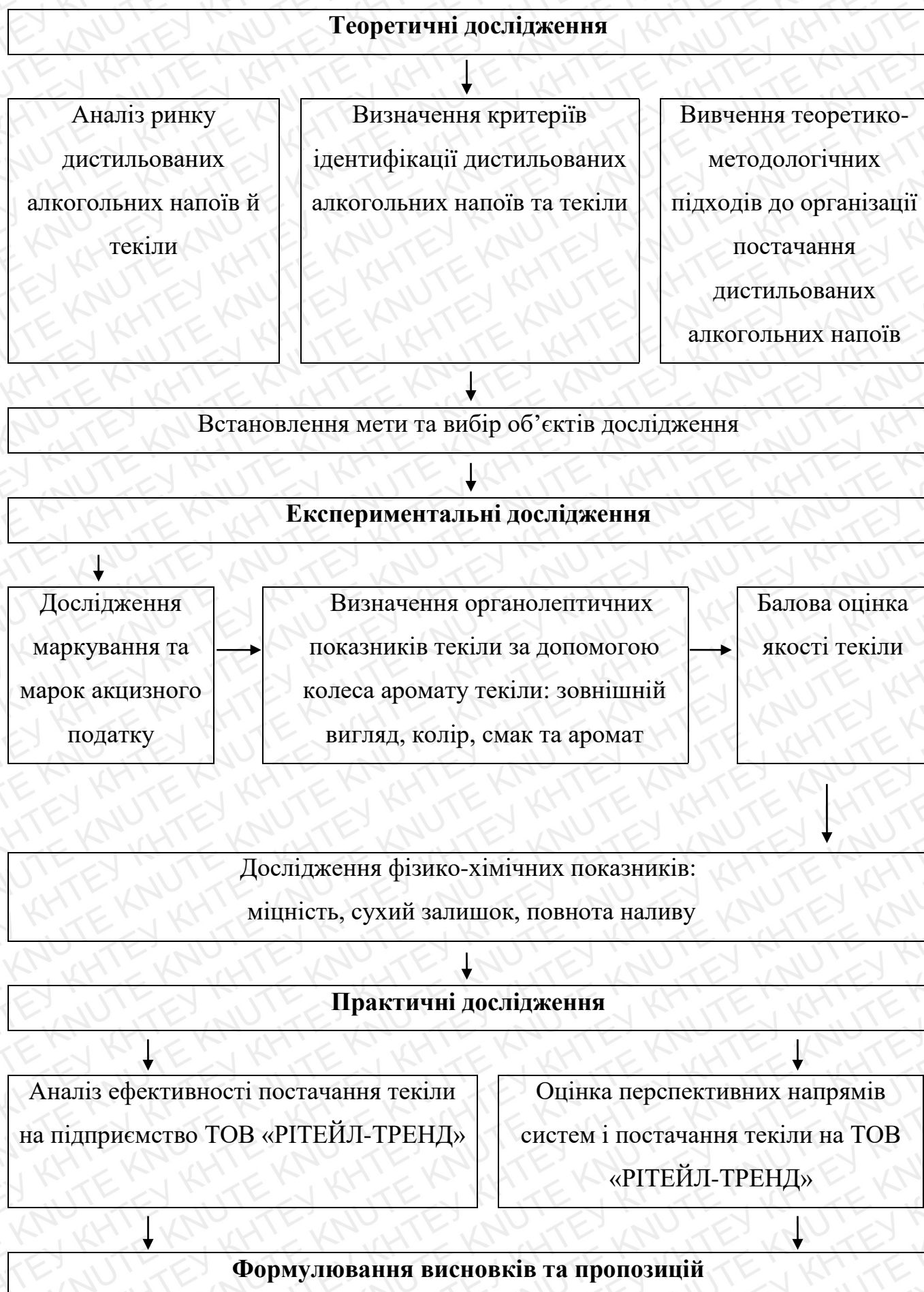


Рис 2.2. Організація досліджень

Оцінку якості текіли проводили за:

- маркуванням [40,25];
- органолептичними показниками [41] (табл. 2.1) з урахуванням нових смакових властивостей наведених у колесі аромату текіли;
- фізико-хімічними показникам.

Таблиця 2.1

Шкала балової оцінки текіли

Показники якості	Органолептична характеристика	Балова оцінка	Загальна оцінка
Прозорість	Прозора з блиском рідина, має яскраво виявлений колір, характерний для певного виду	1,9-2,0	Відмінно
	Прозора рідина без блиску, що має колір, характерний для певного виду	1,8-1,9	Добре
	Прозора рідина без блиску, що має недостатньо виявлений колір	Менше 1,8	Незадовільно
Аромат	Яскраво виявлений, характерний для певного виду	3,8-4,0	Відмінно
	Приємний, характерний для певного виду	3,6-3,8	Добре
	Недостатньо виявлений. Нехарактерний для певного виду	Менше 3,6	Незадовільно
Смак	Гармонійний, злагоджений, характерний для певного виду	3,8 -4,0	Відмінно
	Приємний, чистий, характерний для певного виду	3,6 -3,8	Добре
	Недостатньо повно виявлений, нехарактерний для певного виду	Менше 3,6	Незадовільно

Фізико-хімічним методом визначали: повноту наливу [41] (додаток Г, рис.1.1), сухий залишок [41] (додаток Г, рис.1.2), міцність [41] (додаток Г, рис.1.3).

Метод визначення повноти наливу базувався на визначенні фактичної кількості об'єму текіли за допомогою мірної колби і порівняні з зазначеною на маркуванні етикетки.

Сухий залишок визначався кількістю розчинених речовин у текілі. Метод полягав у випарюванні текіли за допомогою випарювальної чаші і зважуванні сухого залишку.

Метод за яким визначалась міцність досліджуваних зразків полягав у визначенні об'ємної частки спирту в дистилаті ареометром [42].

Маркування досліджувалось на відповідність вимогам Official Mexican Standard for Tequila NOM-006-SCFI-2005 [25] і положенням про маркування акцизного податку.

Органолептична оцінка виконувалась з використанням колеса аромату текіли [43].

2.2 Експертиза якості текіли

Експертиза якості — це оцінка якісних характеристик товару експертами для визначення відповідності вимогам нормативної документації. Метою експертизи якості є визначення якості товарів партії. Ідентифікаційна експертиза спрямована на встановлення відповідності досліджуваного товару базовій моделі чи зразку, що характеризується тією ж сукупністю показників, або інформації про товар, що подається на маркуванні, в товарно-супровідних або нормативних документах.

Виробники ретельно підходять до питання маркування та захисту власної продукції. Використовують товарні знаки, назву товару, оригінальну тару з власним дизайном, етикетки, штампування на склотарі, номер партії з датою виготовлення, тощо. До захисних елементів відноситься штампування на склотарі, Tequila Messicano Alteno Silver, (додаток Д, рис.Д.1.1), це наявні вкраплення які продовжуються від шийки склотарі до початку оздоблення в верхній частині. На чотирьох площинах склотарі в верхній та нижній частині наявне оздоблення. Сама склотара має прямокутну форму з плавним звуженням до шийки. З лівої сторони, (додаток Д, рис.Д.1.2), наявне велике поглиблення в контурі пляшки а під ним орнамент сонця з рисунком в середині схожим з блакитною агаваю. Тильна сторона має наявний напис «PRODUCTOS FINOS DE AGAVE». Права сторона, (додаток Д, рис.Д.1.4), відповідає лівій і є віддзеркаленою. На кришці склотарі, (додаток Д, рис.Д.1.5), маємо змогу побачити орнамент сонця з внутрішнім оздобленням схожим з блакитною агаваю, що є таким же як штампований на лівій та правій частині склотарі. На нижній частині, (додаток Д,

рис.Д.1.6), наявне ще одне оздоблення у вигляді луски або ж черепиці, та всередині трикутник з нерівномірними перпендикулярно до центру трикутника маленькими лініями, і поряд число 18. Все це свідчить про те що виробники дуже ретельно підходять до оздоблення і оформлення власної продукції, що також є захисними елементами, для ідентифікації текіли та ускладнення її фальсифікації.

Текіла Olmeca Tequila Blanco має на фронтальній частині склотари велике хвилеподібне оздоблення навколо всієї пляшки, та ще одне оздоблення у вигляді ацтекських символів навколо етикетки. Велике оздоблення повторюється з усіх сторін пляшки та має всередині себе в кожній хвилі по два крапління. Сама пляшка має прямокутну форму з різким, майже перпендикулярним переходом у шийку.

Для текіли Espolon Tequila Blanco характерною особливістю є овальна форма всієї пляшки з відсутністю будь якого оздоблення чи орнаменту, проте в нижній частині склотари наявне велике поглиблення в середину пляшки. В додатку Е, рис.1 [44] представлено розгорнута етикетка, з фірмовим оформлення танцюючих скелетів.

Текіла Sauza Tequila Silver на фронтальній частині пляшки має орнамент у вигляді герба, який має складу структуру, з різним оформленням й оздобленням. Нижче під гербом зазначений рік заснування компанії - 1873 [45]. Сама склотара має прямокутну форму та має розширення в нижній та верхній частинах на декілька сантиметрів. На тильній стороні в нижній частині наявний напис «700 ml», і віддзеркалений герб такий же як і на фронтальній частині.

Для текіли Tequila Camino Real Blanco також характерне відсутнє оформлення оздоблення як у Olmeca Tequila Blanco окрім нижньої частини з невеликим оздобленням навколо середини дна пляшки. Склотара має найбільш відмінний дизайн, приблизно на одну третю від верхньої частини пляшки наявне звуження, яке має оформлення у вигляді кільця з великою товщиною стінок що неначе стягує склотару. Через це пляшка має форму схожу з трикутником.

Кожен виробник текіли створює власний дизайн склотари, для того щоб пляшка легко відрізнялась та впізнавалась, мала унікальну форму, підкреслювала

свій статус вишуканого напою і також виконувала ідентифікаційну та захисну функцію від фальсифікації, створюючи складу систему оздоблення.

Дослідження маркування (табл. 2.2) проводили на відповідність вимогам Official Mexican Standard for Tequila NOM-006-SCFI-2005 [25].

Таблиця 2.2

Результати аналізу маркування дослідних зразків текилі

Інформаційні дані	Tequila Messicano Alteno Silver	Olmeca Tequila Blanco	Espolon Tequila Blanco	Sauza Tequila Silver	Tequila Camino Real Blanco
Країна виробник	Мексика				
Позначення категорії виробу - Текила (Tequila)	Текила 100%				
Класифікаційна група	Silver	Blanco	Blanco	Silver	Blanco
Наявність позначення додаткового смаку чи аромату	Відсутній				
Місткість посуду	0.50 Л	0.70 Л	0.70 Л	0.70 Л	0.75 Л
Вміст спирту	40% об.	38% об.	40% об.	38% об.	40% об.
Найменування суб'єкта господарювання	Productos Finos de Agave	Пасео де лос Тамариндос 100, пов. 3 та 4, Колонья Боске де Лас Лломас Мехико 05120 Мексика	Кампарі Мексика С.А де К. В веніда Америкас № 1592 Зег Пісо, Колонія Кантрі Клуб Гвадала-хара Халіско, Мексика	Tequila Sauza S.A de S.V Мексика	Bacardi martini production
Наявність товарного знаку	Наявний	Наявний	Відсутній	Наявний	Наявний
Позначення "Виготовлено в Мексиці"	Наявний				

Продовження табл. 2.2

Інформаційні дані	Tequila Messicano Alteno Silver	Olmeca Tequila Blanco	Espolon Tequila Blanco	Sauza Tequila Silver	Tequila Camino Real Blanco
Місцезнаходження суб'єкта господарювання	Вулиця План Де Сан Луїс № 1402 Колонія Мескітан Кантрі, Гвадалахара Jal 44260, Мексика	Авеніда дел Текіла 1. Арандас М. Халіско 47180	Кампарі Мексика С.А де. К.В каміно Ріал Атотонілко № 1081 Ранчо Сан ніколас, арандас Халіско, Мексика	-	Fabrica tequila cazadore de arandas km 3 libramiento sur-arandas, Jalisco, Mexico C.P 47180
Номер партії та дата виготовлення	171018 13.10. 2018 р.	150618 15.06. 2018 р.	100718 10.07. 2018 р.	19042018 19.04. 2018 р.	ZB2 0737 05.02.2015 р.
Застереження щодо вживання	Міститься на тарі				

Пунктом № 11.2.1 «Domestic Market Requirements», стандарту Мексики Official Mexican Standard for Tequila NOM-006-SCFI-2005 передбачено наявність таких даних на етикетці склотарі як:

- позначення категорії текілі;
- позначення групи;
- позначення щодо додаткового смаку чи аромату;
- місткість посуду;
- вміст спирту;
- наявність товарного знаку.

Ці дані повинні бути чітко видні, легко доступні для розпізнання та розміщені на фронтальній частині етикетки.

Нами встановлено, що маркування Tequila Messicano Alteno Silver, Olmeca Tequila Blanco, Tequila Camino Real Blanco відповідає вимогам пункту 11.2.1 На маркуванні Espolon Tequila Blanco товарний знак наявний, але не на фронтальній частині етикетки. Позначення Sauza Tequila Silver зливається з фоном і важке для прочитання.

Отже виходячи з аналізу маркування можливо стверджувати, що у зразках текили Espolon Tequila Blanco та Sauza Tequil Silver є незначні невідповідності щодо чіткості маркування.

Нами також проаналізовано маркування текили марками акцизного податку [46]. Результати дослідження наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Дослідження марок акцизного податку

Інформаційні дані	Tequila Messicano Alteno Silver	Olmeca Tequila Blanco	Espolon Tequila Blanco	Sauza Tequila Silver	Tequila Camino Real Blanco
Номер марки акцизного податку	АААЦ 042435	АААІ 008685	ААББ 001604	АААХ 010350	АААХ 004319
Місяць - Рік	10 – 17	04 - 18	12 - 17	02 - 18	01-15
Сума сплаченого акцизного податку	25.392 грн	33.77 грн	38.088 грн	33.77 грн	21.159 грн
Колір акцизної марки та її зовнішній вигляд	Фіолетова кольорова гама, марка без пошкоджень				

Виходячи з дослідження марок акцизного податку усі представлені зразки відповідають вимогам.

Для оцінки органолептичних властивостей використовували колесо аромату текили (рис. 2.3), розроблене Іоаном Кедвіком.

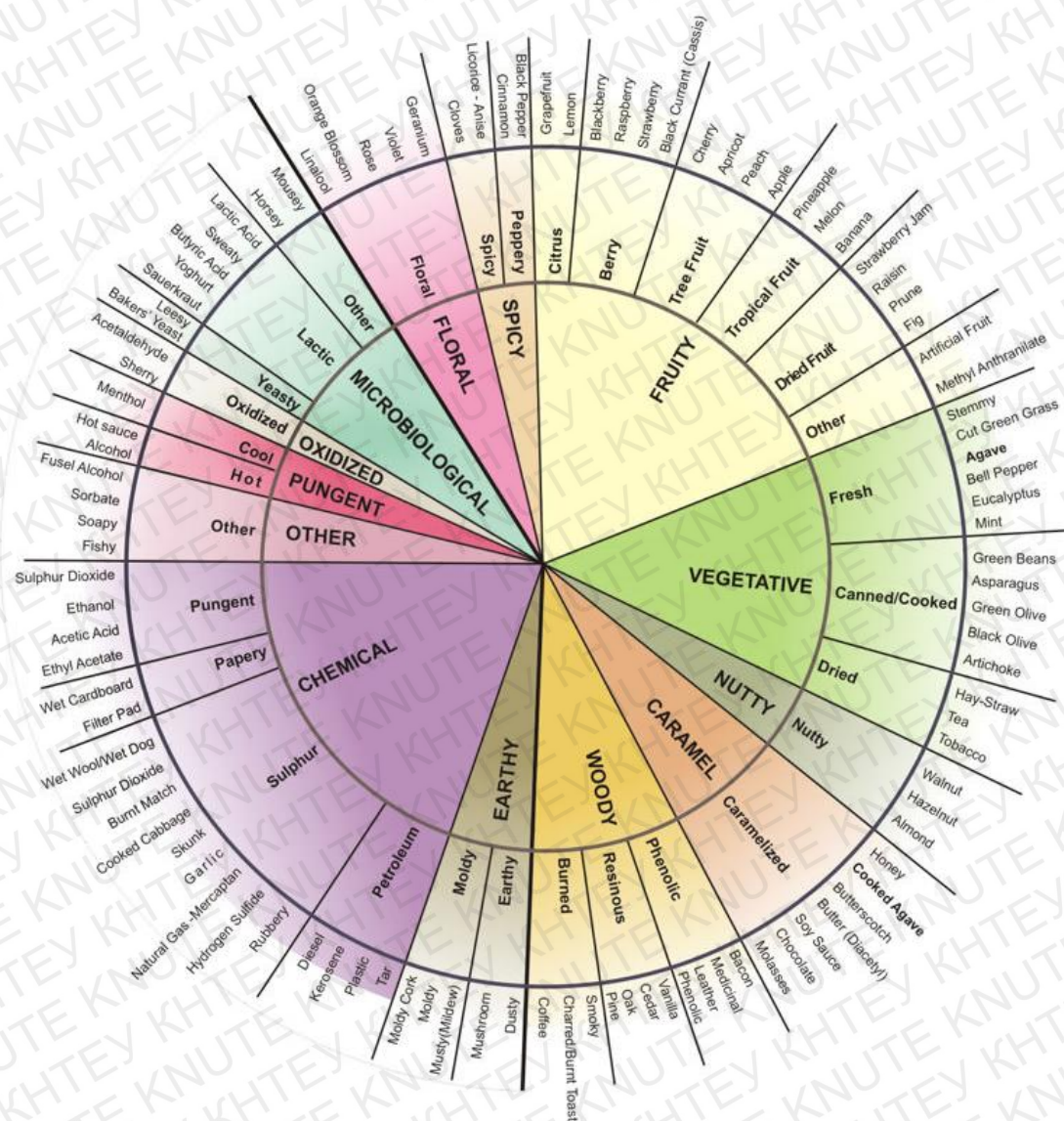


Рис. 2.3 Колесо аромату текилі [43]

В центральній частині колеса розташовані найбільш важливі дескриптори такі як: фруктовий, рослинний, хімічний (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Центральний дескриптор	Середній дескриптор	Зовнішній дескриптор
Фруктовий	Цитрусовий	Грейпфрут, лимон
	Ягода	Ожина, малина, полуниця, чорна смородина
	Плодові дерева	Вишня, абрикос, персик, яблуко, кокос
	Тропічні фрукти	Ананас, диня, банан
	Сухофрукти	Полуничний джем, родзинки, чорнослив, рис
	Інші	Африканські фрукти, антранилат метилу

Центральний дескриптор	Середній дескриптор	Зовнішній дескриптор
Рослинний	Свіжий	Незрілі рослини, скошена трава, агава, перець, евкаліпт, м'ята, кавун
	Консерви	Зелена квасоля, спаржа, зелена оливка, чорна оливка, артишок
	Сушені	Сіно-солома, чай, тютюн
Горіховий	Горіховий	Грецький горіх, фундук, мигдаль
Карамель	Карамелізований	Мед, приготовлена агава, масляниста, вершкове масло, соєвий соус, шоколад, патоку
Лісовий	Фенольний	Бекон, лікувальний, шкіряний, фенольний
	Смолистий	Ваніль, кедр, дуб, сосновий
	Обпалений	Димчастий, обвуглений, кава
Земляний	Запліснявілий	Запліснявіла пробка, запліснявілий, затхлий
	Земляний	Гриб, запилений
Хімічний	Гострий	Сірчистий газ, етанол, оцтова кислота, етилацетат
	Паперовий	Мокрий картон, фільтрувальний папір
	Сірка	Вовняна вата, сірчистий газ, спалений сірник, варена капуста, сунс, часник, природний газ, сірководень, гумовий
	Нафта	Дизель, гас, пластик, дьоготь
Інші	Інші	Сивушний спирт, сорбат, мильний, рибний
Гострий	Охолоджуючий	Ментол
	Розігріваючий	Гострий соус, алкоголь
Окислений	Окислений	Ацетальдегід, херес
Мікробіологічний	Інші	Мишачий, коньячний
	Молочний	Молочна кислота, спітнілий, масляна кислота, йогурт, квашена капуста
	Дріжджі	Ліси, пекарські дріжджі
Квіткові	Квіткові	Герань, фіалка, роза, померанцева квітка, линалол
Пряні	Перцевий	Чорний перець, кориця
	Пряний	Солодкий аніс, гвоздика

На основі даних цих секторів проводився аналіз ароматичних та смакових властивостей напоїв. Результати досліджень наведені в табл. 2.5.

Органолептична оцінка текіли

Назва показника	Характеристика [22]	Tequila Messicano Alteno Silver	Olmeca Tequila Blanco	Espolon Tequila Blanco	Sauza Tequila Silver	Tequila Camino Real Blanco
Зовнішній вигляд	Прозора рідина без сторонніх домішок та осаду	Прозора рідина без сторонніх домішок та осаду				
Колір	Безбарвна рідина	Безбарвна рідина				
Смак та аромат [43]	Характерний без стороннього присмаку та аромату	Основним смаком та запахом є рослинний, свіжий з незначним відтінком кавуна. Фруктовий смак та аромат не відчувається	Основним смаком та запахом є фруктовий, трохи фрукт з незначним відтінком дині. Інші не відчувається	Основним смаком та запахом є рослинний, свіжий. Фруктовий смак та аромат не відчувається	Основним смаком та запахом є фруктовий, плодів дерева з незначним відтінком кокоса	

Отже виходячи з органолептичної оцінки можна стверджувати, що напої відповідають вимогам стандарту, і їх можливо ідентифікувати за допомогою колеса аромату текіли. Разом з цим, нами встановлено, що ароматичні властивості текіли характеризуються такими відтінками як: кавун (рослинний, свіжий) та кокос (фруктовий, плодів дерева), які не враховані у колесі аромату текіли.

Для дослідження текіли за допомогою органолептичної бальної оцінки використовувалися критерії дегустаційної оцінки текіли [41], (табл. 2.1). Балова оцінка проводилась за трьома показниками: прозорість (табл. 2.6), аромат (табл. 2.7), смак (табл. 2.8). Максимальна кількість балів 10 - мінімальна - 0. За загальною кількістю балів від 9,5 – 10 текіла має відмінну якість, 9,2 - 9,5 – добру, менше 9,2 – незадовільну [41].

Таблиця 2.6

Балова оцінка прозорості

Текіла	Прозорість		
	органолептична характеристика	балова оцінка	загальна оцінка
Tequila Messicano Altano Silver	Прозора з блиском рідина, має яскраво виявлений колір	2,0	Відмінно
Olmeca Tequila Blanco		1,9	Відмінно
Espolon Tequila Blanco	Прозора рідина без блиску, що має характерний колір	1,9	Добре
Sauza Tequila Silver	Прозора з блиском рідина, має яскраво виявлений колір	1,9	Відмінно
Tequila Camino Real Blanco		2,0	Відмінно

Таблиця 2.7

Балова оцінка аромату

Текіла	Аромат		
	органолептична характеристика	балова оцінка	загальна оцінка
Tequila Messicano Altano Silver	Яскраво виявлений, характерний	3,9	Відмінно
Olmeca Tequila Blanco		3,9	Відмінно
Espolon Tequila Blanco	Приємний, характерний	3,8	Добре
Sauza Tequila Silver		3,6	Добре
Tequila Camino Real Blanco		3,7	Добре

Таблиця 2.8

Балова оцінка смаку

Текіла	Смак		
	органолептична характеристика	балова оцінка	загальна оцінка
Tequila Messicano Altano Silver	Гармонійний, злагоджений, характерний	3,9	Відмінно
Olmeca Tequila Blanco		3,9	Відмінно

Текіла	Смак		
	органолептична характеристика	балова оцінка	загальна оцінка
Espolon Tequila Blanco	Гармонійний, злагоджений, характерний	4,0	Відмінно
Sauza Tequila Silver	Приємний, чистий, характерний	3,7	Добре
Tequila Camino Real Blanco	Гармонійний, злагоджений, характерний	3,8	Відмінно

Таблиця 2.9

Результати балової оцінки

Текіла	Tequila Messicano Alteno Silver	Olmeca Tequila Blanco	Espolon Tequila Blanco	Sauza Tequila Silver	Tequila Camino Real Blanco
Загальна кількість балів	9,8	9,7	9,7	9,2	9,5
Загальна оцінка	Відмінно	Відмінно	Відмінно	Добре	Добре

Отже провівши балову оцінку якості 5 обраних зразків текіли, можна стверджувати що зразки: Tequila Messicano Alteno Silver, Olmeca Tequila Blanco, Espolon Tequila Blanco отримують оцінку «відмінно». Sauza Tequila Silver і Tequila Camino Real Blanco отримують оцінку «добре».

При дослідженні фізико-хімічних показників визначали: міцність, сухий залишок, повноту наливу (табл. 2.10). Для зразків використовувалися параметри для текіли класифікаційної групи Silver (Blanco) стандарту Official Mexican Standard for Tequila NOM-006-SCFI-2005 Alcoholic Beverages – Tequila – Specifications. Детальна характеристика наведена в додатку В.

Таблиця 2.10

Фізико-хімічні показники текіли

Показник	Норма за стандартом NOM-006-SCFI-2005	Tequila Messicano Alteno Silver	Olmeca Tequila Blanco	Espolon Tequila Blanco	Sauza Tequila Silver	Tequila Camino Real Blanco
Міцність,% об.	35 -55	38	37	38.5	38	39

Показник	Норма за стандартом NOM-006-SCFI-2005	Tequila Messicano Alteno Silver	Olmeca Tequila Blanco	Espolon Tequila Blanco	Sauza Tequila Silver	Tequila Camino Real Blanco
Сухий залишок, г	Min 0 – Max 0.30 г.	0.02	0.01	0.02	0.02	0.01
Повнота наливу, мл	-	480	680	685	680	740

Проаналізувавши результати фізико-хімічних показників та порівнявши з вимогами стандарту, можна зробити висновок що обрані зразки: Tequila Messicano Alteno Silver, Olmeca Tequila Blanco, Espolon Tequila Blanco, Sauza Tequila Silver, Tequila Camino Real Blanco відповідають встановленим вимогам.

Проведені дослідження свідчать, що наявна на ринку України текіла є дійсно національним напоєм Мексики, а її показники якості відповідають Official Mexican Standard for Tequila NOM-006-SCFI-2005 Alcoholic Beverages – Tequila – Specifications.

Критеріями ідентифікації, за допомогою яких можна встановити належність напою до текіли є: захисні елементи на склотарі, маркування на етикетці та акцизній марці, органолептичні, фізико-хімічні й специфічні характеристики.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ПОСТАЧАННЯ ТЕКІЛИ

3.1 Ефективність постачання текили на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ-ТРЕНД»

ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» – компанія з роздрібною продажу продовольчих товарів якій належить мережа супермаркетів. Акціонерами ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» є фізичні особи, британська компанія «Anthousa Limited», Європейський банк реконструкції і розвитку та інвестиційний фонд «Євровенчурс» [47]. Початком роботи ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» можна вважати 1998 рік з відкриттям декількох магазинів «Ля Фуршет» [48]. Кількість магазинів ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» з 2013 по 2019 роки наведена в табл. 3.1 [49,50].

Таблиця 3.1

Кількість магазинів торговельної мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Рік	2013	2014	2016	2017	2018	2018	2019
Магазин, кількість	117	-	-	81	75	66	64

З наведених даних спостерігається скорочення кількості точок роздрібною торгівлі, що може свідчити про зниження доходу підприємства і скорочення його в 2 рази з 2013 по 2019 роки.

Більшість документації з товаротransпортних накладних, супровідних документах, зберігається в електронному форматі на сервері (Додаток Ж).

Асортимент торговельної мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» складається з великої кількості товарних груп що поділені на дев'ять основних категорій. В Додатку 3 наведено вигляд асортименту алкогольних напоїв.

Дані щодо складу асортименту магазинів ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» наведені в табл. 3.2.

Структура асортименту магазину торговельної мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Категорія товарів	Кількість товарних груп	Кількість асортиментних позицій
М'ясо та ковбаси	8	259
Риба та рибні консерви	7	126
Хлібобулочна продукція	5	154
Молочна продукція	6	212
Флодоовочева продукція	4	185
Напої алкогольні	5	321
Напої безалкогольні	3	143
Кондитерська продукція	8	152
Приправи, спеції, цигарки	2	105
Інші	9	415

Всі алкогольні напої в торговельній мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» відносяться до «елітного товару». Кількості найменувань алкогольних напоїв в магазині має бути не менше 20 видів. Торговельна мережа ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» має один розподільчий центр на всю Україну. Переважно більшість «елітного товару» відпускаються поштучно з розподільчого центра.

Поповнення алкогольних напоїв у магазинах роздрібної торгівлі в середньому проходить за 24 години. Самі алкогольні вироби прибувають в ящиках, рідше поштучно. Для того щоб нівелювати коливання ринку, фактичного запас в магазині має бути на 1 поставку, до наступного завезення товару, щоб магазин продовжував функціонувати поки рівень запасу не прийде в норму.

Асортимент текіли в ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД». Головні постачальники текіли в компанію ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»: «Перно Рікар Україна», «Баядара логістик», «Арда трейдинг». До асортименту текіли в магазині роздрібної торгівлі відносяться: Tequila Messicano Alteno Silver, Olmeca Tequila Blanco, Espolon Tequila Blanco, Sauza Tequila Silver, Tequila Camino Real Blanco, Romania Al

Despacho, Tequila Rosso Garden, Sauza Tequila Golden, Tequila Omaro Devessa, Esparro Tequila Donates.

Для здійснення операцій з постачання текили на підприємстві функціонує відділ постачання, який забезпечує здійснення операцій з організації планування запасів, закупівлі та доставки на підприємство. Структуру відділу постачання наведено на рис. 3.1.

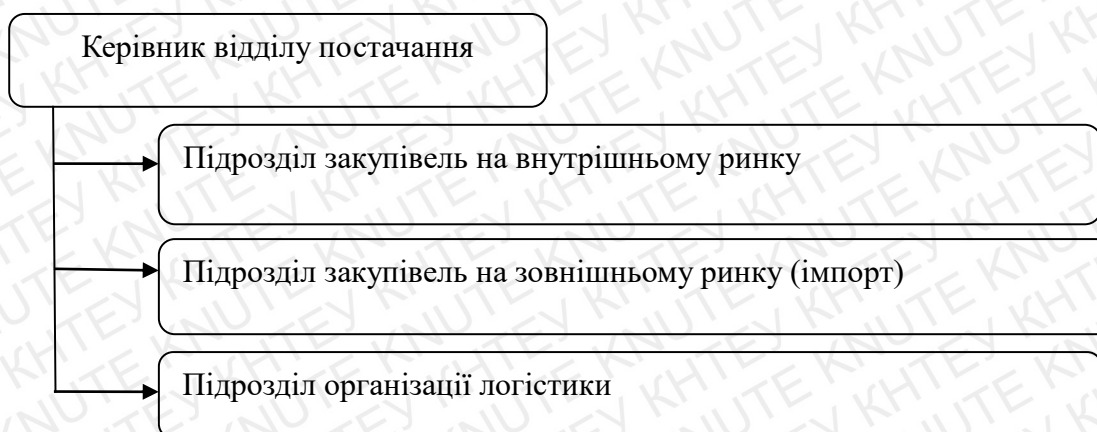


Рис. 3.1. Структура відділу постачання товарів на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Відділ постачання також сприяє кращому пристосуванню до ринкових умов та нарощуванню закупівельних операцій підприємства. Він дає змогу більш детально акцентувати свою увагу виключно на тих операціях, що в кінцевому результаті позитивно відображається на результатах всього підприємства.

Для більш детальної оцінки системи постачання текили у досліджувану торговельну мережу варто охарактеризувати схему організації та забезпечення здійснення процесу з організації поставок. Здійснення операцій з постачання текили іноземних виробників на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» складається з елементів, які структурно представлено на рис. 3.2.

Дослідження ринку текили передбачає визначення ринкової ситуації, його кон'юнктури, характеристики попиту споживачів, цінового сегменту, аналіз можливих схем співробітництва з постачальниками. На даному етапі відбувається вибір потенційного ринку покупців та потенційних постачальників, налагодження між підприємством та контрагентами попередніх контактів.



Рис. 3.2. Організаційна схема здійснення операції з постачання текіли на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Надалі розглянемо обсяги постачання текіли на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у розрізі їх товарної номенклатури (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Динаміка обсягу постачання текіли на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» за 2016-2018 роки, тис. грн.

Види продукції	2016	2017	2018	Відхилення 2017/2016		Відхилення 2018/2017	
				абсолютне, тис. грн.	відносне, %	абсолютне, тис. грн.	відносне, %
Tequila Messicano Alteno Silver	4171	4187	5475	17	0,4	1288	30,8
Olmeca Tequila Blanco	5213	5384	7529	170	3,3	2145	39,8
Espolon Tequila Blanco	4692	5384	5475	692	14,7	92	1,7
Sauza Tequila Silver	3128	4786	4791	1658	53,0	5	0,1
Tequila Camino Real Blanco	4171	5384	6160	1213	29,1	776	14,4
Romania Al Despacho	5735	6580	8213	845	14,7	1633	24,8

Види продукції	2016	2017	2018	Відхилення 2017/2016		Відхилення 2018/2017	
				абсолютне, тис. грн.	відносне, %	абсолютне, тис. грн.	відносне, %
Tequila Rosso Garden	6777	7178	10266	401	5,9	3088	43,0
Sauza Tequila Golden	3649	4187	4791	538	14,7	604	14,4
Tequila Omaro Devessa	6256	6580	6844	324	5,2	264	4,0
Esparro Tequila Donates	8341	10169	8898	1828	21,9	-1272	-12,5
Загалом	52134	59819,6	68442,8	7686	14,7	8623	14,4

*за даними підприємства ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Як можемо бачити з даних табл. 3.3, обсяг постачання текіли у 2016 році становив 52134 тис.грн. У 2017 році постачання текіли збільшився на 7686 тис.грн, в тому числі найбільше зростання обсягу поставок спостерігалися за такими товарними групами:

- Espolon Tequila Blanco – зростання на 692 тис.грн;
- Sauza Tequila Silver – зростання на 1658 тис.грн;
- Tequila Camino Real Blanco – зростання на 1213 тис.грн;
- Romania Al Despacho – зростання на 845 тис.грн;
- Esparro Tequila Donates – зростання на 1828 тис.грн.

У 2018 році постачання текіли збільшилось на 8623 тис.грн і склало 68442,8 тис.грн, в тому числі найбільші обсяги зростання поставок спостерігалися за такими товарними групами:

- Olmeca Tequila Blanco – зростання на 2145 тис.грн;
- Tequila Messicano Altono Silver – зростання на 1288 тис.грн;
- Tequila Camino Real Blanco – зростання на 776 тис.грн;
- Romania Al Despacho – зростання на 1633 тис.грн;
- Tequila Rosso Garden – зростання на 3088 тис.грн.

Зростання обсягу постачання текіли у вартісному вираженні в цілому зумовлювалося впливом таких чинників:

- 1) підвищення попиту на цю продукцію на внутрішньому ринку України;
- 2) поступове зростання цін на текілу внаслідок інфляційних тенденцій [51].

В цілому у структурі постачання текіли різних торгових марок переважали такі групи як «Olmeca Tequila Blanco», «Tequila Messicano Alteno Silver», «Tequila Camino Real Blanco» та «Romania Al Despacho» (рис. 3.3).

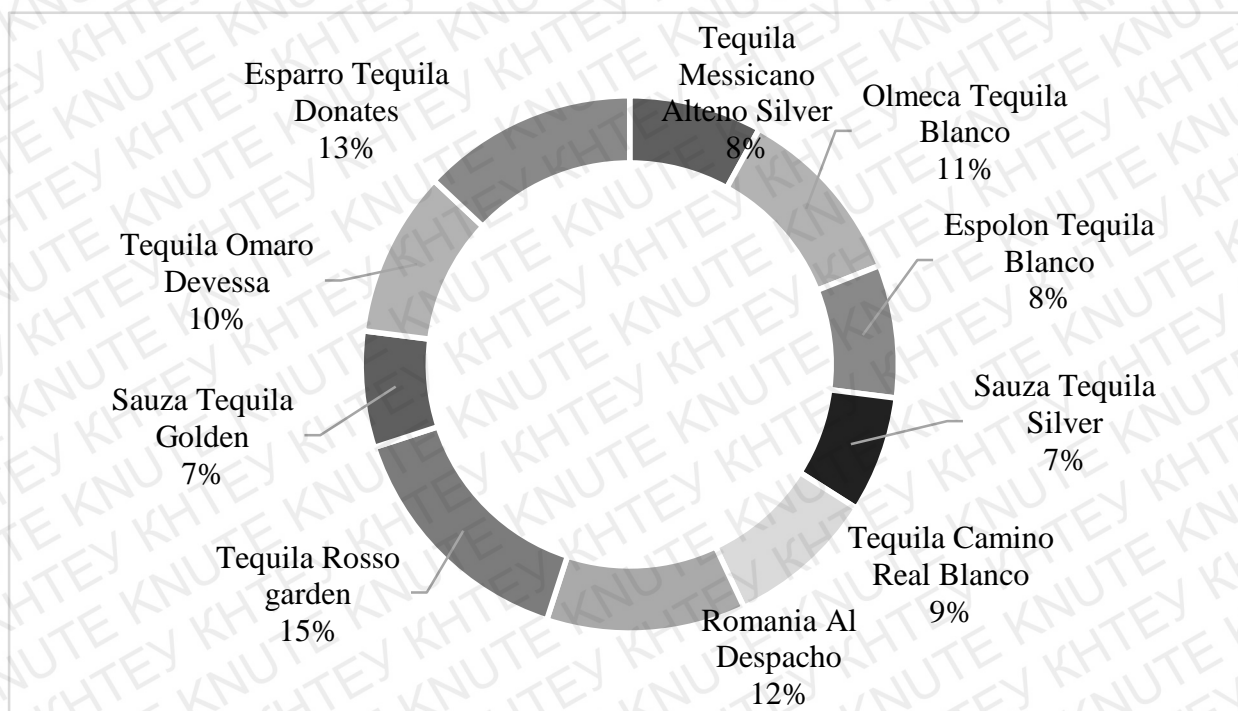


Рис. 3.3. Структура постачання текіли на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2018 році, %

Розглянемо динаміку поставок текіли на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» за кварталами 2018 року (табл. 3.4).

**Динаміка обсягу постачання текилі підприємства ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» за
кварталами 2018 року, тис. грн.**

Види продукції	1 квар- тал	2 квар- тал	3 квар- тал	4 квар- тал	Відхилення					
					2 кварталу /1 кварталу		3 кварталу/2 кварталу		4 кварталу/3 кварталу	
					абсо- лютне, тис. грн.	від- носне, %	абсо- лютне, тис. грн.	від- носне, %	абсо- лютне, тис. грн.	від- носне, %
Tequila Messicano Alteno Silver	1862	986	1150	1478	-876	-47,1	164	17	329	29
Olmeца Tequila Blanco	1581	1732	1807	2409	151	9,5	75	4	602	33
Espolon Tequila Blanco	1533	1369	1588	986	-164	-10,7	219	16	-602	-38
Sauza Tequila Silver	1533	1341	1417	499	-192	-12,5	76	6	-918	-65
Tequila Camino Real Blanco	1478	1602	1910	1170	123	8,3	308	19	-739	-39
Romania Al Despacho	2156	2094	2332	1631	-62	-2,9	238	11	-701	-30
Tequila Rosso Garden	2830	2682	3028	1727	-148	-5,2	346	13	-1301	-43
Sauza Tequila Golden	1315	1265	1419	792	-50	-3,8	154	12	-627	-44
Tequila Omaro Devesa	1801	1780	2028	1235	-21	-1,2	248	14	-792	-39
Esparro Tequila Donates	2393	2314	2605	1585	-79	-3,3	291	13	-1021	-39
Загалом	18482	17165	19284	13512	-1317	-7,1	2119	12	-5772	-30

З даних табл. 3.4 спостерігається, що упродовж 1-2 кварталів 2018 року обсяг поставок текилі на підприємство торгівлі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» скоротився на 1317 тис.грн. У 2-3 кварталах 2018 року відбулося зростання обсягу поставок текилі на 2119 тис.грн. У 3-4 кварталі відбулося скорочення обсягу поставок текилі на 5772 тис.грн.

Для аналізу ритмічності постачання текили на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» проведемо розрахунок коефіцієнта варіації поставок у розрізі кварталів 2018 року (табл. 3.5) [52].

Таблиця 3.5

Розрахунок показників ритмічності постачання текили на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» за кварталами 2018 року

Види продукції	2018 рік				Показники ритмічності		
	1 квар- тал	2 квар- тал	3 квар- тал	4 квар- тал	сере- дне за 2018 рік	середньо- квадра- тичне відхи- лення	коєфі- цієнт варіації поста- вок, %
Tequila Messicano Altano Silver	1862	986	1150	1478	1369	335	24
Olmeca Tequila Blanco	1581	1732	1807	2409	1882	315	17
Espolon Tequila Blanco	1533	1369	1588	986	1369	236	17
Sauza Tequila Silver	1533	1341	1417	499	1198	409	34
Tequila Camino Real Blanco	1478	1602	1910	1170	1540	265	17
Romania Al Despacho	2156	2094	2332	1631	2053	259	13
Tequila Rosso Garden	2830	2682	3028	1727	2567	500	19
Sauza Tequila Silver	1315	1265	1419	792	1198	241	20
Tequila Omaro Devessa	1801	1780	2028	1235	1711	291	17
Esparrro Tequila Donates	2393	2314	2605	1585	2224	384	17
Загалом	18482	17165	19284	13512	17111	2211	12

Як видно з даних табл. 3.5, значення коефіцієнту варіації постачання для усієї групи текили становить 12%, тобто він не перевищує 25%, що свідчить про рівномірність постачання даного товару на підприємство. В розрізі товарних груп нерівномірність постачання спостерігалася лише для позиції «Sauza Tequila Silver».

Отже, процес організації постачання текили на досліджуване торговельне підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» передбачає організацію системи визначення планової потреби підприємства у формуванні запасів та організацію складського господарства, в тому числі доставку, розвантаження, приймання вантажів, тощо. Було проаналізовано обсяги постачання текили на підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД». У 2018 році постачання текили збільшився на 8623 тис.грн і склало

68442,8 тис.грн, в тому числі найбільші обсяги зростання поставок спостерігалися за такими товарними групами: Olmeca Tequila Blanco – зростання на 2145 тис.грн; Tequila Messicano Alteno Silver – зростання на 1288 тис.грн; Tequila Camino Real Blanco – зростання на 776 тис.грн; Romania Al Despacho – зростання на 1633 тис.грн; Tequila Rosso Garden – зростання на 3088 тис.грн. В цілому у структурі постачання текіли різних виробників переважали такі групи як «Olmeca Tequila Blanco», «Tequila Messicano Alteno Silver», «Tequila Camino Real Blanco» та «Romania Al Despacho». Значення коефіцієнту варіації постачання для усієї групи текіли становить 12%, тобто не перевищує 25%, що свідчить про рівномірність постачання даного товару на підприємство. В розрізі товарних груп нерівномірність постачання спостерігалася лише для позиції «Sauza Tequila Silver».

3.2 Перспективні напрями розвитку системи і постачання текіли на торговельне підприємство ТОВ «РІТЕЙ-ТРЕНД»

Формування взаємовигідних відносин з постачальниками текіли передбачає визначення заходів, які передусім дадуть змогу підвищити рівень ділової репутації, знизити іміджеві ризики у ході виконання контрактів з постачання товарів на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД».

Постійна аналітична робота по попиту на текілу підприємства ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» з метою формування оптимальної структури асортименту продукції, який би відповідав активній ціновій політиці.

До організаційно-економічних заходів, що спрямовані на покращення показників управління ланцюгами постачання підприємства можна віднести також роботу по аналізу структури затрат, зокрема виявлення резервів їх зниження для оптимізації витрат обігу в частині здійснення логістичних операцій.

Звичайно підприємство понесе деякі збитки внаслідок цього. Проте усі ці витрати є раціональними і в майбутньому принесуть підприємству значні доходи у вигляді нових вигідних постачальників.

Також варто відмітити, що невід'ємним етапом розробки програми закупівель супермаркету ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» є формування системи моніторингу та контролю за процесом формування товарного асортименту. Тому розглянемо основні перспективи впровадження цієї пропозиції.

На впровадження системи заходів по вдосконаленню процесу закупівлі товарів, формування товарного асортименту супермаркету потрібно:

- розробка нової концепції системи моніторингу та контролю асортименту;
- розробка системи контролю поставок товарів;
- розробка методики контролю виконання договорів постачання, умов повернення;
- розробка концепції системи організації продажу товарів;
- формування концепції маркетингової політики супермаркету;
- розробка маркетингового плану.

Організаційний план заходів по вдосконаленню процесу закупівлі товарів, формування товарного асортименту наведено в табл. 3.6 [53].

Таблиця 3.6

План реалізації програми удосконалення управління ланцюгами поставок текилі на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2020 році

Перелік заходів	Посади, які відповідають за імплементацію завдань	Квартали 2020 р.				Разом, дн.
		1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	квіт. 2020	
Розробка засобів аналізу постачання та формування логістичних операцій при поставках текилі	Заступник керівника, комерційний директор	15	-	-	-	15
Формування нових засобів оцінки якості текилі у процесі її приймання	Комерційний директор	5	-	-	-	5
Забезпечення механізму моніторингу визначення планових потреб у закупівлі продовольчих товарів, в т.ч. текилі	Комерційний директор	3	10	-	-	13
Формування концепції системи організації логістичних процесів на складі	Комерційний директор	-	8	15	-	23

Перелік заходів	Посади, які відповідають за імплементацію завдань	Квартали 2020 р.				Разом, дн.
		1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	квіт. 2020	
Формування системи аналізу комерційних умов угод з постачальниками	Комерційний директор, керівник фінансового сектору	-	-	5	4	9
Формування напрямків удосконалення асортименту в торговельній мережі	Комерційний директор, керівник фінансового сектору	-	-	-	18	18
Загалом, днів	-	23	18	20	22	83

З метою впровадження інформаційної системи планування поставок текилі на досліджуване підприємство було запропоновано організаційний план основних заходів з визначенням термінів та відповідальних (табл. 3.6) [54]. Орієнтовний бюджет фінансування заходів по вдосконаленню процесу постачання та відповідного формування товарного асортименту текилі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» наведено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Бюджет витрат на впровадження заходів щодо удосконалення управління ланцюгами поставок текилі на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2020 році

Перелік заходів	Посади, які відповідають за імплементацію завдань	Обсяги витрат за кварталами				Витрати, тис.грн
		1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	квіт. 2020	
Розробка засобів аналізу постачання та формування логістичних операцій при поставках текилі	Заступник керівника, комерційний директор	19,2	-	-	-	19,2
Формування нових засобів оцінки якості текилі у процесі її приймання	Комерційний директор	6,4	-	-	-	6,4

Перелік заходів	Посади, які відповідають за імплементацию завдань	Обсяги витрат за кварталами				Витрати, тис.грн
		1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	квіт. 2020	
Забезпечення механізму моніторингу визначення планових потреб у закупівлі продовольчих товарів, в т.ч. текили	Комерційний директор	3,8	12,8	-	-	16,6
Формування концепції системи організації логістичних процесів на складі	Комерцій-ний директор	-	10,2	19,2	-	29,4
Формування системи аналізу комерційних умов угод з постачальниками	Комерцій-ний директор, керівник фінансового сектору	-	-	6,4	5,1	11,5
Формування напрямків удосконалення асортименту в торговельній мережі	Комерцій-ний директор, керівник фінансового сектору	-	-	-	23,0	23,0
Загалом, тис.грн	-	29,4	23,0	25,6	28,2	106,2

Таким чином, на фінансування заходів по вдосконаленню процесу управління ланцюгами постачання текили на підприємстві ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2019 році необхідно буде витратити 106,2 тис.грн.

Удосконалення управління постачанням текили також можливе за рахунок поліпшення ділової репутації для підприємства ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» перед постачальниками. Це передбачає використання пропозицій та концепцій комунікаційної політики.

Етапи розробки ефективного проекту поліпшення ділової репутації на підприємстві ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» можна розподілити таким чином:

1. Визначення контактної аудиторії.
2. Визначення цілі комунікації.
3. Створення звернення.
4. Вибір каналів комунікації.

5. Визначення загального бюджету, виділеного для комунікації.
6. Ухвалення рішення про змішані засоби просування.
7. Оцінка результатів просування.
8. Управління здійсненням комплексних комунікацій і координація цього процесу.

Визначення цільової контактної аудиторії – це пошук того прошарку споживачів, на який буде спрямований комплекс комунікацій. Така аудиторія може бути подана окремими особами або групами. До неї можуть відноситися потенційні покупці продукції підприємства, споживачі, ті, що приймають рішення, і впливають на його прийняття. Основна частина аналізу аудиторії складається з оцінки стереотипних уявлень про компанію, її продукції і конкурентів. Інформація для цього збирається при проведенні досліджень ринку.

При формуванні ділового іміджу необхідно визначити цілі комунікативної політики. Для правильного формування цілей комунікацій, необхідно чітко охарактеризувати стадії ухвалення рішення споживачем з приводу покупки товару і відповідно до цього визначити основні задачі менеджменту підприємства.

Створення звернення може провадитися через: Раціональний заклик, заснований на демонстрації якості продукції, її економічності, цінності або ефективності. Емоційний заклик, заснований на правильному торгово-емоційному уявленні (ТЕП), спроможному викликати позитивні емоції у ставленні щодо поданого товару. Моральний заклик, спрямований на купівельне почуття того, що правильно і що прийнято робити.

При формуванні ділового іміджу ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» можливо припустити, що високоосвічені, інтелектуальні, люди є менш схильними до побічного впливу, і для них найбільш впливовим видом заклику є раціональний що базується на фактах. Люди, що приймають зовнішні заклики такі як, керівництво до дії, є більш схильними до переконання, цей прошарок населення більш схильний до емоційного заклику. Для прошарку населення більш консервативного світогляду найбільш дієвим може бути моральний заклик. Кожна

група людей при повторному заклику, з різним впливовим закликком: раціональним, емоційним, моральним, матиме різну реакцію на повторний заклик.

Основними принципами мотивації персоналу в ході підвищення ефективності управління ланцюгами поставок текіли на підприємство мають бути наступні: Інформація про діючу тарифну сітку, базові оклади, умови зростання базового окладу та фактори, що впливають на визначення положення в «вилці» окладу конкретного працівника є відкритою; Уточнення і коригування діючої в компанії тарифної сітки здійснюється не рідше одного разу на рік (після завершення сезону) в рамках щорічного «ревізії» чинної системи компенсацій; Основою встановлення базового окладу нової посади є функціональні особливості роботи працівника та його роль на підприємстві.

Мотиваційна політика ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», має стати важливою частиною кадрової стратегії досліджуваного підприємства, а тому потребує регулярного моніторингу ефективності та розвитку.

Виходячи з вищесказаного, доцільно визначити наступні етапи удосконалення мотивації в системі управління ланцюгами поставок на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Основні напрями підвищення рівня мотивації персоналу у цілях удосконалення постачання текіли на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

№	Етапи	Працівники підприємства, що залучаються	Обсяг роботи
1.	Діагностика існуючої системи заробітної плати	Керівники відділів, працівники	2 - 3 тижні
2.	Формування основ кадрової політики з використанням аутсорсингу	Директор і керівники відділів компанії	2 - 3 тижні
3.	Попередня класифікація і групування посад за рівнями ієрархії	Проектна група	1-2 місяці
4.	Збір і обробка інформації для опису робочих місць (за допомогою анкетування та інтерв'ю).	Проектна група, представники всіх посад	1-2 місяці

№	Етапи	Працівники підприємства, що залучаються	Обсяг роботи
5.	Розробка та затвердження внутрішньо фірмового класифікатора посад та створення банку описів робочих місць працівників компанії.	Проектна група, відділ кадрів	1-2 місяці
6.	Ранжування (оцінка посад) та формування груп балів за рівнями ієрархії.	Відділ кадрів, проектна група	0.5 місяці і більше
7.	Визначення коефіцієнтів з оплати праці та «виллок» коефіцієнтів.	Проектна група	1 тиждень
8.	Визначення базової заробітної плати.	Проектна група	2 - 3 тижні
9.	Формування оціночних показників по кожній посаді і визначення їх рангів.	Проектна група, відділ кадрів	2 - 3 тижні
10.	Визначення поточного рівня кожного показника.	Проектна група	1-2 місяці
11.	Формування і затвердження комплексу документів, що регламентують роботу внутрішньо фірмової системи заробітної плати.	Проектна група, директор, відділ кадрів	1-2 місяці
12.	Моніторинг роботи системи оплати праці та коригування її елементів при необхідності	Проектна група	1-2 місяці
Загалом:			3,5 місяці

Розробка та реалізація мотивації працівників для удосконалення постачання ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» має формалізуватись у компенсаційний пакет підприємства, що визначає умови матеріального та нематеріального стимулювання для кожної посади та працівника в індивідуальному порядку. До складу компенсаційного пакету ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД», при його розробці, буде включати різні пільги, які можуть бути одержані працівником крім заробітної плати (посадового окладу) і підвищать рівень його життя.

Отже, нами було визначено основні заходи, що дозволять підвищити ефективність управління ланцюгами постачання теки на підприємство. До організаційно-економічних заходів, що спрямовані на покращення показників

управління ланцюгами постачання підприємства можна віднести також роботу по аналізу структури затрат, зокрема виявлення резервів їх зниження для оптимізації витрат обігу в частині здійснення логістичних операцій. З метою впровадження інформаційної системи планування поставок текіли на досліджуване підприємство було запропоновано організаційний план основних заходів з визначенням термінів та відповідальних. На фінансування заходів по вдосконаленню процесу управління ланцюгами постачання текіли на торговельному підприємстві ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2020 році необхідно буде витратити 106,2 тис.грн. Удосконалення управління постачання текіли також можливе за рахунок поліпшення ділової репутації для підприємства ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» перед постачальниками. Це передбачає використання пропозицій та концепцій комунікаційної політики.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Аналізом ринку алкогольних напоїв встановлено, що ринок алкогольних напоїв України з 2014 по 2015 роки характеризується зниженням, проте за останні 4 роки він вийшов на рівень 2014 року збільшивши об'єми експорту й імпорту в кількісному та вартісному вираженні. Ринок є структурованим, з чітко виділеними тенденціями на зростання купівельної спроможності. Інтерес споживачів до текили переважає в категоріях Silver і Blanco, що обумовлено високою якістю на ринку і відносно невисокою ціною в рамках власної категорії.

2. Основними критеріями ідентифікації текили є захисні елементи склотари, маркування, смак, аромат, міцність, сухий залишок.

3. Формування ланцюгів постачання передбачає організацію пошуку та поставку необхідних товарних ресурсів відповідної якості та за мінімальними цінами. Основними завданнями постачання дистильованих алкогольних напоїв: своєчасне забезпечення підприємства торгівлі необхідними запасами, аналіз організаційно-технічного рівня забезпечення підприємства торгівлі дистильованими алкогольними напоями. Для здійснення вибору конкретного постачальника є такі методи: визначення категорій переваг, оцінки витрат, домінуючих характеристик, бальний метод.

4. При проведенні експертизи якості зразків текили Tequila Messicano Alteno Silver, Olmeca Tequila Blanco, Espolon Tequila Blanco, Sauza Tequila Silver, Tequila Camino Real Blanco було встановлено: всі представлені зразки мають власний дизайн склотари, який виконує ідентифікаційну та захисну функцію від фальсифікації завдяки складній системі оздоблення. При аналізі маркування було встановлено що маркування Tequila Messicano Alteno Silver, Olmeca Tequila Blanco, Tequila Camino Real Blanco відповідає вимогам пункту 11.2.1 стандарту Мексики Official Mexican Standard for Tequila NOM-006-SCFI-2005. На маркуванні Espolon Tequila Blanco товарний знак наявний, але не на фронтальній частині етикетки. Позначення Sauza Tequila Silver зливається з фоном і важке для прочитання. Маркування марками акцизного податку відповідає вимогам

законодавства України. За органолептичними показниками текіла відповідає вимогам стандарту. Разом з цим, нами встановлено, що ароматичні властивості текіли характеризуються такими відтінками як: кавун (рослинний, свіжий) та кокос (фруктовий, плодів дерева), які не враховані у колесі аромату текіли. За 10 - бальною шкалою зразки: Tequila Messicano Altono Silver, Olmeca Tequila Blanco, Espolon Tequila Blanco мають оцінку «відмінно». Sauza Tequila Silver і Tequila Camino Real Blanco мають оцінку «добре». Досліджувані зразки відповідають встановленим вимогам до міцності, сухого залишку та повноти наливу.

5. Аналізом обсягів постачання текіли на підприємство торгівлі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» відмічено що у 2018 році постачання текіли збільшилось на 8623 тис.грн і склало 68442,8 тис.грн. В структурі постачання текіли різних виробників переважали такі групи як «Olmeca Tequila Blanco», «Tequila Messicano Altono Silver», «Tequila Camino Real Blanco» та «Romania Al Despacho». Значення коефіцієнту варіації постачання для текіли становить 12%, яке не перевищує 25% і свідчить про рівномірність постачання текіли на підприємство торгівлі.

6. Встановлено що організаційно-економічні заходи, що спрямовані на покращення показників підприємства є: з метою уникнення постачання на підприємство фальсифікованою текіли під час приймальної експертизи необхідно використовувати такі критерії ідентифікації: захисні елементи склотари, маркування продукції. Запропоновано план реалізації програми удосконалення управління ланцюгами поставок текіли на ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2020 році. На фінансування заходів по вдосконаленню процесу управління ланцюгами постачання текіли на торговельне підприємство ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» у 2020 році необхідно витратити 106,2 тис.грн. Запропоновано роботу по аналізу структури затрат, виявлення резервів їх зниження для оптимізації витрат обігу в частині здійснення логістичних операцій. Удосконалити управління постачанням текіли за рахунок поліпшення ділової репутації підприємства ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД» перед постачальниками, за допомогою використанням пропозицій та концепцій комунікаційної політики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A The General Declaration of Protection of the Appellation of Origin of Tequila [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/9325>
2. Про національну палату індустрії текіли. Tequila samara nacional de la industria tequilera [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tequileros.org/main_en.php
3. Брум Д. Крепкие алкогольные напитки мира: пер. з . англ. – М. : Эксмо., 2008.
4. Про сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. Період з 2014 по 2018. Товарні позиції: 2208. Спирт етиловий, неденатурований, менш 80 об.%; Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>
5. Про ринок України. Снижаем обороты: украинский рынок водки и крепких напитков продолжает уходить в тень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/snizhaem-oboroty-ukrainskij-rynok-vodki-i-crepki-350639/>
6. Про історію України. От компромисса к войне. Как Украина прошла путь от 1991 года до Майдана и эпохи потрясений [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://strana.ua/articles/istorii/105724-istorija-ukrainy-ot-1991-do-2017-hoda.html>
7. Ринок Алкоголю України 2008-2016 роки. Крепкий обзор: рынок алкоголя в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/krepkiy-obzor:-rynok-alkogolya-v-ukraine.html>
8. Про зовнішню торгівлю України із зазначенням основних країн – контрагентів. Період з 2014 по 2018. Товарні групи: 2208. Спирт етиловий, неденатурований, менш 80об.%; Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ms/f3>
9. Про ринок України 2018 рік. Алкогольный рынок Украины в 2018 переживает тяжелое «похмелье» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://sd.net.ua/2018/08/25/alkogolnyy-rynok-ukrainy-v-2018-perezhivaet-tyazheloe-pohmele.html>

10. Про дохід та витрати населення України за 2014 рік: Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/dvn_kv14_u.htm
11. Про дохід та витрати населення України за 2015 рік: Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/dvn_kv15_u.htm
12. Про дохід та витрати населення України за 2016 рік: Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/dvn_kv16_u.htm
13. Про дохід та витрати населення України за 2017 рік: Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/dvn_kv17_u.htm
14. Про дохід та витрати населення України за 2018 рік: Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/gdn/dvn_ric/dvn_kv18_u.htm
15. Про історію валюти гривні за останні 20 років: Що сталося з гривнею за 20 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.bbc.com/ukrainian/business/2016/09/160822_hryvnia_20_az
16. Про статистику імпорту текстилю: Державна служба статистики України, 4. IV. Готові харчові продукти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/e_iovt/arh_iovt2018.htm
17. Про статистику імпорту текстилю: Державна служба статистики України, 4. IV. Готові харчові продукти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/zd/e_iovt/arh_iovt2017.htm

18. Про статистику імпорту текили: Державна служба статистики України, 4. IV. Готові харчові продукти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/zd/e_iovt/arh_iovt2016.htm
19. Про статистику імпорту текили: Державна служба статистики України, 4. IV. Готові харчові продукти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/zd/e_iovt/arh_iovt2015.htm
20. Про статистику імпорту текили: Державна служба статистики України, 4. IV. Готові харчові продукти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/zd/e_iovt/arh_iovt2014.htm
21. Про ринок України. Аналітика Ринка текилы 2017- 2018 в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://trademaster.ua/articles/312839>
22. Методи визначення фальсифікації товарів: навч. посіб. / Ю.П. Павлюченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005 р.
23. Класифікація і характеристика асортименту скляних побутових виробів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://megapredmet.ru/2-9576.html>
24. Методи визначення фальсифікації товарів : підруч. для студ. вищ. навч. закл. – Дубіна. А.А – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2010 р.
25. Official Mexican Standard for Tequila NOM-006-SCFI-2005 Alcoholic Beverages – Tequila – Specifications [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tequila.net/tequila-faqs/what-are-the-regulations-governing-tequila.html#chapter0>
26. ДСТУ 4257:2003 Напої лікеро-горілчані. Технічні умови.
27. Економічна енциклопедія : у трьох томах. Т. 2. / ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2008.
28. Неуров І.В. Види закупівельних ситуацій на підприємствах / І.В. Неуров // Логістика. – Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2013.
29. Коноваленко В. М. Закупівельна діяльність підприємства в логістичній системі товароруку / В. М. Коноваленко // Вісник КНТЕУ. - 2016. - №4.

30. Житна І.П., Щолокова Т.В. Оцінка ефективності логістичної системи / І.П. Житна, Т.В. Щолокова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. –2011. –№11. Ч.1.
31. Крикавський Є. В. Логістичне управління : підруч. / Є. В. Крикавський. – Львів : Вид-во нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2012.
32. Гончар Л.А., Козлов А.П. Комерційна логістика: дослідження, ефективність, оцінка / Л.А. Гончар та А.П. Козлов // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – №1. Т.2.
33. Дзебко И. Экономисту о логистике: сущность, основные понятия, концепция / Ирина Дзебко. – Х. : Консульт, 2012
34. Житна І.П., Щолокова Т.В. Оцінка ефективності логістичної системи / І.П. Житна, Т.В. Щолокова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. –2011. –№11. Ч.1.
35. Міщук І.П. Логістика торговельного підприємства: зміст, напрямки, проблеми // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2015. - №14.
36. Каира З. С. Основы логистики / З. С. Каира, А. А. Лукьянченко, А. И. Омелянчук. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2013.
37. Экономическими системами : монография / Р. Р. Ларина, В. Л. Пилушенко, В. Н. Амитан. – Донецк : ВИК, 2013.
38. Крикавський Є. В. Логістика / Є. В. Крикавський. – Львів : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2010.
39. Козак І.М. Управління виробничо-комерційною діяльністю підприємств на засаді логістики / І.М. Козак // Проблеми науки. - 2015. - №5.
40. Закон України про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального від 19.12.1995 № 481/95-ВР.
41. ДСТУ 4164:2003 Напої лікєро-горілчані. Правила приймання і методи випробувань.
42. ДСТУ 4181:2003 Спирт етиловий ректифікований і спирт етиловий-сирець. Правила приймання і методи випробувань.

43. Про дослідження органолептичних показників якості за допомогою колесу смаку текилі: Flavour wheels [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://whiskyscience.blogspot.com/2011/07/flavour-wheels.html>
44. День мертвих у Мексиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ich.unesco.org/en/RL/indigenous-festivity-dedicated-to-the-dead-00054>
45. Про компанію Sauza Tequila [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sauzatequila.com/about-us>
46. Постанова Про запровадження марок акцизного збору нового зразка з голографічними захисними елементами для маркування алкогольних напоїв та тютюнових виробів від 23 квітня 2003р № 567.
47. Про компанію ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://furshet.ua/about-furshet>
48. Про компанію ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://furshetmarket.ru/o-kompanii/>
49. Про компанію ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://allretail.ua/networks/furshet/>
50. Васильченко А. Н. Состояние и перспективы развития пищевой промышленности в Украине / А. Н. Васильченко // Научно-виробничий журнал Харчова наука і технологія. - Одеса: Вид-во Одеської національної академії харчових технологій, 2013. - №1.
51. Єрьоміна Л.О Процес управління закупівельною діяльністю торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання / Єрьоміна Л.О.// Придніпровський науковий вісник. Серія «Економіка» – 2010. – № 107/174.
52. Мороз О. В. Системні фактори ефективності логістичної концепції постачання на підприємствах : монографія / О. В. Мороз, О. В. Музыка ; Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2013.
53. Гой І.В. Логістика у системі стратегічного управління підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2012. - №4,Т.1.

54.Ващук О.Г. Напрямки вдосконалення асортиментної політики торговельного підприємства // Маркетинг, 2012. - №2.

Статистичні дані ринку текили в Україні

Таблиця Б.1.1

Розподілення продаж по торговим мережам [21]

Торгові мережі	Грн, %	Літри, %
Сільпо	22	20
Метро	21	20
АТБ-Маркет	17	24
Auchan	8	7
Novus	7	6
Fozzy	5	5
Тварія-В	5	4
Varus	3	3
Фора	3	3
Еко-маркет	3	3
Велика Кишеня	3	2
Фуршет	1	1
Billa	1	1
Копійка	1	0
Пако\Вопак	0	0
Рукавичка	0	0
Брусниця	0	0
Траш	0	0
Колібріс	0	0
Карван	0	0
Там-Там	0	0
Загалом	100	100

Продовження додатку Б

Таблиця Б.1.2

Розподілення продажу текили по областях України за 2018 рік [21]

Область	Продаж грн, %	Об'єм, %	Населення	Розподілення об'єму на населення	Середнє вживання, %
Загалом	100	100	42584542	0,002	-
Київська	68,8	61,4	4660231	0,013	461,0
Дніпропетровська	18,0	18,8	3230411	0,006	147,6
Одеська	15,0	13,0	2386516	0,005	131,9
Запорізька	7,3	7,9	1738488	0,005	94,4
Харківська	10,5	10,8	2701188	0,004	69,7
Миколаївська	3,9	4,1	1150126	0,004	50,3
Львівська	8,3	7,8	2534027	0,003	30,4
Полтавська	4,0	4,2	1426828	0,003	25,0
Херсонська	2,8	2,8	1055649	0,003	14,5
Чернігівська	2,3	2,4	1033412	0,002	-2,7
Житомирська	2,7	2,8	1240482	0,002	-3,3
Вінницька	3,4	3,5	1590357	0,002	-6,4
Кіровоградська	1,7	1,9	965753	0,002	-17,1
Сумська	2,0	2,1	1104529	0,002	-19,0
Чернівецька	1,8	1,7	908120	0,002	-19,5
Черкаська	2,0	2,3	1231207	0,002	-22,0
Рівненська	2,2	2,0	1162763	0,002	-25,7
Івано- Франківська	2,3	2,3	1379915	0,002	-29,6
Донецька	4,9	5,2	4244057	0,001	-47,8
Тернопільська	1,2	1,0	1059192	0,001	-58,2
Хмельницька	1,4	1,2	1285267	0,001	-58,7
Волинська	0,8	0,8	1040954	0,001	-66,2
Луганська	1,0	1,0	2195290	0,000	-80,1
Закарпатська	0,4	0,4	1258777	0,000	-86,7

Продовження додатку Б

Таблиця Б.1.3

ТОП-10 торгових марок в торгівельних мережах України [21]

Торгівельна мережа	DonDiego, %	Espolon, %	Jose-Cuervo, %	Messicano, %	Olmeca, %	Sauza, %	Sierra, %	Tiscuz, %	Tres-Sombreros, %	True Tequila, %
АТБ Маркет	-	-	53,8	60,8	58,7	-	0,2	96,3	-	-
Auchan	-	92,3	92,3	50,0	100,0	92,3	100,0	-	-	96,2
Villa	-	92,3	100,0	-	76,9	100,0	-	-	-	-
Брусниця	-	-	92,2	-	1,0	1,0	-	-	-	-
Еко-маркет	-	37,4	99,1	7,8	38,3	20,9	34,8	-	-	5,2
Fozzy	-	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-	100,0	-
Фора	-	52,8	63,8	-	8,3	9,8	-	-	96,1	-
Фуршет	-	74,0	90,9	15,6	84,4	9,1	32,5	-	-	84,4
Колибри	-	-	10,9	-	28,3	4,3	2,2	-	-	-
Копійка	-	1,3	38,8	1,3	60,0	67,5	75,0	-	-	-
Метго	92,0	96,0	92,0	-	96,0	96,0	100,0	-	-	84,0
Novus	-	76,6	91,5	6,4	95,7	74,5	61,7	-	-	55,3
Пако-Вопка	-	2,6	28,2	32,1	-	-	26,9	-	-	-
Рукавичка	-	-	0,8	-	29,5	-	0,8	-	-	-
Сільпо	-	36,7	45,2	0,4	53,6	27,8	1,2	-	96,8	-
Таврія	-	30,3	31,6	81,6	65,8	55,3	90,8	-	-	10,5
Траш	-	-	-	-	-	-	-	-	85,0	-
Vagus	-	71,2	98,5	-	51,5	89,4	98,5	-	-	59,1
Велика Кишеня	-	54,7	81,3	1,3	68,0	37,3	52,0	-	-	62,7
Загалом	0,9	21,3	53,7	27,2	45,4	16,4	15,9	35,4	20,2	9,1

Показники ідентифікації текилі

Таблиця В.1

Основні типові показники ідентифікації текилі [25]

Показники	Silver Tequila		Gold Tequila		Aged Tequila		Extra Aged Tequila		Ultra Aged Tequila	
	мін.	макс.	мін.	макс.	мін.	макс.	мін.	макс.	мін.	макс.
Вміст алкоголю	35	55	35	55	35	55	35	55	35	55
Сухий залишок	0	0,30	0	5	0	5	0	5	0	5
Метанол	30	300	30	300	30	300	30	300	30	300
Альдегіди	0	40	0	40	0	40	0	40	0	40
Ефіри	2	200	2	200	2	250	2	250	2	250

Прилади дослідження фізико-хімічних показників



Рис.Г.1.1 Мірна колба



Рис.Г.1.2 Випарювальна чаша



Рис.Г.1.3 Перегінна установка

Оздоблення Tequila Messicano Alteno Silver



Рис.Д.1.1 Фронтальна сторона склотари Tequila Messicano Alteno Silver



Рис.Д.1.2 Ліва сторона склотари Tequila Messicano Alteno Silver



Рис.Д.1.3 Тильна сторона склотари Tequila Messicano Alteno Silver



Рис.Д.1.4 Права сторона склотари Tequila Messicano Alteno Silver



Рис.Д.1.5 Верхня сторона склотари Tequila Messicano Alteno Silver



Рис.Д.1.6 Нижня сторона склотари Tequila Messicano Alteno Silver

Етикетка Espolon Tequila Blanco



Рис.Е.1 Етикетка текили Espolon Tequila Blanco

Зразки електронних документів торговельної мережі ТОВ «РІТЕЙЛ ТРЕНД»

Заказ на поставку № 4515933544 від 30.05.2019

Сторінка 2

Поз.	Штрих-код	Найменування	Од.	Кіл-сть	Ціна/за	Сумма	Поставлено	Підстава
60	:4820139280267 4820004650058 ; 4820139280205	:Коньяк УКЗ 5* 0.5л ;	ШТ;	4;	119,99;	479,96		
70	4820004650232	:Коньяк Закарпатський 4 роки; УКЗ 0.5л	ШТ;	12;	114,71;	1.376,48		
30	:4820139280236 4820029431083	:Напій слабо/алк. Джин Тонік ; Оболонь 0.33л	ШТ;	20;	14,45;	288,98		
130	:4820000190343;4820005060177;4820029430116;4820000193337;4820000197410;482000506 4820034920558 ;	:Пиво міцне Веселий монах Ро; гань 0.5л	ШТ;	20;	11,52;	230,46		
120	4820034921616	:Пиво світ. Традиційне Роган; ь 0.5л с/б	ШТ;	20;	9,72;	194,39		
480	:4820034920510;48200031511105 4820035881278	:Вода питна н/газ. Народна 5л;	ШТ;	7;	10,67;	74,70		
170	4820036620043	:Вода мінеральна Поляна квас; ова 1.5л	ШТ;	6;	12,33;	73,95		
380	4820080725909	:Горілка Поважна Перша гільд; ія 0,7л	ШТ;	6;	96,08;	576,50	6	
480	4820096230558	:Вода питна сил/газ. Народна ; 1.5л	ШТ;	54;	3,26;	175,85	54	
450	4820096230572	:Вода питна н/газ. Народна 0. ; 5л	ШТ;	12;	2,05;	24,65	12	
470	4820096230589	:Вода питна н/газ. Народна 1. ; 5л	ШТ;	30;	3,26;	97,70	30	
140	4820097890324	:Напій енергетичний Non Stop; 500мл	ШТ;	12;	13,43;	161,12	12	
340	:4820074182077;4820097890577 4820148830026	:Напій Лимонад Міміно 0.5л ;	ШТ;	15;	10,52;	157,82		
350	4820163121529	:Горілка срібна прохолода Хо; ртиця 0.2л	ШТ;	30;	24,20;	726,00	30	
240	:4820060254047;4820163121352 4820163121536	:Горілка Срібна Прохол. Хорт; иця 0.375л	ШТ;	20;	45,00;	900,00	20	
420	:4820060252111;4820163121369 4820182220043	:Коньяк 3* Коблево 40% 0.25л;	ШТ;	30;	45,57;	1.367,03	30	
390	4820206850898	:Напій алк. Солодовий 40% Вла; ск Jack 0.5л	ШТ;	6;	63,35;	380,10	6	
310	:4820058965030;4820058967003 4823063102001	:Чай зел. б/алк н/газ ар. росл; .Lipton 1.5л	ШТ;	6;	13,58;	81,46		
320	4823063102018	:Чай чор. б/алк н/газ Лимон L; ipton 1.5л	ШТ;	6;	13,58;	81,46		
210	4823063104203	:Напій Пепсі-Кола Pepsi ПЕТ ; 0.5л	ШТ;	48;	7,31;	351,10	48	
220	:4820000450546 4823063104227	:Напій Пепсі-Кола Pepsi ПЕТ ; 1л	ШТ;	36;	11,42;	411,22		
330	:4820000450331 4823063104234	:Напій Pepsi-Cola 1.5л ;	ШТ;	12;	13,98;	167,73	12	
230	4823063104241	:Напій Пепсі-Кола Pepsi ПЕТ ; 2л	ШТ;	12;	19,04;	228,46		

Рис.Ж.1.1 Зразок електронного заказу на поставку алкогольних напоїв

Заказ на возврат № 4515634971 від 23.01.2019

1101
ТОВ "Астерс Груп" РЦ Бровари

Адрес доставки:
ДП "Рітейл Центр" Сосюрки
Сосюрки, 6
02090 Київ



Поз.	Штрих-код	Найменування	Од.	Кіл-сть	Ціна/л	Сумма	Поставлено	Підстава
10	5000299223055	Ром Captain Morgan Spiced G; old 1л	ШТ;	1;	283,31	283,31	1	№ 4811312620 від 24.12.2016

Разом по заказу 283.31

Рис.Ж.1.2 зразок електронного повернення алкогольних напоїв

Асортимент алкогольних напоїв магазину роздрівної торгівлі компанії ТОВ
«РІТЕЙЛ ТРЕНД»

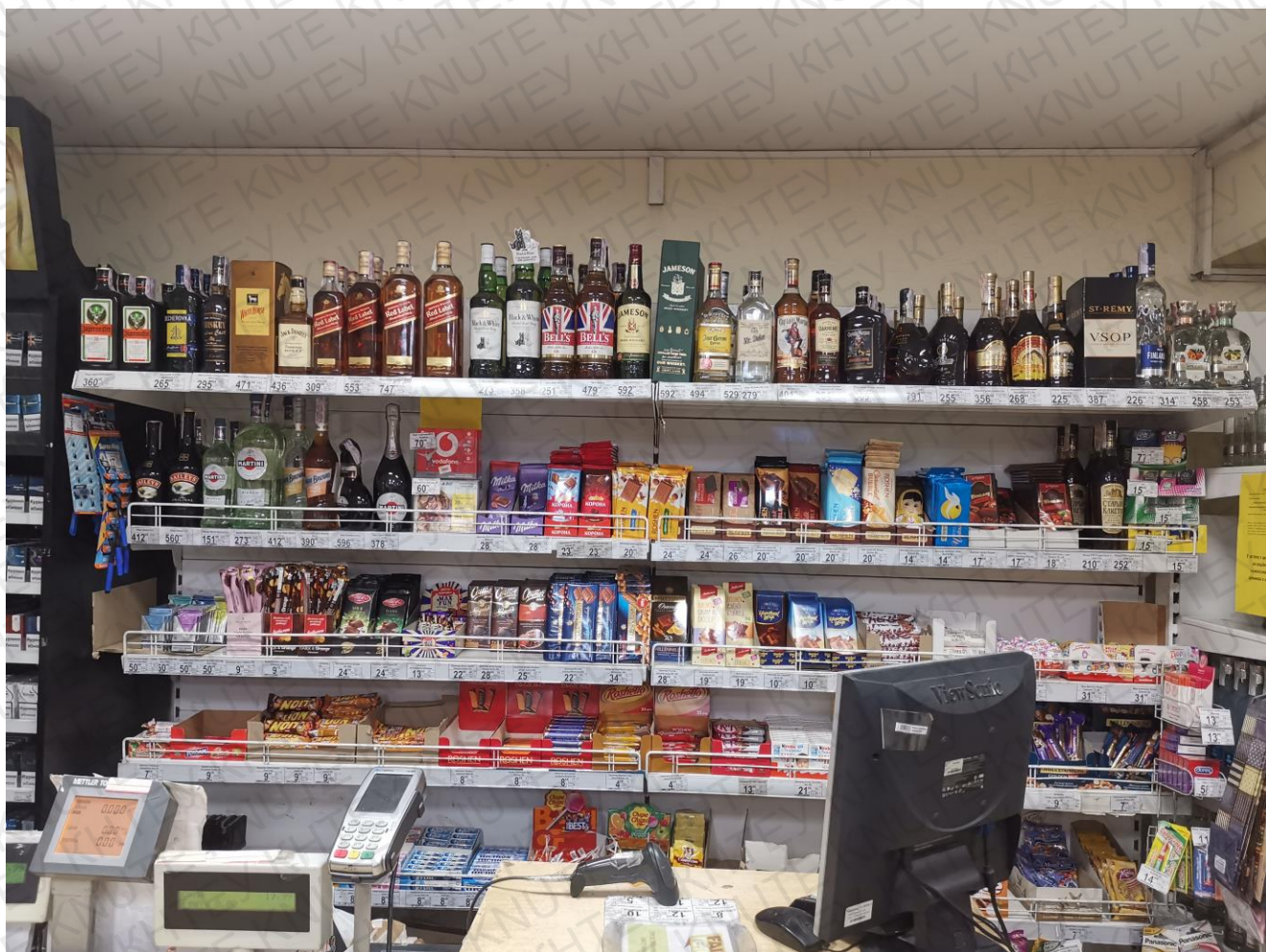


Рис.3.1 асортимент «елітних» алкогольних напоїв