

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Ковнір Олени Сергіївни

академічної групи 073-20з-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління асортиментом
алкогольних напоїв торговельного підприємства (за матеріалами ТОВ «Омега»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Варяниченко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Варяниченко О.В.			

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

« 13 » травня 2024 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студентці Ковнір О.С. академічної групи 073-20з-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління асортиментом
алкогольних напоїв торгівельного підприємства (за матеріалами ТОВ «Омега»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 27 травня 2024 р. № 475-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи управління асортиментом підприємства	13.05.2024 р. – 23.05.2024 р.
Аналітичний	Аналіз діяльності та асортименту ТОВ «Омега»	24.05.2024 р. – 06.06.2024 р.
Рекомендаційний	Формування рішень в сфері управління асортиментом алкогольної продукції ТОВ «Омега»	07.06.2024 р. – 20.06.2024 р.

Завдання видано

(підпис керівника)

Варяниченко О.В.

Дата видачі « 13 » травня 2024 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 21 » червня 2024 року

Прийнято до виконання

(підпис студента)

Ковнір О.С.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-20з-1
НТУ «Дніпровська політехніка»
Ковнір Олени Сергіївни

на тему: Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління асортиментом алкогольних напоїв торговельного підприємства (за матеріалами ТОВ «Омега»)

АСОРТИМЕНТ, АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА, ДЕГУСТАЦІЙНА ОЦІНКА, ПОСТАЧАЛЬНИК, РИНОК АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ, УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ

Структура роботи: 95 сторінок комп'ютерного тексту; 49 рисунків; 10 таблиць; 52 джерела посилання.

Об'єкт розроблення – управління асортиментом підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка рішень у сфері управління асортиментом підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: узагальнено теоретичні основи управління асортиментом підприємства; проаналізовано діяльність та асортимент ТОВ «Омега»; досліджено стан українського ринку алкогольної продукції; обґрунтовано рішення у сфері управління асортиментом алкогольної продукції ТОВ «Омега»; визначено економічну ефективність запропонованих рекомендацій для ТОВ «Омега».

Методи дослідження – аналізу і синтезу, економічного аналізу, статистичного аналізу, експертних оцінок, порівняння, узагальнення.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання підприємствами, які здійснюють продаж алкогольної продукції, при формуванні торгового асортименту.

Сфера застосування – управління торговим асортиментом.

Економічна ефективність запропонованих заходів – збільшення чистого прибутку підприємства на майже 57 млн. грн.

Значимість роботи – застосування запропонованих рекомендацій щодо формування торгового асортименту дозволяє збільшити чистий дохід та чистий прибуток підприємства, рентабельність виручки від реалізації й приймати ефективні обґрунтовані рішення у сфері управління асортиментом підприємства, вчасно реагувати на виклики зовнішнього і внутрішнього середовища.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-203-1
Dnipro University of Technology
Kovnir Olena

Subject: Substantiation of the effectiveness of decisions in the field of
management of the assortment of alcoholic beverages of a commercial enterprise
(based on the materials of "Omega" LLC)

**ASSORTMENT, ASSORTMENT POLICY, TASTING EVALUATION,
SUPPLIER, ALCOHOL MARKET, ASSORTMENT MANAGEMENT**

Structure: 95 printed pages; 49 figures; 10 tables; 52 references.

Object of development – management of the assortment of the enterprise.

The aim of the paper – theoretical substantiation and development of solutions in the field of enterprise assortment management.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the theoretical foundations of managing the range of the enterprise are summarized; the activities and assortment of "Omega" LLC were analyzed; the state of the Ukrainian market of alcoholic products was investigated; the decision in the field of management of the range of alcoholic products of "Omega" LLC is substantiated; the economic efficiency of the proposed recommendations for "Omega" LLC was determined.

Research methods – analysis and synthesis, economic analysis, statistical analysis, expert assessments, comparisons, generalizations.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use by enterprises that sell alcohol products, when forming a trade assortment.

Application – management of trade assortment.

Financial viability of the proposed measures – increase in net profit of the enterprise by 56872,7 thousand UAH.

The value of the research – application of the proposed recommendations on the formation of the trade assortment allows to increase the net income and net profit of the enterprise, the profitability of sales revenue and to make effective informed decisions in the field of management of the enterprise assortment, to respond in a timely manner to the challenges of the external and internal environment.

ЗМІСТ

	С.
Вступ.....	4
1 Теоретичні основи управління асортиментом підприємства.....	7
1.1 Формування асортименту підприємства.....	7
1.2 Асортиментна політика	13
2 Аналіз діяльності та асортименту ТОВ «Омега».....	21
2.1 Загальна характеристика ТОВ «Омега»	21
2.2 Дослідження українського ринку алкогольної продукції	22
2.3 Економічна характеристика ТОВ «Омега».....	37
2.4 Аналіз асортименту алкогольної продукції ТОВ «Омега».....	48
3 Формування рішень в сфері управління асортиментом алкогольної продукції ТОВ «Омега».....	63
3.1 Система оцінки вина як сукупність методів дегустаційної оцінки	63
3.2 Рекомендації з оновлення асортименту алкогольної продукції ТОВ «Омега».....	71
3.3 Рекомендації щодо зміни постачальника.....	90
3.4 Ефективність запропонованих рекомендацій щодо управління асортиментом алкогольної продукції для ТОВ «Омега».....	91
Висновки.....	92
Перелік джерел посилання.....	96
Додаток А Фінансова звітність підприємства.....	102

ВСТУП

Останніми роками Україну, як і інші держави, інтегровані в світову економіку, охопила світова криза, наслідком якої стало зниження економічної активності підприємств та рівня життя населення. В цих умовах прибуток торговельного підприємства слугує не лише джерелом фінансування його розвитку, чи засобом ведення подальшої господарської діяльності, а й є тією рушійною силою, що здатна підвищити рівень життя суспільства через задоволення потреб усіх зацікавлених груп впливу [1].

Діяльність сучасних підприємств все більшою мірою залежить від потреб та побажань споживачів їх продукції. Це сприяє процесу постійного оновлення асортименту та асортиментної політики суб'єкта господарювання.

За даними держстату, у довоєнному 2021 році обсяги роздрібної торгівлі в Україні зросли майже на 11% порівняно із попереднім роком. Але під час війни торгівля, як галузь, що є ланкою між виробниками та покупцями, зазнає ударів з багатьох боків.

В умовах агресії рф підприємства торгівлі опрацювали механізми переходу на ручне управління для оперативного реагування на обставини і делегування повноважень, що істотно прискорює необхідні процеси прийняття рішень, в тому числі щодо планування асортименту.

Асортиментна політика посідає важливе місце в товарній політиці підприємства та впливає на конкурентоспроможність підприємства на сучасному ринку. Формування асортименту є складним і безперервним процесом. Оптимальний асортимент є індивідуальним для кожного підприємства й залежить від ринків збуту, попиту, фінансових та інших ресурсів. Сьогодні рішення щодо оптимізації асортиментної політики підприємства повинні базуватись на особливостях задоволення споживчого попиту та потреб виробництва. Важливо також враховувати специфіку реалізації продукції та забезпечувати підвищення фінансових результатів підприємства [2].

Актуальність проблематики дослідження полягає в тому, що асортиментна політика підприємства безпосередньо впливає на рівень показників господарсько-фінансової діяльності.

Розвиток підприємств торгівлі є складною системою, в якій відбувається обіг великої кількості товарів, з різними властивостями та характеристиками. Використання складних торговельно-технологічних схем реалізації, реклами товару дають змогу укласти господарські зв'язки з постачальниками товарів та послуг, що призводить до активної діяльності підприємства як господарської одиниці.

Забезпечення умов для досягнення запланованого обсягу товарообороту значною мірою залежить від ефективності асортиментної політики торговельного підприємства з підбору для реалізації окремих видів та різновидів товарів, планування та регулювання асортиментної структури товарообороту.

Ефективне управління асортиментною політикою підприємства передбачає використання відповідних методів формування продуктового набору, застосування яких дасть змогу прийняти оптимальні управлінські рішення щодо якісної і кількісної структури асортименту, частоти оновлення та інших аспектів забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності.

Від складу і своєчасного оновлення асортименту товарів в організації, в значній мірі, залежить ступінь задоволення попиту, витрати потреб населення, які пов'язані з покупкою товарів. Відсутність в організації окремих товарів, їх вузький або нестабільний асортимент, що не відповідає запитам покупців, породжують незадоволений попит, збільшуючи витрати часу населення на пошук необхідних товарів, негативно відбивається на економічній ефективності.

Успіх роздрібною торгівлі залежить від здатності догодити клієнту. На даний момент важливим є створення асортименту, який буде повністю задовольняти клієнтів-покупців. Помилки при виборі товару, незнання його властивостей, характеристик, умов зберігання, транспортування, неправильна оцінка якості можуть обернутися для підприємця великими втратами та збитками. Неправильне формування асортименту впливає на товарну пропозицію, споживчий попит і

багато інших факторів, від яких залежить ефективність господарської діяльності підприємства.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування та розробка рішень у сфері управління асортиментом підприємства.

Для досягнення поставленої мети в кваліфікаційній роботі вирішені такі завдання:

- узагальнити теоретичні основи управління асортиментом підприємства;
- проаналізувати діяльність та асортимент ТОВ «Омега»;
- дослідити стан українського ринку алкогольної продукції;
- обґрунтувати рішення у сфері управління асортиментом алкогольної продукції ТОВ «Омега»;
- визначити економічну ефективність запропонованих рекомендацій для ТОВ «Омега».

Об’єкт розроблення – управління асортиментом підприємства.

Предмет розроблення – теоретичні, методичні та практичні підходи до управління асортиментом підприємства.

Методи дослідження – аналізу і синтезу, економічного аналізу, статистичного аналізу, експертних оцінок, порівняння, узагальнення.

Практична значущість одержаних результатів для ТОВ «Омега»: збільшення чистого прибутку підприємства на 56872,7 тис. грн.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Формування асортименту підприємства

Формування асортименту є процесом відбору для реалізації різноманітних груп товарів, товарних категорій та товарних позицій, диференційованих за різними ознаками, які можуть задовольнити попит покупців торговельного підприємства [3].

Асортимент товарів – набір товарів, який формується за певними ознаками і задовольняє різноманітні, аналогічні та індивідуальні потреби [4].

Асортимент споживчих товарів підрозділяється на групи – за місцезнаходженням, на підгрупи – по широті охоплення товарів, на види – за ступенем задоволення потреб, на різновиди – за характером потреб. За місцезнаходженням товарів розрізняють асортимент промисловий і торговий.

Промисловий (виробничий) асортимент - набір товарів, що випускаються виробником виходячи з його виробничих можливостей [5].

На відміну від промислового торговий асортимент включає, як правило, товари різних виробників. Виняток становлять фірмові магазини організацій-виробників, стратегія яких ґрунтується на збуті товарів тільки конкретної фірми.

За ступенем задоволення потреб розрізняють раціональний та оптимальний асортимент. Раціональний асортимент – набір товарів, що найбільш повно задовольняють реально обґрунтовані потреби, які забезпечують максимальну якість життя при певному рівні розвитку науки, техніки і технології. Формування раціонального асортименту вимагає врахування великої кількості факторів і показників, багато з яких досить мінливі. До таких факторів належать реальні потреби, які залежать від рівня життя населення, досягнень науково-технічного прогресу та інших особливостей зовнішнього середовища. У свою чергу, багато з цих факторів безпосередньо впливають на зміни раціонального асортименту.

Оптимальний асортимент – набір товарів, що задовольняє реальні потреби з максимально корисним ефектом для споживача при мінімальних витратах на їх проектування, розробку, виробництво і доведення до споживачів. Товари оптимального асортименту відрізняються підвищеною конкурентоспроможністю [5].

Управління асортиментом – це діяльність, спрямована на досягнення вимог раціональності (оптимальності) асортименту [6].

Управління торговим асортиментом – діяльність відповідних служб торговельного підприємства з моніторингу, аналізу управлінських рішень в області маркетингу, збуту й виробництва з метою адаптації асортименту до потреб споживачів [7].

До основних стратегічних цілей управління асортиментом слід віднести:

- максимальне задоволення потреб всіх цільових груп споживачів із одночасним підвищенням ефективності взаємодії між постачальниками та роздрібною торгівлею;
- забезпечення високого рівня обслуговування покупців;
- формування позитивного іміджу підприємства;
- завоювання та утримання певної частки підприємства на споживчому ринку;
- переміщення в інші сегменти ринку; – зміцнення фінансового стану підприємства [3].

Тактичними цілями управління асортиментом є:

- управління ризиками;
- формування поточної та перспективної асортиментної політики відповідно до попиту споживачів;
- формування конкретного асортименту;
- прискорення оборотності товарних запасів;
- регулювання величини та структури товарних запасів, що забезпечує максимальну ефективність авансованих коштів [3].

Оперативне управління асортиментом може здійснюватися за такими

цілями:

- забезпечення безперебійної реалізації товарів роздрібним покупцям;
- поповнення та регулювання асортименту;
- організація господарських зв'язків, контроль їх здійснення;
- забезпечення закупівлі товарів в обсязі, що відповідає запитам ринку та забезпечує оптимальний рівень товарних запасів;
- раціональне використання торгової площі;
- організація та стимулювання просування;
- раціональне застосування мерчандайзингу [8].

Варто відмітити, що завдання управління асортиментом лежить на перетині техніко-економічного або виробничого та маркетингового (інакше кажучи ринкового) аналізу. В свою ж чергу, сукупність техніко-економічних та маркетингових методів аналізу відповідно визначають внутрішні та зовнішні фактори формування асортименту виробничого підприємства, відображених на рисунку 1.1.

Якщо років п'ять тому відсутність новинок, різновиди товарів, надмірність або неконкурентоспроможність асортименту могли бути «прощені» власнику, то з розвитком онлайн-торгівлі постійна робота над асортиментом потрібна для конкуренції на ринку та прибутковості бізнесу. Робота з асортиментом дозволяє бізнесу не просто вижити, але й процвітати в умовах жорсткої конкуренції та загальної доступності порівнянних товарів.

Структуру асортименту товарів у магазині формують попит, рентабельність та фінансові можливості бізнесу. Власник бізнесу має передбачити побажання покупців, залучити й утримати клієнтів стабільною наявністю ходового товару.

Основні напрямки у сфері формування асортименту товару наведено на рисунку 1.2.

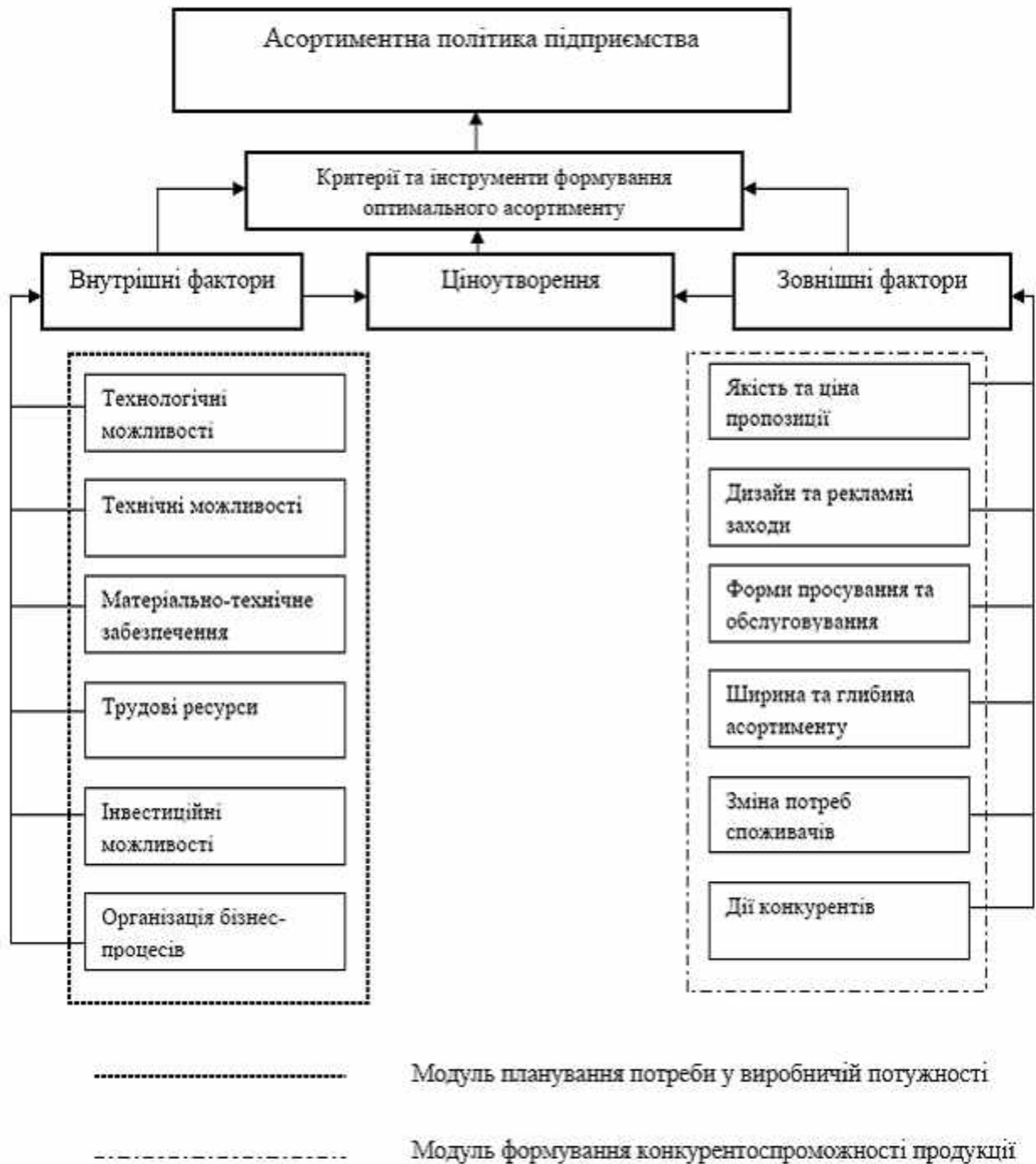


Рисунок 1.1 – Процес формування асортименту підприємства [5]

Процес формування асортименту товарів, що реалізуються підприємством, передбачає проведення таких етапів роботи [9]:

1. Визначення переліку основних груп та підгруп товарів, що реалізуються, виходячи з обраної товарної спеціалізації підприємства та потреб його потенційних споживачів.



Рисунок 1.2 - Основні напрями у сфері формування асортименту товару [10]

2. Розподіл окремих груп та підгруп товарів між споживчими комплексами та мікрокомплексами постійного та сезонного характеру. Під час проведення цієї роботи необхідно враховувати фактичний розмір торговельної площі досліджуваного підприємства, а також спеціалізацію підприємств-конкурентів, розташованих в районі діяльності підприємства, особливо вузькоспеціалізованих.

3. Визначення кількості видів та різновидів товарів у межах окремих споживчих комплексів та мікрокомплексів (за окремими групами та підгрупами товарів), тобто глибини товарного асортименту.

4. Розробка конкретного асортиментного переліку товарів, що пропонуються до реалізації контингенту покупців, який обслуговує підприємство. При чому проведення асортиментної політики вимагає прийняття рішень не лише про включення нових товарів, але й про зняття товарів з продажу.

Рекомендується також розробляти асортиментний мінімум товарів, який представляє собою перелік товарів, які повинні бути присутні в роздрібному продажу.

Найважливішою складовою діяльності будь-якого торгового підприємства є бізнес-процес «Управління асортиментом». Адже від правильної асортиментної політики торгового підприємства, залежать ключові показники його роботи:

зростання потоку покупців, збільшення середнього чека, зменшення кількості неліквідних товарів на складі та на полицях магазину. Але визначення та підтримка, оптимального по ширині і глибині асортименту товарів, завдання складне, а часом і нездійсненне, якщо облік в торговому підприємстві ведеться вручну без використання якісної комп'ютерної програми для управління торгівлею. Тому зараз існує програма «Управління торгівлею для України», яка має повний функціонал для формування асортименту товарів, контролю за наявністю товарів постійного попиту, аналізу зміни попиту на товари з плином часу, планування продажів і оцінка фінансових показників в розрізі товарних категорій [11].

Формування асортименту є складним і безперервним процесом. Оптимальний асортимент є індивідуальним для кожного підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, фінансових та інших ресурсів. На формування асортименту впливають безліч факторів як загальних, так і специфічних для кожного підприємства. Не врахувавши ці фактори, підприємству не вдасться сформувати ефективний асортимент [12].

Процес управління асортиментом товарів передбачає, окрім його формування, контролювання та регулювання, ще й забезпечення активного збуту товарів. Зростання на українському ринку великої кількості роздрібних мереж спонукає підприємства приділяти більше уваги продажам товарів кінцевим споживачам в магазинах. Щоб магазини приваблювали покупців і відрізнялися індивідуальністю, необхідно використовувати не тільки традиційні важелі впливу на покупця, але й шукати нові. Тому в питанні якісного управління асортиментом товарів в торговельних мережах крупноформатних підприємств значне місце відводиться мерчандайзингу та іншим засобам стимулювання продажу [13].

Стадії формування асортименту продукції відповідно досліджень Булави М.І. [14] представлено на рисунку 1.3 .



Рисунок 1.3 - Стадії формування асортименту продукції [14]

1.2 Асортиментна політика

Відповідно досліджень Одинцової Є.В. [15] в таблиці 1.1 наведено основні підходи до трактування категорії «асортиментна політика».

Основні цілі асортиментної політики є такими:

- зниження витрат, пов'язаних зі структурою асортименту; – збільшення оборотності товарних запасів;
- збільшення обсягів реалізації товарів за рахунок оптимізації структури асортименту;
- досягнення конкурентної переваги за рахунок більш привабливого асортименту;
- підвищення економічної стійкості підприємства;
- залучення нових споживачів та вихід на нові сегменти ринку [3].

Основні цілі асортиментної політики дослідили Кириченко С.О. та Половинка К. І., що зображено на рисунку 1.4.

Таблиця 1.1 – Основні підходи до розуміння категорії «асортиментна політика» [15]

Автор	Визначення
Г. Л. Багієв	Асортиментна політика – це важлива складова товарної політики, яка визначає оптимальний набір товарних груп, підгруп, видів, марок, а також встановлює оптимальне співвідношення між моделями та їх модифікаціями
О. М. Книшова	Асортиментна політика припускає певний набір дій або заздалегідь обміркованих методів і принципів діяльності, завдяки якому забезпечується наступність і цілеспрямованість дій по формуванню й керуванню асортиментами товарів
Б.Берман, Дж. Еванс	Асортиментна політика – це політика, суть якої полягає у визначенні номенклатури виготовляємих і реалізуємих товарів, продукції з урахуванням власних можливостей, можливостей постачальників і партнерів, потреб ринку, ступеня ризику, сезонності попиту, кон'юнктури та динаміки цін і ін.
Ф. Котлер	Асортиментна політика – це визначення (формування та підтримка оптимальної структури товарів, які виробляються та реалізуються з врахуванням поточних та майбутніх цілей підприємства
С.С. Гаркавенко	Асортиментна політика передбачає певний курс дій товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обґрунтованих принципів поведінки. Вона повинна забезпечити відповіді на питання з приводу формування асортименту та управління ним, підтримання конкурентоспроможності товарів на певному рівні, знаходженню для товарів оптимальних товарних сегментів, розробки та здійснення стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів
А.Ф. Баришев	Асортиментна політика – це політика, яка спрямована на формування оптимального товарного портфелю в умовах реальних ринків
С. В. Захаров	Асортиментна політика – це стратегічне формування товарного асортименту підприємства, а також управління та підтримка існуючих товарних груп
С. В. Близнюк	Асортиментна політика – політика щодо формування асортименту підприємства на цільових ринках, а також план подальшого керування та оптимізації його, виходячи з загроз та можливостей маркетингового середовища



Рисунок 1.4 - Основні цілі асортиментної політики [16]

Формування асортиментної політики підприємства спрямоване на максимальне задоволення попиту споживачів та забезпечення відповідних умов для прибуткової діяльності підприємства [3].

Етапи управління асортиментною політикою наведено на рисунку 1.5.



Рисунок 1.5 - Етапи управління асортиментною політикою [10]

Принципи формування асортиментної політики продемонстровано на рисунку 1.6.

Назва	Сутність
Посєднання	асортиментна стратегія повинна знаходитися у відповідності і сприяти розвитку збутової, цінової, комунікаційної та інших стратегіям розвитку компанії
Орієнтація на покупців	товар має відповідати потребам і очікуванням покупців
Розвиток	асортимент повинен змінюватися не тільки у відповідності з новими потребами, а й випереджаючи їх появу
Професіоналізм	управління асортиментом та оцінка його параметрів має здійснюватися професіоналом, тобто людиною, яка не тільки знає теоретичні основи управління асортиментом, але й має навички їх використання, а також має здатність аналітично мислити, здійснювати факторний аналіз і приймати виважені рішення
Ефективність	управління асортиментом має приносити свої плоди — збільшувати прибуток компанії; кожна асортиментна позиція повинна вносити свій вклад у збільшення маржинального прибутку і прибутковості підприємства

Рисунок 1.6 - Принципи формування асортиментної політики [10]

Підбір, планування та регулювання асортименту товарів здійснюється з використанням таких принципів:

- відповідності структури попиту споживачів сегментам діяльності підприємства;
- комплексності задоволення попиту споживачів у межах вибраної ніші сегменту споживчого ринку;
- забезпечення потрібної широти, глибини та сталості асортименту;
- забезпечення умов для отримання оптимального розміру прибутку [9].

Споживчий попит є основним фактором, який впливає на формування асортименту, і направлений на максимальне задоволення попиту населення і разом з цим – на активний вплив на попит в сторону його розширення. Формування асортименту, а також споживчий попит в своєму розвитку взаємозв'язані [17].

Суттєвим фактором формування асортименту являється ціна товару. Покупець обов'язково визначає для себе граничну ціну, або діапазон цін в межах якого він збирається заплатити за покупку. Відсутність в організації окремих товарів, їх вузький або нестабільний асортимент, що не відповідає запитам покупців, породжують незадоволений попит, збільшуючи витрати часу населення на пошук необхідних товарів, що негативно відбивається на економічній ефективності. Тому при формуванні асортименту товарів важливою вимогою є максимальне задоволення попиту покупців при мінімальних витратах часу на здійснення покупки і забезпечення ефективної роботи підприємства [18].

Відсутність асортиментної політики веде до нестійкої структури асортименту через вплив випадкових або змінних факторів, втрати контролю над конкурентоспроможністю і комерційною ефективністю товарів. Поточні рішення, які приймаються керівником в таких випадках, нерідко базуються виключно на інтуїції, а не на тверезому розрахунку з урахуванням довгострокових інтересів [19].

Вплив асортиментної політики на процеси функціонування та розвитку підприємства проілюстровано на рис. 1.7. Перший напрям – це задоволення споживчого попиту на продукцію виробництва. Він включає визначення реальних і перспективних потреб у продукції підприємства, розрахунок основних показників асортименту, оцінювання раціональності асортименту, збереження та розвиток зв'язків із традиційними споживачами продукції підприємства. Другий напрям стосується досягнення стратегічних цілей підприємства. До нього входять дії підприємств, пов'язані з формуванням виробничої програми підприємства, оновленням продукції, завантаженням виробничих потужностей, забезпеченням досягнення високих фінансових результатів та підвищенням конкурентоспроможності підприємства. Третій напрям – це взаємозв'язок асортиментної політики та стратегії підприємства. Як відомо, асортиментна політика впливає на розроблення стратегії підприємства, адже під час її формування визначаються нові виробничі цілі підприємства. Окрім цього, під час формування асортименту, розробляється цінова політика, вирішуються питання

зниження комерційних ризиків, забезпечення якості продукції, надання гарантій та сервісу [20].



Рисунок 1.7 - Схема впливу асортиментної політики підприємства на процеси його функціонування та розвитку [20]

Існує 4 види стратегії у сфері асортименту [21]:

1. Виключний асортимент-обслуговування всіх товарів одного виробника.
2. Глибокий асортимент-обслуговування всього «сімейства» певного товару, придбаного у багатьох виробників.
3. Широкий асортимент-обслуговування кількох видів взаємопов'язаних товарів, придбаних у багатьох виробників.
4. Змішаний асортимент - обслуговування безлічі не пов'язаних між собою видів товарів різних виробників.

Якщо в основу формування асортименту покладена стратегія його розширення і поглиблення, то вона потребує значно більших фінансових ресурсів, але дозволяє запропонувати покупцям дуже широкий асортимент товарів, які можна знайти тільки в цьому магазині.

Обираючи ширину і глибину асортименту товарів на основі розрахунку прибутковості, не слід розуміти занадто вузько рентабельність торгівлі - як різницю між обсягом реалізації кожного конкретного товару та його закупівельною ціною разом з витратами обігу. Ширший погляд на прибутковість торгівлі можна сформулювати таким чином: чи підвищиться рентабельність

торгівлі загалом, якщо буде прийняте рішення включити (виключити) даний товар з асортименту.

Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Чубакова А.А., Щавелева Ю.С., Мокляк М.В., Сафонов М.С., Максименко Є.М. [2,22,23] запропонували алгоритм формування асортиментної політики (рис. 1.8).

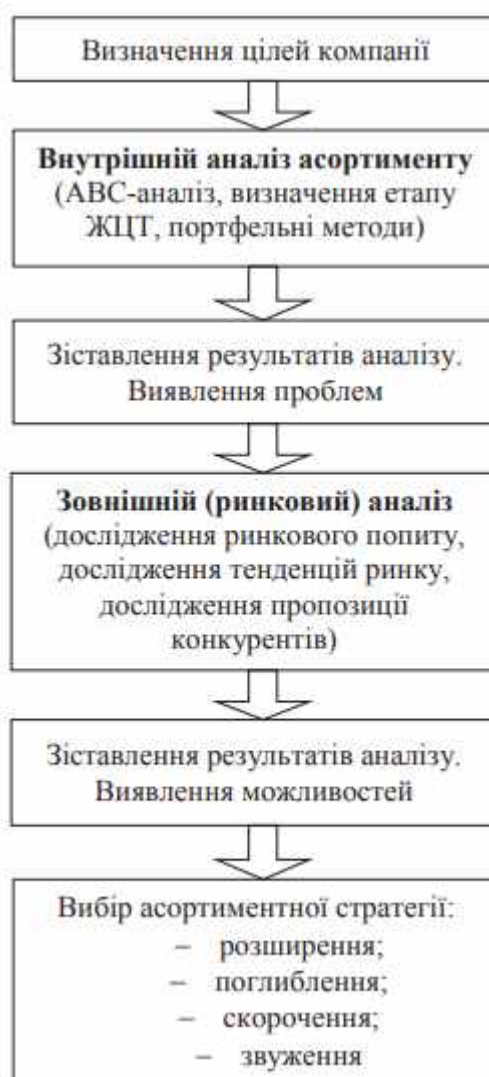


Рисунок 1.8 - Алгоритм формування асортиментної політики [23]

Таким чином, важливо зазначити, що асортиментна політика - це частина товарної політики підприємства, метою якої є задоволення попиту та отримання комерційного ефекту підприємства через вибір і реалізацію раціонального товарного асортименту [16,24].

Добре продумана асортиментна політика не лише дозволяє оптимізувати процес оновлення товарного асортименту, але й слугує керівництву підприємства

свого роду вказівником загальної спрямованості дій, дає змогу контролювати ситуації, які виникають в ході торговельної діяльності. За умови підвищення конкуренції серед учасників ринку, асортиментна політика торговельного підприємства відіграє роль каталізатора розвитку мережі та підвищення кількості задоволених споживачів.

Кириченко С. О., Половинка К. І. розглянувши основні принципи формування асортиментної політики, зауважили, що принцип стратегічної гнучкості є більш оптимальним у розрізі розвитку підприємства. Даний принцип дає можливість сконцентруватися на пріоритетних напрямках розвитку, гарантуючи сталість при незапланованих змінах на ринку [16].

2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА АСОРТИМЕНТУ ТОВ «ОМЕГА»

2.1 Загальна характеристика ТОВ «Омега»

ТОВ «Омега» має свою роздрібну мережу, представлену в Україні під брендом VARUS. Зараз VARUS налічує 103 супермаркетів у Дніпрі, Запоріжжі, Кам'янському, Києві, Кривому Розі, Марганці, Нікополі, Броварах, Вишгороді, Вишневому, Вільногірську, Долинській, Жовтих Водах, Новомосковську, Павлограді, Першотравенську та в смт. Магдалинівка, Петропалівка, Солоне, Царичанка [25].

ТОВ «Омега» є одним з провідних дистриб'юторів алкоголю на території України. Також, підприємство є надійним і перспективним діловим партнером показуючи сталий розвиток і налагоджену систему дистрибуції в регіонах України, власну логістику та автопарк. Адреса підприємства: місто Дніпро, вул. Панікахи, будинок 15. Засновники – Компанія «Вейгант Ентерпрайзіз Лімітед» Кіпр [26].

Види діяльності ТОВ «Омега»:

- 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами;
- 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування;
- 82.99 Надання інших допоміжних комерційних послуг;
- 81.21 Загальне прибирання будинків;
- 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки;
- 73.11 Рекламні агентства;
- 69.20 Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування;
- 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;
- 63.99 Надання інших інформаційних послуг;

- 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність;
- 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин;
- 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту;
- 52.10 Складське господарство;
- 47.99 Інші види роздрібною торгівлі поза магазинами;
- 47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет;
- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля;
- 46.33 Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами;
- 46.32 Оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами [27].

ТОВ «Омега» є ексклюзивним офіційним дистриб'ютором всесвітньо відомих алкогольних брендів, які включають в себе широкий спектр алкогольних напоїв, в тому числі віскі, коньяки, горілку, вермути, шампанське, джін, текілу, лікери, ром і вина, що пропонуються українським споживачам.

Підприємство здійснює безперервне вдосконалення робочих процесів, розширює сферу діяльності й пропонує інноваційні рішення щодо просування перспективних брендів. Стабільність і надійність ТОВ «Омега», як партнера, підтверджується довгостроковою репутацією з 2000 року на ринку України. Принципи ведення бізнесу підприємства включають прихильність корпоративним цінностям, що має на увазі орієнтованість на найкращі результати, а також стрімке просування і перемоги.

2.2 Дослідження українського ринку алкогольної продукції

Ринок алкогольних напоїв є одним з найбільш пріоритетних та бюджетоформуєчих галузей харчової промисловості в Україні. Це зумовлює й той факт, що держава регулює діяльність його суб'єктів та ринку в цілому як на

законодавчому рівні, так і за рахунок інших механізмів. Виробництво алкогольних напоїв в країні завжди характеризувалося високим рівнем конкуренції та приваблювало нових підприємців та інвесторів. Це пояснюється низкою причин, зокрема такими: усталені традиції споживання алкогольних напоїв, високий рівень попиту на продукцію, високий рівень рентабельності та ін. Все це забезпечує високий рівень якості продукції, підвищення інноваційної активності підприємств і т.д. Проте не зважаючи на переваги, сучасне вітчизняне підприємство щодня має реагувати на виклики, що формуються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі. До вже звичних підприємцям факторів впливу зовнішнього середовища (високий рівень конкуренції на ринку, зміни у законодавстві, нестабільний економічний та політичний стан в країні) у 2020 році вони мали адаптуватися та налагодити усі бізнес-процеси в умовах карантинних обмежень від пандемії SARS-CoV-2. Проте повномасштабне вторгнення російських військ в Україну у 2022 році стало ще більшим потрясінням для бізнесу та країни в цілому. Підприємці мали забезпечити не лише власну безпеку, а й можливість збереження або евакуацію бізнесу з окупованих регіонів або тих, де велися активні бойові дії. Все це вплинуло на ємність, структуру та стан ринку алкогольних напоїв у цілому [28].

Дослідження ринку алкогольної продукції виконано за даними Державної служби статистики (роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами (2017-2021 рр.)) [29]. За 2022-2023 рр. інформація на сайті не оновлювалася. Також при дослідженні використано джерела [30 - 47].

На рисунку 2.1 наведені данні роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі в Україні за товарною групою - алкогольні напої. Товарооборот в Україні алкогольних напоїв починаючи з 2017 року постійно зростає. За 2021 рік зростання склало 14,23%, за період 2017-2021 рр. загальне зростання 80,61%.

В товарну групу алкогольні напої входять: горілка та вироби лікеро-горілчані, напої слабоалкогольні, вина, коньяк, вина ігристі (шампанське), пиво. Розглянемо кожну групу окремо.

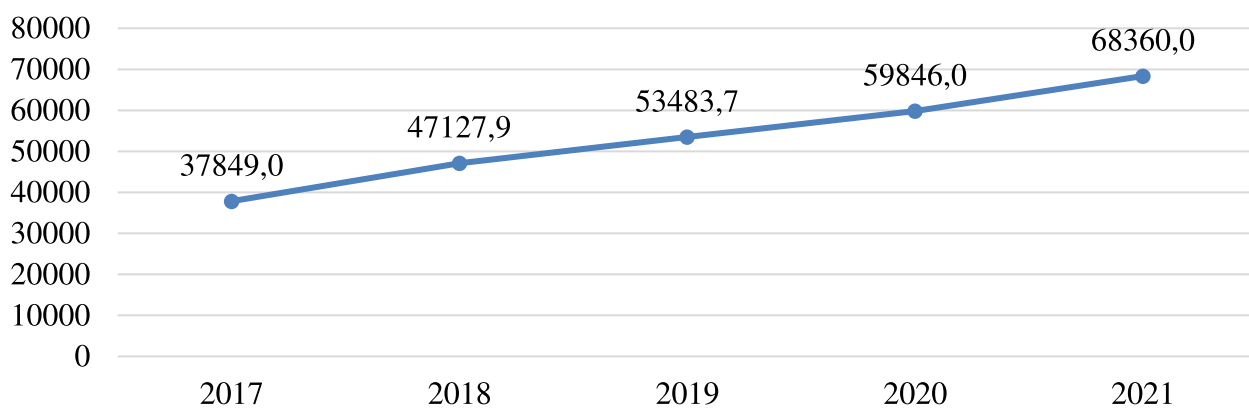


Рисунок 2.1 – Товарооборот підприємств роздрібної торгівлі в Україні за товарною групою - алкогольні напої за 2017-2021 рр., млн.грн.

[побудовано за даними 29]

На рисунку 2.2 наведено товарооборот підприємств роздрібної торгівлі в Україні за товарною групою - горілка та вироби лікєро-горілочані, який з 2017 року постійно зростає. За 2021 рік зростання 15,01%, за період 2017-2021 рр. загальне зростання склало 60,27%.

На рисунку 2.3 наведено товарооборот підприємств роздрібної торгівлі в Україні за товарною групою - напої слабоалкогольні, який також постійно зростає. За 2021 рік зростання 17,35%, за період 2017-2021 рр. загальне зростання становило 110,4%.

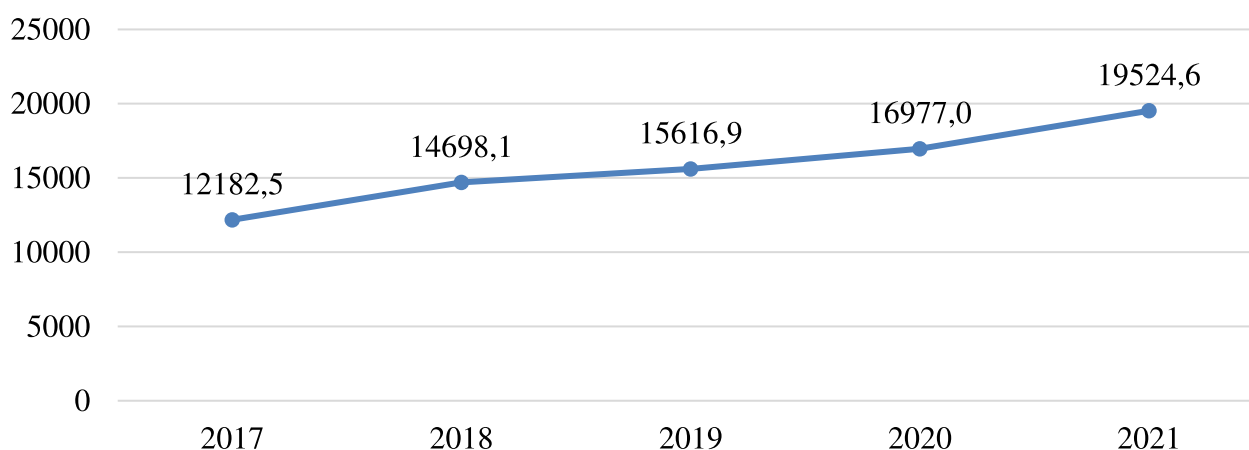


Рисунок 2.2 – Товарооборот підприємств роздрібної торгівлі в Україні за товарною групою - горілка та вироби лікєро-горілочані за 2017-2021 рр., млн.грн.

[побудовано за даними 29]

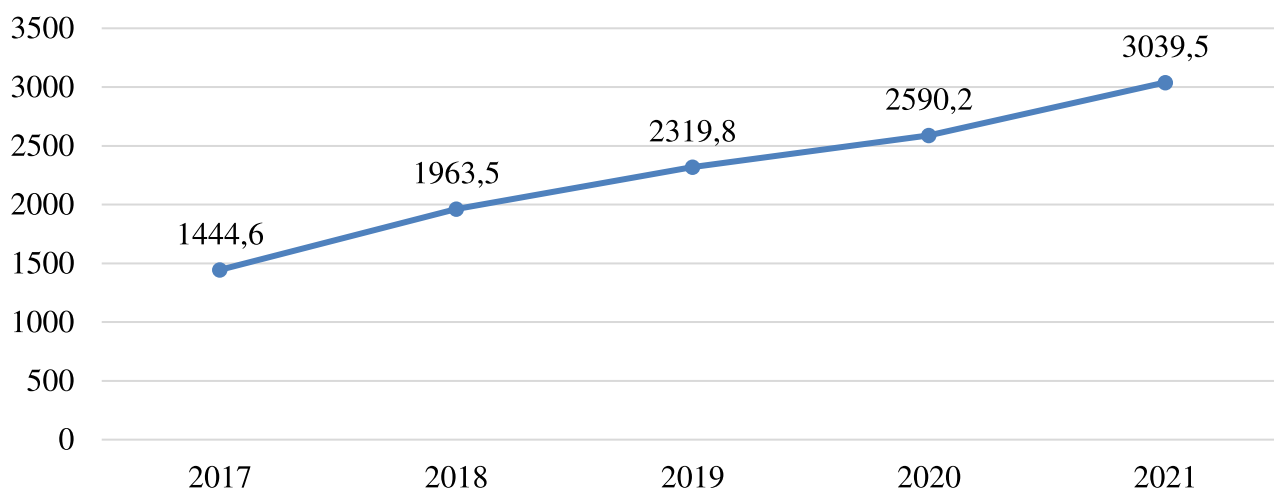


Рисунок 2.3 – Товарооборот підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - напої слабоалкогольні за 2017-2021 рр., млн.грн.

[побудовано за даними 29]

На рисунку 2.4 наведено товарооборот підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - вина. За винами товарооборот за 2021 рік зріс на майже 16%, за період 2017-2021 рр. загальне зростання склало 88,43%.

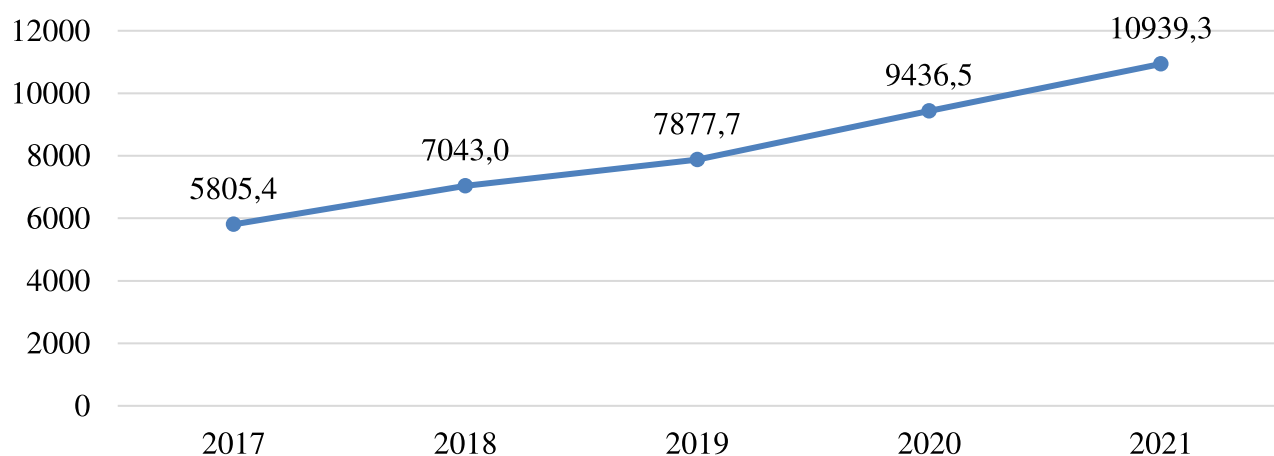


Рисунок 2.4 – Товарооборот підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - вина за 2017-2021 рр., млн.грн. [побудовано за даними 29]

На рисунку 2.5 наведені обсяги товарообороту підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - коньяк. Товарооборот коньяків за період 2017-2021 рр. зріс на 80,69%, за 2021 рік зростання становило майже 17%.

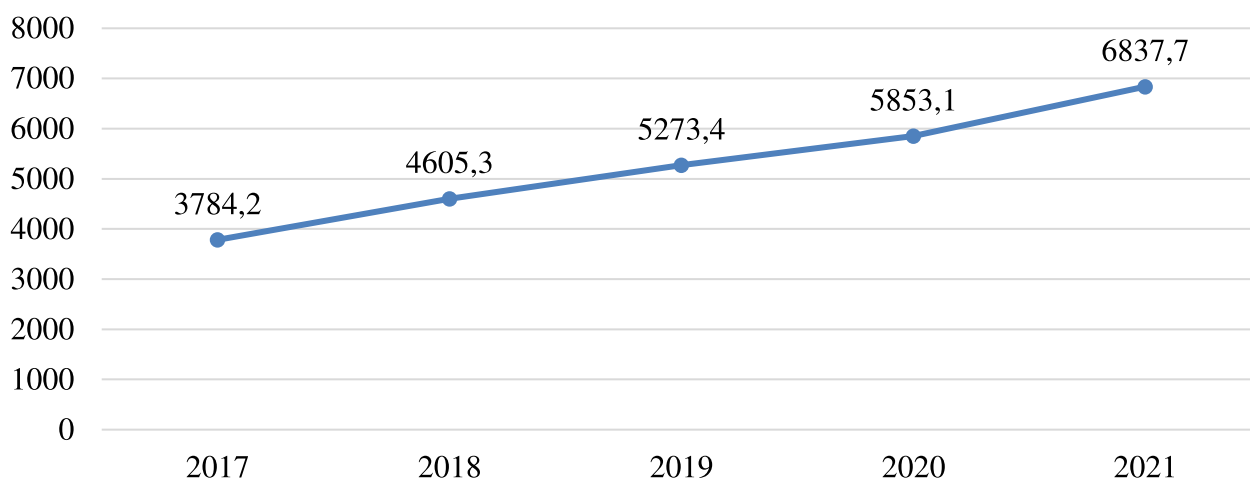


Рисунок 2.5 – Товарооборот підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - коньяк за 2017-2021 рр., млн.грн. [побудовано за даними 29]

На рисунку 2.6 наведено товарооборот підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - вина ігристі (шампанське). Товарооборот починаючи з 2017 року постійно зростає. За 2021 рік зростання 21,66%, за період 2017-2021 рр. загальне зростання склало 118,03%.

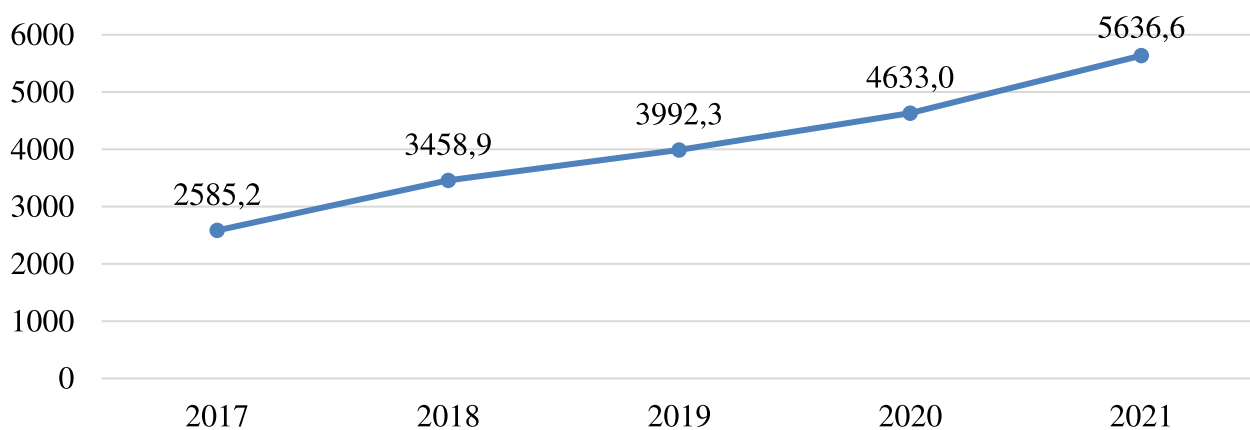


Рисунок 2.6 – Обсяги товарообороту підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - вина ігристі (шампанське) за 2017-2021 рр., млн.грн. [побудовано за даними 29]

На рисунку 2.7 наведені обсяги товарообороту підприємств роздрібною торгівлі в Україні за товарною групою - пиво. Товарооборот за 2021 рік зріс майже на 10%, за період 2017-2021 рр. загальне зростання склало 85,79%.

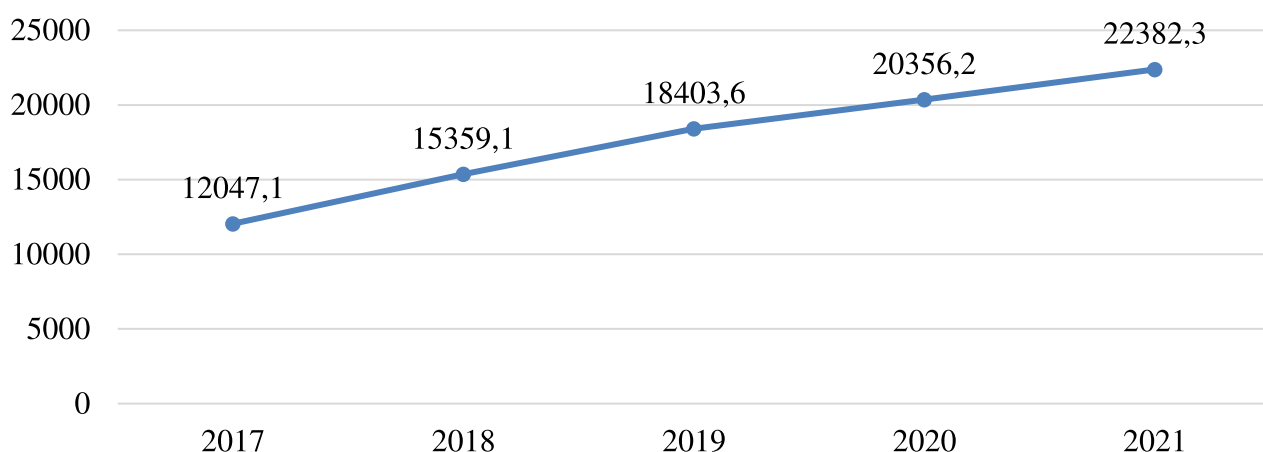


Рисунок 2.7 – Товарооборот підприємств роздрібної торгівлі в Україні за товарною групою - пиво за 2017-2021 рр., млн.грн. [побудовано за даними 29]

В таблиці 2.1 зведено статистичну інформацію та розраховано відхилення, темпи росту і темпи приросту.

Таблиця 2.1 - Товарооборот підприємств роздрібної торгівлі в Україні за алкогольною продукцією [побудовано за даними 29]

Найменування товарної групи	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Алкогольні напої, млн. грн	37849,0	47127,9	53483,7	59846,0	68360,0
$\Delta^{\text{л}}$		9279	6356	6362	8514
$T_{\text{р}}^{\text{л}}$		124,52	113,49	111,90	114,23
$T_{\text{пр}}^{\text{л}}$		24,52	13,49	11,90	14,23
Горілка та вироби лікеро-горілчані, млн. грн	12182,5	14698,1	15616,9	16977,0	19524,6
$\Delta^{\text{л}}$		2516	919	1360	2548
$T_{\text{р}}^{\text{л}}$		120,65	106,25	108,71	115,01
$T_{\text{пр}}^{\text{л}}$		20,65	6,25	8,71	15,01
Напої слабоалкогольні, млн. грн	1444,6	1963,5	2319,8	2590,2	3039,5
$\Delta^{\text{л}}$		519	356	270	449
$T_{\text{р}}^{\text{л}}$		135,92	118,15	111,66	117,35
$T_{\text{пр}}^{\text{л}}$		35,92	18,15	11,66	17,35

Кінець таблиці 2.1

Найменування товарної групи	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Вина, млн. грн	5805,4	7043,0	7877,7	9436,5	10939,3
$\Delta^{\text{л}}$		1237,6	834,7	1558,8	1502,8
$T_{\text{р}}^{\text{л}}$		121,32	111,85	119,79	115,93
$T_{\text{пр}}^{\text{л}}$		21,32	11,85	19,79	15,93
Коньяк, млн. грн	3784,2	4605,3	5273,4	5853,1	6837,7
$\Delta^{\text{л}}$		821,1	668,1	579,7	984,6
$T_{\text{р}}^{\text{л}}$		121,70	114,51	110,99	116,82
$T_{\text{пр}}^{\text{л}}$		21,70	14,51	10,99	16,82
Вина ігристі (шампанське), млн. грн	2585,2	3458,9	3992,3	4633,0	5636,6
$\Delta^{\text{л}}$		874	533	641	1004
$T_{\text{р}}^{\text{л}}$		133,80	115,42	116,05	121,66
$T_{\text{пр}}^{\text{л}}$		33,80	15,42	16,05	21,66
Пиво, млн. грн	12047,1	15359,1	18403,6	20356,2	22382,3
$\Delta^{\text{л}}$		3312	3045	1953	2026
$T_{\text{р}}^{\text{л}}$		127,49	119,82	110,61	109,95
$T_{\text{пр}}^{\text{л}}$		27,49	19,82	10,61	9,95

Частки продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів за групами (вироблених в Україні) представлені на рисунках: алкогольні напої (рис. 2.8), горілка та вироби лікєро-горілочані (рис. 2.9), напої слабоалкогольні (рис. 2.10), вина (рис. 2.11), коньяк (рис. 2.12), вина ігристі (шампанське) (рис. 2.13), пиво (рис. 2.14).

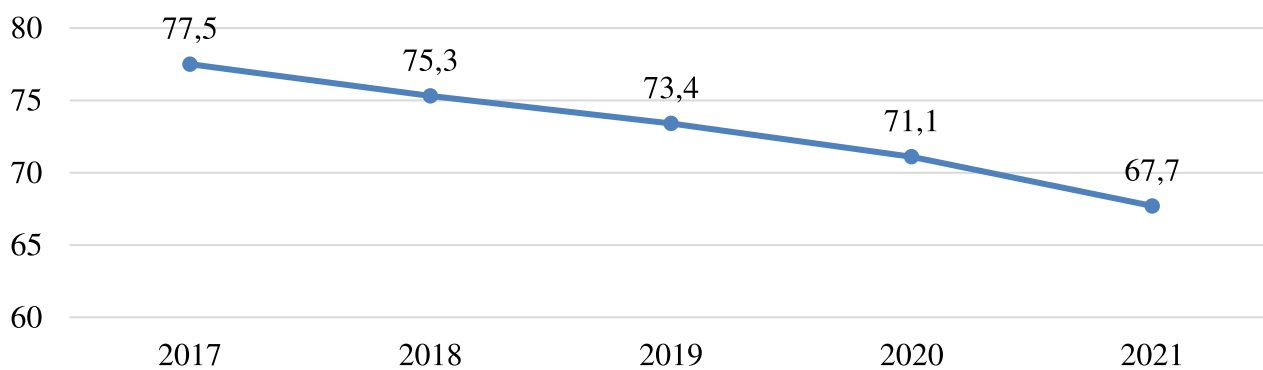


Рисунок 2.8 – Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів торговельної групи - алкогольні напої (вироблених в Україні) за 2017-2021 рр., %

[побудовано за даними 29]

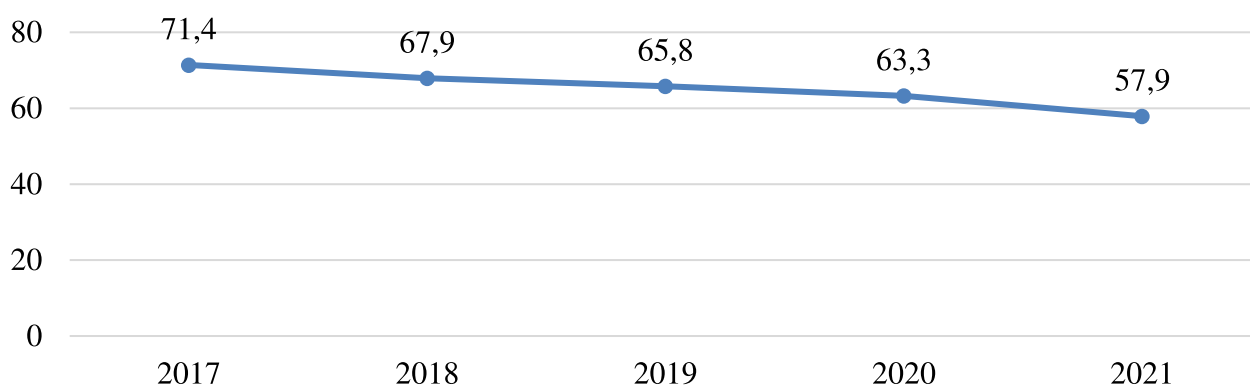


Рисунок 2.9 – Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів торгової групи - горілка та вироби лікєро-горілочні (вироблених в Україні) за 2017-2021 рр., % [побудовано за даними 29]

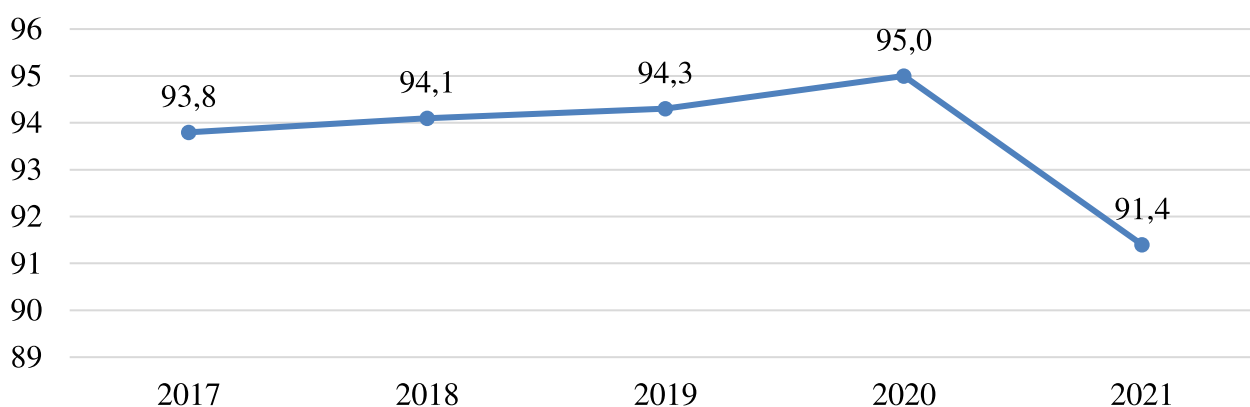


Рисунок 2.10 – Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів торгової групи - напої слабоалкогольні (вироблених в Україні) за 2017-2021 рр., % [побудовано за даними 29]

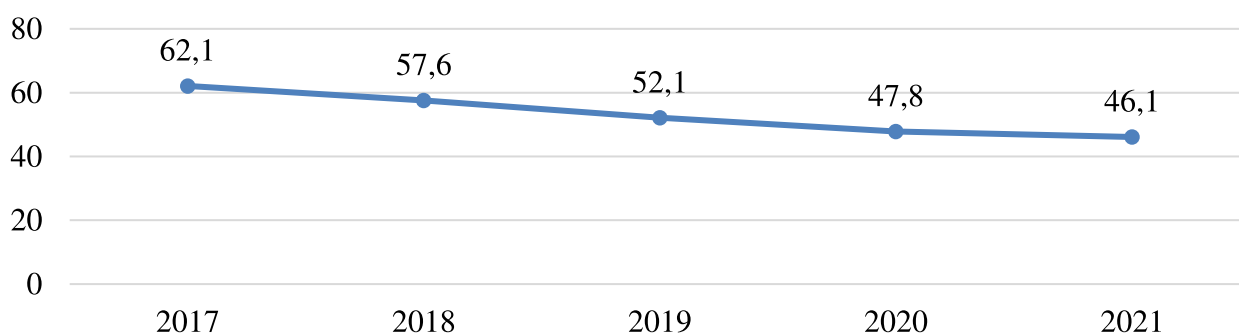


Рисунок 2.11 – Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів торгової групи - вина (вироблених в Україні) за 2017-2021 рр., % [побудовано за даними 29]

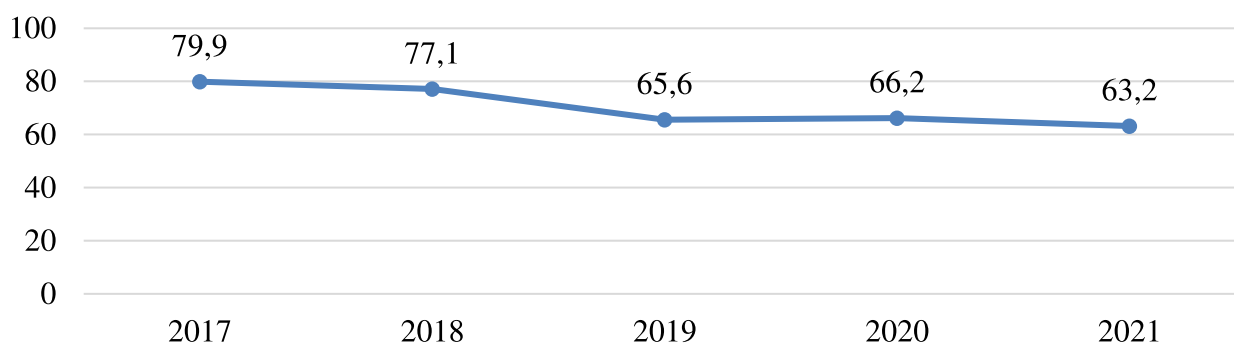


Рисунок 2.12 – Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів
торгової групи - коньяк (вироблених в Україні) за 2017-2021 рр., %
[побудовано за даними 29]

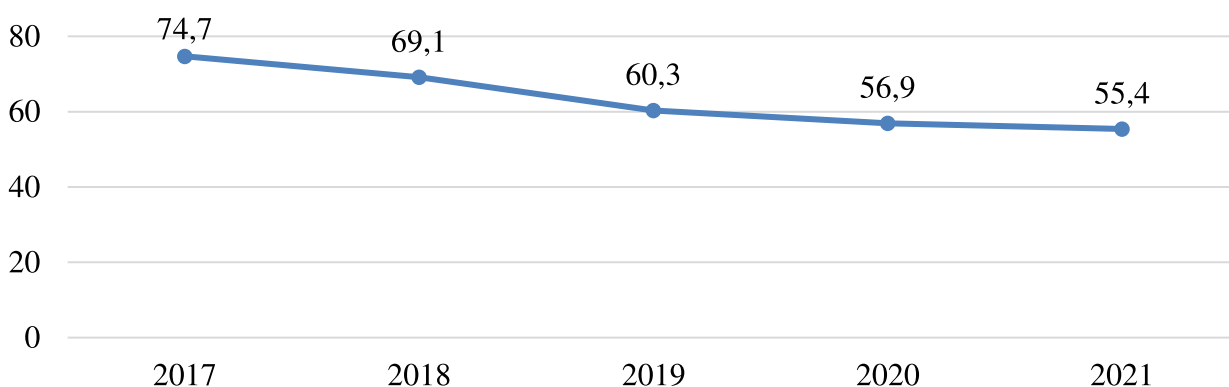


Рисунок 2.13 – Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів
торгової групи - вина ігристі (шампанське) (вироблених в Україні)
за 2017-2021 рр., % [побудовано за даними 29]

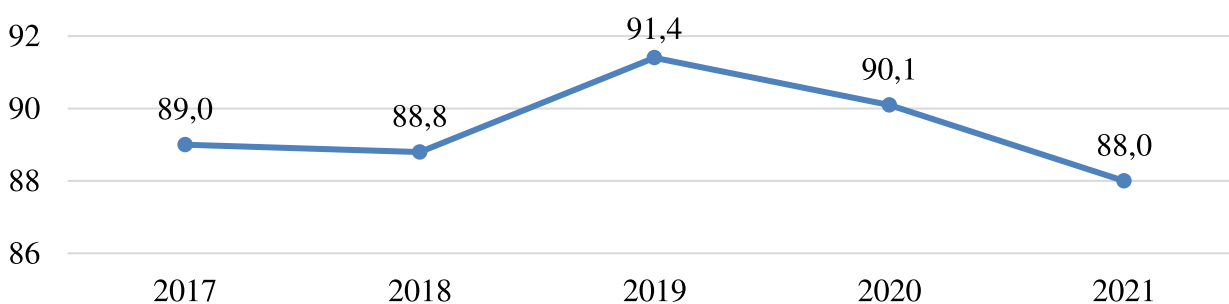


Рисунок 2.14 – Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів
торгової групи - пиво (вироблених в Україні)
за 2017-2021 рр., % [побудовано за даними 29]

За даними рисунків 2.8 - 2.14 більша частина алкогольних напоїв, вироблених в Україні, реалізується в Україні, станом на 2021 рік - 67,7%. Більше половини, майже 58%, горілки та виробів лікєро-горілочаних, реалізується в Україні. Майже всі напої слабоалкогольні, які вироблені в Україні, реалізуються в середині країни – 91,4%. Менше ніж половина, тільки 46,1%, вина яке виготовлено в Україні і реалізується в Україні. 63,2% коньяку, виготовленого в Україні реалізується в середині країни. 55,4% вин ігристих, які виготовляють в Україні реалізуються в середині країни.

Майже все пиво, яке вироблено в Україні, реалізуються вітчизняному споживачеві – 88%. Продукція вітчизняного виробництва домінує на ринку пива в Україні, становлячи близько 90% його обсягу. Українське пиво нічим не поступається імпортним аналогам, але коштує набагато дешевше. Завдяки конкурентоспроможній якості та привабливій ціні напою, виробники мають можливість виходити на закордонні ринки пива, отримуючи додаткові ресурси для розвитку. Аналіз ринку пива в Україні свідчить про значні збитки, завдані його розвитку після початку повномасштабного вторгнення Росії. Наслідками впливу негативних факторів війни у 2022 році стали:

- зникнення з ринку пива в Україні обсягів виробництва підприємств, що опинилися на окупованій території чи районах активних бойових дій;
- скорочення продажів продукції через зниження доходів населення, зменшення споживчої аудиторії, встановлення тимчасових обмежень на реалізацію алкоголю [37].

Споживчий аналіз ринку пива в Україні в період війни показує, що дешеве пиво залишається найдоступнішим видом алкоголю в нашій країні. Міцні напої стали надмірно дорогими для українців, що втратили доходи, тому багато з них перейшли на доступніше пиво. Водночас популярність дорожчого крафту на ринку пива в Україні значно впала порівняно з минулими роками. Так, якщо 0,33 літри крафтового пива коштує в середньому 53,9 грн, то 2,5 літри «Львівського 1715» можна купити за 40 гривень [37].

Динаміка обсягів продажів та частки українських товарів на внутрішньому

ринку алкогольних напоїв відповідно досліджень К.С. Зайченко, А.П. Болховської [28] узагальнено на рисунку 2.15.



Рисунок 2.15 - Динаміка обсягів продажів та частки українських товарів на внутрішньому ринку алкогольних напоїв [28]

К.С. Зайченко та А.П. Болховська зазначають позитивну динаміку першого показника та негативну другого. Щодо збільшення обсягу продажів алкогольних напоїв - воно відбувається за рахунок впливу багатьох факторів, негативна динаміка частки товарів алкогольної продукції, виготовленої на внутрішньому ринку України, свідчить про зменшення ділової активності вітчизняних підприємств, що почалося ще до повномасштабного вторгнення російських військ на територію України та пояснюється низкою причин. Основна - виробництво контрафактної горілчаної продукції на напівлегальних підприємствах в країні, рівень якого перевищив рівень виробництва легальної, а також податкова політика України щодо підвищення акцизів, що й стимулювало розвиток тіньових виробників продукції [28].

Відповідно до результатів опитування, проведеного Соціологічною групою Рейтинг [31], 66% опитаних українців вживають алкогольні напої; 33 %

респондентів вживають його рідше, ніж раз на місяць, 26 % – кілька разів на місяць, 7 % – кілька разів на тиждень, 1 % – кожного дня. Водночас 32 % респондентів алкогольних напоїв не вживають взагалі. Щодо найбільш популярних алкогольних напоїв серед українців (див. рисунок 2.16), до них належать вино та пиво – 36 та 29 % відповідно. Серед інших видів також горілка (20 %), коньяк (17 %), домашні вина та настойки (14 %), шампанське та ігристі вина (12 %), віскі (7 %), самогон (6 %). Частка інших видів алкогольних напоїв, зокрема таких як сидр, ром, наливки чи настоянки, вермут, коктейлі, джин та лікери, складає 1–2 %.

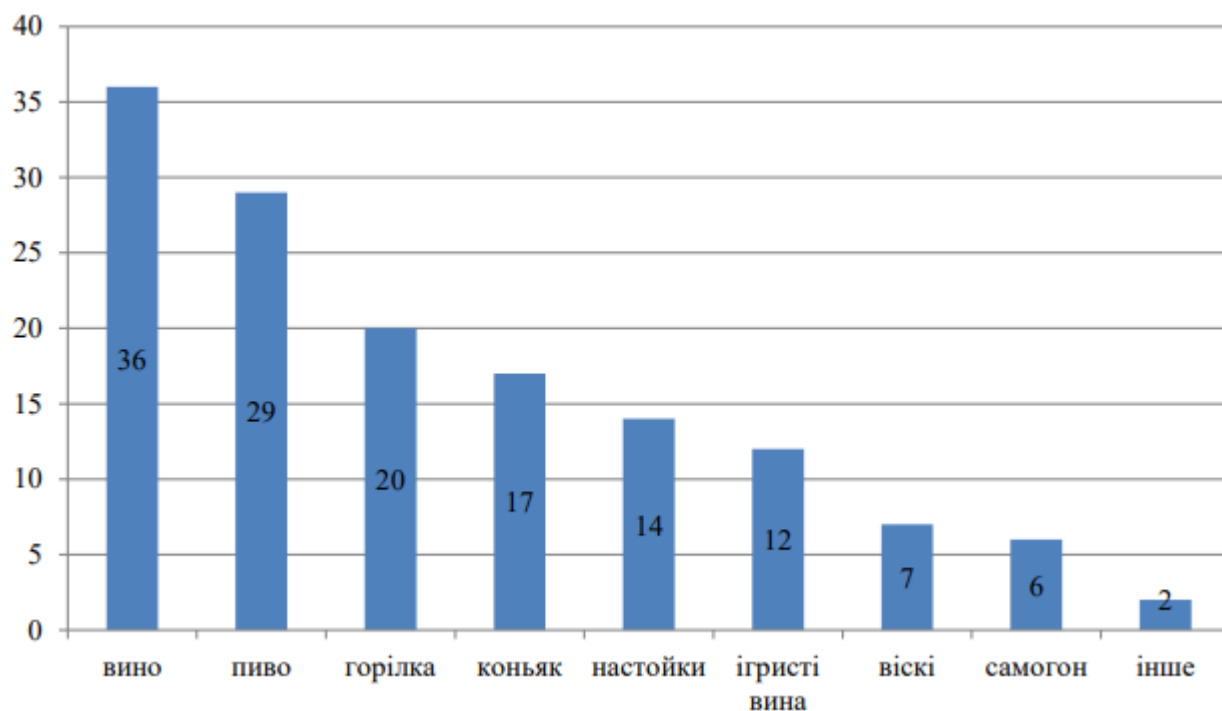


Рисунок 2.16 - Структура споживання алкогольних напоїв [28, 32]

У період військового стану у 2022 році різко обвалилися продажі всіх видів алкогольних напоїв, у тому числі продукції ринку вина в Україні. Так, у січні-червні 2022 року наші співвітчизники купили менше, ніж за аналогічний період 2021-го: пива – на 34%, горілки – на 53%, коньяку – на 66%, вина – на 58%. Найбільшою мірою в даний період на ринку вина в Україні скоротилися продажі ігристих вин – на 67%. Такому різкому спаду сприяли:

- повна заборона продажу алкогольних напоїв в Україні з кінця лютого до

початку квітня 2022 року, а після його скасування – обмеження реалізації алкоголю у вечірній та нічний час;

- зміна моделі поведінки значної частини споживачів у магазинах – прагнення купувати лише необхідні та дешеві товари; зниження кількості спонтанних придбань алкоголю [36].



Рисунок 2.17 - Структура споживання алкогольних напоїв за походженням [35]

Компанія Pro-Consulting в дослідженні виявила ключові фактори впливу на споживання алкоголю на глобальних ринках, що ляжуть в основу стійкості галузі в майбутньому – розвиток електронної комерції, сильний бренд торгової марки, зростання споживання алкоголю в домашніх умовах та потреба в адаптації/модернізації продуктів до різноманітних викликів. Ключовою можна назвати тенденцію до відновлення ринку алкогольних напоїв преміум-класу, адже алкоголь стає доступною розкішшю для тих, хто готовий витратити [35].

За умов зменшення темпів приросту ринку міцних алкогольних напоїв (його вирівнювання до рівня до пандемічних обмежень), ринок лікерів та настоянок, за попередньою оцінкою, має зростати швидшими темпами, ніж ринок міцних алкогольних напоїв. Цей ріст спричинений переорієнтацією на імпорتنний сегмент та перерозподіл ємності ринку на користь імпортової продукції.

На українському ринку присутні глобальні тренди, такі як зростання ролі електронної комерції, невизначеність впливу карантинних обмежень на споживання міцних алкогольних напоїв, державна регуляторна політика по боротьбі з зловживанням спиртними напоями шляхом підвищення відпускно-оптових та роздрібних цін, регуляторні обмеження на маркетинг алкогольних напоїв, підвищення купівельної спроможності населення через карантинні обмеження та поступова зміна звичок споживання алкоголю [35].

Сьогоднішній стан ринку вина в Україні можна визначити як тяжкий. Вплив політичної та економічної ситуації ставить під загрозу бізнес, який розвивався роками. На українському ринку виноробства виробництво скорочується катастрофічно швидко. До основних причин спаду виробництва та споживання вина в Україні можна віднести:

1) зниження купівельної спроможності українського населення, особливо в низькому та середньому ціновому сегменті. Мова йде про сегмент ринку вина вартістю близько 50 грн. На думку експертів, покупець, який купував вино три рази на місяць, тепер робить це один раз на 30 днів;

2) воєнні дії на території України, через які основні регіони виноробства, а саме Миколаївська та Херсонська області, знаходяться під окупацією.

3) заборона на споживання алкоголю та часові обмеження, які продовжують тривати на сьогоднішній день [36]

**Найкращі марки вітчизняного та імпортного вина
за версією українських споживачів в 2022 році**

Вітчизняні марки			Імпортні марки		
Місце	Назва марки	Кількість балів	Місце	Назва марки	Кількість балів
1	Fratelli	5	1	Bugeuli	5
2	Grande Vallée	5	2	Cantina De Castelnuovo	5
3	Коблево	5	3	Старый Тбилиси	5
4	Inkerman	3,75	4	Badagoni	2,5
5	Monte Cote	3,75	5	Baron Philippe de Rothschild	2,5
6	PAVA	2,5	6	Bodrog Varhegy	2,5
7	Шабо	2,5	7	Bostavan	2,5

Джерело: за даними Favor, оцінка Pro-Consulting

Рисунок 2.18 – Найкращі марки вина [36]

Pro-Consulting називає 2021 рік високоприбутковим для алкогольної індустрії. Зараз на ринку спостерігається падіння як споживання, так і виробництва, що з високою долею імовірності, продовжиться у 2023 році. Пройде час, поки ринок почне відновлюватися і демонструвати зростання. Для цього повинні виникнути відповідні умови – припинення війни, стабілізація економіки, повернення територій та людей, які тимчасово виїхали з країни. Рівень продажів та виробництва буде напряму залежати від військових дій та економічної ситуації. Галузь демонструватиме поступове відновлення, проте ця динаміка буде набагато нижчою у порівнянні з 2021 роком. Оптимістичним сценарієм є налагодження логістичних ланцюгів та запуск роботи всіх виробничих ліній, які працювали в довоєнний період. На повернення до споживчих показників 2021 року в регіонах, в яких активні бойові дії закінчились наприкінці березня, буде потрібно близько 2 років [40].



Джерело: оцінка Pro-Consulting

Рисунок 2.19 – Прогноз споживання алкогольних напоїв [40]

Слід зазначити про набуття чинності Закону «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо спрощення умов виробництва дистилатів суб'єктами малого підприємництва» (реєстраційний номер 3193-IX, від 29.06.2023 р.), подія, що здатна припинити в Україні нелегальне виготовлення алкоголю [41].

2.3 Економічна характеристика ТОВ «Омега»

Показники діяльності підприємства за 2019-2023 рр. наведені в таблиці 2.2. В Додатку А наведено фінансову звітність підприємства [27].

Таблиця 2.2 – Основні показники діяльності ТОВ «Омега» [побудовано за даними 27]

Показники	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	11027752	12964875	13704907	14578554	17514376
Δ^l	-	1937123	740032	873647	2935822
T^l_p	-	117,57	105,71	106,37	120,14
$T^l_{пр}$	-	17,57	5,71	6,37	20,14
Середня чисельність персоналу, осіб	6839	6842	6932	7000	7005
Δ^l	-	3	90	68	5
T^l_p	-	100,04	101,32	100,98	100,07
$T^l_{пр}$	-	0,04	1,32	0,98	0,07
Фонд оплати праці, тис. грн.	385536	536686	633964	682471	712 563
Δ^l	-	151150	97278	48507	30092
T^l_p	-	139,21	118,13	107,65	104,41
$T^l_{пр}$	-	39,21	18,13	7,65	4,41
Середня заробітна плата 1 працюючого, грн.	4697,76	6536,66	7621,23	8124,65	8476,84
Δ^l	-	1 838,90	1 084,56	503,43	352,18
T^l_p	-	139,14	116,59	106,61	104,33
$T^l_{пр}$	-	39,14	16,59	6,61	4,33

Продовження таблиці 2.2

Показники	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Продуктивність праці 1 працюючого в міс., грн.	134373,35	157907,96	164754,12	173554,21	208355,65
Δ^l	-	23 534,61	6 846,17	8 800,09	34 801,44
T^l_p	-	117,51	104,34	105,34	120,05
$T^l_{пр}$	-	17,51	4,34	5,34	20,05
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) тис. грн	9406612	10830744	11304421	12116644	14506598
Δ^l	-	1424132	473677	812223	2389954
T^l_p	-	115,14	104,37	107,19	119,72
$T^l_{пр}$	-	15,14	4,37	7,19	19,72
Валовий прибуток, тис.грн	1621140	2134131	2400486	2461910	3007778
Δ^l	-	512991	266355	61424	545868
T^l_p	-	131,64	112,48	102,56	122,17
$T^l_{пр}$	-	31,64	12,48	2,56	22,17
Інші операційні доходи, тис.грн	111173	55998	149153	123241	156582
Δ^l	-	-55 175	93 155	-25 912	33 341
T^l_p	-	50,37	266,35	82,63	127,05
$T^l_{пр}$	-	-49,63	166,35	-17,37	27,05
Адміністративні витрати, тис. грн.	209191	276038	338963	286581	418374
Δ^l	-	66847	62925	-52382	131793
T^l_p	-	131,96	122,80	84,55	145,99
$T^l_{пр}$	-	31,96	22,80	-15,45	45,99
Витрати на збут, тис. грн.	1281022	1439927	1709792	1839043	2154676
Δ^l	-	158 905	269 865	129 251	315 633
T^l_p	-	112,40	118,74	107,56	117,16
$T^l_{пр}$	-	12,40	18,74	7,56	17,16
Інші операційні витрати, тис. грн.	32159	13326	26070	106284	55561
Δ^l	-	-18833	12744	80214	-50723
T^l_p	-	41,44	195,63	407,69	52,28
$T^l_{пр}$	-	-58,56	95,63	307,69	-47,72
Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн.	209941	460838	474814	353243	535749
Δ^l	-	250897	13976	-121571	182506
T^l_p	-	219,51	103,03	74,40	151,67
$T^l_{пр}$	-	119,51	3,03	-25,60	51,67
Інші доходи, тис.грн.	12966	29187	34484	146910	193879
Δ^l	-	16221	5297	112426	46969
T^l_p	-	225,10	118,15	426,02	131,97
$T^l_{пр}$	-	125,10	18,15	326,02	31,97

Кінець таблиці 2.2

Показники	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Фінансові витрати, тис. грн	189247	305135	355092	437043	476868
$\Delta^л$	-	115888	49957	81951	39825
$T_p^л$	-	161,24	116,37	123,08	109,11
$T_{пр}^л$	-	61,24	16,37	23,08	9,11
Інші витрати, тис.грн.	0	42928	15369	107430	61182
$\Delta^л$	-	42928	-27559	92061	-46248
$T_p^л$	-	0	35,80	699,00	56,95
$T_{пр}^л$	-	0	-64,20	599,00	-43,05
Фінансовий результат до опода	33660	141962	138837	-44320	191578
$\Delta^л$	-	108302	-3125	-183157	235898
$T_p^л$	-	421,75	97,80	-31,92	-432,26
$T_{пр}^л$	-	321,75	-2,20	-131,92	-532,26
Чистий фінансовий результат:	959	115758	94594	-41568	140735
$\Delta^л$	-	114799	-21164	-136162	182303
$T_p^л$	-	12070,70	81,72	-43,94	-338,57
$T_{пр}^л$	-	11970,70	-18,28	-143,94	-438,57

Розглянемо динаміку показника чистого доходу (рис. 2.20), який зростає протягом досліджуваного періоду. У 2022 році цей показник був 14578554 тис. грн., у 2023 році значення цього показника 17514376 тис.грн., зростання становило 2935822 тис.грн., або 20,14%.

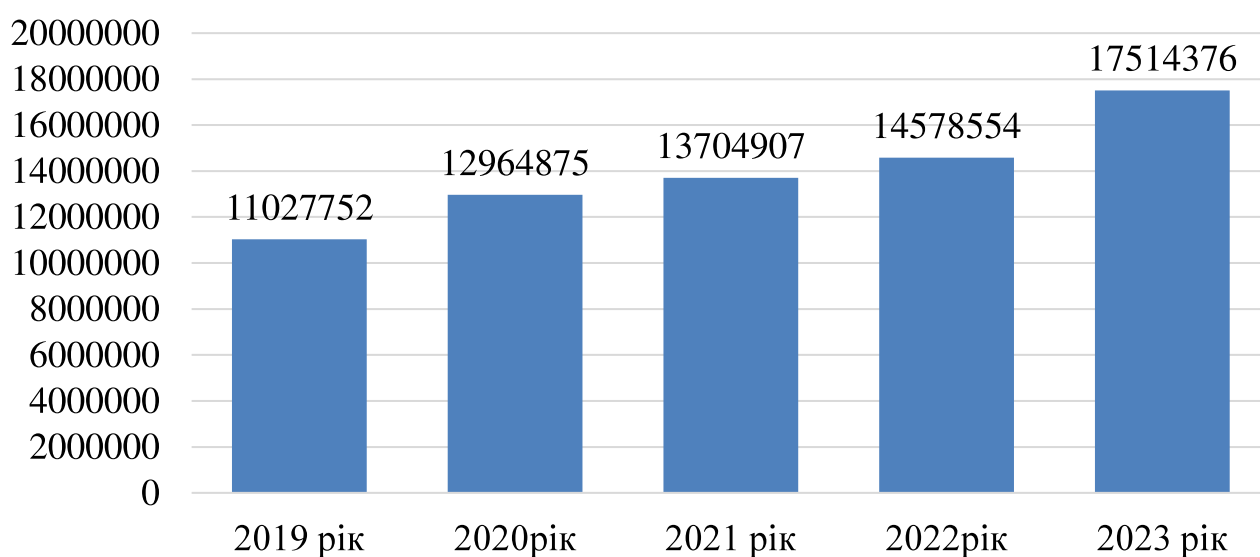


Рисунок 2.20 – Динаміка чистого доходу від реалізації продукції
ТОВ «Омега», тис.грн

Розглянемо динаміку чисельності персоналу (рис. 2.21). З 2019 року відбувається зростання середньої чисельності персоналу: з 6839 осіб у 2019 році до 7005 осіб у 2023 році. Зростання за весь період – 2,43%.

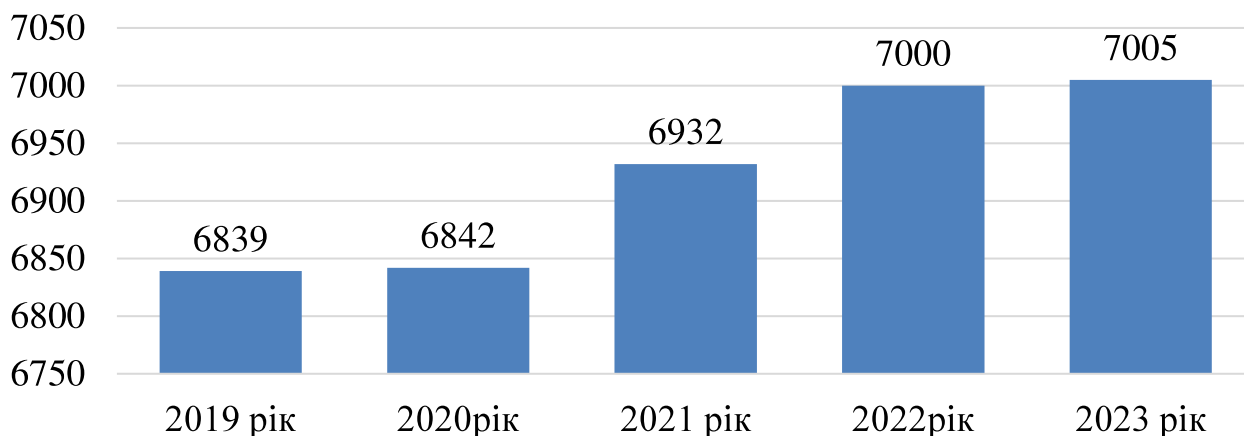


Рисунок 2.21 – Динаміка чисельності персоналу на ТОВ «Омега», осіб

На рисунку 2.22 наведено динаміку фонду оплати праці на ТОВ «Омега». Протягом досліджуваного періоду відбувається постійне зростання показника. У 2023 році значення 712563 тис. грн. Зростання за період 2019-2023 рр. – майже в 2 рази, за останній рік – 4,41%.

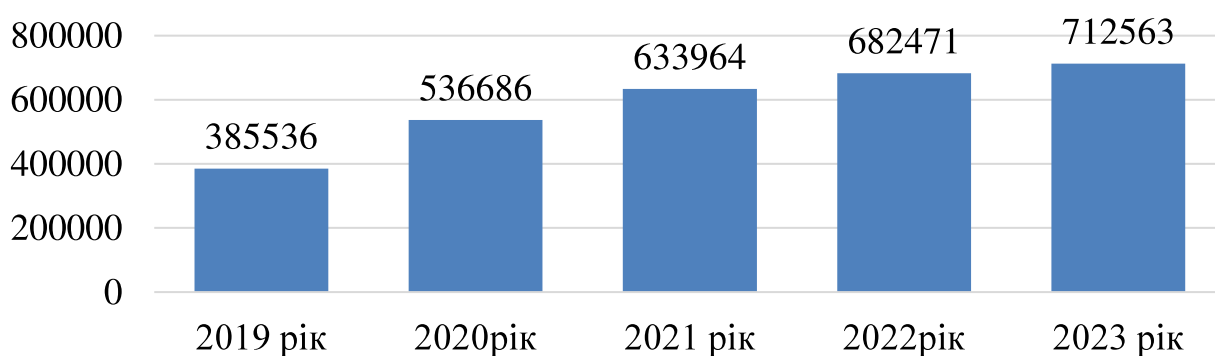


Рисунок 2.22 – Динаміка фонду оплати праці на ТОВ «Омега», тис.грн.

На рисунку 2.23 показано динаміку середньої заробітної плати на 1 працюючого підприємства ТОВ «Омега». У 2019 році середня заробітна плата становила 4697,76 грн., у 2023 році – 8476,84 грн.

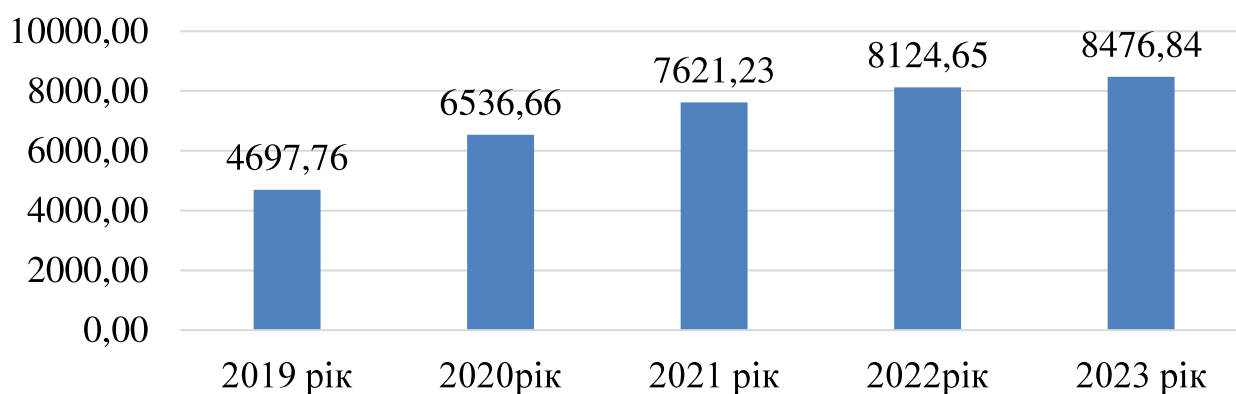


Рисунок 2.23 – Динаміка середньої зарплатної плати на ТОВ «Омега», грн

Динаміку продуктивності праці 1 працюючого в міс. на ТОВ «Омега» продемонстровано на рисунку 2.24. Починаючи з 2019 року показник зростає, у 2019 році дорівнював 134373,35 грн., у 2023 році 208355,65 грн. Зростання за увесь період – 55,06%, за останній рік – 20,05%.

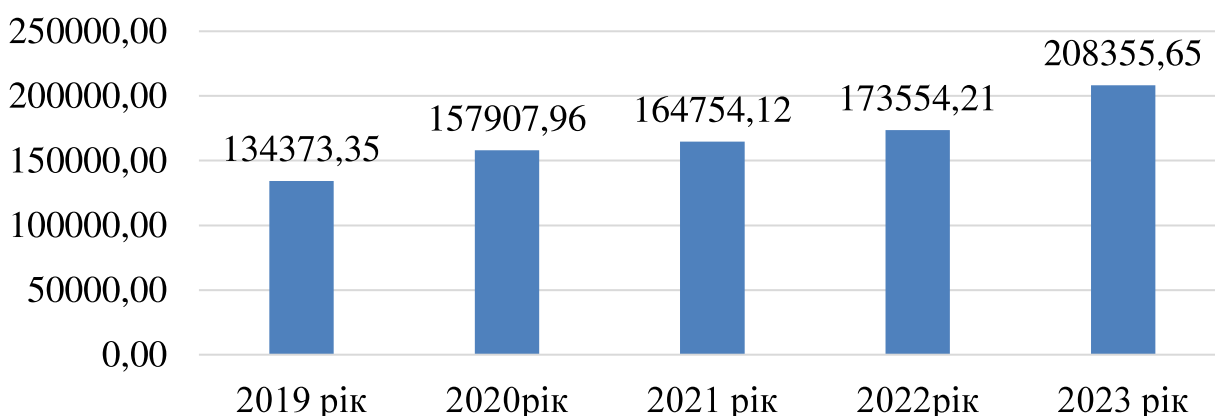


Рисунок 2.24 – Динаміка продуктивності праці 1 працюючого на ТОВ «Омега», грн

На рисунку 2.25 наведено динаміку валового прибутку ТОВ «Омега». На протязі досліджуваного періоду підприємство є прибутковим за цим показником, тенденція зростання цього показника. У 2019 році значення 1621140 тис. грн., у 2023 році 3007778 тис. грн. Зростання за увесь період – на 85,53%, за останній рік – на 22,17%.

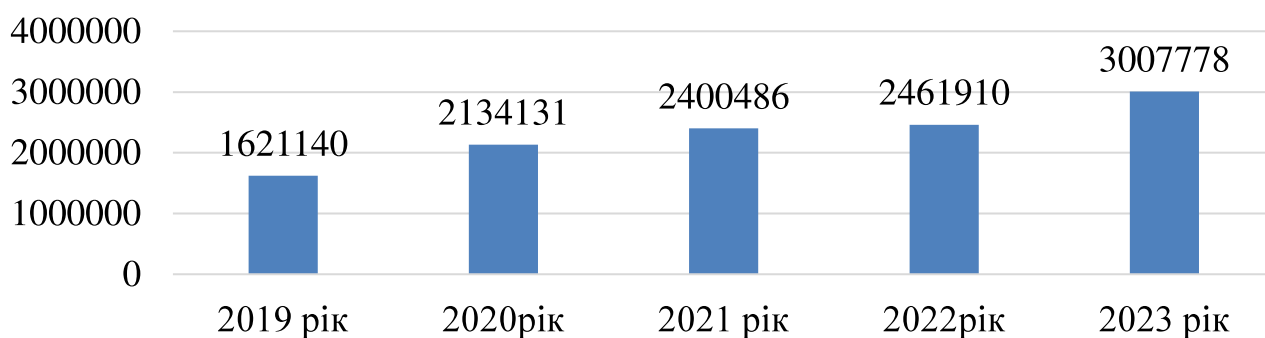


Рисунок 2.25 – Динаміка валового прибутку ТОВ «Омега», тис.грн

Собівартість реалізованої продукції показана на рисунку 2.26. Починаючи з 2019 року вона зростає, у 2019 році становила 9406612 тис. грн, у 2023 році набула значення 14506598 тис.грн. Зростання за увесь період – на 54,22%, за останній рік – на майже 20%.

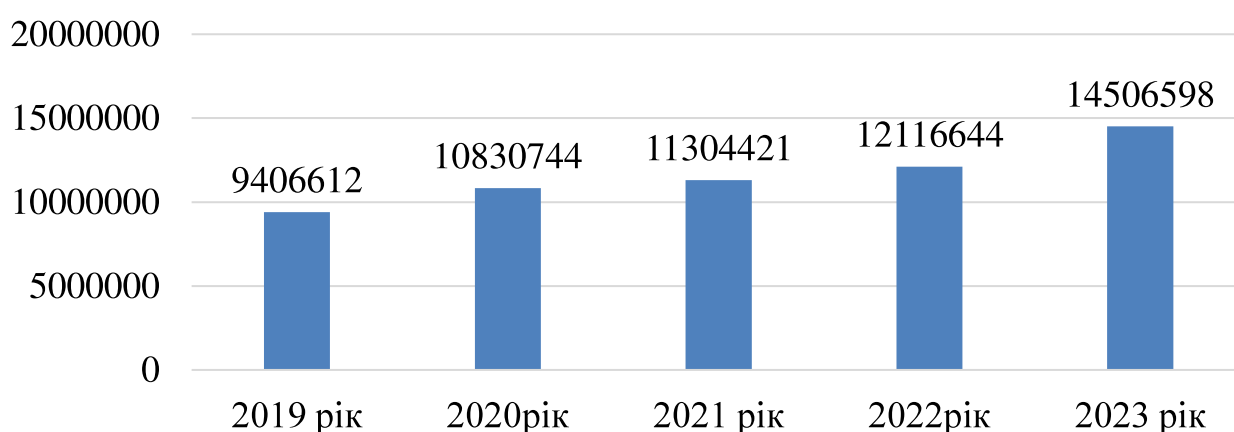


Рисунок 2.26 – Собівартість реалізованої продукції ТОВ «Омега», тис.грн.

У 2023 році інші операційні доходи складають 156582 тис.грн (рис. 2.27). Зростання за 2023 рік 27,05%.

На рисунку 2.28 наведено динаміку витрат підприємства ТОВ «Омега». Основні та найбільші витрати складають витрати на збут. У 2023 році цей показник найбільший - 2154676 тис.грн.

На рисунку 2.29 наведено чистий фінансовий результат діяльності підприємства ТОВ «Омега». У 2023 році підприємство отримало чистий прибуток 140735 тис.грн. В 2022 році підприємство було збитковим.

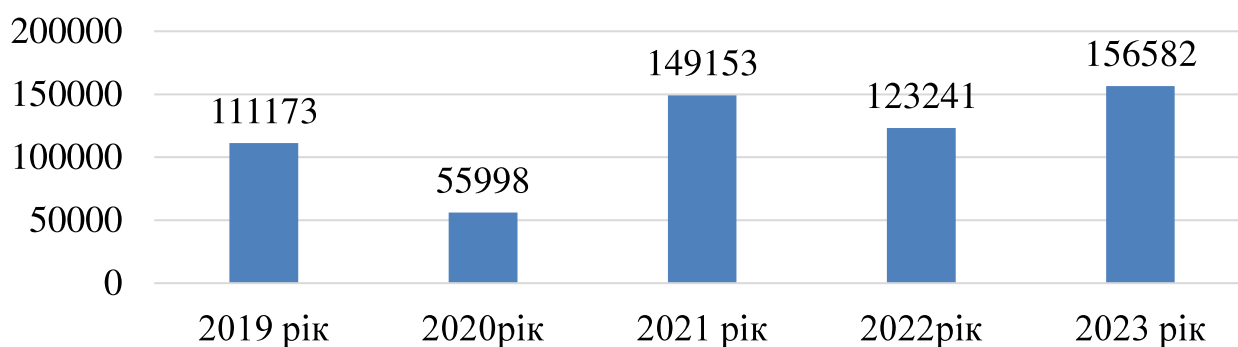


Рисунок 2.27 – Інші операційні доходи ТОВ «Омега», тис.грн

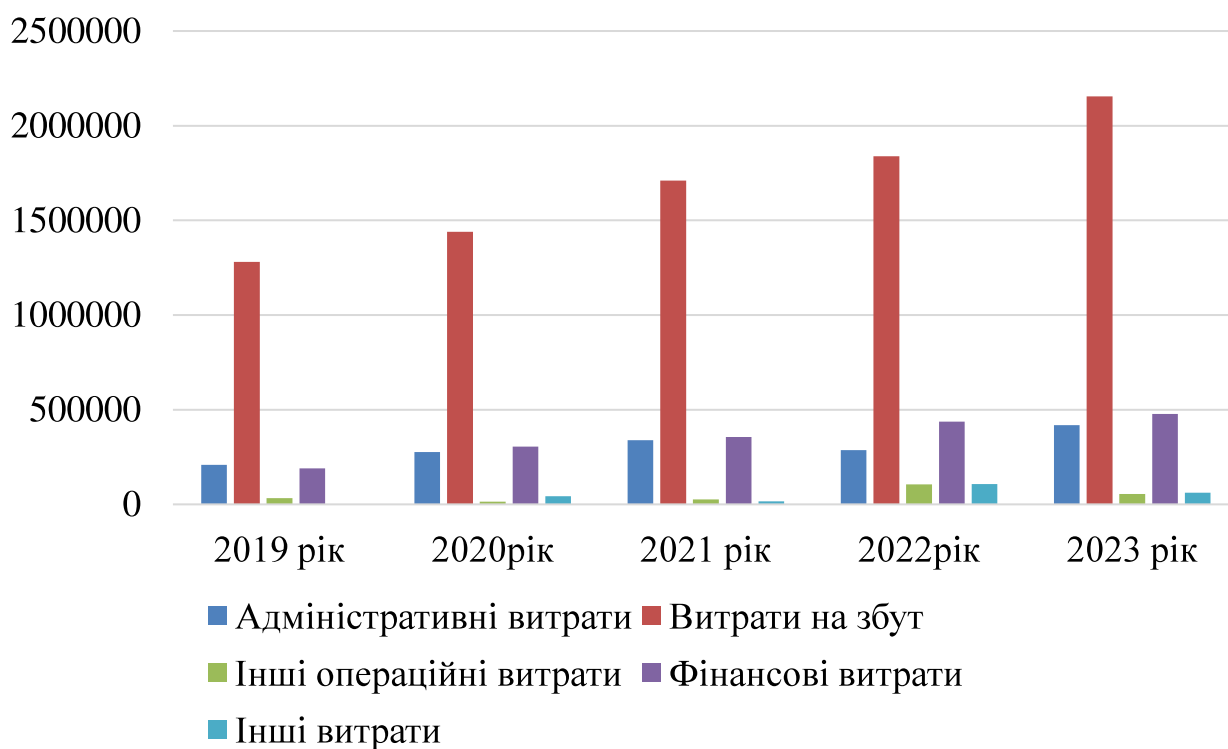


Рисунок 2.28 – Динаміка витрат ТОВ «Омега», тис.грн

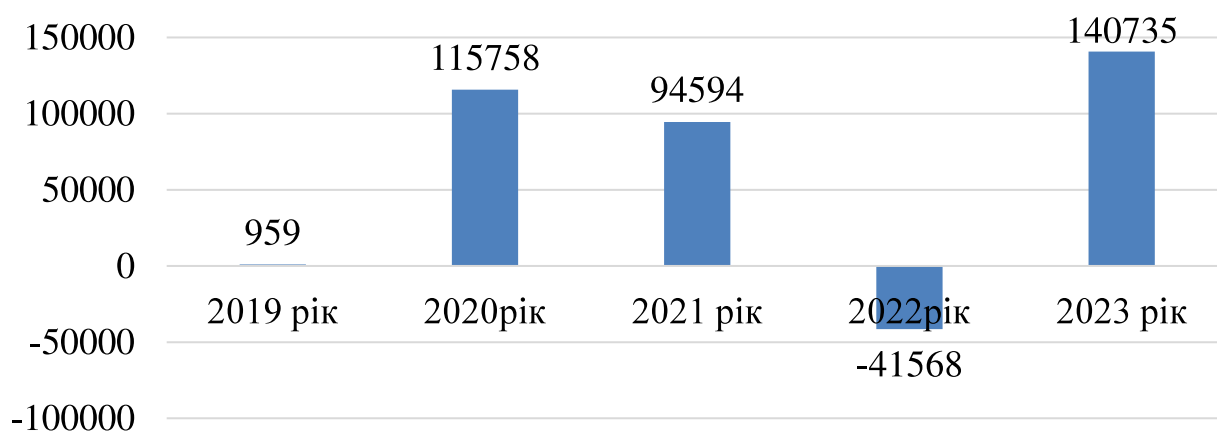


Рисунок 2.24 – Динаміка чистого фінансового результату ТОВ «Омега», тис.грн

У таблиці 2.3 наведені формули для розрахунку показників рентабельності підприємства. У таблиці 2.4 показано результати розрахунків рентабельності ТОВ «Омега» за 2019-2023 рр.

Таблиця 2.3 – Порядок розрахунку показників рентабельності підприємства [48]

Показник	Економічний зміст	Порядок розрахунку за даними форм № 1, 2 (рядки, графи)
Показники рентабельності та окупності витрат (витратні показники)		
Рентабельність (збитковість) виробничих витрат, %	Валовий: прибуток (збиток) /Собівартість реалізованої продукції	Ф. № 2: 2090 (2095)x100 /Ф. № 2: 2050
Рентабельність (збитковість) операційних витрат, %	Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)/ Операційні витрати	Ф. № 2: 2190 (2195)x100/ Ф.№ 2:2050+2130+2150+2180
Загальна рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності, %	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)/ Витрати господарської діяльності	Ф. № 2: 2290 (2295)x100 /Ф. № :2050+2130+2150 +2180+2250+2255+2270
Чиста рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності, %	Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток) /Витрати господарської діяльності	Ф. № 2: 2350 (2355)x100/ Ф.№:2050+2130+2150+2180+2250+2255+2270+2300 (витрати)
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	Чистий дохід від реалізації продукції/Собівартість реалізованої продукції	Ф. № 2: 2000 /Ф. № 2: 2050
Коефіцієнт окупності операційних витрат	Операційний дохід/ Операційні витрати	Ф. № 2: 2000+2120 /Ф. № 2:2050+2130+2150+2180
Коефіцієнт окупності адміністративних витрат	Чистий дохід від реалізації продукції/ Адміністративні витрати	Ф. № 2: 2000/ Ф. № 2: 2130
Коефіцієнт окупності витрат на збут	Чистий дохід від реалізації продукції /Витрати на збут	Ф. № 2: 2000 /Ф. № 2: 2150
Показники рентабельності реалізованої продукції (дохідні показники)		
Рентабельність (збитковість) продажу, %	Валовий: прибуток (збиток)/ Чистий дохід від реалізації продукції	Ф. № 2: 2090 (2095)x100 /Ф. № 2: 2000
Рентабельність (збитковість) доходу від операційної діяльності, %	Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)/ Операційний дохід	Ф. № 2: 2190 (2195)x100 /Ф. № 2: 2000+2120

Таблиця 2.4 – Показники рентабельності ТОВ «Омега»

Показники	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Рентабельність виробничих витрат, %	17,23	19,70	21,23	20,32	20,73
Δ^L	-	2,47	1,53	-0,92	0,42
Рентабельність операційних витрат, %	1,92	3,67	3,55	2,46	3,13
Δ^L	-	1,75	-0,12	-1,09	0,66
Загальна рентабельність витрат господарської діяльності, %	0,30	1,10	1,01	-0,30	1,09
Δ^L	-	0,80	-0,09	-1,31	1,39
Чиста рентабельність витрат господарської діяльності, %	0,01	0,90	0,69	-0,28	0,80
Δ^L	-	0,89	-0,21	-0,97	1,08
Рентабельність продажу, %	14,70	16,46	17,52	16,89	17,17
Δ^L		1,76	1,05	-0,63	0,29
Рентабельність доходу від операційної діяльності, %	1,88	3,54	3,43	2,40	3,03
Δ^L		1,65	-0,11	-1,02	0,63
Коефіцієнт окупності виробничих витрат	1,172	1,197	1,212	1,203	1,207
Δ^L	-	0,025	0,015	-0,009	0,004
T_p^L	-	102,11	101,28	99,24	100,35
$T_{пр}^L$	-	2,11	1,28	-0,76	0,35
Коефіцієнт окупності операційних витрат	1,019	1,037	1,035	1,025	1,031
Δ^L		0,017	-0,001	-0,011	0,007
T_p^L		101,72	99,88	98,95	100,65
$T_{пр}^L$		1,72	-0,12	-1,05	0,65
Коефіцієнт окупності адміністративних витрат	52,716	46,968	40,432	50,871	41,863
Δ^L		-5,748	-6,536	10,439	-9,008
T_p^L		89,10	86,08	125,82	82,29
$T_{пр}^L$		-10,90	-13,92	25,82	-17,71
Коефіцієнт окупності витрат на збут	8,61	9,00	8,02	7,93	8,13
Δ^L		0	-0,99	-0,09	0,20
T_p^L		104,59	89,02	98,90	102,54
$T_{пр}^L$		4,59	-10,98	-1,10	2,54

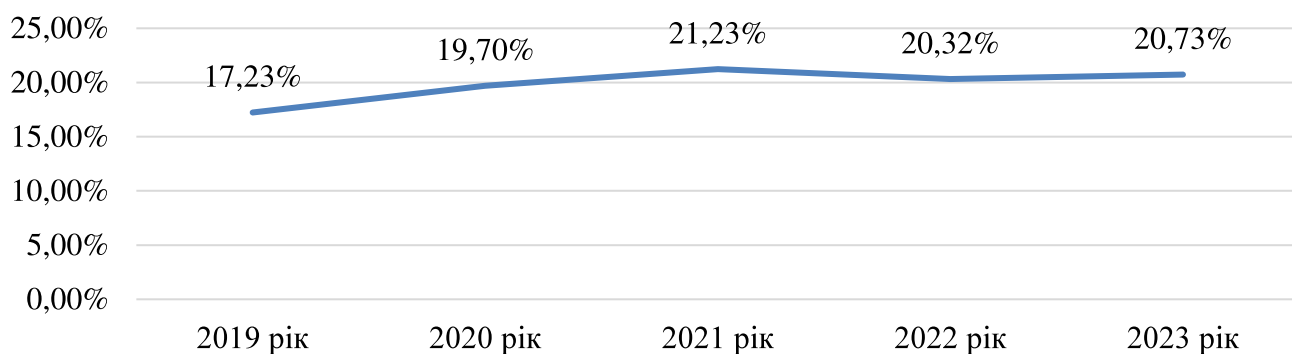


Рисунок 2.30 – Динаміка рентабельності виробничих витрат ТОВ «Омега»

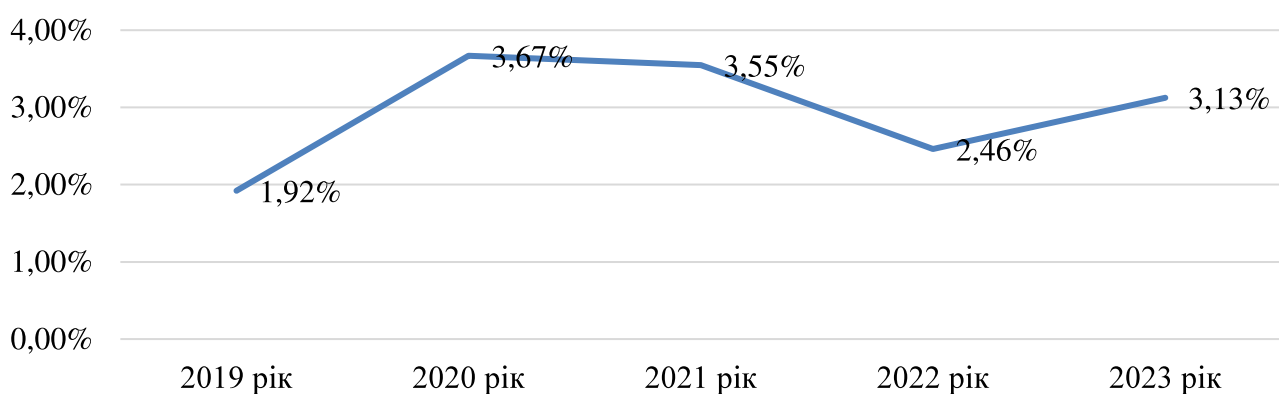


Рисунок 2.31 – Динаміка рентабельності операційних витрат ТОВ «Омега»

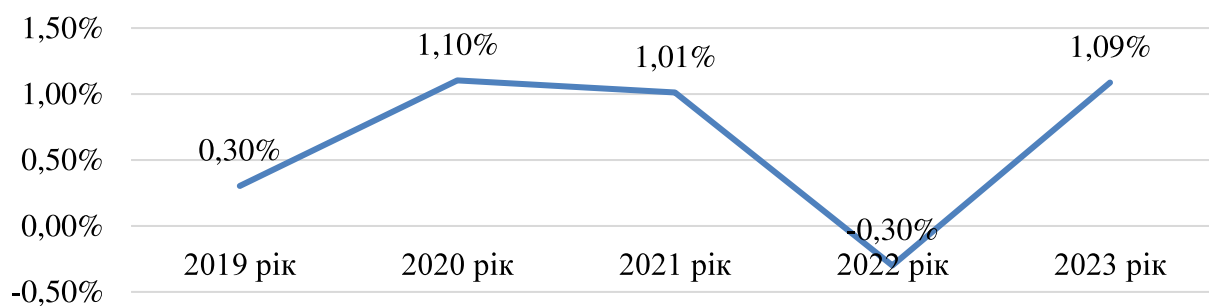


Рисунок 2.32 – Динаміка загальної рентабельності витрат господарської діяльності ТОВ «Омега»

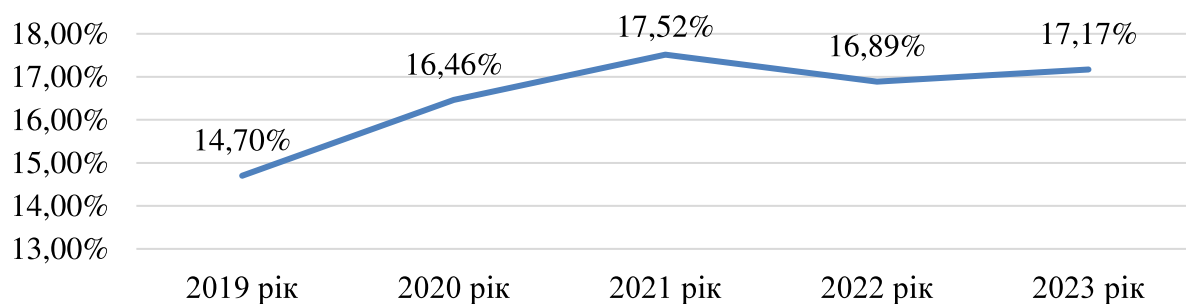


Рисунок 2.33 – Динаміка рентабельності продажу ТОВ «Омега»

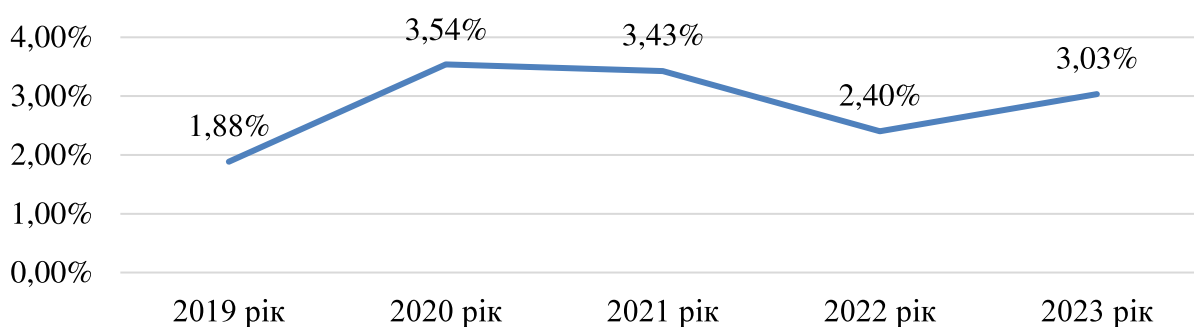


Рисунок 2.34 – Динаміка рентабельності доходу від операційної діяльності

ТОВ «Омега»

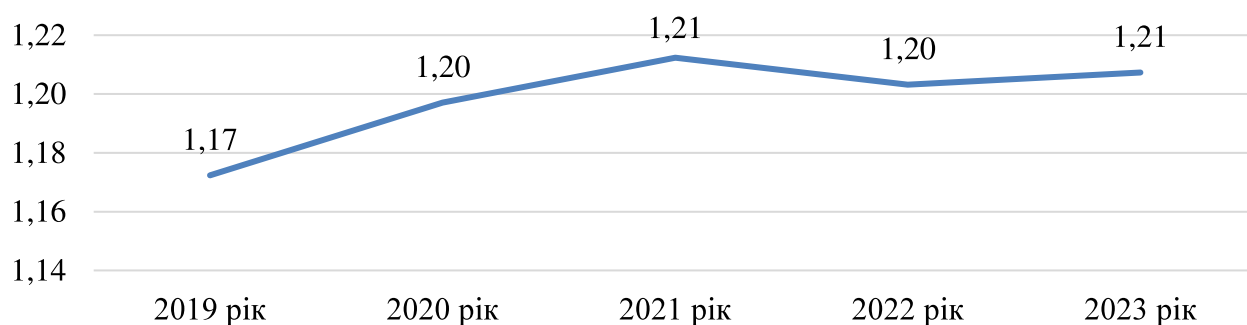


Рисунок 2.35 – Динаміка коефіцієнту окупності виробничих витрат ТОВ «Омега»

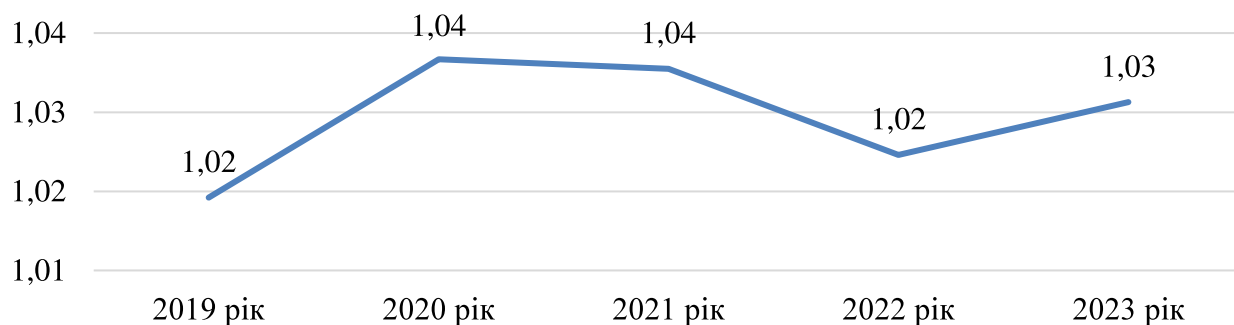


Рисунок 2.36 – Динаміка коефіцієнту окупності операційних витрат ТОВ «Омега»

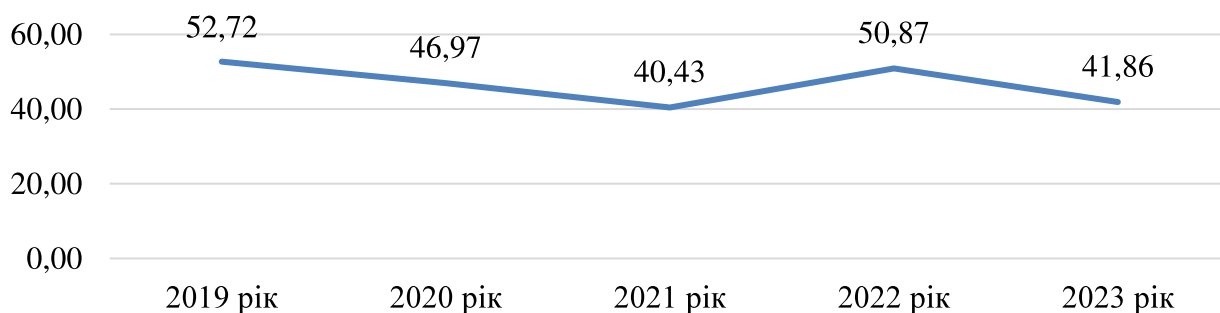


Рисунок 2.37 – Динаміка коефіцієнту окупності адміністративних витрат

ТОВ «Омега»

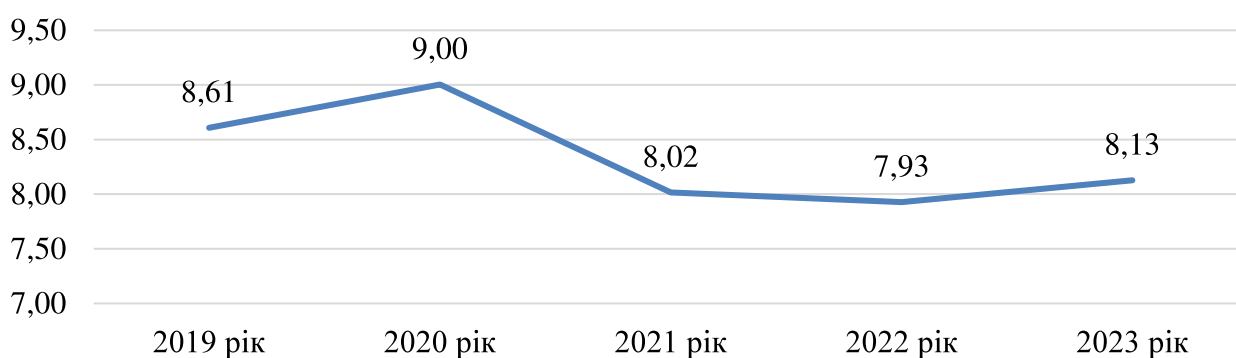


Рисунок 2.38 – Динаміка коефіцієнту окупності витрат на збут ТОВ «Омега»

Всі види рентабельностей ТОВ «Омега» у 2022 році зазнали зменшення. В 2022 році рентабельність виробничих витрат становила 20,32%, рентабельність операційних витрат 2,46%, рентабельність продажу 16,89%, рентабельність доходу від операційної діяльності 2,40%. У 2023 році усі види рентабельності зросли. В 2023 році рентабельність виробничих витрат становила 20,73%, рентабельність операційних витрат 3,13%, загальна рентабельність витрат господарської діяльності 1,09%, рентабельність продажу 17,17%, рентабельність доходу від операційної діяльності 3,03%.

2.4 Аналіз асортименту алкогольної продукції ТОВ «Омега»

Асортимент алкогольної продукції ТОВ «Омега» наведено у таблицях 2.5 та 2.6.

Структуру асортименту ТОВ «Омега» за 2022 рік наведено на рисунку 2.36. Найбільшу вагу займає міцний алкоголь - 76%, на другому місці вина та інші не міцні напої – 24%.

Структура асортименту алкогольної продукції ТОВ «Омега» за 2022 рік наведена на рисунку 2.37 - вина та інші не міцні напої та на рисунку 2.38 - міцний алкоголь.



Рисунок 2.36 – Структура асортименту алкогольних напоїв ТОВ «Омега»

Таблиця 2.5 – Асортимент групи вина та інші не міцні напої

№	Артикул	Найменування	Ціна, грн
1	B11285	Barton & Guestier Cotes de Provence Рожеве Сухе 0.75 л	393
2	B11284	Barton & Guestier Grenache Noir Reserve Червоне Сухе 0.75л	259
3	B11115	Barton & Guestier Merlot Reserve Червоне Сухе 0.75	259
4	B11116	Barton & Guestier Pinot Noir Reserve Червоне Сухе 0.75 л	259
5	B11282	Barton & Guestier Rose d'Anjou Рожеве Сухе 0.75 л	249
6	B11224	Barton & Guestier Shiraz Reserve Червоне Сухе 0.75 л	249
7	B11165	Binderer St. Ursula Liebfraumilch Біле Напівсолодке 0.75 л	135
8	Б57	Casillero del Diablo Cabernet Sauvignon Червоне Сухе 0.75 л	212
9	Б56	Casillero del Diablo Carmenere Червоне Сухе 0.75 л	239
10	Б58	Casillero del Diablo Chardonnay Біле Сухе 0.75 л	212
11	Б59	Casillero del Diablo Merlot Червоне Сухе 0.75 л	229
12	Б60	Casillero del Diablo Sauvignon Blanc Біле Сухе 0.75 л	212
13	B11237	Cedro Pedro Ximenez Біле 0.75 л	559
14	B11244	Cycles Gladiator Cabernet Sauvignon Червоне Сухе 0.75 л	379
15	B11246	Cycles Gladiator Chardonnay Біле Сухе 0.75л	474
16	B11245	Cycles Gladiator Pinot Noir Червоне Сухе 0.75 л	474
17	B11243	Cycles Gladiator Zinfandel Червоне Сухе 0.75 л	474
18	B11164	Fleur du Cap Chenin Blanc Біле Сухе 0.75 л	224
19	B11168	Fleur du Cap Pino Noir Червоне Сухе 0.75 л	237
20	B11163	Fleur du Cap Pinotage Червоне Сухе 0.75 л	239
21	B11187	Freixenet Cava Cordon Negro Gran Seleccion Біле Брют 0.75 л	338

22	B11278	Freixenet Cava Cordon Negro Gran Seleccion Біле Брют 1.5 л	791
23	B11188	Freixenet Cava Cordon Rosado Gran Seleccion Брют 0.75 л	349
24	B11186	Freixenet Premium Cava Carta Nevada Біле Напівсолодке 0.75 л	299
25	Б1	Frontera Cabernet Sauvignon Червоне ПолуСухе 0.75 л	195
26	Б2	Frontera Carmenere Червоне ПолуСухе 0.75 л	195
27	Б3	Frontera Chardonnay Біле ПолуСухе 0.75 л	155
28	Б4	Frontera Late Harvest Біле Напівсолодке 0.75 л	195
29	Б5	Frontera Merlot Червоне ПолуСухе 0.75 л	155
30	Б6	Frontera Sauvignon Blanc Біле Сухе 0.75 л	195
31	Б7	Frontera Sweet Red Червоне Напівсолодке 0.75 л	195
32	B11247	Gato Negro 9 Lives Apasionado Reserve Червоне Сухе 0.75 л	199
33	B11248	Gato Negro 9 Lives Cabernet Sauvignon Reserve Червоне Сухе 0.75 л	255
34	B11249	Gato Negro 9 Lives Chardonnay Reserve Біле Сухе 0.75 л	255
35	B11254	Gato Negro 9 Lives Sauvignon Blanc Reserve Біле Сухе 0.75 л	199
36	B11291	Grand Mezcal La Escondida 0.7 л	1640
37	Б61	Latinium Gewurztraminer Біле Напівсолодке 0.75 л	198
38	Б62	Latinium Riesling Біле Напівсолодке 0.75 л	198
39	Б64	Latinium Sparkling Breeze Біле ПолуСухе 0.75 л	109
40	Б63	Latinium Sparkling Біле Напівсолодке 0.75 л	109
41	B11223	Levert Freres Pinot Noir de Bourgogne Червоне Сухе 0.75л	474
42	B11263	Mare Magnum Lisa 1503 Organic Біле Сухе 1 л	425
43	B11264	Mare Magnum Lisa 1503 Organic Червоне Сухе 1 л	299
44	B11283	Mare Magnum Malbec Big Game Organic Червоне Сухе 0.75л	349
45	B11183	Mare Magnum No Bull Cabernet Sauvignon Червоне Сухе 0.75 л	547
46	B11241	Mare Magnum Primitivo Chocolate Tube Червоне Сухе 0.75 л	474
47	B11286	Mare Magnum Tonno Cataratto-Chardonnay Organic Біле Сухе 0.75л	349
48	B11185	Mare Magnum Zinfandel Backwoods Reserve Червоне Сухе 0.75 л	449
49	B11182	Mare Magnum Zinfandel Big Boys Червоне Сухе 0.75 л	362
50	B11184	Mare Magnum Zinfandel Mega Zin Червоне Сухе 0.75 л	474
51	B11166	Marquis de Goulaine Rose D'Anjou Рожеве ПолуСухе 0.75 л	383
52	6423	Martini Asti Vintage в коробці Біле Солодке 0.75 л	429
53	3888	Martini Asti Біле Солодке 0.2 л	128
54	3889	Martini Asti Біле Солодке 0.375 л	188

55	3890	Martini Asti Біле Солодке 0.75 л	299
56	3892	Martini Asti Біле Солодке 1.5 л	648
57	3893	Martini Asti Біле Солодке 6 л	5875
58	7769	Martini Asti в коробці Біле Солодке 0.75 л	353
59	4818	Martini Asti новогодня колекція Біле Солодке 0.75 л	291
60	4657	Martini Bellini Рожеве Солодке 0.75 л	169
61	4680	Martini BIANCO с тоніком Біле Солодке 0.5 л	311
62	3894	Martini Brut Біле 0.75 л	225
63	5323	Martini Piemonte Bianco Біле Сухе 0.75 л	161
64	5322	Martini Piemonte Chardonnay Біле Сухе 0.75 л	230
65	5324	Martini Piemonte Langhe Nebbiolo Червоне Сухе 0.75 л	230
66	5321	Martini Piemonte Rosso Червоне Сухе 0.75 л	161
67	6424	Martini Prosecco Vintage в коробці Біле Сухе 0.75 л	815
68	4719	Martini Prosecco Біле Сухе 0.2 л	169
69	3896	Martini Prosecco Біле Сухе 0.75 л	336
70	3895	Martini Rose ПолуСухе 0.75 л	321
71	3886	Martini Рояль Б'янка Біле Солодке 0.75 л	169
72	3887	Martini Рояль Розато Рожеве Солодке 0.75 л	169
73	B11181	Medici Ermete Bocciolo Lambrusco Grasparossa Солодке 0.75 л	443
74	B11262	Mezzacorona Dinotte Червоне ПолуСухе 0.75 л	334
75	B11258	Mezzacorona Gewuerztraminer Біле ПолуСухе 0.75 л	349
76	B11259	Mezzacorona Moscato Giallo Біле Напівсолодке 0.75 л	328
77	B11257	Mezzacorona Pinot Grigio Roze Рожеве Сухе 0.75 л	287
78	B11260	Mezzacorona Pinot Nero Червоне ПолуСухе 0.75 л	299
79	B11261	Mezzacorona Teroldego Червоне ПолуСухе 0.75 л	334
80	B11279	Noble Koshеr Біле Напівсолодке 0.75 л	122
81	B11162	Obikwa Chenin Blanc Біле Сухе 0.75 л	237
82	B11161	Obikwa Pinotage Rose Рожеве Сухе 0.75 л	237
83	B11160	Obikwa Pinotage Червоне Сухе 0.75 л	237
84	B11156	Peter Lehmann Layers Біле Сухе 0.75 л	547
85	B11157	Peter Lehmann Layers Червоне Сухе 0.75 л	547
86	B11158	Peter Lehmann Portrait Riesling Біле Сухе 0.75 л	432
87	B11159	Peter Lehmann Portrait Shiraz Червоне Сухе 0.75 л	459
88	B11213	Porto Cruz Ruby Червоне 0.75 л	480
89	B11212	Porto Cruz Tawny Червоне 0.75 л	395
90	B11113	Rozes Tawny Creme Червоне Солодке 0.75 л	629
91	B11242	Sileni Estates Sauvignon Blanc Біле Сухе 0.75 л	384
92	B11280	Vidigal Wines 3 Autores Vinho Verde Біле Сухе 0.75 л	218
93	B11238	Vidigal Wines Porta 6 Vinho Verde Біле Сухе 0.75 л	287
94	B11239	Vidigal Wines Porta 6 Біле Сухе 0.75 л	269
95	B11240	Vidigal Wines Porta 6 Червоне ПолуСухе 0.75 л	225
96	B11153	Yellow Tail Moscato Біле Напівсолодке 0.75 л	259

97	B11154	Yellow Tail Pink Moscato Рожеве Напівсолодке 0.75 л	224
98	B11256	Yellow Tail Pinot Noir Червоне ПолуСухе 0.75 л	297
99	B11281	Yellow Tail Riesling Біле ПолуСухе 0.75 л	289
100	B11152	Yellow Tail Shiraz Червоне ПолуСухе 0.75 л	254
101	B11155	Yellow Tail Sweet Red Roo Червоне Напівсолодке 0.75 л	235
103	3877	Вермут Martini BIANCO Білий Солодкий 0.5 л	130
104	3878	Вермут Martini BIANCO Білий Солодкий 0.75 л	189
105	3879	Вермут Martini BIANCO Білий Солодкий 1 л	240
106	6510	Вермут Martini Bitter Riserva Speciale Червоний Солодкий 0.7 л	365
107	4317	Вермут Martini BITTER Червоний Солодкий 1 л	359
108	3884	Вермут Martini EXTRA DRY Білий Сухий 0.5 л	139
109	3885	Вермут Martini EXTRA DRY Білий Сухий 1 л	251
110	7976	Вермут Martini Fiero Червоний Солодкий 0.75 л	199
111	9486	Вермут Martini Fiero с тоніком Червоний Солодкий 0.75 л	199
112	5391	Вермут Martini Riserva Speciale Ambrato Білий Солодкий 0.75 л	365
113	5392	Вермут Martini Riserva Speciale Rubino 0.75 л	365
114	3881	Вермут Martini ROSATO Рожевий Солодкий 0.5 л	138
115	3883	Вермут Martini ROSATO Рожевий Солодкий 1 л	251
116	3880	Вермут Martini ROSSO Червоний Солодкий 0.5 л	139
117	3882	Вермут Martini ROSSO Червоний Солодкий 1 л	251
118	Б8	Шампанське Dom Perignon Vintage Brut Біле в коробці 0.75 л	6775
119	Б9	Шампанське Moet & Chandon Imperial Brut Біле 0.75 л	1559
120	Б10	Шампанське Moet & Chandon Imperial Brut в коробці 0.75 л	1599
121	Б11	Шампанське Moet & Chandon Imperial Rose Brut в коробці 0.75л	1909
122	Б12	Шампанське Moet & Chandon Nectar Imperial ПолуСухе 0.75л	2185
123	Б13	Шампанське Veuve Clicquot Brut Біле 0.75 л	2015
124	Б14	Шампанське Veuve Clicquot Brut Біле в коробці 0.75 л	1795
125	Б15	Шампанське Veuve Clicquot Rose Brut в коробці 0.75 л	2417

Таблиця 2.6 – Асортимент групи міцний алкоголь

№	Артикул	Найменування	Ціна, грн
1	B11287	Арманьяк Saint-Vivant NAPOLEON в коробці 0.7 л	999
2	B11214	Арманьяк Saint-Vivant VS 0.7 л	799
3	B11288	Арманьяк Saint-Vivant XO в коробці 0.7 л	1499
4	Б65	Бальзам Riga Black Balsam Вишневий 0.5 л	207
5	Б66	Бальзам Riga Black Balsam Чорна смородина 0.5 л	305

6	Д11208	Біттер Angostura 0.2 л	724
7	Б87	Бренді Metaxa 5 років 0.5 л	290
8	Б16	Бренді Metaxa 5 років в коробці 0.7 л	408
9	Б88	Бренді Metaxa 7 років 0.5 л	525
10	Б17	Бренді Metaxa 7 років в коробці 0.7 л	539
11	Б18	Бренді Saint Remy VSOP 0.5 л	229
12	Б19	Бренді Saint Remy VSOP в коробці 0.7 л	334
13	Б20	Бренді Saint Remy XO в коробці 0.7 л	535
14	Д11170	Бренді Torres 10 років 0.7 л	418
15	Д11171	Бренді Torres 15 років 0.7 л	1056
16	Д11216	Бренді Torres Gran Reserva 10 років 0.7 л	399
17	8478	Бренді АрАрАт 25 років в коробці 0.75 л	9326
18	8279	Бренді АрАрАт 3 року 0.2 л	126
19	8264	Бренді АрАрАт 3 року 0.5 л	233
20	8459	Бренді АрАрАт 3 року 0.7 л	284
21	8261	Бренді АрАрАт 5 років 0.05 л	52
22	8280	Бренді АрАрАт 5 років 0.2 л	159
23	8666	Бренді АрАрАт 5 років 0.5 в сувенірній коробці 0.5 л	253
24	8424	Бренді АрАрАт 5 років 1 л	489
25	8460	Бренді АрАрАт 5 років в коробці 0.7 л	342
26	8455	Бренді АрАрАт Aprikot в коробці 0.5 л	304
27	8475	Бренді АрАрАт Ани 6 років в коробці 0.5 л	360
28	8461	Бренді АрАрАт Ани 6 років в коробці 0.7 л	489
29	8262	Бренді АрАрАт Ани 6 років с келихами 0.7 л	525
30	8425	Бренді АрАрАт Ахтамар 10 років в коробці 0.5 л	487
31	8297	Бренді АрАрАт Ахтамар 10 років в коробці 0.7 л	683
32	8271	Бренді АрАрАт Ахтамар 10 років с келихами 0.7 л	815
33	8263	Бренді АрАрАт Васпуракан 15 років в коробці 0.7 л	1327
34	8319	Бренді АрАрАт Двин колекційний 10 років в коробці 0.7 л	2048
35	8414	Бренді АрАрАт Наири 20 років в коробці 0.5 л	1354
36	8298	Бренді АрАрАт Наири 20 років в коробці 0.7 л	1894
37	8413	Бренді АрАрАт Добірний 7 років в коробці 0.5 л	405
38	8667	Бренді АрАрАт Добірний 7 років в коробці 0.7 л	554
39	8477	Бренді АрАрАт Эребуни 30 років в коробці 0.7 л	18079
40	Б69	Бурбон Bulleit 0.7 л	659
41	6936	Віскі Aberfeldy 12 у.о. Gold Bar в коробці 0.7 л	1412
42	5686	Віскі Aberfeldy 12 у.о. в тубусі 0.7 л	1308
43	5687	Віскі Aberfeldy 16 у.о. в тубусі 0.7 л	1697
44	8428	Віскі Aberfeldy 21 у.о. в коробці 0.7 л	6406
45	Д11212	Віскі Aerstone Land Cask 10 у.о. 0.7 л	977
46	Д11214	Віскі Aerstone Sea Cask 10 у.о. 0.7 л	977
47	Б21	Віскі Ardbeg 10 у.о. в коробці 0.7 л	1690

48	Б22	Bicki Ardbeg An Oa в коробці 0.7л	2144
49	Д11193	Bicki Auchentoshan 12 у.о. в коробці 0.7 л	1232
50	5688	Bicki Aultmore 12 у.о. в тубусі 0.7 л	1604
51	8429	Bicki Aultmore 18 у.о. в тубусі 0.7 л	3615
52	Д11203	Bicki Balvenie Caribbean Cask 14 у.о. в тубусі 0.7 л	2593
53	Д11195	Bicki Balvenie Doublewood 12 у.о. в тубусі 0.7 л	2049
54	Д11204	Bicki Balvenie Doublewood 17 у.о. в тубусі 0.7 л	4900
55	Б70	Bicki Bell's Original 0.7 л	304
56	В11274	Bicki Bowmore №1 Single Malt 0.7 л	1467
57	Б68	Bicki Cardhu 12 у.о. в коробці 0.7 л	1340
58	Д11210	Bicki Connemara Original Peated Single Malt в тубусі 0.7 л	854
59	Д11194	Bicki Connemara Peated Single Malt 12 у.о. в тубусі 0.7 л	1441
60	В11276	Bicki Cutty Sark 0.05 л	79
61	В11112	Bicki Cutty Sark 0.7 л	364
62	В11210	Bicki Cutty Sark Prohibition 0.7 л	599
63	В11269	Bicki Cutty Sark с келихами 0.7 л	541
64	3922	Bicki Dewar's 12 у.о. Special Reserve в коробці 0.5 л	667
65	4620	Bicki Dewar's 12 у.о. Special Reserve в коробці 0.7 л	679
66	3924	Bicki Dewar's 12 у.о. Special Reserve в коробці 1 л	899
67	6534	Bicki Dewar's 15 у.о. Special Reserve в коробці 0.7 л	1085
68	8430	Bicki Dewar's Caribbean Smooth 8 у.о 0.7 л	439
69	3925	Bicki Dewar's Founders Reserve 18 у.о. в коробці 0.75 л	1895
70	3926	Bicki Dewar's Signature 21 у.о. в коробці 0.75 л	5573
71	7226	Bicki Dewar's Signature 25 у.о. в коробці 0.7 л	8887
72	3916	Bicki Dewar's White Label 0.375 л	192
73	3917	Bicki Dewar's White Label 0.5 л	355
74	8100	Bicki Dewar's White Label 0.7 л	335
75	3920	Bicki Dewar's White Label 1 л	465
76	4536	Bicki Dewar's White Label в коробці 0.7 л	329
77	Д11213	Bicki Glen Grant 10 років 1 л	1467
78	Д11215	Bicki Glen Grant 12 років 1 л	1920
79	Д11211	Bicki Glen Grant 18 років 0.7 л	3900
80	В11250	Bicki Glen Turner Heritage Double Cask 0.7 л	644
81	Д11199	Bicki Glenfiddich 12 у.о. в тубусі 0.7 л	1059
82	Д11200	Bicki Glenfiddich 15 у.о. в тубусі 0.7 л	2165
83	Д11201	Bicki Glenfiddich 18 у.о. в тубусі 0.7 л	3500
84	Б23	Bicki Glenmorangie Extremely Rare 18 у.о. в коробці 0.7 л	4199
85	Б24	Bicki Glenmorangie Lasanta 12 у.о. в коробці 0.7 л	1669
86	Б25	Bicki Glenmorangie Nectar d'Or в коробці 0.7 л	2025
87	Б67	Bicki Glenmorangie Original 10 у.о. в коробці 0.5 л	965
88	Б26	Bicki Glenmorangie Original 10 у.о. в коробці 0.7 л	1300

89	Б27	Віскі Glenmorangie Quinta Ruban 14 у.о. в коробці 0.7 л	1699
90	1886908	Віскі Glenrothes 10 у.о. 0.7 л	1422
91	1886608	Віскі Glenrothes 12 у.о. 0.7 л	1507
92	1782601	Віскі Glenrothes 2004 в коробці 0.7 л	3200
93	1782401	Віскі Glenrothes Select Reserve в коробці 0.7 л	1228
94	1782501	Віскі Glenrothes Sherry Cask Reserve в коробці 0.7 л	2010
95	1886906	Віскі Glenrothes WMC 0.7 л	1999
96	1667303	Віскі Highland Park 10 у.о. в коробці 0.7 л	1035
97	1210802	Віскі Highland Park 12 у.о. в тубусі 0.7 л	1594
98	1210814	Віскі Highland Park 12 у.о. с келихами 0.7 л	1317
99	1227401	Віскі Highland Park 18 у.о. в тубусі 0.7 л	5332
100	1210815	Віскі Highland Park Hitchhiker 0.7 л	1641
101	973301	Віскі Jack Daniels 0.05 л	51
102	1357006	Віскі Jack Daniels 0.35 л	297
103	973203	Віскі Jack Daniels 0.5 л	389
104	972743	Віскі Jack Daniels 0.7 л	479
105	972506	Віскі Jack Daniels 1л	659
106	1201701	Віскі Jack Daniels 3 л	2358
107	973909	Віскі Jack Daniels Gentleman Jack 0.7 л	777
108	973931	Віскі Jack Daniels Gentleman Jack с келихами 0.7 л	850
109	1865906	Віскі Jack Daniels Legacy 0.7 л	641
110	1452238	Віскі Jack Daniels Master Distiller №5 0.7 л	546
111	1431715	Віскі Jack Daniels Master Distiller №6 0.7 л	615
112	1684303	Віскі Jack Daniels Red Dog Saloon 0.7 л	574
113	972746	Віскі Jack Daniels Single Barrel 0.7 л	1102
114	1821501	Віскі Jack Daniels Tennessee Fire 0.5 л	402
115	1781803	Віскі Jack Daniels Tennessee Fire 0.7 л	569
116	1781903	Віскі Jack Daniels Tennessee Fire 1 л	666
117	1515403	Віскі Jack Daniels Tennessee Honey 0.5 л	423
118	1428908	Віскі Jack Daniels Tennessee Honey 0.7 л	567
119	1429004	Віскі Jack Daniels Tennessee Honey 1 л	753
120	1428913	Віскі Jack Daniels Tennessee Honey с келихами 0.7 л	723
121	1781807	Віскі Jack Daniels Tfire Tin 0.7 л	429
122	1428920	Віскі Jack Daniels Thoney Tin 0.7 л	459
123	972745	Віскі Jack Daniels в тубусі 0.7 л	645
124		Віскі Jack Daniels в футлярі 0.7 л	986
125	1452252	Віскі Jack Daniels з Coca-Cola ж/б 0.7 л	602
126	972744	Віскі Jack Daniels з келихами 0.7 л	699
127	Д11209	Віскі Jim Beam Apple 0.7 л	465
128	Д11173	Віскі Jim Beam Honey 0.7 л	497
129	Д11169	Віскі Jim Beam Red Stag 0.7 л	539
130	Д11217	Віскі Jim Beam White Label 0.5 л	419
131	Д11172	Віскі Jim Beam White Label 0.7 л	480

132	Д11218	Віскі Jim Beam White Label 1 л	627
133	Б28	Віскі Johnnie Walker Black Label 12 у.о. в коробці 0.7л	899
134	Б73	Віскі Johnnie Walker Black Label 12 у.о. в коробці 1 л	1194
135	Б71	Віскі Johnnie Walker Red Label 0.5 л	299
136	Б29	Віскі Johnnie Walker Red Label 0.7л	389
137	Б72	Віскі Johnnie Walker Red Label 1 л	605
138	Б30	Віскі Lagavulin 16 у.о. в коробці 0.7 л	2930
139	В11111	Віскі Laphroaig 10 у.о. в тубусі 0.7 л	1945
140	В11272	Віскі Laphroaig Cairdeas Madeira Cask в тубусі 0.7 л	1944
141	В11271	Віскі Laphroaig PX Cask в тубусі 0.7 л	1598
142	В11270	Віскі Laphroaig Quarter Cask в тубусі 0.7 л	1790
143	В11273	Віскі Laphroaig Select в тубусі 0.7 л	1467
144	1622816	Віскі Macallan Double Cask Matured 12 у.о. 0.7 л	2157
145	1533601	Віскі Macallan Rare Cask в коробці 0.7 л	8715
146	1533701	Віскі Macallan Reflexion 0.7 л	27000
147	1292601	Віскі Macallan Triple Cask 12 у.о. 0.05 л	299
148	1123409	Віскі Macallan Triple Cask 12 у.о. в коробці 0.7 л	2089
149	1123410	Віскі Macallan Triple Cask 12 у.о. с келихами 0.7 л	2085
150	1123413	Віскі Macallan Triple Cask 12 у.о. с келихами 0.7 л	2049
151	1227901	Віскі Macallan Triple Cask 15 у.о. в коробці 0.7 л	3840
152	1228001	Віскі Macallan Triple Cask 18 у.о. в коробці 0.7 л	8400
153	Д11197	Віскі Maker's Mark 0.7 л	921
154	В11191	Віскі Old Virginia 6 у.о. 0.7 л	349
155	В11211	Віскі Old Virginia Honey 0.7 л	431
156	В11268	Віскі Proper Twelve 0.7 л	1293
157	В11277	Віскі Scottish Leader 0.05 л	91
158	В11234	Віскі Scottish Leader 0.2 л	152
159	В11226	Віскі Scottish Leader Twist of Ginger 0.7 л	425
160	В11267	Віскі Scottish Leader с келихами 0.7 л	395
161	Б31	Віскі Talisker 10 у.о. в коробці 0.7 л	1435
162	В11265	Віскі Tamnavulin Sherry Cask Whyte & Mackay 0.7 л	954
163	В11209	Віскі Tamnavulin Whyte & Mackay 0.7 л	954
164	В11167	Віскі Tenjaku 0.7 л	649
165	В11275	Віскі Tenjaku в дерев'яній коробці 0.7 л	1100
166	1549407	Віскі The Black Grouse 0.7 л	701
167	1292501	Віскі The Famous Grouse 0.05 л	61
168	1224001	Віскі The Famous Grouse 0.5 л	383
169	1123205	Віскі The Famous Grouse 0.7 л	527
170	1123602	Віскі The Famous Grouse 1 л	585
171	1292701	Віскі The Famous Grouse 4.5 л	2880
172	1549407	Віскі The Famous Grouse Smoky Black 0.7 л	701
173	1123253	Віскі The Famous Grouse з келихами 0.7 л	488
174	1123245	Віскі The Famous Grouse з келихом і камінням 0.7 л	575

175	1530408	Bicki The Naked Grouse 0.7 л	951
176	Б32	Bicki The Singleton of Dufftown 12 у.о. 0.5 л	955
177	Б33	Bicki The Singleton of Dufftown 12 у.о. в коробці 0.7 л	999
178	Д11198	Bicki Tullamore Dew Original 0.7 л	573
179	В11232	Bicki Whyte & Mackay 0.7 л	299
180	В11233	Bicki Whyte & Mackay 1 л	571
181	В11266	Bicki Whyte & Mackay с келихами 0.7 л	518
182	Д11205	Bicki Wild Turkey 101 Proof 0.7 л	557
183	Д11202	Bicki Wild Turkey 81 Proof 1 л	568
184	Д11206	Bicki Wild Turkey Rare Breed 0.7 л	1141
185	Д11207	Bicki Wild Turkey Rye 0.7 л	539
186	4366	Bicki William Lawson's 0.2 л	85
187	3927	Bicki William Lawson's 0.5 л	187
188	3928	Bicki William Lawson's 0.7 л	265
189	3929	Bicki William Lawson's 1 л	366
190	5325	Bicki William Lawson's Super Spiced 0.7 л	332
191	1689201	Bicki Woodford Master's Collection 0.7 л	1598
192	973706	Bicki Woodford Reserve 0.7 л	958
193	1887203	Bicki Woodford Reserve Rye 0.7 л	958
194	Б76	Водка Belvedere 0.7 л	865
195	972402	Водка Finlandia 0.05 л	35
196	972302	Водка Finlandia 0.5 л	199
197	971910	Водка Finlandia 0.7 л	259
198	971804	Водка Finlandia 1 л	356
199	971701	Водка Finlandia 1.75л	649
200	1336503	Водка Finlandia Blackcurrant 0.05 л	37
201	1337202	Водка Finlandia Blackcurrant 0.5 л	204
202	1215805	Водка Finlandia Blackcurrant 1 л	395
203	1887701	Водка Finlandia Coconut 0.05 л	37
204	1999601	Водка Finlandia Coconut 0.5 л	204
205	1507301	Водка Finlandia Cranberry 0.05 л	37
206	1227001	Водка Finlandia Cranberry 0.5 л	204
207	972102	Водка Finlandia Cranberry 0.7 л	283
208	698704	Водка Finlandia Cranberry 1 л	378
209	1227101	Водка Finlandia Grapefruit 0.05 л	37
210	1227201	Водка Finlandia Grapefruit 0.5 л	204
211	714805	Водка Finlandia Grapefruit 1 л	395
212	714612	Водка Finlandia Grapefruit с Schweppes 0.5 л	232
213	1602201	Водка Finlandia Lime 0.05 л	37
214	1302001	Водка Finlandia Lime 0.5 л	204
215	715904	Водка Finlandia Lime 1 л	378
216	1226901	Водка Finlandia Redberry 0.5 л	204
217	1226701	Водка Finlandia Redberry 1 л	378

218	971936	Водка Finlandia с рюмками 0.7 л	385
219	5436	Водка Grey Goose 0.05 л	95
220	4535	Водка Grey Goose 0.5 л	453
221	8736	Водка Grey Goose 0.7 л	690
222	3934	Водка Grey Goose 0.75 л	719
223	3935	Водка Grey Goose 1 л	827
224	6866	Водка Grey Goose в тубусі 0.75 л	870
225	8688	Водка Grey Goose в тубусі Альпіна 0.75 л	865
226	Б77	Водка Ketel One 0.7 л	655
227	Б74	Водка Koskenkorva 0.5 л	275
228	Б75	Водка Koskenkorva 0.7 л	277
229	В11227	Водка Riga Black 0.5 л	166
230	В11228	Водка Riga Black 0.7 л	189
231	В11229	Водка Riga Black True Cranberry 0.7 л	189
232	1572303	Водка Snow Leopard 0.7 л	675
233	В11117	Водка Stolichnaya 0.5 л	149
234	В11118	Водка Stolichnaya 0.7 л	287
235	В11119	Водка Stolichnaya 1 л	398
236	В11120	Водка Stolichnaya 1.75 л	499
237	В11122	Водка Stolichnaya Blueberi 0.7 л	287
238	В11121	Водка Stolichnaya Citros 0.7 л	287
239	В11180	Водка Stolichnaya Elit 0.7 л	1154
240	В11289	Водка Stolichnaya Salted Karamel 0.7 л	225
241	В11123	Водка Stolichnaya Vanil 0.7 л	190
242	1907801	Водка Анисовая Ouzo 12 л	468
243	1664002	Джин Bankes London Dry 1 л	554
244	5435	Джин Bombay Sapphire 0.05 л	95
245	3930	Джин Bombay Sapphire 0.375 л	268
246	3931	Джин Bombay Sapphire 0.5 л	383
247	7965	Джин Bombay Sapphire 0.7 л	558
248	3932	Джин Bombay Sapphire 0.75 л	574
249	3933	Джин Bombay Sapphire 1 л	739
250	В11218	Джин Crafter's Aromatic Flower 0.7 л	699
251	В11217	Джин Crafter's London Dry 0.7 л	579
252	Б34	Джин Gordon's London Dry 0.7 л	387
253	Б35	Джин Gordon's London Dry 1 л	499
254	Б86	Джин Gordon's Premium Pink 0.7 л	469
255	7715	Джин Oxley English Dry 0.7 л	885
256	Б85	Джин Tanqueray London Dry Gin 0.7 л	499
257	7713	Кашаса Leblon 0.7 л	768
258	3938	Коньяк Baron Otard V.S. в коробці 0.7 л	912
259	3940	Коньяк Baron Otard V.S.O.P. в коробці 0.5 л	1049
260	3941	Коньяк Baron Otard V.S.O.P. в коробці 0.7 л	1454

261	3943	Коньяк Baron Otard V.S.O.P. в коробці 1 л	1304
262	3942	Коньяк Baron Otard V.S.O.P. в тубусі 0.7 л	1454
263	3944	Коньяк Baron Otard X.O. gold в коробці 0.7 л	4032
264	B11149	Коньяк Colusvin 5 років 0.5 л	199
265	B11151	Коньяк Colusvin Bonnard VS 0.5 л	191
266	B11150	Коньяк Colusvin Легендарний Лелека 5 років в коробці 0.5 л	300
267	Д11219	Коньяк Courvoisier VS 0.7 л	1128
268	Д11175	Коньяк Courvoisier VSOP 0.7 л	1975
269	B11251	Коньяк Frapin 1270 0.35 л	749
270	B11235	Коньяк Frapin 1270 в коробці 0.7 л	1682
271	B11129	Коньяк Frapin V.S.O.P 0.5 л	1299
272	B11130	Коньяк Frapin V.S.O.P 0.7 л	2248
273	B11131	Коньяк Frapin V.S.O.P в дерев'яній коробці 0.7 л	2795
274	B11230	Коньяк Grands Arméniens 5 у.о. 0.5 л	334
275	B11231	Коньяк Grands Arméniens 7 у.о. 0.5 л	229
276	Б36	Коньяк Hennessy V.S. в коробці 0.5 л	1010
277	Б37	Коньяк Hennessy V.S. в коробці 0.7 л	999
278	Б78	Коньяк Hennessy VSOP в коробці 0.5 л	1449
279	Б38	Коньяк Hennessy VSOP в коробці 0.7 л	1799
280	Б39	Коньяк Hennessy XO в коробці 0.7 л	7330
281	Б40	Коньяк Remy Martin VS в коробці 0.5 л	789
282	Б41	Коньяк Remy Martin VS в коробці 0.7 л	1019
283	Б42	Коньяк Remy Martin VSOP в коробці 0.5 л	1329
284	Б43	Коньяк Remy Martin VSOP в коробці 0.7 л	1659
285	B11114	Лікер Amaraula 0.7 л	399
286	B11252	Лікер Amaraula з келихами 0.7 л	571
287	Д11196	Лікер Aperol Aperetivo 0.7 л	393
288	Б49	Лікер Baileys Original 0.5 л	485
289	Б55	Лікер Baileys Original 0.7 л	469
290	B11147	Лікер Bols Advocat 0.7 л	325
291	B11140	Лікер Bols Blue Curacao 0.7 л	299
292	B11146	Лікер Bols Cherry Brandy 0.7 л	383
293	B11144	Лікер Bols Coconut 0.7 л	383
294	B11141	Лікер Bols Coffee 0.7 л	383
295	B11142	Лікер Bols Creme de Cassis 0.7 л	299
296	B11220	Лікер Bols Elderflower 0.7 л	383
297	B11221	Лікер Bols Green Banana 0.7 л	383
298	B11143	Лікер Bols Maraschino 0.7 л	383
299	B11145	Лікер Bols Melon 0.7 л	299
300	B11219	Лікер Bols Natural Yoghurt 0.7 л	398
301	B11296	Лікер Bols Peach 0.7 л	299
302	B11148	Лікер Bols Pisang Ambon 0.7 л	279

303	B11297	Лікер Disaronno Originale 0.05 л	115
304	B11225	Лікер Disaronno Originale 0.7 л	499
305	B11295	Лікер Fernet Branca 0.7 л	571
306	B11222	Лікер Galliano Vanilla 0.5 л	547
307	Б82	Лікер Jagermeister 0.04 л	39
308	Б50	Лікер Jagermeister 0.5 л	380
309	Б51	Лікер Jagermeister 0.7 л	319
310	Б84	Лікер Jagermeister 1 л	499
311	Б83	Лікер Jagermeister з ретро флягою 0.7 л	450
312	6849	Лікер Limoncello di Capri 0.7 л	516
313	B11236	Лікер Passoa 0.7 л	468
314	6846	Лікер Sambuca Molinari Extra 0.5 л	379
315	6847	Лікер Sambuca Molinari Extra 0.7 л	508
316	6848	Лікер Sambuca Molinari Extra 1 л	660
317	Б52	Лікер Sheridan's Original 0.5 л	595
318	Б53	Лікер Sheridan's Original 0.7 л	795
319	5818	Лікер St-Germain 0.7 л	1089
320	B11132	Лікер Vana Tallinn 0.5 л	225
321	B11133	Лікер Vana Tallinn Chocolate 0.5 л	287
322	B11255	Лікер Vana Tallinn Coconut 0.5 л	225
323	B11134	Лікер Vana Tallinn Coffee 0.5 л	287
324	B11135	Лікер Vana Tallinn Ice-Cream 0.5 л	287
325	B11137	Лікер Vana Tallinn Marzipan 0.5 л	287
326	B11294	Лікер Vana Tallinn Original 0.05 л	55
327	B11139	Лікер Vana Tallinn Original 40% 0.5 л	270
328	B11138	Лікер Vana Tallinn Wild Spices 0.5 л	199
329	B11136	Лікер Vana Tallinn Yoghurt Cream 0.5 л	229
330	B11189	Мескаль Se Busca Anejo 0.7 л	1997
331	B11190	Мескаль Se Busca Joven 0.7 л	1519
332	B11192	Мескаль Se Busca Reposado 0.7 л	1465
333	1423101	Набір Водка Finlandia 0.5 л и 4x0.05 л	364
334	5434	Ром Bacardi 8 у.о. в коробці 0.05 л	876
335	3912	Ром Bacardi 8 у.о. в коробці 1 л	797
336	7312	Ром Bacardi Anejo Cuatro 4 у.о. 0.7 л	548
337	5158	Ром Bacardi Carta Blanca 0.5 л	301
338	4783	Ром Bacardi Carta Blanca 0.7 л	396
339	4729	Ром Bacardi Carta Blanca 1 л	502
340	4685	Ром Bacardi Carta Negra 0.5 л	307
341	4664	Ром Bacardi Carta Negra 0.7 л	423
342	4689	Ром Bacardi Carta Negra 1 л	430
343	4667	Ром Bacardi Carta Oro 0.5 л	301
344	4753	Ром Bacardi Carta Oro 0.7 л	353
345	4780	Ром Bacardi Carta Oro 1 л	502

346	8737	Ром Bacardi Gran Reserva Diez 10 y.e. 0.7 л	1010
347	3909	Ром Bacardi Oakheart 0.5 л	248
348	3910	Ром Bacardi Oakheart 0.7 л	323
349	3911	Ром Bacardi Oakheart 1 л	331
350	5010	Ром Bacardi Oakheart Cold Brew Cola 0.7 л	338
351	5011	Ром Bacardi Oakheart Smoked Cinnamon 0.7 л	355
352	7711	Ром Bacardi Reserva Ocho Gold 8 y.e 0.7 л	720
353	9576	Ром Bacardi Spiced 0.5 л	230
354	8318	Ром Bacardi Spiced 1 л	538
355	7712	Ром Banks 5 0.7 л	924
356	1463804	Ром Brugal 1888 0.7 л	1710
357	1315208	Ром Brugal Anejo 0.7 л	457
358	1826201	Ром Brugal Blanco Supremo 0.7 л	458
359	Б44	Ром Captain Morgan Black Spiced 0.7 л	399
360	Б45	Ром Captain Morgan Spiced Gold 0.5 л	315
361	Б46	Ром Captain Morgan Spiced Gold 0.7 л	344
362	Б47	Ром Captain Morgan Spiced Gold 1 л	346
363	Б79	Ром Captain Morgan White 0.7 л	349
364	7603	Ром Pyrat XO Reserve 0.75 л	960
365	7714	Ром Santa Teresa 1796 в тубусі 0.7 л	2158
366	Б48	Ром Zacapa 23 в тубусі 0.7 л	2155
367	В11292	Текіла Cenote Blanco 0.7 л	2126
368	В11293	Текіла Cenote Reposado 0.7 л	2232
369	Б80	Текіла Don Julio Blanco Reserve 0.7 л	1700
370	Б81	Текіла Don Julio Reposado Reserve 0.7 л	1935
371	927005	Текіла El Jimador Blanco 0.7 л	503
372	1121702	Текіла El Jimador Blanco 1 л	658
373	927011	Текіла El Jimador Blanco в коробці 0.7 л	548
374	927104	Текіла El Jimador Reposado 0.7 л	515
375	1121802	Текіла El Jimador Reposado 1 л	670
376	927108	Текіла El Jimador Reposado в коробці 0.7 л	560
377	В11126	Текіла КАН Anejo 0.05 л	295
378	В11290	Текіла КАН Anejo 0.7 л	1490
379	В11124	Текіла КАН Blanco 0.05 л	295
380	В11127	Текіла КАН Blanco 0.7 л	1920
381	В11125	Текіла КАН Reposado 0.05 л	295
382	В11128	Текіла КАН Reposado 0.7 л	1695
383	7709	Текіла Patron Anejo 0.75 л	1555
384	7601	Текіла Patron Reposado 0.75 л	1377
385	7600	Текіла Patron Silver 0.75 л	1199
386	В11216	Текіла Rooster Rojo Anejo 0.7 л	891
387	В11215	Текіла Rooster Rojo Blanco 0.7 л	499
388	В11253	Текіла Rooster Rojo Reposado 0.7 л	765

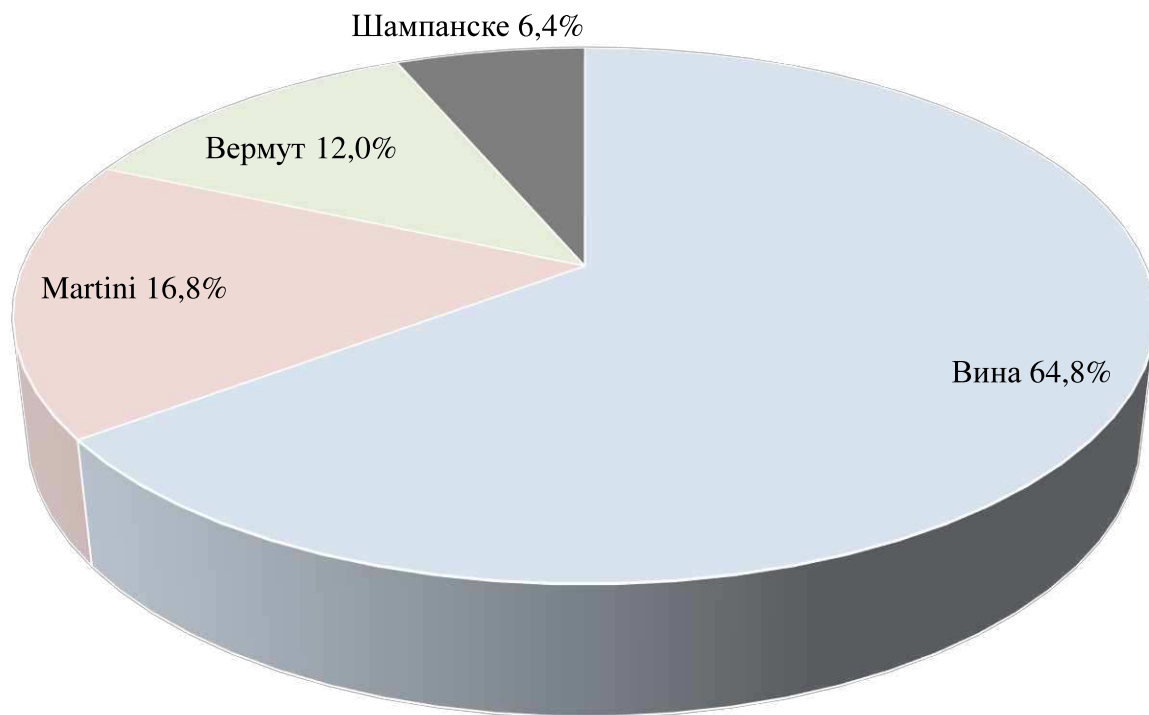


Рисунок 2.37 – Ассортимент групи вина та інші не міцні напої ТОВ «Омега»

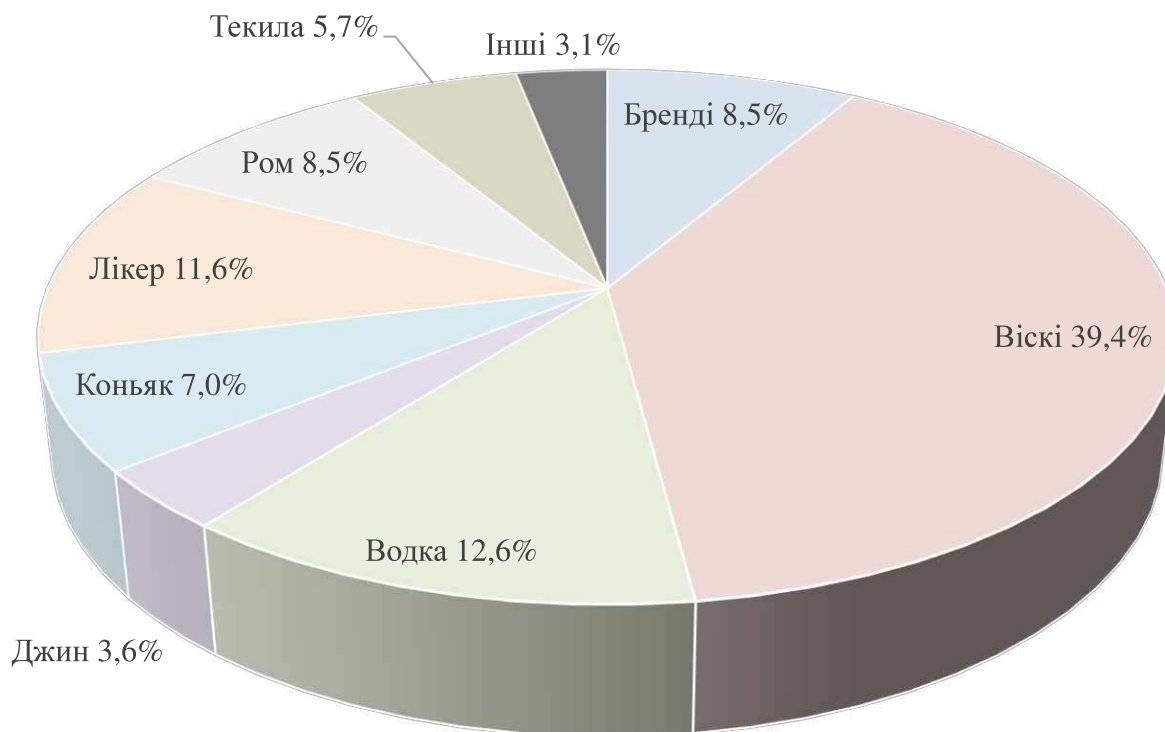


Рисунок 2.36 – Ассортимент групи міцний алкоголь ТОВ «Омега»

3 ФОРМУВАННЯ РІШЕНЬ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ АЛКОГОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ОМЕГА»

3.1 Система оцінки вина як сукупність методів дегустаційної оцінки

Розглянемо систему оцінки вин міжнародної асоціації сомельє (ASI). Система оцінки вина - це сукупність методів дегустаційної оцінки вина. Існує багато систем оцінки вина: 10-бальна, 20-бальна, конкурсна МОВВ, Сернджотто-ІВО, 35-бальна, детермінантна тощо [49].

Система оцінки вина міжнародної асоціації сомельє (ASI) має на увазі 100-бальну шкалу, яка включає:

- візуальний аналіз;
- нюховий аналіз;
- смако-нюховий аналіз;
- підсумковий аналіз [50].

В оціночній формі ставляться відповідні оцінки позначеним категоріям і кожна множиться на коефіцієнт. Склавши всі, виходить підсумковий бал.

Розглянемо складові візуального аналізу. Перше, що оцінює дегустатор, - це колір і зовнішній вигляд вина. Для того, щоб правильно «побачити», треба дотримати деякі правила: по-перше, келих повинен бути правильної форми і розміру; по-друге, скатертину, на якій стоїть келих, повинна бути білою: це посилює контраст між кольором вина та фоном і дозволяє правильно оцінити зовнішні ознаки напою. Неважливо, яке саме вино дегустується: червоне, біле, рожеве, шампанське. Перше для оцінки - прозорість, друге - колір, третє - консистенція.

Прозорість - вино повинно бути чисте і прозоре, без суспензій, осаду (якщо він не є допустимим для вина даного типу), залишкової ігристості в тихих червоних або витриманих білих винах. Розрізняють - непрозоре, помірно прозоре,

прозоре (основна категорія для червоних вин), кристалеве (для білих вин з яскравими відблисками).

Колірна гамма для червоних вин обширна: від пурпурно-червоного, майже фіолетового, властивого, як правило, молодим винам, до рубіново-червоного, гранатово-червоного та оранжево-червоного у старих вин. Отже, за кольором можливо визначити вік вина. Рожеві вина розрізняють як світло-рожеві, вишнево і темно-рожеві, все залежить від регіону виробництва, сортів винограду і методів виробництва. Але потрібно пам'ятати, що вік рожевих вин недовгий. Що стосується білих вин, то перше, що слід відмітити - вони ніколи не бувають «білими». Слабкий зеленувато-жовтий відтінок або майже безбарвність напою говорить про те, що це вино молоде. Солом'яно-жовтий колір вказує на невеликий вік або про те, що витримка вина здійснювалася у дубових бочках. Золотисто-жовтий колір вказує на вже відчутний вік білого вина або солодкість.

Бурштиновий відтінок властивий старим винам або благородним солодким.

Консистенція вина - в'язкість, текучість, зміст гліцерину, алкоголю і цукру. Плинність вина може бути різною. Коли при обертанні келиха вино затримується на стінках і повільно стікає по ним, професіонали називають цей ефект (ефект Маргоні) - «ніжками» або «сльозами». За консистенцією вина розрізняють як рідкі, слабкі, середні, маслянисті і тягучі.

На рисунку 3.1 наведені складові візуального аналізу. Складові нюховного аналізу наведено на рисунку 3.2.

Аромат та смак - це основне, що оцінюється в винній дегустації. Коли вино налите в келих – необхідно понюхати його, зосередитися на своїх відчуттях, необхідно зрозуміти, що саме нагадує його аромат. У процесі дегустації виділяють три види ароматів: первинні - власне аромат винограду, з якого виготовлено вино. Цей аромат можна оцінити, навіть не наливаючи напій в келих - досить відкоркувати пляшку. Щодо вторинних ароматів, то маються на увазі ті з них, які з'являються в результаті бродіння напою. Третинні - відносяться до фази витримання вина: вони відбуваються з первинних і вторинних, змінюючись в

процесі витримки. Вина наливають в келих, злегка повертають його і ненадовго залишають, потім вдихають аромат.

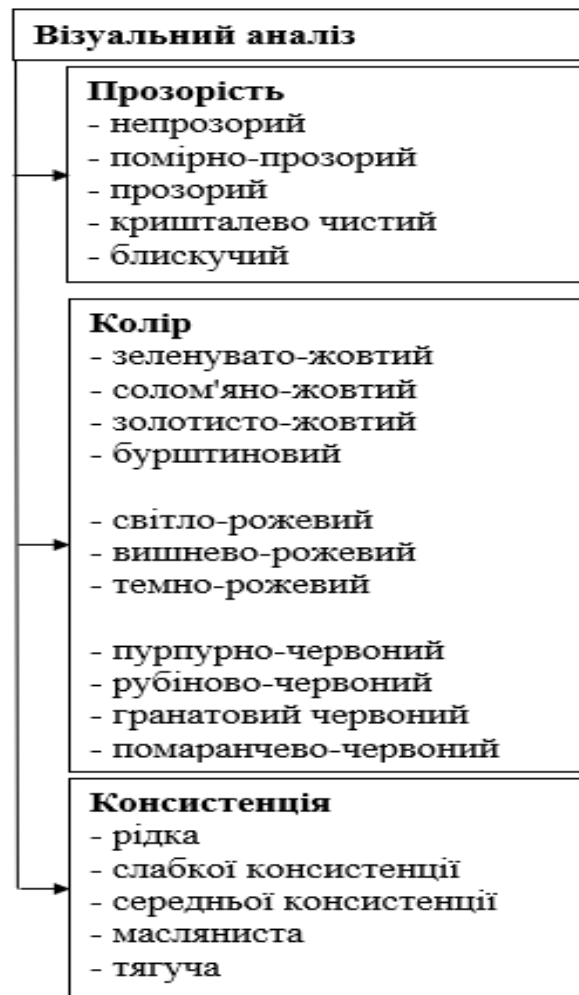


Рисунок 3.1 – Складові візуального аналізу вин

Інтенсивність - характеризує яскравість аромату, його натиск і глибину. Розрізняють недостатньо інтенсивний, злегка інтенсивний, помірно інтенсивний, інтенсивний і дуже інтенсивний.

Комплексність - тут мається на увазі різноманіття різних ароматичних сімейств в одному вини, як, наприклад, фруктові, квіткові, пряні і мінеральні. Розрізняють такі види - недостатньо комплексне, злегка, помірно, комплексне або з великою комплексністю.

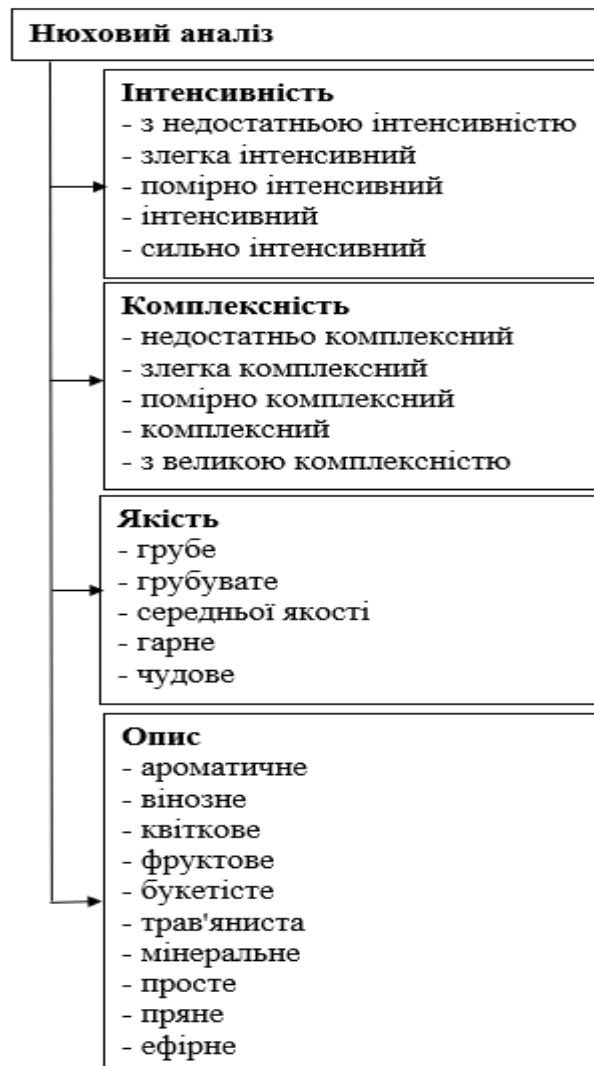


Рисунок 3.2 – Складові нюховного аналізу вин

Якість аромату - може розповісти про характеристики року врожаю, професіоналізм винороба та про умовах зберігання вина. Розрізняють - грубе, грубувате, середньої якості, хороше і чудову якість.

Існують мільйони ароматів:

- фруктові - банан, яблуко, малина, персик, абрикос, слива тощо;
- квіткові - троянда, тютюн, фіалка, жасмин тощо;
- рослинні - свіжа трава, чай, волога або сухе листя, сіно тощо;
- вінозні - аромати бродіння;
- пряні - кориця, перець, лаванда, базилік, ваніль тощо;
- букетні - свіжа кров, котяча сеча, м'ясо, деревні ноти, каучук, дуб, сосна, дим і копченості, смажений хліб, кава, шоколад, сир, вершкове масло, мед тощо;

У місці, де проходять дегустації, повітря повинне бути абсолютно нейтральним, без будь-яких домішок. Як правило, повітря кондиціонують, щоб уникнути проникнення в приміщення запахів вулиці або диму сигарет. Ні в якому разі не можна палити в приміщеннях, де зберігають або продають вина: тютюновий дим вбиває вино. При проведенні дегустації не слід користуватися духами і туалетною водою, сильні запахи можуть перешкодити учасникам церемонії.

Розглянемо складові смако-нюховного аналізу (дивись рис. 3.4).



Рисунок 3.4 – Складові смако-нюховного аналізу вин

Смак вина складається з рівноваги між показниками м'якості (цукор, алкоголь, округлість) і жорсткості (кислоти, таніни, мінеральні речовини). Солодкість - відразу можливо зрозуміти, сухе, напівсухе, напівсолодке, солодке або нудотне вино. Алкоголь - це перш за все термічні відчуття (тепло) і відчуття сухості в роті, їх поділяють на легке, злегка гріє, помірно гріє, гріє або алкогольне. Округлість - це відчуття м'якості, свіжості і присутності вина навіть після того, як ви зробили ковток. Розрізняють - вугласте, злегка округле, помірно округле, округле і шовкове вино. Кислоти - створюють відчуття свіжості і стимулюють слиновиділення, не дозволяючи рецепторам «звикнути» до смаку вина або їжі. Розрізняють такі категорії - плоскі, злегка свіжі, помірно свіжі, свіжі і кислотні. Таніни - це відчуття в'язкості і терпкості, які додатково сушать ротову порожнину. Розрізняють такі категорії - слабкі, ледь танін, помірно танін, таніну або в'язучі. Мінеральні речовини - ці відчуття майже ті самі, що відчуваються, коли п'ємо мінеральну воду (солоність, солодкі ноти) і додаткове стимулювання слиновиділення. Розрізняють такі категорії - несмачні, мало мінеральні, помірно мінеральні, мінеральні або яскраво мінеральні.

Баланс - виходячи з рівноваги між показниками м'якості і жорсткості, ми визначаємо збалансованість вина. Розрізняють такі категорії - мало збалансоване, помірковано збалансоване або збалансоване.

Інтенсивність смаку - характеризується яскравістю смакових відчуттів. Розрізняють такі категорії - недостатня інтенсивність, мало інтенсивний, помірно інтенсивний, інтенсивний або дуже інтенсивний смак.

Тривалість смаку - характеризується тривалістю відчуттів, після того, як ковток зроблений, і відраховується до моменту початку слиновиділення. Вимірюється в каудаль (один каудаль дорівнює одній секунді). Розрізняють такі категорії - короткий, злегка тривалий, помірно тривалий або довгий.

Якість - характеризується наявністю або відсутністю дефектів в смаку. Розрізняють такі категорії: низька, помірна, помірна хороша, хороша або чудова.

Структура - характеризує загальне враження показників м'якості і жорсткості. Розрізняють такі категорії: бідна, слабка, повнотіла, велика або важка.

Розглянемо складові підсумкового аналізу.

Перше, це стан розвитку - тут визначається реальний стан вина і його потенціал до витримки. Розрізняють такі категорії - незріле, молоде, готове (можна пити або зберігати), зріле (потрібно пити, при подальшому зберіганні буде спостерігатися погіршення якості) або старе.

Гармонійність (рис. 3.5) - є підбиттям підсумків і характеризує вино з урахуванням всіх етапів дегустації та їх показників. Розрізняють такі категорії - слабо-гармонійне, помірно-гармонійне або гармонійне.

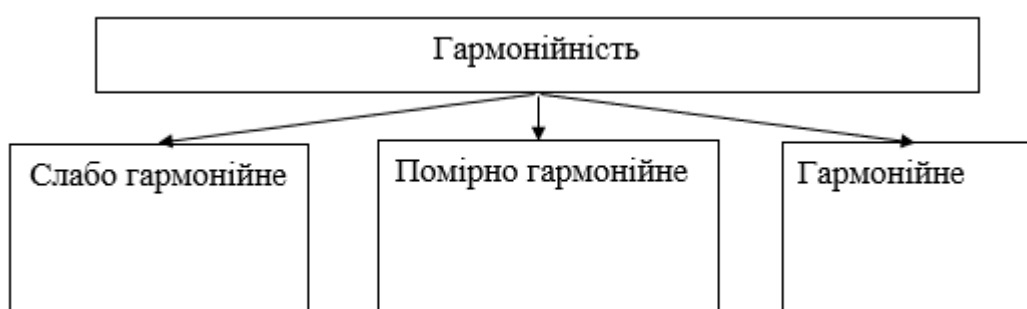


Рисунок 3.5 – Гармонійність вин

Таблиця 3.1 – Оціночна таблиця дегустації вин

Вид аналізу	Показники /оцінка	Відмінно	Добре	Задовільно	Незадовільно	Погано	Коефіцієнт	Разом
		5	4	3	2	1		
Візуальний аналіз	Вид						*1	
	Колір						*2	
Нюховий аналіз	Інтенсивність						*1	
	Комплексність						*2	
	Якість						*3	
Смако-нюховий аналіз	Структура						*1	
	Баланс						*1	
	Інтенсивність						*1	
	Тривалість						*2	
	Якість						*3	
Гармонія							*3	
Підсумкова оцінка								

Підсумковим етапом є складання оціночної таблиці (дивись таблицю 3.1). В оціночній формі ставляться відповідні оцінки позначеним категоріям, множимо кожен на коефіцієнт; склавши все, отримуємо підсумковий бал.

Оцінка категорії складається з того рівня, який був обраний в наявному діапазоні (наприклад: якість: грубе-1, грубувате-2, середньої якості-3, гарне -4 і чудове-5). Якщо в діапазоні менше п'яти показників ставиться оцінка виходячи з особистих переваг експерта. Тут важливо розуміти індивідуальність кожного дегустатора і суб'єктивність деяких оцінок.

3.2 Рекомендації з оновлення асортименту алкогольної продукції ТОВ «Омега»

Згідно з формою викладеною у таблиці 3.1 та рекомендаціями фахівців міжнародної асоціації сомельє (ASI) куди з початку 2022 року входить ТОВ «Омега» наведені нові вина які доцільно ввести в асортимент підприємства (дивись табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Нові позиції в категорії вина для ТОВ «Омега»

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
1	Вино Primitivo IGT чв.сух 0,75л 13,5% (Італія, Апулія, ТМ Vitis Nostra)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	192	114
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	5	1	5		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	5	2	10		
		Якість	4	3	12			
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					83			
2	Вино Nero D'Avola DOC чв.сух 0,75л 13% (Італія, Сицилія, ТМ Vitis Nostra)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	100
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
Баланс	4		1	4				

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
		Смако- нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		4	3	12		
		Підсумкова оцінка				80		
3	Вино Negroamaro IGT чв.сух 0,75л 13% (Італія, Саленто, ТМ Vitis Nostra)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	100
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако- нюховий аналіз	Структура	5	1	5		
			Баланс	5	1	5		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					80			
4	Вино Montepulciano D'Abruzzo DOC чв.сух 0,75л 12,5% (Італія, Абруццо, ТМ Vitis Nostra)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	144	87
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако- нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					78			
5	Вино Grillo DOC біл.сух 0,75л 12% (Італія, Сицилія, ТМ Vitis Nostra)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	109	65
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако- нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					73			
6	Вино Chianti DOCG чв.сух 0,75л 12,5% (Італія, Тоскана, ТМ Vitis Nostra)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	100
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
		Смако- нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		4	3	12		
		Підсумкова оцінка				80		
7	Вино Піно де шарант Pineau des Charentes рож.дес 0,75л.17% (Франція, Шаранта, ТМ Jules Gautret)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	451	271
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
		Смако- нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	5	2	10		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					84			
8	Вино Піно де шарант Pineau des Charentes біл.дес 0,75л.17% (Франція, Шаранта, ТМ Jules Gautret)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	448	269
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
		Смако- нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	5	2	10		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					85			
9	Вино Піно де шарант Pineau des Charentes Vieux біл.дес 0,75л.18% кор.Франція, Шаранта, ТМ Jules Gautret)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	644	386
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	5	2	10		
			Якість	5	3	15		
		Смако- нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					88			
10	Вино Val Soleu IGP рож.сух 0,75л 12,5% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	228	137
			Колір	3	2	6		

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		4	3	12		
		Підсумкова оцінка				77		
11	Вино Cellierdes Dauphins Crus Cairanne черв.сух 0,75л 14% (Франція, Д.Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	288	173
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	5	2	10		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					79			
12	Вино Cellier des Dauphins Reserve рож.сух 0,75л 13% (Франція, ДолінаРони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	228	137
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			
13	Вино Cellier des Dauphins Reserve черв.сух 0,75л13,5% (Франція, ДолінаРони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	228	137
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
14	Вино Cellier des Dauphins Reserve біл.сух 0,75л 13% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	228	137
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			
15	Вино Cellier des Dauphins Ruumeras черв.сух 0,75л 14,5% (Франція, Д.Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	228	137
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			
16	Вино Cellier des Dauphins Prestige рож.сух 0,75л 12.5% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	101
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					76			
17	Вино Cellier des Dauphins Prestige черв.сух 0,75л 13% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	101
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					76			

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
18	Вино Cellier des Dauphins Prestige біл.сух 0,75л 12.5% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	101
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					76			
19	Вино Cellier des Dauphins Plan de Dieu черв.сух 0,75л 15% (Франція, Д.Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	288	170
			Колір	5	2	10		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					79			
20	Вино Cellier des Dauphins les Dauphins черв.сух 0,75л 14% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	204	120
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			
21	Вино Cellier des Dauphins les Dauphin рож.сух 0,75л 13% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	204	120
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
22	Вино Cellier des Dauphins les Dauphin біл.сух 0,75л 13% (Франція, Долина Рони, ТМ Cellier des Dauphins)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	204	120
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			
23	Вино органічне Purato Siccarì Rosso IGP черв.сух 0,75л 14% (Італія, Сицилія, ТМ Purato)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	228	137
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					78			
24	Вино органічне Purato Rosato IGP рож.сух 0,75л 12,5% (Італія, Сицилія, ТМ Purato)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	101
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			
25	Вино органічне Purato Nero D'Avola DOC черв.сух 0,75л 13,5% (Італія, Сицилія, ТМ Purato)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	101
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
26	Вино органічне Purato Catarratto Pinot Grigio IGP біл.сух 0,75л 12,5% (Італія, Сицилія, ТМ Purato)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	168	101
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					75			
27	Вино Valpolicella Ripasso Le Poiane DOC 2010 черв.сух 0,75л 13,5% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	468	280
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					86			
28	Вино Valpolicella Classico DOC 2011 черв.сух 0,75л 13% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	336	204
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					80			
29	Вино Merlo Venezie IGT 2014 черв.сух 0,75л 13% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	228	138
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					80			

Продовження таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
30	Вино Cabernet Sauvignon 2011 черв.сух 0,75л 12,5% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	228	138
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					80			
31	Вино Bolla Valpolicella Ripasso Classico DOC 2010 черв.сух 0,75л 13.5% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	444	266
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					80			
32	Вино Bolla Soave Classico DOC 2011 біл.сух 0,75л 12,5% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	228	138
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					80			
33	Вино Bolla Recioto Della Valpolicella Classico DOCG2007 черв.п / сол 0,5л 12.5% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	745	449
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	5	2	10		
			Якість	5	3	15		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	5	2	10		
			Якість	5	3	15		
Гармонія		5	3	15				
Підсумкова оцінка					93			

Кінець таблиці 3.2

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
34	Вино Bolla Pinot Grigio 2011 DOC біл.сух 0,75л 12% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	264	153
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
Гармонія		4	3	12				
Підсумкова оцінка					81			
35	Вино Bolla Amarone Della Valpolicella Classico DOCG 2008 черв.сух 0,75л 16% (Італія, Верона, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	914	550
			Колір	5	2	10		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	5	2	10		
			Якість	5	3	15		
Гармонія		5	3	15				
Підсумкова оцінка					93			
36	Вино Amarone Della Valpolic, Classico Le Origine DOCG 2007 черв.сух 0,75л 16,5% (Італія, ТМ Bolla)	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	1220	734
			Колір	5	2	10		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	5	2	10		
			Якість	5	3	15		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	5	1	5		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	5	3	15		
Гармонія		5	3	15				

Нові запропоновані товарні позиції вин вводяться замість позицій, що представлені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Вина, які рекомендується к виводу з асортименту ТОВ

«Омега»

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
1	Barton & Guestier Cotes de Provence Розове Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	393	305
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					64			
2	Barton & Guestier Grenache Noir Reserve Красное Сухое 0.75л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	259	200
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					61			
3	Barton & Guestier Merlot Reserve Красное Сухое 0.75	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	259	200
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					61			
4	Barton & Guestier Pinot Noir Reserve Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	259	200
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					61			

Продовження таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
5	Barton & Guestier Rose d'Anjou Розове Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	249	194
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	2	1	2		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	2	3	6		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					56			
6	Barton & Guestier Shiraz Reserve Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	249	194
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	2	1	2		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	2	3	6		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					56			
7	Fleur du Cap Chenin Blanc Белое Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	224	174
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	2	1	2		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	2	3	6		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					59			
8	Freixenet Cava Cordon Negro Gran Seleccion Белое Брют 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	338	263
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	2	1	2		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					67			

Продовження таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
9	Freixenet Cava Cordon Negro Gran Seleccion Беле Брют 1.5 л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	791	616
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	4	3	12		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	5	1	5		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					71			
10	Freixenet Cava Cordon Rosado Gran Seleccion Брют 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	3	1	3	349	272
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	2	1	2		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					64			
11	Freixenet Premium Cava Carta Nevada Беле Полусладкое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	299	233
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	4	3	12		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					67			
12	Frontera Cabernet Sauvignon Красное Полусухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	2	1	2	195	152
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					62			

Продовження таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
13	Frontera Carmenere Красное Полусухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	2	1	2	195	152
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				62				
14	Frontera Chardonnay Белое Полусухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	2	1	2	155	121
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				62				
15	Frontera Late Harvest Белое Полусладкое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	2	1	2	195	152
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				62				
16	Frontera Merlot Красное Полусухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	2	1	2	155	121
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				62				

Продовження таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
17	Frontera Sauvignon Blanc Белое Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	2	1	2	195	152
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				62				
18	Frontera Sweet Red Красное Полусладкое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	2	1	2	195	152
			Колір	3	2	6		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	3	1	3		
			Баланс	3	1	3		
			Інтенсивність	3	1	3		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				62				
19	Gato Negro 9 Lives Aparionado Reserve Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	199	155
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				69				
20	Gato Negro 9 Lives Cabernet Sauvignon Reserve Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	255	199
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка				69				

Продовження таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
21	Gato Negro 9 Lives Chardonnay Reserve Белое Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	255	199
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					69			
22	Gato Negro 9 Lives Sauvignon Blanc Reserve Белое Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	199	155
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					69			
23	Latinium Gewurztraminer Белое Полусладкое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	198	155
			Колір	2	2	4		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					64			
24	Latinium Riesling Белое Полусладкое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	198	155
			Колір	2	2	4		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					64			

Продовження таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
25	Latinium Sparkling Breeze Белое Полусухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	109	85
			Колір	2	2	4		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					64			
26	Latinium Sparkling Белое Полусладкое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	109	85
			Колір	2	2	4		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	3	1	3		
			Комплексність	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		3	3	9		
Підсумкова оцінка					64			
27	Levert Freres Pinot Noir de Bourgogne Красное Сухое 0.75л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	474	369
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	4	2	8		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					74			
28	Mare Magnum Lisa 1503 Organic Белое Сухое 1 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	425	331
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
		Якість	3	3	9			
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			

Продовження таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
29	Mare Magnum Lisa 1503 Organic Красное Сухое 1 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	299	233
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			
30	Mare Magnum Malbec Big Game Organic Красное Сухое 0.75л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	349	272
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			
31	Mare Magnum No Bull Cabernet Sauvignon Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	547	427
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			
32	Mare Magnum Primitivo Chocolate Tube Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	474	372
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			

Кінець таблиці 3.3

№	Найменування продукту	Вид аналізу	Характеристики	Оцінка	Коефіцієнт	Разом	Ціна, грн	Повна собівартість, грн
33	Mare Magnum Tonno Cataratto-Chardonnay Organic Белое Сухое 0.75л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	349	272
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			
34	Mare Magnum Zinfandel Backwoods Reserve Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	449	350
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			
35	Mare Magnum Zinfandel Big Boys Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	362	282
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			
36	Mare Magnum Zinfandel Mega Zin Красное Сухое 0.75 л	Візуальний аналіз	Вид	4	1	4	474	369
			Колір	4	2	8		
		Нюховий аналіз	Інтенсивність	4	1	4		
			Комплексність	4	2	8		
			Якість	3	3	9		
		Смако-нюховий аналіз	Структура	4	1	4		
			Баланс	4	1	4		
			Інтенсивність	4	1	4		
			Тривалість	3	2	6		
			Якість	3	3	9		
		Гармонія		4	3	12		
Підсумкова оцінка					72			

Середня підсумкова оцінка характеристик запропонованих асортиментних позицій 80 балів, існуючих – 66 балів. Це доволі яскраво доводить, що нові вина по якості значно перевершують існуючі. Чиста рентабельність витрат господарської діяльності за новими асортиментними позиціями дорівнює 32,84% замість 18,12% за існуючими асортиментними позиціями. Це збільшить отриманий чистий дохід від категорії вин (шампанське, мартіні тощо) на 15%.

3.3 Рекомендації щодо зміни постачальника

ТОВ «Омега» рекомендовано змінити постачальників вин - з 2025 року доцільно закуповувати вина у італійського виробника і постачальника вин - компанії Le Macchiole (Болгер, регіон Тоскана, Італія).

Категорія вина та інші не міцні напої займають частку 6,6% загальної реалізації підприємства. В результаті реалізації запропонованих рекомендацій чистий дохід збільшиться на 173392,3 тис.грн, або майже на 1%:

$$\text{ЧД}_{2025} = \text{ЧД}_{2023} + \text{ЧД}_{33}$$

де ЧД_{33} – чистий дохід отриманий завдяки впровадженню заходів.

$$\begin{aligned} \text{ЧД}_{2025} &= 17514376 + 17514376 * 0,066 * 0,15 = 17514376 + \\ 173392,3 &= 17\ 687\ 768,3 \text{ тис.грн.} \end{aligned}$$

Собівартість за проєктом зросте на 104035,4 тис.грн.

Валовий прибуток за проєктом збільшиться на 69356,9 тис.грн :

$$\begin{aligned} \text{ВП}_{2025} &= \text{ЧД}_{2025} - \text{СРП}_{2025} = 17\ 687\ 768,3 - 14\ 610\ 633,4 = 3\ 077\ 134,9 \\ &\text{тис.грн.} \end{aligned}$$

3.4 Ефективність запропонованих рекомендацій щодо управління асортиментом алкогольної продукції для ТОВ «Омега»

ТОВ «Омега» для підвищення ефективності діяльності в 2024 році рекомендовано:

- використання системи оцінки вина міжнародної асоціації сомельє (ASI) (візуальний аналіз, нюховий аналіз, смако-нюховий аналіз, підсумковий аналіз) щодо вибору позицій для введення або виведення з торгового асортименту;
- формування рекомендацій щодо заміни асортиментних позицій;
- зміна постачальника вин на компанію Le Macchiole (Тоскана, Італія).

Ефективність запропонованих рекомендацій щодо оновлення асортименту продукції для ТОВ «Омега» наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Ефективність запропонованих рекомендацій для ТОВ «Омега»

№ п/п	Найменування показника	Факт 2023 р.	Проект на 2024 р.	Відхилення	
				Абсолютне, +/-	Відносне, %
1	Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	17514376	17687768,3	173392,3	100,99
2	Собівартість реалізованої продукції, тис.грн	14506598	14610633,4	104035,4	100,72
3	Валовий прибуток, тис.грн	3007778	3077134,9	69356,9	102,31
4	Чистий прибуток, тис.грн	140735	197607,7	56872,7	140,41
5	Чиста рентабельність виручки від реалізації продукції,%	0,80	1,12	0,31	

Ефективність запропонованих рекомендацій для ТОВ «Омега» на 2025 рік підтверджується: зростанням чистого доходу на 173392,3 тис. грн, або на 1%; зростанням валового прибутку на 69356,9 тис. грн, або на 2,31%; збільшенням чистого прибутку на 56872,7 тис. грн. Чиста рентабельність виручки від реалізації підвищиться з 0,8% до 1,12%.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі бакалавра поставлено та вирішено актуальне завдання обґрунтування ефективності рішень у сфері управління асортиментом алкогольних напоїв торговельного підприємства ТОВ «Омега».

Одержані результати дозволили зробити такі висновки.

Асортимент товарів – набір товарів, який формується за певними ознаками і задовольняє різноманітні, аналогічні та індивідуальні потреби; торговий асортимент включає, як правило, товари різних виробників. Управління асортиментом – це діяльність, спрямована на досягнення вимог раціональності (оптимальності) асортименту. Управління торговим асортиментом – діяльність з моніторингу, аналізу управлінських рішень в області маркетингу, збуту й виробництва з метою адаптації асортименту до потреб споживачів.

Показано що, асортиментна політика – це стратегічне формування товарного асортименту підприємства, а також управління та підтримка існуючих товарних груп. Асортиментна політика - це частина товарної політики підприємства, метою якої є задоволення попиту та отримання комерційного ефекту підприємства через вибір і реалізацію раціонального товарного асортименту. Добре продумана асортиментна політика не лише дозволяє оптимізувати процес оновлення товарного асортименту, але й слугує керівництву підприємства свого роду вказівником загальної спрямованості дій, дає змогу контролювати ситуації, які виникають в ході торговельної діяльності. За умови підвищення конкуренції серед учасників ринку, асортиментна політика торговельного підприємства відіграє роль каталізатора розвитку мережі та підвищення кількості задоволених споживачів.

Застосування принципу стратегічної гнучкості при прийнятті рішень в сфері управління торговим асортиментом дає можливість сконцентруватися на пріоритетних напрямках розвитку, гарантуючи сталість при незапланованих змінах на ринку.

ТОВ «Омега» має свою роздрібну мережу, представлену в Україні під брендом VARUS і є ексклюзивним офіційним дистриб'ютором всесвітньо відомих алкогольних брендів.

Дослідження ринку алкогольної продукції показало, що ринок алкогольних напоїв є одним з найбільш пріоритетних та бюджетоформуєчих галузей харчової промисловості в Україні. Але щодня підприємства мають реагувати на виклики, що формуються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі. На ємність, структуру та стан ринку алкогольних напоїв вплинули:

- високий рівень конкуренції,
- зміни у законодавстві,
- нестабільний економічний та політичний стан в країні,
- наявність виробництва контрафактної горілчаної продукції на напівлегальних підприємствах, рівень якого перевищує рівень виробництва легальної,
- карантинні обмеження від пандемії SARS-CoV-2,
- повномасштабне вторгнення російських військ в Україну та відповідна повна заборона продажу алкогольних напоїв в Україні з кінця лютого до початку квітня 2022 року, а після його скасування – обмеження реалізації алкоголю у вечірній та нічний час; зміна моделі поведінки значної частини споживачів у магазинах – прагнення купувати лише необхідні та дешеві товари; зниження кількості спонтанних придбань алкоголю.

Більша частина алкогольних напоїв, вироблених в Україні, реалізується в середині країни, станом на 2021 рік - 67,7%. Зазначимо, що 2021 рік був високоприбутковим для алкогольної індустрії.

Відповідно до результатів опитування, проведеного Соціологічною групою Рейтинг: 66% українців вживають алкогольні напої; 33% – рідше, ніж раз на місяць, 26% – кілька разів на місяць, 7% – кілька разів на тиждень, 1% – кожного дня, 32% респондентів алкогольних напої не вживають взагалі. Найбільш популярні: вино та пиво – 36% та 29% відповідно. Горілка – 20%; коньяк – 17%; домашні вина та настойки – 14%; шампанське та ігристі вина – 12%; віскі – 7%;

самогон – 6%; сидр, ром, наливки, вермут, коктейлі, джин та лікери до 2%.

Компанія Pro-Consulting виявила ключові фактори впливу на споживання алкоголю на глобальних ринках, що ляжуть в основу стійкості галузі в майбутньому – розвиток електронної комерції, сильний бренд торгової марки, зростання споживання алкоголю в домашніх умовах та потреба в адаптації/модернізації продуктів до різноманітних викликів. Ключовою можна назвати тенденцію до відновлення ринку алкогольних напоїв преміум-класу, адже алкоголь стає доступною розкішшю для тих, хто готовий витратити. Рівень продажів та виробництва буде напряму залежати від військових дій та економічної ситуації. Галузь демонструватиме поступове відновлення, проте ця динаміка буде набагато нижчою у порівнянні з 2021 роком. Оптимістичним сценарієм є налагодження логістичних ланцюгів та запуск роботи всіх виробничих ліній, які працювали в довоєнний період. На повернення до споживчих показників 2021 року в регіонах, в яких активні бойові дії закінчатися, буде потрібно близько 2 років.

Аналіз основних показників діяльності ТОВ «Омега» показав:

- зростання чистого доходу протягом досліджуваного періоду, за 2023 рік на 20,14% та валового прибутку до 3007778 тис.грн. в 2023 році;

- у 2023 році підприємство отримало чистий прибуток 140735 тис.грн., в 2022 році було збитковим;

- найбільшими витратами є витрати на збут;

- чисельність персоналу у 2023 році становила 7005 осіб, у 2019 році середня заробітна плата становила 4697,76 грн., у 2023 році – 8476,84 грн., продуктивність праці 1 працюючого в міс. у 2023 році складала 208355,65 грн., зростання показника за увесь період на 55,06%, за останній рік – 20,05%;

- рентабельність у 2022 році зазнала зменшення, в 2023 році усі види рентабельності зросли (рентабельність виробничих витрат становила 20,73%, рентабельність операційних витрат 3,13%, загальна рентабельність витрат господарської діяльності 1,09%, рентабельність продажу 17,17%, рентабельність доходу від операційної діяльності 3,03%).

В структурі асортименту ТОВ «Омега» найбільшу вагу займає міцний алкоголь - 76%, на другому місці вина та інші не міцні напої – 24%.

Запропоновано рішення в сфері управління асортиментом алкогольної продукції ТОВ «Омега»:

- використання методології оцінки вин Східно-Європейської Асоціації сомельє (візуальний аналіз, нюховий аналіз, смако-нюховий аналіз, підсумковий аналіз) щодо вибору позицій для введення або виведення з торгового асортименту;

- формування рекомендацій щодо заміни асортиментних позицій;

- зміна постачальника вин на компанію Le Macchiole (Тоскана, Італія).

Підсумковим етапом методології оцінки вин Східно-Європейської Асоціації сомельє є складання оціночної таблиці - в оціночній формі ставляться відповідні оцінки позначеним категоріям та розраховується підсумковий бал.

Згідно методики та рекомендацій фахівців Міжнародної асоціації сомельє (ASI) куди з початку 2022 року входить ТОВ «Омега» наведені 36 позицій нових вин які доцільно ввести в асортимент підприємства. Середня підсумкова оцінка характеристик запропонованих асортиментних позицій 80 балів, існуючих – 66 балів, тобто по якості нові позиції значно перевершують існуючі. Це збільшить отриманий чистий дохід від категорії вин (шампанське, мартіні тощо) на 15%.

ТОВ «Омега» рекомендовано змінити постачальників вин - з 2025 року доцільно закуповувати вина у італійського виробника і постачальника вин - компанії Le Macchiole (Болгер, регіон Тоскана, Італія). Категорія вина та інші не міцні напої займають частку 6,6% загальної реалізації підприємства. В результаті реалізації запропонованих рекомендацій чистий дохід по підприємству збільшиться на 173392,3 тис.грн, або на 1%.

Ефективність запропонованих рекомендацій для ТОВ «Омега» в сфері управління асортиментом алкогольної продукції на 2024 рік: зростання чистого доходу на 173392,3 тис. грн, або на 1%; зростання валового прибутку на 69356,9 тис. грн, або на 2,31%; збільшення чистого прибутку на 56872,7 тис. грн; чиста рентабельність виручки від реалізації підвищиться з 0,8% до 1,12%.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Талавіра Є. В., Рогів М. О. Концептуальні підходи до управління прибутком торговельного підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/78.pdf (дата звернення: 06.04.2024).
2. Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Чубакова А.А. Формування асортиментної політики суб'єкта господарювання у сучасних умовах. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Вип. 55. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/53_2020/21.pdf
3. Глущенко Ю. Є., Шумкова О. В. Особливості маркетингового управління асортиментом. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Випуск 24, частина 1. С. 96–100. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_1_2019ua/20.pdf (дата звернення: 28.03.2024).
4. Щегельська С. Етапи планування та основні підходи щодо формування товарного асортименту торговельного підприємства. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/36003/1/402.pdf> (дата звернення: 12.05.2024).
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. *Маркетинг : навч. посіб.* Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <https://cutt.ly/tw2fxItT> (дата звернення: 12.05.2024).
6. Артеменко Л.Б. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Товарознавство» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання за освітньо-професійною програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль. ТНТУ. 2022. 123 с. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/40726/3/Artemenko_Konspekt_lektsiy_Tovarovoznavstvo_2022.pdf (дата звернення: 12.05.2024).

7. Поліщук Т.Б. Управління асортиментом торговельного підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/156.pdf> (дата звернення: 12.05.2024).
8. Болтянська Л.О., Прус Ю.О. Економіка та організація торгівлі: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2021. 162 с. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/et/wp-content/uploads/sites/33/konspekt-lekcij.pdf> (дата звернення: 17.05.2024).
9. Добрянська В.В., Мірошніченко В.Т. Формування асортименту торговельної організації як складова маркетингової товарної політики. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/34.pdf (дата звернення: 17.05.2024).
10. Шарко В.В., Павлюк Н.М. Маркетингове управління товарним асортиментом. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/19313/333-341.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 17.05.2024).
11. Управління асортиментом магазину. URL: <https://www.netsoft.com.ua/Upravlinnya-asortymentom-mahazynu.html> (дата звернення: 17.05.2024).
12. Марченко В. М. Основи підприємницької діяльності : підруч. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/33c15d6e-fc4f-4cdc-a2a0-5c39384781b5/content> (дата звернення: 17.05.2024).
13. Дrajниця С.А., Островська Ю.О. Концепція управління асортиментом товарів і стимулювання їх продажу в мережєвих структурах. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки*. 2019. № 5. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/24-18.pdf> (дата звернення: 26.05.2024).
14. Булава М.І. Методичні підходи до оцінювання ефективності асортиментної політики сучасного підприємства. *Молодий вчений*. 2020. № 10 (86). URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/302> (дата звернення: 26.05.2024).
15. Тунік А. Г. Формування асортиментної політики в ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД» при дослідженні попиту продукції. URL:

http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2016/2_2016/13.pdf (дата звернення: 25.03.2024).

16. Кириченко С. О., Половинка К. І. Принципи формування асортиментної політики. *Агросвіт*. 2021. № 1-2. С. 90–94. http://www.agrosvit.info/pdf/1-2_2021/11.pdf (дата звернення: 26.05.2024).

17. Лойко В.В., Бичковський Р.В. Особливості формування асортиментної політики підприємства роздрібною торгівлі. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/104.pdf> (дата звернення: 30.05.2024).

18. Буряк Р. І., Збарський В. К., Талавиця М. П., Бондаренко В. М. Маркетинг: підруч. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2023. 538 с. URL: <https://dglip.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4de785aa-a337-4bbc-8ed6-60a3185db274/content> (дата звернення: 30.05.2024).

19. Гуштан Т. В. Матричний аналіз асортиментної політики спеціалізованих підприємств роздрібною торгівлі. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/22.pdf (дата звернення: 30.05.2024).

20. Овсак О.П., Назаренко О.П., Зелінський В.В. Особливості формування асортиментної політики виробничого підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 34. С. 149–153.

21. Кужель В., Радчук А. Формування стратегії управління товарним асортиментом комерційного підприємства. *Сучасні технології комерційної діяльності і логістики* : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Київ: КНЕУ, 2022. С. 38–40.

22. Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Щавелева Ю.С. Визначення взаємозв'язку між ціною та попитом на ринку екологічно-чистих продуктів. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти* : матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Львів : ЛНАУ, 2020. С. 121–124.

23. Мокляк М.В., Сафонов М.С., Максименко Є.М. Аналіз методів формування асортиментної політики торгового підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 27. С. 204–210.

24. Могилова А. Ю., Шибун М. О. Управління асортиментом торгового підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/5.pdf (дата звернення: 18.03.2024).
25. Варус. URL: <https://varus.ua/about-company> (дата звернення: 20.03.2024).
26. YouControl - сервіс перевірки контрагентів. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/30982361/ (дата звернення: 20.03.2024).
27. Clarity Project - розширена аналітика. URL: <https://clarity-project.info/edr/30982361> (дата звернення: 20.03.2024).
28. Зайченко К.С., Болховська А.П. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні. *Економіка управління та адміністрування*. 2023. № 2 (104). URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/285071> (дата звернення: 02.04.2024).
29. Державна служба статистики. Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами (2017-2021 рр.). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.04.2024).
30. Український алкоголь: історія, тенденції та мапа виробників. URL: https://obarykada.com/chasopys/alco_history/ (дата звернення: 02.04.2024).
31. Шарипов О. Сила бренду «Україна». Nemiroff, Global Spirits та Shabo наростили експорт на 20–50%, хоча алкогольний ринок країни впав. У чому секрет. *Forbes Ukraine*. URL: <https://cutt.ly/Gw2fcThM>. (дата звернення: 02.04.2024).
32. Споживання алкоголю в Україні. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/potreblenie_alkogolya_v_ukraine.html (дата звернення: 15.04.2024).
33. Які міцні алкогольні напої вживають українці? URL: <https://agroreview.com/content/yaki-miczni-alkogolni-napoyi-vzhyvayut-ukrayinczi/> (дата звернення: 15.04.2024).

34. Ринок алкогольної продукції. URL: <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/> (дата звернення: 15.04.2024).
35. Аналіз ринку міцних алкогольних напоїв (настоянок) в Україні. 2022 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-krepkih-alkogolnyh-napitkov-nastoev-v-ukraine-2022-god> (дата звернення: 15.04.2024).
36. Ринок вина в Україні під час війни. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-vina-v-ukraine-vo-vremya-voyny> (дата звернення: 15.04.2024).
37. Аналіз ринку пива в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-piva-v-ukraine-tendencii-razvitiya-i-factory-voyny> (дата звернення: 20.04.2024).
38. Аналіз ринку горілки України. 2021 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-vodki-ukrainy-2021-god> (дата звернення: 20.04.2024).
39. Алкогольні війни та резонансні рішення АМКУ. URL: https://jurliga.ligazakon.net/ru/analitycs/186080_alkogoln-vyni-ta-rezonansn-rshennya-amku (дата звернення: 20.04.2024).
40. Як війна змінила алкогольні звички українців та ринок – коментарі аналітика Pro-Consulting Євгена Бондаренко. URL: <https://cutt.ly/Sw2fcS44> (дата звернення: 20.04.2024).
41. Новий закон легалізував український міцний крафт. URL: <https://drinks.ua/news/novij-zakon-legalizuvav-ukrainskij-micnij-kraft/> (дата звернення: 20.04.2024).
42. Мінімальні ціни на алкогольні напої 2024. URL: <https://uceps.org.ua/minimalni-alkogolni-tablytsya/> (дата звернення: 03.06.2024).
43. Несміянова М. В., Артюх Т. М. Оцінка відповідності виноградних вин в Україні. URL: <https://cutt.ly/Iw2fcBBc> (дата звернення: 03.06.2024).
44. Яблонська Н.В., Крупіна С.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі України.

Інфраструктура ринку. 2018. № 16. С. 147–150. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/YAblonska-N.-V..pdf> (дата звернення: 03.06.2024).

45. Осипов В.М., Некрасова Л.А. Оцінка конкурентоспроможності виноробного підприємства як інструмент управління його розвитком. *Економіка і прогнозування*. 2019, № 1. С. 109-127. URL: http://eip.org.ua/docs/EP_19_1_109_uk.pdf (дата звернення: 03.06.2024).

46. Шейко К.В. Міжнародний досвід протидії незаконному обігу алкогольних напоїв. *Часопис Київського університету права*. 2019. №2. С. 195 – 202. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/36-Article%20Text-69-1-10-20191121.pdf> (дата звернення: 03.06.2024).

47. У €30 000 оцінили найдорожчу в світі пляшку вина. URL: <https://barout.media/news/wine-record-price-france-bordeaux/> (дата звернення: 03.06.2024).

48. Марусяк Н.Л. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1786/%d0%9f%d0%be%d1%81%d1%96%d0%b1%d0%bd%d0%b8%d0%ba%20%d0%a4%20%d0%90%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 07.04.2024).

49. Східно-Європейська Асоціація сомельє і експертів. URL: <https://wine-expert.org/> (дата звернення: 14.06.2024).

50. Блог про вино: як дегустувати? Правила і секрети. URL: <https://www.fest.lviv.ua/uk/news/114-bloh-pro-vyno-yak-dehustuvaty-pravyla-i-sekrety/> (дата звернення: 14.06.2024).

51. Швець В.Я., Трифонова О.В., Баранець Г.В., Варяниченко О.В. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра спеціальності 073 «Менеджмент». Дніпро : НТУ «ДП», 2019. 35 с.

52. Швець В.Я., Трифонова О.В., Барабан О.А. Вимоги до оформлення кваліфікаційних робіт бакалаврів та магістрів спеціальності «Менеджмент». Дніпро: НТУ «ДП», 2018. 15 с.

ДОДАТОК А
Фінансова звітність підприємства [27]

Фінансова звітність за 2023 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	34 417.00	41 824.00
первісна вартість	1001	80 202.00	103 070.00
накопичена амортизація	1002	45 785.00	61 246.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	16 830.00	44 787.00
Основні засоби	1010	2 979 012.00	2 635 889.00
первісна вартість	1011	8 790 399.00	13 337 536.00
знос	1012	5 811 387.00	10 701 647.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	3 030 259.00	2 722 500.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	2 311 920.00	1 819 929.00
Виробничі запаси	1101	56 846.00	67 413.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	2 255 074.00	1 752 516.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестраховання	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	193 378.00	44 311.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	63 815.00	49 192.00
з бюджетом	1135	0.00	
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 422.00	12 410.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	78 739.00	86 746.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	683 309.00	1 443 398.00
Готівка	1166	49 551.00	58 837.00
Рахунки в банках	1167	441 106.00	1 292 333.00
Витрати майбутніх періодів	1170	3 830.00	4 400.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	264 330.00	377 651.00
Усього за розділом II	1195	3 601 743.00	3 838 037.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	6 632 002.00	6 560 537.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	111 149.00	111 149.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	439 492.00	484 386.00
Додатковий капітал	1410	31 996.00	35 290.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-29 382.00	124 758.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	553 255.00	755 583.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	22 629.00	16 733.00
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	241 463.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	2 138 342.00	1 895 176.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	2 402 434.00	1 911 909.00
Ш. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	50 000.00	1 000 000.00
Векселі видані	1605	23 195.00	18 036.00
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	528 674.00	298 842.00
товари, роботи, послуги	1615	2 705 928.00	2 087 708.00
розрахунками з бюджетом	1620	85 452.00	110 777.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	17 193.00	13 007.00
розрахунками зі страхування	1625	5 023.00	12 039.00
розрахунками з оплати праці	1630	21 785.00	52 905.00
за одержаними авансами	1635	13 751.00	13 811.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	0.00	
Доходи майбутніх періодів	1665	3 557.00	5 913.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	238 948.00	293 014.00
Усього за розділом III	1695	3 676 313.00	3 893 045.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	6 632 002.00	6 560 537.00

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	17 514 376.00	14 578 554.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	
Премії підписані, валова сума	2011	0.00	
Премії, передані у перестраховання	2012	0.00	

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0.00	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0.00	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	14 506 598.00	12 116 644.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0.00	
Валовий: прибуток	2090	3 007 778.00	2 461 910.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0.00	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0.00	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0.00	
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0.00	
Інші операційні доходи	2120	156 582.00	123 241.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0.00	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0.00	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0.00	
Адміністративні витрати	2130	418 374.00	286 581.00
Витрати на збут	2150	2 154 676.00	1 839 043.00
Інші операційні витрати	2180	55 561.00	106 284.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0.00	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0.00	
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	535 749.00	353 243.00
Дохід від участі в капіталі	2200	0.00	
Інші фінансові доходи	2220	193 879.00	146 910.00
Інші доходи	2240	0.00	
Дохід від благодійної допомоги	2241	0.00	
Фінансові витрати	2250	476 868.00	437 043.00
Втрати від участі в капіталі	2255	0.00	
Інші витрати	2270	61 182.00	107 430.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0.00	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	191 578.00	
збиток	2295	44 320.00	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-50 843.00	2 752.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0.00	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	140 735.00	
збиток	2355		41 568.00

Фінансова звітність за 2022 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	31 390.00	34 417.00
первісна вартість	1001	67 041.00	80 202.00
накопичена амортизація	1002	35 651.00	45 785.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	20 644.00	16 830.00
Основні засоби	1010	2 973 695.00	3 071 242.00
первісна вартість	1011	6 554 048.00	8 895 135.00
знос	1012	3 580 353.00	5 823 893.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	3 025 729.00	3 122 489.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	1 797 055.00	2 483 826.00
Виробничі запаси	1101	88 313.00	56 846.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	1 708 742.00	2 426 980.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестрашування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	347 826.00	193 378.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	76 987.00	59 501.00
з бюджетом	1135	17.00	
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5 643.00	2 422.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
Поточні фінансові інвестиції	1160	69 449.00	78 739.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	241 442.00	683 309.00
Готівка	1166	41 139.00	49 551.00
Рахунки в банках	1167	6 599.00	441 106.00
Витрати майбутніх періодів	1170	2 535.00	3 830.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	247 437.00	298 622.00
Усього за розділом II	1195	2 788 391.00	3 803 627.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	5 814 120.00	6 926 116.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	111 149.00	111 149.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Капітал у дооцінках	1405	302 195.00	439 492.00
Додатковий капітал	1410	27 690.00	31 996.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-10 105.00	-48 509.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	430 929.00	534 128.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	24 526.00	23 619.00
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	250 430.00	241 463.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	2 015 053.00	2 248 126.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	2 290 009.00	2 513 208.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	61 879.00	50 000.00
Векселі видані	1605	24 888.00	23 195.00
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	362 647.00	529 564.00
товари, роботи, послуги	1615	2 297 497.00	2 907 811.00
розрахунками з бюджетом	1620	34 033.00	85 147.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	12 317.00	16 888.00
розрахунками зі страхування	1625	6 546.00	5 023.00
розрахунками з оплати праці	1630	33 146.00	21 785.00
за одержаними авансами	1635	12 597.00	13 751.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Доходи майбутніх періодів	1665	7 723.00	3 557.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	252 226.00	238 947.00
Усього за розділом III	1695	3 093 182.00	3 878 780.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	5 814 120.00	6 926 116.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	14 578 554.00	13 704 907.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	
Премії підписані, валова сума	2011	0.00	
Премії, передані у перестраховання	2012	0.00	
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0.00	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0.00	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	12 116 644.00	11 304 421.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0.00	
Валовий: прибуток	2090	2 461 910.00	2 400 486.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0.00	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0.00	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0.00	
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0.00	
Інші операційні доходи	2120	130 962.00	149 153.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0.00	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0.00	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0.00	
Адміністративні витрати	2130	286 581.00	338 963.00
Витрати на збут	2150	1 843 540.00	1 709 792.00
Інші операційні витрати	2180	106 038.00	26 070.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0.00	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0.00	

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	356 713.00	474 814.00
Дохід від участі в капіталі	2200	0.00	
Інші фінансові доходи	2220	127 708.00	34 484.00
Інші доходи	2240	0.00	
Дохід від благодійної допомоги	2241	0.00	
Фінансові витрати	2250	444 753.00	355 092.00
Втрати від участі в капіталі	2255	0.00	
Інші витрати	2270	102 184.00	15 369.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0.00	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	138 837.00	
збиток	2295	62 516.00	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1 821.00	-44 243.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0.00	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		94 594.00
збиток	2355	60 695.00	

Фінансова звітність за 2021 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	27 533.00	31 390.00
первісна вартість	1001	56 397.00	67 041.00
накопичена амортизація	1002	28 864.00	35 651.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	17 351.00	20 644.00
Основні засоби	1010	2 354 464.00	2 973 695.00
первісна вартість	1011	4 668 221.00	6 554 048.00
знос	1012	2 313 757.00	3 580 353.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	9 230.00	
Гудвіл	1050	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	2 408 578.00	3 025 729.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	1 554 591.00	1 797 055.00
Виробничі запаси	1101	26 619.00	88 313.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	1 527 972.00	1 708 742.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестраховання	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	121 530.00	347 826.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	53 421.00	76 987.00
з бюджетом	1135	0.00	17.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	194 559.00	5 643.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
Поточні фінансові інвестиції	1160	55 326.00	69 449.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	165 665.00	241 442.00
Готівка	1166	35 990.00	41 139.00
Рахунки в банках	1167	20 888.00	6 599.00
Витрати майбутніх періодів	1170	1 922.00	2 535.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	204 551.00	247 437.00
Усього за розділом II	1195	2 351 565.00	2 788 391.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	4 760 143.00	5 814 120.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	111 149.00	111 149.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн	На кінець звітної періоду, тис. грн
Капітал у дооцінках	1405	201 456.00	329 388.00
Додатковий капітал	1410	17 320.00	27 690.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-127 838.00	-37 298.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	202 087.00	430 929.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	24 526.00
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	144 780.00	250 430.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 755 745.00	2 015 053.00
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	1 900 525.00	2 290 009.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	61 879.00
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	277 029.00	387 535.00
товари, роботи, послуги	1615	1 984 490.00	2 297 497.00
розрахунками з бюджетом	1620	25 655.00	34 033.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	9 224.00	12 317.00
розрахунками зі страхування	1625	3 814.00	6 546.00
розрахунками з оплати праці	1630	20 268.00	33 146.00
за одержаними авансами	1635	9 204.00	12 597.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Доходи майбутніх періодів	1665	4 637.00	7 723.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	332 434.00	252 226.00
Усього за розділом III	1695	2 657 531.00	3 093 182.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	4 760 143.00	5 814 120.00

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13 776 336.00	12 221 900.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	
Премії підписані, валова сума	2011	0.00	
Премії, передані у перестраховання	2012	0.00	
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0.00	
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0.00	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	11 304 421.00	10 215 164.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0.00	

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Валовий: прибуток	2090	2 471 915.00	2 006 736.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0.00	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0.00	
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0.00	
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0.00	
Інші операційні доходи	2120	77 719.00	155 978.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0.00	
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0.00	
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0.00	
Адміністративні витрати	2130	338 963.00	276 038.00
Витрати на збут	2150	1 709 792.00	1 445 483.00
Інші операційні витрати	2180	26 070.00	13 326.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0.00	
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0.00	
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	474 809.00	427 867.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дохід від участі в капіталі	2200	0.00	
Інші фінансові доходи	2220	34 484.00	22 625.00
Інші доходи	2240	5.00	246.00
Дохід від благодійної допомоги	2241	0.00	
Фінансові витрати	2250	355 092.00	305 135.00
Втрати від участі в капіталі	2255	0.00	
Інші витрати	2270	15 369.00	3 261.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0.00	
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	138 837.00	142 342.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-71 436.00	-26 272.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0.00	
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	67 401.00	116 070.00