

Л.В. КРУЧАК

(Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль, Україна)

Ринок соків в Україні: аналіз стану та оцінка впливу дебіторської заборгованості покупців на його розвиток

Загострення конкуренції на ринку соків зумовлює актуальність вивчення факторів, що впливають на виробництво і збут сокової продукції. Стаття присвячена аналізу показників розвитку ринку соків та визначенню впливу дебіторської заборгованості покупців на обсяги виробництва сокової продукції. Оцінено динаміку споживання соків населенням України за останні п'ятнадцять років. Здійснено аналіз обсягів виробництва соків в Україні за 1960-2003 роки та визначено основні тенденції його розвитку. Охарактеризовано структуру та основних гравців вітчизняного ринку соків. Як свідчать результати дослідження, 84 % ринку соків в Україні належить чотирьом найбільшим компаніям, які поперемінно займають лідируючі позиції. Виявлено, що довгострокова дебіторська заборгованість негативно впливає на діяльність виробників соків, однак деякі компанії з тих чи інших обставин змушені реалізовувати свою продукцію в умовах відтермінованої оплати, щоб залишатись гравцем на ринку і збільшувати обсяги виробництва. З метою стимулювання дебіторів до своєчасної оплати поставленої продукції пропонується запровадити гнучку систему знижок.

Ключові слова: виробництво і споживання соків, ринок соків, дебіторська заборгованість, торгові знижки, управління збутом продукції.

Л.В. КРУЧАК

(Тернопольський національний економічний університет, г. Тернополь, Україна)

Рынок соков в Украине: анализ состояния и оценка влияния дебиторской задолженности покупателей на его развитие

Обострение конкуренции на рынке соков обуславливает актуальность изучения факторов, которые влияют на производство и сбыт соковой продукции. Статья посвящена анализу показателей развития рынка соков и определению влияния дебиторской задолженности покупателей на объемы производства соковой продукции. Оценена динамика потребления соков населением Украины за последние пятнадцать лет. Осуществлен анализ объемов производства соков в Украине за 1960-2003 годы и определены основные тенденции его развития. Охарактеризовано структуру и основных игроков отечественного рынка соков. Как свидетельствуют результаты исследования, 84 % рынка соков в Украине принадлежит четырем крупнейшим компаниям, которые попеременно занимают лидирующие позиции. Выведено, что долгосрочная дебиторская задолженность негативно влияет на деятельность производителей соков, однако некоторые компании по тем или иным обстоятельствам вынуждены реализовывать свою продукцию в условиях отсроченной оплаты, чтобы оставаться игроком на рынке и увеличивать объемы производства. С целью стимулирования дебиторов к своевременной оплате поставленной продукции предлагается ввести гибкую систему скидок.

Ключевые слова: производство и потребление соков, рынок соков, дебиторская задолженность, торговые скидки, управление сбытом продукции.

L. V. KRUCHAK

(Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine)

Juice Market in Ukraine: State Analysis and Assessment of the Impact of Accounts Receivable of Customers on Its Development

Growing of the competition in the juice market determines the relevance of the study of factors affecting the production and sale of juice products. The article is devoted to the analysis of indicators of the juice market and to the

determination of trade debtors impact on production juice products. Dynamics of juice consumption of population of Ukraine for the past fifteen years was estimated. Analysis of the volume of juice production in Ukraine for the years 1960-2003 and the main trends of its development were determined. The structure and the principle domestic juice retailers were defined. According to the research results, 84 % of the juice market in Ukraine belongs to the four largest companies which alternately occupy leading positions. It was found that long-term receivables negatively affect the juice producer activities but some companies on various circumstances have to sell their products in terms of delayed payment to remain as a retailer and to increase the production. In order to encourage debtors to timely payment for delivered goods it was proposed to introduce a flexible system of discounts.

Keywords: production and consumption of juices, juice market, accounts receivable, trade discounts, management of products sales.

Постановка проблеми. Одним із важливих компонентів харчування є соки, споживання яких в усьому світі постійно збільшується. Це пояснюється як їх високою харчовою цінністю, так і рентабельністю їхнього виробництва [2]. Водночас, загострення конкуренції на ринку соків актуалізує питання вивчення факторів, що впливають на виробництво і збут сокової продукції. В цьому контексті доцільним є встановлення тісноти зв'язку між обсягами виробництва і дебіторською заборгованістю покупців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку соків займалось багато вчених. Так, Н.А. Власенко здійснює аналіз ринку соків в Україні у контексті підвищення конкурентоспроможності продукції [2]. Тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів, соковмістних напитків, морсів розкриті в публікації О.А. Євтушевської та С.І. Бабуриної [3]. Визначенню стратегічних напрямків розвитку підприємств з виробництва соку присвячена робота І.В. Мельник. Як стверджує дослідник, сьогодні найактуальнішою проблемою є дефіцит вітчизняної сировини для виробничих потреб. Компанії змушені шукати нових постачальників сировини (сокових концентратів по всьому світу), питома вага якого в структурі виробництва українських соків складає приблизно 80 %, що призводить до суттєвої залежності від імпорту. Такий дефіцит пов'язаний із відсутністю спеціальних державних програм підтримки українських товаровиробників, складною процедурою надання та високою вартістю кредитів на

розвиток сільськогосподарських підприємств [5, с. 141-142]. Процес формування конкурентної стратегії підприємств з виробництва соків є об'єктом дослідження І.І. Надточій [6]. Класифікацію споживачів на основі сегментації ринку соків пропонує В.І. Суббота [13]. Споживчі переваги на ринку безалкогольної продукції і соків та їх вплив на збутову діяльність виробничих підприємств оцінює М.Б. Цопа [14].

Цими та іншими дослідниками зроблено вагомий внесок у вирішення проблем розвитку ринку соків. Однак, маловивченим залишається питання впливу дебіторської заборгованості на ефективність функціонування ринку сокової продукції.

Метою статті є аналіз показників розвитку ринку соків та визначення впливу дебіторської заборгованості на обсяги виробництва.

Виклад основних результатів. Щорічно середньостатистичний житель України споживає приблизно 10 л соку. Це дуже низький показник. Для порівняння житель Західної Європи споживає соку в тричі більше, а американець – у п'ять разів [8].

В таблицях 1 та 2 наведено дані щодо споживання соків населенням України. З таблиці 1 видно, що у 2000 році кожен українець споживав в середньому лише 2,5 л соку, а у 2008 році – 21,1 л, тобто за 8 років споживання соків збільшилось у 8,4 рази. Світова фінансова криза негативно вплинула на споживання українцями соків, бо зразу ж у 2009 році (першому році після кризи) споживання соків порівняно з 2008 роком зменшилось на 5, 2 л або у 1,3 рази.

Таблиця 1

Динаміка споживання соків в Україні за 2000-2009 рр.

Показники	Роки									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Споживання соків на душу населення, кг на 1 особу	2,5	3,6	4,6	8,4	10,0	14,3	15,9	18,5	21,1	15,9

Джерело: побудовано автором за даними [6].

Таблиця 2

Споживання найпоширеніших видів напоїв на одну особу за 2011-2015 рр.

Показники	Роки				
	2011	2012	2013	2014	2015
Соки фруктові та овочеві (кг)	8,3	9,9	10,2	10,2	6,2
Води натуральні мінеральні газовані (л)	21,5	21,3	19,5	19,2	17,0
Води натуральні мінеральні негазовані (л)	7,3	8,3	8,9	8,4	8,4

Джерело: побудовано автором за даними [7].

Такому різкому зменшенню споживання соків можна було би запобігти, якщо б держава запровадила для вітчизняних промислових переробних підприємств адекватні економічні стимули. На нашу думку одним із парадоксів є те, що торговельні підприємства оподатковуються за такими ж умовами, що й промислові. Такий підхід підриває економічний потенціал переробної промисловості АПК.

З таблиці 2 видно, що найбільше українці споживають газовані мінеральні води, що пов'язано з їх нижчою ціною за ціну соків. Порівняно з 2011 роком в 2015 році споживання соків на одну особу зменшилось з 8,3 л до 6,2 л або на 25 %. Основною причиною цього є суттєве зменшення купівельної спроможності українців, особливо у 2015-2016 рр. З іншого боку, зменшення обсягів споживання

населенням соків призводить до зменшення кількості поживних речовин, які вживають люди, а це послаблює захисні функції їхнього організму і створює сприятливе середовище для вірусів та хвороб. Відповідно, замість того, щоб витратити кошти на соки, українці витрачають гроші на лікування (у тому числі через нестачу мікроелементів, яких є достатньо у соках), що значно дорожче за споживання соків.

Динаміка споживання соку на одну особу в Україні протягом 2000-2015 рр. показана на рис. 1. Пік споживання соків на одну особу було досягнуто у 2008 році (21,1 л на кожного українця). Далі розпочався процес спаду споживання соків. При цьому, за останні два роки споживання соків на одну особу зменшилось на 39 %.

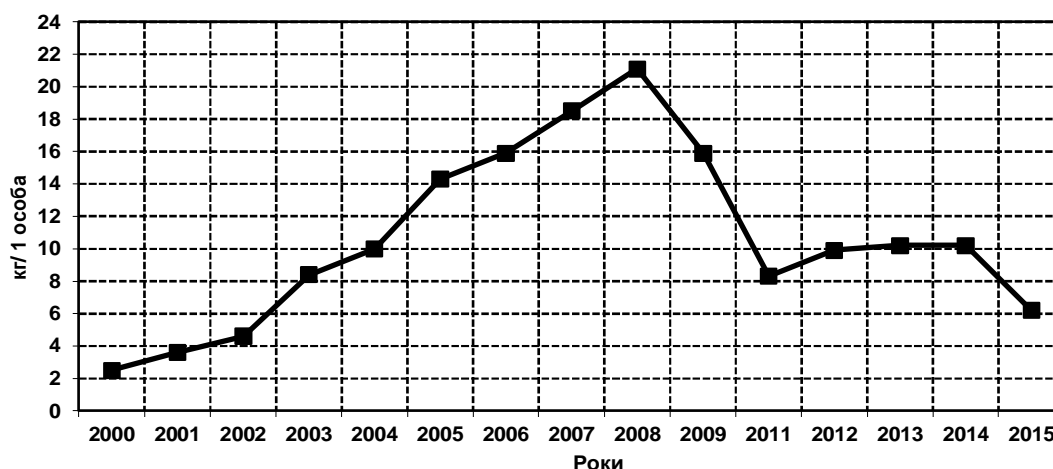


Рис. 1. Динаміка споживання соку на одну особу за 2000-2015 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних таблиці 1 та 2.

В таблиці 3 наведені офіційні статистичні дані щодо виробництва соків в Україні протягом 1960-2003 рр. Як бачимо, з 1960 р. по 1990 р. виробництво соків збільшилось з 98 до 1071 млн. умовних банок або майже в 11 разів. З 1991 р. і до 1996 р. тривало

падіння обсягів виробництва до рівня середини 1960-х років, а з 1997 р. виробництво соків почало поступово збільшуватись і вже у 2003 р. досягло рівня 1985 р.

Таблиця 3

Динаміка обсягів виробництва соків в Україні за 1960-2003 рр.

(млн. умовних банок)

Назва соків	Роки															
	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Соки натуральні	98.1	199	458	753	629	810	1071	221	159	232	262	245	310	482	544	835
з них фруктові	39,9	113	289	398	443	541	826	146	143	218	221	198	264	411	471	713
з них овочеві	58.2	86	169	355	186	269	245	75	16	14	41	47	46	71	73	122

Джерело: побудовано автором за даними [7].

Дані виробництва соків за останні 13 років наведено у таблиці 4. Як бачимо, з 2003 р. до 2006 р. обсяги виробництва натуральних соків переважали обсяги виробництва соків купажованих. З 2006 року розвинулась зворотна тенденція. Це свідчить про те, що виробники стежать за зміною кон'юнктури ринку

і збільшують обсяги виробництва тих соків, на які збільшується попит на ринку. Обсяги виробництва концентрованих соків також збільшуються протягом 11 років, проте серйозну конкуренцію сокам натуральним та купажованим вони не складають.

Виробництво харчових продуктів – напоїв в Україні за 2003-2015 рр.

Назва соків	Роки												
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Соки фруктові та овочеві, тис. т	322	302	362	381	547	473	364	376	382	452	463	440	264
Суміші соків фруктових та овочевих, тис. т	78	171	246	319	467	446	346	373	330	309	286	246	201
Разом	400	473	608	700	1014	919	710	749	712	761	749	686	465

Джерело: розроблено автором за даними [7].

Стрімкий ріст обсягів виробництва соку тривав до 2007 р., після чого відбувався суттєвий спад виробництва. З 2009 р. до 2014 р. виробництво залишалось, практично, на одному рівні (без суттєвих збільшень виробництва). Різде зменшення купівельної спроможності населення протягом останніх двох років чітко простежується на споживанні соків: у 2014 р. зменшення становило 11 % в порівнянні з попереднім роком, а в 2015 р. – 32 % відповідно.

Ціни на соки в Україні зростають повільніше, ніж на інші продукти. Загалом, споживачі не перейшли на соки більш низького цінового сегменту, однак частота покупок зменшилась. Провідну роль в цьому

процесі зіграли: власна переробка українських фруктів та овочів, цінова доступність продукції та довіра споживачів.

Ринок соків сприяє постійному оновленню асортименту своєї продукції, що пов'язано із намаганнями виробників утримувати, а то й наростити свої позиції на ринку. Сьогодні на українському ринку соків спостерігається висока конкуренція. Виробництвом соків займаються майже 400 підприємств, 20 з яких добре відомі українським споживачам.

Лідерами ринку є 5 великих компаній: «Sandora», «Vitmark», «Ерлан», «Coca-Cola» та «T.V.Fruit» (табл. 5).

Таблиця 5

Основні гравці, їхня ієрархія, долі і розташування виробників соків на ринку в Україні

Компанії	Торгова марка	Структура ринку, %	Розташування виробничих потужностей
PEPSICO	ТМ «Сандора», ТМ «Сандора Ексклюзив», ТМ «Сандора сік до сніданку», ТМ «Сандора овощний», ТМ «Сандорик», ТМ «Садочок»	46	Миколаївська обл., Жовтневий р-н, с. Миколаївське
Vitmark	ТМ Jaffa «Наш сік», «Просто Фрукти», «Джусік», «Соковита», «Прямо Сік», «Чудо-Чудо»	26	м. Одеса
Ерлан	ТМ Соки «Біола», ТМ Соки «Літо»	6,6	м. Київ, м. Дніпропетровськ
Coca-Cola Беверіджис Україна	ТМ Rich, ТМ «Добрий», ТМ Rich Kids	5	с. Велика Димерка, Київська обл.

Джерело: розроблено автором на основі [9, 10, 11, 12].

Головним лідером ринку соків є ТМ «Сандора», що входить до складу компанії «PepsiCo». Успіх компанії полягає у високій якості продукції, а також використанні найсучаснішого обладнання у виробництві, що забезпечує європейський рівень якості соків. Доля компанії на ринку в Україні складає 49 %. П'яту частину продукції «Сандора» постачає на експорт [11].

В числі найбільших українських виробників соків, нектарів і соковмісних напоїв також компанія «Вітмарк-Україна». Лідерство компанії обумовлено високою якістю продукції, натуральністю та доступністю завдяки власній переробці українських

фруктів та овочів, а також співробітництву із провідними світовими постачальниками [9].

Компанія «Ерлан» випускає ТМ «Біола» та ТМ «Літо». Протягом певного періоду часу ТМ «Біола» стала самостійною і невід'ємною частиною ринку, яка задає стандарти та критерії для продукції, які формують смак і стиль поведінки покупця [10].

Компанія «Coca-Cola Беверіджис Україна» займає 5 % ринку соків України під такими марками ТМ «Добрий», ТМ «Rich» ТМ «Rich Kids [12].

Чотири згадані компанії в сукупності займають 84 % від загального ринку соків. Решту ринку поділяють між собою компанія «Jusso», компанія

«Пшеничка», компанія «Т.В.Fruit», ТзОВ «ГАЛС ЛТД» та інші.

Як свідчать результати аналізу, на ринку України присутні близько 20 відомих виробників соків, які поперемінно займають різні позиції на ринку.

В процесі діяльності кожного підприємства виникає дебіторська заборгованість – заборгованість покупців підприємству за товари, тобто в нашому випадку за сокову продукцію. В балансі підприємства вона відображається у складі активів. Дебіторська заборгованість має суттєвий вплив на ефективність розвитку ринку соків. Адже від того якою є сума дебіторської заборгованості залежить і сума доходів підприємства-виробника соків, розмір його прибутку (збитку), фінансова стійкість та конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішніх ринках соків.

Дебіторами підприємств з виробництва соків є супермаркети, продуктові магазини, міні-магазини, підприємства експортери, підприємства дистриб'ютори та ін. Довгострокова дебіторська заборгованість негативно впливає на діяльність підприємства, однак деякі підприємства з тих чи інших обставин змушені видавати свою продукцію без грошей, щоб залишатись гравцем на ринку і збільшувати обсяги збуту.

Динамічний розвиток вимагає ефективного управління збутом та взаємовідносинами з покупцями та замовниками. Оптимально, коли сума дебіторської заборгованості приблизно дорівнює сумі кредиторської заборгованості. Якщо сума дебіторської заборгованості значно перевищує суму кредиторської заборгованості, то це означає, що підприємство-виробник соків недостатньо уваги приділяє роботі з дебіторами, тому вони не поспішають повертати борги виробнику, постійно відтерміновуючи їх погашення з одного місяця на інший.

Соки не є продукцією першої потреби, тому виробник нерідко змушений йти на деякі поступки продавцям соків, зменшуючи для них оптові ціни і збільшуючи максимально допустимі терміни оплати за продукцію. У зв'язку з цим, трапляються випадки недобросовісної поведінки продавців соків щодо підприємства їх виробника та затримки оплати за продукцію у терміни, що значно перевищують встановлені у договорі.

Управління дебіторською заборгованістю необхідно здійснювати так, щоб її сума загалом та за кожним дебітором суттєво не збільшувалась і оплачувалась у межах одного-двох місяців. За таких обставин, бухгалтер з обліку розрахунків повинен постійно відстежувати зміни у сумах заборгованостей покупців та замовників, і не менше двох разів на місяць доповідати головному бухгалтеру підприємства про найбільш проблемні борги дебіторів, висловлюючи пропозиції з приводу їх повернення. У разі форс-мажорних обставин, пов'язаних зі змінами у дебіторській заборгованості бухгалтер з обліку розрахунків зобов'язаний доповідати негайно.

Якщо динаміка сум дебіторської заборгованості у підприємстві з виробництва соків залишається відносно стабільною (і така ж ситуація з кредиторською заборгованістю), то можна стверджувати, що економічна ефективність управління дебіторською заборгованістю висока, а бухгалтер з обліку розрахунків працює на належному рівні.

По кожному із проблемних дебіторів доцільно провести аналіз історії ведення збутової діяльності підприємства з виробництва соків, тісноти взаємозв'язків, частоти фактів порушень термінів дебіторської заборгованості і величини її сум, а також сум втрат та вигод від припинення взаємозв'язків з даним дебітором.

Організація роботи з проблемними покупцями і замовниками призводить до додаткових поштових, кур'єрських, телефонних, консультаційних та юридичних витрат, що безпосередньо збільшує загальну суму витрат підприємства і зменшує суму прибутку (в окремих випадках збільшує суму збитку) підприємства.

Сьогодні зарубіжні підприємства застосовують гнучку систему знижок (в тому числі торгових знижок, знижок за оплату в термін) до дисциплінованих дебіторів, що стимулює останніх своєчасно оплачувати виставлені їм рахунки [1, с. 366-367].

Вважаємо, що застосування такої гнучкої системи знижок в Україні дало б позитивний результат і сприяло б значному зменшенню сум простроченої дебіторської заборгованості.

З дебіторською заборгованістю тісно пов'язані (особливо під час проведення фінансового аналізу) такі фінансові показники: 1) коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (частка від ділення суми чистого доходу (виручки від реалізації (збуту) продукції) на суму середньої дебіторської заборгованості); 2) кількість днів одного повного обігу дебіторської заборгованості (частка від ділення суми середньої дебіторської заборгованості на суму чистого доходу (виручки від реалізації (збуту) продукції)); 3) коефіцієнт проміжної ліквідності (частка від ділення суми доданків грошових коштів, їх еквівалентів, короткострокових фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості на суму поточних зобов'язань); 3) коефіцієнт співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості.

Висновки. Ринок соків в Україні досить місткий, проте внаслідок високої залежності від платоспроможності населення, він працює нерівномірно. Зниження платоспроможного попиту населення дзеркально відображається на доходах компаній з виробництва соків. На даний час простежується тенденція до росту обсягів продажу соків. Компанії інвестують великі суми у виробництво та запуск нових ліній розливу.

Дебіторська заборгованість покупців і замовників сокової продукції має суттєвий вплив на ефективність розвитку ринку соків в Україні. Це проявляється

через тісний зв'язок заборгованості з сумою доходу підприємств-виробників соків, розміром їх прибутку (збитку), фінансовою стійкістю та конкурентоспроможністю на внутрішньому і зовнішніх ринках. Значні затримки з погашенням дебіторської заборгованості, високі темпи інфляції дуже негативно впливають на динаміку функціонування ринку соків в Україні. З метою стимулювання українських дебіторів до своєчасної оплати виставлених їм рахунків доцільно запровадити гнучку систему численних знижок (в тому числі торгових знижок, знижок за оплату в термін).

4 Список використаних джерел

1. *Бутинець, Ф. Ф.* Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів спец. 7.050106 «Облік і аудит» / Ф. Ф. Бутинець, Л. Л. Горецька. – Житомир : ПП «Рута», 2002. – 544 с.
2. *Власенко, Н. А.* Ринок соків в Україні та одна з альтернатив підвищення конкурентоспроможності продукції [Текст] / Н. А. Власенко // Автоматика. Автоматизація. Електротехнічні комплекси та системи. – 2007. – № 1. – С. 169-173.
3. *Євтушевська, О. О.* Тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів, напоїв, що містять сік, морсів [Текст] / О. О. Євтушевська, С. І. Бабуріна // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 3. – С. 46-52.
4. *Камінська, Т. Г.* Організація інформаційно-аналітичного забезпечення управління дебіторською заборгованістю підприємства [Текст] / Т. Г. Камінська // Облік і фінанси АПК. – 2008. – № 4. – С. 81-86.
5. *Мельник, І. В.* Тенденції розвитку українського ринку соків [Текст] / І. В. Мельник // Облік і фінанси АПК. – 2010. – № 1. – С. 141-144.
6. *Надточій, І. І.* Формування та реалізація конкурентної стратегії підприємств з виробництва соків [Текст] : автореф. канд. екон. наук, спец.: 08.00.04 / І. І. Надточій. – Одеса : «Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України», 2011. – 17 с.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Офіційний сайт компанії «KOLORO» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://koloro.ua>
9. Офіційний сайт компанії «Вітмарк-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vitmark.com>
10. Офіційний сайт компанії «Ерлан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.biola.ua>
11. Офіційний сайт компанії «Сандора» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sandora.mk.ua>
12. Офіційний сайт компанії ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://coca-colahellenic.com.ua>
13. *Суббота, В. І.* Класифікація споживачів на основі сегментації ринку соків України [Текст] / В. І. Суббота //

Вісник Донецького університету економіки та права. – 2010. – № 2. – С. 111-115.

14. *Цона, М.* Дослідження споживчих переваг на ринку безалкогольної продукції і соків як передумова планування збутової діяльності виробничих підприємств [Текст] / М. Цона // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 4. – С. 48-55.

4 References

1. Butynets, F. F. & Horetska, L. L. (2002). *Bukhhalterskyi oblik u zarubizhnykh krainakh [Accounting in foreign countries]*. Zhytomyr: PP «Ruta».
2. Vlasenko, N. A. (2007). Rynok sokiv v Ukraini ta odna z alternatyv pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktsii [Juice market in Ukraine and one of the alternatives to improve product competitiveness]. *Avtomatyka. Avtomatyzatsiia. Elektrotekhnichni komplekxy ta systemy*, No. 1, 169-173.
3. Yevtushevska, O. O. & Baburina, S. I. (2010). Tendentsii rozvytku ukrainskoho rynku sokiv, nektariv, napoiv, shcho mistiat sik, morsiv [Trends of development of the Ukrainian market of juices, nectars, drinks containing juice, fruit drinks]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, No. 3, 46-52.
4. Kaminska, T. H. (2008). Orhanizatsiia informatsiino-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia debitorskoiu zaborhovanistiu pidpriemstva [Organization of information and analytical support for accounts receivable company management]. *Oblik i finansy APK*, No. 4, 81-86.
5. Melnyk, I. V. (2010). Tendentsii rozvytku ukrainskoho rynku sokiv [Trends of development of the Ukrainian juice market]. *Oblik i finansy APK*, No. 1, 141-144.
6. Nadtochii, I. I. (2011). *Formuvannia ta realizatsiia konkurentnoi stratehii pidpriemstv z vyrobnytstva sokiv [Formulation and implementation of competitive strategies of enterprises producing juice] (abstract of PhD dissertation)*. Odesa: Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzhen NAN Ukrainy.
7. The official website of the State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. The official website of «KOLORO» company. Retrieved from <http://koloro.ua>
9. The official website of «Vitmark-Ukraine» company. Retrieved from <http://www.vitmark.com>
10. The official website of «Erlan» company. Retrieved from <http://www.biola.ua>
11. The official website of «Sandora» company. Retrieved from <http://www.sandora.mk.ua>
12. The official website of IP «Koka-Kola Beveridzhiz Ukraina» company. Retrieved from <http://coca-colahellenic.com.ua>
13. Subbota, V. I. (2010). Klasyfikatsiia spozhyvachiv na osnovi sehmentatsii rynku sokiv Ukrainy [Classification of customers through Ukrainian juices market segmentation]. *Visnyk Donetskoho universytetu ekonomiky ta prava*, No. 2, 111-115.
14. Tsopa, M. (2014). Doslidzhennia spozhyvchykh perevah na rynku bezalkoholnoi produktsii i sokiv yak peredumova planuvannia zbutovoi diialnosti vyrobnychykh pidpriemstv [The study of consumer preferences in the market of soft drinks and juices as a prerequisite for planning marketing activities of industrial enterprises]. *Marketynh v Ukraini*, No. 4, 48-55.