

УДК 005.52:339.13]:659.126:663.93

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/180-14>**Воробйов К.С.**

аспірант,

Запорізький національний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5669-4062>**Гуржій Н.М.**

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики,

Запорізький національний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4955-9548>**Vorobiov Kostiantyn, Hurzhyi Natalia**

Zaporizhzhia National University

АНАЛІЗ РИНКОВИХ ПОТУЖНОСТЕЙ ЯК ОДНА ЗІ СКЛАДОВИХ ОЦІНКИ КАПІТАЛУ БРЕНДУ ВИРОБНИКІВ КАВИ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена одному з аспектів оцінки капіталу бренду за ринковими потужностями виробників кави в Україні шляхом фінансового та ринкового скорингу. Для дослідження було визначено основних гравців на ринку кави в Україні. Проаналізовано обсяги виручки досліджуваних підприємств з виробництва кави за 2016–2020 рр. Проаналізовано показники ліквідності підприємств та їх платоспроможність. Було проведено аналіз рівня прибутковості та показників ділової активності досліджуваних підприємств. Як підсумок результатів аналізу фінансових показників, була представлена динаміка скорингових індексів фінансової потужності досліджуваних підприємств. Також було проведено ранжування та проаналізовано частки досліджуваних підприємств з виробництва кави у секторі, на ринку та субринку в Україні за 2016–2020 рр. Проаналізовано показники приросту виручки досліджуваних підприємств у період з 2016 по 2020 рр. Як підсумок результатів ринкового скорингу, представлена динаміка скорингових індексів ринкової потужності досліджуваних підприємств. На основі отриманих показників, визначено ринкові потужності основних виробників кави в Україні.

Ключові слова: бренд, капітал бренду, вартість бренду, виробники кави, кава, ринок кави в Україні, ринковий скоринг, фінансовий скоринг.

ANALYSIS OF MARKET POWERS AS ONE OF THE COMPONENT ASSESSMENTS OF BRAND EQUITY OF COFFEE PRODUCERS IN UKRAINE

The article is devoted to one of the aspects of brand capital assessment based on the market capacity of coffee producers in Ukraine by means of financial and market scoring. The main players on the coffee market in Ukraine were identified for the study: Jacobs Dow Egberts Ukraine LLC, Strauss Ukraine LLC, Nestle Ukraine LLC, Galka LTD JV, Viennese Coffee LLC, Coffee from Lviv LLC, Alta Plus LLC, 25 Coffee Roasters LLC, Coffee Group LLC. Based on the data of the Ukrainian service for the analysis of YouControl enterprises, the revenue volumes of the studied enterprises from coffee production for 2016–2020 were analyzed. The indicators of the current and absolute liquidity of the enterprises were analyzed, as well as their solvency was analyzed with the help of the autonomy coefficient in 2016–2020. Analysis of the level of profitability of the studied enterprises in 2016–2020 was carried out according to the indicators return on assets, return on current assets, net margin and return on total assets. Indicators of turnover of assets, turnover of own working capital and turnover of receivables for 2016–2020 were used in the analysis of the business activity of the studied enterprises. As a summary of the results of the analysis of the financial indicators of coffee production enterprises, the dynamics of the scoring indices of the financial strength of the studied enterprises, which has the maximum predictability for calculating the probability of the company's bankruptcy, was presented. Also, the shares of the researched coffee production enterprises in the sector, market and submarket in Ukraine for 2016–2020 ranking has been made were analyzed, and ranked the researched enterprises by revenue in the sector, market and submarket in Ukraine for a similar period of time. The indicators of absolute and relative revenue growth, as well as the average revenue growth and CAGR of revenue of coffee production enterprises for three years in the period from 2016 to 2020, were analyzed. As a summary of the market scoring results, the dynamics of the market power scoring indices of the investigated enterprises are presented, according to the data presented in YouControl, as well as MarketScore, which comprehensively reflects the company's market share, its place in the industry and growth dynamics in comparison with competitors. Based on the obtained indicators, the market capacities of the main coffee producers in Ukraine were determined, conclusions were drawn, and promising directions for further scientific research in this field were determined.

Key words: brand, brand equity, brand value, coffee producers, coffee, coffee market in Ukraine, market scoring, financial scoring.

JEL Classification: D24, D40, E23, F18, F10, Q02

Постановка проблеми. Намагання вчених-економістів визначити співвідношення між покупцями та брендом призвели до появи категорії «капітал бренду». Розвиток даної концепції пронизав всі сфери

фінансової та маркетингової діяльності, та призвів до підтвердження значущості стратегічної орієнтації в управлінні брендом. Фінансисти визначають капітал бренду інакше, ніж маркетологи, при цьому концепція

«капітал бренду» визначає його як з точки зору взаємовідносин між клієнтом та брендом (визначення з орієнтацією на сповивача), так і прибутку власника бренду (визначення з орієнтацією на компанію).

Ще в 1996 році П. Фелдвік [1] запропонував розмежувати визначення капіталу бренду за трьома складовими:

- по-перше, розглядати загальну вартість бренду, як виокремлений актив – при його продажу або внесенні на баланс компанії;
- по-друге, як ступінь сили лояльності споживача до бренду;
- по-третє, як опис асоціацій та переконань споживача про бренд.

Першу складову капіталу бренду часто називають вартістю бренду, і це значення зазвичай використовуються фінансистами.

Концепцію оцінки ступеня лояльності споживача до бренду визначають як силу бренду.

Третю складову, варто характеризують як імідж бренду.

Для проведення об'єктивної оцінки капіталізації бренду необхідно вирішити всі питання, щодо визначення структури капіталу кавового бренду та обґрунтовано підійти до визначення методів оцінки кожної складової капіталу бренду.

Український ринок кави поділений між світовими та національними виробниками, які ведуть запеклу конкурентну боротьбу. Враховуючи той факт, що в останні роки відбувається активне поширення кавової філософії у світі, смаки, пріоритети та потреби споживачів змінюються не лише за кордоном, а і в Україні. З кожним роком на вітчизняному ринку все більше нових українських виробників кави високої якості, яка відповідає новим вимогам багатьох споживачів. У зв'язку із цим, у конкурентну боротьбу основних гравців на ринку кави України втручаються нові гравці, кількість яких з кожним роком зростає. Тому, необхідним є аналіз ринкових потужностей основних виробників кави в Україні, враховуючи результати не лише ринкового, а й фінансового скорингу для визначення тенденцій у даній галузі дослідження. І для акціонерів, і для держави, капіталізація бренду є актуальною передумовою їх успішного економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринок кави України досліджувала М. А. Кіпоренко [2], С. Іванов, В. Шутюк [3] вивчали питання розвитку ринку кави і кавових напоїв з огляду економічної кризи. Серед вчених, що займалися вивченням питань капіталізації бренду варто відзначити: П. Фелдвіка [1], П. Фаркуара [4], Д. Ааскера [5], К. Келлера [6], Швець О. [7], Ніфатову О. [8], Родіонова О. [9], та багато інших науковців та практиків. Всі вони розглядали бренд як стратегічний актив компанії, а капітал бренду як передумову зростання цього активу, але визначення інтегрованого показника капіталу бренду та його основних складових не було визначено. Проведене вивчення наукових доробків закордонних та українських вчених-економістів щодо капіталу бренду показав існування різних підходів до трактувань цих понять. Разом із тим не всі питання, пов'язані з адаптацією та використанням комплексної оцінки капіталу бренду на вітчизняних підприємствах, розглянуто в роботах науковців, а це вимагає подальшої розробки її методичного забезпечення.

Мета статті полягає у оцінці вартості бренду шляхом аналізу ринкових потужностей основних виробників кави в Україні на основі систематизації результатів проведеного фінансового та ринкового скорингу показників ринкової діяльності досліджуваних підприємств.

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, оцінку першої складової капіталу бренду виробників кави доцільно проводити на основі аналізу показників капіталу, обсягів продажу, прибутку, проникнення в роздріб.

Перед проведенням аналізу необхідно ідентифікувати основних гравців на ринку кави в Україні. Серед найбільших світових виробників кави, що діють на ринку України: ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» [10], ТОВ «Штраус Україна» [11; 12], ТОВ «Нестле Україна» [13; 14], які є безумовними лідерами в категоріях зернової та меленої кави та входять в ТОП-3 лідерів на вітчизняному ринку кави, що й обумовлює велику кількість імпорту кави в Україну із країн Європи. Даний факт пояснюється тим, що у таких країнах як Польща, білорусь, Чехія, російська федерація, Німеччина та Італія розташовані виробничі потужності найбільших транснаціональних виробників кави найвідоміших брендів, в Україну ввозиться готова продукція або підготовлені зерна кави, які вже на українській території обсмажують та фасують, що є вигідним.

Щодо українських виробників кави, до найбільших належать СП «Галка ЛТД» [15; 16], ТОВ «Віденська кава» [17; 18], ТОВ «Кава зі Львова» [19; 20], продукція яких представлена у вигляді розчинної та зернової кави. Проте, слід зазначити, що діяльність вітчизняних компаній на українському ринку кави не є настільки успішною, оскільки на ринку України домінують світові імпортери. Якщо говорити про частку інших українських виробників, то вона на місцевому ринку не така значна.

Також, варто відзначити і відносно нових українських виробників кави, таких як ТОВ «Альта Плюс» [21; 22], ТОВ «25 Кофе Ростерс» [23; 24], ТОВ «Кофе-Груп» [25; 26] продукція яких представлена на вітчизняному ринку винятково у вигляді зернової кави високої якості, їх ринкова частка є незрівнянно малою, у порівнянні із лідерами на ринку. Однак, слід зазначити, що категорія зернової кави набуває все більшого попиту серед національного споживача, в той час як попит на розчинну каву знижується.

У табл. 1 представлені дані щодо обсягів виручки гравців вітчизняного ринку кави за 2016–2020 рр., відповідно до даних українського сервісу для аналізу підприємств YouControl [27].

Як видно з даних в табл. 1, з 2016 по 2020 р. спостерігається динаміка зростання збільшення обсягів виручки від реалізації товарів у фактичних цінах, робіт та послуг серед усіх підприємств, за винятком ТОВ «Альта Плюс», ТОВ «25 Кофе Ростерс», ТОВ «Віденська кава», у 2020 р. ці виробники отримали зменшення обсягів виручки, що у першу чергу може бути обумовлене із фінансово-економічною кризою спричиненою пандемією COVID-19.

Результати проведеного аналізу фінансово-економічних показників діяльності досліджуваних підприємств з виробництва кави за період з 2016 по 2020 рр. представлені у табл. 2–4, де «виробник 1» або «В 1» – ТОВ «Альта Плюс», «виробник 2» або «В 2» –

Таблиця 1

Обсяги виручки від реалізації продукції підприємств з виробництва кави в Україні у 2016–2020 рр., тис. грн.

№ з/п	Виробник / Рік	2016	2017	2018	2019	2020
1	ТОВ «Альта Плюс»	6700	8200	14000	19000	16000
2	ТОВ «25 Кофе Ростерс»	270	330	270	350	230
3	ТОВ «Кофе-Груп»	1900	2900	5200	4700	4700
4	ТОВ «Кава зі Львова»	230000	250000	300000	280000	290000
5	ТОВ «Віденська кава»	180000	220000	240000	230000	220000
6	СП «Галка ЛТД»	510000	530000	650000	600000	640000
7	ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна»	2800000	2600000	3100000	3200000	3400000
8	ТОВ «Штраус Україна»	830000	920000	1200000	1100000	1200000
9	ТОВ «Нестле Україна»	8300000	9000000	9700000	10700000	10700000

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

ТОВ «25 Кофе Ростерс», «виробник 3» або «В 3» – ТОВ «Кофе-Груп», «виробник 4» або «В 4» – ТОВ «Кава зі Львова», «виробник 5» або «В 5» – ТОВ «Віденська кава», «виробник 6» або «В 6» – СП «Галка ЛТД», «виробник 7» або «В 7» – ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», «виробник 8» або «В 8» – ТОВ «Штраус Україна», «виробник 9» або «В 9» – ТОВ «Нестле Україна».

З даних наведених у табл. 2 можна зробити висновок, що у 2019–2020 рр. спостерігається динаміка зменшення показника поточної ліквідності серед досліджуваних підприємств, окрім ТОВ «Кава зі Львова» (В 4), СП «Галка ЛТД» (В 6), ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7), ТОВ «Штраус Україна» (В 8), які, навпаки, отримали збільшення показника. Враховуючи той факт, що показники поточної ліквідності ТОВ «25 Кофе Ростерс» (В 2), ТОВ «Віденська кава» (В 5), ТОВ «Нестле Україна» (В 9) з 2019 р. мають значення < 1, можна зробити висновок про зменшення кількості ресурсів на підприємствах, які можна використовувати для погашення короткострокових зобов'язань.

Щодо показника абсолютної ліквідності, коефіцієнти усіх підприємств з виробництва кави не перевищують рекомендоване значення 0,2–0,3, що вказує на те, що досліджувані компанії не мають повної здатності та не мають достатньої кількості засобів для задоволення вимог кредиторів на поточну дату.

Коефіцієнт автономії вказує на платоспроможність компанії, чим більше значення, тим більш фінансово

незалежно від кредиторів є організація. З 2019 року спостерігається загальна динаміка зменшення показника серед досліджуваних підприємств, окрім СП «Галка ЛТД» (В 6), ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7), динаміка цих виробників кави є позитивною. Слід виокремити ТОВ «Штраус Україна» (В 8) та ТОВ «Нестле Україна», ці підприємства з виробництва кави з 2016 по 2020 р. мають від'ємне значення показника автономії, що свідчить про повну залежність компанії від зовнішніх джерел фінансування, однак, динаміка вказує на те, що фінансова автономія компанії поступово збільшується.

Як видно з даних у табл. 3, в усіх досліджуваних підприємствах у 2020 р. спостерігається зменшення показників рентабельності активів, оборотних активів, сумарних активів та чистої маржі, що у першу чергу є наслідком негативних наслідків світової економічної кризи спричиненої пандемією COVID-19. Найменші показники прибутковості мають ТОВ «25 Кофе Ростерс» (В 2), найбільші – ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7). Слід зауважити, що від'ємних значень у 2018–2020 рр. не отримано, що вказує загальну прибуткову діяльність підприємств з виробництва кави.

З даних наведених у табл. 4 можна зробити висновок, що показники ділової активності підприємств з виробництва кави починаючи із 2019 р. мають загальну тенденцію до їх зменшення, що свідчить про зниження продуктивності активів, зниження ефективності використання власного капіталу та зниження

Таблиця 2

Показники ліквідності та платоспроможності підприємств з виробництва кави у 2016–2020 рр.

№ з/п	Показник/ Виробник	Ліквідність										Платоспроможність				
		Поточна ліквідність, %					Абсолютна ліквідність, %					Коефіцієнт автономії, %				
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
1	В 1	1,85	2,60	2,01	1,45	1,40	0,10	0,15	0,17	0,04	0,04	0,79	0,82	0,77	0,64	0,61
2	В 2	0,51	1,81	0,62	0,69	0,63	0,07	0,00	0,01	0,10	0,09	0,92	0,96	0,95	0,95	0,92
3	В 3	1,17	0,78	1,64	1,66	1,86	0,12	0,14	0,09	0,13	0,13	0,84	0,85	0,95	0,97	0,95
4	В 4	1,42	1,50	1,51	1,81	1,85	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,29	0,33	0,34	0,45	0,46
5	В 5	1,59	1,73	1,59	0,92	0,88	0,11	0,05	0,06	0,00	0,00	0,35	0,31	0,31	0,35	0,33
6	В 6	1,11	1,02	1,34	1,86	1,91	0,21	0,17	0,14	0,15	0,14	0,51	0,48	0,52	0,58	0,58
7	В 7	1,25	1,19	1,26	1,37	1,39	0,12	0,16	0,14	0,15	0,13	0,40	0,36	0,41	0,43	0,43
8	В 8	1,60	1,51	1,75	1,89	1,94	0,05	0,01	0,01	0,02	0,03	-0,26	-0,26	-0,20	-0,05	-0,03
9	В 9	1,28	1,00	1,05	0,97	0,96	0,04	0,05	0,10	0,12	0,11	-0,59	-0,74	-0,56	-0,05	-0,01

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

Таблиця 3

Показники прибутковості підприємств з виробництва кави у 2016–2020 рр.

№ з/п	Показник/ Виробник	Прибутковість																			
		Рентабельність активів, %					Рентабельність оборотних засобів, %					Чиста маржа, %					Рентабельність сумарних активів, %				
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
1	В 1	4,5	4,0	13,5	12,8	11,4	6,4	5,2	15,8	16,3	15,5	3,5	2,6	6,9	7,2	6,5	5,5	4,8	13,4	12,7	12,0
2	В 2	-0,4	-5,5	1,1	0,6	0,4	-8,9	-12,2	14,5	10,1	9,4	-1,7	-19,1	7,2	4,7	4,5	-0,4	-5,5	1,1	0,6	0,3
3	В 3	2,6	12,9	14,5	14,6	14,0	3,1	13,9	14,2	14,8	14,3	0,9	3,6	14,3	5,2	4,9	2,6	12,9	14,5	14,6	13,4
4	В 4	10,3	10,3	3,8	12,3	11,6	12,0	10,3	3,8	12,3	10,9	3,0	2,3	0,8	2,8	2,2	19,5	12,5	6,1	15,0	14,5
5	В 5	0,8	0,3	3,3	3,2	2,9	1,5	0,6	5,8	6,4	5,2	0,5	0,2	1,8	1,8	1,4	7,5	8,2	8,9	9,4	9,0
6	В 6	7,2	9,6	10,2	11,2	10,9	10,2	12,4	22,4	23,3	22,0	4,4	6,5	8,1	8,1	7,4	13,8	12,9	14,2	14,9	14,1
7	В 7	10,0	10,6	11,9	12,0	11,1	18,6	12,9	24,9	28,5	22,8	12,5	11,5	17,4	21,2	20,3	14,5	13,1	14,7	15,5	14,9
8	В 8	-6,0	-2,4	1,7	14,9	13,6	-6,2	-2,5	1,8	16,7	15,4	-2,5	-1,0	0,7	6,1	5,7	-3,6	1,3	5,6	12,3	13,1
9	В 9	-20,7	-6,1	10,3	12,3	11,4	-13,8	-7,1	12,0	14,7	13,2	-7,0	-1,5	2,5	3,2	2,4	31,0	-2,6	12,5	13,0	13,9

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

Таблиця 4

Показники ділової активності підприємств з виробництва кави у 2016–2020 рр.

№ з/п	Показник/ Виробник	Ділова активність														
		Оборотність активів					Оборотність власного робочого капіталу					Оборотність дебіторської заборгованості				
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
1	В 1	1,2	1,6	2,2	2,2	2,1	2,0	2,4	3,1	3,7	3,2	24,1	28,5	23,3	17,8	17,0
2	В 2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	-8,9	10,9	7,4	-9,9	-9,6	15,2	4,5	3,7	11,9	11,6
3	В 3	2,1	2,6	2,7	2,8	2,7	4,1	6,7	7,7	4,8	4,4	15,2	17,3	18,3	10,8	10,4
4	В 4	2,3	2,0	2,1	1,5	1,3	16,6	15,7	15,3	11,5	11,3	6,3	6,0	6,0	5,4	5,1
5	В 5	1,8	1,9	2,0	1,8	1,6	7,0	8,3	9,1	12,3	15,0	13,7	11,8	14,7	14,7	13,9
6	В 6	1,7	1,6	1,7	1,5	1,5	4,6	5,4	6,2	4,4	4,0	6,2	6,2	6,7	5,8	5,2
7	В 7	2,1	2,2	2,4	2,2	2,2	18,3	15,1	17,8	12,9	12,6	3,7	5,6	7,1	6,3	6,1
8	В 8	2,5	2,6	2,7	2,4	2,3	9,2	7,5	7,4	5,9	5,4	4,5	4,5	4,8	4,3	4,0
9	В 9	2,5	2,1	2,2	2,1	1,9	16,0	17,0	18,2	18,5	16,4	5,4	6,6	7,4	7,9	6,5

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

темтів погашення дебіторської заборгованості. Слід виокремити СП «Галка ЛТД» (В 6), ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7), показник оборотності активів цих компаній у 2019–2020 р. не змінилися, щодо ТОВ «25 Кофе Ростерс» (В 2), то ця компанія мала значні проблеми із оборотністю власного робочого капіталу у 2019–2020 рр.

У табл. 5 представлена динаміка скорингових індексів фінансової потужності досліджуваних підприємств, відповідно до даних представлених в YouControl [28]. Слід зауважити, що FinScore комплексно відображає стан ліквідності, платоспроможності, рентабельності та ділової активності компаній, має максимальну прогнозу здатність для прогнозування ймовірності банкрутства компанії. [28]. Діапазон значень від 1 (мінімальна фінансова потужність) до 4 (максимальна фінансова потужність). Також, на основі числових значень отриманих балів FinScore (від 1 до 4), кожній компанії присвоюють літерне значення, де «А» – високий рівень фінансової стійкості, «В» – достатньо високий рівень фінансової стійкості, «С» – задовільний рівень фінансової стійкості, «D» – незадовільний рівень фінансової стійкості.

З даних наведених у табл. 5 можна зробити висновок, що фінансова потужність усіх досліджуваних підприємств у 2020 р. зменшилась у порівнянні з

2019 роком, що вказує на зниження фінансово-економічного росту досліджуваних компаній. Приріст показника у 2020 р. має лише ТОВ «Штраус Україна», що свідчить про ефективну фінансово-господарську діяльність даного підприємства у період світової економічної кризи 2019–2020 рр. Слід зауважити, що попри зниження фінансових показників у 2020 р., досліджуваним підприємствам вдалось утримати свої фінансові позиції на колишніх літерних значеннях. ТОВ «Альта Плюс», ТОВ «Кофе-Груп», ТОВ «Кава зі Львова», СП «Галка ЛТД», ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна», ТОВ «Штраус Україна» знаходяться на високому рівні фінансової стійкості, достатньо високий рівень фінансової стійкості мають ТОВ «Віденська кава» та ТОВ «Нестле Україна», фінансові показники останнього підприємства у 2020 р. знизились на рівень нижче. Лише одне підприємство має задовільний рівень фінансової стійкості – ТОВ «25 Кофе Ростерс».

Для аналізу ринкових показників (скорингу) досліджуваних підприємств було використано дані представлені в українському сервісі для аналізу підприємств YouControl [27]. Слід зауважити, що показники розраховувалися сервісом YouControl в залежності від ролі, яку відіграє компанія у відповідному секторі, на ринку чи субринку, з урахуванням основного виду діяльності згідно з КВЕД-2010 [28].

Таблиця 5

FinScore-динаміка підприємств з виробництва кави з 2016 по 2020 рр.

№ з/п	Виробник / Рік	2016	2017	2018	2019	2020
1	ТОВ «Альта Плюс»	2,9/В	3,3/А	3,7/А	3,4/А	3,3/А
2	ТОВ «25 Кофе Ростерс»	1,7/Д	1,9/С	2,6/В	2,4/С	2,3/С
3	ТОВ «Кофе-Груп»	2,9/В	3,6/А	3,9/А	3,7/А	3,6/А
4	ТОВ «Кава зі Львова»	3,2/А	3,1/А	2,9/В	3,1/А	3,2/А
5	ТОВ «Віденська кава»	2,7/В	2,8/В	3,1/А	2,8/В	2,6/В
6	СП «Галка ЛТД»	3,3/А	3,5/А	3,5/А	3,6/А	3,5/А
7	ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна»	3,4/А	3,3/А	3,3/А	3,3/А	3,2/А
8	ТОВ «Штраус Україна»	1,8/Д	1,8/Д	2,3/С	3,0/В	3,1/А
9	ТОВ «Нестле Україна»	2,1/С	1,9/С	3,0/В	3,1/А	3,0/В

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

У табл. 6 представлені показники частки підприємств з виробництва кави у секторі, ринку та субринку в межах України з 2016 по 2020 рр. Слід зауважити, що частка у секторі вказує на загальний масштаб діяльності компанії та рівень її загального впливу на економіку України, частка ринку вказує на ринкову потужність компанії, частка на субринку відображає ринкову потужність компанії у вузькому сегменті [23; 24].

Як видно з даних у табл. 6, найбільшу частку у секторі серед досліджуваних виробників має ТОВ «Нестле Україна» (В 9). Однак, слід зауважити, що дане підприємство спеціалізується на оптовій торгівлі семи груп товарів (згідно КВЕД основний вид діяльності: група 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля), з яких частка групи товарів «кава та напої» у 2020 р. склала 21,33%, у 2019 р. – 22,58% [30] від загального чистого доходу від реалізації продукції. Даний факт і обумовлює істотну різницю у порівнянні із частками інших виробників, які спеціалізуються лише на виробництві, оптовій торгівлі кавою, чаєм і т.д. Щодо виробників 1, 2, 3, то відсутність часток у секторі обумовлена невеликими (замалими) масштабами діяльності компаній у масштабах сектору С та сектору G, та у порівнянні із виробниками 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9. Динаміка є переважно позитивною серед усіх підприємств, окрім виробника 9, 2016 по 2020 р. спостерігається динаміка зменшення, що може бути пов'язано із зменшенням обсягів продажів, збільшенням кількості конкурентів та учасників у секторі.

Щодо частки підприємств на ринках з виробництва та оптової торгівлі продуктами харчування

(група 10.8, 46.3, 46.9), то найменшу частку серед досліджуваних підприємств має ТОВ «Кофе-Груп», найбільшу частку на ринку групи 10.8 – виробництво інших харчових продуктів має СП «Галка ЛТД» (В 6), на ринку групи 46.3– оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами – ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7). Спостерігається динаміка зростання часток, що свідчить про розвиток підприємств з виробництва кави та збільшення обсягів споживання кави щороку серед продуктів харчування.

Розглянемо частки досліджуваних підприємств безпосередньо на субринку кави та чаю. Найбільшу ринкову потужність має закордонний виробник ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7) та займає майже 1/3 сегменту кави та чаю в Україні, головними конкурентами є ТОВ «Штраус Україна» (В 8) та СП «Галка ЛТД» (В 6), слід зауважити, що ці виробники також тісно конкурують між собою, у період з 2016 по 2020 р. виробник 8 динамічно витісняє виробника 6. Найменшу частку на субринку має ТОВ «25 Кофе Ростерс» (В 2), що може бути обумовлено не лише замалими обсягами виробництва і продажів, вектором та сегментом діяльності компанії, а також замалим терміном існування компанії. Слід зауважити, що у 2020 р. частки виробників 1, 2, 3, 9 зменшились, що може бути пов'язано із змінами кон'юнктури ринку викликами світовою економічною кризою 2019–2020 рр.

У табл. 7 представлено ранжування (місця) за виручкою підприємств з виробництва кави у секторі,

Таблиця 6

Частка підприємств з виробництва кави у секторі, на ринку та субринку в Україні у 2016–2020 рр.

№ з/п	Показник / Виробник	Частка на субринку					Частка ринку					Частка у секторі					
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	
1	В 1	0,07	0,09	0,12	0,16	0,14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	В 2	-	0,00	0,00	0,01	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	В 3	0,05	0,06	0,09	0,08	0,06	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	-	-	-	-	-	
4	В 4	2,35	2,60	2,77	4,53	4,54	0,08	0,06	0,07	0,43	0,43	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	
5	В 5	4,77	4,14	4,89	4,49	4,51	0,37	0,38	0,44	0,42	0,43	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	
6	В 6	13,33	10,22	11,44	9,76	9,79	1,02	0,95	1,02	0,92	0,93	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	
7	В 7	27,72	26,55	28,41	28,09	29,55	0,93	0,66	0,67	0,65	0,67	0,11	0,08	0,08	0,08	0,09	
8	В 8	8,42	9,70	10,51	9,59	10,16	0,28	0,24	0,25	0,22	0,24	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	
9	В 9	3,03	2,57	2,22	2,26	2,24	3,03	2,57	2,22	2,26	2,25	0,33	0,29	0,26	0,27	0,26	

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

Таблиця 7

**Ранжування (місяця) за виручкою підприємств з виробництва кави у секторі,
на ринку та субринку в Україні у 2016–2020 рр.**

№ з/п	Показник / Виробник	Місце на субринку					Місце на ринку					Місце у секторі				
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
1	В 1	97	97	74	70	69	1908	1906	1654	1505	1502	19016	19697	16742	14133	14124
2	В 2	-	271	295	65	63	-	3622	3870	559	552	-	51700	56444	25553	25548
3	В 3	31	27	23	30	28	310	298	274	315	310	14083	13491	11457	12611	12601
4	В 4	10	8	6	8	7	185	207	192	42	40	1400	1652	1643	909	906
5	В 5	8	9	7	9	8	51	51	39	43	41	957	980	876	914	911
6	В 6	3	4	3	3	3	24	21	19	18	18	376	439	397	442	441
7	В 7	1	1	1	1	1	11	23	23	23	23	116	158	163	170	168
8	В 8	2	2	2	2	2	49	48	39	53	52	383	405	406	471	468
9	В 9	3	4	5	5	4	3	4	5	5	5	29	40	51	49	50

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

ринку та субринку в межах України у 2016–2020 рр. Слід зауважити, що чим меншим є значення, тим більшою є компанія, показники залежать не лише від ринкової потужності компанії, а й від загальної кількості компаній у секторі, на ринку та субринку.

Як видно з даних у табл. 7, на субринку кави та чаю в Україні, найбільшими підприємствами з виробництва кави за обсягом виручки є ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7), ТОВ «Штраус Україна» (В 8) та СП «Галка ЛТД» (В 6), позиції виробників є незмінними з 2017 по 2020 р. Серед досліджуваних підприємств, найменшими є ТОВ «Альта Плюс» (В 1) та ТОВ «25 Кофе Ростерс» (В 2).

У табл. 8 представлені показники абсолютного та відносного приросту виручки підприємств з виробництва кави на ринку України з 2016 по 2020 рр.

З даних наведених у табл. 8, можна зробити висновок, що світова економічна криза викликана пандемією Covid-19 негативно вплинула на фінансово-економічний розвиток кавового бізнесу, про що свідчить різке зниження показників приросту виручки досліджуваних підприємств з виробництва кави у 2020 р. Незначний приріст виручки від реалізації продукції отримали лише ТОВ «Кава зі Львова» (В 4), СП «Галка ЛТД» (В 6), ТОВ «Якобз Дау Егбертс Україна» (В 7),

ТОВ «Штраус Україна» (В 8), ТОВ «Нестле Україна» (В 9), відносний приріст виручки яких у 2020 р. не перевищує 0,1%, порівнюючи із показниками минулих років вони є замалими. Слід зауважити, що виручка ТОВ «Нестле Україна» (В 9) складається із сумарного обсягу реалізації семи груп товарів, з яких абсолютний приріст виручки від реалізації кави та напоїв у 2020 р. зменшився на 100,3 млн. грн. або у відносному вираженні на 0,1% у порівнянні із 2019 р. Усі інші підприємства з виробництва кави отримали зменшення показників приросту виручки від реалізації продукції у 2020 р.

У табл. 9 представлені показники приросту виручки за три роки у період з 2016 по 2020 р. Слід зауважити, що абсолютний середньорічний приріст вказує на динаміку та стабільність росту компаній у трирічному періоді. Сукупний середньорічний темп росту (CAGR) виручки вказує на стійкість розвитку компанії за попередні три роки та на скільки відсотків зростає компанія в середньому за рік.

З наведених даних в табл. 9, можна зробити висновок, що за останні три роки, середній приріст виручки досліджуваних підприємств з виробництва кави вказує на негативну динаміку, різке зменшення показника спостерігається у 2020 р. Щодо сукупного середньо-

Таблиця 8

Абсолютний та відносний приріст доходу (виручки) підприємств з виробництва кави у 2016–2020 рр.

№ з/п	Виробник / Показник	Абсолютний приріст виручки за рік, млн. грн.					Відносний приріст виручки за рік, %				
		Рік	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019
1	В 1	2,4	1,4	5,1	5,1	-2,8	57,8	21,8	63,4	38,3	-0,2
2	В 2	-	0,1	-0,1	0,1	-0,1	-	22,7	-19,6	31,5	-0,3
3	В 3	0,2	1,0	2,3	-0,5	0,0	15,1	57,3	79,2	-9,3	0,0
4	В 4	45,6	17,0	48,2	-19,9	8,6	24,9	7,4	19,6	-6,8	0,0
5	В 5	30,5	32,3	62,9	-3,5	-21,2	20,4	17,9	29,6	-1,3	-0,1
6	В 6	-41,8	21,5	119,2	-52,6	39,9	-7,7	4,3	22,8	-8,2	0,1
7	В 7	430,9	-186,8	499,1	129,1	172,7	19,0	-6,9	19,8	4,3	0,1
8	В 8	94,2	98,4	196,2	-42,6	67,8	13,0	12,0	21,3	-3,8	0,1
9	В 9	210,0	709,4	738,1	958,4	86,0	2,6	8,6	8,2	9,9	0,0

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

річного темпу росту (CAGR) доходу (виручки) підприємств, то також спостерігається динаміка зменшення показника, що ще раз підтверджує негативний вплив пандемії Covid-19 як на світову економіку, так і на вітчизняне виробництво.

Як підсумок результатів ринкового скорингу, на рис. 1 представлена динаміка скорингових індексів ринкової потужності досліджуваних підприємств, відповідно до даних представлених в YouControl [23]. Слід зауважити, що MarketScore комплексно відображає ринкову частку компанії, її місце в галузі та динаміку росту у порівнянні з конкурентами [23].

Діапазон значень від 1 (мінімальна ринкова потужність) до 4 (максимальна ринкова потужність).

Показники на рис. 1, свідчать про те, що у 2020 р. ринкова потужність усіх підприємств з виробництва кави зменшилась у порівнянні із показниками 2019 р., що вказує на зниження динамічності зростання вартості бренду досліджуваних компаній, що, у першу чергу, обумовлено світовою економічною кризою, викликаною пандемією, яка триває донині, тому наслідки подій останніх років все ще є непередбачуваними, а перспективи економічного відновлення є невідомими.

Таблиця 9

Середній приріст виручки та CAGR виручки підприємств з виробництва кави за три роки у період з 2016 по 2020 рр.

№ з/п	Виробник / Показник	Середній приріст виручки за три роки, млн. грн.					CAGR виручки за три роки, %				
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
1	В 1	-0,6	-0,6	3,0	3,9	2,4	-7,6	-6,5	46,4	40,1	0,2
2	В 2	-	0,1	-0,0	0,0	0,0	-	22,7	-0,7	9,1	-0,1
3	В 3	0,5	0,7	1,2	0,9	19,4	105,0	62,2	48,1	36,8	2,0
4	В 4	65,3	55,6	36,9	15,1	10,9	90,5	45,9	17,1	6,2	0,0
5	В 5	38,7	36,2	41,9	30,6	10,2	41,2	27,0	22,6	14,7	0,0
6	В 6	82,6	57,5	33,0	29,4	33,4	25,4	14,3	5,7	5,5	0,1
7	В 7	430,9	122,1	247,7	147,1	238,5	19,0	5,2	9,9	5,2	0,1
8	В 8	166,4	151,0	129,6	84,0	73,5	36,6	25,4	15,4	9,3	0,1
9	В 9	977,8	1071,2	552,5	802,0	167,9	15,8	16,0	6,5	8,9	0,0

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

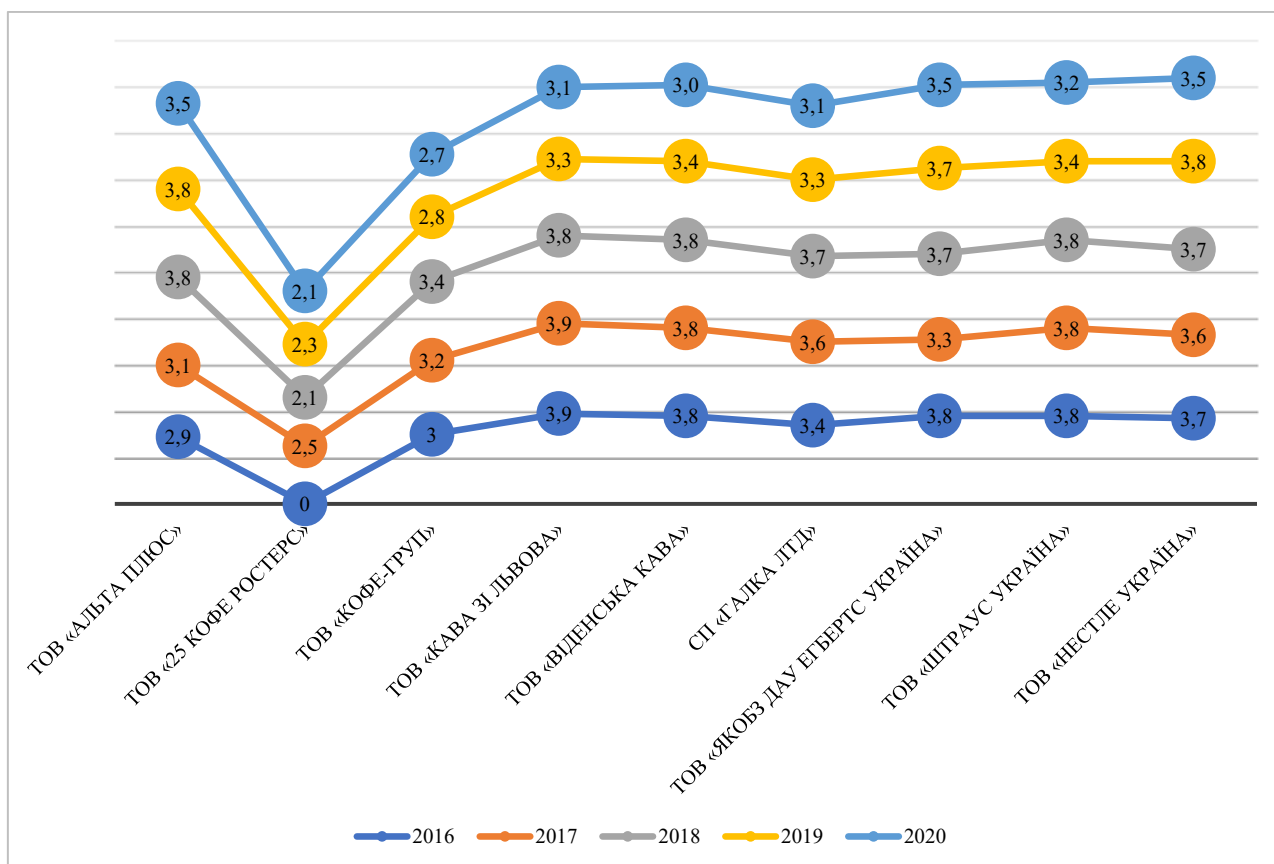


Рис. 1. MarketScore-динаміка підприємств з виробництва кави у 2016–2020 рр.

Джерело: [10; 12; 14; 16; 18; 20; 22; 24; 26]

Висновки. Нині на ринку кави в Україні ТОП-3 лідерами в категоріях зернової, меленої та розчинної кави є саме світові виробники, які мають відокремлені підрозділи на території нашої держави: ТОВ «Якобз Дау Егберте Україна», ТОВ «Штраус Україна», ТОВ «Нестле Україна». Найбільші українські підприємства з виробництва розчинної та зернової кави СП «Галка ЛТД», ТОВ «Віденська кава», ТОВ «Кава зі Львова». Нажаль, частка інших українських виробників на місцевому ринку є незначною, аби гідно конкурувати із світовими виробниками. Проте, розвиток кавової галузі в Україні набирає обертів, на ринку з'являється велика кількість малих підприємств, які виготовляють щоденну свіжообсмажену зернову каву високої якості для вузького сегменту споживачів, оскільки категорія зернової кави набуває все більшого попиту. Прикладом таких підприємств є ТОВ «Альта Плюс», ТОВ «25 Кофе Ростерс», ТОВ «Кофе-Груп». Результати фінансового скорингу вищенаведених підприємств з виробництва кави у 2016–2020 р. свідчать про те, що у 2019–2020 рр. показники фінансово-господарської діяльності підприємств на ринку кави в Україні знизились, що у першу чергу пов'язано із пандемією Covid-19, яка спричинила зміни у ринковій кон'юнктурі, зупинку роботи практично всього сегменту Ho.Re.Sa., що значною мірою вплинуло на малих українських виробників, які працюють саме

у цьому сегменті, а розвиток сегменту Retail потребує значних часових та фінансових витрат. Великі підприємства з виробництва кави зазнали менших фінансових втрат, так як їх продукція представлена переважно у сегменті Retail. Підтвердженням цього також є результати ринкового скорингу досліджуваних підприємств у 2016–2020 рр., які свідчать про те, що ТОВ «Якобз Дау Егберте Україна», ТОВ «Штраус Україна», ТОВ «Нестле Україна» тримають позиції першості на ринку кави в Україні, у досліджуваній період, конкурентами яких є СП «Галка ЛТД», ТОВ «Віденська кава», ТОВ «Кава зі Львова». Отже, у порівнянні із світовими виробниками, ринкові потужності вітчизняних виробників на ринку кави в Україні є значно нижчими. Тому українським виробникам кави конкурувати із світовими виробниками досить складно, а завоювання гідно місця на ринку потребує значних інвестицій у розвиток, просування бренду та перегляду маркетингової політики.

Для отримання повної оцінки капіталу бренду, необхідною умовою є оцінка й сили бренду, яка інколи ідентифікується як «капітал споживчого бренду» з метою її розмежування з оцінкою активів. Все вище означене обумовлює визначення сили та іміджу брендів вітчизняних виробників кави в якості перспективних напрямків подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Feldwick, P. Do we really need brand equity? *The Journal of Brand Management*. United Kingdom. 1996. P. 9–28.
2. Кіпоренко М.А. Стан та перспективи розвитку ринку кави в Україні. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2019. № 77. С. 139–146. URL: http://www.vtei.com.ua/konfa/23_05_19/16_77.pdf (дата звернення: 23.07.2022).
3. Іванов С., Шутюк В. Розвиток ринку кави і кавових напоїв з огляду економічної кризи спричиненої пандемією COVID-19. *International scientific conference of young scientist and students "Youth scientific achievements to the 21st century nutrition problem solution"*. 2022. № 1. С.187. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/37497/1/22%20Іванов%2088%20НМК.pdf> (дата звернення: 23.07.2022).
4. Farquhar P. (1989). *Managing Brand Equity*. Marketing Research. Chicago.
5. Aaker D. (1991). *Managing Brand Equity*. Free Press. N. Y.
6. Keller K. L. (2002) *Strategic Brand Management, Second Edition 2nd Edition*. London.
7. Швець О. О. Аналіз сучасних концепцій бренд-капіталу на підприємстві. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2015. № 2. С. 114–120. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2015_2_16 (дата звернення: 23.07.2022).
8. Ніфатова О. М. Брендінг у системі інтегрованих структур бізнесу: теорія, методологія, практика: монографія. Вінниця: ТОВ "Нілан-ЛТД". 2017. С. 336
9. Родіонов О. Бренд підприємства: формування, діагностика, розвиток: монографія. Луганськ: Ноулідж. 2012. С. 269.
10. ТОВ "ЯКОБЗ ДАУ ЕГБЕРТЕС УКРАЇНА" YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/39709794. (in Ukrainian)
11. Офіційна сторінка «Strauss Coffee». URL: <https://www.strauss-group.com.ua>. (in Ukrainian)
12. ТОВ "ШТРАУС УКРАЇНА" YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/31513464. (in Ukrainian)
13. Офіційна сторінка «Nestle». URL: <https://www.nestle.ua>. (in Ukrainian)
14. ТОВ "НЕСТЛЕ УКРАЇНА" YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/32531437. (in Ukrainian)
15. Офіційна сторінка Львівська кавова фабрика "Галка". URL: <https://www.galca.ua>. (in Ukrainian)
16. СП "ГАЛКА ЛТД." YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/22331884. (in Ukrainian)
17. Офіційна сторінка «Віденська кава» URL: <https://wkava.com.ua>. (in Ukrainian)
18. ТЗОВ "ВІДЕНСЬКА КАВА" YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/14344944. (in Ukrainian)
19. Офіційна сторінка «Кава зі Львова 1829» URL: <https://kavazilvova-shop.com.ua>. (in Ukrainian)
20. ТЗОВ "КАВА ЗІ ЛЬВОВА" YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/37162242. (in Ukrainian)
21. Офіційна сторінка «ISLA. COFFEE FRESHLY ROASTED». URL: <https://isla.ua>. (in Ukrainian)
22. ТОВ «Альта Плюс» YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/36277270. (in Ukrainian)
23. Офіційна сторінка «25 COFFEE ROASTERS». URL: <https://25coffeeoasters.ua>. (in Ukrainian)
24. ТОВ "25 КОФЕ РОСТЕРС" YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/39820816. (in Ukrainian)
25. Офіційна сторінка «Фунт Кави». URL: <https://funtcoffee.com.ua>. (in Ukrainian)
26. ТОВ "КОФЕ-ГРУП" YouControl. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/37540069. (in Ukrainian)
27. Система YouControl – онлайн-сервіс перевірки компаній. URL: <https://youcontrol.com.ua>. (in Ukrainian)

28. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2010). URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html. (in Ukrainian)

29. ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА» фінансова звітність згідно з МСФЗ. URL: https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/2021-05/ТОВ%20Нестле%20Україна_Фінансова%20звітність%20за%202020_рік%20зі%20вітом%20незалежного%20аудитора.pdf. (in Ukrainian)

References:

1. Feldwick, P. (1996). *Do we really need brand equity?* The Journal of Brand Management. United Kingdom, pp. 9–28.
2. Kiporenko M.A. (2019) Stan ta perspektyvy rozvytku rynku kavy v Ukraini [The state and prospects for the development of the coffee market in Ukraine.]. *Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva «VATRA» Vinnytskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU*, vol. 77, pp. 139–146. Available at: http://www.vtei.com.ua/konfa/23_05_19/16_77.pdf (accessed 23 July 2022).
3. Ivanov Ye., Shutiuk V. (2022) Rozvytok rynku kavy i kavovykh napoiv z ohliadu ekonomichnoi kryzy sprychynenoї pandemiї COVID 19 [Development of the coffee and coffee drinks market in view of the economic crisis caused by the COVID 19 pandemic]. *International scientific conference of young scientist and students "Youth scientific achievements to the 21st century nutrition problem solution"*, vol. 1, pp.187. Available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/37497/1/22%20Іванов%2088%20HMK.pdf> (accessed 23 July 2022).
4. Farquhar P. (1989). *Managing Brand Equity. Marketing Research*. Chicago.
5. Aaker D. (1991). *Managing Brand Equity*. Free Press. N. Y.
6. Keller K. L. (2002) *Strategic Brand Management, Second Edition 2nd Edition*. London.
7. Shvets O. O. (2015) Analiz suchasnykh kontseptsii brend-kapitalu na pidpriemstvi [Analysis of modern concepts of brand capital at the enterprise]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*, vol. 2, pp. 114–120. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2015_2_16. (accessed 23 July 2022).
8. Nifatova O. M. (2017) Brendynh u systemi intehrovanykh struktur biznesu: teoriia, metodolohiia, praktyka: monohrafiia [Branding in the system of integrated business structures: theory, methodology, practice: monograph.]. Vinnytsia: TOV "Nilan–LTD", pp. 336.
9. Rodionov O. (2012) Brend pidpriemstva: formuvannia, diahnostyka, rozvytok: monohrafiia [Enterprise brand: formation, diagnosis, development: monograph]. Luhansk: Noulidzh, p. 269.
10. TOV "ІаКОВЗ DAU EHBERTS UKRAINA" YouControl ["YAKOBZ DAU EGBERTS UKRAINE" LLC YouControl]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/39709794/ (accessed 23 July 2022).
11. Ofitsiina storinka «Strauss Coffee» [The official page of "Strauss Coffee"]. URL: <https://www.strauss-group.com.ua/> (accessed 23 July 2022).
12. TOV "ShTRAUS UKRAINA" YouControl ["STRAUSS UKRAINE" LLC YouControl]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/31513464/ (accessed 23 July 2022).
13. Ofitsiina storinka «Nestle» [The official page of "Nestle"]. Available at: <https://www.nestle.ua/> (accessed 23 July 2022).
14. TOV "NESTLE UKRAINA" YouControl [LLC "NESTLE UKRAINE" YouControl]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/32531437/ (accessed 23 July 2022).
15. Ofitsiina storinka Lvivska kavova fabryka "Halka" [Official page of Lviv coffee factory "Halka"]. Available at: <https://www.galca.ua/> (accessed 23 July 2022).
16. SP "HALKA LTD." YouControl [JV "HALKA LTD." YouControl]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/22331884/ (accessed 23 July 2022).
17. Ofitsiina storinka «Videnska kava» [Official page "Vienna Coffee"]. Available at: <https://wkava.com.ua/> (accessed 23 July 2022).
18. TZOV "VIDENSKA KAVA" YouControl ["VIENNA COFFEE" LLC YouControl.]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/14344944/ (accessed 23 July 2022).
19. Ofitsiina storinka «Kava zi Lvova 1829» [Official page "Coffee from Lviv 1829"]. Available at: <https://kavazilvova-shop.com.ua> (accessed 23 July 2022).
20. TZOV "KAVA ZI LVOVA" YouControl [LLC "COFFEE FROM Lviv" YouControl]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/37162242/ (accessed 23 July 2022).
21. Ofitsiina storinka «ISLA. COFFEE FRESHLY ROASTED» [The official page of "ISLA. COFFEE FRESHLY ROASTED".]. Available at: <https://isla.ua> (accessed 23 July 2022).
22. TOV «Alta Plus» YouControl [YouControl "Alta Plus" LLC]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/36277270/ (accessed 23 July 2022).
23. Ofitsiina storinka «25 COFFEE ROASTERS» [Official page of "25 COFFEE ROASTERS"]. URL: <https://25coffeeoasters.ua> (accessed 23 July 2022).
24. TOV "25 KOFE ROSTERS" YouControl [LLC "25 COFFEE ROASTERS" YouControl]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/39820816/ (accessed 23 July 2022).
25. Ofitsiina storinka «Funt Kavy» [The official page of "Pound of Coffee"]. Available at: <https://funtcoffee.com.ua> (accessed 23 July 2022).
26. TOV "KOFЕ-HRUP" YouControl ["KOFЕ-GRUP" LLC YouControl]. Available at: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/37540069/ (accessed 23 July 2022).
27. Systema YouControl – onlain-servis perevirky kompanii [The YouControl system is an online company verification service]. Available at: <https://youcontrol.com.ua> (accessed 23 July 2022).
28. Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diialnosti (KVED-2010) [Classification of types of economic activity (KVED-2010)]. Available at: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html (accessed 23 July 2022).
29. TOV «NESTLE UKRAINA» finansova zvitnist zghidno z MSFZ [LLC "NESTLE UKRAINE" financial reporting in accordance with IFRS]. Available at: https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/2021-05/ТОВ%20Нестле%20Україна_Фінансова%20звітність%20за%202020_рік%20зі%20вітом%20незалежного%20аудитора.pdf (accessed 23 July 2022).