

Научная специальность: 08.00.05
УДК 339.371.5

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА СОКОВ И ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВО ВЛАДИВОСТОКЕ

© Автор(ы) 2021
SPIN-код: 7621-1125
AuthorID: 839706
ORCID: 0000-0002-4007-7577

ДРАГИЛЕВ ИГОРЬ ГЕОРГИЕВИЧ, кандидат технических наук, доцент кафедры Международного маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41, e-mail: igor.dragilev@vvsu.ru),*

SPIN-код: 7621-1125
AuthorID: 839706
ORCID: 0000-0003-0720-9184

ДРАГИЛЕВА ЛЮДМИЛА ЮРЬЕВНА, кандидат технических наук, доцент кафедры Международного маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
(690014, Россия, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41, e-mail: lyudmila.dragileva@vvsu.ru)*

Аннотация. Цель. Рынок сока и сокосодержащей продукции является динамично развивающимся. Ассортимент постоянно обновляется, появляются новые торговые марки соков и сокосодержащей продукции. Как производящим, так и торгующим предприятиям для достижения определенной доли товарооборота и завоевания заданной доли рынка соков постоянно требуется актуальная информация о ситуации на этом рынке. Методы. Основой исследования рынка соков послужили теоретические и прикладные работы отечественных специалистов, данные официальной статистики. При этом использовались методы системного и статистического анализа и маркетинговых исследований. Потребительские предпочтения определялись посредством анкетирования с последующим анализом ответов опрошенных респондентов. В основе анкетирования тоже лежат статистические методы выборочного наблюдения. Анкетирование позволяет оценить результаты потребительского спроса на соки, реализуемые торговыми предприятиями, и мотивации потребителей при выборе соков и соковой продукции. Результаты. В результате исследования получена актуальная информация о состоянии рынка соков и соковой продукции как на уровне России, так и на региональном уровне. С помощью полученной информации охарактеризован рынок соков и соковой продукции в г. Владивосток. Научная новизна. Определена степень удовлетворенности потребительского спроса соками, определены факторы, влияющие на выбор того или иного вида продукта; выяснены предпочтения потребителей данной продукции. Практическая значимость. Результаты исследования помогут сформулировать рекомендации для производителей и предпринимателей, чтобы усовершенствовать имеющийся ассортимент соковой продукции и повысить уровень продаж в данной категории продуктов. А именно свежие данные, полученные с помощью анкетирования, позволят: установить масштабы потребления, спрос на конкретные виды и торговые марки сока; частоту потребления сока, вкусовые предпочтения потребителей.

Ключевые слова: рынок, сок, предпочтения потребителей, ассортимент, анкетирование, Владивосток,

RESEARCH FOR THE CURRENT JUICE MARKET AND CONSUMER PREFERENCES IN VLADIVOSTOK

© The Author(s) 2021

DRAGILEV IGOR GEORGIEVICH, Associate Professor of the department of «International Marketing and Trade»

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, Gogolya, 41, e-mail: igor.dragilev@vvsu.ru),*

DRAGILEVA LYUDMILA YURIEVNA, Associate Professor of the department of «International Marketing and Trade»

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, Gogolya, 41, e-mail: lyudmila.dragileva@vvsu.ru)*

Abstract. Purpose. The market for juice and juice-containing products is dynamically developing. The product range is continually renewed and new brands of juices and juice-containing drinks appear. In order to achieve a certain share of the turnover and conquer planned market share of juices, both producing and trading enterprises constantly need up-to-date information about the situation on this market. Results. The research of the juice market was based both on Russian theoretical and applied studies and official statistics. The methods of systemic and statistical analysis and marketing research were used. Consumer preferences were determined by means of questionnaire with further analysis of the responses. The survey is also based on statistical sample methods. Scientific novelty. The survey allows evaluating the results of consumer demand for juices sold by trade enterprises and the motivation of consumers when choosing juices and juice products.

As a result of the research, we have obtained up-to-date information of the juices and juice products market both for Russia and regions. Using the information received, the market of juices and juice products in Vladivostok was described.

Scientific novelty. The level of consumer demand satisfaction with juices is determined, factors influencing the choice of a particular type of product are identified; the preferences of consumers are clarified.

Practical relevance. The results of the research will help formulate recommendations for manufacturers and entrepreneurs to improve the range of juice products and increase sales in this product category. Thus, the recent data obtained through the questionnaire will allow: to establish the scale of consumption, demand for specific types and brands of juice and to clarify juice consumption frequency and taste preferences.

Keywords: market, juice, consumer preferences, range of products, survey, Vladivostok

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Рынок сока и сокосодержащей продукции является динамично развивающимся. Ассортимент постоянно обновляется, появляются новые торговые марки соков и сокосодержащей продукции. Как производителям, так и торгующим предприятиям для достижения определенной доли товарооборота и завоевания заданной доли рынка соков постоянно требуется актуальная информация о ситуации на этом рынке.

Исследованиям различных аспектов рынка безалкогольных напитков и именно соков посвящен ряд работ. Ряд статей посвящен динамике, изменениям объемов потребления, об устойчивом росте производства соков и прогнозам рынка соков в России [1-5]. М. Новиков приводит условия устойчивого роста производства соков [6]. Отмечается, что российская модель потребления соков приближается к моделям, характерным для развитых стран мира [7]. Автором И.А. Мохиревой оцениваются особенности и положение основных операторов регионального рынка безалкогольных напитков [8]. Обозначены изменения в секторе безалкогольных напитков [9].

Исходя из этого, исследование современного уровня развития рынка соков, удовлетворенности потребительских предпочтений ассортиментом соковой продукции, представленном во Владивостоке, весьма актуальны и своевременны.

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Целями данной работы явились следующие:

- определение ситуации на рынке соков, а также выявление тенденций развития этого рынка;
- оценка удовлетворенности потребителей предлагаемым ассортиментом соков, реализуемых в г. Владивосток.

Постановка задания.

Для достижения целей исследования были обозначены и решены следующие задачи.

Как опытному предпринимателю, так и начинающему важно иметь ясное представление о текущем состоянии целевого рынка, на котором он работает. При этом актуально определение объемов, динамики и структуры рынка, исследование факторов, влияющих на его рост.

Поэтому одной из задач является анализ состояния рынка соковой продукции.

На рынке соков и соковой продукции сейчас очень много предложений соков, как отечественного, так и импортного производства. Жесткие реалии конкуренции на рынке заставляют производителей и продавцов идти по пути расширения ассортимента, создания новой продукции, которая отличает его от конкурентов.

Потому понимание потребностей и предпочтений потенциальных потребителей актуальны и на стадии планирования производства, и на всех этапах реализации продукции.

Отсюда следующими задачами являются определение основных предпочтений потребителей при выборе сока и факторов, влияющие на выбор того или иного вида продукта.

Как производители, так и торговые организации при формировании ассортимента соков и выработки стратегии на этом рынке ориентируются на ситуацию на этом рынке и спрос. Поэтому предметом исследования являются рынок и предпочтения потребителей при выборе соков и соковой продукции

Используемые методы, методики и технологии

Основой исследования рынка соков послужили теоретические и прикладные работы отечественных специалистов, данные официальной статистики. При этом использовались методы системного и статистического анализа и маркетинговых исследований.

Потребительские предпочтения определялись посредством анкетирования с последующим анализом ответов опрошенных респондентов. В основе анкетирования тоже лежат статистические методы выборочного наблюдения.

Анкетирование позволяет оценить результаты потребительского спроса на соки, реализуемые торговыми предприятиями, и мотивации потребителей при выборе соков и соковой продукции.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Определение ситуации на рынке соков и выявление тенденций развития этого рынка.

Исследованиям различных аспектов рынка безалкогольных напитков и именно соков посвящен ряд работ.

Анализ статистических данных показал, что по объему продаж Россия входит в группу мировых лидеров. В 2019 году было продано соков и напитков 3,03 млрд литров (это на 2,3% больше, чем в 2018 году). За последний год наметились тенденции к росту объемов производства соков.

Если в 2019 году в России было произведено 1 072 349,4 тыс. усл. банок соков, что на 13,2% меньше объема производства предыдущего года, то уже в апреле 2020 года произошло увеличение на 9,2% к уровню апреля прошлого года и составило 80 142,0 тыс. усл. банок [4].

Во Владивостоке за 2019 год увеличилось производство фруктового, овощного сока на 14% [10].

Торговый ассортимент фруктовых соков и сокосодержащих напитков складывается из конкретных наименований, которые зависят от следующих факторов: вид используемого сырья; метод производства; технология производства; виды пищевых добавок и активных веществ. (таблица 1) [11-12].

Таблица 1 - Классификация соков и соковой продукции, в зависимости от различных факторов

По способу производства и методам обработки первичного сырья	По виду используемого сырья	По технологии производства	С использованием пищевых и биологически активных веществ
Сок прямого отжима: - осветленный; - с мякотью.	Фруктовые	Пастеризованные	Натуральные соки
Сок восстановленный: - осветленный; - с мякотью.	Овощные	Стерилизованные	Соки с сахаром
Свежеотжатый сок	Ягодные	Обогащенные	Купажированные
Концентрированный сок: - осветлённый; - с мякотью			Концентрированные
Диффузионный сок			Для детского питания
Нектар			Для диетического питания
Сокосодержащий напиток			Фруктовые нектары
Морс			Цитрусовые

В данной таблице отражена классификация соков и соковой продукции, в соответствии с нормативными документами и научной литературой [12, 13]. На ее основе формируется торговый ассортимент соковой продукции, поэтому на сегодняшний день он весьма разнообразен. Формирование ассортимента представляет собой сложную систему, от которой зависит эффективность деятельности торгового предприятия.

Анализ предлагаемого ассортимента фруктовых соков, который реализуется во Владивостоке показал, что рынок соков и соковой продукции условно разделен на три основные группы (фруктовые соки, фруктово-ягодные нектары; сокосодержащие напитки; овощные соки).

В ходе анализа было установлено, что все позиции напитков данной группы представлены и реализуются в нескольких ценовых категориях: средний ценовой сегмент; высший ценовой сегмент; ценовой сегмент «Премиум».

К среднему ценовому сегменту (от 50 до 150 рублей) относятся соки и сокосодержащие напитки следующих марок: «Любимый», «ABC», «Моя Семья», «Сады Придонья», «Будь Здоров», «Золотой Юг», «Аршани», «Sac-Sac», «T'Best», «Pulpy», «Vinut», «Спарклинг».

Высший ценовой сегмент (от 150 до 200 рублей) формируют соки таких торговых марок, как: «Добрый», «Джей7», Тiрсо, «Фруктовый сад», Telli, «Сантал», «Балтимор», «Нектар Спасский», «T'Best», «J7 Frutz».

К ценовому сегменту «Премиум» (выше 200 рублей) относятся: «Я», «Рич», «Лотте», «Сава», «Jumex», «Кубаночка», «Нектар Бенатур», «Алоэ Вера», «фруктолайн».

Данные торговые марки соков и соковой продукции формируют основной ассортимент данной группы товаров, представленный на сегодняшний день в торговых сетях Владивостока.

Приморские предприятия торговли достаточно активно применяют Интернет в своей деятельности. Результаты исследования показали, что использование сети Интернет в торговле может реально увеличить объем продаж и принести реальную прибыль. Это связано с большими выгодами и удобствами, которые получают как потребители, так и предприятия [14].

При этом, Интернет обладает огромным потенциалом развития, который мало изучен в сфере торговли Приморского края.

Оценка удовлетворенности потребителей предлагаемым ассортиментом соков, реализуемых в г. Владивосток.

На сегодняшний день в условиях конкуренции в торговле, многие предприниматели прибегают к различным методам оптимизации товарного ассортимента, увеличения объемов продаж, сохранения конкурентных преимуществ. Наиболее популярен метод социологического опроса [15, 16, 17].

Спрос на соки и соковую продукцию определялся на основе анкетирования потенциальных потребителей по заранее разработанной анкете. Форма опроса была как устная, с последующей письменной фиксацией ответов, так и в онлайн.

Всего в опросе приняло участие более 300 респондентов. Состав респондентов по половому признаку распределился таким образом: мужчины - 34 %, женщины - 66%.

Возрастной состав варьировался в границах возрастных групп от 18 до 25 лет - 34%, от 25 до 35 лет - 29% и от 35-50 - 28%. Наименьшую активность рекомендовала группа потребителей в возрасте 50 лет и старше (всего 9 % респондентов).

Среди респондентов не оказалось ни одного, кто бы не употреблял соки, несмотря на то, что на рынке много предложений других безалкогольных напитков.

Как оказалось, чаще всего пьют соки опрошенные, находящиеся в возрастной категории от 18 до 25 лет. Результаты опроса позволили установить частоту потребления сока, большая часть опрошенных (43,3%) употребляет сок весьма часто – 2-3 раза в неделю. Примерно одинаковое количество респондентов ответили, что пьют сок не чаще чем один раз в неделю (20%), и еще столько же (21, 3%) - 2-3 раза в месяц. Намного меньше опрошенных сказали, что употребляют сок каждый день или наоборот довольно редко примерно один раз в месяц и реже (6,0 и 9,3% респондентов соответственно).

В ходе анкетирования было установлены предпочтения потребителей по видам соков (составу, технике/способу производства) (рисунок 1).

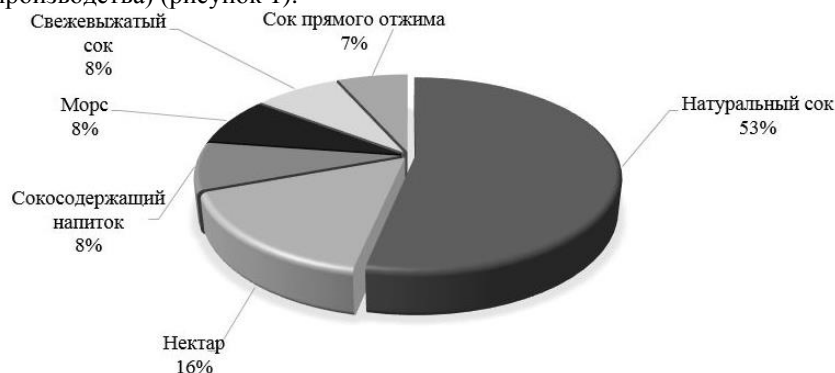


Рисунок 1 - Распределение респондентов по предпочтениям определенного вида соков

Из рисунка видно, что более половины участников опроса предпочитают пить 100% натуральный фруктовый сок, с мякотью. Из этого следует: потребитель понимает, что сокодержательный напиток хоть и вкуснее за счет большого содержания сахара, консервантов и прочих добавок, но пользы в нем меньше. Поэтому респонденты в большинстве случаев выбирают натуральный сок или нектар.

Немаловажный вопрос об упаковке. Упаковка меняется вместе с развитием технологий, позволяет обеспечить сохранность первоначальных свойств и безопасное использование продукта. При наличии фальсификации соков на рынке упаковка также становится инструментом подтверждения подлинности продукта.

В торговых сетях г. Владивостока соки представлены в следующих упаковках: стеклянные банки, картонные упаковки ТетраПак, пластиковые бутылки.

В ходе анкетирования было установлено, что большинство предпочитает приобретать соки в картонных упаковках ТетраПак. И это очевидно, ведь такие упаковки удобные, компактные, легко открываются. Всего 24, 7% респондентов сказали, что покупают сок в стеклянных банках, так как по мнению респондентов являются экологичнее всех остальных упаковок. Сок в пластиковых бутылках покупает наименьшее число респондентов (11, 3%). Возможно, такой материал как полиэтилентерефталат, термопластик, не вызывает доверие у потребителя.

Вопрос о цене и объеме позволил установить, что за одну покупку потребитель в среднем покупает 1-1,5 л сока в ценовой категории от 50 до 200 рублей. Это самый оптимальный вариант для среднестатистического потребителя во Владивостоке.

И в самую первую очередь, потребители руководствуются своими вкусовыми предпочтениями. (рисунок 2).

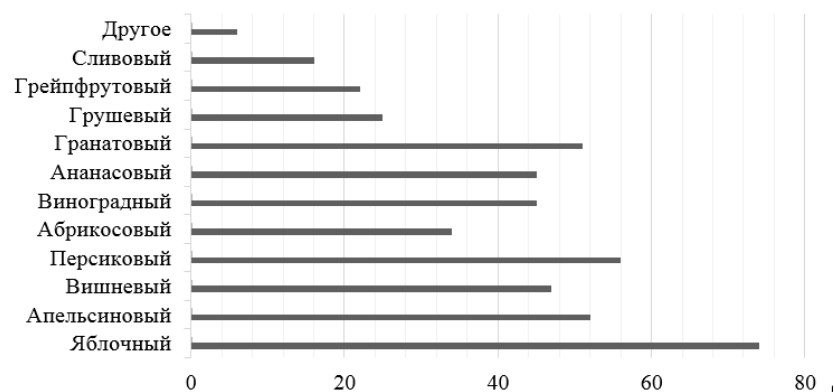


Рисунок 2 - Распределение ответов респондентов по вкусовым предпочтениям при выборе сока

Из опроса следует, что чаще всего покупают яблочный сок (15, 6% респондентов). На втором месте находится персиковый (11, 8%) и следует апельсиновый соки (11%). Третье место занимает гранатовый (10, 8%) и вишневый (9, 9%) соки. Еще меньше отдают предпочтение виноградному, абрикосовому, виноградному, сливовому, грушевому сокам. Некоторые респонденты отмечают и другие вкусы: морковный, томатный, мультифрукт.

Лидером среди всех представленных марок является торговая марка «Любимый». Ее выбирает 17, 5% опрошенных. На втором месте оказалась марка: «Добрый» (16, 7%), на третьем – «Фруктовый сад» и «Сады Придонья» (11% и 10,4% соответственно). Потребители считают, что именно эти марки наиболее оптимальны в соотношении «цена-качество». Некоторые респонденты отмечают и другие торговые марки, которые вызывают у них доверие: «Малышам», «ЛОТТЕ», «Дары Кубани».

Следует отметить, что участники опроса считают: самый важный показатель, влияющий на качество, при выборе сока – это внешний вид. Именно на него они обращают внимание в первую очередь. Однако данный показатель наиболее актуален для соков, реализуемых в прозрачных пластиковых бутылках или стеклянных банках. Ведь только так потребитель может оценить внешний вид сока. Затем респонденты отмечают прозрачность – консистенцию. Еще меньше участники опроса обращают внимание на цвет и аромат.

Проведение данного исследования методом анкетирования позволило не только изучить и охарактеризовать рынок соков, но и определить основные предпочтения потребителей при покупке данной продукции; также установить соответствие прилагаемого ассортимента соков потребительским предпочтениям.

Помимо этого, на основании полученной информации можно сформулировать рекомендательную характеристику рынка соков и соковой продукции, которая будет полезна для производителей или предпринимателей, реализующих данную группу товаров. Данная характеристика включает в себя следующие аспекты:

- в первую очередь следует обращать внимание на социальный портрет потребителя. В данном случае исследование показало, что необходимо ориентироваться на предпочтения покупателей в возрасте от 18 до 35 лет;

- объемы производства должны соответствовать частоте употребления соков. Исследование показало, что производителям необходимо ориентироваться на среднестатистического потребителя Владивостока, который употребляет соки и соковую продукцию довольно часто (2-3 раза в неделю, т.е. в месяц от 4 до 10 раз);

- наибольшее число потребителей предпочитает приобретать соки в катонных упаковках ТетраПак, они считают данный вид упаковки удобным, компактным и практичным. Поэтому производитель должен это учитывать;

- среднестатистический потребитель Владивостока считает, что самая оптимальная цена за 1 л или 1, 5 л варьируется в ценовой категории от 50 до 200 рублей. Повышение/понижение цены будет направлено на поиск потребителя, который отличается от среднестатистического;

- по вкусовым предпочтениям лидирует яблочный, персиковый, апельсиновый, гранатовый и вишневый соки. Производитель должен учитывать данные вкусы при увеличении объемов производства, а предприниматель при расширении или усовершенствовании ассортимента;

- для потребителей соков важно соотношение цены и качества. Также они обращают внимание на натуральность (отсутствие красителей и т.п.).

- торговым предприятиям необходимо гибко реагировать на появление на рынке новинок соков и применить стратегию расширения товарного ассортимента, акцентировав внимание на углублении товарных позиций;

- торговые предприятия могут заимствовать опыт из других отраслей по созданию мотивационных моделей в формировании стратегии на рынке соков [18];

- систематически проводить анализ покупательских предпочтений соков и соковой продукции с соответствующей корректировкой предлагаемого ассортимента, т.е. проводить социологические

исследования и на их основе осуществлять формирование оптимального ассортимента в продаже. Это позволит обеспечить удовлетворение покупательского спроса и приведет к повышению уровня продаж;

- отслеживать соответствие цены и качества соков.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях,

Проведенный анализ статистических данных потребления соков и соковой продукции по Приморскому краю показал те же тенденции роста, наблюдаемые по России. [1-5].

ВЫВОДЫ

Выводы исследования.

Из представленных характеристик рынка соков и соковой продукции можно сделать вывод, что наметилась тенденция к росту как объемов производства, так и объемов потребления.

На настоящий момент проведены исследования рынка соков и соковой продукции в текущем году по городу Владивостоку. Произошло обновление знаний.

Элементы новизны присутствуют в описании рынка соков, реализуемых на рынке г. Владивостока, и выявлении меняющихся предпочтений потребителей с появлением новых продуктов, брендов и т.п. в г. Владивостока. Наличие актуальной информации о потребительских предпочтениях в рамках анализируемой продукции может принести пользу в формировании оптимального товарного ассортимента как производителям, так и торгующим предприятиям. При выборе соков основными предпочтениями остаются вкусовые.

Практическая значимость определяется возможностью применения результатов исследования при планировании ассортимента как производителями так торгующими предприятиями. Так как анализ показал наличие не распроданной продукции у некоторых предприятий торговли из-за отсутствия спроса на некоторые марки соков.

Перспективы дальнейших изысканий данного направления.

На насыщенном рынке производители и продавцы стремятся удовлетворить разнообразные потребности. При этом, широкий ассортимент требует, как от производителей, так и от предприятий торговли знания общности и различий потребительских свойств соков разных видов, разновидностей и наименований, чтобы информировать о них потребителей.

Проведение такого рода исследований предоставляют возможность операторам рынка соков своевременно обновлять стратегические и тактические цели предприятий, тем самым обеспечивая их стабильность на данном рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Анализ рынка соков и сокосодержащих напитков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5dd01bd9a28a2f180f2b7c29/analiz-rynka-sokov-i-sokosoderjascih-napitkov-5f8eaaba75135c1999b894cf>.
2. Рынок соков и нектаров в России. Текущая ситуация и прогноз 2020-2024 гг. [Электронный ресурс] URL: <https://alto-group.ru/otchet/rossija/285-rynok-sokov-i-nektarov-tekushhaya-situaciya-i-prognoz-2014-2018-gg.html>.
3. Рынок сока России – анализ, реальное положение дел и основные тенденции развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://vproizvodstvo.ru/analitika_rynok/rynok_soka_rossii_analiz_tendencii_razvitiya/.
4. Рынок соков и нектаров в России. Текущая ситуация и прогноз 2020-2024 гг. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alto-group.ru/otchet/rossija/285-rynok-sokov-i-nektarov-tekushhaya-situaciya-i-prognoz-2014-2018-gg.html>.
5. Тенденции рынка безалкогольных напитков на 2019 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.dv.kp.ru/daily/26974.3/4029665/>.
6. Рынок соков пошёл в рост [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://drinkinfo.ru/blog/rinok-sokov-poshyol-v-rost-172>.
7. Ведущие тренды мирового рынка соков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mniap.pf/analytics/Vedusie-trendy-mirovogo-rynka-sokov/>.
8. Мохирева И.А. Анализ конкурентной среды на региональном рынке безалкогольных напитков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://naukarus.com/analiz-konkurentnoy-sredy-na-regionalnom-rynke-bezalkogolnyh-napitkov>.
9. 5 тенденций трансформации индустрии напитков в 2020 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/biplane24/blog/54872/5-tendentsij-transformatsii-industrii-napitkov-v-2020>.
10. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю //Индексы производства по основным видам деятельности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://primstat.gks.ru/storage/mediabank/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%8B>.
11. Иванова Т.Н. и др. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2019. 240 с.
12. Блинникова О.М. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: учебное пособие. Мичуринск: Изд. МичГАУ, 2015. 234 с.

13. ТР ТС 023/2011 Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей // Профессиональные справочные Техэксперт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902320562/>.
14. Grubor Aleksandar & Jaksá Olja. (2018). *Internet Marketing as a Business Necessity. Interdisciplinary Description of Complex Systems*. 16. 265-274. 10.7906/indecs.16.2.6.
15. Каменева Н.Г. *Маркетинговые исследования: учебное пособие*. М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2020. 368 с.
16. Михайлева Е.Г. *Методология и методы социологических исследований: учебное пособие для студентов высших учебных заведений*. – Изд-во НУА: Харьков, 2016. 286 с.
17. Ktait, M.A., Kmet, E.B., Dragileva, L.Y., Fedorova, N.V., Korepanova, E.G. *The assessment of factors influencing hotel services consumers behaviour. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 2020, 12(3 Special Issue), pp. 1453-1471. DOI: 10.5373/JARDCS/V12SP3/20201398 URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43267082>.
- <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85083014762&origin=resultlist>.
18. Martyshenko N.S. & Kim A.G. & Marchenko O.G. (2019) *Motivational Models in the Formation of a Strategy for the Development of the Fitness Services Industry in the Region. International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8, 9637 – 9645.