

УДК: 641.542.26

*Матвійчук Т. В.,
matvitana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6162-0113,
к. псих. н., доцент кафедри соціально-гуманітарних і загальноекономічних дисциплін, Хмельницький
кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький*

*Церклевич В. С.,
wika.zerklevitch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7925-780X,
к. пед. н., доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Хмельницький
кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький*

*Коломієць О. М.,
elenakom87@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-2195-5394,
к. філ. н., доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Хмельницький
кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький*

ПСИХОЛОГІЯ СПОЖИВАЧІВ КАВИ І КОМПЕТЕНТНІСТЬ БАРИСТА

***Анотація.** Статтю присвячено розкриттю питання психологічних характеристик споживачів кави у частині доведення взаємозалежності між типом темпераменту особистості та вибором кавового напою. Лаконічно охарактеризовано результати досліджень Інституту наукової інформації про каву (ISIC, США) щодо вивчення впливу вживання на психіку. Представлено наукові узагальнення у трикутнику: “кава – здоров’я – психіка людини”. Наведено статистичні показники обсягів вживання кавових напоїв у світі та Україні; висновки пілотного емпіричного локального дослідження щодо інтенсивності споживання студентською молоддю. Охарактеризовано риси особистості споживачів у залежності від домінантного вибору кавового напою. Засвідчено взаємозалежність між вибором, рисами характеру і психологічним типом споживача. Доведено, що особистість бариста є одним із ключових критеріїв вибору кав’ярні споживачами. Проаналізовано критерії професійної компетентності, що висувуються Світовим Чемпіонатом бариста (навички спілкування, захопленість професією, здатність бути прикладом і джерелом натхнення для інших). Акцентовано на вимоги до психологічної компетентності бариста як вагомій складовій професіоналізму. Обґрунтоване твердження про те, що пріоритет у виборі кавового напою має слугувати для персоналу закладу ресторанного господарства, зокрема бариста, одним із “розпізнавальних сигналів” особистості споживача, побудови стратегії його обслуговування, формування загальної задоволеності від споживання продукту і відвідання закладу. Доведено, що: 1) пріоритет у виборі кавового напою дозволяє ідентифікувати психологічні характеристики та риси особистості споживача; 2) психологічна компетентність бариста є впливовим чинником вибору кав’ярні клієнтами.*

Ключові слова: особистість, психологія споживання, поведінка споживача, психологічні характеристики, кава, бариста.

*Matviichuk T. V.,
matvitana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6162-0113,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Social Humanities and General Economic Studies,
Khmelnyskyi Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi*

*Tserklevych V. S.,
wika.zerklevitch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7925-780X,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Hotel&Restaurant and Tourist Business, Khmelnytskyi
Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi*

*Kolomiiets O. M.,
elenakom87@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-2195-5394,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Hotel&Restaurant and Tourist Business, Khmelnytskyi
Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi*

COFFEE CONSUMERS PSYCHOLOGY AND BARISTA'S COMPETENCE

Abstract. The article deals with the issue of psychological characteristics of coffee consumers in terms of proving the interdependence between personality temperament type and choice of coffee beverage. The results of the research of the Institute of Scientific Information on Coffee (ISIC, USA) concerning the study of the coffee effect consumption on the human psyche are summarized. The scientific conclusions in the triangle "coffee - health - human psyche" are presented. The statistics on the volume of coffee beverages consumption in the world and Ukraine are given as well as findings of a pilot empirical local study on the intensity of coffee beverages consumption by student youth. Consumers' personality traits are characterized due to the dominant choice of coffee beverage. The correlation between the choice of coffee beverage, character traits and psychological type of the consumer is proved. It is proved that the barista's personality is one of the key criteria for the choice of cafe by consumers. The criteria for the professional competence of the barista put forward by the World Barista Championship (communication skills, passion for the profession, ability to be an example and a source of inspiration for others) are analyzed. Emphasis is placed on the requirements for the psychological competence of the barista as a significant component of professionalism. The substantiated assertion is that the priority in the coffee beverage choice should serve for the staff of the restaurant, in particular for barista, as one of the "distinctive signals" about the consumer's personality, building a servicing strategy as well as generating overall satisfaction from the consumption of the product and visiting the establishment. It is proved that: 1) priority in the coffee beverage choice allows to identify the psychological characteristics and personality traits of the consumer; 2) the barista's psychological competence is an influential factor of coffee shops choice.

Key words: personality, consumption psychology, consumer behavior, psychological characteristics, coffee, barista.

JEL Classification: L66, L84, M39

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-14>

Постановка проблеми. Психологія споживання, що включає психологію їжі і психологію напоїв, є недооціненим у вітчизняній економіці напрямом сучасної психологічної науки. Предметом дослідження нами було обрано психологічні характеристики споживачів кавових напоїв, що зумовлюється наступними аргументами:

1) середній показник вживання кави європейцем становить 5,1 кг на рік, що аналогічно показнику для громадян США [1];

2) обсяги споживання меленої кави в Україні на особу становлять в середньому три кг на рік, що нижче, ніж у країнах ЄС, однак попит на зернову каву зростає дуже динамічно [2].

Зауважимо: зростання обсягів продажів кави у світі супроводжується високою конкуренцією у цьому сегменті ринку, що також є приводом до вдосконалення психологічної складової технологій продажу кавових напоїв. Так, у США власники кав'ярень керуються правилом: "Якщо конкурент відкриє п'ять "точок" поруч, це лише змусить нас більше зосередитися на тому, що ми пропонуємо своїм клієнтам" (П. Дор-Сміт, власник кав'ярні "Kaffeine"). За останні 40 років вплив кави на здоров'я та психіку споживача став предметом більше ніж 8000 професійних медичних досліджень. Однак для значної частини здійснених досліджень притаманні суперечливі висновки, що ускладнює інтерпретацію даних фахівцями охорони здоров'я та споживачами. Суперечливість висновків визначається саме особливістю споживання кави: величиною порції, міцністю та частотою, часом споживання. Разом із тим, психологія споживачів кави, так само як і особистісно-

психологічні компетенції бариста, є наразі предметом лише поодиноких досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні положення про психологію споживання, у т.ч. харчову поведінку споживачів, висвітлювалися у дослідженнях І. Малкиної-Пих, В. Покровського; вплив соціуму на харчову поведінку був предметом вивчення зарубіжних вчених Марка Коннера, Кристофера Дж. Армיתейджа. Дослідження впливу кави на функціонування організму та психіки людини здійснювали Дж. Боніта, М. Мандарано, Д. Шут, Дж. Вінсон, Рамані Дурвасула, а також психологи та нейробіологи Інституту наукової інформації про каву (Institute for Scientific Information on Coffee).

Наведені аргументи дозволяють сформулювати авторську ідею дослідження про те, що: 1) пріоритет у виборі кавового напою дозволяє ідентифікувати психологічні характеристики та риси особистості споживача, що є цінним при побудові стратегії обслуговування; 2) психологічна компетентність бариста є впливовим чинником вибору кав'ярні відвідувачами.

Постановка завдання. Розкриття авторської ідеї можливе шляхом досягнення мети дослідження:

1) лаконічно охарактеризувати результати ISIC щодо вивчення впливу вживання кави на психіку людини;

2) дослідити інтенсивність споживання кавових напоїв українцями, в т.ч. студентською молоддю;

3) встановити зв'язок між: обраним кавовим напоєм і рисами особистості споживача;

психологічною компетентністю бариста і вибором кав'ярні споживачами.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Кава – один із найпопулярніших і найпродаваніших гарячих напоїв у світі та в Україні. Світовий попит зростає за рахунок популяризації і проведення ефективних маркетингових кампаній. Саме з метою масштабних, системних, послідовних і цілісних наукових досліджень впливу на функціонування організму та психіку людини у 1990 р. було створено Інститут наукової інформації про каву (ISIC) – некомерційну організацію, що займається вивченням і науковими узагальненнями у трикутнику: “кава – здоров'я – психіка людини”. Діяльність ISIC зосереджена на:

- вивченні наукових питань, пов'язаних із кавою і здоров'ям (у т.ч. психікою людини);
- зборі та оцінці досліджень і наукової інформації про каву та здоров'я;
- підтримці незалежних наукових досліджень про каву і здоров'я;
- активному поширенні збалансованих наукових знань про каву та здоров'я серед широкого кола зацікавлених сторін.

Членами ISIC є шість найбільших європейських кавових компаній: Illycaffè, Jacobs Douwe Egberts, Lavazza, Nestlé, Paulig та Tchibo.

Представимо науково обґрунтовані факти щодо впливу кави на психіку людини:

1. Кава стимулює вивільнення дофаміну – нейротрансмітера, що викликає почуття ейфорії і “старту”, яке люди часто відчують після першої філіжанки кави щоранку.

2. Тип кави, якому споживач надає перевагу, може свідчити про ряд психологічних особливостей.

3. Споживачі, які споживають чорну каву без додатків, більш схильні до антисоціальних і психотичних вчинків.

4. Кава здатна зміцнювати довготривалу пам'ять.

5. Вживання кави сприяє зниженню ризику метаболічного синдрому, діабету і серцево-судинних захворювань [1].

У XXI столітті кав'ярні є невід'ємною частиною повсякденного і ділового життя. Згідно з соціологічними дослідженнями 2018 року 35% жителів українських міст-мільйонників відвідують кав'ярні не рідше одного разу на тиждень. За даними Інформаційного дайджесту PRO CONSULTING, у 2018 році більше половини покупців кави в Україні купували одну упаковку кави на місяць, третина – одну на два-три тижні і 2% – частіше ніж раз на тиждень. Основними орієнтирами для споживачів при виборі кавової продукції є торгова марка, країна-виробник і ціна товару [2].

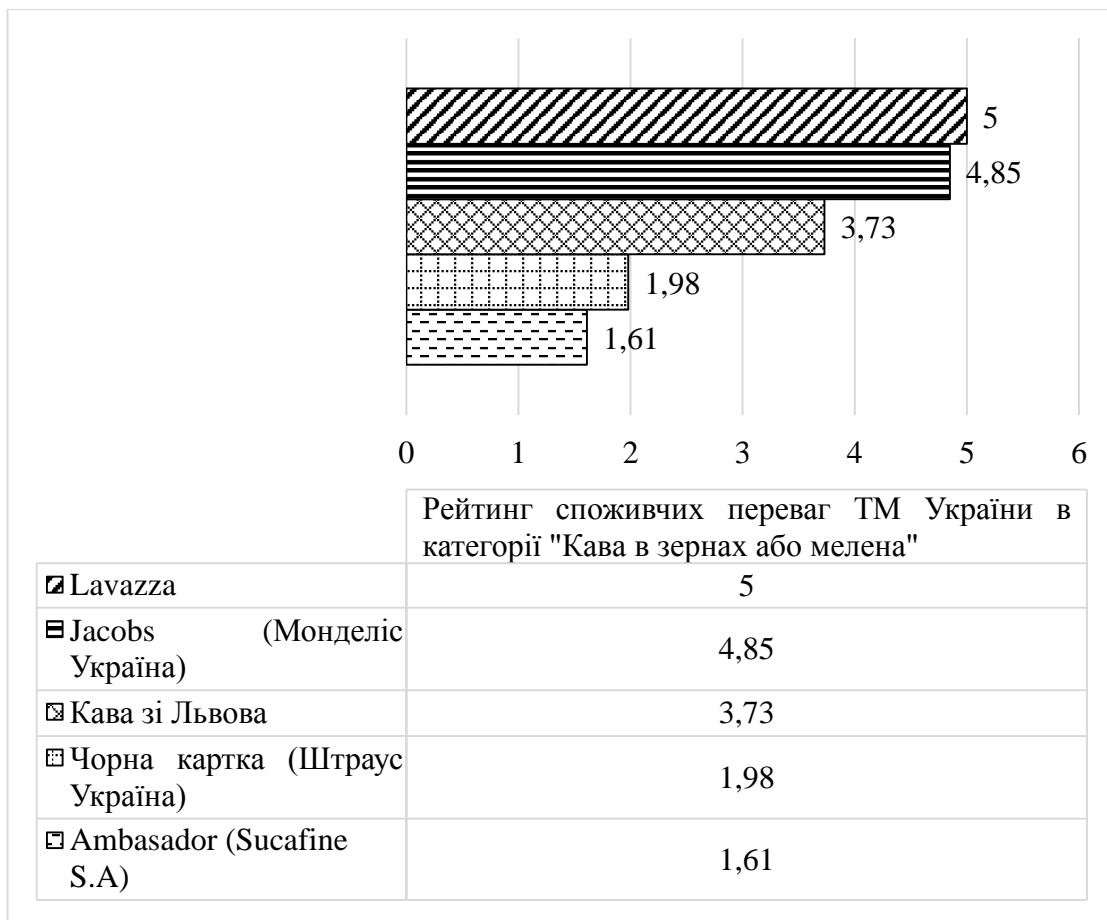


Рис. 1. Рейтинг споживчих переваг ТМ України в категорії “Кава в зернах або мелена”

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

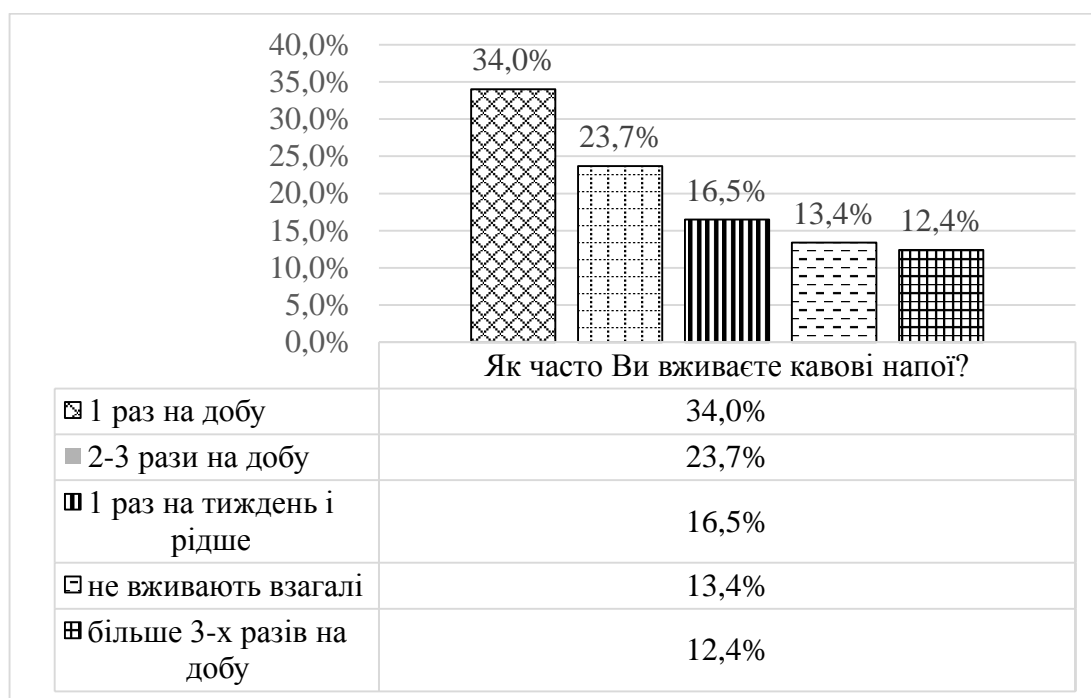


Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів на питання “Як часто Ви вживаєте кавові напої?”

Джерело: сформовано авторами на основі проведеного дослідження

З метою вивчення пріоритетів у виборі кавових напоїв та з'ясування базових психологічних характеристик споживачів кави нами було проведено пілотне дослідження серед студентів Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (ХКТЕІ), яке охопило 194 респонденти (15% від загальної кількості студентів), з яких лише 26 осіб (13,4%) взагалі не вживають кавових напоїв, рис. 2.

Результати дослідження дозволяють зробити висновки: помірне споживання кофеїну (2–3 порції або 300 мг/день) не пов'язане з побічними ефектами, такими як серцево-судинні стимулюючі ефекти і поведінкові зміни, зокрема у здорового дорослого населення [3]. Це твердження узгоджується з висновками Harvard Women's Health Watch (2004): в помірній кількості кава є безпечним напоєм, що здійснює корисний вплив на здоров'я та психіку людини [4].

Згідно з отриманими результатами (34%) респондентів вживають каву один раз на день, що теоретично не завдає шкоди здоров'ю. Згадаємо результати одного з досліджень Institute for Scientific Information on Coffee свідчать: “генетична характеристика програмує нашу реакцію на кофеїн, так само, як вона програмує наш колір волосся і колір очей”, – зазначається у звіті керівника дослідницької групи Дж. В. Лангера, лектора клінічної фармакології Медичної школи Копенгагенського університету [1]. Вплив кофеїну на здоров'я та психіку споживача залежить від

багатьох факторів: віку, типу нервової діяльності, стану здоров'я.

Здійснені дослідження засвідчують взаємозалежність між вибором кавового напою і звичками, рисами характеру і специфікою психологічного типу споживача. Серед респондентів – студентів ХКТЕІ - перевага надається таким напоям, як “американо” (34%), “лате” (31,1%), “капучино” (15,4%), “еспreso” (6,1%), рис. 3

Перед представленням результатів емпіричного дослідження щодо взаємозв'язку вибору кавового напою і психологічних рис споживача наведемо лаконічні висновки досліджень, отримані клінічним психологом Каліфорнійського університету, доктором Р. Дурвасула. Обсерваційним дослідженням було охоплено 1000 споживачів кави, здійснено оцінку акцентуацій особистості і психологічних рис, включаючи інтроверсію й екстраверсію; терпіння; перфекціонізм; тепло у стосунках; пильність; чутливість і соціальну сміливість. В опитуванні, результати якого представлені в книзі доктора Дурвасули «Ви є тим, що ви їсте: змініть своє ставлення до їжі, змініть своє життя», респондентам було запропоновано загальні сценарії, в яких пересічна людина зазвичай знаходиться: як ми поведимося у довгих чергах, як ми плануємо вечірки або як виглядають наші типові вихідні, що ми зазвичай їмо і п'ємо в будень і як святкову їжу.

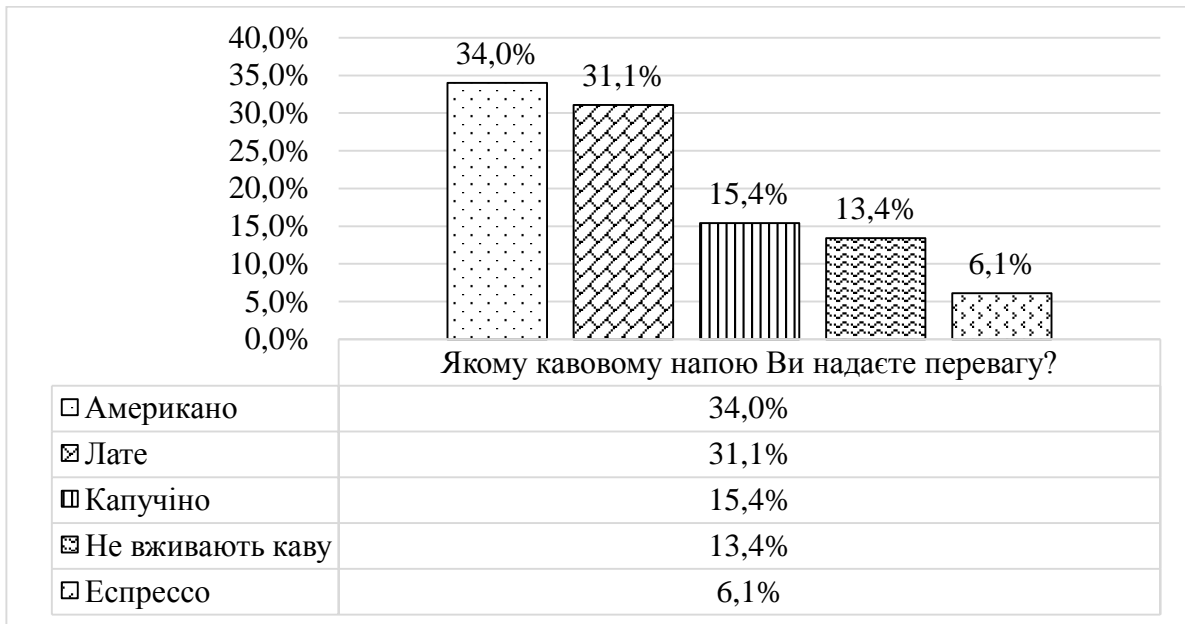


Рис. 3. Розподіл відповідей респондентів на питання “Якому кавовому напою Ви надасте перевагу?”

Джерело: сформовано авторами на основі проведеного дослідження

Узагальнивши результати цього та інших наукових [1; 3; 4; 5] психологічних досліджень щодо зв'язку обраного кавового напою й особистості споживача, можемо охарактеризувати риси споживачів у залежності від вибору кавового напою (табл. 1).

Здійснене дослідження має пілотний характер; у 2019-2020 рр. у ХКТЕІ здійснюватиметься масштабний експеримент щодо співставлення видів

кавових напоїв (перелік буде розширено) та акцентуації рис особистості, темпераменту, інших психологічних характеристик споживачів кави. Вважаємо, що це виявиться наймасштабніше дослідження в контексті кореляції вибору кавового напою та домінуючих психологічних характеристик особистості у студентському середовищі України.

Таблиця 1

Зв'язок кавового напою та особистісних характеристик споживача

Вид кавового напою	Психологічна характеристика споживача *	% респондентів авторського дослідження**
Еспресо	Стовідсоткові реалісти і прямолінійні особистості, консерватори, у всьому враховують тільки свої принципи і погляди на життя, відповідальні та надійні.	6,1%
Американо	Раціональні люди, для яких головна мета — взяти від життя максимум. Завдяки тому, що їм все вдається встигнути, вони йдуть найкоротшим шляхом до своєї мети.	34%
Лате	Надають перевагу комфорту, для них бути в центрі уваги — насолода, гарні організатори, мають відмінне почуття гумору, обожнюють вечірки і користуються популярністю у протилежної статі, більше схильні турбуватися про інших, ніж про себе.	31,1%
Капучино	Вимогливі до свого оточення, схильні до контролю і вельми чутливі до будь-яких подразників. Такі люди дуже ретельно дбають про своє здоров'я.	15,4%
Розчинна кава	Прості, невимушені у спілкуванні, втім, можуть проявляти безвідповідальність і звичку відкладати все на потім.	-

Джерело: сформовано авторами на основі *дослідження клінічного психолога Каліфорнійського університету доктора Рамані Дурвасула та **результатів опитування респондентів – студентів ХКТЕІ

Метою дослідження також було визначено встановлення залежності між психологічною компетентністю бариста і вибором кав'ярні споживачами. Моніторинг пріоритетів у виборі кав'ярень дозволяє резюмувати: при виборі місця споживання напою більшість опитаних респондентів майже в рівній мірі надають перевагу кав'ярням, що розташовані поряд з місцем роботи чи навчання (39,2%), і тим, де кава, на їхню думку, найсмачніша (41,2%). Згідно з рейтингом кав'ярень у м. Хмельницькому респонденти оцінювали 62 кав'ярні. Вісім із них отримали більш 4,7 бали у рейтингу: кав'ярня Loft Cup, магазин-пекарня "Витребеньки від куми", кав'ярня "Цукерня", кав'ярня "Feelin'Good coffee", "Небесний мигдаль", "Кльова кава", "Delta coffee", "Крендель". Переваги цих закладів, на думку респондентів: смачна та якісна кава, приємна атмосфера, смачна випічка, десерти, швидке обслуговування та привітний персонал. Серед найзначиміших аргументів – смак та аромат. Щодо сорту кави, то це, на думку молоді, не є найбільш важливим аргументом при виборі напою. Безумовно, що оцінки якості кави, сформульовані респондентами, не можуть претендувати на повну об'єктивність, адже споживачі досить поверхнево розуміють, від чого залежать смак і якість. Так, лише якість смажених зерен оцінюють за їх ароматом, зовнішнім виглядом, смаком і ступенем обсмаження, а також за фізико-хімічними критеріями: вологість, місткість кофеїну, розмір помелу та наявність сторонніх домішок. Вагомим показником є кавовий екстракт, у якому оцінюються аромат і смакові якості, гармонійність і повнота смакових якостей, відповідність виду та сорту, наявність сторонніх запахів [7].

Завданням нашого дослідження також було визначено доведення гіпотези про те, що психологічна компетентність бариста є вагомим чинником обрання кав'ярні. За вимогами Світового Чемпіонату бариста (проводиться щорічно з 2000 року за результатами національних відбірних турів), кава є результатом обсмажування продукту, отриманого із зерна ягоди кавового дерева, вирощеного на плантації. Кава не повинна містити ніяких добавок, ароматизаторів, барвників, парфумерії, ароматичних речовин, рідин, сипучих добавок будь-якого виду в будь-який з моментів ланцюжка поставки кави від збору врожаю і до приготування напою. При оцінці смаку суддями Світового Чемпіонату бариста враховується сполучуваність та взаємодоповнюваність смакових параметрів (солодкості, кислотності, гіркоти) [8, с. 31].

Судді Світового Чемпіонату бариста за майже два десятиліття існування конкурсу (з 2000 р.) чітко сформулювали критерії для визначення професійної компетентності бариста:

1. Володіє майстерністю в навичках техніки роботи, презентації напою, навичках спілкування і захопленій своєю професією.
2. Демонструє глибоке розуміння кави як продукту під час приготування та презентації 12 конкурентних напоїв.
3. Вміє готувати та презентувати напої високої якості.
4. Може бути прикладом і джерелом натхнення для інших [8].



Рис. 4. Чинники вибору закладу для споживання кави

Джерело: сформовано авторами на основі проведеного дослідження

Можемо констатувати, що два з чотирьох базових критеріїв безпосередньо стосуються особистості бариста, його психологічних компетентностей, зокрема у змісті першого критерію це “навички спілкування” і демонстрація “захопленості професією” (дослідження з психології спілкування і психології впливу доводять, що критерій “захопленість професією” майже стовідсотково є підставою для поваги особистості). У змісті четвертого критерію компетентність є значущою з позиції психології лідерства і психології командної взаємодії. Обґрунтованим виглядає твердження, що пріоритет у виборі кави має слугувати для персоналу, зокрема бариста, одним із “розпізнавальних сигналів” особистості споживача, побудови стратегії його обслуговування, формування загальної задоволеності від споживання продукту і відвідання закладу.

Особистість бариста є ключовим критерієм вибору кав'ярні і відповідно до результатів опитування студентів ХКТЕІ. У відповіді на запитання щодо основних чинників вибору кав'ярні відповіді респондентів розподілилися наступним чином: ввічливість і харизма бариста (39,1%), індивідуальний підхід та розуміння запиту споживача (29,4%), чистота та атмосфера у кав'ярні (20,1%), швидкість обслуговування (8,2%), ефективна система заохочень (3,1%), рис. 4.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Усталене розуміння професійної компетентності бариста полягає у наступних знаннях та вміннях: асортимент, рецептура, сутність технологій приготування кави та напоїв на основі кави, сорти кави, ступінь обсмаження зерен, правила подачі та вживання різних видів кави, мистецтво “лате-арт”, правила ціноутворення на напої, правила етикету й обслуговування відвідувачів у барах, правила експлуатації еспресо-машин, винесення на розгляд керівництва пропозицій щодо вдосконалення роботи закладу. Разом з тим, суспільство сервісної економіки XXI століття формує запит на психологічні компетентності й особистісні якості, що доведено, у т.ч., і результатами здійсненого дослідження. Підвищення статусу професії, суттєва фінансова винагорода за працю перетворили роботу бариста з тимчасового підробітку для студентів на перспективну фахову кар'єру. Відтак завданням закладів вищої освіти є забезпечення умов для розвитку у майбутніх працівників сервісної сфери відповідних фахові психологічних компетентностей.

Вагомість знання психології торгівлі й обслуговування, що включає і знання психології споживачів кави, зумовило введення у зміст підготовки фахівців спеціальностей “Менеджмент” і “Готельно-ресторанна справа” ХКТЕІ дисциплін “Психологія комунікацій”, “Психологія торгівлі”, “Психологія споживача”, доповнених сегментом неформальної освіти – авторською тренінговою програмою психологічної служби Інституту “Школа професійної майстерності”, що включає тренінгові заняття: “Комунікативна компетентність

фахівця сервісної сфери”, “Айсберги професійних конфліктів”, “Стресостійкість та профілактика емоційного вигорання фахівця сервісної сфери”, “Самопрезентація та імідж як складові успішності” тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт Institute for Scientific Information on Coffee: веб-сайт. URL: <https://www.coffeeandhealth.org/about-us/> (дата звернення: 09.08.2019).
2. Офіційний сайт Компанії Proconsulting: веб-сайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/about> (дата звернення: 09.08.2019).
3. Кава і здоров'я. ScienceDirect: веб-сайт. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213422014000456> (дата звернення: 11.08.2019).
4. Кофе: для большинства это безопасно. Harvard Women's Health Watch. - 12. - 2004. - С. 2 - 4.
5. What Does Your Coffee Reveal about You? Psych Central: веб-сайт. URL: <https://psychcentral.com/blog/what-does-your-coffee-reveal-about-you/> (дата звернення: 17.08.2019).
6. Кав'ярні та кондитерські Хмельницького. ТОП-20: веб-сайт. URL: <https://20.ua/ru/khm/zavedeniya-pitaniya/kofeyni.html> (дата звернення: 24.08.2019).
7. Показники якісної кави. Про каву: веб-сайт. URL: <http://prokavu.in.ua/pro-kavu/pokazniki-yakisno%D1%97-kavi.html> (дата звернення: 24.08.2019).
8. Офіційні правила та регламент Світового Чемпіонату Бариста. Coffee Fest Belarus: веб-сайт. URL: <http://coffeesfest.by/images/rules/2017/2018%20WBC-Rules.pdf> (дата звернення: 24.08.2019).
9. Кофейные инновации: интервью с Владимиром Трегубом // FOOD UA. Продукты Украина. – 2017. – № 6(82). – С. 6-7.
10. Мокряков А. Лучшее начало дня / Мокряков А. // FOOD UA. Продукты Украина. – 2017. – № 6(82). – С. 8-12.
11. Пак Я. Промоакции в ресторане: виды, цели и анализ / Пак Я. // FOOD UA. Продукты Украина. – 2016. – № 6. – С. 36-40.
12. Чуковский А. Кофейный топ: как завлечь гостей вкусом кофе / Чуковский А. // Ресторатор. – 2017. – № 3. – С. 66-68.

REFERENCES

1. Ofitsijnyj sajт Institute for Scientific Information on Coffee: veb-sajt, available at: <https://www.coffeeandhealth.org/about-us/> (data zvernennia: 09.08.2019).
2. Ofitsijnyj sajт Kompanii Proconsulting: veb-sajt, available at: <https://pro-consulting.ua/ua/about> (data zvernennia: 09.08.2019).
3. Kava i zdorov'ia. ScienceDirect: veb-sajt, available at: <https://www.sciencedirect.com/>

science/article/pii/S2213422014000456 (data zvernennia: 11.08.2019).

4. Kofe: dlia bol'shynstva eto bezopasno, *Harvard Women's Health Watch* (2004), 12, s. 2 – 4.

5. What Does Your Coffee Reveal about You? Psych Central: veb-sajt, available at: <https://psychcentral.com/blog/what-does-your-coffee-reveal-about-you/> (data zvernennia: 17.08.2019).

6. Kav'iarni ta kondyters'ki Khmel'nyts'koho. TOP-20: veb-sajt, available at: <https://20.ua/ru/khm/zavedeniya-pitaniya/kofeyni.html> (data zvernennia: 24.08.2019).

7. Pokaznyky iakisnoi kavy. Pro kavu: veb-sajt, available at: <http://prokavu.in.ua/pro-kavu/pokazniki-yakisno%D1%97-kavi.html> (data zvernennia: 24.08.2019).

8. Ofitsijni pravyla ta rehlament Svitovoho Chempionatu Barysta. Coffee Fest Belarus: veb-sajt,

available at: <http://coffeefest.by/images/rules/2017/2018%20WBC-Rules.pdf> (data zvernennia: 24.08.2019).

9. Kofejnye ynnovatsyy: ynterv'iu s Vladymyrom Trehubom, *FOOD UA. Produkty Ukrainy* (2017), № 6(82), s. 6-7.

10. Mokriakov A. (2017), Luchshee nachalo dnia, *FOOD UA. Produkty Ukrainy*, № 6(82), s. 8-12.

11. Pak Ya. (2016), Promoaktsyy v restorane: vydy, tsely y analiz, *FOOD UA. Produkty Ukrainy*, № 6, s. 36-40.

12. Chukovskyj A. (2017), Kofejnyj top: kak zavlech' hostej vkusom kofe, *Restorator*, № 3, s. 66-68.

Стаття надійшла до редакції 9 жовтня 2019 р.