

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра експертизи товарів та послуг

Допущено до захисту  
В.о. завідувача кафедри  
Кунділовська Т.А.

“ ” 20 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 6.030510 Товарознавство та торговельне підприємництво

за темою:

«Порівняльне дослідження якості, асортименту та особливостей формування  
споживацького попиту на каву натуральну»

**Виконавець:**

студентка 49 групи ФМЕ

Рєпіна Дар'я Олександрівна \_

*/підпис/*

**Науковий керівник:**

к. т. н., доцент

Кунділовська Тетяна Анатоліївна \_

*/підпис/*

**Одеса 2018**

## АНОТАЦІЯ

Решіна Д. О., Порівняльне дослідження якості, асортименту та особливостей формування споживацького попиту на каву натуральну» випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «Товарознавство та торговельне підприємництво».

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – асортимент та якість кави, що реалізується на ринку України.

У роботі розглядається асортимент кави натуральної на українському ринку. Проаналізовано товарознавчу характеристику кави натуральної та представлені рекомендації споживачу щодо свідомого вибору кави із врахуванням органолептичних, фізико-хімічних показників якості, споживацьких переваг.

**Ключові слова:** товарознавство, кава натуральна, вимоги до якості, конкурентоспроможність.

## ANNOTATION

Repina D.A., Comparative study of quality, assortment and peculiarities of the formation of consumer demand for natural coffee "final work for obtaining an educational bachelor's degree in the specialty" Commodity and trade entrepreneurship ".

Odessa National University of Economics

Odessa, 2018

The final work of the bachelor consists of three sections. The object of the research is the range of coffee sold in the Ukrainian market.

The article considers the assortment of natural coffee in the Ukrainian market. The article analyzes commodity characteristics of natural coffee and presents recommendations

to the consumer regarding the conscious choice of coffee taking into account organoleptic, physical and chemical indicators of quality, consumer preferences.

**Key words:** commodity science, natural coffee, quality requirements, competitiveness.

## ЗМІСТ

### ВСТУП.....

### **РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КАВИ НАТУРАЛЬНОЇ В УКРАЇНІ..... 8**

1.1. Загальна характеристика та класифікація кави натуральної..... 8

1.2. Сучасний стан українського ринку кави натуральної меленої..... 15

1.3. Товарознавча характеристика та вимоги до якості кави натуральної..... 20

1.4. Нормативне регулювання ринку кави натуральної в Україні..... 27

Висновки до Розділу 1 ..... 29

### **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ КАВИ В ТОРГОВІЙ МЕРЕЖІ М. ОДЕСИ.....**

2.1 Аналіз споживацьких переваг та попиту на ринку кави натуральної меленої .. 31

2.2. Стан розвитку кав'ярень в Україні ..... 36

2.3. Аналіз структури асортименту кави натуральної меленої , що реалізується в торговій мережі м. Одеси ..... 38

Висновки до Розділу 2 ..... 40

### **РОЗДІЛ 3. ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КАВИ НАТУРАЛЬНОЇ МЕЛЕНОЇ .42**

3.1. Розробка алгоритму проведення товарознавчої оцінки якості кави та його конкурентоспроможності ..... 42

3.2. Оцінка пакування та маркування зразків кави меленої..... 44

3.3 Дослідження якості кави натуральної меленої за органолептичними показниками ..... 47

3.4. Дослідження якості кави натуральної меленої за фізико-хімічними показниками ..... 49

3.5. Дослідження конкурентоспроможності кави натуральної меленої..... 50

Висновки до Розділу 3 ..... 52

### **ВИСНОВКИ.....**

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....**

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Кава (араб. qahwa «збудливий напій») – напій (звичайно гарячий), що виготовляється із смажених зерен кавового дерева. Кава – дуже поширений напій, має складний хімічний склад. Вона містить приблизно дві тисячі хімічних речовин. Є три основні сорти кави: ліберика, арабіка та робуста. У світовій торгівлі продаж не обсмажених зерен кави займає друге місце після продажу нафти. Кава являє собою зерна плодів вічнозеленого кавового дерева, багатого алкалоїдом кофеїном, ароматичними речовинами і хлорогеновою кислотою. Сьогодні каву можна, без перебільшення, назвати найпопулярнішим напоєм у світі. У світовій торгівлі за обсягом операцій купівлі-продажу природних продуктів кава поступається тільки нафті, займаючи друге місце. Щорічно на світовому ринку продається кави на суму понад 2 млрд. долари. По площі плантацій кава випереджає такі культури, як чай і какао. На світовий ринок каву постачають більш ніж 70 країн, у тому числі в Америці – 31 країна, Азії, Океанії й Австралії – 14 країн і в Африці – 38 країн. На нашій планеті нараховується понад 6 млрд кавових дерев, а площа, яку вони займають, становить 4,5 млн га. На батьківщині кави в Африці (Кенія, Ефіопія, Конго та ін.) вирощується тепер лише 22% загальної кількості кавових дерев на земній кулі. Усього щорічно виробляється близько 4,5 млн тон кави. З цієї кількості кави можна приготувати 1100-1200 млрд. літрів напою. Людство в середньому щорічно випиває більше чотирьохсот мільярдів чашок. Адже кава – не просто напій, а напій, в якому присутній таємничий дух, що приносить непідроблену насолоду.

**Основою** дослідження є наукові праці значної кількості українських та зарубіжних вчених, серед яких особливо доцільно виокремити таких фахівців: Ф.Г. Нахметов, Т.А.Кунділовська, С.Г. Терзієв, Г.Б. Рудавська, І.В. Бенівська.

**Мета випускної роботи** полягає в проведенні дослідження якості, асортименту та особливостей формування споживацького попиту на каву натуральну.

Для досягнення мети випускної роботи необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити класифікацію та асортимент кави натуральної в Україні;
- визначити сучасний стан українського ринку кави натуральної меленої;
- навести товарознавчу характеристику та вимоги до якості кави натуральної;
- проаналізувати нормативне регулювання ринку кави натуральної;
- дослідити споживацькі переваги та попит на ринку кави натуральної меленої;
- проаналізувати структуру асортименту кави натуральної меленої, що реалізується в торговій мережі м. Одеси;
- дослідити конкурентоспроможність кави в торговій мережі м.Одеси;
- розробити алгоритм проведення товарознавчої оцінки якості кави.

**Об'єктом** дослідження в роботі виступає кава натуральна.

**Предметом** дослідження роботи є споживні властивості кави, чинники їх формування, органолептичні, фізико-хімічні показники якості кави, конкурентоспроможність.

**Практичне значення роботи** полягає в розробленні рекомендацій споживачеві щодо свідомого вибору кави із врахуванням органолептичних, фізико-хімічних показників якості, споживацьких переваг.

**Інформаційною базою дослідження** є нормативна документація, наукові публікації вітчизняних вчених, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти

та аналітичні матеріали офіційних статистичних збірників, наукова та навчальна література з заданої тематики.

За результатами виконання випускної роботи бакалавра опубліковано 1 наукова стаття:

1. Репіна Д. О. Дослідження споживацьких переваг на ринку кави та кавопродуктів / Д. О. Репіна // Ювілейний Збірник наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції МИНУЛЕ, СУЧАСНЕ, МАЙБУТНЄ, присвячений 50-річчю Факультету міжнародної економіки. Випуск 8. Том 1. (Одеса: Атлант, 2018, - 358 с.) – С. 326-330.

**Обсяг та структура роботи:** випускна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 67 сторінок. Робота містить 18 таблиць та 10 рисунків.

## ВИСНОВКИ

У результаті виконаної випускної роботи дійшли наступних висновків:

1. Досліджено загальну характеристику та асортимент кави натуральної та встановлено, що у реалізацію в торговельні мережі поступає кава наступних видів: натуральна в зернах (сирих і смажених); натуральна смажена мелена (без додавань і з додаваннями цикорію); розчинна. Натуральну каву в залежності від ступеня обсмажування розрізняють: слабообсмажену; среднеобсмажену; сильнообсмажену; вищого ступню обсмажування.

2. Проаналізовано сучасний стан українського ринку кави натуральної меленої встановлено, що для ринку кави України характерні сезонні коливання попиту, щорічно в кінці літа продажу натуральної кави збільшуються на 15-20%, взимку – на 30-40%. Головною проблемою українського кавового ринку є його сильна залежність від світового. У зв'язку із цим на ціну кави в Україні впливає скорочення обсягів виробництва та зростання цін на сировину.

3. Наведено товарознавчу характеристику якості та вимоги до якості кави натуральної та встановлено, що оцінка якості проводиться відповідно до вимог міждержавного стандарту ГОСТ 6805-2004 «Кофе натуральный жареный. Общие технические условия» для натуральної смаженої кави. Натуральна кава повинна відповідати вимогам справжнього стандарту і виготовлятися по технологічній інструкції і рецептурам з дотриманням санітарних норм і правил, затверджених у встановленому стандарті. При оцінці якості сирої кави за основу необхідно брати такі вимоги: кількість вологи і екстрактивних речовин, кофеїну, золи, органічних і мінеральних домішок, зовнішній вигляд, колір і запах кавових зерен, смак і аромат напою, наявність недоброякісних зерен і дефекти.

4. Проаналізовано нормативне регулювання ринку кави та виявлено, що діє міжнародна організація кави або міжнародна кавова організація., яка об'єднує країни-імпортери та країни-експортери кави, для спільного вирішення проблем у світовому секторі кави через міжнародну співпрацю. Свою діяльність Міжнародна організація з кави зосереджує на таких напрямках роботи: покращення якості



сировини кави; просування та розширення ринку кави; розповсюдження знань про каву. Міжнародна організація кави: розробляє рекомендації щодо сприяння споживанню кави та питань розвитку ринку, включаючи плани розвитку ринку та стимулювання споживання в Україні; аналізує нові пропозиції та механізми фінансування діяльності.

5. Досліджено споживацькі переваги та особливості попиту на ринку кави та з'ясовано, що велика частина населення України, а точніше 70% вживають каву, з них 42% припадає на чоловіків і 58% – на жінок. Для більш детальнішого аналізу ринку кави нами у місті Одеси було проведено анкетування громадян. У заповненні анкет взяли участь люди у віці від 18 до 54 років. По соціальному положенню опитувані належали до категорії студентів (60%) і службовців (40%).

Встановлено, що місця споживання кави є: дім( 53%); кафе(18%); у вуличних торговців (12%); в гостях (9%); на природі (7%). Вікова структура: категорія споживачів 21–29 років( 70%); категорія 30–39 років (16%); категорія 50–59 років (3%).

6. Досліджено стан та тенденцій на ринку кав'ярень в Україні. А саме, було проаналізовано доцільність розвитку цього ринку та виявлено, що деякі ризики, а саме: нерухомість (орендні приміщення, у яких розташовуються кав'ярні) та сировина (підвищення цін на каву з боку постачальників) зумовлюють погіршення діяльності на ринку та деякі можливості. Виявилось зі зростанням нових кав'ярень – підвищуються і рівень конкуренції, але підприємства не повинні концентрувати увагу тільки на своєму внутрішньому стані. Для удосконалення необхідно: модифікувати, диференціювати товар та послуги; розробляти довгострокову стратегію; пропонувати різні заходи на основі цільової аудиторії та поведінки споживача, що потребуватиме проведення маркетингових досліджень, і т.ін.

7. Досліджено, що найбільш широкий асортимент кави представлений в супермаркеті «Копійка». Магазин «Сільпо» стоїть на другому місці по широті асортименту, потім «Фуршет», а в магазині «Обжора» найменш багатий асортимент кави. Що стосується цін на каві різних марок можна відмітити загальну тенденцію зростання цін на каві у ряді торгових точок: Фуршет -Копійка- Сільпо-Обжора .

Таким чином, найменші ціни на каві в магазині «Фуршет», найбільш дорогий магазин – «Обжора».

8. Розроблено алгоритм проведення товарознавчої оцінки якості кави та встановлено, що оцінка якісних характеристик товару проводиться з метою визначення відповідності вимогам нормативної документації. Оцінка якості кави включає такі етапи: оцінку органолептичних показників методами сенсорного аналізу; визначення основних фізико-хімічних показників відповідно до вимог стандарту ГОСТ 6805-2004 «Кофе натуральный жареный. Общие технические условия»; визначення якості пакування та маркування, маси нетто – згідно Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів.

9. За результати проведеної оцінки пакування та маркування зразків кави натуральної меленої, було встановлено, що всі упаковки цілі, неушкоджені; продукт має вакуумне пакування у комбіновані матеріали. За станом маркування встановлено, що найкращою є марка кави натуральної «Tchibo» на упаковці якої нанесена вся необхідна інформація, на упаковці ТМ «Чорна карта», «Lavazza» та «Jacobs» не вказано сорт кави. У ТМ «Жокей по-східньому» на упаковці не вказано сорт кави та термін зберігання не відповідає стандарту, що є інформаційною фальсифікацією.

10. Проведено органолептичну оцінку зразків кави натуральної меленої та встановлено, що найбільш досконалою за органолептичними показниками є кава ТМ «Tchibo» (19,0 балів), а саме споживачі відали перевагу кольору (4,9), аромату (5,0) і смаку (4,7) ; ТМ «Чорна карта» та ТМ «Lavazza» які отримали майже однакову кількість балів (17,2) та 17,0) вони характеризуються однаковими балами за смак (3,6); кава ТМ «Jacobs» (16,3), за смаком (4,6) продукція цієї ТМ отримала більше балів ніж, «Чорна карта» та «Lavazza». Найгіршими виявились зразки таких ТМ «Bravos» (15,9 балів) та «Жокей по-східньому» (14,75 балів), що не задовольнило потреб споживачів кави натуральної меленої за смаком, ароматом, кольором та зовнішнім виглядом. При цьому всі дослідники визначили, що за зовнішнім виглядом торгові марки кави мають добру якість.

11. Досліджено якість кави натуральної меленої за фізико-хімічними показниками та встановлено, що найбільш досконалим є кава ТМ «Tchibo» та ТМ «Чорна карта», яка за всіма показниками, а саме: масова частка вологи, масова частка золи, масова частка екстрактивних речовин, крупність помелу та сторонні домішки відповідають вимогам ГОСТ 6805:2004 «Кофе жареный. Общие технические условия». Кава ТМ «Lavazza» за масовою часткою екстрактивних речовин не відповідає вимогам стандарту. Кава ТМ «Jacobs» за масовою часткою вологи та масовою часткою золи не відповідає встановленим вимогам. Найгіршою виявилась кава ТМ «Жокей по-східному», що за всіма показниками не відповідає вимогам даного стандарту.

12. Досліджено конкурентоспроможність кави натуральної меленої та встановлено, найбільш конкурентоспроможними є кава таких торгових марок: «Tchibo» (14,85), що отримала найкращий результат серед всіх ТМ кави. На другому місці «Чорна карта» (14,0), «Jacobs» (14,0), «Lavazza» (13,6). Найменшу кількість балів отримало «Жокей по-східному» (12,2) та «Bravos» (11,1), а саме через найменшу кількість балів за смак та аромат.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кава натуральна смажена. Загальні технічні умови: ГОСТ 6805-2004.- Чинний від 2004-01-01- Міждержавний стандарт України, 2003-21с.(міждержавний стандарт)
2. Концентрати харчові. Методи визначення загальної золи і золи: ГОСТ 15113.8-2004-Чинний від 2004-01-01- Міждержавний стандарт України, 2004-10с.(міждержавний стандарт)
3. Концентрати харчові. Методи визначення вологи: ГОСТ 15113.4-2004-Чинний від -2004-01-01- Міждержавний стандарт України, 2004-10с.(міждержавний стандарт)
4. Концентрати харчові. Методи визначення домішок: ГОСТ 15113.2 – 2004-Чинний від 2004-01-01-Міждержавний стандарт України, 2004-10с.(міждержавний стандарт)
5. А.Ф. Шепельов, К.Р. Мхитарян Товарознавство та експертиза смакових і алкогольних товарів. Навчальний посібник Ростов:- видавничий центр «Март», 2001-208 с.
6. Н.И. Марков, А.Ю. Маслов Основы технологии производства и товароведения вкусовых товаров. Учебное пособие.-Горький: Горьковская высшая школа, 2000г. - 76с.
7. І.І.Мітвайс Товарознавство смакових товарів,- Ростов Н/Д: Фенікс, 2002-480с.
8. О.Владимирова Кава на світовому ринку. // Комерсант №21, 2005-47-50с.
9. З.В. Коробкіна, О.Л. Романенко Товарознавство смакових товарів. Навчальний посібник: видавничий центр «Київ», 2003 - с.55-80.
10. Базилевич В.Д., Головка Л.С., Гражевська Н.І. Конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників - важлива складова економічної безпеки держави / Товарознавство - наука , практика та перспективи розвитку в умовах ринку :

Матеріали м/н науково-практичної конференції 24-25.11.2000.-К.: 2000.-156с.

11. Хімічний склад кавових зерен [Електронний ресурс].- Режим доступу: / <https://kavovakramnichka.blox.ua/2013/01/Himichnij-sklad-ta-harchova-tsinnist-kavita.html>
12. Гончаров П.Г. и др. Организация торговли продовольственными товарами. - М.: Экономика , 2001. - 335с.
13. Елагин А.С. Новые технологии в упаковке кофе и чая / Продукты питания. - 2001. - №4 - с.17.
14. Зверяков М. І. Формування системи індикаторів фінансової стійкості банківської системи [Текст] / М. І. Зверякова, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2012. - № 4. – С. 3 – 12.
15. Зверяков М. І. Національна економічна система: проблеми теорії / М. І. Зверяков. – Одеса : Астропринт, 2012. – 320 с.
16. Зверяков М. І. Банківський капітал: вимоги Базеля III / М. І. Зверяков, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2011. – № 6. – С. 13-23.
17. Жаркевич И.В. Какой кофе нам пить / Продукты питания . - 2001. - №4 - с.36
18. Кравченко Н.И. Экономический анализ деятельности предприятий

торговли и общественного питания .- Мн.: Высшая школа, 2002. – 250 с.

19. Квятковская Я.К., Павленко С.Р. Мой кофе - праздник вкуса / Продукты питания .- 2000. - №5-6 - с. 4
20. Петрович О.С. Кофе натуральный и другой : украинский рынок кофейных продуктов / Продукты питания. - 2001. - №4 - с.5
21. Понамарьев П.Х., Сирохман І.В. Безпека харчових продуктів та продовольчої сировини.-К.: Лібра, 1999. - 272с.
22. Стан та тенденції розвитку ринку натуральної кави в Україні за період 2011-2016рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:/<http://www.souz-inform.com.ua>
23. Класифікація і асортимент кави натуральної [Електронний ресурс].- Режим доступу:/<http://prokavu.in.ua/pro-kavu/klasifikaciya-i-asortiment-kavi.html>
24. М.В. Площик, Український ринок кави в умовах світової фінансової кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbu.gov.ua](http://www.nbu.gov.ua)
25. Соколов О. Рост цен на арабику приостановлен / О. Соколов //Брутто. – 2011. – С. 22-27.
26. Бодрящий наркотик / Food UA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.adme.ru/zhizn-kuhnya/5-bodryaschih-napitkov-kotorymi-mozhno-zamenit-kofe-1081610/](http://www.adme.ru/zhizn-kuhnya/5-bodryaschih-napitkov-kotorymi-mozhno-zamenit-kofe-1081610/)
27. Система управління якістю. Основні положення та словник : ДСТУ ISO 9000:2001. – К.: Держспоживстандарт України, 2001. – 32 с.;
28. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги : ДСТУ 4161–2003. – К.: Держспоживстандарт України, 2003. – 39 с.;
29. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга : ДСТУ ISO 22000:2007. – К.:Держспоживстандарт України, 2007. – 39 с.;
30. Кава натуральна розчинна. Загальні технічні умови: ДСТУ 4394:2005. – К.: Держспоживстандарт України, 2005. – 21 с.;
31. Кава. Метод визначення вмісту кофеїну з використанням високоефективної рідинної хроматографії : ДСТУ ISO 10095:2005. – К.: Держспоживстандарт України, 2005. – 22 с.;
32. Кунділовська Т.А. Розробка ефективної методики сенсорної оцінки кави натуральної розчинної / Т.А. Кунділовська, К.В. Коцієвська // Зб. наук. пр.ОНАХТ. –

Одеса : ОНАХТ, 2010. – Вип. 38, Т. 2 – С. 453 – 459.

33. Герасимова В.А., Белокурова Е.С., Вытовтов А.А. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: Алкогольные и безалкогольные напитки, пиво; Чай, кофе, приправы, пряности; Табак; Экспертиза и фальсификация: учебник для вузов. - СПб: Питер. 2000. – 419 с.

34. Гранаткина Н.В. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами, учебное пособие. М.: Академия, 2008. – 240 с.

35. Краща кава від кращої компанії. Журнал „Продукты питания”, ст. 16, №10, жовтень 2007.

36. Кофейная страна, обзор сегментов украинского рынка кофе. Журнал „Продукты питания”, №7, апрель 2006.

37. Кофе глоток бодрости [Электронный ресурс ].- Режим доступа: <http://mir-restoratora.ru/?p=1454>

38. Сирохман І.В., Раситюк Т.М. „Товарознавство смакових товарів”. Львів Видавництво ЛКА. – 2003 р.

39. Сирохман І.В., Зав городня В.М. „Товарознавство пакувальних матеріалів і тари”. К.: ЦНЛ. – 2005 р.

40. Сомов В.А. Чай, кофе, шоколад. М.: Профиздат, 2008. – 96 с.

41. Чепурной И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков Ко», 2002. – 460 с.

42. Чепурной И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров, учебник. М.: Дашков и К, 2008. – 460 с.

43. Репіна Д. О. Дослідження споживацьких переваг на ринку кави та кавопродуктів / Д. О. Репіна // Ювілейний Збірник наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції МИНУЛЕ, СУЧАСНЕ, МАЙБУТНЄ, присвячений 50-річчю Факультету міжнародної економіки. Випуск 8. Том 1. (Одеса: Атлант, 2018, - 358 с.) – С. 326-330.

44. Четкина Н.М., Путилина Т.И., Горбунова В.В. Товарная экспертиза. учебное пособие для студентов ВУЗов. М.: Феникс. 200. – 512 с.

45. Гришко Е.С., Парфентьева Т.Н., Барышников В.И. Продовольственные товары. Товароведение, изд. 2-е переработ. М.: Экономика, 2002. 318 с.

46. Горфинкель В.Я., Швандар В.А., Дремова Л.А. Товароведение. Экспертиза. Стандартизация. Учебник М.: Юнити, 2008. – 239с
47. Чечеткина Н.М., Путилина Т.И., Горбунева В.В. Товарная экспертиза.учебное пособие для студентов ВУЗов. М.: Феникс. 2000. - 512 с.
48. Шкарупа В.Ф., Голуб Б.О. Харчова безпечність кави та нових видів кавових напоїв/Товарознавство - наука, практика та перспективи розвитку в умовах ринку: Матеріали м/н науково-практичної конференції.-К.: 2001.-156с.
49. Коробкина З.В. Товароведение вкусовых товаров.-М.: Экономика, 2000. - 208с.
50. Кругляков Г.Н., Круглякова Г.В. Товароведение продовольственных товаров: Учебник.-Ростов н/Д: издательский центр «МарТ»,2001.-448с.
51. Кофейная страна, обзор сегментов украинского рынка кофе. Журнал „Продукты питания”, №7,апрель 2006.
52. Прохорова Н. Г., Никифорова Р. С., Новикова А. М. Продовольственные товары. Товароведение. Учебник для проф-тех училищ., М.: Экономика, 2000. - 272с.
53. Пономарьов П.Х., Донцова І.В., Гірняк Л.І. „Товарознавство тропічних і субтропічних фруктів”. Київ: ЦНЛ, 2006 р.
54. Плужников И. И Чашка кофе, издательство «Пищевая промышленность», М.:1967. - 95 с.
55. Ринок кави та кавопродуктів. «ГК» № 31.
56. Український ринок кави – Ситуація та тенденція [Електронний ресурс].- Режим доступу:/ <http://www.nielsen.com/ua/uk/insights/news/2017/ukrainian-coffee-market-situation-and-trends.html>.
57. «Споживання кави дедалі частіше «перетікає» з домівок та офісів до кав'ярень» -
58. інтерв'ю з фінансовий директор львівської кавової фабрики «Галка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/33-spozhyvannya-kavidedali-chastishe-peretikaye-z-domivok-ta-ofisiv-do-kavyaren>
59. Допомога бізнесу. «Як відкрити кав'ярню?» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://helpbizness.ru/vibir-galuzi-svogo-biznesu-bank-idej/yak-vidkritikavyarnyu.html>
60. Franchising – портал ідеї для бізнесу. «Огляд ринку кав'ярень»



[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/>

61. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50% ресторанів вийдуть в онлайн» [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>

62. Сайт: Сьогодні. «курс долара в 2017-му: прогноз аналітиків» [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/economics/finance/kakoy-budet-kurs-dollar-v-2017-m-prognoz-analitikov-776089.html>

63. Костецький С. Орендна плата на об'єкти нерухомості в 2016 році зросте [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://www.zagorodna.com/uk/statti/orendnaplata-na-obekti-neruhomosti-v-2016-roci-zroste.html>

64. Союз інформ – інформаційно-аналітична агенція. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=ukr&menu=article/coffee>

65. Стан ринку кави в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736>