

Международный научно-исследовательский журнал
«Прогрессивная экономика»
№ 5 / 2024 https://progressive-economy.ru/vypusk_1/issledovaniya-potrebitelskih-predpochtenij-v-segmente-kofejnyh-napitkov/
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности ВАК: 5.2.3
УДК 339.13
DOI: 10.54861/27131211_2024_5_111



ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В СЕКМЕНТЕ КОФЕЙНЫХ НАПИТКОВ

Подлегаева Т.В., кандидат технических наук, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Россия

Евскина И.Г., старший преподаватель, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Россия

Аннотация. Внедрение инновационных технологий в промышленность, в том числе в пищевую и сферу HoReCa (объединение заведений сферы обслуживания, включает бары, рестораны, кафе и др.), а также меняющиеся запросы потребителей приводят к значительным изменениям в кофейной индустрии, открывая путь к созданию новых, уникальных напитков на основе кофе. Описанные изменения не только позволили расширить гастрономические границы кофейной культуры, но и способствовали расширению круга потребителей, удовлетворяя разнообразные запросы, развитию экологичности производства и потребления, а также персонализированному подходу к каждому гостю. В статье авторами подробно изучены потребительские предпочтения в традиционных видах кофе и специализированного кофе, определено, что доля потребителей, предпочитающих кофе, как в целом, так и уникальных его видов постоянно возрастает. Общий анализ представленных данных свидетельствует о том, что большинство потребителей несмотря на разнообразие кофейных напитков, представленных на рынке, склонны отдавать предпочтение классическим вариантам, таким как Латте и Капучино. На основании исследования вывод о наличии тенденции к росту популярности специализированных кофейных напитков: многие потребители сегодня выделяют их среди остальных напитков, все чаще отдавая предпочтение необычным и нетрадиционным вкусам. Результаты исследования имеют практическое применение: могут способствовать определению тенденций на рынке кофе и служить основой для формирования ассортимента кофе и кофейных напитков на предприятиях сферы HoReCa.

Ключевые слова: кофе, кофейни, специальный кофе, потребительские предпочтения, динамика продаж кофе.

RESEARCH OF CONSUMER PREFERENCES IN THE SEGMENT OF COFFEE DRINKS

*Podlegaeva T. V., PhD, Moscow University for Industry and Finance «Synergy»,
Moscow, Russia*

*Evskina I. G., Senior Lecturer, Moscow University for Industry and Finance
«Synergy», Moscow, Russia*

Abstract. The introduction of innovative technologies in industry, including in the food and HoReCa sector (association of service establishments, including bars, restaurants, cafes, etc.), as well as changing consumer demands lead to significant changes in the coffee industry, opening the way to the creation of new, unique coffee-based beverages. The described changes not only allowed to expand the gastronomic boundaries of coffee culture, but also contributed to the expansion of the circle of consumers, satisfying a variety of requests, the development of environmentally friendly production and consumption, as well as a personalized approach to each guest. In the article, the authors studied in detail consumer preferences in traditional types of coffee and specialized coffee, determined that the proportion of consumers who prefer coffee, both in general and its unique types, is constantly increasing. A general analysis of the presented data indicates that the majority of consumers, despite the variety of coffee drinks on the market, tend to prefer classic options such as Lattes and Cappuccinos. Based on the study, it is concluded that there is a tendency to increase the popularity of specialized coffee drinks: many consumers today distinguish them from other drinks, increasingly preferring unusual and non-traditional tastes. The results of the study have practical application: they can contribute to determining trends in the coffee market and serve as the main basis for the formation of an assortment of coffee and coffee drinks at HoReCa enterprises.

Keywords: Coffee, coffee houses, specialty coffee, consumer preferences, coffee sales dynamics.

JEL classification: L11, L66, P23.

Для цитирования: Подлегаева Т.В., Евскина И.Г. Исследования потребительских предпочтений в сегменте кофейных напитков // Прогрессивная экономика. 2024. № 5. С. 111–123. DOI: 10.54861/27131211_2024_5_111.

Статья поступила в редакцию: 16.05.2024 г. Одобрена после рецензирования: 27.05.2024 г. Принята к публикации: 27.05.2024 г.

For citation: Podlegaeva T.V., Evskina I.G. Research of consumer preferences in the segment of coffee drinks // Progressive Economy. 2024. No. 5. p. 111–123. DOI: 10.54861/27131211_2024_5_111.

The article was submitted to the editorial office: 16/05/2024. Approved after review: 27/05/2024. Accepted for publication: 27/05/2024.

Введение

С каждым годом рынок кофе претерпевает изменения, вызванные все чаще меняющимися потребительскими предпочтениями, мировой экономической ситуацией, политическими событиями и прогрессивными технологиями в различных отраслях промышленности, в том числе и пищевой. Несмотря на то, что объем потребления кофе в мире показывает устойчивый рост, отрасль сталкивается с постоянными проблемами, связанными с различными факторами.

С 2020 года на мировой кофейный рынок оказало значительное влияние ситуация с пандемией COVID-19 и ее последствия. Исследования показали, что кризис, вызванный коронавирусом, привел к изменениям, в первую очередь, привычек и образа жизни потребителей в результате многих ограничений, в том числе возможности перемещаться и общаться с привычным кругом людей. В данный период наблюдалось сначала снижение как потребления, так и поставок кофе, но в дальнейшем эти показатели не только выросли, но и наметились новые тенденции в развитии кофейной индустрии [2].

Таким образом, *целью* статьи является изучение динамики рынка кофе в целом и специализированных кофейных напитков для дальнейшего формирования ассортимента продукции в предприятиях сферы HoReCa.

Обзор литературы

По результатам исследований компании Statista Market Forecast, к 2025 году ожидается увеличение объемов кофе на 1,9%, а среднее количество потребляемого кофе составит 0,78 кг на человека. В последнее время наблюдается активное повышение спроса на специальные виды кофе и кофейные напитки. Термин Specialty Coffee впервые стал использоваться в 1974 году ассоциацией Specialty Coffee Association of America (SCAA), и с тех пор он стал ключевым понятием в мире кофейной индустрии. Основными характеристиками специального кофе, как правило, выделяют следующие:

- Качество зерен, являющихся сырьем для производства напитков. Данный вид кофе производится из высококачественных зерен, обладающих уникальными органолептическими показателями.

- Уникальные вкусовые характеристики, а именно: разнообразное сочетание вкусов, например, фруктовые, шоколадные, пряные. Это может быть связано как с купажированием кофейных зерен с натуральными добавками, так и с разнообразием сортов кофейных деревьев, а также климатическими условиями выращивания, методами обработки и обжарки зерен.

Кроме того, важным аспектом специального кофе является прозрачность в происхождении продукции. Specialty Coffee Association's (SCA) определяет специализированный кофе, как кофе или кофейный напиток, который известен своими отличительными качествами и благодаря которым имеет значительную дополнительную ценность на рынке [10]. Мировые исследования рынка Specialty кофе выявили тенденцию роста спроса на

высококачественный кофе, что обусловлено повышенными требованиями потребителей к качеству кофе и изменению потребительских предпочтений [7; 9; 11]. Объем мирового рынка Specialty кофе в 2022 году оценивался в 39 646,53 млн долларов США, и в будущем прогнозируется, что среднегодовой темп роста составит 55,25% в течение прогнозируемого периода, достигнув показателя в 555 103,78 млн долларов к 2028 году.

На российском рынке специальный кофе среди рядовых потребителей чаще всего определяется как кофе с уникальными вкусовыми свойствами, хотя есть и те покупатели, для которых страна происхождения кофейного зерна также является определяющим фактором при выборе напитка и заведения. Основные тенденции на рынке специального кофе можно выделить следующие:

1. Рост специализированных кофеен и расширение ассортимента специализированного кофе в ресторанах и кафе, особенно, в крупных городах-миллионниках, таких как Москва и Санкт-Петербург.

2. Ориентир на локализацию продукции и авторские напитки, при создании напитков российские производители и бариста адаптируют зарубежные вкусы, предлагая уникальные напитки, отражающие российскую культуру, например, некоторые кофейни предлагают, например, кофе с чесноком и медом или капучино из чаги.

3. Внедрение инновационных технологий и способов приготовления кофе помогает расширить границы традиционного ассортимента. Например, можно встретить кофе, обогащенное азотом и углекислым газом при определенной обработке. В последнее время, особенно, в летний период пользуется популярностью холодный кофе, также представляющий интерес для большого количества потребителей [3].

4. Обращение в сторону здорового и экологичного питания. Данный сегмент пока не настолько востребован, как кофе с уникальными добавками, но многие любители кофе видят в данных напитках выход для себя при определенных обстоятельствах, например, люди, страдающие непереносимостью коровьего молока и при этом невозможностью пить черный кофе. В ассортименте появились кофейные напитки, приготовленные на альтернативном молоке, например, кокосовом, овсяном или миндальном. Кроме прочего, потребители лучше воспринимают напитки на основе альтернативного молока. Исследования ученых, направленных на изучение потребительской приемлемости и сенсорного восприятия кофе с добавлением заменителей коровьего молока растительным, показали, что симпатия потребителей возрастала при добавлении в кофе альтернативного “молока” [4; 6]. Несмотря на то, что сфера Specialty кофе в России пока еще относительно невелика по сравнению с другими странами, данное направление активно развивается.

Материалы и методы

В ходе работы были использованы статистические данные из открытых источников по теме исследований компаний Specialty Coffee Association, 2GIS.

Маркетинговые исследования по предпочтениям определенных видов кофе и кофейных напитков базировались на всеобщих и общенаучных методах, среди которых метод анкетирования, метод сравнительного анализа. Сбор данных потребительских предпочтений проводился на онлайн-платформе через Google-формы. Статистический анализ данных продаж проводился путем обработки данных, полученных от предприятий ресторанного бизнеса.

Результаты и обсуждение

Изучение потребительских предпочтений на рынке кофейных напитков – важный элемент маркетинговой стратегии и бизнес-планирования для компаний, работающих в сфере HoReCa. Понимание уникальных вкусов, мотивов и ожиданий потребителей позволяет компаниям адаптировать свои продукты и услуги для удовлетворения спроса и повышения конкурентоспособности. В частности, такие исследования помогают выявить ниши для инноваций и разработки новых продуктов, что особенно важно в условиях растущей конкуренции и быстро меняющихся вкусов потребителей.

Исследования потребительских предпочтений проводили в несколько этапов. На первом этапе изучили статистику предприятий кофейной индустрии в России за последний год. Анализ предоставленных данных от 2ГИС показывает значительный рост специализированных кофейных заведений в городах-миллионниках России в период с января 2023 года по январь 2024 года. Общее количество таких заведений увеличилось на 10,02%, достигнув 15 440 точек. В 2024 году тенденция продолжает развиваться, по данным в 2024 году также наблюдается увеличение числа кофеен в крупных городах. На рисунке 1 представлено процентное изменение количества кофейных заведений в 2024 году по сравнению с началом 2023 года.

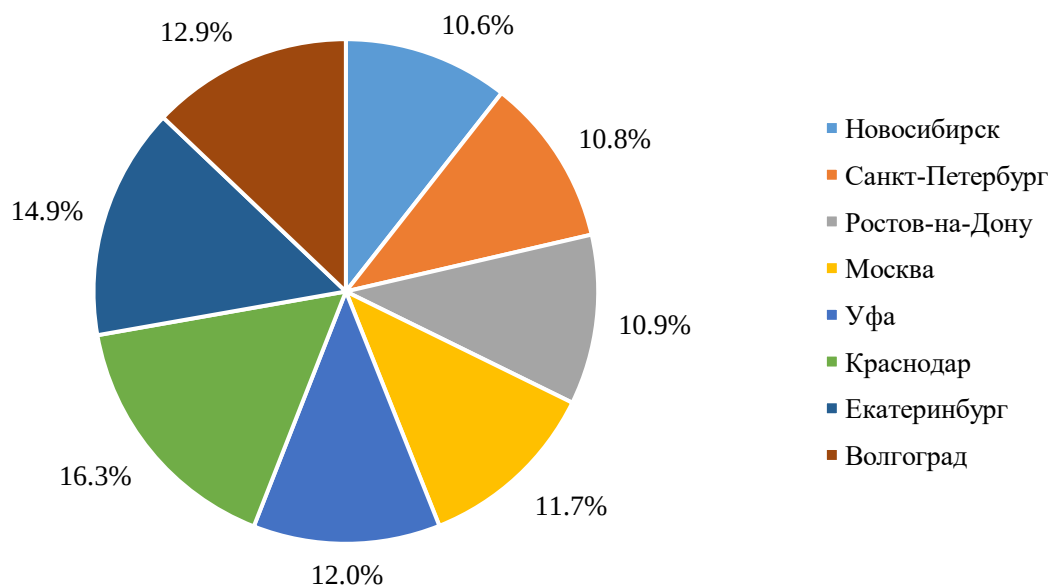


Рис.1. Рост количества кофеен в крупных городах в 2023-2024 гг., %

Источник: составлено авторами по данным [5]

По результатам исследований Краснодар лидирует с приростом в 16,3%, что свидетельствует о значительном увеличении спроса и популярности кофейной культуры в регионе. Также показали значительный рост Екатеринбург и Волгоград на 14,9% и 12,9% соответственно. Москва, несмотря на уже высокую базу, продемонстрировала прирост в 11,7%, что подчеркивает стабильный и высокий интерес к кофейным заведениям в столице.

На втором этапе исследований нами проводилось изучение потребительских предпочтений в отношении как традиционных, так и специальных видов кофе с уникальными вкусами, отличными от классических вариантов. В рамках исследования под специализированными кофейными заведениями понимались как традиционные кафе, предлагающие возможность посещения с целью употребления кофейных напитков и десертов на территории заведения, так и точки продажи кофе на вынос. Данные статистики показали, что жители крупных российских городов чаще всего пьют кофе в кофейнях и берут Капучино или Латте с собой. Эти напитки выбрали соответственно 68 % и 48 % участников опроса, проведенного 2ГИС в городах-миллионниках осенью 2023 года [5].

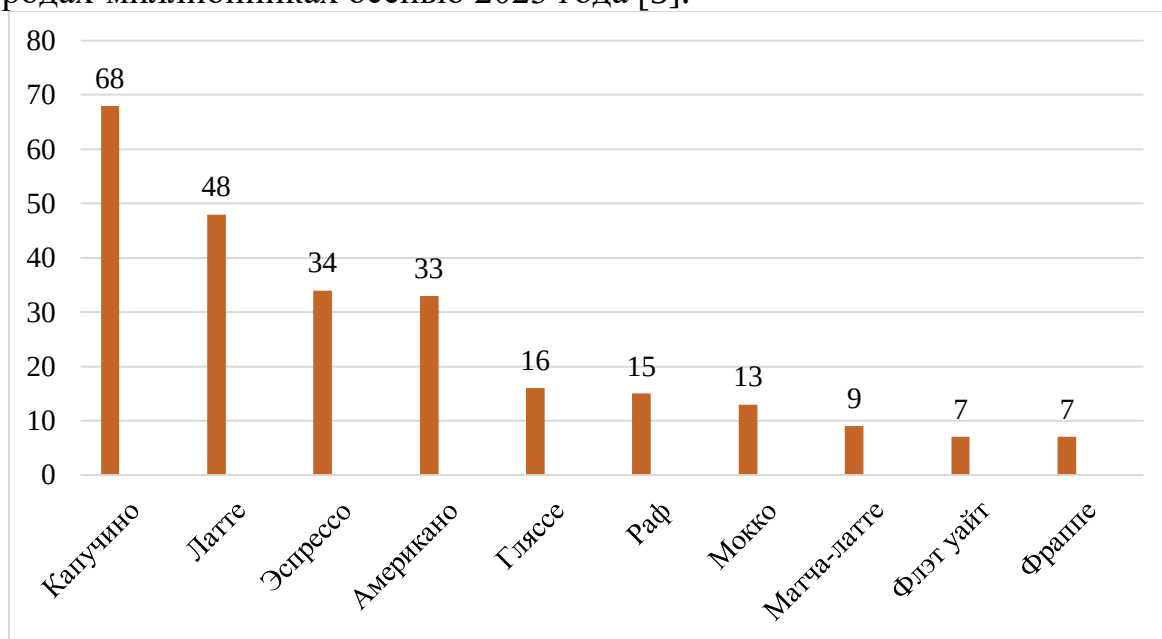


Рис. 2. Популярные виды кофе в городах-миллионниках, %
Источник: составлено авторами по данным [5]

Из специализированных видов кофе наибольшей популярностью пользуются кофе Гляссе и Раф – 16% и 15% опрошенных соответственно выбрали этот напиток, также в десятку наиболее популярных напитков вошли отличные от традиционных видов Матча-латте, Мокко и Флэт-Уайт. Современный рынок HoReCa демонстрирует большое разнообразие форматов заведений, предлагающих кофе и кофейные напитки, что приводит к дифференциации потребительских предпочтений. Каждый из форматов

представляет собой отдельный сегмент рынка, обладающий уникальными характеристиками и удовлетворяющий различные потребности клиентов.

На следующем этапе нами был проведен анализ потребительских предпочтений в кофе за 2021–2023 года в предприятиях г. Москвы разного формата. В качестве объектов исследований нами выбраны два предприятия, в которых формирование ассортимента кофе базируется на разных принципах. В качестве объекта №1 выбран сетевой ресторан, специализирующийся на японской кухне, но в том числе предлагающее посетителям кофе в качестве горячих напитков. В меню ресторана кофе представлено в основном классическими вариантами: Эспрессо, Американо (Американо двойной), Капучино, Латте Макиато, Флэт Уайт, из специальных видов - Латте Соленая карамель, Латте Матча, Ванильный Раф, Раф Цитрус-Бабл-гам. В качестве объекта №2 выбрано специализированное предприятие, реализующее кофе и кофейные напитки (кофейня), в основной ассортимент кроме кофе, включены кондитерские и хлебобулочные изделия.

Предметами исследования являются:

- динамика продаж кофе за 2021–2023 гг.;
- динамика продаж традиционных видов кофе в исследуемых заведениях;
- динамика продаж специализированных видов кофе.

Анализируя данные предприятий, можно сделать вывод, что продажи кофе и кофейных напитков показывают устойчивый рост (рис. 3).

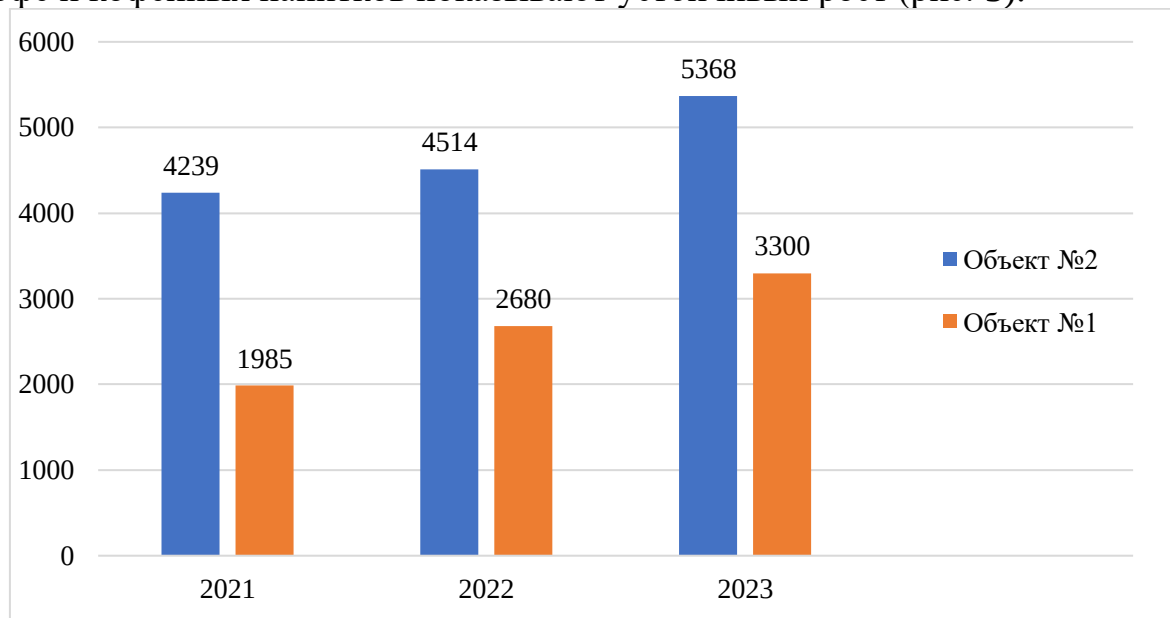


Рис. 3. Динамика продаж кофе, шт.

Источник: составлено авторами

Анализ данных показал рост продаж в целом. По сравнению с 2021 годом продажи кофе в кофейне выросли более чем на 21%, в ресторане этот показатель увеличился на 39,8%. Такой рост продаж обусловлен расширением ассортимента кофе в обоих заведениях по сравнению с 2021 годом и ростом популярности данного напитка в целом. Далее в процессе исследования были

изучены потребительские предпочтения по продажам классических видов кофе в обоих предприятиях. Данные динамики продаж традиционных видов кофе в кофейне и ресторане представлены на рисунках 4 и 5 соответственно.

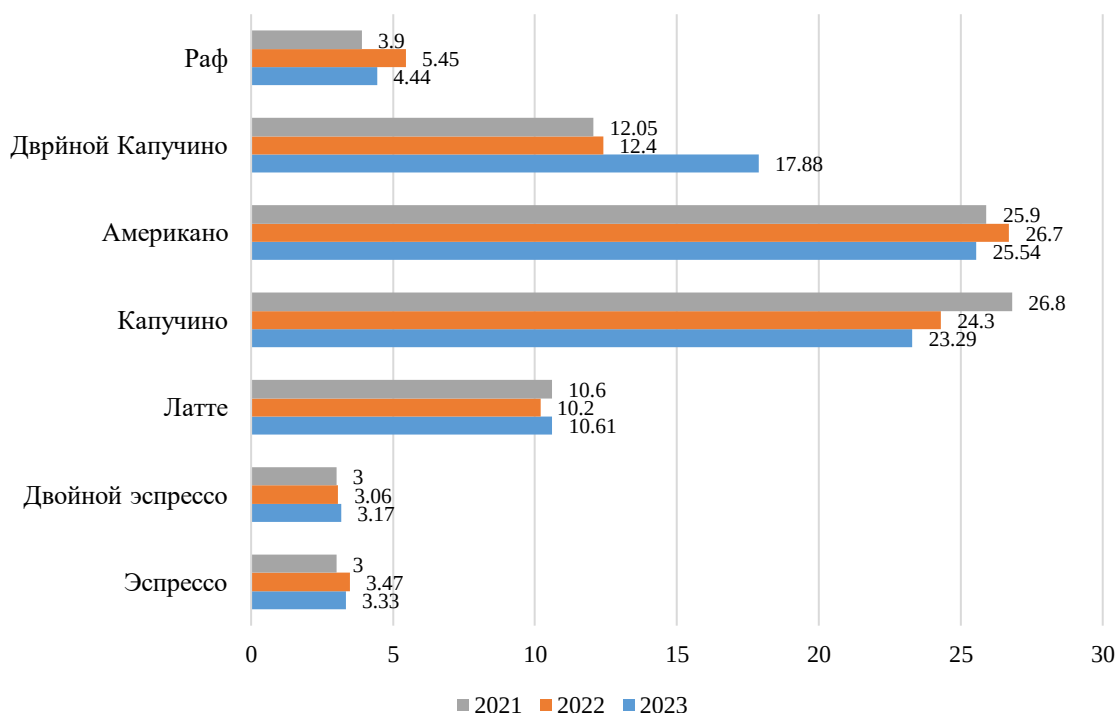


Рис. 4. Динамика продаж традиционных видов кофе в кофейне, %
Источник: составлено авторами

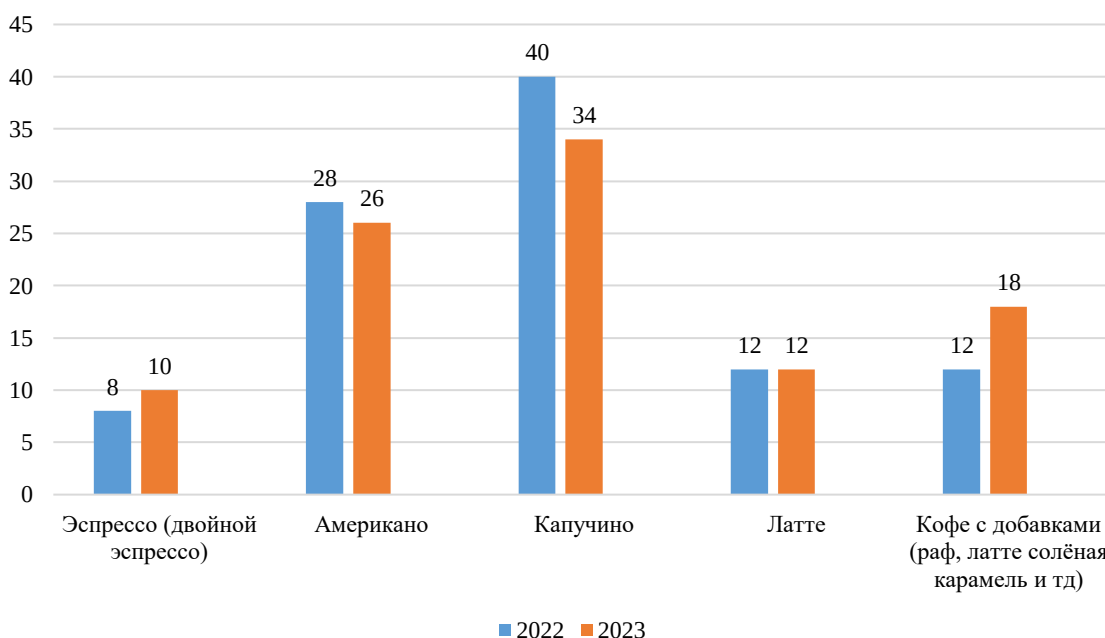


Рис. 5. Динамика продаж традиционных видов кофе в ресторане, %
Источник: составлено авторами

Результаты, представленные на рисунках 4 и 5, отражают изменения в спросе на разные виды кофейных напитков в предприятиях. В ресторане

ассортимент кофе небольшой, в 2022 году лидером продаж был кофе Капучино (40%), в 2023 году произошло снижение данного показателя на 6%, увеличились продажи кофе Эспрессо на 2%. При этом объем проданных специализированных видов кофе увеличился на 6%.

Динамика продаж кофе в кофейне показала следующие результаты: лидером продаж в кофейне, по сравнению с рестораном японской кухни, является кофе Американо – на протяжении трех лет продажи его показывают стабильно высокий результат, причем с каждым годом объем продаж увеличивается, по сравнению с 2021 годом продажи в 2023 году поднялись на 10%, стабильные продажи показывает кофе Капучино – в 2022 году продажи снизились на 3% по сравнению с предыдущим периодом, однако в 2023 вновь набрали то же количество. Практически в 2 раза увеличились продажи Двойного Капучино.

Так как ассортимент неклассических видов кофе в объекте №1 небольшой и объединен в один показатель, представленный на рис. 5 (Кофе с добавками), мы посчитали нецелесообразным выделять каждый вид отдельно. Поэтому в рамках исследования динамики потребительских предпочтений в сегменте специализированных кофейных напитков проведен анализ данных продаж в кофейне за период с 2021 по 2023 год. На рисунке 6 представлен анализ покупок специализированных видов кофе и кофейных напитков, имеющих отличительные характеристики от традиционных.

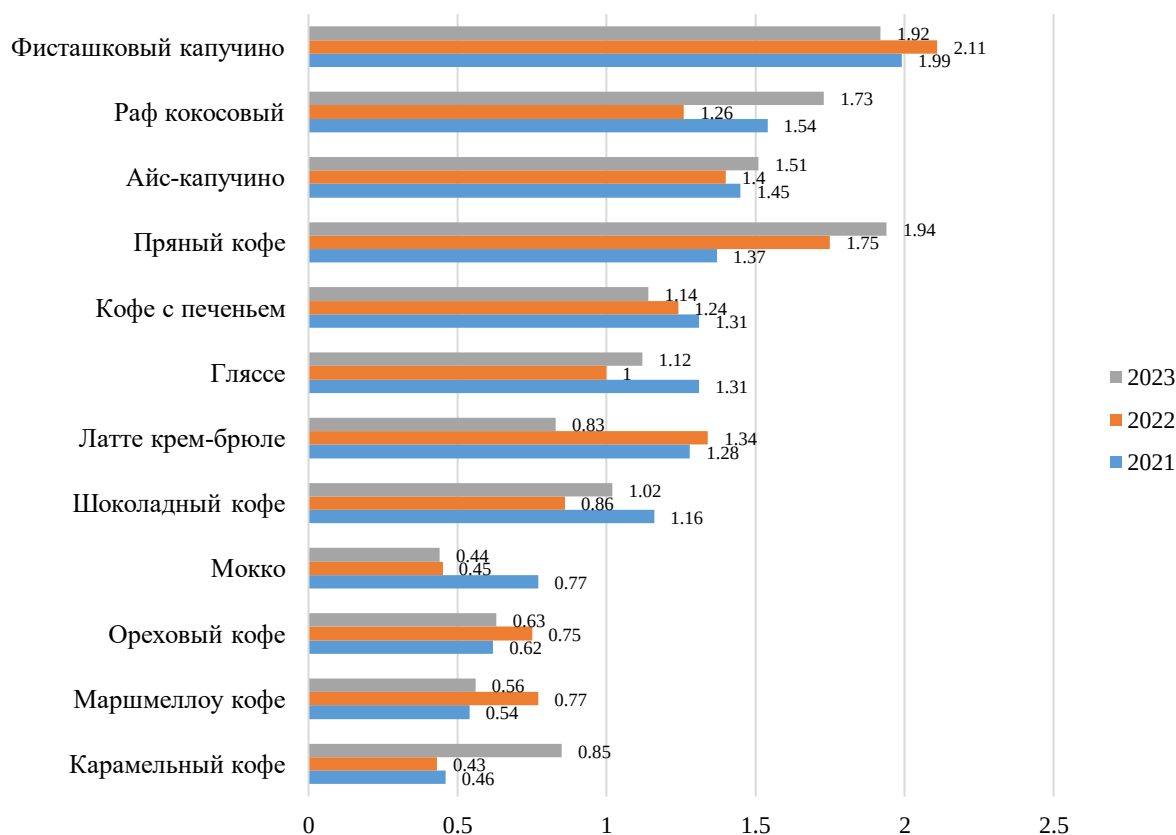


Рис. 6. Динамика продаж специальных видов кофе в кофейне, % от всего объема продаж кофе в предприятии

Источник: составлено авторами

Данные рис. 5-6 показывают, что ежегодно наблюдается рост продаж практически всех видов кофе. Анализ данных рисунков показал, что лидером роста популярности среди всех представленных напитков является Пряный кофе, он отличается наибольшим и стабильным ростом популярности с 1,37% в 2021 году до 1,94% в 2023 году Карамельный кофе продемонстрировал значительный рост популярности в 2023 году (0,85%), что в два раза превышает показатель 2021 года (0,46%) и почти в два раза выше, чем в 2022 году (0,43%). Напитки с добавлением кокоса также показывают значительный рост в 2023 году, что может указывать на изменение предпочтений потребителей в сторону более экзотических и пряных вкусов.

Шоколадный кофе и Кофе-Гляссе после снижения показателей в 2022 году (до 0,86% и 1,00% соответственно) показали восстановление продаж в 2023 году до уровней 1,02% и 1,12%. Некоторые традиционные напитки, такие как Мокко и Латте крем-брюле, теряют свои позиции, что может быть связано с поиском потребителями новых вкусовых ощущений. На основании анализа можно сделать вывод, что потребительские предпочтения в сегменте кофейных напитков имеют тенденцию к изменению в сторону более ярких и нестандартных вкусов. Устойчивый рост популярности пряного кофе возможно, свидетельствуют о насыщении рынка традиционными вкусами, смене тенденций и поиске новых вкусовых сочетаний потребителями.

На заключительном этапе исследований нами был проведен опрос среди потребителей по предпочтениях различных видов кофе. В опросе приняло участие 30 респондентов разного пола и возраста. Опрашиваемым предлагалось выбрать три самых предпочитаемых и покупаемых напитков. Данные по опросу представлены на рис.7.

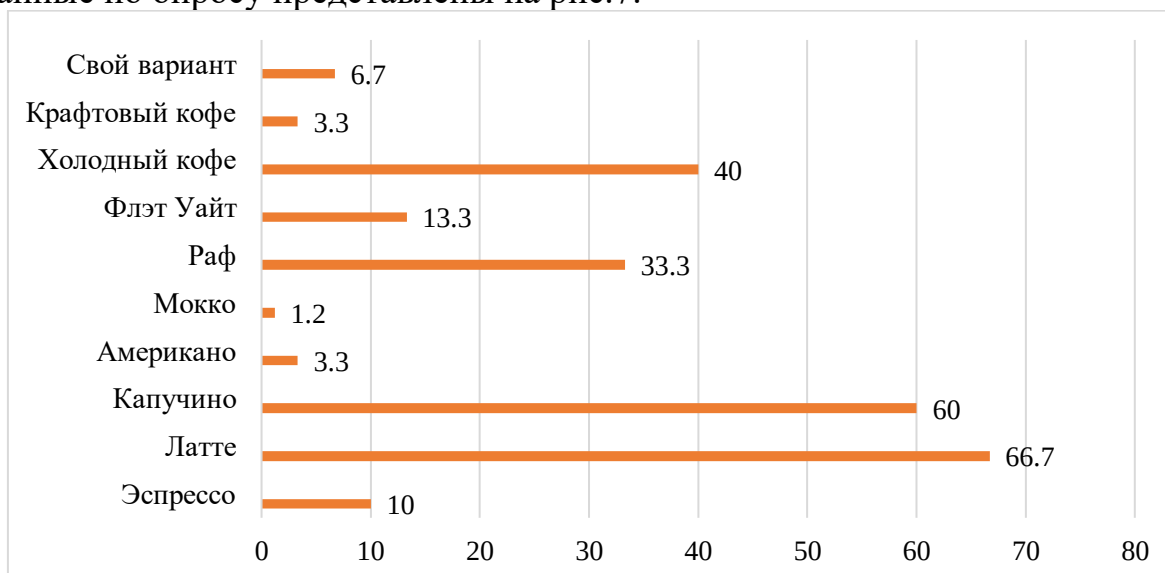


Рис.7. Потребительские предпочтения в видах кофе по результатам опроса респондентов, %

Источник: составлено авторами

Результаты, представленные на рисунке, показали, что большинство респондентов отдают предпочтение традиционным видам кофе – Латте и

Капучино – их выбрали 66,7% и 60% опрошиваемых, соответственно. Этот показатель совпадает с результатами данных продаж по городам-миллионникам, представленных ранее. По опросам респондентов предпочтения по кофе Американо и Эспрессо показали – 3,3% и 10%, что значительно отличается от результатов продаж в предприятиях, где данные виды кофе занимают одну из лидирующих позиций.

Среди специализированных видов Холодный кофе выделяется как самый популярный, что может быть связано с сезонными предпочтениями или желанием потребителей попробовать что-то новое и освежающее. Флэт Уайт хоть и не достигает такой же популярности, тем не менее, его выбрали более 10% респондентов, как и по статистике он входит в десять самых покупаемых кофейных напитков. Как показали данные опроса, некоторые респонденты (6,7%) хотели бы видеть отличные от выше представленных кофейных напитков, среди них среди своих вариантов были указаны, например, смесь экзотических сортов кофе, кофейные напитки с нетрадиционными пряностями, например, имбирь, перец и др., а также «здоровый» кофе.

Заключение

Общий анализ представленных данных свидетельствует о том, что большинство потребителей, несмотря на разнообразие кофейных напитков, представленных на рынке, склонны отдавать предпочтение классическим вариантам, таким как Латте и Капучино. Две трети респондентов выбирают эти напитки, что говорит об их устойчивой популярности. В то же время традиционные варианты кофе, такие как Американо и Эспрессо, демонстрируют значительно меньший процент предпочтений среди респондентов, но показывают высокие продажи в ресторане и кофейне, особенно Американо. По данным продаж в кофейне и опроса респондентов заметна тенденция к росту популярности специализированных кофейных напитков, многие потребители сегодня выделяют их среди остальных напитков и все чаще предпочитают необычные и нетрадиционные вкусы.

Исходя из выше представленных результатов исследований, можно сделать вывод, что предложения на рынке HoReCa кофе и кофейных напитков соответствуют предпочтениям потребителей. Рост продаж кофейных напитков в предприятиях, независимо от концепции, указывает на успешное удовлетворение запросов потребителей вследствие расширения ассортимента, в частности, и роста популярности кофе в целом.

Также стоит отметить, что различие в предпочтениях гостей между разными типами предприятий отражает важность сегментации рынка, подбор ассортимента и адаптации предложений под конкретную целевую аудиторию. Поэтому авторские рекомендации включают предложения по расширению ассортимента специализированных видов кофе, особенно, в предприятиях, направленных на реализацию в первую очередь этого напитка, например, кофейни или «кофе на вынос», для расширения аудитории, в том числе, через индивидуализированные предложения и маркетинговые стратегии.

Литература

1. Доклад «Антихрупкость» государства: идеология, институциональные основы, ценностный выбор. URL: <http://civilfund.ru/mat/154>.
2. Подлегаева Т.В., Евскина И.Г. Комплексная оценка влияния covid-19 на мировые тенденции производства и потребление кофе // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 3. С.112–118.
3. Asioli D., Næs T., Granli B., Almli V. Consumer preferences for iced coffee determined by conjoint analysis: an exploratory study with Norwegian consumers // International Journal of Food Science and Technology. 2014. № 49. P. 1565–1571. URL: <https://doi.org/10.1111/IJFS.12485>.
4. Bemfeito C., Guimarães A., Oliveira A., Andrade B., Paula L., Pimenta C. Do consumers perceive sensory differences by knowing information about coffee quality? // Lwt - Food Science and Technology. 2020. № 138. P. 110778. URL: <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2020.110778>.
5. Coffee Index. URL: <https://coffee.2gis.ru/>.
6. Gorman M., Knowles S., Falkeisen A., Barker S., Moss R., McSweeney M.B. Consumer Perception of Milk and Plant-Based Alternatives Added to Coffee // Beverages. 2021. № 7. P. 1–11. URL: <https://doi.org/10.3390/beverages7040080>.
7. Pane, T., & Khaliqi, M. Consumers' preferences for North Sumatera specialty coffees. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2022. № 977. P. 1–7.
8. Poole R, Kennedy OJ, Roderick P, Fallowfield JA, Hayes PC, Parkes J. Coffee consumption and health: umbrella review of meta-analyses of multiple health outcomes. BMJ. 2017. № 22 (359). P. 1–18. URL: <https://www.bmj.com/content/bmj/359/bmj.j5024.full.pdf>.
9. Sawalludin S., Rianda L., Baco A. Analysis of preference Consumers Against Coffee Local at Regency Muna. 2020. № 1. P. 49–59.
10. Specialty Coffee Association. Towards a Definition of Specialty Coffee: Building an Understanding Based on Attributes. URL: <https://sca.coffee/sca-news/just-released-new-sca-white-paper-towards-a-definition-of-specialty-coffee>.
11. Ufer D., Lin W., Ortega D. Personality traits and preferences for specialty coffee: Results from a coffee shop field experiment // Food research international. 2019. № 125. P. 108504. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31554119/>.

References

1. Doklad «Antihrupkost'» gosudarstva: ideologiya, institucional'nye osnovy, cennostnyj vybor. URL: <http://civilfund.ru/mat/154>.
2. Podlegaeva T.V., Evskina I.G. Kompleksnaya ocenka vliyaniya covid-19 na mirovye tendencii proizvodstva i potreblenie kofe // Vestnik Altajskoj akademii ekonomiki i prava. 2024. № 3. S.112–118.

3. Asioli D., Næs T., Granli B., Almli V. Consumer preferences for iced coffee determined by conjoint analysis: an exploratory study with Norwegian consumers // *International Journal of Food Science and Technology*. 2014. № 49. P. 1565–1571. URL: <https://doi.org/10.1111/IJFS.12485>.
4. Bemfeito C., Guimarães A., Oliveira A., Andrade B., Paula L., Pimenta C. Do consumers perceive sensory differences by knowing information about coffee quality? // *Lwt - Food Science and Technology*. 2020. № 138. P. 110778. URL: <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2020.110778>.
5. Coffee Index. URL: <https://coffee.2gis.ru/>.
6. Gorman M., Knowles S., Falkeisen A., Barker S., Moss R., McSweeney M.B. Consumer Perception of Milk and Plant-Based Alternatives Added to Coffee // *Beverages*. 2021. № 7. P. 1–11. URL: <https://doi.org/10.3390/beverages7040080>.
7. Pane, T., & Khaliqi, M. Consumers' preferences for North Sumatera specialty coffees. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2022. № 977. P. 1–7.
8. Poole R, Kennedy OJ, Roderick P, Fallowfield JA, Hayes PC, Parkes J. Coffee consumption and health: umbrella review of meta-analyses of multiple health outcomes. *BMJ*. 2017. № 22 (359). P. 1–18. URL: <https://www.bmj.com/content/bmj/359/bmj.j5024.full.pdf>.
9. Sawalludin S., Rianda L., Baco A. Analysis of preference Consumers Against Coffee Local at Regency Muna. 2020. № 1. P. 49–59.
10. Specialty Coffee Association. Towards a Definition of Specialty Coffee: Building an Understanding Based on Attributes. URL: <https://sca.coffee/sca-news/just-released-new-sca-white-paper-towards-a-definition-of-specialty-coffee>.
11. Ufer D., Lin W., Ortega D. Personality traits and preferences for specialty coffee: Results from a coffee shop field experiment // *Food research international*. 2019. № 125. P. 108504. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31554119/>.