

Доказано, что целью повышения эффективности экспорта, необходимо стимулировать экспорт товаров, в которых Украина имеет преимущество - зерновые, черные металлы, семена подсолнечника и подсолнечное масло, сырье. Вообще для развития экспортной деятельности региона нужно создавать систему поддержки бизнеса для продвижения товаров, повышать их конкурентоспособность, развивать инфраструктуру, внедрять инновации, улучшать условия для внедрения инвестиций, провести валютную либерализацию, улучшить налоговое и таможенное регулирование.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность региона, экспорт, импорт, динамика, региональные внешнеэкономические отношения, внешнеэкономические связи региона.

Abstract.

Zavgorodniy A.V. The main tendencies of foreign economic activity of the Ukrainian Black Sea.

The foreign economic activity of the regions to date is a factor contributing to improving the well-being of the population, improving its quality of life, as well as the socio-economic development of the territory and improving its competitiveness.

The purpose of the article is to analyze the foreign economic activity of the Black Sea of Ukraine.

The relative indicators of foreign trade activity, its intensity and efficiency are investigated, the results obtained are summarized and the prospects for the development of the region in the sphere of foreign trade are outlined.

It is proved that in order to increase export efficiency, it is necessary to stimulate the export of goods in which Ukraine has an advantage - grain, ferrous metals, sunflower seeds and sunflower oil, raw materials. In general, to develop the export activity of the region, you need to create a business support system for the promotion of goods, increase their competitiveness, develop infrastructure, innovate, improve the conditions for investment, currency liberalization, improve tax and customs regulation.

Key words: foreign economic activity of the region, export, import, dynamics, regional foreign economic relations, foreign economic relations of the region.

УДК 339.13.024

КАВ'ЯРНЯ ЯК РІЗНОВИД СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

**ВОРОНЮК Т.А., АСПИРАНТ,
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Гостинність є одним із фундаментальних понять людської цивілізації. Ресторанне господарство являється видом економічної діяльності, якій забезпечує

реалізацію даної категорії в повсякденному житті. Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку, за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Особливе місце у структурі ресторанного господарства сьогодні посідають кав'ярні, як заклади кавового ринку, що стрімко розвивається.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку кав'ярень присвячено низку зарубіжних публікацій та ряд вітчизняних публікацій, серед яких є публікації таких авторів, як Юдіна Н.В., Гірняк А.І., Глагола В.А. та інших. Згідно з думками усіх авторів, ринок кав'ярень є досить перспективним і прибутковим бізнесом в Україні. Для розвитку у цієї сфері підприємства потребують не тільки унікальної ідеї бізнесу, але й моніторингу постійних змін на ринку, тобто аналізу змін різних зовнішніх фактори, тенденцій та потреб споживачів. Незважаючи на цікаві доробки авторів, серед публікацій немає чіткого аналізу тенденції розвитку ринку кав'ярень, що унеможливає розробку для підприємств цієї галузі довгострокових прогнозів. Також відсутній глибинний аналіз поняття кав'ярні за сучасних умов. Це потребує проведення нових досліджень, що дозволять виокремити головні драйвери подальшої роботи українських кав'ярень і обумовляє актуальність даного дослідження.

Формулюванням цілей статті. Метою статті є визначення місця і ролі кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства. У межах досягнення мети виокремлено наступні завдання: опис місця кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства; визначення поняття кав'ярні в контексті сьогодення; розробка класифікації кав'ярень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього. Суб'єкти господарської діяльності здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через заклади ресторанного господарства.

Заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) виготовляє, продає і організує споживання продукції власного виробництва і закуплених товарів, може організувати дозвілля споживачів.

Ресторани відіграють важливу роль у житті людини. Крім задоволення фізіологічних потреб у харчуванні, «вихід» у ресторан виконує важливу соціальну функцію. Людині потрібно не лише наїстися, а й реалізувати себе, провести бесіду із цікавими людьми. Ресторани – це одне з небагатьох місць, де працюють усі органи чуття, які генерують загальне почуття задоволення. Смакові, зорові, слухові, тактильні та нюхові відчуття об'єднуються в оцінюванні страв, обслуговуванні й атмосфері ресторану.

Ресторан – заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закуплених товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозволяя споживачів.

Згідно ДСТУ 4281:2004 до закладів ресторанного господарства відносять: ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярня, кафе-бар, кафе-пекарня, чайний салон, кафетерій, закусошна; шинок, бар, нічний клуб, пивна зала, їдальня, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (catering).

Отже, розглянемо детальніше поняття кав'ярні як спеціалізованого закладу ресторанного господарства. Згідно визначенням ДСТУ кав'ярня – це різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.

В останні роки ринок кав'ярень в Україні постійно розвивається. На українському ринку є близько 4 тисяч закладів формату «кав'ярня». З одного боку, ринок кав'ярень може бути перспективною складовою економіки України в цілому, що особливо актуально в кризових умовах, в яких сьогодні знаходиться економіка України. З іншого ж боку, подальший розвиток українського ринку кав'ярень призводить до суттєвого підвищення рівня конкуренції на ньому. Крім того існують різні можливості та ризики в цій сфері. Розуміння таких показників, як рівень поінформованості споживача, розуміння стану і основних тенденцій цього ринку допомагає кав'ярні виживати та розвиватися у цьому бізнесі.

Кава – один з найстабільніших продуктів на ринку товарів повсякденного попиту. Його споживання характеризується високим рівнем лояльності до бренду: тільки в крайньому випадку любитель продукту зрадить улюбленій марці і перейде на більш дешевий варіант. Навіть під час кризи частка споживачів, які змінили улюблену каву на дешевшу, була незначною. Щорічно кавовий ринок поповнюється новим капіталом, розмір якого досягає 200-300 млн доларів.

Кав'ярні є одним з прибуткових напрямів бізнесу, але разом з тим дуже конкурентним. Основними споживачами кави в Україні

є наступні сегменти:

– За статтю – чоловіки трохи більше п'ють каву, ніж жінки.

– За віком – особи від 14-50 років. Частіше каву п'ють люди віком 20-35 років.

– За соціальним статусом – частіше каву п'ють студенти, менеджери, підприємці, представники робітничих професій. Менша частка, що п'є каву, – це домогосподарки та пенсіонери.

– За доходом – чим вище дохід громадянина, тим вищу ціну він платить за каву.

Попит на каву в Україні є стабільним і практично не змінюється під впливом часу. Однак при цьому з кожним роком спостерігається збільшення перерозподілу попиту споживачів на HoReCa (готелі, ресторани, кафе) з інших сегментів. Разом з цим розвивається культура споживання кави. Це можна пояснити тим, що український ринок кави за останній час досить успішно розвивається.

Всього, за оцінками експертів сьогодні в Україні працює понад 14 тисяч ресторанів, з яких близько 4 тисяч закладів формату «кав'ярня» з додатковим меню (рис. 1). Їхня рентабельність в кризових умовах знаходиться на рівні 14-16 %. У найближчі 2-3 роки ринок мережевих і немережевих кав'ярень і ресторанів може вирости приблизно на 20-30 %.

Кількість ресторанів в Україні в 2017 році

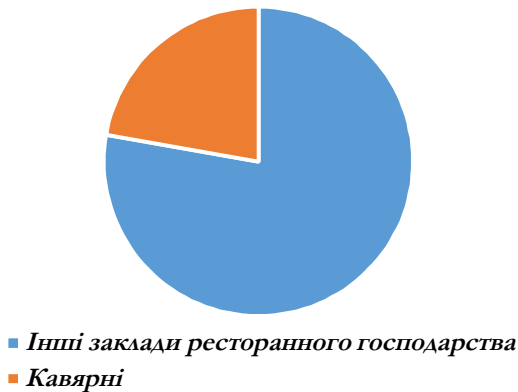


Рис. 1. Кав'ярні в структурі закладів ресторанного господарства в Україні в 2017 році

Дослідники здебільшого на ринку кави України виділяють два основні формати кав'ярень, які є найпопулярнішими:

– Традиційна кав'ярня, де в основному асортимент продукції складає кава, чай і десерт. У цих закладах часто надають послуги самообслуговування. Дана послуга полягає в тому, що споживачі самостійно підходять до барної стійки, замовляють собі замовлення і самостійно себе обслуговують після отримання замовлення. Являється найзручнішим форматом для споживача.

– Інший формат, де в асортименті продукції крім кави та чаю, представлені ще салати, інші страви та алкоголь. У цих закладах обслуговують за більш високі ціни. Споживачами такий формат затребуваний, відповідно кав'ярня буде приносити високий прибуток.

Кав'ярні в основному розвиваються у великих містах. Традиційний тип кав'ярні зустрічається переважно на заході України. Так як на сході України споживачі більш схильні до чайної традиції, тому кав'ярні розвинені слабше. Крім того для досягнення успіху у цьому бізнесі, хороше місце розташування має значний вплив. Успішні кав'ярні частіше розташовані в жвавих місцях у центрі міста, у торгових центрах або недалеко від метро.

За сучасних умов варто дещо розширити наявну класифікацію кав'ярень та диференціювати ознаки, за якими можна поділяти зазначені заклади на види.

За форматом обслуговування:

- самообслуговування;
- обслуговування офіціантами.

За наявністю посадкових місць:

- «to go»;
- з можливістю розміщення всередині закладу.

За асортиментом:

- продаж тільки різноманітних видів кави;
- наявність додаткового меню напоїв;
- наявність розширеного меню страв.

За форматом розміщення закладу:

- класична кав'ярня;
- кав'ярня на колесах (кавомобіль);
- кав'ярня-острівець в торгівельному центрі.

За хвилею виникнення кав'ярні:

- першої хвилі;
- другої хвилі;
- третьої хвилі.

Доречно розглянути детальніше кав'ярні за хвилею виникнення (рис. 2).



Рис. 2. Хвилі поширення кав'ярень у світі та в Україні

Наразі, до «першої хвилі» кавові експерти відносять найперші кав'ярні, що з'явилися у США ще за часів золотої лихоманки. Саме золотошукачі стали головними клієнтами каліфорнійської компанії Folgers, що у своїй бізнес-моделі робила ставку на якість обслуговування та рекламу. Також винаходом часів «першої хвилі» стала розчинна кава.

«Друга хвиля» кав'ярень сформувалася завдяки таким американським компаніям як Peet's Coffee & Tea та, звичайно ж, Starbucks. Ці заклади покращили якість напою, змінили технологію обсмаження кавових зерен та популяризували безпосередньо культуру проведення часу у кав'ярнях. Також до другої хвилі фахівці відносять масове поширення автоматичних кавових машин для домашнього та комерційного використання.

Глобальне переосмислення кав'ярні, як міського публічного закладу та культурного осередку, стимулювало появу кав'ярень «третьої хвилі». Коли говорять про заклади такого типу, в першу чергу, мають на увазі відношення до кави як до продукту зі своїм обличчям та характером. Йдеться й про максимально індивідуальний підхід до кожного клієнта. Характерним для сучасних кав'ярень є широкий асортимент кавових напоїв та наявність досвідченого бариста, який може з легкістю підібрати необхідні складові напою, з урахуванням побажань клієнта.

Кав'ярні третьої хвилі в Україні почали активно відкриватися з 2013 року. Це при тому, що в багатьох країнах Європи кавова культура досі розвинена на рівні другої хвилі. У Франції, Німеччині, Австрії, Нідерландах, Італії та інших країнах Старого Світу комерційна модель просування кави пов'язана з брэндами, їхньою історією, традиціями й особливими «гаємніцями майстерності» купажування кави, що зовсім не пов'язано з прагненням кращого смаку кави, а викликано виробничими обмеженнями та клієнтськими звичками.

Власники закладів третьої хвилі роблять ставку на якісне обсмажування кавових зерен і цим самим змінюють усталені на ринку схеми та встановлюють нові стандарти.

За останній рік в Україні щомісяця відкривається близько півтора десятка нових кав'ярень, більшість із них – тієї ж третьої хвилі. Обов'язковим атрибутом таких кав'ярень є зерна свіжого обсмажування, кілька сортів кави (різновидів дерев і країн походження), можливість купити зерна, а також консультації, як їх заварювати. Сьогодні багато ресторанів, які працювали за принципом закладів другої хвилі, переходять на нові стандарти і починають звертати увагу на якість обсмажування кави та її свіжість.

Отже, сьогодні, кав'ярня – це заклад ресторанного господарства, де населенню пропонується широкий асортимент кавових напоїв високої якості, різноманітних сортів кави як традиційних, так і альтернативних методів приготування і повна поінформованість бариста з приводу походження, рівня та свіжості обсмаження кавового зерна, а також тонкощів смаку кожного з варіантів.

Кав'ярні третьої хвилі можна вважати важливою складовою гастро-туризму в Україні. Адаже поціновувачами якісної кави розроблено друкований путівник та мобільний додаток «City Coffee Guide» з переліком найкращих закладів даного формату, де зібрано інформацію про близько 500 кав'ярень з усього світу та з кожного обласного центру України українською та англійською мовами.

Для виживання та розвитку кав'ярням необхідно своєчасно реагувати на зміни ринку й відповідно адаптувати свою діяльність, вчасно модифікувати асортимент продукції та послуг, вносити зміни в форму обслуговування, адаптувати збутову мережу, організаційну структуру та інше. За конкурентної ситуації на ринку підприємства не повинні концентрувати увагу тільки поточних проблемах, а й розробляти довгострокову стратегію для подальшого розвитку.

Висновки. На даному етапі розвитку вітчизняної економіки кав'ярні виступають одним з найдинамічніших напрямів розвитку

ресторанного господарства та являються важливою складовою індустрією гостинності в Україні. Поширення кавової культури та обізнаності споживачів у даній сфері робить кавовий бізнес перспективним напрямком діяльності для українських підприємців. Сьогодні поняття кав'ярні набуває нового значення – як закладу, де кава являється особливим продуктом і готується на якісно новому рівні з індивідуальним підходом до кожного клієнта.

Даний вид діяльності, у зв'язку зі стрімким поширенням, потребує подальших наукових досліджень у сфері забезпечення конкурентоспроможності даних закладів та утримання на ринку з урахуванням останніх тенденцій розвитку.

Література.

1. City Coffee Guide. URL: <http://citycoffeeguide.com/>.
2. Franchising – портал ідеї для бізнесу. «Огляд ринку кав'ярень». URL: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/>.
3. **Гіряк А.І., Глагола В.А.** Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 16. С. 71-76.
4. ДНАОП – законодавча база. URL: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004.
5. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50 % ресторанів вийдуть в онлайн». URL: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>.
6. Coffee consumption on the rise in Europe. URL: <http://one-europe.net/coffee-consumption-on-the-rise-in-europe>
7. Союз-інформ (інформаційно-аналітична агенція). URL: <http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=ukr&menu=article/coffee>.
8. Стан ринку кави в Україні. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736>.
9. **Чан Т.С., Юдіна Н.В.** Стан розвитку ринку кав'ярень в Україні. *Збірник наукових праць КПІ імені І.Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління»*. 2017 № 11. С. 3-11.
10. **Лагодієнко В.В., Голодонюк О.М., Мільчева В.В.** Маркетингова стратегія виведення на ринок інноваційного продукту. *Економіка харчової промисловості*. 2018. Т. 10. Вип. 2. 2018. С. 40-50.

References.

1. City Coffee Guide. Retrieved from: <http://citycoffeeguide.com/> [in English].
2. Franchising – portal ideyi dlya biznesu. «Ohlyad rynku kav'yaren'» [Franchising – a portal for ideas for business. Coffee Shop Market Overview]. *franchising.ua*. Retrieved from: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/> [in English].

3. **Girniak L.I., & Glagola V.A.** (2018). Suchasnyy stan, perspektyvy ta tendentsiyi rozvytku restorannoho hospodarstva v Ukrayini [The current state, prospects and trends of the development of the restaurant industry in Ukraine]. *Ekonomika ta upravlinnya pidpriumstvamy – Economics and enterprise management*, no. 16, pp. 71-76 [in Ukrainian].

4. DNAOP – zakonodavcha baza [DNAOP – legislative framework]. *dnaop.com*. Retrieved from: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004 [in Ukrainian].

5. Ekonomichna pravda. «Cherez 2-3 roky 50 % restoraniv vyydut' v onlayn» [Economic truth. «In 2-3 years, 50 % of restaurants will go online»]. *www.althoughda.com.ua*. Retrieved from: <http://www.althoughda.com.ua/news/2016/06/6/595148/> [in Ukrainian].

6. Soft consumption on the rise in Europe. Retrieved from: <http://oneurope.net/coffee-consumption-on-the-rise-in-europe> [in English].

7. Soyuz-inform (informatsiyno-analytychna ahentsiya) [Union-inform (information-analytical agency)]. *www.souz-inform.com.ua*. Retrieved from: <http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=eng&menu=article/coffee> [in Ukrainian].

8. Stan rynku kavy v Ukrayini [The state of the coffee market in Ukraine]. *nauka.kushnir.mk.ua*. Retrieved from: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736> [in Ukrainian].

9. **Chan T.S., & Yudina N.V.** (2017). Stan rozvytku rynku kav'yaren' v Ukrayini [Status of development of the coffee market in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats' KPI imeni I. Sikors'koho «Aktual'ni problemy ekonomiky ta upravlinnya» – Collection of scientific works of KPI named after I. Sikorsky «Actual problems of economy and management»*, no. 11, pp. 3-11 [in Ukrainian].

10. **Lagodienko V.V., Golodonyuk O.M., & Milcheva V.V.** (2018). Marketynhova stratehiya vyvedennya na rynek innovatsiynoho produktu [Marketing strategy for launching an innovative product]. *Ekonomika kharchovoyi promyslovosti – Economics of the food industry*, Vol. 10, Issue. 2018, pp. 40-50 [in Ukrainian].

Анотація.

Воронюк Т.А. Кав'ярня як різновид спеціалізованих закладів ресторанного господарства.

Стаття присвячена дослідженню поняття кав'ярні як різновиду спеціалізованих закладів ресторанного господарства в розрізі сьогодення. В роботі визначено місце кав'ярень з загальної структури ресторанного господарства. Модифіковано визначення кав'ярні та розроблено класифікацію закладів даного виду. Описано особливості явища кав'ярень «третьої хвилі» та обґрунтовано перспективність даної сфери господарювання.

Досліджено, що кав'ярні займають вагомому частку в загальній сукупності закладів ресторанного господарства. Встановлено, що на даному етапі розвитку вітчизняної економіки кав'ярні виступають одним з найдинамічніших напрямів розвитку ресторанного господарства та являються важливою складовою індустрії гостинності в Україні. Визначено, що поширення кавової культури та обізнаності споживачів у даній сфері робить кавовий бізнес перспективним напрямком діяльності для українських підприємців. Визначено, що сьогодні поняття кав'ярні набуває нового значення – це заклад ресторанного

господарства, де населенню пропонується широкий асортимент кавових напоїв високої якості, різноманітних сортів кави як традиційних, так і альтернативних методів приготування і повна поінформованість бариста з приводу походження, рівня та свіжості обжарення кавового зерна, а також тонкощів смаку кожного з варіантів. Запропоновано класифікацію кав'ярень за різними класифікаційними ознаками. Обґрунтовано необхідність, для закладів даного типу, концентрувати увагу не тільки поточних проблемах, а й розробляти довгострокову стратегію для подальшого розвитку.

Кав'ярні сьогодні – це заклади ресторанного господарства, де кави являється особливим продуктом і готується на якісно новому рівні з індивідуальним підходом до кожного клієнта. Заклади, що позиціонують себе як кав'ярні – стають невід'ємною частиною індустрії гостинності та потребують подальших наукових досліджень з приводу утримання конкурентних позицій на довгострокову перспективу.

Ключові слова: ресторанне господарство, ресторан, кав'ярня, види кав'ярень, ринок кави.

Аннотація.

Воронюк Т.А. Кофейня как разновидность специализированных учреждений ресторанного хозяйства.

Стаття посвячена дослідженню поняття кафе як різновидності спеціалізованих установ ресторанного господарства в разріззі нинішнього. В роботі визначено місце кафе в загальній структурі ресторанного господарства. Модифіковано визначення кафе і розроблено класифікація заведень даного виду. Описано особливості явлення кафе «третьої хвилі» і обґрунтовано перспективність даної сфери господарювання.

Доказано, що кафе займають важливу частину в загальній сукупності заведень ресторанного господарства. Встановлено, що на даному етапі розвитку української економіки кафе виступають одним з найбільш динамічних напрямків розвитку ресторанного господарства і являються важливою складовою індустрії гостеприимства в Україні. Визначено, що поширення кофейної культури і осведомленості споживачів в даній сфері робить кофейний бізнес перспективним напрямком діяльності для українських підприємців. Визначено, що сьогодні поняття кафе набуває нове значення – це заведення ресторанного господарства, де населенню пропонується широкий асортимент кофейних напоїв високої якості, різних сортів кави як традиційних, так і альтернативних методів приготування і повна осведомленість бариста по поводу походження, рівня та свіжості обжарки кофейного зерна, а також тонкощів смаку кожного з варіантів. Предложено класифікація кафе по різним класифікаційним ознакам. Обґрунтовано необхідність, для установ даного типу, концентрувати увагу не тільки на поточних проблемах, а й розробляти довгострокову стратегію для подальшого розвитку.

Кафе сьогодні - це заведення ресторанного господарства, де кави являється особливим продуктом і готується на якісно новому рівні з індивідуальним підходом до кожного клієнта. Заведення, позиціонують себе як кофейні - стають невід'ємною частиною індустрії гостеприимства і потребують подальших наукових досліджень по поводу утримання конкурентних позицій на довгострокову перспективу.

Ключевые слова: общественное питание, ресторан, кафе, виды кафе, рынок кофе.

Abstract.

Voronyuk T.A. The café is a kind of specialized restaurant establishment.

The article is devoted to the research of the concept of coffee shops as a kind of specialized restaurants in the context of the present. The work identifies the location of cafes with the overall structure of the restaurant industry. Café definitions have been modified and the classification of establishments of this type developed. The peculiarities of the phenomenon of third wave coffee shops are described and the prospects of this sphere of business are substantiated.

It has been researched that coffee shops occupy a significant share in the total number of restaurants. It is established that at this stage of development of the domestic economy, coffee shops are one of the most dynamic areas of development of the restaurant industry and are an important component of the hospitality industry in Ukraine. It is determined that spreading the coffee culture and consumer awareness in this area makes the coffee business a promising activity for Ukrainian entrepreneurs. It is determined that today the concept of coffee shops is gaining new meaning - it is an institution of restaurant business, where the population is offered a wide range of high quality coffee drinks, various types of coffee both traditional and alternative methods of preparation and full knowledge of the barista about the origin, level and freshness of roasting coffee beans, as well as the subtleties of each of the flavors. It is suggested to classify coffee shops by different classification characteristics. The necessity, for institutions of this type, to concentrate attention not only on current problems, but also to develop a long-term strategy for further development is substantiated.

Cafes today are the establishments of the restaurant industry where coffee is a special product and is being prepared at a new level with an individual approach to each client. Establishments that position themselves as coffee shops are becoming an integral part of the hospitality industry and need further research to maintain competitive positions in the long term.

Key words: restaurant business, restaurant, cafe, types of coffee shops, coffee market.

УДК 336.1

РОЗВИТОК ГАЛУЗИ СКОТАРСТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ СЕКТОРІ ВИРОБНИЦТВА МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**ДОВГАЛЬ О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛАГОДІЄНКО Н.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Постановка проблеми у загальному вигляді.
Найважливішими факторами, які впливають на рівень сталого розвитку сільських територій регіону наразі є складовими виробничого і демографічного потенціалу – виробництво тваринницької продукції та