



УДК 339.137.2:640.435(477.73-21Миколаїв)

Стамат В. М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування,
Миколаївський національний аграрний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5789-4023>

Ємець А. С.

здобувач вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Миколаївський національний аграрний університет

Матющенко О. М.

здобувачка вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Миколаївський національний аграрний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КАВ'ЯРЕНЬ МІСТА МИКОЛАЄВА

Сучасний ринок кав'ярень вирізняється високим ступенем конкуренції, динамічним розвитком та активним застосуванням маркетингових інновацій. У такому контексті формування та підтримування конкурентних переваг виступає одним із ключових чинників забезпечення успішного функціонування підприємств цього сегменту. Це питання набуває особливого значення у межах локальних ринків, зокрема ринку кав'ярень міста Миколаєва, де існує багатий спектр закладів, представлених різними форматами та концепціями.

Формування конкурентних переваг кав'ярень визначається комплексом чинників, серед яких провідне місце посідають якість продукції, рівень сервісу, унікальність концепції закладу, цінова політика, інтенсивність маркетингової діяльності та загальний імідж бренду [1,2,3]. Для більш глибокого дослідження було проаналізовано діяльність таких представників ринку, як НашаКава, DARK. Coffee Bar та Roast One, що демонструють різні стратегії забезпечення конкурентоздатності [3].

Одним із провідних критеріїв вибору споживачами залишається якість кави, яка набуває особливої значущості для клієнтів спеціалізованих закладів, до яких належать НашаКава та Roast One [4,5]. Такі споживачі приділяють увагу походженню кавових зерен, ступеню їх обсмажування, альтернативним технологіям приготування напою, а також професійності роботи бариста. Вони виявляють підвищений інтерес до самого процесу споживання кави та демонструють готовність платити вищу ціну за продукцію преміум-класу. У свою чергу, DARK. Coffee Bar орієнтується на підтримання стабільно середнього рівня якості кави, дотримуючись стандартів у процесі її приготування [6].

Для відвідувачів DARK. Coffee Bar велике значення мають інтер'єр, комфорт, музичний супровід та загальна естетика простору [6]. Такий підхід перетворює

цей заклад на своєрідний соціальний хаб, де гості можуть не лише розслабитися, а й спілкуватися та продуктивно працювати. У кав'ярні Roast One ключовий акцент робиться на високій якості напоїв, разом із продуманим дизайном. Мінімалістичне оформлення з елементами стилю лофт створює комфортну й сучасну атмосферу, яка притягує відвідувачів [5]. Водночас НашаКава дотримується схожого мінімалістичного підходу, хоча тут увага до створення атмосфери є менш пріоритетною. Простий та функціональний дизайн забезпечує необхідний комфорт для гостей [4].

Професійний стандарт обслуговування у кав'ярнях НашаКава і Roast One передбачає від барист не лише майстерність у приготуванні напоїв, а й ґрунтовні знання про продукт. Вони чудово орієнтуються в особливостях походження кавових зерен, їх обсмаження, смакових нюансах і методах заварювання. Це дозволяє їм створювати напої високої якості і пропонувати клієнтам точні й доречні рекомендації [4,5].

Натомість DARK. Coffee Bar зосереджується на формуванні унікальної атмосфери та вражаючої естетики, де менше уваги приділяється деталізованому обслуговуванню. Баристи тут виконують лише основні функції приготування та продажу напоїв, пропонуючи загальні поради [6]. Проте ці недоліки успішно компенсуються відкритим і доброзичливим спілкуванням із відвідувачами, що створює позитивний досвід перебування у закладі.

Стратегія ціноутворення відіграє ключову роль у визначенні підходів до сегментації клієнтів. У процесі аналізу ринку кав'ярень Миколаєва вдалося виокремити дві основні групи споживачів: перша – ті, хто шукає бюджетні варіанти і часто відвідує заклади, та друга – люди, готові платити більше за високу якість, неповторну атмосферу і унікальний досвід. Заклади НашаКава та Roast One зосереджують свою діяльність у середньому та преміальному ціновому сегменті, орієнтуючись на клієнтів, що цінують якість і ексклюзивність [4, 5]. DARK. Coffee Bar, навпаки, вдало інтегрує доступність із концептуальним підходом, що дозволяє приваблювати більш широкую аудиторію (табл. 1).

Таблиця 1

**Порівняння цінової політики кав'ярень
міста Миколаєва станом на квітень 2026 року**

Тип кави	Кав'ярні		
	НашаКава	Roast One	DARK. Coffee Bar
Еспересо	30 мл – 30 грн	45 мл – 60 грн	35/45 грн
Американо	120 мл – 35 грн	45 мл – 60 грн	40/50 грн
Фільтр-кава	280 мл – 60 грн	200 мл – 65 грн	—
Капучино	210 мл – 55 грн	150 мл – 65 грн	55/65 грн
Лате	340 мл – 80 грн	220 мл – 75 грн	60 грн
Флет-Вайт	240 мл – 70 грн	220 мл – 85 грн	65 грн

Джерело: сформовано авторами на основі вихідних даних кав'ярень міста Миколаєва з використанням власних спостережень

Кав'ярні НашаКава та Roast One демонструють високий рівень розвитку брендингу, що проявляється через впізнавану айдентику, активну діяльність у соціальних мережах та чітку комунікацію з клієнтами. Такий підхід сприяє формуванню стійкого іміджу та підвищенню довіри споживачів. Водночас DARK. Coffee Bar, попри створення затишної атмосфери, має менш виразну брендову ідентичність, що певною мірою звужує його можливості в умовах конкуренції.

Усі три заклади активно використовують цифровий маркетинг, зокрема соціальні мережі, які слугують основним каналом взаємодії з аудиторією. Завдяки якісному візуальному контенту, акціям, інформуванню про новини та комунікації зі споживачами кав'ярні підтримують зацікавленість відвідувачів та формують свій позитивний імідж. Утім, рівень системності та ефективності застосування цих інструментів відрізняється у кожного з учасників, що безпосередньо впливає на їх конкурентоспроможність.

Отже, дослідження переваг кав'ярень у Миколаєві свідчить про те, що успіх закладу залежить не від окремого чинника, а від поєднання кількох складових. Найбільш ефективними залишаються ті кав'ярні, які вміло інтегрують високу якість продуктів, унікальну концепцію, результативний маркетинг і орієнтацію на потреби клієнтів. У сучасних умовах саме комплексний підхід до створення конкурентних переваг забезпечує міцні позиції на ринку та довготривалий розвиток підприємств ресторанного бізнесу.

Список літератури

1. Нагернюк, Д., & Коваленко, Л. (2021). Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*, (31). DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-24>
2. Стамат В. М., Шаркова В. Ю. Розвиток маркетингу ресторанного бізнесу в Україні. *Modern Economics*. 2024. № 43(2024). С. 110-117. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V43\(2024\)-15](https://doi.org/10.31521/modecon.V43(2024)-15).
3. Стамат В. М. Маркетингова стратегія підприємств сфери гостинності як чинник їх ефективної діяльності. *Сучасний стан та перспективи розвитку науки, освіти і технологій: збірник тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кременчук, 04 січня 2025 року)*. Кременчук : Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2025. С. 18-20.. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/19896> (дата звернення 14.04.2026)
4. НашаКава : офіційний веб-сайт. URL : <https://nashakava.com.ua/> (дата звернення 14.04.2026).
5. Roast One : Сервіс замовлення. URL : <https://roast-one.choiceqr.com/delivery> (дата звернення 14.04.2026).
6. DARK. Coffee Bar : Instagram-сторінка. URL : https://www.instagram.com/dark_coffee_bar_/ (дата звернення 14.04.2026).