

Таїсія БАНЄВА
ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет,
м.Миколаїв
Науковий керівник – д-р екон.наук, професор кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
Ірина БАНЄВА

АНАЛІЗ РИНКУ ТА АСОРТИМЕНТ КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКИХ М.ОДЕСИ

Ринок кафе-кондитерських у місті Одеса є одним із найдинамічніших сегментів сфери громадського харчування, що поєднує традиційні кулінарні цінності та інноваційні підходи до формування споживчого досвіду. Протягом останніх п'яти років, за даними аналітичних досліджень Kantar Ukraine [1] та NielsenIQ [2], спостерігається стале зростання попиту на кавові напої, десерти ручної роботи та вироби преміум-сегменту, що пов'язано з урбанізаційними процесами, розвитком туристичного потоку й підвищенням культури споживання. Одеса, як морська туристична столиця України, посідає провідне місце за кількістю кав'ярень, кафе-кондитерських та кавових барів на душу населення – понад 340 об'єктів громадського харчування з кондитерською складовою (станом на 2024 рік).

Сучасні кафе-кондитерські в Одесі конкурують не лише асортиментом, а й дизайном інтер'єру, зручністю розташування, якістю сервісу, атмосферою та формуванням брендової історії.

Одеса як туристичний центр формує особливий попит на кафе з концептуальним дизайном, фотогенічним меню та лімітованими сезонними позиціями. За результатами опитування серед мешканців та туристів (2023 р., n = 800), 64 % респондентів обирають кафе-кондитерську не за асортиментом, а за атмосферою та візуальною айдентикою [3]. Зазначене підтверджує, що сучасне кафе є не лише точкою продажу, а соціальним простором, частиною культурного коду міста.

Таким чином, ринок кафе-кондитерських в Одесі перебуває у фазі якісного зростання, з орієнтацією на європейські стандарти гастрономічного сервісу, цифрову взаємодію зі споживачем та естетику досвіду. Подальші підрозділи розкриють порівняльний аналіз асортиментної політики та позиціонування провідних закладів міста.

Ринок кафе-кондитерських м. Одеса характеризується високим рівнем насиченості, різноманітністю форматів обслуговування та динамічною зміною споживчих уподобань. За даними аналітичного звіту компанії Pro-Consulting [4], частка кафе-кондитерських у структурі закладів громадського харчування Одеси станом на 2024 рік становить близько 18 %, що свідчить про високий попит на десертну продукцію та кавові напої. У цьому сегменті змагаються як локальні бренди, так і всеукраїнські мережі, орієнтовані на різні цінові категорії споживачів.

Для системного дослідження конкурентного середовища було обрано три репрезентативні приклади кафе-кондитерських Одеси: «Merry Berry», «Львівська майстерня шоколаду» та «Чизкейк & Макарон». Вони репрезентують три різні бізнес-моделі – франчайзингову мережу, тематичну кондитерську з власним виробництвом та нішевий авторський формат, орієнтований на індивідуальність і трендові десерти (табл.1).

Згідно з табл. 1, «Merry Berry» вирізняється масовістю і стандартизованістю сервісу, що дозволяє утримувати сталу клієнтську базу завдяки розгалуженій мережі та стабільній якості. У свою чергу, «Львівська майстерня шоколаду» позиціонує себе як преміальний бренд, що поєднує гастрономічну культуру Львова з атмосферою тепла і традиції ручного виробництва. Її продукція відзначається високою якістю какао-бобів і широким асортиментом шоколадних виробів ручної роботи.

Таблиця 1. Порівняльна характеристика основних показників діяльності кафе-кондитерських м. Одеса

Показник	Merry Berry	Львівська майстерня шоколаду	Чизкейк & Макарон
Рік заснування мережі / відкриття в Одесі	2009 / 2015	2008 / 2016	2020
Формат діяльності	Кав'ярня-кондитерська мережевого типу	Кондитерська з власним виробництвом шоколаду	Авторська кондитерська, Instagram-бренд
Основний асортимент	Кавові напої, десерти, легкі закуски	Шоколад, трюфелі, десерти, какао, кава	Чизкейки, макарони, еклери, торти
Цінова категорія (грн)	90-220	120-300	150-350
Середній чек (грн)	180	250	270
Цільова аудиторія	Молодь, офісні працівники, туристи	Туристи, сімейні пари, солідні клієнти	Міленіали, food-блогери, гурмани
Ключова конкурентна перевага	Зручне розташування, впізнаваність бренду	Атмосфера «шоколадної казки», ручна робота	Ексклюзивність, естетика, візуальний контент
Кількість закладів в Одесі (2024)	6	3	1

Джерело: складно автором роботи самостійно

Формат «Чизкейк & Макарон» репрезентує нове покоління міських кафе – вузькоспеціалізованих, орієнтованих на унікальність асортименту та соціальні мережі як головний канал комунікації з аудиторією.

Серед основних факторів конкурентоспроможності кафе-кондитерських можна виокремити: якість і різноманітність асортименту, рівень сервісу, локацію, інтер'єр, маркетингову стратегію та імідж бренду. Наприклад, «Merry Berry» активно використовує програму лояльності та мобільний додаток, що відповідає сучасним тенденціям digital-маркетингу в сфері HoReCa [5]. «Львівська майстерня шоколаду» робить ставку на емоційний маркетинг – створення враження «частинки Львова» у кожній філії. Натомість «Чизкейк & Макарон» будує комунікацію навколо візуальної естетики десертів, активно залучаючи Instagram-аудиторію через блогерів і сторітелінг.

Отже, структура ринку кафе-кондитерських Одеси демонструє чітке розшарування між масовим сегментом, який представляє «Merry Berry», середнім преміум-сегментом, де домінує «Львівська майстерня шоколаду», та

нішевим форматом, репрезентованим «Чизкейк & Макарон». Така диверсифікація створює можливості для розвитку нових форматів – наприклад, smart-кондитерських із локальним виробництвом, інтегрованим у коворкінги чи туристичні простори. Ринок поступово переходить від кількісного росту до якісної диференціації, що є свідченням його зрілості та структурної стабільності.

Таблиця 2. SWOT-аналіз конкурентних позицій кафе-кондитерських Одеси

Компанія	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Merry Berry	Впізнаваний бренд, розгалужена мережа, стабільна якість	Стандартний асортимент, обмежена індивідуальність	Розвиток франчайзингу, розширення digital-присутності	Насичення ринку кав'ярень, зниження лояльності
Львівська майстерня шоколаду	Преміум-якість, унікальний шоколад, автентичний дизайн	Високі ціни, обмежена кількість локацій	Туристичні колаборації, експансія на південь України	Зміна туристичних потоків, сезонність попиту
Чизкейк & Макарон	Оригінальні десерти, сильна візуальна ідентичність	Вузький асортимент, невеликий масштаб	Розвиток e-commerce, доставка через Glovo, Bolt Food	Конкуренція з більшими мережами, копіювання ідей

Джерело: складно автором роботи самостійно

Сегмент кафе-кондитерських у м. Одеса демонструє стійке зростання і високу динамічність, що зумовлено комплексом економічних, соціальних і культурних факторів. За останні роки спостерігається явне зміщення акценту від суто гастрономічних аспектів до комплексного споживчого досвіду, що включає атмосферу закладу, дизайн інтер'єру, емоційний маркетинг та інтеграцію digital-інструментів. Як показує дослідження Euromonitor International [6], у 2024 році понад 70 % клієнтів обирають кафе не лише за якістю десертів, а за можливістю зробити фотографії для соціальних мереж та отримати «унікальний досвід», що є ключовим драйвером розвитку нішевих форматів.

Зокрема, Merry Berry зберігає стабільність завдяки стандартизації процесів, розгалуженій мережі та впровадженню digital-маркетингу, включаючи програми лояльності, онлайн-замовлення та мобільний додаток.

Однак масовий сегмент все більше піддається тиску з боку нішевих брендів, що пропонують індивідуалізацію продукту та емоційну прив'язку до бренду. Львівська майстерня шоколаду адаптує свої продукти під потреби локального ринку Одеси, одночасно зберігаючи преміальний характер, що підтверджується високою середньою ціною десертів та стабільним потоком туристів. Чизкейк & Макарон демонструє стратегічну орієнтацію на digital-аудиторію, Instagram-тренди та e-commerce, що дозволяє бренду активно розширювати впізнаваність без значних капітальних витрат на фізичну мережу.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що ринок кафе-кондитерських Одеси перебуває на етапі якісної трансформації, де критеріями успіху стають не лише асортимент та ціна, а комплексна взаємодія з клієнтом через цифрові платформи, унікальну атмосферу та емоційну цінність продукту. Тренд на персоналізацію і digital-комунікації посилює конкурентну диференціацію: масові мережі конкурують за швидкість та стабільність, преміум-бізнес – за ексклюзивність та досвід, а нішеві бренди – за естетику та viral potential.

Список використаних джерел:

1. Kantar Ukraine: офіційний сайт. URL: <https://www.kantar.com/ua> (дата звернення: 14.04.2026).
2. NielsenIQ: офіційний сайт. URL: <https://nielseniq.com/global/ru/> (дата звернення: 14.04.2026).
3. Research Group «Odessa Food Scene». Customer Preferences Report 2023. URL: <https://odessastat.city/> (дата звернення: 14.04.2026).
4. Pro-Consulting. Аналітичний огляд ринку кав'ярень України, 2024. URL: <https://pro-consulting.ua> (дата звернення: 14.04.2026).
5. Deloitte Ukraine. Digital Transformation in HoReCa Sector. Report. 2024. URL: <https://www.deloitte.com/ua/en/what-we-do/capabilities/deloitte-future-of-ukraine.html> (дата звернення: 14.04.2026).
6. Euromonitor International. Confectionery and Café Trends. Global Market Overview. Euromonitor International. 2023. URL: <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=19.+Euromonitor+International.+Confectionery+and+Caf%C3%A9+Trends.+Global+Market+Overview.+Euromonitor+International.+2023.&ie=UTF-8&oe=UTF-8> (дата звернення: 14.04.2026).