

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-47>

УДК 338.46:641

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ ШВИДКОГО ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ УКРАЇНИ

FAST FOOD SERVICES MARKET RESEARCH

Черкес Роман Богданович

кандидат економічних наук, доцент кафедри,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4557-027X>

Косар Наталія Степанівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0180-2630>

Бей Христина Романівна

студентка,
Національний університет «Львівська Політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9706-2447>

Cherkes Roman, Kosar Natalia, Bei Khrystyna
Lviv Polytechnic National University

Індустрія харчування посідає вагомий роль у житті кожної людини, змінюючись в залежності від вимог споживачів, доступності продуктів та змін у культурних звичках. Варто відзначити, що найбільш популярним та затребуваним на сьогодні є ринок послуг швидкого харчування. Заклади швидкого харчування приваблюють людей швидкістю, доступністю та різноманітністю меню. Було досліджено ринок послуг швидкого громадського харчування України з використанням вторинної маркетингової інформації. Результати зібраної первинної маркетингової інформації засвідчили, що впровадження інноваційних концепцій на ньому та розширення меню дозволять задовольнити різноманітні смаки та вподобання клієнтів, а отже, вони покращать імідж закладу та привернуть увагу клієнтів. Мова йде про поповнення пропонованого закладами швидкого харчування асортименту страв новими альтернативами на рослинній основі.

Ключові слова: ринок послуг швидкого громадського харчування, товарний асортимент, ресторани МакДональдз, уподобання споживачів, страви на рослинній основі.

Today, there is a growing demand for quick and convenient food options among consumers due to their lack of free time. Fast catering is becoming not only a choice of living conditions but also one of the main alternatives to traditional restaurants and cafes. Analysis of secondary marketing information also indicates that consumers pay special attention to the quality of products and speed of service in food establishments. Companies that are able to provide high-quality meals while maintaining the efficiency of the service process have a better chance of success in this market. The key influencing factors on consumers when choosing public catering establishments were identified, such as affordability, variety of menus, and attention to the dietary needs of customers. Companies that can effectively consider these aspects can successfully adapt their strategy to the changing needs of consumers and the competitive environment. Research on the fast food service market indicates a high level of competition and constant changes in consumer preferences. McDonald's is a key player in this market and has successfully adapted to changing conditions, providing a wide selection of dishes and focusing on product quality. In Ukraine, the main competitor for McDonald's restaurants in the fast food segment is KFC restaurants. Today, successful campaigns that use innovative approaches and promote the formation of a positive image play an important role in attracting and retaining customers. The results of the collected primary marketing information proved that the introduction of innovative concepts and the expansion of the menu will allow satisfying various tastes and preferences of customers in the market of fast food services, and therefore will improve the image of establishments that offer them and attract the attention of customers. We are talking about replenishing the range of dishes offered by fast food establishments with new plant-based alternatives. Their list is determined based on the collection of primary marketing information through consumer surveys. Prospects for further research are related to the identification of possible risks that the field of fast catering will face in the post-war period.

Keywords: market of fast catering services, product range, McDonald's restaurants, consumer preferences, plant-based dishes.



Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. На сучасному етапі розвитку економіки під впливом несприятливих політичних умов, постійних змін у поведінці та вподобаннях споживачів кожне підприємство має визначити основні напрями свого подальшого розвитку та діяльності. Не є винятком і заклади швидкого громадського харчування.

Ринок послуг швидкого громадського харчування в Україні залежний від кількох факторів: зміна у споживацьких звичках, розвиток індустрії та технологій, зручність та доступність закладів, рівень доходів споживачів, культура споживання їжі. На даний ринок суттєво вплинула пандемія коронавірусу та умови воєнного стану, тому підприємства повинні постійно адаптувати свою діяльність до тих змін, які відбуваються на ньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вагомий вклад у дослідження, які присвячені тенденціям розвитку ринку послуг громадського харчування України та особливостям маркетингової діяльності компаній, які на ньому діють, внесли багато науковців. Зайченко К. С., Шацков В. В. провели аналіз основних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні за 2012–2016 рр. та визначили найбільш ефективні напрямки функціонування закладів у цій сфері [3]. Гросул В. А., Іванова Т.П. досліджували сучасний стан розвитку сфери ресторанного господарства України та Харківського регіону за 2010–2015 рр., проаналізували динаміку розвитку роздрібно-товарообороту у цій сфері, оцінили тенденції зміни кількості закладів підприємств ресторанного господарства та залучення інвестицій у сферу ресторанного бізнесу [2]. Мороз О. В., Герасимчук В. В. досліджували споживчі переваги для зниження підприємницького ризику в процесі здійснення підприємницької діяльності у галузі громадського харчування [9]. Гірняк Л. І., Глагола В. А. проаналізували стан розвитку сфери ресторанного господарства в Україні у 2013–2017 рр., динаміку зміни обсягу реалізації продукції та послуг у цій сфері, визначили перспективи її розвитку [1]. Шамара І. М., Семенов М. А. досліджували особливості ресторанного бізнесу України в умовах глобалізації [10]. Проведений аналіз наукових публікацій свідчить, що у них відсутні дослідження особливостей функціонування ринку послуг громадського харчування в умовах воєнного стану та упо-

добань споживачів щодо зміни в асортименті пропонованих ними страв.

Формулювання цілі статті. Дослідження ринку громадського харчування має на меті здійснити аналіз сучасного стану ринку послуг громадського харчування в Україні в умовах війни, появи нових уподобань споживачів на ньому.

Вклад основного матеріалу дослідження. Ринок послуг швидкого харчування характеризується значною місткістю, на ньому діють тисячі мереж та незалежних закладів по всьому світу. Зростання попиту на послуги швидкого харчування зумовлене зменшенням часу, який люди готові витратити на приготування та прийом їжі. Мережі швидкого харчування впроваджують інноваційні концепції та розширюють меню, щоб задовольнити різноманітні смаки та вподобання клієнтів. Проте вони мають свої особливості в різних регіонах світу через культурні відмінності та локальні уподобання клієнтів.

Ринок послуг швидкого громадського харчування в Україні характеризується зростанням кількості закладів, різноманітністю форматів та інноваційних підходів у діяльності підприємств. Це підтверджується тим, що кількість реєстрацій ФОП та ТОВ з ресторанными кведами збільшується, зокрема у 2019 р. відбулося 5430 реєстрацій, у 2021 р. – 12699 реєстрацій, у 2022 р. – 8059 реєстрацій, у 2023 р. – 13721 реєстрацій [6].

Ринок послуг швидкого харчування є висококонкурентним. Фаст-фуд стає зручним і швидким варіантом харчування. На ринку присутні багато компаній, які пропонують свої унікальні страви, розробляють спеціальні пропозиції, акції, пристосовуються до всіх змін харчових звичок споживачів для того аби привернути увагу якомога більше клієнтів. При цьому термін окупності мережевих закладів швидкого харчування є коротшим порівняно з окремими ресторанами завдяки великій кількості клієнтів і ефективності обслуговування [4].

Індустрія ресторанів швидкого обслуговування у США є однією з найрозвиненіших у світі. Згідно статистики 36,6% або 84,4 млн. дорослих у даній країні щодня їдять фаст-фуд. У 2023 р. середня оцінка ACSI для ресторанів швидкого обслуговування в США становила 78 зі 100. McDonald's отримав оцінку 69, що означало, що задоволеність споживачів була на дев'ять пунктів нижчою за середній показник по галузі. Незважаючи на приголомшливу

оцінку компанії за ACSI, McDonald's мав найвищий показник лояльності споживачів серед провідних QRS у США станом на перший квартал 2022 р. [13].

Найбільшою у світі мережею закладів швидкого харчування є американська корпорація МакДональдз. До її складу входить понад 40 тис. закладів, що розташовані у більш ніж 120 країнах. Щоденно відвідувачами її ресторанів є понад 70 млн. осіб. При цьому 15% всіх ресторанів знаходиться у власності самої корпорації, а 85% – у власності франчайзингових партнерів даної компанії [5]. Україна була 102-й країною, де почала розвиватися мережа МакДональдз. Так 24 травня 1997 р. відкрився перший МакДональдз в м. Києві, згодом і в інших містах. Проте дана мережа швидкого харчування стрімко набрала обертів і вже на сьогодні в Україні відкрито більше 100 закладів харчування МакДональдз. На рис. 1 наведена інформація щодо зростання кількості закладів МакДональдз в Україні. Проте війна суттєво вплинула на динаміку зростання кількості ресторанів швидкого харчування МакДональдз у 2022 р. У 2023 р. ця тенденція відновилася.

Компанія «МакДональдз Юкрейн ЛТД» є одним із найбільших іноземних інвесторів в

Україні. МакДональдз розробив єдині стандарти, які діють в усіх ресторанах компанії в будь-якій країні світу щодо приготування страв, технології, обладнання, маркетингових стратегій, програм підготовки персоналу, організації обслуговування, методики вибору місця розташування закладів і системи поставок.

Цільова аудиторія МакДональдз в Україні складається з різних груп споживачів, мережа швидкого харчування намагається привертати різні категорії клієнтів. Основною цільовою аудиторією МакДональдз є сім'ї з дітьми, студенти та інша молодь. Основний цільовий ринок ресторанів МакДональдз складається з груп осіб із середнім доходом.

Вперше МакДональдз зіткнувся з закриттям своїх закладів в Україні через війну ще у 2014 р. Закрилися заклади на окупованих територіях у м. Донецьку, м. Луганську та у Криму [7]. Вдруге, після 24 лютого 2022 р., з початком повномасштабного російського вторгнення, компанія МакДональдз закрила всі ресторани в Україні. Вона пояснила це міркуваннями безпеки та не поспішала відкривати заклади. Проте компанія МакДональдз продовжувала в повному обсязі виплачувати зарплату, забезпечила співробітників медич-

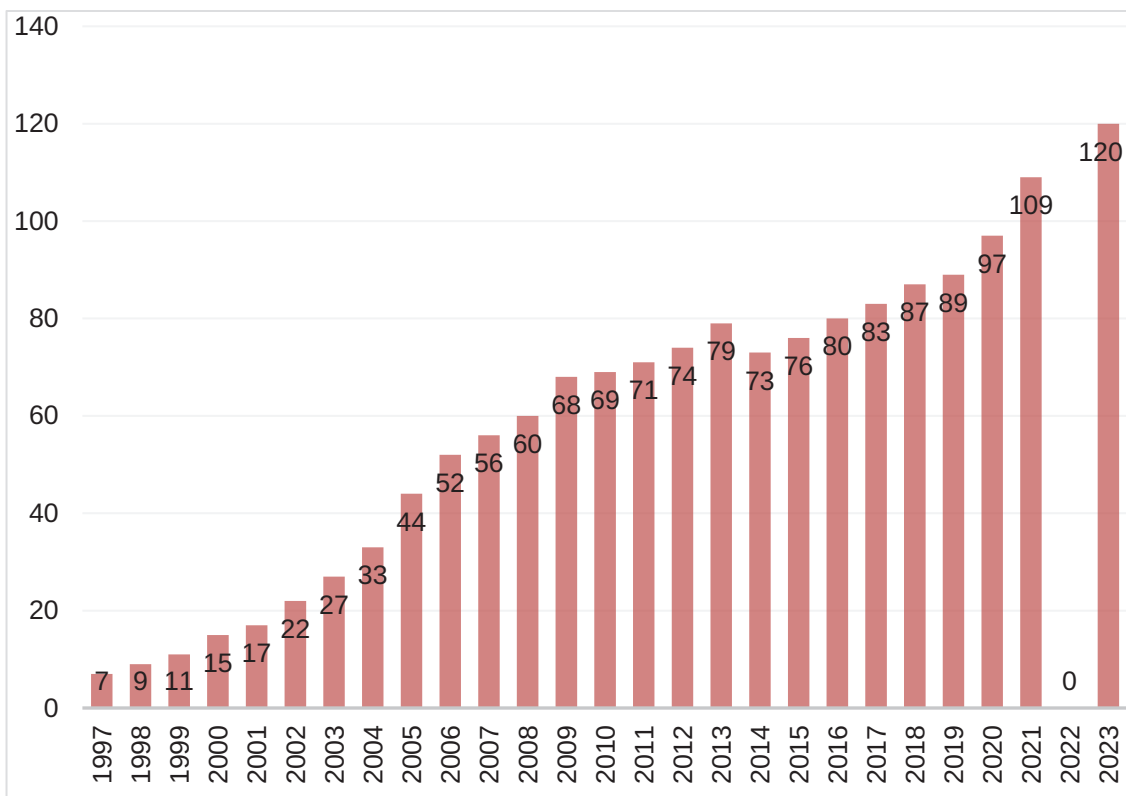


Рис. 1. Кількість діючих ресторанів МакДональдз в Україні на кінець року

Джерело: складено на основі [8; 11]

ним страхуванням, а також створила фонд допомоги працівникам, пораненим внаслідок обстрілів. У 2022 р. компанія МакДональдз в Україні зафіксувала чистий збиток у розмірі 2,042 млрд. грн. [12].

Внаслідок війни в Україні у компанії МакДональдз постраждало дев'ять ресторанів у різній мірі. Проте з вересня 2022 р. вона поступово почала відновлювати роботу своїх ресторанів і станом на сьогодні у ній працює більше 70% закладів [7].

На ринку послуг швидкого громадського харчування існує багато конкурентів, і кожен з них має свої унікальні особливості та стратегії для залучення та утримання клієнтів. В Україні головним конкурентом для ресторанів МакДональдз в сегменті швидкого харчування є KFC (Kentucky Fried Chicken). Обидва бренди

мають глобальну присутність, але в окремих регіонах один може бути популярнішим за інший. Компанії МакДональдз та KFC реагують на сучасні тренди у харчовій індустрії. Також бренди активно впроваджують інновації в меню та обслуговування клієнтів. Проте, на ринку послуг швидкого громадського харчування постійно з'являються нові компанії, які пропонують свої унікальні продукти та використовують новітні концепції, конкуруючи за увагу від клієнтів.

Асортимент МакДональдз в Україні оновлюється регулярно, мережа вносить зміни до свого меню, додаючи нові страви, змінюючи продукти та видаляючи непопулярні пропозиції. Оновлення асортименту може бути сезонним, пов'язаним із святами чи подіями, а також відбуватися відповідно до змін сма-

Таблиця 1

Основні результати дослідження ринку послуг швидкого громадського харчування (на прикладі ресторанів «МакДональдз»)

Напрями опитування	Результати
Відвідуваність ресторанів МакДональдз	89,7% відвідують МакДональдз, а 10,3% – ні.
Частота відвідуваності ресторанів	55,3% опитаних відвідують ресторани МакДональдз 1–3 рази в місяць і лише 7,9% відвідують кожен день.
Важливість критеріїв при відвідуванні ресторанів МакДональдз для споживачів	Для споживачів МакДональдз найважливішим критерієм є швидкість та якість страв, що становить 30% та 26% відповідно, а менш важливими факторами є упакування – 20%, асортимент – 16% та ціна – 8%.
Необхідність оновлення меню ресторанів за рахунок більш корисної їжі	У меню ресторанів МакДональдз можна додати більше корисної їжі, так вважає 51,4%, а 48,6% – ні.
Актуальність вегетаріанських та веганських страв в МакДональдз	60,5% хотіли б бачити в асортименті МакДональдз вегетаріанські та веганські страви, а 39,5% – ні.
Частота замовлень десертів в МакДональдз.	57,9% замовляють десерти рідко, 23,7% – часто і 18,4% – ніколи не замовляють.
Частота замовлень сезонних новинок в МакДональдз	10,5% завжди купують сезонні новинки, 23,7% ніколи не купують та 65,8% купують рідко.
Варіанти новинок, які б хотіли споживачі в ресторані швидкого харчування	ВеганРоялБургер; тістечко; бургер з креветками фрі; корисна їжа; мега сирний бургер; супер-гострий бургер; макфлурі зі смаком маракуї; нові десерти та повернення сніданків; безлімітна кількість напоїв; більша різноманітність бургерів з куркою; макфлурі банан або кокос; новинка у вигляді страви для веганів/вегетаріанців; салат; азіатські бургери з рибкою; курячі крильця у вигляді бакетів та меню; сніданки та основні страви без м'яса; веганські десерти; розширення меню з корисною їжею для дітей; українські бургери з додаванням національного; бургер з рослинною котлетою; повноцінні легкі сніданки; бургер з сиром; бургер з веганською котлетою, веганські десерти; більше страв без м'яса (особливо актуальні в часи посту); салат з рибкою; веган бургер.

Джерело: розробка авторів

кових уподобань та споживчих тенденцій. Ресторани МакДональдз прагнуть підтримувати своє меню актуальним і цікавим для споживачів і тому оновлення може відбуватися декілька разів на рік.

Для визначення споживчих переваг щодо оновлення меню ресторанів закладів швидкого харчування у мережі Інтернет було проведено маркетингове дослідження шляхом опитування, у якому прийняло участь 339 осіб. Його основні результати подано у табл. 1.

Отже, враховуючи результати дослідження, можна побачити, що багато опитаних респондентів хотіли б побачити в ресторанах швидкого харчування більше корисної їжі, страв без м'яса, веганські страви. Але оскільки розширення товарного асортименту ресторанів МакДональдз може реалізуватися лише у закладах компанії на міжнародному рівні, то отримані результати дослідження можуть бути використані вітчизняними закладами, що пропонують послуги швидкого громадського харчування для поповнення пропонованого ними асортименту страв новими альтернативами на рослинній основі.

Висновки. Сьогодні спостерігається зростання попиту на швидкі та зручні варіанти харчування серед споживачів. Швидке громадське харчування стає не тільки вибором умови життя, а й однією з основних альтернатив традиційним ресторанам та кафе. Дослі-

дження також вказує на те, що споживачі приділяють особливу увагу якості продуктів та швидкості обслуговування у закладах харчування. Компанії, які здатні забезпечити високу якість страв, при цьому зберігаючи ефективність процесу обслуговування, мають більше шансів на успіх на цьому ринку.

Дослідження ринку послуг швидкого громадського харчування вказує на високий рівень конкуренції та постійні зміни в уподобаннях споживачів. McDonald's є ключовим гравцем на цьому ринку і успішно адаптується до змінних умов, забезпечуючи широкий вибір страв та акцентуючи увагу на якості продуктів.

Сьогодні успішні кампанії, що використовують інноваційні підходи та сприяють формуванню свого позитивного іміджу, відіграють важливу роль у залученні та утриманні клієнтів. Результати зібраної первинної маркетингової інформації засвідчили, що впровадження інноваційних концепцій та розширення меню дозволять задовольнити різноманітні смаки та вподобання клієнтів, а отже, покращать імідж та привернуть увагу клієнтів. Мова йде про поповнення пропонованого закладами швидкого харчування асортименту страв новими альтернативами на рослинній основі. Перспективи подальших досліджень пов'язані із визначенням можливих ризиків, з якими буде стикатися сфера швидкого громадського харчування у післявоєнний період.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гірняк Л. І., Глагола В. А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 16. С. 71–78. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2018/16_2018_ukr/13.pdf (дата звернення: 22.02.2024).
2. Гросул В. А., Іванова Т. П. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2017. № 1 (49). Т. 1. С. 143–149.
3. Зайченко К. С., Шацков В.В. Аналіз основних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу України. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2018. № 3 (5). С. 20–27.
4. Кафе швидкого харчування як бізнес. Продаж Фаст-фуду URL: http://melnicabiz.com.ua/ideas_new2/224_ (дата звернення: 02.03.2024).
5. Історія величної мережі МакДональдз. URL: <https://franchise-capital.com/blog/> (дата звернення: 23.11.2023).
6. Як змінився ресторанний ринок України у 2023 році? URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2869/> (дата звернення: 02.03.2024).
7. МакДональдс в Україні: історія відкриття та цікаві факти. URL: <https://kashtan.media/mcdonalds/> (дата звернення: 15.11.2023).
8. Макдональдс Україна. URL: <http://shareuapotential.com/Emitents/mcdonalds.html> (дата звернення: 15.11.2023).
9. Мороз О.В., Герасимчук В.В. Маркетингова оцінка закладів громадського харчування. *Інфраструктура ринку*. 2020. Випуск 43. С. 217–222. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct43-39> (дата звернення: 22.02.2024).

10. Шамара І.М., Семенов М. А. Тенденції розвитку ресторанного господарства України в умовах глобалізації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2018. Вип. 8. С. 204–210. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2018_8_26. (дата звернення: 02.03.2024).
11. McDonald's в Україні. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 15.11.2023).
12. McDonald's отримав понад 2 млрд грн збитку в Україні за 2022 рік URL: <https://www.ucsc.org.ua/> (дата звернення: 15.11.2023).
13. Fast food restaurants in the U.S. – statistics & facts URL: <https://www.statista.com/> (дата звернення: 02.03.2024).

REFERENCES:

1. Hirnyak L. I., Hlagola V. A. (2018) Suchasnyi stan, perspektyvy ta tendentsii rozvytku restorannoho hospodarstva v Ukraini [The current state, prospects and trends in the development of the restaurant industry in Ukraine] *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, vol 16, pp. 71–78 Available at: http://market-infr.od.ua/journals/2018/16_2018_ukr/13.pdf (accessed February 22, 2024). (in Ukrainian)
2. Hrosul V. A., Ivanova T. P. (2017) Tendentsii suchasnoho rozvytku pidpriemstv restorannoho hospodarstva v Ukraini ta Kharkivskii oblasti [Trends of modern development of restaurant enterprises in Ukraine and Kharkiv region]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriiia "Ekonomika". Scientific Bulletin of Uzhhorod University "Economy" series*, no. 1 (49), vol. 1, pp. 143–149. (in Ukrainian)
3. Zaichenko K. S., Shatskov V. V. (2018) Analiz osnovnykh tendentsii rozvytku restorannoho biznesu Ukrainy [Analysis of the main trends in the development of the restaurant business of Ukraine]. *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu. Economic Journal of Odessa Polytechnic University*, no. 3 (5), pp. 20–27. (in Ukrainian)
4. Kafe shvydkoho kharchuvannia yak biznes. Prodazh Fast-fudu [Fast food cafe as a business. Sale of fast food]. Available at: http://melnicabiz.com.ua/ideas_new2/224_ (accessed March 03, 2024).
5. Istoriiia velychoi merezhi MakDonaldz [History of the great chain McDonald's]. Available at: <https://franchise-capital.com/blog/> (accessed November 23, 2023).
6. Yak zminyvsia restoranni rynek Ukrainy u 2023 rotsi? [How has the restaurant market of Ukraine changed in 2023?]. Available at: <https://visitukraine.today/uk/blog/2869/> (accessed March 03, 2024).
7. MakDonalds v Ukraini: istoriia vidkryttia ta tsikavi fakty [McDonald's in Ukraine: history of opening and interesting facts]. Available at: <https://kashtan.media/mcdonalds/> (accessed November 15, 2023).
8. Makdonalds Ukraina [McDonald's Ukraine]. Available at: <http://shareupotential.com/Emitents/html> (accessed November 15, 2023).
9. Moroz O.V., Herasimchuk V.V. (2020) Marketynhova otsinka zakladiv hromadskoho kharchuvannia [Marketing assessment of catering establishments]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, vol. 43, pp. 217–222. Available at: <https://doi.org/10.32843/infrastruct43-39> (accessed February 22, 2024) (in Ukrainian)
10. Shamara I.M., Semenov M.A. (2018) Tendencies rozvytku restorannoho hospodarstva Ukrainy v umovakh hlobalizatsii [Trends in the Development of the Restaurant Industry in Ukraine in the Conditions of Globalization]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turystyka – Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. vol. 8. pp. 204–210. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2018_8_26. (accessed March 03, 2024). (in Ukrainian)
11. McDonald's v Ukraini [McDonald's in Ukraine]. Available at: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/> (accessed November 15, 2023).
12. McDonald's otry mav ponad 2 mlrd hrn zbytku v Ukraini za 2022 rik [McDonald's received more than UAH 2 billion in losses in Ukraine for 2022]. Available at: <https://www.ucsc.org.ua/> (accessed November 15, 2023).
13. Fast food restaurants in the U.S. – statistics & facts Available at: <https://www.statista.com/> (accessed March 03, 2024).