

**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО ФАСТ ФУДУ
(НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЛЬВІВ)**

спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»»

освітня програма «Готельно-ресторанна справа

Виконав: здобувач вищої освіти
Групи ГРСз 41
Волчук Крістіна Олександрівна

(підпис)

Керівник:
д.е.н., професор
Матвійчук Людмила Юріївна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 20__ р.
К.г.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Громик Оксана Миколаївна

(підпис)

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма: «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Волчук Крістіні Олександрівні

1. Тема кваліфікаційної роботи «Організація діяльності ринку українського фаст фуду (на прикладі міста Львів)»
Керівник роботи: *Матвійчук Людмила Юріївна, д.е.н., професор*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «27» грудня 2022 р. № 966/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до 01.06.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи *нормативні документи діяльності ресторанних мереж швидкого харчування в Україні, світові та національні стандарти ресторанної індустрії, література за темою роботи, періодичні видання, Інтернет-ресурси, статистичні дані розвитку ресторанного господарства Львова.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
ВСТУП.
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади розвитку ринку українського фаст фуду.
РОЗДІЛ 2. Аналіз та оцінка діяльності ринку українського фаст фуду
РОЗДІЛ 3. Напрями підвищення розвитку ринку українського фаст фуду
ВИСНОВКИ
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічне відображення динаміки розвитку ресторанних закладів України в часовому розрізі

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади розвитку ринку українського фаст фуду	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
РОЗДІЛ 2. Аналіз та оцінка діяльності ринку українського фаст фуду	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
РОЗДІЛ 3. Напрями підвищення розвитку ринку українського фаст фуду	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
Висновки	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		

7. Дата видачі завдання 15.09.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 15.09.2022	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 27.12.2022	
3	Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ресторанних мереж	до 10.01.2022	
4	Розділ 2. Аналіз та оцінка діяльності ринку українського фаст фуду	до 15.02.2023	
5	Розділ 3. Напрями підвищення розвитку ринку українського фаст фуду	до 15.03.2023	
6	Висновки	до 22.04.2023	
7	Формування списку використаних джерел	до 29.04.2023	
8	Формування додатків	до 12.05.2023	
9	Оформлення ілюстративного матеріалу	до 15.05.2023	
10	Нормоконтроль	до 24.05.2023	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 26.05.2023	
12	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2023	

Здобувач вищої освіти

_____ (Волчук К.О.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (Матвійчук Л.Ю.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Волчук К.О. «Організація діяльності ринку українського фаст фуду (на прикладі міста Львів)». Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2023.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

У роботі досліджено розвиток львівського фаст-фуду, який є частиною розвитку культури харчування міста, та орієнтований на задоволення потреб споживачів. Львів став популярним містом для відвідувачів та туристів з усього світу завдяки своїй гастрономічній культурі, в тому числі й фаст-фуду. Український фаст-фуд у Львові є не тільки швидким та зручним варіантом харчування, але й можливістю спробувати аутентичну українську кухню в сучасному виконанні. Багато з ресторанів використовують місцеві інгредієнти та рецепти, що додає стравам особливого смаку.

Запропоновано можливі інноваційні форми розвитку ринку українського фаст фуду, від стилю змішаних форматів світової гастрономії з адаптацією звичних для конкретного регіону страв до шоу-процесу віртуозного формування фірмової страви на великій температурній поверхні на очах у гостей закладу. Систематизовано інноваційні ідеї організації ринку українського фаст фуду, до яких віднесено: використання технологій замовлення та доставки їжі; формування мережі бесконтактних автоматів зі свіжою їжею; впровадження концепції «здорового» фаст фуду; використання екоматеріалів для упаковки тощо.

Ключові слова: заклади швидкого харчування, ринок послуг, український фаст фуд , ресторанне господарство.

ANNOTATION

Volchuk K.O. «Organization of the activity of the Ukrainian fast food market (on the example of the city of Lviv)». Manuscript.

Bachelor's qualification work of OP «Hotel and restaurant business» specialty 241 «Hotel and restaurant business». Lutsk National Technical University, Lutsk, 2023.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of used sources.

The work examines the development of Lviv fast food, which is part of the development of the city's food culture, and is aimed at meeting the needs of consumers. Lviv has become a popular city for visitors and tourists from all over the world thanks to its gastronomic culture, including fast food. Ukrainian fast food in Lviv is not only a quick and convenient meal option, but also an opportunity to try authentic Ukrainian cuisine in a modern version. Many of the restaurants use local ingredients and recipes, which adds a special taste to the dishes.

Possible innovative forms of development of the Ukrainian fast food market are proposed, from the style of mixed formats of world gastronomy with the adaptation of dishes familiar to a specific region to the show-process of virtuosic formation of a specialty dish on a large temperature surface in front of the guests of the establishment. Innovative ideas for the organization of the Ukrainian fast food market are systematized, which include: the use of food ordering and delivery technologies; formation of a network of contactless vending machines with fresh food; introduction of the concept of «healthy» fast food; use of eco-materials for packaging, etc.

Keywords: fast food establishments, service market, Ukrainian fast food, restaurant business.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО ФАСТ ФУДУ	10
1.1. Зміст та значення українського фаст фуду в розвитку ринку ресторанних послуг	10
1.2. Особливості функціонування ринку українського фаст фуду	14
1.3. Міжнародний досвід діяльності ринку фаст фуду	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО ФАСТ ФУДУ	24
2.1. Методичні підходи дослідження діяльності ринку українського фаст фуду	24
2.2. Аналіз розвитку ринку українського фаст фуду	27
2.3. Розвиток ринку фаст фуду у місті Львів	32
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО ФАСТ ФУДУ	39
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. Організація діяльності ринку українського фаст фуду є дуже актуальною темою в сучасних умовах. Фаст-фуд є популярним вибором серед споживачів, особливо серед молоді та людей, що живуть в швидкому темпі. За даними статистики, ринок фаст-фуду в Україні постійно зростає, що свідчить про те, що цей сегмент ринку має великий потенціал для розвитку. Одним з факторів, що сприяє розвитку фаст-фуду в Україні, є зростання рівня життя населення та зміна життєвого стилю. За останні кілька років українці стали більш активними та мобільними, тому для них важливо мати доступну та швидку харчову альтернативу. Крім того, в Україні з'явилася значна кількість молодих людей, які швидко розвивають свої бізнеси та потребують швидкого та зручного способу харчування. Ще одним фактором, що впливає на розвиток ринку фаст-фуду в Україні, є постійний розвиток технологій та зростання популярності онлайн-сервісів. Багато фаст-фуд-ланцюгів в Україні вже пропонують свої послуги через мобільні додатки та онлайн-замовлення, що забезпечує зручність та швидкість обслуговування для клієнтів. Однак, разом з розвитком ринку фаст-фуду в Україні, постає також декілька викликів, таких як конкуренція та зміна смакових уподобань клієнтів. Щоб успішно діяти на ринку, фаст-фуд-ланцюги повинні зайняти конкурентну позицію та забезпечувати якість продукту та обслуговування. Також важливо бути відкритим до змін та пристосуватися до змін у смакових уподобаннях клієнтів та ринкових тенденціях.

Для успішного розвитку ринку фаст-фуду в Україні важливо впроваджувати організаційні технології управління, такі як ефективне управління запасами, оптимізація процесів приготування та обслуговування, а також використання інформаційних технологій для автоматизації бізнес-процесів. Висвітлене формує актуальність дослідження.

Стан вивченості проблеми. Актуальність питань розвитку гастрономічного ринку підтверджується зростанням кількості наукових

публікацій. Питаннями організаційних технологій управління готелем, стратегічного планування готельних підприємств присвячені роботи: О. Домінська, Л. Завідна, І. Мазуркевич, О. Ончаренко С. Сидорук та інші. Незважаючи на значну кількість напрацювань, досліджень потребують питання організаційних технологій управління готельними господарствами в сучасних умовах.

Метою роботи є пошук перспективних напрямів розвитку ринку українського фаст фуду на основі ґрунтовного теоретичного методичного та практичного вивчення проблеми та обґрунтування пропозицій.

Об'єктом дослідження є процес розвитку ринку українського фаст фуду в містах України.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти розвитку ринку українського фаст фуду.

З метою досягнення зазначеного були поставлені такі *завдання*:

- проаналізувати сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку українського фаст фуду;
- розглянути міжнародний досвід розвитку ринку фаст фуду;
- здійснити аналіз рівня розвитку ринку українського фаст фуду та діагностувати такий розвиток у місті Львів;
- виявити перспективні напрями розвитку ринку українського фаст фуду та запропонувати практичні рекомендації щодо удосконалення ресторанних мереж швидкого харчування.

Перелік використаних у ході проведення дослідження методів. З метою досягнення поставлених завдань у дипломній роботі бакалавра використовувалися такі методи дослідження: узагальнення та систематизації (для визначення факторів впливу на стан та розвиток ринку українського фаст фуду); розрахунково-аналітичні (для аналізу сучасного стану та розвитку ринку українського фаст фуду); економіко-математичні методи (для діагностики розвитку ринку фаст фуду в місті Львові); процесний підхід (для визначення можливих інноваційних форм розвитку ринку українського фаст фуду);

системного аналізу та синтезу (для розробки пропозицій щодо покращення розвитку ринку українського фаст фуду); графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу).

Джерела інформаційної бази дослідження. Інформаційну базу дослідження складають нормативно-правові та законодавчі акти щодо розвитку ринку українського фаст фуду; статистичні показники щодо розвитку ринку українського фаст фуду; результати досліджень та фактологічна інформація яка розміщена у спеціалізованих виданнях ресторанної індустрії; матеріали міжнародних та всеукраїнських конференцій, наукові дослідження; аналітична звітність Національної туристичної організації, інформація розміщена на платформі ГО «Асоціація рестораторів України», ГО «Асоціація індустрії гостинності України».

Практична цінність одержаних результатів кваліфікаційної роботи полягає в тому, що одержані висновки та запропоновані рекомендації можуть бути використані в роботі закладів швидкого харчування, їх мережевих структур, а також в роботі органів місцевого самоврядування які контролюють якість послуг ринку українського фаст фуду. Крім того, дослідження може бути цікавим громадам де функціонують заклади українського фаст фуду та споживачам послуг закладів швидкого харчування, до яких відноситься більша половина українців. Проведене дослідження може бути використанні при підготовці фахівців ресторанного бізнесу зокрема та індустрії гостинності загалом.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО ФАСТ ФУДУ

1.1. Зміст та значення українського фаст фуду в розвитку ринку ресторанних послуг

Сучасний стан ринку українського фаст фуду характеризується швидким розвитком та конкурентним середовищем. На сьогоднішній день в Україні працюють багато відомих глобальних брендів фаст фуду, таких як McDonald's, KFC, Subway та інші, а також вітчизняні мережі, які активно розвиваються і займають значну частку ринку. Проте, на ринку фаст фуду є кілька проблем. Перша – це низька якість продуктів. Деякі мережі працюють на межі закону та використовують неякісні продукти. Крім того, зростає попит на здорове харчування, що ставить під загрозу популярність фаст фуду, особливо у молодіжці. Інша проблема полягає в тому, що розвиток фаст фуду залежить від економічної ситуації в країні. При низькому рівні доходів населення, фаст фуд є більш доступним, однак при зростанні економіки та підвищенні доходів, споживачі можуть переходити на більш здорові види харчування.

Незважаючи на ці проблеми, ринок українського фаст фуду має перспективи розвитку. Основними чинниками, які сприяють росту ринку, є зростання населення, збільшення популярності серед молоді та зростання культурного рівня споживачів. Також, деякі мережі фаст фуду в Україні вже починають адаптуватися до змінних умов ринку та вимог споживачів, шляхом введення в меню здорових та низькокалорійних страв [2].

Українські вчені почали активно вивчати розвиток ринку українського фаст фуду. Наприклад, дослідник В. Шевчук, працює в галузі розробки нових рецептів та технологій виготовлення фаст-фуду з українською національною складовою. Вчений зосереджується на створенні нових видів бургерів, ковбасок, курячих крилець та інших страв, що базуються на українській кухні

та інгредієнтах. Такі страви можуть стати конкурентами зарубіжним брендам фаст-фуду та привернути увагу як українських, так і іноземних споживачів.

Крім того, українські науковці також досліджують можливість використання нових інгредієнтів для покращення смаку та корисності українського фаст-фуду. Наприклад, вони вивчають властивості та застосування меду, гарбузів та інших старовинних продуктів у створенні нових страв. Українські вчені також розвивають нові технології виробництва українського фаст-фуду, що дозволяє зберігати його корисні властивості та смакові якості

Ринок українського фаст фуду має свій потенціал та може продовжувати розвиватися в майбутньому. Однак, для досягнення успіху у цій галузі необхідно вирішувати проблеми з якістю продуктів, а також враховувати зміни в смаках та вимогах споживачів. Однією з можливих перспектив розвитку є збільшення кількості місць зі швидкою їжею в містах та місцях відпочинку, наприклад, в аеропортах та залізничних вокзалах. Також, важливо забезпечити якісні послуги та зручну систему замовлення для клієнтів [1].

Іншою перспективою розвитку є розширення асортименту страв, включаючи більше вегетаріанських та веганських варіантів, які відповідають сучасним тенденціям у харчуванні. Також, мережам фаст фуду може бути вигідно вивчати місцеві традиції та культуру та вводити нові страви, які відповідають місцевим смакам та перевагам. Нарешті, важливо враховувати екологічні та етичні питання. Сьогодні споживачі все більше звертають увагу на екологічність та сталий розвиток, тому мережам фаст фуду варто звернути увагу на зменшення відходів та використання екологічно чистих матеріалів.

Узагальнюючи, ринок українського фаст фуду має свій потенціал та може розвиватися в майбутньому, але вимагає уваги до проблем та змін, що відбуваються в суспільстві. Незважаючи на певні виклики, український ринок фаст фуду все ще приваблює інвесторів та підприємців, що свідчить про потенціал його розвитку. На сьогоднішній день в Україні діють різноманітні мережі фаст фуду зі своїми унікальними концепціями та меню. Однак, ринок

стикається з проблемою залежності від імпортованих продуктів, що може негативно позначитися на якості та вартості продукції. Крім того, наявність конкуренції та зменшення доходів населення у зв'язку з економічною ситуацією в країні можуть впливати на попит на продукцію фаст фуду [4].

Також, виникають питання про вплив фаст фуду на здоров'я людей, оскільки багато страв у мережах фаст фуду містять велику кількість жирів та цукрів, що може призвести до розвитку ожиріння та інших захворювань. У цьому контексті важливо розглядати можливості розвитку фаст фуду як здорового харчування, що базується на використанні якісних та здорових інгредієнтів, зменшенні кількості жирів та цукрів у меню та впровадженні вегетаріанських та веганських страв. Такий підхід дозволить залучити нових клієнтів та зберегти тих, хто приділяє увагу своєму здоров'ю та вибирає здорові страви. Доцільно також розглянути фактори впливу на розвиток ринку фаст фуду в Україні (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Фактори впливу на розвиток ринку фаст фуду

Ринок українського фаст фуду має свої проблеми, але і має потенціал для подальшого розвитку. Для досягнення успіху в цій галузі необхідно враховувати зміни в попиті та уявленнях споживачів про здорове харчування. Важливо забезпечувати якість та безпеку продукції, відповідність вимогам стандартів та використання сталих технологій виробництва. Також важливим є розвиток ринку фаст фуду в регіонах України, де попит на такий вид харчування є меншим, або його взагалі немає. Розвиток франшизних мереж та підтримка малих та середніх підприємців можуть стати стимулом для розвитку ринку в регіонах. Потрібно також звернути увагу на впровадження екологічно чистих технологій та упаковки. Багато мереж фаст фуду в Україні вже активно використовують біорозкладані матеріали для упаковки, що відповідає новим вимогам споживачів до збереження навколишнього середовища [5].

Загалом, український ринок фаст фуду має потенціал для розвитку та модернізації. Залежно від концепції та підходу до бізнесу, можливо знайти своє місце на цьому ринку та залучити нових клієнтів. Однак, важливо пам'ятати про відповідальність перед споживачами та довкіллям, працювати над покращенням якості продукції та виготовлення здорових та екологічних страв у меню. Український фаст-фуд стає все більш популярним серед споживачів та є важливим елементом розвитку ринку ресторанних послуг в Україні. Високоякісний та смачний український фаст-фуд може стати конкурентним продуктом на міжнародному ринку. Українські вчені активно досліджують розвиток українського фаст-фуду, вивчаючи можливості використання українських інгредієнтів та розробляючи нові технології виготовлення та зберігання страв.

Таким чином, український фаст-фуд має велике значення для розвитку ринку ресторанних послуг в Україні, просування української кухні та популяризації України на глобальному ринку. Український фаст-фуд також може бути важливим елементом підтримки місцевої кухні та культурного спадщини України, допомагаючи просувати українські традиції та кулінарні особливості на міжнародному рівні.

1.2. Особливості функціонування ринку українського фаст фуду

Особливості функціонування ринку українського фаст фуду полягають у впливі різних чинників, які визначають умови діяльності підприємств цієї галузі. Одним з основних чинників є регулювання державою. Україна має законодавство, яке встановлює обмеження на рекламу та вміст продуктів харчування. Крім того, українські закони встановлюють вимоги до якості продуктів харчування та безпеки їх використання. Також існують законодавчі норми, які регулюють умови зайнятості та оплати праці працівників фаст-фуд ресторанів. Ще одним важливим чинником є конкуренція. Український ринок фаст фуду є досить насиченим, і конкуренція між підприємствами цієї галузі є досить великою. Це спонукає підприємства до постійного покращення якості продуктів та сервісу, а також до розробки нових концепцій та інноваційних рішень. Іншим важливим чинником є попит споживачів. Українці стають все більш свідомими щодо здорового харчування, тому попит на здорові та екологічні продукти виробництва фаст-фуд ресторанів постійно зростає. Підприємства цієї галузі пристосовуються до вимог споживачів, які постійно змінюються, вводять у свої меню здорові та вегетаріанські страви, а також звертають увагу на екологічність упаковки та процесів виробництва [7].

Окрім того, важливим чинником є фінансування. Для розвитку та успішної діяльності підприємств фаст-фуд ресторанів необхідне достатнє фінансування. Це може бути забезпечено за рахунок власного капіталу, позик від банків або інвестицій від інших компаній. Також важливим чинником є культурні та соціальні особливості. Українські споживачі мають свої власні традиції та звички, які відображаються в їх вимогах до продуктів харчування та сервісу. Підприємства цієї галузі повинні враховувати ці особливості та адаптуватися до них, щоб успішно конкурувати на ринку.

Розглянемо основні функції ринку українського фаст фуду, що представлено на рис. 1.1. [6]



Рис. 1.1. Сучасні функції ринку українського фаст фуду

Окрім визначених, доцільно зазначити й інші функції ринку українського фаст-фуду [9]:

- збільшення попиту на здорове харчування: в останні роки спостерігається тенденція до збільшення попиту на здорове харчування, що відображається на ринку фаст-фуду. Багато компаній пропонують меню, де переважають страви з натуральних і здорових інгредієнтів, включаючи органічні та вегетаріанські страви;

- розвиток технологій замовлення та доставки: з поширенням смартфонів і інтернету з'явилися нові способи замовлення та доставки їжі. Багато компаній використовують мобільні додатки та онлайн-сервіси для замовлення їжі, що значно полегшує процес замовлення та зменшує час очікування;

- використання соціальних мереж: соціальні мережі є важливим інструментом маркетингу для компаній, які працюють у сфері фаст-фуду. Багато компаній створюють свої сторінки в соціальних мережах, де вони

рекламують свої нові страви та пропозиції, взаємодіють з клієнтами та отримують зворотний зв'язок;

- адаптація до місцевих смаків: багато компаній адаптують своє меню до місцевих смаків та культури. Наприклад, українські версії міжнародних брендів фаст-фуду пропонують страви, які більш відповідають українському смаку, включаючи страви з місцевих інгредієнтів та страви, які вже стали традиційними українським стравам;

- розвиток концепції «фуд-кортів»: у містах по всій Україні з'являються нові місця, які називають «фуд-кортами», де збирається кілька різних ресторанів із різними кухнями. Це дає можливість клієнтам вибирати з різноманітних пропозицій та спробувати щось нове;

- розвиток кав'ярень-фаст-фудів: останнім часом в Україні дедалі популярнішими стають кав'ярні-фаст-фуди, де можна скуштувати швидкі та смачні закуски разом з кавою або іншими напоями;

- увага до еко-пакувань: у зв'язку зі збільшенням свідомості про екологічні проблеми, багато компаній звертає увагу на екологічність своїх пакувань та упаковок для їжі. Деякі компанії вже перейшли на біорозкладаючі матеріали та зменшили використання пластику [8].

Отже, сучасний ринок українського фаст-фуду стає все більш різноманітним та орієнтованим на потреби клієнтів, зосереджуючись на здоровому харчуванні, технологіях та соціальних мережах, місцевих смаках та екологічності.

Останнім часом розвиток ресторанного бізнесу швидкого харчування в Україні є досить активним і динамічним. За останні кілька років на ринку з'явилося безліч нових ресторанів різних форматів та кухонь. Для розуміння місця фаст фуду в розвитку ринку ресторанного господарства, доцільно розглянути динаміку розвитку ресторанних закладів в Україні, що представлено на рис. 1.2. [10]

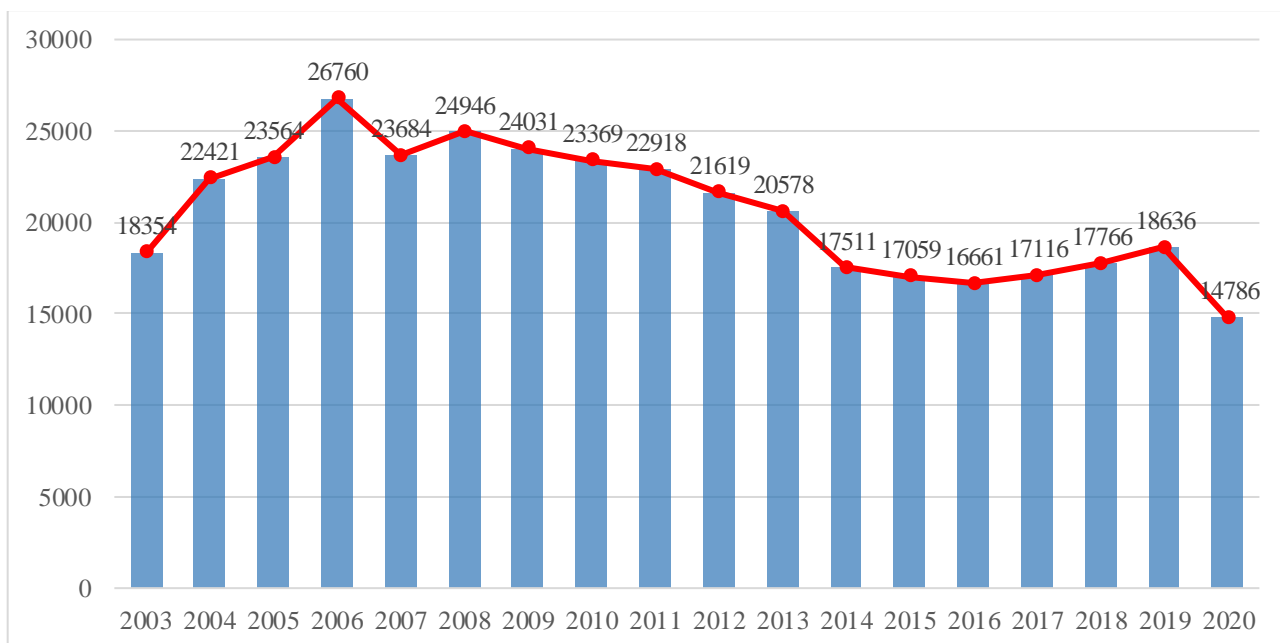


Рис. 1.2. Динаміка розвитку ресторанних закладів України.

Однією з особливостей розвитку ресторанного бізнесу в Україні є зростання популярності локальної кухні. Все більше ресторанів пропонують страви, які відображають національну кухню України. З'являється також багато нових ресторанів з кухнями різних країн світу, які намагаються привернути увагу клієнтів своїми незвичними смаками та рецептами [13].

До інших трендів, які відображають динаміку розвитку ресторанного бізнесу в Україні, належать:

- розвиток доставки їжі, що дає змогу ресторанам привернути більше клієнтів, які не мають можливості відвідати заклад особисто;
- розвиток концепцій «фуд-кортів», які дають можливість клієнтам вибрати краще з різноманітних пропозицій та спробувати щось нове;
- увага до здорового харчування, що дозволяє ресторанам привернути більше клієнтів, які прагнуть зберегти своє здоров'я та здійснюють вибір на користь здорового харчування;
- розвиток кав'ярень та кавових закладів, де гості можуть насолоджуватися різноманітними сортами кави та іншими напоями;
- використання новітніх технологій, наприклад використання мобільних додатків для замовлення їжі або оплати, встановлення електронних меню тощо;

- розширення мережі ресторанів фаст фуду, що дозволяє рестораторам збільшувати свою аудиторію та розширювати свій бізнес [12].

Таким чином, розвиток ресторанного бізнесу в Україні є досить динамічним та різноманітним. На ринку з'являється все більше нових закладів різних форматів та кухонь, що дає змогу клієнтам вибирати та спробувати щось нове. Також спостерігається розвиток нових технологій та концепцій, які допомагають рестораторам поліпшувати якість обслуговування та підвищувати свої конкурентні переваги. Відчутно зросла конкуренція між ресторанами, що примушує їх підвищувати якість послуг та додатково пропонувати нові послуги та страви. Крім того, все більше уваги приділяється здоровому способу життя, що впливає на асортимент та рекламу страв у фаст фуд ресторанах. Також спостерігається зростання кількості мережевих ресторанів та їх експансія в інші міста України. Це вказує на збільшення обсягу ринку та зростання конкуренції.

Новітні технології, такі як мобільні додатки та електронні меню знаходять своє застосування в ресторанному бізнесі України, що дозволяє рестораторам покращити якість обслуговування та забезпечити зручність для клієнтів. Однак, не дивлячись на позитивні тенденції, на ринку присутні деякі негативні явища, такі як низька якість продуктів у деяких ресторанах, несанкціоноване відкриття закладів, а також низька заробітна плата для працівників ресторанного бізнесу [11].

Отже, ринок українського фаст фуду є динамічним та постійно змінюється, що відкриває нові можливості та виклики для рестораторів. Для успішної роботи у даному секторі необхідно підвищувати якість продукції та обслуговування, використовувати новітні технології та дотримуватись високих технологій та сучасних трендів

1.3. Міжнародний досвід діяльності ринку фаст-фуду

Міжнародний досвід діяльності ринку фаст-фуду є дуже цікавим і складним. За останні кілька десятиліть фаст-фуд став дуже популярним по всьому світу, і багато компаній, таких як McDonald's, KFC, Subway і Burger King, стали глобальними гравцями на цьому ринку. Одним з ключових аспектів міжнародного досвіду діяльності ринку фаст-фуду є адаптація до місцевих умов і культурних особливостей. Кожна країна має свої унікальні кулінарні традиції, вимоги щодо безпеки харчування та інші відмінності, які потрібно враховувати при відкритті ресторанів фаст-фуду. Наприклад, McDonald's пропонує різні меню в кожній країні, залежно від місцевих вимог та смаків [14].

Ще одним важливим аспектом є стандартизація процесів та продуктів. Компанії-лідери на ринку фаст-фуду мають строгі вимоги щодо якості продуктів, безпеки харчування та процесів приготування їжі. Це дозволяє забезпечувати консистентність продуктів і послуг в усіх ресторанах компанії, що є дуже важливим для клієнтів, які часто подорожують. З іншого боку, фаст-фуд може мати певні негативні наслідки для здоров'я, що стає предметом обговорення в багатьох країнах. Тому деякі компанії, такі як McDonald's, запроваджують більш здорові опції у своїх меню та працюють над зменшенням кількості насичених жирів і калорій в своїх продуктах.

Узагалі, міжнародний досвід діяльності ринку фаст-фуду демонструє, що цей ринок є дуже конкурентним і динамічним. Компанії змушені швидко реагувати на змінні потреби та попит споживачів, використовуючи інноваційні технології та маркетингові стратегії. Наприклад, компанії-лідери ринку активно використовують цифрові технології, такі як мобільні додатки та онлайн-замовлення, щоб полегшити процес замовлення та забезпечити зручність для клієнтів. Також вони експериментують зі створенням більш інтерактивних та естетично привабливих середовищ для споживачів, які прагнуть не лише швидкого харчування, але й затишку та комфорту [15].

Однак, на міжнародному рівні, розвиток ринку фаст-фуду зіткнувся зі значними викликами, такими як зменшення споживання м'яса та зростання інтересу до здорового способу життя. У багатьох країнах люди звертають увагу на те, що їнне харчування повинно бути не тільки смачним, але й корисним для здоров'я.

Розглянемо приклади країн, де ринок фаст фуду найбільш розвинений (таблиця 1.1). [16]

Таблиця 1.1

Країни з найбільш розвиненим ринком фаст фуду

Країна	Приклади брендів фаст фуду
США	знаходяться головні штаб-квартири багатьох найбільших мереж фаст-фуду, таких як McDonald's, Burger King, KFC та Subway
Велика Британія, Німеччина, Франція та Іспанія	працюють відомі мережі фаст-фуду, такі як McDonald's, KFC, Subway та Pizza Hut, а також є багато місцевих брендів
Японія та Китай	фаст-фуд є популярним видом харчування, діють власні мережі фаст-фуду, які пропонують продукти, що відповідають місцевим смакам та потребам
Латинська Америка	популярні мережі фаст-фуду, такі як Burger King, McDonald's, Subway та KFC
Близький Схід	по причині віросповідання (більшість населення мусульманської віри), фаст-фуд-ресторани пропонують продукти з м'яса курей або ягнят, оскільки свинина вважається недопустимою для споживання за релігійними причинами

Один з найбільш розвинених ринків фаст-фуду є в Сполучених Штатах. У США знаходяться головні штаб-квартири багатьох найбільших мереж фаст-фуду, таких як McDonald's, Burger King, KFC та Subway. Також в США знаходяться інноваційні компанії, які активно розвивають нові продукти та технології у галузі фаст-фуду.

Європейський ринок фаст-фуду також розвинений, особливо в країнах, таких як Велика Британія, Німеччина, Франція та Іспанія. У цих країнах працюють відомі мережі фаст-фуду, такі як McDonald's, KFC, Subway та Pizza Hut, а також є багато місцевих брендів.

У країнах Азії, таких як Японія та Китай, фаст-фуд також є популярним видом харчування, і в цих країнах діють власні мережі фаст-фуду, які пропонують продукти, що відповідають місцевим смакам та потребам. Однак, в країнах Європи та Північної Америки зростає інтерес до здорового харчування та продуктів з мінімальною кількістю штучних домішок. Це спонукає компанії фаст-фуду до розробки більш здорових та екологічних продуктів та до зменшення впливу на навколишнє середовище [18].

В Латинській Америці та на Близькому Сході фаст-фуд також має своїх прихильників. У Латинській Америці популярні мережі фаст-фуду, такі як Burger King, McDonald's, Subway та KFC. На Близькому Сході, де більшість населення мусульманської віри, фаст-фуд-ресторани пропонують продукти з м'яса курей або ягнят, оскільки свинина вважається недопустимою для споживання за релігійними причинами. Останнім часом все більшу популярність набуває фаст-фуд з вегетаріанської та веганської кухні. У багатьох країнах з'являються мережі фаст-фуду, які пропонують лише рослинні продукти, такі як Beyond Burger та Impossible Burger. У таких ресторанах можна знайти бургери, хот-доги, курячі крильця та інші страви, виготовлені зі штучних інгредієнтів, які імітують смак та текстуру м'яса [17].

У загальному, ринок фаст-фуду є досить різноманітним та поширеним в усьому світі. Компанії фаст-фуду намагаються пристосовуватися до місцевих смаків та потреб споживачів та розробляти нові продукти та технології, щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти потреби ринку.

Питання безпеки та якості продукції є надзвичайно важливими для ринку фаст-фуду, оскільки консументи очікують, що продукти, які вони споживають, будуть безпечними та якісними. У багатьох країнах світу існують державні органи, які відповідають за нагляд за безпекою та якістю продуктів, включаючи продукти фаст-фуду. Наприклад, в США ці функції здійснює Агентство з безпеки харчових продуктів та ліків (FDA), а також Департамент сільського господарства США (USDA). В Європейському Союзі ці функції здійснює

Європейський орган з безпеки харчових продуктів (EFSA), а також національні органи кожної країни.

Крім державних органів, компанії фаст-фуду самі також мають системи контролю якості та безпеки продукції. Більшість компаній мають власні програми контролю якості, які передбачають тестування продуктів на різних етапах виробництва та вживання за допомогою лабораторних тестів та експертних оглядів. Крім того, в останні роки все більше компаній фаст-фуду акцентує увагу на здоровому харчуванні та зниженні вмісту небезпечних інгредієнтів у своїх продуктах. Наприклад, McDonald's зобов'язався до 2025 року зменшити кількість калорій у своїх стравах на 20%, а також знизити вміст насичених жирів та цукру [19].

У загальному, заходи контролю якості та безпеки продуктів фаст-фуду постійно удосконалюються і покращуються у всьому світі, щоб забезпечити максимальну безпеку та якість продуктів для споживачів. Деякі компанії також запроваджують нові технології, щоб поліпшити якість та безпеку продуктів. Наприклад, у багатьох країнах світу, зокрема в Японії, США та Європі, багато компаній фаст-фуду використовують системи HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), яка є методом систематичного підходу до контролю якості продукту на всіх етапах виробництва. Ця система визначає критичні точки у виробничому процесі та розробляє спеціальні заходи контролю, щоб запобігти небезпеці та забезпечити якість продукту. Крім того, важливим елементом забезпечення безпеки та якості продукту є стандарти, які розробляються індустрією фаст-фуду. Наприклад, International Organization for Standardization (ISO) встановлює стандарти для безпечності та якості продуктів, які використовуються в галузі харчової промисловості [20].

Таким чином, міжнародний досвід забезпечення безпеки та якості продукту фаст-фуду показує, що це важливий аспект діяльності. Заходи контролю та технології постійно удосконалюються, щоб забезпечити безпеку та якість продукту для споживачів. Міжнародний досвід діяльності ринку фаст-фуду демонструє, що успішна компанія повинна бути готовою до адаптації до

місцевих потреб та культурних особливостей, використовувати нові технології та стратегії, а також бути готовою до викликів ринку.

За останні десятиліття ринок фаст фуду став дуже поширеним і впливовим явищем у багатьох країнах світу. Міжнародний досвід діяльності ринку фаст фуду показує, що цей сектор має деякі позитивні та негативні аспекти. З одного боку, фаст-фуди створюють багато робочих місць, забезпечують швидкий та зручний доступ до їжі та знижують витрати на готування їжі вдома. Багато мереж фаст-фуду також стали активними учасниками благодійних програм та програм з екологічної відповідальності. З іншого боку, споживання продуктів фаст-фуду може призвести до погіршення здоров'я через високий вміст калорій, жирів та цукрів. Також, зростаюча популярність фаст-фуду може сприяти нездоровому способу життя та призвести до загального погіршення стану здоров'я населення.

Таким чином, міжнародний досвід діяльності ринку фаст-фуду показує, що цей сектор має як позитивні, так і негативні аспекти. Щоб зменшити негативний вплив, потрібно зосередитися на підвищенні екологічної та соціальної відповідальності бізнесу та підтримці здорового способу життя через розширення асортименту та внесення змін до рецептів продуктів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО ФАСТ ФУДУ

2.1. Методичні підходи дослідження діяльності ринку українського фаст фуду

Методичні підходи є дуже важливими у дослідженні ринку фаст-фуду, оскільки вони дозволяють отримати більш повну та об'єктивну картину ситуації на ринку. Це особливо важливо в умовах постійних змін та конкуренції на ринку, коли потрібно оперативно реагувати на зміни ситуації та адаптувати свої стратегії. Наприклад, дослідження споживачів дозволяють з'ясувати їхні потреби та вимоги до продуктів фаст-фуду, що дозволяє підвищити якість продукції та задовольнити потреби клієнтів. Аналіз соціальних мереж та форумів допомагає визначити рівень задоволеності споживачів продуктами фаст-фуду, їхні враження та думки про різні бренди, що є важливою інформацією для розробки маркетингових стратегій [22].

Методи аналізу конкурентів та їхніх стратегій дозволяють оцінити потенційні загрози та можливості на ринку та відповідно змінювати власні стратегії. Аналіз тенденцій розвитку ринку дозволяє прогнозувати зміни у попиті та конкуренції на ринку, що також є важливим для розробки стратегій розвитку бізнесу. Ринок фаст-фуду є однією з ключових галузей громадського харчування, що привертає увагу вчених з різних галузей науки, таких як соціологія, маркетинг, дієтологія та інші. Вчені займаються дослідженням ринку фаст-фуду з метою вивчення питань, пов'язаних з попитом, здоров'ям, економікою та іншими аспектами.

Ерік Шлоссер, є один з відомих дослідників ринку фаст-фуду, який провів дослідження, присвячене впливу ринку фаст-фуду на здоров'я людей. Його дослідження показали, що споживання фаст-фуду збільшує ризик розвитку ожиріння та інших захворювань. Він також займався дослідженням впливу реклами фаст-фуду на поведінку споживачів. Дослідник Майкл Мосс, який

автор книги «Salt, Sugar, Fat: How the Food Giants Hooked Us» (Сіль, цукор, жир: як великі харчові компанії нас гачкують). У своїй книзі він розповідає про те, як харчові компанії використовують спеціальні технології, щоб зробити їжу привабливішою та смачнішою для споживачів, але при цьому менш корисною для здоров'я. Маріона Нестле, який займається дослідженням ринку фаст-фуду з 1980-х років. Вона є автором книг «Food Politics» та «What to Eat», де детально аналізується вплив харчової промисловості на споживачів та глобальне здоров'я. Зазначені дослідники є лише частинкою відомих вчених, які займаються дослідженням ринку фаст-фуду [23].

Значна частина досліджень ринку фаст-фуду фокусується на здоров'ї та харчовій поведінці споживачів. Наприклад, Ліза Пауелл проводить дослідження з питань здорового харчування та здоров'я університетської молоді, а Райан Еллісон досліджує вплив фаст-фуду на здоров'я дітей. Крім того, є вчені, які займаються дослідженням ринку фаст-фуду з економічної та маркетингової точок зору. Наприклад, Андрій Рогачев проводить дослідження ринку фаст-фуду в Україні, досліджуючи питання конкуренції та стратегій маркетингу в цій галузі. Інші дослідники, такі як Дейвід Белд, аналізують вплив розвитку технологій на ринок фаст-фуду та стратегії розвитку цієї галузі. Усі ці вчені та дослідники працюють над тим, щоб збільшити розуміння ринку фаст-фуду та його впливу на споживачів. Вони допомагають у побудові стратегій розвитку галузі, сприяють формуванню більш здорового та свідомого підходу до харчування, а також розробляють нові ідеї та технології, щоб зробити фаст-фуд менш шкідливим для здоров'я та довкілля.

Для дослідження діяльності ринку українського фаст-фуду можуть застосовуватися різні методичні підходи, зокрема:

- аналіз ринку за допомогою статистичних даних та досліджень. Даний підхід передбачає збір та аналіз доступної інформації про ринок українського фаст-фуду, зокрема, щодо кількості та динаміки змін кількості закладів фаст-фуду, обсягів продажів, динаміки змін цін на продукти тощо. Такий підхід

можна реалізувати за допомогою аналізу статистичних даних державних органів, маркетингових досліджень, опитувань тощо;

- SWOT або PEST-аналіз розвитку ринку фаст-фуду. Ці методи передбачають оцінку сильних та слабких сторін фаст-фуду, а також можливостей та загроз, що можуть впливати на його розвиток. Зазначений тип аналізу можна проводити шляхом визначення внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на розвиток ринку;

- аналіз конкурентів, який передбачає оцінку конкурентів, їх стратегій та особливостей діяльності, що дозволяє побачити свої переваги та недоліки на ринку. Для проведення такого аналізу можна використовувати інформацію про конкурентів, що знаходиться у відкритому доступі, а також проводити опитування клієнтів [21];

- оцінка споживачів та їх потреб. Даний підхід передбачає оцінку потреб споживачів, їхніх вимог до продуктів та сервісів, а також їхньої поведінки на ринку. Для проведення такого дослідження можна використовувати різні методи, наприклад, проводити опитування споживачів, аналізувати соціальні мережі та форуми, де користувачі висловлюють свої думки та враження про продукти фаст-фуду;

- маркетингові дослідження передбачають проведення досліджень, спрямованих на вивчення ринкових тенденцій, потреб та попиту на продукти фаст-фуду, поведінки споживачів тощо. Такі дослідження можуть проводитися з використанням різних методів, таких як анкетування, фокус-групи, інтерв'ю.

Таким чином, зазначені методичні підходи можуть використовуватися в комплексі з метою отримання більш повної та об'єктивної карти ринку українського фаст-фуду. Важливо також враховувати контекстуальні такі фактори як економічна та політична ситуація в країні, національні та культурні особливості тощо, що можуть впливати на розвиток ринку фаст-фуду в Україні, що дозволяють отримувати об'єктивну інформацію про ринок та розробляти ефективні стратегії для розвитку бізнесу у фаст-фуд сегменті [24].

2.2. Аналіз розвитку ринку українського фаст фуду

Аналіз рівня розвитку ринку українського фаст фуду показує, що цей сектор має великий потенціал для росту. Україна є країною з високим попитом на швидку їжу, яка є доступною та зручною для споживачів.

Однак, на сьогоднішній день ринок фаст-фуду в Україні не настільки розвинений, як в багатьох інших країнах світу. За даними статистики, на початок 2021 року в Україні було приблизно 7000 закладів швидкого харчування, що становить близько 2,5% від загальної кількості закладів громадського харчування [26].

Найбільш поширеними видами фаст-фуду в Україні є піца, бургери та хот-доги, а також місцеві страви, які готуються швидко і можуть бути придбані на вулиці або в спеціалізованих закладах.

Одним з ключових чинників розвитку ринку фаст-фуду в Україні є зростання середнього класу, який шукає швидкі та доступні способи харчування. Крім того, зростання туризму та приїзд іноземних туристів також сприяє розвитку ринку фаст-фуду.

Проте, на розвиток ринку фаст-фуду в Україні впливають й інші чинники, такі як економічна нестабільність, зниження рівня доходів населення та збільшення конкуренції. Крім того, українські споживачі стають все більш обізнаними та освіченими, що може призвести до зменшення попиту на нехарчові продукти та збільшення попиту на більш здорову їжу.

Український ринок фаст-фуду знаходиться в стадії активного розвитку, але є ще багато можливостей для росту та вдосконалення. На ринку присутні багато відомих міжнародних брендів, таких як McDonald's, KFC, Subway, Pizza Hut, які конкурують з місцевими брендами [27].

Однак, українські споживачі також все більше цінують місцеву кухню та органічні продукти, що створює можливості для розвитку місцевих брендів та нових концепцій фаст-фуду. Наприклад, з'являються магазини зі здоровою їжею, веганські та вегетаріанські заклади, заклади з аутентичною українською

кухнею. Актуальним, згідно теми дослідження, є систематизація закладів швидкого харчування України, що представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Найбільш популярні заклади фаст-фуду в Україні

Назва	Характеристики
«Пузата Хата»	Заклад швидкого обслуговування в стилі національної кухні з дизайном який має національний відтінок. У структуру мережі власності входять заклади «Carte Blanche», «MurMur», « Марокана» та інші.
«Fast Food Systems»	В Україні мережа функціонує у вигляді таких брендів як «Пицца Челентано», «Картопляна Хата» та інші
«McDonald's»	В Україні діяльність здійснюється компанією «МакДональдз Юкрейн Лтд», яка на 100% належить McDonald's Corporation.
«Крила»	Спеціалізується на меню з птиці та м'яса
«KFC»	В Україні розвивається на основі франчайзингових партнерів Yum Brands Inc.
«FM Group»	В склад мережі входять «Tarantino family», в яку входять ряд закладів «Оливье», «Дрова», «Варенична», «Смачна Картопля», «Папа Джон», «Мураками», «Руккола», «Tarantino», «Кофе Тайм» та інші.

Зазначені заклади швидкого харчування систематизовані за інформацією до повномасштабного вторгнення росії в Україну (станом на 2021 рік).

Україна має різноманітний вибір закладів фаст-фуду, серед яких є як вітчизняні мережі, так і міжнародні бренди:

- McDonald's – цей міжнародний бренд є одним з найбільш відомих закладів фаст-фуду в Україні. McDonald's пропонує широкий вибір бургерів, курячих крилець, картоплі фрі та інших страв;

- KFC – ще один міжнародний бренд, який досить популярний серед українців. KFC відомий своїми курячими стравами, включаючи оригінальні рецепти курячого сендвіча та крильця;

- Puzata Nata – ця вітчизняна мережа пропонує традиційну українську кухню, таку як борщ, вареники та голубці. Крім того, в меню є також страви європейської та азіатської кухні;

- Pizza Celentano – українська мережа піцерій, що відома своїми смачними піццями та іншими італійськими стравами;

- Subway – ця міжнародна мережа пропонує свіжі сандвічі та салати з різними начинками;

Dominos – ще один міжнародний бренд піцерій, який став доволі популярним серед українців. В меню досить широкий вибір піц з різними начинками;

Burger King – цей міжнародний бренд є конкурентом McDonald's і пропонує широкий вибір бургерів, картофеля фри та інших страв [42].

Це далеко не повний перелік популярних закладів фаст-фуду в Україні, але ці мережі мають велику кількість закладів та досить широкий вибір страв, що забезпечує їхню популярність серед споживачів. Деякі з них також пропонують знижки та акції, що зробило їх ще більш доступними для широкої аудиторії. Окрім цих мереж, в Україні є також популярні вітчизняні мережі фаст-фуду, такі як «Швидка коптільня» та «Первак». Вони пропонують традиційні українські страви, такі як сало, ковбаски та ковбасні смажені піріжки. Нарешті, в Україні є також досить багато малих крамниць та стендів, які продають фаст-фуд. Ці заклади можуть пропонувати такі страви, як хот-доги, попкорн та піцу на швидку руку.

Всі ці заклади забезпечують широкий вибір фаст-фуду в Україні та задовольняють різні смакові потреби споживачів. Однак, слід пам'ятати про важливість здорового харчування та збалансованого раціону, тому вживання фаст-фуду повинно бути обмеженим [27].

Для аналізу розвитку ринку українського фаст фуду застосуємо метод PEST-факторів зовнішнього впливу, матриця якого представлена на рис. 2.1. Матриця PEST-факторів є інструментом, що дозволяє аналізувати зовнішній вплив на діяльність закладів швидкого харчування в контексті політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів. Кожен з чотирьох факторів представлений в окремому стовпчику, а в рядках розташовані конкретні фактори, які можуть впливати на діяльність ресторанної мережі. Для кожного фактору можна оцінити його важливість та його вплив на бізнес за допомогою позначок «+» (позитивний вплив), «-» (негативний вплив) та «0» (вплив не має значення).

P	ПОЛІТИКО-ПРАВОВІ	ЕКОНОМІЧНІ	E
	<ul style="list-style-type: none"> -законодавство та регулювання індустрії швидкого харчування; -податкова політика щодо діяльності ресторанів; -відносини з іншими країнами та політичні конфлікти, які можуть вплинути на туризм та сприйняття культури; -геополітичний клімат в регіонах; -регулювання діяльності ресторанних мереж та конкуренції; -правове регулювання виникаючих конфліктів; -заходи підтримки підприємств малого і середнього ресторанного бізнесу; - контроль якості та дотримання санітарних норм; - рівень бюрократії та корупції. 	<ul style="list-style-type: none"> -економічна стійкість і кон'юнктура ринку; -інфляція та курс валют, що можуть вплинути на ціни на продукти та послуги; -рівень зайнятості та доходів населення, що можуть вплинути на споживчу здатність економічне становище регіонів країни; -наявність програм економічного стимулювання розвитку малого бізнесу; -курс валют; -система оподаткування; -митні формальності; -тарифи на комунальні послуги та електроенергію; -сприятливість інвестиційного клімату у сфері ресторанного бізнесу. 	
S	СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ	ТЕХНОЛОГІЧНІ	P
	<ul style="list-style-type: none"> -смакові уподобання та звички споживачів; -рівень свідомості щодо здорового способу життя та продуктів харчування; -демографічні характеристики споживачів (вік, стать, доходи тощо). -законодавче регулювання діяльності ресторанних мереж; -нормативно-правова база розвитку ринку фаст фуду; -правове регулювання трудової діяльності; -соціально-відповідальний бізнес; -дисципліна режиму контролю діяльності ресторанних закладів; -наявність мультикультурної складової регіонів 	<ul style="list-style-type: none"> -рівень впровадження технологій в бізнес-процеси закладів фаст фуду; -інновації в галузі ресторанів; -застосування нових технологій у виробництві та обробці продуктів; -розвиток мобільних додатків та інтернет-технологій, що можуть вплинути на спосіб замовлення їжі; - розвиток комунікативних технологій; - рівень розвитку технологій; приготування ресторанних страв; - рівень розвитку інноваційних форм обслуговування (кейтірінг, фуд-корт, open kitchen) або «відкрита кухня» тощо). 	

Рис. 2.1. Матриця PEST-факторів зовнішнього впливу на діяльність ринку фаст фуду в Україні.

За даними дослідження, українські споживачі все більше віддають перевагу швидкому харчуванню, але при цьому зростає інтерес до якісної та

здорової їжі. Це свідчить про те, що ринок фаст-фуду в Україні може рости за рахунок розвитку нових концепцій та адаптації до змінних потреб споживачів.

Також варто зазначити, що на ринку з'являються нові технології, які допомагають оптимізувати процес приготування та продажу їжі, наприклад, автоматизовані системи замовлення та доставки. Це може сприяти збільшенню продуктивності та покращенню якості обслуговування в закладах швидкого харчування. Отже, можна стверджувати, що ринок фаст-фуду в Україні має великий потенціал для розвитку, але для цього потрібно адаптуватися до змінних потреб споживачів, розвивати нові концепції [28].

Таким чином, розвиток фаст-фуду в Україні можна описати як інтенсивний та стабільний. За останні роки український ринок фаст-фуду зазнав значних змін, що включають появу нових міжнародних та місцевих брендів, а також зростання популярності української кухні серед відвідувачів та місцевих мешканців. Один з прикладів розвитку фаст-фуду в Україні – це поява міжнародних ланцюгових ресторанів, таких як McDonald's, KFC, Burger King, Subway та інші. Вони пропонують стандартні страви зі свого меню, які знайомі багатьом відвідувачам і які можна замовити в будь-якому регіоні світу.

Однак, українські фаст-фуд ресторани також активно розвиваються та отримують популярність серед місцевих мешканців та туристів. Наприклад, «Пузата Хата», «Крила», «Чіка», «Мамамана» та інші ресторани пропонують великий вибір українських страв та їх варіацій. Вони активно використовують місцеві інгредієнти та рецепти, щоб привернути увагу відвідувачів та надати унікальний смак. Також в Україні є ресторани, які спеціалізуються на здоровому харчуванні, наприклад «Веган Фуд», «Сімейка», «Kushlyk». Вони пропонують альтернативні варіанти для тих, хто дотримується здорового способу життя або має дієтологічні обмеження. Отже, можна стверджувати, що фаст-фуд розвивається в Україні і пропонує різноманітні варіанти для задоволення потреб споживачів.

2.3. Розвиток ринку фаст фуду у місті Львів

Львів відомий своєю багатою кулінарною культурою, що складається зі спадщини австро-угорської кухні та традицій української кухні. Однак, що стосується фаст-фуду, місто має досить широкий вибір з різноманітними стравами [41].

У Львові можна знайти багато закладів швидкого харчування, які пропонують широкий вибір страв з різних кухонь світу, таких як бургери, піца, хот-доги, кебаби та інші. Відомим фаст-фуд-ланцюгом є «Крила», який пропонує фірмові крильця з соусом та інші закуски. Також популярними є заклади, що пропонують мексиканську кухню, такі як «Амігос» та «Тако Шоу».

Однак, окрім класичних варіантів фаст-фуду, у Львові також можна знайти багато закладів, які пропонують оригінальні страви, створені на основі українських традицій. Наприклад, ковбасні рулети, зрази, голубці, деруни та інші страви, які можна замовити у закладах, таких як «Криївка», «Сало», «Мазок».

Отже, можна сказати, що Львів має різноманітний вибір гастрономічних закладів зі швидким харчуванням, які задовольняють смаки будь-якого гостя.

Крім того, у Львові є декілька популярних львівських гастробрендів, які відомі своїми оригінальними стравами. Наприклад, «Кумпель груп» пропонує ковбасні бургери, які здобули популярність серед жителів та гостей міста. Також варто звернути увагу на «Галицькі Лавки», які пропонують страви з натуральних продуктів та інгредієнтів, які вирощують на власному господарстві [29].

У Львові є декілька популярних кондитерських, які славляться своїми десертами та кавою. Наприклад, «Львівська майстерня шоколаду» пропонує різноманітні шоколадні вироби, а «Холодок» славиться своїми морозивом та фруктовими десертами.

Загалом, Львів – це місто з розвиненою культурою їжі та гастрономії, де можна знайти широкий вибір ресторанів, кафе та закладів швидкого

харчування. Незалежно від того, чи ви шукаєте класичні страви фаст-фуду або оригінальні страви на основі українських традицій, ви знайдете щось на свій смак у Львові.

Львів – це місто з розвиненою культурою їжі та гастрономії, і фаст-фуд є неодмінною складовою цієї культури. За останні кілька років у Львові спостерігається зростання кількості закладів швидкого харчування та фаст-фуду, які пропонують широкий вибір страв на будь-який смак та бюджет [30].

Одним з головних факторів, які сприяють розвитку львівського фаст-фуду, є зростання туристичного потоку до міста. Львів є популярним туристичним напрямком, і багато відвідувачів шукають швидкий та зручний спосіб перекусити на ходу, тому фаст-фуд є досить популярним серед туристів.

Крім того, у Львові існує розвинена культура кавових зупинок, коли люди зупиняються в кафе на швидкий перекус або випивають каву на ходу. Це також сприяє зростанню популярності фаст-фуду, оскільки більшість закладів швидкого харчування також пропонують каву та інші напої [43].

У Львові також розвивається культура студентського життя, і фаст-фуд є популярним серед студентів, які шукають швидкий та доступний спосіб перекусити між заняттями.

На даний момент у Львові є багато національних та міжнародних мереж фаст-фуду, таких як McDonald's, KFC, Subway та інші, а також є багато місцевих фаст-фуд закладів, які пропонують страви на основі української кухні або здебільшого місцеві оригінальні страви [31].

Отже, можна зробити висновок, що розвиток львівського фаст-фуду є відображенням розвитку міста в цілому. За останні кілька років у Львові спостерігається значне збільшення кількості закладів швидкого харчування, а також зростання різноманітності страв, які пропонуються в цих закладах.

Наприклад, у багатьох фаст-фуд закладах можна знайти бургери на основі традиційної української кухні зі змішанням страв з інших країн, що дозволяє спробувати нові смаки та відчути поєднання різних культур. Багато місцевих

фаст-фуд закладів також використовують місцеві інгредієнти та продукти, що підкреслює місцевий колорит та культуру.

Як засвідчив аналіз розвитку ресторанного бізнесу в регіонах України, останнім часом прорив в такому розвитку здійснив місто Львів. Сьогодні у Львові сформувалось кілька рестораних локацій швидкого харчування, які створюють унікальний львівський гастрономічний продукт. Окрім таких закладів сьогодні у Львові, як і в інших містах присутня значна кількість брендів швидкого харчування, таких як: «Львівські круасани», «Пузата хата», «McDonald's», «ЯпонаХата», «Челентано» тощо [11].

На нашу думку, у Львові є цілий ряд відомих у світі концептуально-тематичних закладів. Перелік найпопулярніших закладів швидкого харчування представлено в табл. 2.2. [3]

Таблиця 2.2

Найпопулярніші заклади швидкого харчування міста Львів

Назва закладу	Концепція закладу
Велика Львівська канапка	Основна страва закладу – BIG канапка (6 видів+конструктор на будь-який смак)
Фаст-фуд «Шаурма Львів»	Основна страва – шаурма, яка виготовлена з місцевої сировини
Ресторан швидкого харчування «Frog and Dog»	Мережевий заклад швидкого харчування з стандартним набором послуг
Ресторан швидкого харчування «Кебаб Шеф»	Основна страва – кебаб різних розмірів та смаків
Хот-Дог бар «Добрий Пес»	Заклад барного типу з асортиментом швидкого харчування
Фаст-фуд «Burger Joint»	Основною стравою є бургери різного типу та смаку
Ресторан швидкого харчування «McDonalds»	Класичний заклад швидкого харчування, мережа світового бренду
«Пузата Хата»	Особливістю закладу є відсутність класичних офіціантів та меню, лише кухарі та технічний персонал.

McDonald's – це популярний ланцюг ресторанів швидкого харчування зі світовим ім'ям. У Львові є декілька ресторанів McDonald's, де можна замовити бургери, картошку фрі, напої та інші страви.

Пузата хата – це мережа ресторанів з українською кухнею, яка пропонує широкий вибір страв за доступними цінами. У Puzata Hata можна скуштувати борщ, вареники, ковбаски та інші традиційні страви.

Окрім зазначених ресторацій, у Львові є багато закладів швидкого харчування, які пропонують широкий вибір страв за доступними цінами. Наприклад:

- Kryivka – це популярний заклад, який знаходиться в центрі міста і відомий своєю незвичайною атмосферою. Його вхід знаходиться під землею, а відвідувачам потрібно ввести пароль, щоб потрапити в середину. У Kryivka подають страви української кухні та напої;

- KFC – це ще один відомий ланцюг ресторанів швидкого харчування, який пропонує фастфуд з куркою. У Львові є кілька ресторанів KFC, де можна скуштувати курячі крильця, попкорн курячий та інші страви;

- Subway – це ланцюг ресторанів швидкого харчування зі світовим ім'ям, який пропонує свіжо-приготовлені сендвічі на вибір. У Львові є декілька ресторанів Subway, де можна замовити сендвічі з різними видами хліба, начинками та соусами;

- Pizza Celentano – це популярний ресторан швидкого харчування, який спеціалізується на піцці. У Львові є кілька ресторанів Pizza Celentano, де можна замовити піццу з різними начинками та розмірами;

- Burger Farm – це невеликий ресторан швидкого харчування, який пропонує свіжі бургери зі свіжими інгредієнтами. У Burger Farm можна замовити бургери з різними видами м'яса, сиром та овочами;

- Shvydko – це мережа ресторанів швидкого харчування, яка пропонує широкий вибір страв за доступними цінами. У Shvydko можна замовити смачні сендвічі, гарячі страви та напої;

- Mister Snack – це невелика кав'ярня, яка також пропонує швидкий перекус. У Mister Snack можна замовити каву, чай, свіжо-приготовлені сендвічі та десерти;

- Baczewski Restaurant – це ресторан зі стравами європейської та української кухні, який також пропонує швидкий перекус. У Baczewski Restaurant можна скуштувати страви з м'яса, риби, овочів та інших інгредієнтів.

Загалом, у Львові є багато місць для швидкого перекусу, які пропонують різноманітні страви за доступними цінами. Вибір залежить від смаку та настрою споживача, але ці заклади можуть бути гарним варіантом для тих, хто шукає швидкий та смачний перекус.

Зазначимо, що зі Львовом сьогодні асоціюються такі заклади, як «Львівська копальня кави», «Львівська майстерня шоколаду», реберня «Під Арсеналом», «Мазох-safe», «Гасова лампа», «Дім легенд», Галицько-жидівська кнайпа «Під Золотою Розою» тощо [16].

Історія Львова, легенди та спогади пов'язані з Галичиною лягли в основу концепцій зазначених закладів. Розташування (більшість у старій частині міста), тематичне меню, інноваційний дизайн, специфіка обслуговування та анімаційна програма лежить в основі інноваційних ідей розвитку закладів [32].

З метою діагностики розвитку ринку українського фаст фуду у Львові та на основі розробленої матриці PEST аналізу розвитку досліджуваного ринку, побудуємо PEST матрицю для ресторанної мережі швидкого харчування «Пузата Хата» (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3.

PEST матриця для ресторації швидкого харчування «Пузата хата» у місті Львів

Фактори зовнішнього впливу	Важливість	Політичні	Економічні	Соціальні	Технологічні
Законодавство	3	-	0	0	0
Податкова політика	2	-	-	0	0
Геополітична ситуація	1	-	-	-	0
Економічна стійкість	3	0	+	0	0
Інфляція та курс валют	2	-	-	0	0
Рівень зайнятості	2	0	+	0	0
Смакові уподобання	3	0	0	+	0
Здоровий спосіб життя	2	0	0	+	0
Демографічні характеристики	2	0	0	+	0
Інновації	3	0	0	0	+
Нові технології	2	0	0	0	+

Аналіз матриці вказує на фактори які можуть впливати на діяльність ресторанної мережі та як ці фактори можуть бути оцінені. За результатами аналізу цієї матриці можна визначити ключові фактори для ресторації швидкого харчування «Пузата хата». Так, до важливих факторів віднесено: смакові уподобання, інновації закладу швидкого харчування, економічна стійкість, законодавство [40].

PEST-аналіз (аналіз політичного, економічного, соціокультурного та технологічного середовища) є ефективним інструментом для оцінки зовнішнього середовища, у якому працює ресторан швидкого харчування «Пузата хата» у місті Львів. Зазначений аналіз дозволив визначити ключові аспекти впливу зовнішніх факторів впливу [33].

Політичне середовище:

- ресторан повинен відповідати законам та регуляторним вимогам щодо безпеки їжі та здоров'я споживачів;
- українська влада має на меті підтримку та розвиток малого бізнесу, що може стати перевагою для «Пузата хати».

Економічне середовище:

- підвищення цін на продукти може вплинути на попит та відвідуваність ресторану;
- конкуренція в ресторанній галузі може вплинути на рентабельність та прибутковість «Пузата хати»;
- пандемія COVID-19 та пов'язані з нею карантинні обмеження можуть призвести до зменшення кількості клієнтів та прибутку.

Соціокультурне середовище:

- Львів – місто зі значною кількістю туристів, що може збільшити обсяг замовлень в ресторані;
- зростаюча популярність здорового способу життя може призвести до зменшення попиту на швидке харчування, що вимагає від «Пузата хати» розширення асортименту та включення більше здорових страв в меню.

Технологічне середовище:

- використання онлайн-сервісів замовлення їжі може підвищити зручність та швидкість обслуговування клієнтів;

- розвиток технологій приготування їжі може забезпечити покращення якості та швидкості обслуговування [44].

Таким чином, за останні кілька років у Львові з'явилося багато нових закладів швидкого харчування з концепціями, які підходять для різних груп споживачів, наприклад, вегетаріанські та веганські фаст-фуд заклади, заклади зі здоровим харчуванням, а також заклади з фаст-фудом у вигляді сніданку.

Загалом, розвиток львівського фаст-фуду є частиною розвитку культури харчування міста, який орієнтований на задоволення потреб споживачів. В цілому, Львів став популярним містом для відвідувачів та туристів з усього світу завдяки своїй гастрономічній культурі, в тому числі й фаст-фуду. У Львові можна знайти різноманітні фаст-фуд ресторани, що пропонують традиційну українську їжу, а також міжнародні ланцюгові ресторани. Деякі з них надають послуги доставки їжі додому або на роботу, що дуже зручно для місцевих мешканців. Український фаст-фуд у Львові є не тільки швидким та зручним варіантом харчування, але й можливістю спробувати аутентичну українську кухню в сучасному виконанні. Багато з ресторанів використовують місцеві інгредієнти та рецепти, що додає стравам особливого смаку. Отже, можна стверджувати, що український фаст-фуд у Львові розвивається та займає важливе місце в харчовій культурі міста.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ УКРАЇНСЬКОГО ФАСТ ФУДУ

Фаст-фуд сьогодні є швидким і зручним способом перекусити, який став досить популярним, особливо в містах, де життєвий темп дуже швидкий. Український ринок фаст-фуду не стоїть на місці, і його розвиток залежить від декількох аспектів. Одним з важливих аспектів є підвищення якості продуктів та послуг, що пропонуються у фаст-фуд ресторанах. Найбільш вагомим чинником є належна якість продуктів, яка забезпечить здоров'я та задоволення клієнтів. Крім того, важливим є дотримання стандартів якості та безпеки харчування, що також має важливе значення в розвитку ринку українського фаст фуду. Іншим аспектом є розширення асортименту продуктів та збільшення кількості ресторанів фаст-фуду. Зараз на ринку присутні вже всі основні гравці, що пропонують різні види фаст-фуду, однак є можливість розширення асортименту за рахунок введення нових продуктів, що зможуть привернути більше клієнтів. Крім того, потрібно збільшити кількість ресторанів у містах та населених пунктах, щоб забезпечити доступність фаст-фуду для всіх клієнтів.

Також, важливим є використання сучасних технологій у фаст-фуд ресторанах, що дозволить зменшити час очікування замовлення, підвищити якість обслуговування та забезпечити зручність для клієнтів. Наприклад, використання мобільних додатків для замовлення та оплати їжі, встановлення самообслуговування та безконтактних систем оплати. Ще одним важливим аспектом є зменшення впливу фаст-фуду на навколишнє середовище, зокрема, зменшення використання пластикового посуду та упаковки, збільшення використання біорозкладаваних матеріалів, зменшення відходів та їх утилізація [35].

Для підвищення розвитку ринку українського фаст-фуду, також важливо розвивати маркетингові стратегії, які будуть спрямовані на привернення нових клієнтів та збільшення лояльності поточних. Маркетингові стратегії можуть включати в себе акції та знижки, проведення рекламних кампаній в соціальних

мережах та засобах масової інформації, а також підвищення ефективності програм лояльності та бонусних програм. Для підвищення розвитку ринку українського фаст-фуду, важливо сприяти розвитку української кухні та її елементів у меню ресторанів фаст-фуду. Це може зробити фаст-фуд більш привабливим для місцевих клієнтів та туристів, а також забезпечить просування української культури та традицій.

Отже, підвищення розвитку ринку українського фаст-фуду залежить від кількох аспектів, таких як підвищення якості продуктів та послуг, розширення асортименту продуктів та збільшення кількості ресторанів, використання сучасних інноваційних технологій, зменшення впливу на навколишнє середовище, розвиток маркетингових стратегій та сприяння розвитку української кухні. Зважаючи на зазначене, доцільно запропонувати можливі інноваційні види розвитку ринку українського фаст фуду, що представлено в таблиці 3.1. [36]

Таблиця 3.1.

Можливі інноваційні форми розвитку ринку українського фаст фуду

вид форми	зміст інноваційні форми
«Author's cuisine»	стиль змішаних форматів світової гастрономії з адаптацією звичних для конкретного регіону страв але з нахилом на європейську кухню
«Teppan-show»	шоу-процес віртуозного формування фірмової страви на великій температурній поверхні на очах у гостей закладу
«Food court»	стиль об'єднання декількох закладів харчування на основі одного великого торгового залу
«Street food»	стиль вуличної їжі, що у більшості випадків пропонує одну страву
«Slow-food»	стиль здорового харчування, збереження традицій національної та регіональної кухні, культури традиційного харчування, як альтернатива закладам швидкого харчування
«Fast-casual»	головна концепція закладу – можливість пропонувати гостям якісні ресторанны послуги за доступною ціною, найбільш глобальний тренд у всьому світі, який полягає у відмові від особливих інтер'єрів, а інколи від повноцінного сервісу.

Крім того, до інноваційних форм розвитку ринку українського фаст-фуду доцільно включати [45]:

- використання технологій інтернету речей та додатків для замовлення їжі. Це може допомогти клієнтам швидко та зручно замовляти їжу, а

ресторанам – відслідковувати замовлення та покращувати процес обслуговування;

- використання роботів-кухарів для автоматизації процесу приготування їжі та зменшення часу обслуговування. Це може допомогти знизити витрати на зарплату працівників та покращити якість та швидкість обслуговування;

- розширення асортименту продуктів шляхом включення в меню різноманітних вегетаріанських та веганських страв, що може привернути нових клієнтів та відповідати сучасним тенденціям у харчуванні;

- розвиток системи доставки їжі до дому з використанням електричних транспортних засобів або дронів. Це може допомогти зменшити час доставки та вплив на навколишнє середовище;

- використання 3D-друку для створення елементів декору та упаковки їжі. Це може допомогти зменшити витрати на упаковку та створити оригінальний дизайн для продуктів;

- використання віртуальної реальності для створення іммерсивного досвіду харчування. Це може стати цікавим для клієнтів та допомогти збільшити продажі;

- використання блокчейн технології для забезпечення безпеки та якості продуктів, а також створення програм лояльності. Це може допомогти збільшити довіру клієнтів до бренду та залучити нових покупців;

- розвиток еко-френдлі концепції шляхом використання біорозкладних матеріалів для упаковки та зменшення відходів. Це може допомогти брендам привернути увагу клієнтів, які звертають увагу на екологічність та сталий розвиток;

- розвиток концепції кулінарних лабораторій, де шеф-кухарі можуть тестувати нові рецепти та експериментувати зі смаками та інгредієнтами. Це може допомогти покращити якість та різноманітність продуктів та привернути увагу клієнтів, які цінують новаторство та оригінальність;

- розвиток системи персоналізованого обслуговування, де клієнти можуть скласти свій власний меню та вибрати інгредієнти для приготування своєї

страви. Це може допомогти залучити нових клієнтів та задовольнити потреби тих, хто виключає з раціону деякі продукти або має особливі дієтологічні обмеження.

Отже, інноваційні форми розвитку ринку українського фаст-фуду можуть допомогти покращити якість обслуговування, зменшити витрати та зробити асортимент продуктів, зробити їх більш доступними та привабливими для різних груп клієнтів. Інноваційні форми розвитку ринку українського фаст-фуду можуть бути дуже різноманітними та спрямовані на відповідь на потреби ринку та клієнтів, покращення якості та швидкості обслуговування, зниження витрат та відходів, збільшення ефективності та прибутковості бізнесу, а також залучення нових клієнтів та збереження існуючих. Важливо, щоб бренди уважно стежили за трендами та інноваціями у галузі фаст-фуду, реагували на зміни та адаптували свої пропозиції до потреб споживачів [37].

Зокрема, під час пандемії COVID-19 важливим стало впровадження інноваційних технологій та засобів безпеки для збереження здоров'я клієнтів та працівників. Такими інноваціями можуть бути контактні списки, онлайн-замовлення та самовивіз продуктів, безконтактні платежі, дезінфекція приміщень та поверхонь тощо.

Українські бренди фаст-фуду також можуть використовувати маркетингові інструменти для збільшення своєї популярності та відомості серед цільової аудиторії. Це може включати в себе участь у різних маркетингових акціях та конкурсах, співпрацю зі знаменитостями та інфлюенсерами, створення рекламних кампаній, розробку унікального брендуння та дизайну.

Отже, розвиток ринку українського фаст-фуду потребує постійних інновацій та пристосування до змін у попиті споживачів та умовах ринку. Різноманітність та оригінальність пропозицій, які задовольняють потреби різних груп клієнтів, забезпечать успішний розвиток бізнесу та збільшення його прибутковості [38].

Найпопулярніші інноваційні ідеї організації ринку українського фаст-фуду представлено на рис 1.2.



Рис. 3.2. Найпопулярніші інноваційні ідеї організації ринку українського фаст фуду

Наразі в Україні спостерігається декілька інноваційних ідей у сфері організації ринку фаст фуду:

- мережа бесконтактних автоматів зі свіжою їжею. Ця ідея полягає в тому, щоб розміщувати автомати зі свіжою їжею в зручних місцях, наприклад, на вокзалах, в аеропортах, у торгових центрах тощо. Клієнти можуть замовляти їжу за допомогою спеціального додатка на телефоні, оплачувати її онлайн та отримувати замовлення безпосередньо з автомата;

- франшизна модель бізнесу, коли підприємці можуть придбати право використовувати бренд і бізнес-модель відомих мереж фаст фуду. Франшизники отримують підтримку з боку франчайзера у вигляді розробки меню, підбору приміщення та інших послуг;

- використання технологій замовлення та доставки їжі. Українські мережі фаст фуду все більше переходять на онлайн-замовлення та доставку їжі. Клієнти можуть замовити їжу за допомогою спеціальних додатків на телефоні або на сайтах ресторанів та отримати замовлення безпосередньо вдома чи офісі;

- впровадження концепції «здорового» фаст фуду. У більшості ресторанів фаст фуду в Україні традиційно пропонуються важкі та не занадто корисні страви. Однак, деякі мережі починають впроваджувати меню зі здоровими стравами, що містять більше овочів та фруктів, менше жиру та солі;

- використання розумних систем управління. Для поліпшення ефективності бізнесу, деякі мережі фаст фуду в Україні використовують розумні системи управління, які дозволяють контролювати весь процес від постачання продуктів до обслуговування клієнтів;

- використання «екологічних» матеріалів для упаковки. Один з найбільших екологічних проблем у сфері фаст фуду – використання багаторазових пластикових контейнерів та стаканчиків. Деякі мережі в Україні переходять на екологічні матеріали, такі як папір та картон, для упаковки їжі та напоїв;

- розвиток мережевої моделі бізнесу. Один з найбільших трендів в сфері фаст фуду в Україні – це розвиток мережевої моделі бізнесу. Це дозволяє зменшити витрати на рекламу та збільшити ефективність маркетингу, а також дозволяє розширити географію присутності компанії та збільшити кількість клієнтів [39].

Ці ідеї є популярними в Україні та допомагають підвищити конкурентоспроможність мереж фаст фуду, привабливість для клієнтів та зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Висновуючи з описаних напрямів, можна сказати, що підвищення розвитку ринку українського фаст фуду відбувається в багатьох напрямках. Зокрема, ставиться акцент на здорове харчування, використання екологічних матеріалів, покращення обслуговування та відкриття нових ресторанів в різних містах України. Отже, розвиток ринку українського фаст фуду – це комплексний процес, який базується на використанні сучасних технологій та інноваційних підходів. Він спрямований на задоволення потреб споживачів та на збільшення конкурентоспроможності мереж фаст фуду.

ВИСНОВКИ

За результатами проведених досліджень в кваліфікаційній роботі бакалавра, можна сформувати такі висновки:

1. Український фаст-фуд має велике значення для розвитку ринку ресторанних послуг в Україні, просування української кухні та популяризації України на глобальному ринку. Український фаст-фуд також може бути важливим елементом підтримки місцевої кухні та культурного спадщини України, допомагаючи просувати українські традиції та кулінарні особливості на міжнародному рівні.

2. Новітні технології, такі як мобільні додатки, електронні меню тощо знаходять своє застосування в ресторанному бізнесі України, що дозволяє рестораторам покращити якість обслуговування та забезпечити зручність для клієнтів. Однак, не дивлячись на позитивні тенденції, на ринку присутні деякі негативні явища, такі як низька якість продуктів у деяких ресторанах, несанкціоноване відкриття закладів, а також низька заробітна плата для працівників ресторанного бізнесу. Для успішної роботи у секторі українського фаст фуду необхідно підвищувати якість продукції та обслуговування, використовувати новітні технології та дотримуватись високих технологій та сучасних трендів

3. Міжнародний досвід забезпечення безпеки та якості продукту фаст-фуду показує, що це важливий аспект діяльності. Заходи контролю та технології постійно удосконалюються, щоб забезпечити безпеку та якість продукту для споживачів. Міжнародний досвід діяльності ринку фаст-фуду демонструє, що успішна компанія повинна бути готовою до адаптації до місцевих потреб та культурних особливостей, використовувати нові технології та стратегії, а також бути готовою до викликів ринку

4. Українські фаст-фуд ресторани активно розвиваються та отримують популярність серед місцевих мешканців та туристів. Наприклад, «Пузата Хата», «Крила», «Чіка», «Мамамана» та інші ресторани пропонують великий вибір

українських страв та їх варіацій. Вони активно використовують місцеві інгредієнти та рецепти, щоб привернути увагу відвідувачів та надати унікальний смак. Також в Україні є ресторани, які спеціалізуються на здоровому харчуванні, наприклад «Веган Фуд», «Сімейка», «Kushlyk». Вони пропонують альтернативні варіанти для тих, хто дотримується здорового способу життя або має дієтологічні обмеження.

5. Розвиток львівського фаст-фуду є частиною розвитку культури харчування міста, який орієнтований на задоволення потреб споживачів. В цілому, Львів став популярним містом для відвідувачів та туристів з усього світу завдяки своїй гастрономічній культурі, в тому числі й фаст-фуду. У Львові можна знайти різноманітні фаст-фуд ресторани, що пропонують традиційну українську їжу, а також міжнародні ланцюгові ресторани. Деякі з них надають послуги доставки їжі додому або на роботу, що дуже зручно для місцевих мешканців. Український фаст-фуд у Львові є не тільки швидким та зручним варіантом харчування, але й можливістю спробувати аутентичну українську кухню в сучасному виконанні. Багато з ресторанів використовують місцеві інгредієнти та рецепти, що додає стравам особливого смаку. Отже, можна стверджувати, що український фаст-фуд у Львові розвивається та займає важливе місце в харчовій культурі міста.

6. Запропоновано можливі інноваційні форми розвитку ринку українського фаст фуду, від стилю змішаних форматів світової гастрономії з адаптацією звичних для конкретного регіону страв до шоу-процесу віртуозного формування фірмової страви на великій температурній поверхні на очах у гостей закладу. Систематизовано інноваційні ідеї організації ринку українського фаст фуду, до яких віднесено: використання технологій замовлення та доставки їжі; формування мережі бесконтактних автоматів зі свіжою їжею; впровадження концепції «здорового» фаст фуду; використання екоматеріалів для упаковки тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз закладів швидкого харчування в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynkaobshhestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>
2. Аналіз українського ринку швидкого харчування. URL: <https://business.ua/uk/fastfud-perezavantazhennya>
3. Алексеева Т. А., Обозна А.О., Шабельник Н.М. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Харківського політехнічного інституту*. 2017. № 2. С. 89-92
4. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип 42. С. 117-122. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20> (дата звернення: 09.04.2021).
5. Берницька Д.І. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST/STEP аналізу. Економічний аналіз: зб. наук. праць каф. екон. Аналізу Терноп. нац. екон. ун-ту. 2012. Вип. 11. Ч. 2. С. 41-45.
6. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*: зб. наук. пр.: у 2-х ч. Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків, 2019. Вип. 1(15), ч. 2. С. 331-338.
7. Борисова О.В. Інноваційний потенціал підприємств ресторанного господарства та ефективність його використання. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. м. Харків. 2019 р. Ч.1. С.237-238. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/borysova.htm
8. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/ginda.htm.
9. Гросул В.А. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017, № 1(49) Т.1. С. 143-149.

10. Гура О.Л. Підприємницька діяльність у сфері ресторанного господарства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Випуск 2-1 (08) 2017. С. 97-100.
11. ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства. Класифікація
12. Давидова О. Індустрія гостинності у контексті проведення Євро 2012. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Сергія економіка. 2011. № 12. С. 44-48.
13. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. Статистичний збірник за 2020 р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2017. Вип. 52. С. 39-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8
15. Домінська О.Я. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2017. Вип. 52. С. 39-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8
16. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. [Чинний від 2004–07–01]. К. : Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.
17. Кравченко О.М. Використання показників кількості відвідувачів і товарообороту для оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Економіка: реалії часу*. Одеса: СПД Побута М.І. 2014. № 4 (14). - С. 121 - 127.
18. Кононенко Т. П. Сучасний кейтеринг та обладнання. *Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі* : зб. наук. пр. Харків : ХДУХТ, 2006. Вип. 2 (4). С. 264 270.

19. Лепетюха Н.В. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства харчової промисловості. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 14. 2016. С. 413-417.
20. Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. 300 с.
21. Ратова З. Т. Організація кейтерингу в Україні в умовах економічної кризи. URL: <http://intkonf.org/ratova-zt-popelyar-avorganizatsiya-keyteringu-v-ukrayini-v-umovah-ekonomichnoyi-krizi>
22. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 4 (21). 297-304.
23. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. Підручник для вищих навчальних закладів. За загальною редакцією П'ятницької Н.О. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
24. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.04.2023).
25. Офіційний сайт Головного управління статистики у Волинській області. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.04.2023).
26. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <http://www.world-tourism.org> (дата звернення: 01.05.2023).
27. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: <https://ntoukraine.org> (дата звернення: 21.04.2023).
28. Офіційний сайт ГО «Асоціація індустрії гостинності. URL: <https://aigu.org.ua/>. (дата звернення: 05.03.2023).
29. Офіційна сторінка Порталу «Zruchno.Travel». URL: <https://zruchno.travel/News/New/3101?lang=ua> (дата звернення: 01.05.2023).
30. Офіційний сайт «МакДональдз». URL: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd.html> (дата звернення: 01.04.2023).
31. Обзор закладів швидкого харчування. URL: <https://www.food-service.com.ua/fast-fud-fast-fudu-rozn:-obzor-restoranov-bystrogo-pitaniya-i119>

32. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства [затверджені Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. – № 219] URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

33. Пандемія COVID-19 та її наслідки в сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.

34. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі [колективна монографія], за науковою ред. проф. Волошина І.М., Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. 444 с.

35. Прилепа Н.В., Миколук О.А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014 р., № 5, С. 91-94

36. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.

37. Савенко Ю.М. Основні тенденції ринку громадського харчування. – *Вісник КНТЕУД*. 2014. № 4. С. 31-37.

38. Смирнов І., Любіцева О. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2020. № 3(2). С. 196–207.

39. Смирнов І. Геологістичні особливості кейтерингу. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2013 р., № 1 (61), С. 8-12.

40. Споживчі настрої в Україні, лютий 2018: індекс склав 50,6. URL: <http://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/pressrelease/cci-feb-2018/Д.І.> (дата звернення: 10.04.2023).

41. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>

42. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія / за заг.ред. А.Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 412 с.

43. Сушальская Т. Кейтеринг: новые возможности ресторанного бизнеса. Бухгалтерия. 2008. № 21. С. 47.

44. COVID-19 Наслідки для бізнесу та дії за умов кризи URL: https://eba.com.ua/wpcontent/uploads/2020/04/EY_Survey_results_COVID_19_2.0.pdf

45. Шамара І. М. Тенденції розвитку ресторанного господарства як складової туристичної галузі Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. №1042. 2013. С. 151-154.

46. Шидловська О.Б. Організація виробництва у ресторанному господарстві URL: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/43.41A.pdf>