

УДК: 658.8.640.432 (477.74)

Олена Леонідівна МИХАЙЛЮК

кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет,

Україна, e-mail: elen.mih.555@gmail.com,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4857-4129>

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НАЙКРАЩИХ ПРАКТИК ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Михайлюк, О. Л. Перспективи впровадження найкращих практик для розвитку підприємств швидкого харчування Одеського регіону. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2023. № 1-2 (84-85). С. 172–186.

Анотація. У статті розглянуто особливості розвитку мережі закладів швидкого харчування в Одесі та Одеському регіоні. Мета статті – проаналізувати стан розвитку сфери закладів швидкого харчування Одеського регіону та галузі в цілому, дослідити світовий досвід та запропонувати нові механізми подальшого розвитку. Основними завданнями дослідження є: оцінити сучасний стан розвитку сфери закладів швидкого харчування в Одеському регіоні, визначити негативні моменти маркетингу та менеджменту, розробити рекомендації щодо вдосконалення діяльності закладів. Проаналізовано види закладів харчування, їх призначення, розмір середнього чеку, види доступних послуг. Досліджено відгуки клієнтів щодо позитивних і негативних моментів у функціонуванні закладів. Узагальнено маркетинговий досвід і особливості менеджменту таких мережеских закладів швидкого харчування як «McDonald's», «Burgers King», «Pepper Point», «RFC», «Coffee-to-go», закладів типу фрі-фло та інших. Визначено основні умови для успішного розвитку закладів: значення вдалого логотипу, яскравої і зрозумілої вивіски; наявність закладу у всіх можливих месенджерх; обов'язкий зворотній зв'язок і швидке реагування на негативні відгуки у мережах; використання нейромаркетингу. За результатами дослідження запропоновано: збільшити інтерес до ідеї здорового харчування; сконцентруватися на використанні переважно місцевих продуктів харчування і вин; поєднувати в одному закладі харчування коворкінг, розважальний контент, покупку готової їжі та продуктів харчування для дому; поширення системи онлайн-бронювання столиків; продовження процесу діджиталізація і автоматизація роботи закладів; впровадження сучасних CRM-систем для підвищення якості обслуговування.

Ключові слова: заклади швидкого харчування; ресторани; кафе; фаст-фуд; фрі-фло; кейтеринг; діяльність із забезпечення стравами та напоями; ринок ресторанних послуг.

Olena MYKHAYLUK

PhD in Economics, Associate Professor of Tourism and Hotel and Restaurant

Business Department, Odessa National Economic University, Ukraine,

e-mail: elen.mih.555@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4857-4129>

PROSPECTS OF THE BEST PRACTICES IMPLEMENTATION FOR THE FAST FOOD ENTERPRISES DEVELOPMENT IN THE ODESSA REGION

Mykhayluk, O. (2023). Prospects of the best practices implementation for the fast food enterprises development in the Odessa region [Perspektyvy vprovadzhennia naikrashchych praktyk dlia rozvytku pidpriemstv shvydkoho kharchuvannia Odeskoho rehionu], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 1-2 (84-85), pp. 172–186.

Abstract. *The article considers the peculiarities of the fast food establishments development in Odessa and Odessa region. The purpose of the article is to analyze the state of fast food establishments development in the Odessa region and industry as a whole, to investigate the world experience and to propose a new mechanisms for further development. The main tasks of the research are: to assess the current state of the fast food establishments development in the Odessa region, to determine negative aspects of marketing and management, to develop recommendations for improving of the establishments activity. The types of food establishments, their purpose, the size of average check, and the types of available services are analyzed. Customer feedback on positive and negative points in this establishments functioning are studied. The marketing experience and features of management of such fast food chain establishments as «McDonald's», «Burgers King», «Pepper Point», «RFC», «Coffee-to-go», free-flow establishments and others are summarized. The main conditions for the successful development of establishments are determined: the importance of a successful logo, a bright and clear signboard; availability of the establishment in all possible mesengers; mandatory feedback and quick response to negative reviews in networks; the use of neuromarketing. According to the results of study, it is proposed to: increase interest in healthy food ideas; focus on using mostly local food and wines; combine co-working, entertainment content, purchase of ready-made food and food products for home in one catering establishment; dissemination of online table reservation system; continuation of digitization process and automation of the establishments work, implementation of modern CRM systems for improving of service quality.*

Keywords: *fast food establishments; restaurants; cafes; fast food; free-flow; catering; food and beverage activity; restaurant services market.*

JELclassification: L230; M310; R580

DOI:[https://doi.org/10.33987/vsed.1-2\(84-85\).2023.172-186](https://doi.org/10.33987/vsed.1-2(84-85).2023.172-186)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сфера ресторанного бізнесу є дуже важливою для Одеського регіону, який окрім численного місцевого населення приймає влітку декілька мільйонів туристів. Заклади ресторанного бізнесу, особливо швидкого харчування, є найбільш демократичними з огляду на цінову політику і створюють відповідний імідж як для головного міста регіону, так і невеликих периферійних міст. Тому дуже важливо, щоб вони відповідали найкращим світовим аналогам в асортименті їжі, прийомах її подачі тощо. З огляду на це необхідно досконально проаналізувати сучасну ситуацію щодо проблем розвитку галузі, знайти вузькі місця та імплементувати існуючий досвід для поліпшення ситуації.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Світовий досвід розвитку нових маркетингових технологій у сфері закладів швидкого харчування досить широко висвітлюється в [1; 2]. В Україні вивченням цієї проблеми займаються аналітики [1–3] та інші фахівці [4; 5]. Ринок закладів швидкого харчування в Одеському регіоні представлений досить широко в [6–8], особливу увагу приділяють м. Одесі [9]. При цьому усі дослідники відмічають надостатність статистичної інформації, останніх даних на сайтах Державної служби статистики

України [10] та облстату Одеської області [11], які закінчуються четвертим кварталом 2021 року.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Питанням менеджменту і маркетингу у сфері ресторанного бізнесу в Україні поки що приділяється недостатньо уваги. По Одеському регіону публікацій мало, вони не розкривають усіх нагальних проблем, які є у цій сфері. Недостатньо висвітлені вченими питання діджиталізації закладів цієї сфери, застосування маркетингових прийомів, недостатньо статистичних даних для аналізу сфери ресторанного бізнесу.

Постановка завдання. На даний час в Україні зростає інтерес до внутрішнього туризму, тому Одеський регіон спочатку з 2014 року (після окупації Криму), а потім з 2019 року (під час пандемії) почав відігравати більш важливу роль у розвитку туризму в країні. У зв'язку з цим збільшилося навантаження на заклади харчування, змінилися пріоритети. Клієнти, які раніше могли виїздити за кордон і отримувати там більш різноманітні, креативні та якісні послуги, почали пред'являти більше вимог до сучасного ресторанного бізнесу. Все це є позитивним рушієм до змін, повинно бути підтримано і впроваджено.

Мета статті – оцінити стан розвитку сфери закладів швидкого харчування Одеського регіону, дослідити світовий досвід, проаналізувати сучасний стан розвитку галузі, запропонувати нові механізми подальшого розвитку. У зв'язку з визначеною метою, варто виділити такі завдання: дослідити світовий досвід онлайн доставки, який з'явився у світі в умовах минулої пандемії; узагальнити досвід мережевих закладів швидкого харчування регіону; провести систематизацію видів закладів швидкого харчування; співставити цінову політику закладів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Індустрія харчування відіграє дедалі більшу роль у житті сучасного суспільства та кожної людини. Це пов'язано, насамперед, зі зміною технологій переробки продуктів харчування, розвитком комунікацій, диверсифікацією засобів доставки продукції та сировини, інтенсифікацією багатьох виробничих процесів. У швидкісному сьогоденні для споживачів головними принципами є невисока ціна і швидке обслуговування.

Річний дохід індустрії швидкого харчування у світі на даний момент складає понад 885 млрд. дол. та представлений понад 897 683 підприємствами, на яких зайнято 14,2 млн. осіб.

На найближчі п'ять років очікується зниження темпів росту галузі через можливий спад світової економіки та інтерес до здорової їжі. На даний момент ця сфера діяльності має стійкий і зростаючий попит. Особливо це стосується країн, що розвиваються.

Прогноз розвитку світової індустрії ресторанів швидкого харчування на період 2022–2026 рр. такий:

- розмір ринку – 798 млрд. дол.;
- кількість підприємств – 874638 од.;
- зайнятість у галузі – 13 458 146 осіб.

Для світового ринку сфери швидкого харчування на перше місце виходить такий вид послуги як онлайн-доставка їжі. У 2021 році її ринок оцінювався у 151 млрд. дол. Китай є найбільшим ринком KFC за межами США. У 2020 році McDonald's був найдорожчим продуктивним брендом у світі. 85% американців харчуються у McDonald's хоча б раз на рік [2].

За даними Fast Food Nation, 44% респондентів США використовують фаст-фуд. На ринок США у 281,7 млрд. дол. припадає 32,7% світового доходу від фаст-

фуду. Річний дохід промисловості швидкого харчування у Сполучених Штатах за останнє десятиліття зріс майже на 90 млн. дол. Індустрія ресторанів швидкого обслуговування у США у 2020 році змогла заробити 239 млрд. дол. У 2020 році в галузі QSR в США працювало понад 4 млн. осіб. Кількість працівників, зайнятих у QSR, збільшилася на 35% з 2010 року. 43% громадян США завжди шукають здорову їжу.

Найбільш популярними закладами швидкого харчування наразі є: McDonald's, Burger King (гамбургери); Pizza Hut, Pizza Domino (піца); Red Lobster, John Silver's (морепродукти); KFC, Church's (страви з курчати); Sizzler, Ponderosa (біфштекс); Subway (сендвічі), а також суші-бари, млинці тощо. Особливо багато таких закладів у великих містах, де прискорений ритм життя та висока мобільність працюючих людей, оскільки головне завдання підприємства фаст-фуд – швидко та недорого нагодувати відвідувачів.

Виділяють декілька ключових особливостей організації підприємств швидкого обслуговування:

– основними перевагами є економічність харчування, зручність відвідування, швидке обслуговування;

– відмінною рисою є відсутність в їх асортименті алкогольних напоїв. Цим підприємства відрізняються від звичайних закусочних та кафе, де з метою збільшення доходів широко практикується продаж пива, вина, цигарок;

– відрізняє жорстка стандартизація: інтер'єр, вивіска, меблі, посуд, асортимент, бізнес-процеси, технологічне устаткування, рекламні матеріали тощо;

– для успішного розвитку підприємств фаст-фуду важливу роль відіграє місце розташування закладу. Цей заклад має розміщуватися у людних місцях – на вокзалах, автозаправних станціях, біля метро, на автомагістралях.

На ринку ресторанних закладів України яскраво виділяються рівнем сервісу, якістю і особливостями послуг три мережеві системи:

- 1) з форматом Quick&Casual;
- 2) заклади швидкого обслуговування;
- 3) елітні підприємства ресторанного типу, у тому числі, заклади «високої кухні»).

Основними мережевими утвореннями, які об'єднують елітні підприємства ресторанного господарства в Україні, є «Козирна карта», «XXI век», «Мировая карта», «Любов і голод», «Carte Blanche», «Happy Days Group» [1].

Представників мережевих утворень формату Quick&Casual на українському ринку умовно можна поділити на дві групи: такі, що чітко позиціонують себе у форматі (наприклад, «Пан Піца»), та дуже близькі до нього (наприклад, «Домашня кухня», «Два гуся»). У сегменті ринку Quick&Casual виділяють сітьові утворення (мережі) піцерій («Піца Челентано», «Уно піца», «Маріо» тощо) та експрес-кафе («Пузата хата», «Тралі-Валі», «Матусіна хата», «Єврохата», «Здоровенькі були», «Смак експрес-кафе», «Дрова», «Кафе Пункт», «Якіторія», «Домашня кухня» тощо) [12].

Основними мережевими операторами у сегменті швидкого обслуговування, які є класичними (традиційними) мережами фаст-фуду, є дочірне підприємство світового гіганта «McDonald's», «Швидко», «Три Товстуні», «Ростік'с», «Куркуль», «Містер Снек», «Печена картопля», «Мак Смак», «Оріон експрес» та ін.

Обсяг реалізованих послуг по Україні щодо діяльності із забезпечення стравами та напоями, реалізованих населенню, постійно зростає (табл.1).

Таблиця 1

Обсяг реалізованих послуг по Україні з діяльності із забезпечення стравами та напоями, реалізованих населенню, млн. грн.

Рік	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
2019	–	–	–	4709,6
2020	2458,1	1412,6	2734,0	2673,6
2021	2571,0	3094,3	3971,4	3705,6

Джерело: [10]

По Одеській області зберігається така ж тенденція, але при цьому яскраво виражена різна ситуація протягом року: третій квартал найбільш прибутковий через приплив туристів і рекреантів до регіону (табл. 2).

У світі заклади швидкого обслуговування відомі з давніх часів, а ось система фаст-фуду стрімкими темпами почала розвиватися наприкінці двадцятого сторіччя. Наразі ринок надання «швидкої їжі» отримав новий значний імпульс.

Основною причиною таких закладів є швидкість приготування їжі, що дуже важливо для сучасного споживача через його високу зайнятість. Часто меню складається з монопродуктів, які готуються різними способами з різним поданням і складовими (бургери, курка-гріль, сендвічі, піца, смажена картопля, млинці, пірижки тощо).

Іноді ресторани швидкого харчування мають особливу зону харчування під назвою фудкорт (англ. food court – ресторанный двір). При цьому декілька представників закладів швидкого харчування використовують спільний зал для клієнтів. Звичайно, між ними виникають конкурентні відносини, що стимулює кожного з них боротися за клієнта. Це досягається за рахунок смачного приготування страв, облаштування оригінального простору, пропозиції здорового харчування, залучення івент-фахівців тощо.

Таблиця 2

Обсяг реалізованих послуг з діяльності із забезпечення стравами та напоями по Одеській області (тис. грн.)

	Обсяг реалізованих послуг	У т.ч. реалізованих населенню
IV квартал 2019 року		
Усього	18291219,7	2169962,6
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	–	–
I квартал 2020 року		
Усього	16811836,1	1938543,0
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	105367,1	85659,7
II квартал 2020 року		
Усього	16068771,0	1287846,8
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	74005,9	51848,1
III квартал 2020 року		
Усього	17485751,7	2358157,4
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	143050,4	86706,3

Продовження табл. 2

IV квартал 2020 року		
Усього	18117698,3	2119770,0
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	99677,8	64447,3
I квартал 2021 року		
Усього	15905639,6	2424351,1
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	100060,1	65979,5
II квартал 2021 року		
Усього	17085439,7	2218355,5
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	135546,9	93879,4
III квартал 2021 року		
Усього	21145630,1	2760886,2
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	167917,5	127533,0
IV квартал 2021 року		
Усього	234712,7	119512,9
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	148721,5	92031,6

Джерело: [11]

На даний час сегмент закладів швидкого харчування розвивається прискореними темпами у світі та в Україні. Найпростіше використовувати універсальні продукти: гамбургери, курятину, тістечка, морозиво. Деякі оператори швидкого харчування розширюють асортимент за рахунок пропозиції овочевих салатів, їжі на грилі, картоплі фрі, італійських спагеті, французьких круасанів тощо.

Важливим чинником успішного розвитку є розташування таких закладів. Вони обирають для себе людні місця, через які завжди рухається потік голодних потенційних клієнтів. Новими викликами для закладів є наявність парковки і привабливий вхід до закладу. Тому дуже часто подібні заклади відкривають у молах, великих супермаркетах та торгових центрах.

Найбільш характерними є наступні види закладів швидкого харчування (рис. 1).

Монопродуктові заклади харчування. Прикладами можуть слугувати піцерії (пропонують піцу курячу, піцу 4 сири, піцу Паппероні, Гавайську та ін.) та суши-бари «Quick&Casual» (у меню суши Жовтий дракон, Сяке томаго, роли Філадельфія, роли Сяке унагі та ін.).

Фаст-фуди, які прийшли до нас із західних країн – «McDonald's», «Burgers King», «Pepper Point», «RFC» тощо. Їх меню складається із гамбургерів, хачапурі по-аджарськи, твістерів, шаурми, Біф Фреш Ролів, бюргер паки, картоплі фрі, холодних та гарячих напоїв, молочних коктейлів, соків. Такі заклади також пропонують «їжу на винос».

Заклади швидкого харчування на киталт «Coffee-to-go». Це переважно кав'ярні, які розраховані на самообслуговування, використовують одноразовий посуд, у їх меню немає алкогольних напоїв. Тут немає й кухні, а їжа завозиться до закладу декілька разів на добу. Такі кафе пропонують каву, напої, кондитерські

вироби та закуски. Стандарти обслуговування досить жорсткі: обслуговування одного клієнта не повинно займати більше 2-х хвилин. У таких закладах передбачений сервіс «кава та їжа на винос».

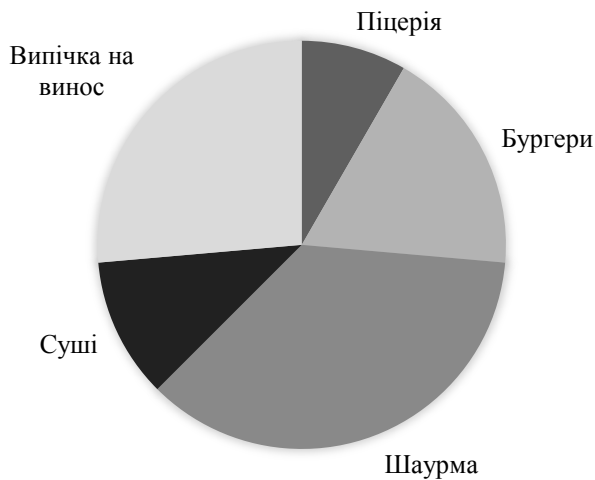


Рис. 1. Співвідношення кількості закладів фаст-фуду за категоріями
Джерело: [3]

В Україні широко розповсюджена практика створення *закладів швидкого харчування, орієнтованих на національну кухню*. Такі заклади використовують місцеві продукти, готують страви за національними рецептами, інтер'єр приміщення теж має національний стиль.

Зустрічаються так звані «небрендovanі торгові точки». Вони пропонують пиріжки, чебуреки, донер, сулугуні у лаваші, сандвічі, хот-доги, сосиски у тісті, бургери, картоплю фрі. Такі заклади можуть не мати власного обіднього залу, але мають невелике приміщення зі стійками. Завдяки демократичним цінам такі заклади можуть обслужити до 500 клієнтів за добу. Тут також пропонується їжа на винос.

Заклади типу фрі-фло – «вільний доступ» є певним поєднанням фаст-фуду і ресторану. У таких закладах маркетинговим прийомом є театральність подання і приготування страв. Страви зазвичай готуються чи за склянню перегородкою, чи прямо у залі. На загальний огляд виносяться тільки найбільш привабливі технологічні процеси: смаження овочів, ліплення вареників, оформлення тортів і тістечок. Кухарі повинні бути охайно одягнені і виконувати свою роботу артистично. Також цей тип закладу передбачає вільне переміщення клієнтів по залу і самостійне обрання страв, які готуються у їхній присутності.

Основна маса закладів швидкого харчування Одеського регіону зосереджена в м. Одесі. Це пов'язано з наявністю прошарку мешканців, які можуть собі дозволити витрати на їжу поза домом. Серед них переважають заклади, у назві яких є слово «фаст-фуд» (табл. 3) – 23%, кіоски фаст-фудної продукції – 17,8%; мережі кафе – 13,5%.

Таблиця 3

Мережі закладів швидкого харчування в Одесі

Тип закладу	Кількість, од.	Відсоток від загалу, %	Тип закладу	Кількість, од.	Відсоток від загалу, %
Мережа фаст-фуд кафе	65	13,5	Веганські кафе	3	0,7
Мережа сандвіч барів/кафе	15	3,1	Кав'ярні	9	1,9
Шаурма	1	0,2	Кіоски фаст-фудної продукції	86	17,8
Піцерія	19	3,9	Пирогові	1	0,2
Стріпфудкафе	5	1,0	Вафлі-кафе/бари	7	1,5
Кафе	43	8,9	Кулінарії	1	0,2
Мережа ресторанів швидкого харчування	31	6,4	Кафе-мангал	1	0,2
Кафе-бари	2	0,5	Магазин-пекарня	11	2,3
Бістро	23	4,5	Гастрономічний бар	1	0,2
Бургерні	5	1,0	Шашличні	2	0,5
Гриль-бари/кафе	2	0,5	Швидке харчування	113	23,4
Фудтраки	13	2,7	Кафе-кондитерські	1	0,2
Магазини фаст-фудної продукції	9	1,9	Автокафе	1	0,2
Усього			482		

Джерело: [9]

У місті переважно розвинена мережа ресторанів швидкого харчування з середнім чеком у 65–250 грн. (табл. 4). Тут представлений увесь можливий спектр продукції: американська, японська, європейська, українська, мексиканська кухні; суші, роли, бургери, салати, десерти тощо.

В інших містах області мережа закладів швидкого харчування дуже обмежена (табл. 4–7). Це пов'язано з невисокими доходами місцевого населення і відсутністю культури їсти поза межами дому. Тому мережа таких закладів переважно розрахована на туристів, які сюди приїждять у літній сезон.

Таблиця 4

Ресторани швидкого харчування в Одесі

Назва	Середній чек, грн.	Види продукції
Zavernulli	65	Європейська кухня, кури-гриль, шаурма
Burger Club	65	Американська кухня, Європейська кухня, шаурма
Айоле	–	Бізнес-ланч
SamDimSam	100	Азіатська кухня, Китайська кухня
A la minute	50	–
Сальєрі	–	Європейська кухня, Мексиканська кухня, Морепродукти, Середземноморська кухня, Піца, Авторська кухня, Одеська кухня
City BUFFET	–	Європейська кухня, Американська кухня, Східна кухня
Крила	–	Американська кухня, Японська кухня, Європейська кухня. Суші, роли. Фаст-фуд. Фірмові курячі крила. Бургери, салати. Десерт

Продовження табл. 4

Happy Burger	–	Американська кухня
Штрудель	25–125	Європейська кухня, Фастфуд
Чорнослив	200–250	Європейська кухня, Українська кухня, Фастфуд
Гараж	35–117 – сніданок, 112–201 – обід	Українська кухня, Центральноевропейська кухня, Європейська кухня, Східноєвропейська кухня, Фастфуд
Міський ринок їжі	65–150	Бар, Морепродукти, Фастфуд, Європейська кухня, кухня для вегетаріанців, безглютенові страви
Very Smachno	70–250	Італійська кухня, Японська кухня, Українська кухня, Азійська кухня, Східноєвропейська кухня, Піца, Суші, Фастфуд
Merry Berry	–	Європейська кухня, Фастфуд
Шайр Man №1	–	Європейська кухня, Центральноевропейська кухня, Фастфуд
#Hungry	45–110	Арабська кухня, Піца, Фастфуд, Вулична їжа, Супи
Еллінікон	–	Середземноморська кухня, Грецька кухня, Фастфуд
Fresh Line	–	Фастфуд, підходить вегетаріанцям
MexiGo	60-300	Мексиканська кухня, Фастфуд
Fast Fish	–	Британська кухня, Східноєвропейська кухня, Українська кухня, Морепродукти, Фастфуд
Top Waffle	80–150	Фастфуд, Вулична їжа
Churrito: Тот самый чуррос	35-75	Іспанська кухня, Фастфуд

Джерело: [9]

Як вже відмічалось раніше, основна кількість і велике розмаїття закладів швидкого харчування зосереджено в обласному центрі – Одесі. У Чорноморську, заклади швидкого харчування переважно позиціонують себе як ресторани (19 одиниць), кафе (20 найменувань) і бари (6 найменувань). Поки що на периферії є проблеми з креативністю менеджменту.

Таблиця 5

Зклади швидкого харчування м. Чорноморськ (у транскрипції сайтів закладу)

Назва закладу	Тип закладу, додаткові послуги	Продукція
Чебуреки	Чебуречна	Чебуреки
«Гриль time»	Їжа у закладі. Їжа на виніс. Доставка їжі	
«Pepper Point»	Їжа у закладі. Заказ з вилиці. Безконтактна доставка	Піца, суші
«Street Chef»	Кафе. Доставка безкоштовна при замовленні від 150 грн.	Бургери
«Арсенал»	Паб	Смачна їжа, холодне пиво
«Deerhunter»	Гастрономічний бар	
«Sun Pizza»	Піцерія	Піца, дуже смачна шаурма, є на розлив пиво, вина і шот
«Італійський Квартал»	Піцерія. Безкоштовна доставка від мінімальної суми 220 грн.	Піца

Продовження табл. 5

«Pizza Maritime»	Піцерія	Піца, салат і борщ, кава.
«Чорнослив «(City BUFFET)»	Буфет-їдальня	Салати, супи, снеки, десерти, італійська паста, український борщ
«Орігамі»	Кафе. Доставка їжі додому – незаперечна перевага em/em «Орігамі»	Суші, піца
«Рандеву»	Кафе	Коктейлі та ароматні стейки
«Сіті»	Кафе	Гамбургери, піца, салати, булочки
«ГлавМясПивТорг»	Кафе	Шаурма, невеликий набір закусок, пива і різноманітних напоїв
«Latte»	Кав'ярня	Капучино з корицею, гарячий шоколад, зелений чай і домашній лимонад, десерти: шоколадні трюфелі, Брауні, Наполеон, австрійський кекс, йогуртовий торт
«Mon-Gala»	Кафе, безкоштовний Wi-Fi	16 сортів кави, найсвіжіша випічка
«Акваторія»	Кафе	Свіжі устриці, бургери, стейки, морепродукти, піца

Джерело: [8]

Таблиця 6

Заклади швидкого харчування м. Ізмаїл(у транскрипції сайту закладу)

Назва закладу	Тип	Продукція	Середній чек, грн.
«Avenue 25»	Ресторан	Піца, Суші	100–350
«Хинкальня»	Ресторан	Грузинська кухня	90–200
«Celentano»	Піцерія	Піца	80–200
«Фуршет»	Кафе	Кітайська та Українська кухні	30–45
«Lounge Bar САХАР»	Lounge Bar	Японська кухня, Бар, Суші, Паб, Морепродукти	200–400
«Papa Grill»	Ресторан	Американська кухня	90–95
«FiliN Gastro Bar»	Бар, Доставка, Їжа на виніс	Японська кухня, Американська кухня, Бар, Паб, Міжнародна кухня, Суші, Європейська кухня	1110
«Dream»	Кафе	Італійська кухня, Японська кухня, Американська кухня, Східноєвропейська кухня, Українська кухня	60–175
«Marlin»	–	Суші, десерти, напої	200–350

Джерело: [7]

Заклади міста Южне, не зважаючи на те, що це зараз курортне місто – малочисельні, переважно це кафе (12 одиниць) і ресторани (8 найменувань) (табл. 7). Місто швидко відреагувало на особливості ситуації 2019–2021 років, і тут діє 8 різних служб доставки їжі.

Таблиця 7

Заклади швидкого харчування м. Южне (у транскрипції сайту закладу)

Назва закладу	Тип	Продукція
«СушиWok»	Кафе	Страви Японської та Китайської кухні
«Шаурма»	Кафе	Бургери, Шаурма
«BOOZER80PUB»	Паб	Пиво, Закуси
«Ново-Узбецький»	Бар	Узбецька кухня
«Саргі»	Піцерія	Жульєн, Гаряча сковорідка, Грецький салат і Курячі палички
«Южненська»	Піцерія	Піца
«Pizza&Steak»	Піцерія	Стейки, Морепродукти, Салати, Піца
«Гриль Бар»	Кафе	Хот-доги, Мохіто, Асортимент пива і напоїв
«Малина»	Кафе	Лимонад, з широким спектром вибор, Хот-доги, Шаурма, Бургери, Недорогий чай

Джерело: [6]

Аналіз існуючих закладів швидкого харчування м. Одеси виявив наступні позитивні і негативні особливості:

а) позитивні: смачна кухня, легка музика, невимушена атмосфера; гарний вибір страв; знижка після 21:00, знижка – 50%; приємний інтер'єр, швидке обслуговування, прийнятні ціни; пропонується доставка; заклад працює цілодобово; зручне розташування;

б) негативні: дорого; досить конфліктний персонал; заклад розташований у дуже непомітному місці, не вистачає зовнішньої реклами; ціни на сайті не співпадають з реальними і про це ніхто не попереджає; немає терміналу для безготівкового розрахунку; бракує авторських рецептів; їжа доставляється холодною; проблема з вентиляцією – після відвідування закладу одяг пахне їжею; тривале очікування замовлення.

У зв'язку з цим, дуже важливим є маркетинг закладів фаст-фуду:

– дизайн закладу швидкого харчування має велике значення. Це логотип, вивіска, оформлення залу та блюд;

– місця швидкого харчування мають бути спроектовані так, щоб бути максимально ефективними. Щоб клієнти могли швидко поїсти і займатися повсякденними справами;

– колірна гамма підбирається спеціально для стимулювання апетиту. Це червоні і жовті відтінки (у закладах McDonald's, KFC, Burger King, Hardees і Subway). Ці кольори створюють відчуття голоду у клієнтів;

– бізнес швидкого харчування – це зручність. Йдеться про надання якісної їжі з невеликим бюджетом.

Важливим чинником привабливості закладу є його цільова аудиторія. Зазвичай заклади швидкого харчування обслуговують усі групи споживачів: дітей, дорослих, працюючих людей, ділових людей, сім'ї тощо. Тому дизайн інтер'єру повинен бути універсальним. Ігрові майданчики для дітей – одна із головних переваг, яка, наприклад, McDonald's принесла світову популярність.

Суттєву роль у привертанні клієнтів відіграє інтер'єр закладів швидкого харчування: дизайн, світлові рішення, інтер'єр. До прикладу, поєднання червоного і жовтого може активно стимулювати апетит і створювати ефект голоду. Також інтер'єр закладу повинен бути оформлений у теплі тони, які стимулюють апетит.

Іноді заклади для створення певного ефекту поєднують дерево і теплі кольори для створення стильної атмосфери.

Фірмовий стиль усіх закладів швидкого харчування заснований на знайомстві. Люди завжди відчують себе комфортно у тому місці, де вони звикли обідати.

Брендинг є ключовим чинником під час вибору інтер'єру закладу швидкого харчування. На першому місці – створення вдалого логотипу. Це може бути певна фраза («апетит до життя») або «мені це подобається»), емблема, девіз тощо.

Також популярними у світі є системи онлайн-замовлень та додатки для доставки. Оскільки ресторани залишаються вразливими для обмежень під час пандемії, онлайн-замовлення на їжу та безконтактна доставка вийшла на перше місце. Програми доставки їжі (Glovo, Ris, Boxcatering, BoltFood, Foodpanda або Door Dash), як і раніше, будуть важливим рішенням для тих, хто не може пропонувати власні послуги замовлення та доставки. Оскільки клієнти часто роблять замовлення безпосередньо у ресторанах, ці заклади швидкого харчування почали створювати власні інтегровані онлайн-платформи і додатки доставки.

Серед зауважень, які відмічають клієнти одеських ресторанів – відсутність терміналів для розрахунку. Безконтактні технології стають все більш популярними, і йдеться не тільки про розміщення замовлення в Інтернеті, але й про оплату за допомогою смартфона, розумного годинника або смарт-карти через програму або безконтактний пристрій. До 2024 року безконтактні платежі збільшаться утричі з двох до шести трильйонів доларів у всьому світі, тому що наявність таких можливостей надзвичайно важлива для третини усіх клієнтів.

Система онлайн-бронювання столиків. Використовуючи технологічні системи бронювання, заклади можуть керувати розсадженням, списками очікування, лояльністю клієнтів та уподобаннями у харчуванні, а також збирати важливі дані про клієнтів для аналізу ринку.

Цифрові кухонні дошки. Kitchen Display Systems (KDS) – це цифрова дошка меню для кухонного персоналу, що допомагає ресторанам оптимізувати внутрішні операції. Ця система поєднана із POS-терміналами закладу, на екрані автоматично відображаються замовлення відповідно до пріоритету та позначаються будь-які особливі дієтичні запити. Програма також відстежує час доставки їжі та стан запасів, щоб завчасно повідомити про закінчення будь-якого товару, що забезпечує кращу комунікацію, точність, чіткіші робочі процеси і більш швидку роботу кухні.

QR-коди вже стали основним продуктом у спільнотах, орієнтованих на мобільні пристрої. Технологія пропонує низку переваг та залишиться актуальною.

Серед негативних відгуків клієнтів одеських закладів швидкого харчування було: «проблема з вентиляцією – після відвідування закладу одяг пахне їжею». Модернізація систем вентиляції та очищення повітря стає все більш актуальним завданням ресторанної індустрії [10].

Висновки і перспективи подальших розробок. Ринок фаст-фуду в Україні і Одеського регіону досить широкий і включає піцерії, випічку, бургерні, шаурму, піцерії в рітейлах тощо, а також суші-бари, що працюють за системою «на виніс», які зараховуються до ресторанів, але фактично є закладами фаст-фуду.

Обсяг реалізованих послуг по Україні щодо діяльності із забезпечення стравами та напоями, реалізованих населенню, постійно зростає. По Одеському регіону зберігається така ж тенденція, але при цьому яскраво виражена різна ситуація протягом року: третій квартал найбільш прибутковий через приплив

туристів і рекреантів до регіону. Основна маса закладів швидкого харчування області зосереджена в м. Одесі, а в інших містах регіону мережа закладів швидкого харчування дуже обмежена.

Ресторанна справа, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а, з іншого, – середовищем із високим ступенем конкурентності. У світі це є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за утримання постійних і пошук нових споживачів.

Моніторинг ринку ресторанного бізнесу дозволив виділити наступні механізми маркетингу і менеджменту, необхідні для подальшого розвитку цієї сфери діяльності:

1. Необхідність активізації ідей здорового харчування. Наразі майже 10% відвідувачів ресторанів є вегетаріанцями, тому для них відкриваються заклади відповідних форматів або надається можливість вибору відповідних страв у меню. Тенденцію здорового харчування необхідно підтримувати й надалі.

2. Відчувається нагальна потреба у переорієнтації з європейської та грузинської кухонь на азійські. Заклади харчування все частіше починають спеціалізуватися на тайській, китайській, корейській і в'єтнамській кухнях.

3. Під час пандемії і воєнних дій гострою стала цінова політика для імпортованих продуктів і напоїв. Тому більшість закладів переорієнтовуються на вітчизняні (або навіть місцеві) продукти харчування, безалкогольні напої та вина. Це пов'язано з підвищенням якості вітчизняної продукції, такої як сири, сиров'ялені ковбаси і м'ясо, появою місцевого виробництва раніше екзотичних морепродуктів, таких як устриці.

4. Нагальною стає подальша орієнтація на монопродуктові заклади. Спеціалізація на одній страві, яка приготована у різних варіантах, створює у закладі особливу атмосферу.

5. Популярною залишається орієнтація на фуд-холи і фуд-кортти як чинник об'єднання у рамках одного простору торгово-розважального центру закладів різного формату задля підвищення трафіку платоспроможних споживачів у такому ТРЦ.

6. Актуальним залишається підвищення уваги до маркетингових стратегій просування. Необхідність виділення значних коштів на промоушен закладів, залучення консалтингових агенцій, включення маркетологів до штату.

7. Необхідно продовжити розбудову служб доставки їжі, яку здійснюють наразі заклади харчування або власними силами, або за допомогою аутсорсингових фірм, таких як Glovo, Voxcatering, Bolt Food та ін.

8. Послідовна діджиталізація і автоматизація роботи закладів швидкого обслуговування, впровадження сучасних CRM-систем, дозволять підвищити якість і зменшити час обслуговування клієнтів, а також отримувати оперативні дані про роботу закладу.

9. Підвищення привабливості та репутації закладу серед відвідувачів може бути посилено через швидку реакцію на негативні відгуки, створення каналів зворотного зв'язку через Instagram, Facebook та інші месенджери, що дає змогу слідкувати за якістю їжі та коректністю роботи персоналу.

10. В умовах воєнних дій і, нажаль, збільшення кількості переселенців та людей з обмеженими можливостями. Тому необхідне подальше впровадження

«безбар'єрного простору» – обов'язкове обладнання пандусів, туалетів для інвалідів, пеленальних столиків для батьків з немовлятами тощо.

У межах означеного об'єкту дослідження в подальшому інтерес представляє вивчення нейромаркетингових прийомів, які використовуються для залучення клієнтів до закладів швидкого харчування; дослідження щодо політики лояльності у різних мережевих закладах світу, аналіз процесів кластеризації у сфері швидкого харчування.

Література

1. *How do fast food companies make their money?* / Quora educational platform : website. URL: <https://www.quora.com/How-do-fast-food-companies-make-their-money> (access date: 05.05.2023).
2. *15 Facts and Statistics About The Fast Food Industry* / Toast Company : website. URL: <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/fast-food-industry-statistics> (access date: 05.05.2023).
3. *Аналіз ринку фаст-фуду* / Компанія «Pro-Consulting» : сайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-fastfuda-v-ukraine-v-rezhime-bystrogo-nasysheniya> (дата звернення: 10.05.2023).
4. *Ринок піцерій Борисполя : клієнти бажують швидкості, смакоти і затишку* / Компанія «Pro-Consulting» : сайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-pitsერიj-borispolya-klienty-zhelayut-bystroty-vkusnoty-i-uyuta> (дата звернення: 12.05.2023).
5. *7 restaurant technology trends to watch in 2023* / EHL Insights Group : website. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/restaurant-technology-trends> (access date: 12.05.2023).
6. *Заклади швидкого харчування у Южному* / Компанія «Travello» : сайт. URL: <https://travello.com.ua/uk/yuzhnyj/food/filter/restorany> (дата звернення: 15.05.2023).
7. *Заклади швидкого харчування в Ізмаїлі* / Компанія «TripAdvisor LLC» : сайт. URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g777828-Izmail_Odessa_Oblast.html (дата звернення: 16.05.2023).
8. *Заклади швидкого харчування у Чорноморську* / Компанія «Travello» : сайт. URL: <https://travello.com.ua/uk/ilichevsk/food/filter/kafe> (дата звернення: 16.05.2023).
9. *Швидке харчування в Одесі на карті : телефони, відгуки*. URL: <https://list.in.ua/Одеса/Кафе-швидкого-харчування> (дата звернення: 17.05.2023).
10. *Обсяг реалізованих послуг по Україні з діяльності із забезпечення стравами та напоями, реалізованих населенню* : стат. інформація. Експрес-випуски (2019-2021 рр.) / Державна служба статистики України : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 19.05.2023).
11. *Обсяг реалізованих послуг з діяльності із забезпечення стравами та напоями по Одеській області* : стат. інформація / Головне управління статистики в Одеській області : сайт. URL: <http://od.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 19.05.2023).
12. *Швидка користь : 10 закладів здорового фаст-фуду* / The Village Україна : інтернет-газета : сайт. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-guide/269541-shvidka-korist-10-zakladiv-zdorovogo-fastfudu> (дата звернення: 22.05.2023).

References

1. *How do fast food companies make their money?* Quora educational platform: website. Retrieved from: <https://www.quora.com/How-do-fast-food-companies-make-their-money>.
2. *15 Facts and Statistics About The Fast Food Industry*. Toast Company: website. Retrieved from: <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/fast-food-industry-statistics>.
3. *Fast food market analysis* [Analiz rynku fast-fudu], «Pro-Consulting» company: website. Retrieved from: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-fastfuda-v-ukraine-v-rezhime-bystrogo-nasysheniya> [in Ukrainian]
4. *Boryspil pizzeria market: customers want speed, deliciousness and comfort* [Rynok pitserii Boryspolia: kliienty bazhaiut shvydkosti, smakoty i zatyshku], «Pro-Consulting» company:

- website. Retrieved from: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-piccerij-borispolyaklienty-zhelayut-bystryy-vkusnoty-i-uyutaatyshku> [in Ukrainian]
5. *7 restaurant technology trends to watch in 2023*. EHL Insights Group: website. Retrieved from: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/restaurant-technology-trends>.
 6. *Fast food establishments in Yuzhnyi city* [Zaklady shvydkoho kharchuvannia u misti Yuzhnomu], «Travello» company: website. Retrieved from: <https://travello.com.ua/uk/yuzhnyj/food/filter/restorany> [in Ukrainian]
 7. *Fast food establishments in Izmail city* [Zaklady shvydkoho kharchuvannia v misti Izmaili], Retrieved from: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g777828-Izmail_Odessa_Oblast.html [in Ukrainian]
 8. *Fast food establishments in Chornomorsk city* [Zaklady shvydkoho kharchuvannia u misti Chornomorsku], «Travello» company: website. Retrieved from: <https://travello.com.ua/uk/ilichevsk/food/filter/kafe> [in Ukrainian]
 9. *Fast food in Odessa on the map: phones, reviews* [Shvydke kharchuvannia v Odesi na karti: telefony, vidhuky]. Retrieved from: <https://list.in.ua/Одеса/Кафе-швидкого-харчування> [in Ukrainian]
 10. *The volume of implemented services in Ukraine from the activity of providing food and drinks, which were sold to the population: statistical information*. Express issues (2019-2021) [Obsiah realizovanykh posluh po Ukraini z diialnosti iz zabezpechennia stravy ta napoiamy, realizovanykh naselenniu: statystychna informatsiia. Ekspres-vypusky (2019-2021 rr.)], State Statistics Service of Ukraine: website. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]
 11. *The volume of implemented services from the activity of providing food and drinks in the Odessa region: statistical information* [Obsiah realizovanykh posluh z diialnosti iz zabezpechennia stravy ta napoiamy po Odeskii oblasti: statystychna informatsiia], Main Department of Statistics in the Odessa region: website. Retrieved from: <http://od.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]
 12. *Quick benefit: 10 healthy fast food establishments* [Shvydka korist: 10 zakladiv zdorovoho fast-fudu], The Village Ukraine: website. Retrieved from: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-guide/269541-shvidka-korist-10-zakladiv-zdorovogo-fastfudu> [in Ukrainian]