УДК 338.48:640.4
Тюпа К.Ю.[1], Кукліна Т.С.[2]
[1] студ. гр. ГФ-112 НУ «Запорізька політехніка»
[2] канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕРЕЖІ MCDONALD'S ЯК СТРАТЕГІЧНОГО ІНДИКАТОРА ВІДНОВЛЕННЯ РЕСТОРАННОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Тюпа К.Ю., Кукліна Т.С.

Ресторанний ринок є важливою складовою сфери послуг та одним із показників економічної активності країни. Події російсько-української війни спричинили значні структурні зміни у функціонуванні підприємств ресторанного господарства. Частина закладів припинила діяльність, інші змушені були адаптуватися до нових умов, змінити логістичні ланцюги та формати обслуговування.

Одним із найбільш показових прикладів трансформації ресторанного ринку є діяльність міжнародної мережі McDonald's. Завдяки значному масштабу бізнесу, високому рівню стандартизації та значному інвестиційному потенціалу ця компанія виступає своєрідним індикатором економічної стабільності країни. Рішення корпорації щодо відкриття або закриття ресторанів, відновлення операційної діяльності та масштабування мережі безпосередньо відображають рівень безпеки, споживчого попиту та економічної активності.

Після початку повномасштабної війни у 2022 році всі ресторани мережі в Україні були тимчасово закриті. Проте вже у вересні 2022 року компанія розпочала поетапне відновлення роботи закладів, що стало символом поступового повернення економічної активності та стабілізації споживчого ринку. У 2023 році в Україні працював 101 ресторан зі 117 існуючих, що дозволило компанії відновити приблизно 70 % довоєнного обсягу діяльності.

Крім того, компанія продовжує активно інвестувати в український ринок. З моменту відновлення діяльності було відкрито понад 20 нових ресторанів та інвестовано понад 3,2 млрд грн у розвиток мережі.

Показовим є також зростання кількості клієнтів. У 2023 році ресторани мережі відвідали 85,7 млн споживачів, а у 2024 році – понад 103 млн, що на 16 % більше, ніж у попередньому році.

Ці показники свідчать про поступове відновлення споживчого попиту, стабілізацію логістичних ланцюгів та адаптацію ресторанного бізнесу до нових умов функціонування [1].

Мережа McDonald's є одним із найбільших операторів ресторанного бізнесу у світі та одним із лідерів сегмента швидкого обслуговування в Україні. Перший ресторан мережі в Україні було відкрито у 1997 році в Києві, що стало важливим етапом розвитку національного ресторанного ринку.

До початку повномасштабної війни мережа налічувала понад 100 ресторанів у різних регіонах країни [2].

Протягом 2025 року та І кварталу 2026 року McDonald's продемонстрував перехід від стратегії консервації ресурсів до активної капіталізації на дефіциті якісного пропозиції в регіонах. Ключовим вектором стало освоєння західних областей (Закарпаття) та посилення присутності в децентралізованих вузлах логістики. Це дозволило мережі інтегруватися в нові маршрути внутрішньої міграції населення.

Для оцінки інтенсивності ринкової поведінки доцільно розглянути кількісні показники масштабування мережі в динаміці останніх трьох років (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка відновлення та розширення мережі McDonald's в Україні (2024–2026 рр.)

Показник	2024 (Факт)	2025 (Факт/Оцінка)	2026 (Прогноз)
Загальна кількість відкритих закладів	101	118	135
Кількість нових відкриттів (за рік)	10	17	22
Частка локальних інгредієнтів у меню	~60%	~65%	>70%
Рівень цифровізації (частка замовлень через термінали/додаток)	72%	78%	85%
Інвестиційні вкладення (млн грн)	~800	~1 200	~1 600

У 2026 році особливого значення набуває концепція Sustainable Fast Food. McDonald's в Україні активно впроваджує встановлення сонячних панелей та систем рекуперації тепла в нових закладах, що мінімізує ризики, пов'язані з нестабільністю енергосистеми. Використання алгоритмів Big Data для прогнозування попиту в режимі реального часу, що дозволяє оптимізувати ланцюги поставок та зменшити обсяги харчових відходів.

Завдяки оновленню мобільного додатка та впровадженню персоналізованих пропозицій на основі Machine Learning, частка цифрових замовлень (через термінали, додаток та сервіси доставки) у 2026 році досягла рекордних 85%.

Впровадження динамічних систем відстеження ланцюгів постачання дозволило компанії нівелювати ризики блокування кордонів та перебоїв у роботі енергосистеми, забезпечуючи стабільність меню навіть у кризові моменти [3].

Поведінка McDonald's у 2025–2026 роках створює «ефект довіри». Співпраця з локальними постачальниками (наприклад, у сегменті молочної

продукції та хлібобулочних виробів) стимулює українських виробників сертифікувати процеси за міжнародними стандартами якості. Це підвищує експортний потенціал українського агросектору в цілому.

Стратегія McDonald’s на 2025–2026 роки базується на принципах інклюзивності, технологічності та глибокої локалізації. Компанія успішно трансформувала ризики воєнного часу в можливості для модернізації бізнес-моделі, що робить її ключовим гравцем у процесі економічної реінтеграції деокупованих та прикордонних територій України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт McDonald's в Україні URL: https://www.mcdonalds.com/ua (дата звернення: 05.03.2026).

2. World Bank Group: Ukraine Economic Update: Resilience of the Service Sector and International Franchises. Washington, D.C.: World Bank Publications. 2025, 115 p.

3. McDonald’s Ukraine’s revenue increased by 30% in 2024 URL: https://pro-ukraine-magazine.com/mcdonald-s-ukraine-s-revenue-increased-by-30-in-2024/?utm_source (дата звернення: 13.02.2026).