
UDC 658

DOI <https://doi.org/10.51198/chinesest2024.04.040>

GLOBAL IMPACT AND LOCAL TRENDS OF CHINA'S PUBLIC CATERING MARKET

A. Kyrychenko

PhD of Economic sciences

Associate Professor (Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Exchange Activities)

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Heroiv Oborony Str. 15, Kyiv, 03041, Ukraine

akyry@i.ua

China's catering market is one of the most dynamic and influential in the world. China not only shapes trends in the domestic market, but also actively integrates into the global gastronomic industry, spreading elements of its cuisine and food culture. At the same time, the market is influenced by local trends, in particular, digitalization, the development of food delivery, changes in the consumer habits of young people and the growth of interest in healthy eating.

The purpose of the study is to identify the main trends and challenges shaping the modern catering market in China, as well as to outline opportunities for further growth of the industry in the context of digitalization and changing consumer priorities. The research methodology is based on statistical and comparative analysis, data systematization, analytical modeling and interpretation of current trends.

The global impact on the Chinese catering market is based on several key factors: the growth of the middle class, urbanization and the integration of digital technologies, in particular mobile applications for food delivery. At the same time, the market is showing significant growth in the segments of street food, cafes and bars, as well as full-service restaurants. This indicates the adaptation of Chinese consumers to new food formats that provide convenience and speed of service. Changes in consumer habits, particularly among young people, the growth of demand for diverse cuisine and the integration of digital solutions are stimulating the growth of the fast food and food delivery segments. The study presents a comparative analysis of changes in the structure of the restaurant business after the COVID-19 pandemic, and also considers innovative strategies that enterprises are using to recover and develop the market. China, in particular, is demonstrating a significant recovery of the market after the pandemic, with a forecast of growth of up to 5.6 trillion yuan by 2025. Recommendations are provided for stakeholders (regulators, businesses, public organizations) to ensure the effective implementation of the results obtained.

The prospects for the development of this sector foresee stable growth due to the development of new service formats, the integration of innovations and increasing demand for convenient and environmentally friendly products. This opens up new opportunities for businesses that seek to adapt to modern consumer needs.

Key words: Asia-Pacific, globalization, digitalization, restaurants, cafes, food delivery, stakeholders.

ГЛОБАЛЬНИЙ ВПЛИВ ТА ЛОКАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ КИТАЮ

A. B. Кириченко

Ринок громадського харчування Китаю є одним із найбільш динамічних і впливових в світі. Китай не лише формує тренди на внутрішньому ринку, а й активно

інтегрується в глобальну гастрономічну індустрію, поширюючи елементи своєї кухні та культури харчування. Водночас ринок зазнає впливу локальних тенденцій, зокрема цифровізації, розвитку послуг доставки їжі, змін у споживчих звичках молоді та зростання інтересу до здорового харчування.

Метою дослідження є визначення основних трендів і викликів, що формують сучасний ринок громадського харчування Китаю, а також окреслення можливостей для подальшого зростання галузі в умовах цифровізації та змін споживчих пріоритетів. Методологія дослідження базується на статистичному та порівняльному аналізі, систематизації даних, аналітичному моделюванні та інтерпретації актуальних тенденцій.

Глобальний вплив на ринок громадського харчування Китаю базується на кількох ключових чинниках: зростанні середнього класу, урбанізації та інтеграції цифрових технологій, зокрема мобільних додатків для доставки їжі. Водночас ринок демонструє значну динаміку в частині зростання сегментів вуличної їжі, кафе та барів, а також ресторанів із повним набором послуг. Це свідчить про адаптацію китайських споживачів до нових форматів харчування, що забезпечують зручність і швидкість обслуговування. Зміни у споживчих звичках, зокрема серед молоді, зростання попиту на різноманітну кухню й інтеграція цифрових рішень стимулюють зростання сегментів швидкого харчування та доставки їжі. У дослідженні представлено порівняльний аналіз змін у структурі ресторанного бізнесу після пандемії COVID-19, а також розглянуто інноваційні стратегії, які підприємства застосовують для відновлення та розвитку ринку. Китай, зокрема, демонструє значне відновлення ринку після пандемії, з прогнозом зростання до 5,6 трлн юанів до 2025 р. Надано рекомендації для зацікавлених сторін (регуляторів, бізнесу, громадських організацій), які забезпечать ефективність реалізації отриманих результатів.

Перспективи розвитку цього сектору передбачають стабільне зростання завдяки розвитку нових форматів обслуговування, інтеграції інновацій та підвищенню попиту на зручні й екологічно чисті продукти. Це відкриває нові можливості для бізнесу, який прагне адаптуватися до сучасних потреб споживачів.

Ключові слова: Азійсько-Тихоокеанський регіон, глобалізація, цифровізація, ресторани, кафе, доставка їжі, зацікавлені сторони.

Ринок громадського харчування Китаю є одним із найбільш динамічних і впливових у світі, формуючи тренди, що виходять далеко за межі держави. Завдяки масштабам економіки, культурній різноманітності та швидким темпам урбанізації Китай став ключовим гравцем у глобальній гастрономічній індустрії. Місцеві компанії дедалі активніше виходять на світові ринки, поширюючи елементи китайської кухні та культури харчування. Водночас ринок громадського харчування Китаю зазнає впливу локальних тенденцій, як-от цифровізація, стрімке зростання сервісу доставки їжі, зміни у споживчих звичках молодого покоління та підвищення інтересу до здорового харчування.

Актуальність дослідження розвитку ринку громадського харчування в Китаї зумовлена його значним впливом на світову економіку та споживчі тенденції. Китай є одним із найбільших споживачів харчових продуктів, і його швидка урбанізація, а також зростання середнього класу кардинально змінюють попит на якісну та здорову продукцію. Водночас країна демонструє високу динаміку у сфері електронної комерції, яка перетворює традиційні моделі роздрібної торгівлі [Pchuk, Kyrychenko and Vodnitskyi 2023]. Ці фактори спонукають до розвитку місцевого аграрного сектору та підвищення стандартів якості продуктів харчування, що відображає державну політику Китаю, спрямовану

на забезпечення продовольчої безпеки. Зростаючий попит на екологічно чисті продукти та інтерес до імпорتنих товарів також відкривають можливості для іноземних виробників, що прагнуть закріпитися на китайському ринку.

Ринок громадського харчування Китаю досліджували зарубіжні вчені, серед яких варто виділити: Ван Вейу, Ван Шань, Чень Хуань, Лю Лінцзюнь, Фу Тяньле та Ян Юйсінь; Юнгуан Цзінь; Сюй Чень, Цянь Чжилань, Чжан Цзихань; Цзя Хайчао, Чжен Мінжуй, Ван Пейпей, Лі Тяньле та Чжен Сіньці; Цао Сяочан, Чжан Фен, Чен Шенкуй, Лю Сяоцзе; Лі Тянь, Шень Сяоянь; Чжоу Тяньї; Ван Цзиянь та ін.

Так, Ван Вейу, Ван Шань, Чень Хуань, Лю Лінцзюнь, Фу Тяньле та Ян Юйсінь аналізують міське громадське харчування в чотирьох центральних містах Китаю (Шанхай, Ханчжоу, Нанкін і Хефей). Виділяють три кількісні показники для характеристики міського громадського харчування, а саме індекс локалізації кухні (CLI), індекс різноманітності кухні (CDI) і географічні переваги кухні (CGPI) [Wang et al. 2022].

Юнгуан Цзінь приділив увагу у своїх дослідженнях підвищенню конкурентоспроможності підприємств громадського харчування в Китаї. Він досліджував питання вдосконалення професійної компетентності працівників галузі, якість їхньої підготовки та навичок, а також адаптації до нових умов ринку, де конкуренція є головним рушієм розвитку. На думку автора, для успішного функціонування в умовах сучасної ринкової економіки підприємства мають приділяти особливу увагу брендингу, інноваціям і культурним стратегіям. Юнгуан Цзінь підкреслює, що створення унікального бренду, інноваційні підходи до формування меню та орієнтація на здорове харчування стають основними чинниками, які забезпечують перевагу на ринку [Jin Yongguang 2018].

Науковці Сюй Чень, Цянь Чжилань, Чжан Цзихань досліджують вплив змін споживчих звичок у сфері харчування в Китаї після пандемії COVID-19 на розвиток ресторанного бізнесу. На основі прикладу бізнес-моделі *Haidilao* автори аналізують такі тенденції, як зростання популярності доставки їжі, вплив соціальних мереж та акцій, і пропонують стратегії для підвищення прибутковості, включно з оптимізацією ланцюга постачання, співпрацею з інфлюенсерами та впровадженням інноваційних маркетингових рішень підприємств [Xu Chen, Qian Zhilan, Zhang Zihan 2021].

Вплив COVID-19 на громадське харчування в Китаї досліджували також Цзя Хайчао, Чжен Мінжуй, Ван Пейпей, Лі Тяньле та Чжен Сіньці, вони представили часово-просторову динаміку CSI 2018–2023 рр. з основними змінами, що узгоджуються з ключовими етапами пандемії COVID-19 [Jia Haichao et al. 2024].

Цао Сяочан, Чжан Фен, Чен Шенкуй, Лю Сяоцзе проаналізували зміну політики центрального уряду після 2012 р. щодо запровадження низки заходів з обмеження відходів громадського харчування та дійшли висновку, що низький рівень харчових відходів є важливим стандартом для сталого розвитку галузі громадського харчування [Cao Xiaochang et al. 2021].

Лі Тянь, Шень Сяоянь досліджували ринок громадського харчування Китаю, розділивши ресторани на чотири типи: китайські ресторани, ресторани західної кухні, ресторани швидкого харчування, а також ресторани десертів і напоїв у розрізі регіонів Китаю [Li Tian, Shen Xiaoyan 2024].

Чжоу Тяньї ретельно вивчив вплив COVID-19 на харчовий бізнес Китаю та дійшов висновку, що китайська індустрія громадського харчування повинна заохочувати більше інновацій і вдосконалення технологій, щоб вижити в таких умовах і бути прибутковою [Zhou Tianyi 2023].

Ван Цзіянь у своєму дослідженні пропонує стратегії відновлення й розвитку ринку громадського харчування Китаю після COVID-19. До цих стратегій належать консолідація невеликих підприємств, інвестиції в навчання персоналу, впровадження технологій і розробка інноваційних послуг, адаптованих до вподобань споживачів. Вони мають базуватися на ефективному контролі спалахів, кампаніях вакцинації та використанні відкладеного попиту, що сприятиме майбутньому зростанню та стабільності галузі [Wang Ziyang 2024].

Метою статті є дослідження впливу глобалізації та локальних тенденцій на розвиток ринку громадського харчування в Китаї, визначення ключових викликів і можливостей для галузі в умовах урбанізації, цифровізації та змін споживчих звичок. У статті були використані такі методи: статистичний аналіз (для обробки даних про ринок громадського харчування в Китаї), порівняльний аналіз (для зіставлення глобальних і локальних тенденцій), систематизація даних (для структурування отриманих результатів), аналітичне моделювання (для прогнозування змін у галузі), інтерпретація тенденцій (для визначення ключових викликів і можливостей).

Глобальний ринок громадського харчування охоплює широкий спектр закладів, які задовольняють різноманітні потреби споживачів залежно від їхніх уподобань, бюджету й соціального статусу. За типом ресторану цей ринок можна розділити на кілька основних сегментів: вулична їжа, кафе та бари, ресторани швидкого обслуговування й ресторани з повним набором послуг. Кожен із цих сегментів має свої особливості, цільову аудиторію та ключові ринки. Наприклад, сегмент швидкого харчування домінує в Північній Америці (53% у 2023 р.) завдяки своїй зручності та доступності, тоді як ресторани з повним набором послуг більш притаманні Азійсько-Тихоокеанському регіону (58% у 2023 р.) [Foodservice Market Monitor 2024].

З позиції географії найбільшими регіонами за обсягом ринку є Північна Америка, Азійсько-Тихоокеанський регіон та Європа, тоді як Північна Америка є лідером завдяки усталеним брендам і широкій мережі франшиз, Азійсько-Тихоокеанський регіон демонструє найшвидші темпи зростання через зростання середнього класу, урбанізацію та інтеграцію цифрових технологій. Європа залишається важливим гравцем завдяки багатій гастрономічній культурі та туристичній привабливості. Латинська Америка, Близький Схід та Африка також розвиваються, проте стикаються з викликами, пов'язаними з економічною нестабільністю та меншою інтеграцією цифрових рішень.

Ринок громадського харчування в Китаї регулюється комплексною системою нормативно-правових актів, спрямованих на забезпечення якості продукції, безпеки споживачів та екологічної стійкості галузі. Основними регуляторними органами є Державне управління з регулювання ринку (SAMR – офіційний орган, який контролює сертифікацію підприємств і дотримання санітарних норм); Міністерство сільського господарства та сільських справ (MARA), а також Національна комісія з розвитку та реформ (NDRC). Чинне законодавство передбачає суворі вимоги до безпечності харчових продуктів (зокрема, Закон

КНР «Про безпеку харчових продуктів» (Food Safety Law of the People's Republic of China), обов'язкову сертифікацію постачальників і контроль за умовами виробництва. Останніми роками посилюється державна політика щодо зменшення харчових відходів (ініціатива Clean Plate) і стимулювання використання екологічно чистих пакувальних матеріалів.

У Китаї спостерігається активний розвиток ринку громадського харчування, що супроводжується модернізацією технологій і підвищенням стандартів безпеки. Водночас, якщо порівнювати з розвиненими країнами, як-от США та країни ЄС, спостерігається необхідність подальшої гармонізації регуляторних вимог із міжнародними стандартами. У Європі, наприклад, особлива увага приділяється скороченню викидів CO₂ у харчовій індустрії та впровадженню циркулярної економіки, тоді як у Китаї ці аспекти ще перебувають на етапі активного формування. Водночас китайська модель управління харчовою безпекою є однією з найбільш централізованих, що дає змогу швидко реагувати на виклики й запроваджувати масштабні ініціативи.

У сучасних умовах китайська влада активно стимулює застосування цифрових технологій для оптимізації логістики й контролю витрат ресурсів у ресторанному бізнесі, що є частиною ширшої стратегії екологізації.

Глобальний ринок громадського харчування демонструє значну географічну диверсифікацію та залежить від соціальних, економічних і культурних факторів кожного регіону. У період 2021–2023 рр. глобальний ринок громадського харчування збільшився з 2221 млрд євро до 2797 млрд євро, що свідчить про стабільне зростання. Загальний приріст за три роки становить 576 млрд євро, або приблизно 25,9%. Це свідчить про відновлення та розвиток після пандемічного спаду (рис. 1).

Азійсько-Тихоокеанський регіон займає лідируючу позицію серед інших географічних регіонів за обсягами ринку громадського харчування. У 2023 р. цей ринок досяг 1168 млрд євро, що становить близько 42% від загального обсягу глобального ринку громадського харчування. Це відображає значний потенціал регіону в галузі громадського харчування. Приріст обсягів за період 2021–2023 рр. становить 10,6%, що є стабільним, хоча й не таким високим, як у деяких інших регіонах, наприклад у Північній Америці.

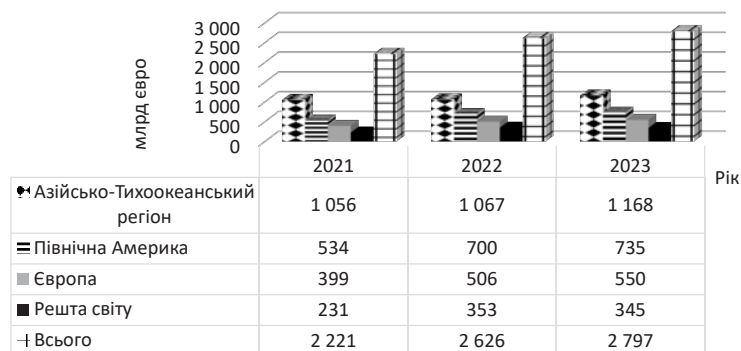


Рис. 1. Глобальний ринок громадського харчування за географією в 2021–2023 рр., млрд євро

Джерело: побудовано автором за [Foodservice Market Monitor].

Серед факторів зростання ринку громадського харчування в Азійсько-Тихоокеанському регіоні можна виділити:

– зростання середнього класу й урбанізація: азійські країни, зокрема Китай, переживають швидке зростання середнього класу. Це створює збільшений попит на послуги громадського харчування, оскільки все більше людей мають змогу витратити гроші на ресторани, кафе й інші послуги харчування;

– зміни у споживчих звичках: молодь в Азії все більше орієнтується на швидке харчування та їжу на винос, а також стає більш вимогливою до якості продуктів. Попит на різноманітну кухню (як місцеву, так і міжнародну) також зростає завдяки глобалізації та інтеграції технологій;

– технологічні інновації: бурхливий розвиток цифрових технологій у країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону (зокрема, Китаї) сприяє популяризації мобільних додатків для доставки їжі та онлайн-замовлень, що робить доступ до громадського харчування швидким і зручним;

– зростання туризму: туристичні потоки в країни регіону також стимулюють попит на громадське харчування, оскільки іноземці охоче відвідують місцеві ресторани, пробуючи традиційну кухню. Це особливо помітно в таких країнах, як Таїланд, Японія, Сінгапур і Малайзія.

Аналіз даних ринку громадського харчування в Азійсько-Тихоокеанському регіоні за типом ресторану (рис. 2) дає підстави зробити такі висновки:

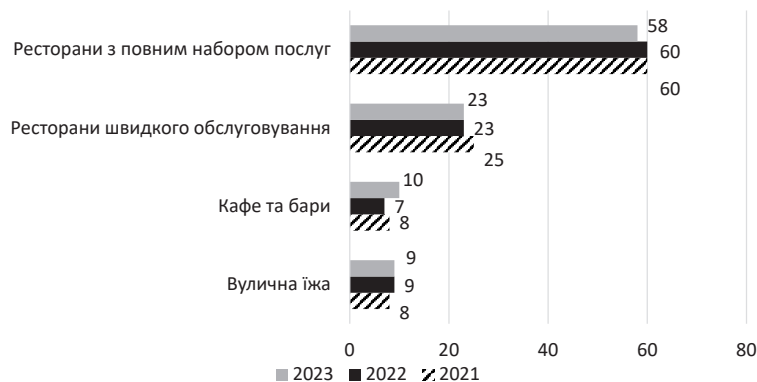


Рис. 2. Ринок громадського харчування в Азійсько-Тихоокеанському регіоні за типом ресторану в 2021–2023 рр., %

Джерело: побудовано автором за [Foodservice Market Monitor].

– вулична їжа є важливою складовою традиційної кулінарії в багатьох країнах Азії та забезпечує доступне та швидке харчування для місцевих жителів і туристів. Цей сегмент демонструє стабільність, так, частка вуличної їжі зросла з 8% у 2021 р. до 9% у 2022 р., а у 2023 р. залишилася на тому ж рівні (9%);

– підвищення частки кафе та барів у 2023 р. вказує на відновлення попиту на більш соціальні формати харчування, які поєднують ресторанный послуги з атмосферою відпочинку. Зокрема, це може бути пов'язано з постпандемічним відновленням і змінами в уподобаннях споживачів, які шукають більше можливостей для соціалізації;

– дані свідчать про певне уповільнення зростання в сегменті ресторани швидкого обслуговування, хоча він все одно залишається важливим. Можливо, зростання конкуренції і зміни в смаках споживачів, які звертають увагу на здорове харчування, впливають на частку ресторанів швидкого харчування;

– найбільшу частку займають ресторани з повним набором послуг, залишаючись відносно стабільними. Незначне зниження у 2023 р. може бути результатом конкуренції з іншими форматами харчування, зокрема з ресторанами швидкого обслуговування й кафе, які зазвичай пропонують більш доступні та зручні варіанти для споживачів. Однак цей сегмент все одно залишається лідером на ринку завдяки великому вибору послуг, які пропонуються.

Ринок громадського харчування в Азійсько-Тихоокеанському регіоні демонструє зміни в уподобаннях споживачів, що веде до коригування структури ринку. Зростання частки вуличної їжі і кафе з барами свідчить про збільшений попит на швидку, але більш соціальну та доступну їжу. Водночас ресторани швидкого обслуговування й ресторани з повним набором послуг стикаються з певними викликами через конкуренцію та зміну уподобань споживачів, що акцентують увагу на зручності, швидкості та більш доступних варіантах харчування. Загалом ринок громадського харчування в регіоні зберігає свою динамічність, але змінюється в напрямі більш гнучких і адаптованих до сучасних потреб форм харчування.

Отже, Азійсько-Тихоокеанський регіон є ключовим гравцем на глобальному ринку громадського харчування, а його економічне зростання та технологічні інновації сприяють цьому процесу. Збільшення купівельної спроможності населення, зростання середнього класу, технологічний прогрес і високий попит на різноманітні кухні забезпечують стабільне зростання цього сегмента. Одним із ключових гравців цього ринку є Китай, проаналізуємо його ринок громадського харчування більш детально.

За типом ресторану ринок громадського харчування Китаю має такий вигляд (рис. 3).

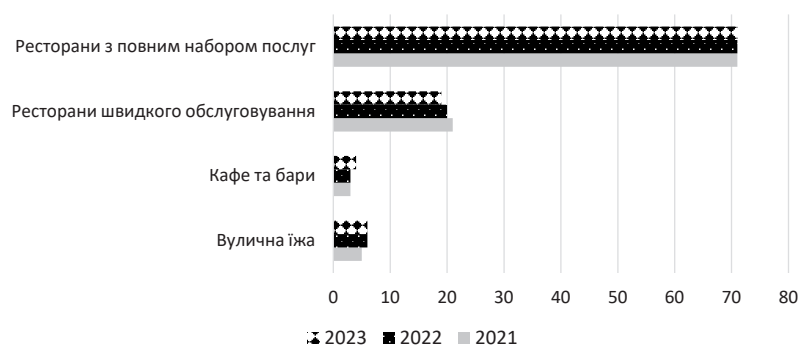


Рис. 3. Ринок громадського харчування Китаю за типом ресторану в 2021–2023 рр., %

Джерело: побудовано автором за [Foodservice Market Monitor].

Аналіз рис. 3 дає підстави стверджувати, що ринок громадського харчування Китаю залишається стабільним, з невеликими змінами в структурі попиту на різні типи ресторанів. Ресторани з повним набором послуг продовжують бути лідером на ринку, що відображає високий попит на традиційні ресторани, які пропонують повний спектр послуг. Зростання частки вуличної їжі та кафе з барами свідчить про те, що китайці стають більш орієнтованими на зручність, швидкість обслуговування й нові соціальні формати харчування. Зменшення частки ресторанів швидкого обслуговування вказує на зменшення популярності традиційних мереж швидкого харчування, що, можливо, відображає зміни в споживчих звичках і більшу увагу до здорового способу життя. Загалом ринок громадського харчування в Китаї демонструє зрілість, з домінуванням традиційних ресторанів і водночас інтеграцією нових форматів для задоволення потреб більш широкої аудиторії.

Ресторанний ринок Китаю став свідком значного відновлення після пандемії. У 2023 р. ринок громадського харчування в Китаї досяг 5,3 трлн юанів (717,6 млрд доларів США), що на 20,6% більше, ніж у минулому році, і, по суті, повернув масштаб ринку до рівня до пандемії. Очікується, що найближчим часом темпи зростання індустрії громадського харчування в Китаї стабілізуються, а до 2025 р. прогнозований розмір ринку становитиме 5,6 трлн юанів (772,8 млрд доларів США) [Daxue Consulting] (рис. 4).

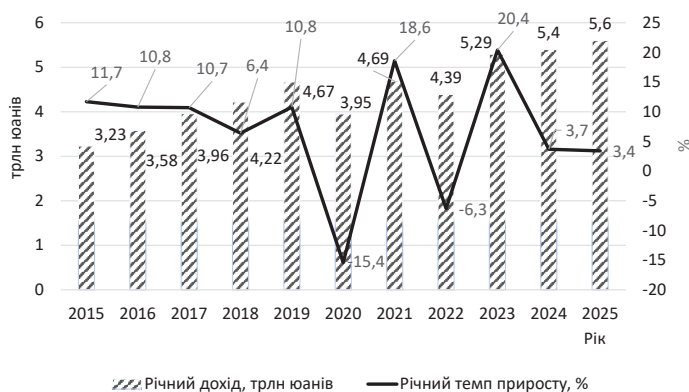


Рис. 4. Річні дохід і темп приросту китайського ринку громадського харчування, 2015–2025 рр.

Джерело: побудовано автором за [Daxue Consulting; Statista].

* 2024–2025 рр. – прогнозовані дані.

З розвитком електронної комерції постійно зростає частка замовлень їжі онлайн. До того ж база користувачів китайських служб доставки є найбільшою у світі й охопила понад 540 млн користувачів станом на 2023 р. [Daxue Consulting].

На відміну від більшості країн, ресторани в Китаї сприймаються як звичайне повсякденне явище. Опитування, опубліковане Statista у грудні 2022 р., у якому було опитано 7000 осіб віком від 16 років, показало, що близько 50% респондентів обідають кілька разів на тиждень у ресторані.

Зазвичай вони ходять у ресторани швидкого обслуговування, де подають традиційні китайські страви, залишаючи ресторани з повним набором послуг для особливих випадків.

У 2024 р. Daxue Consulting опублікувала звіт, у якому опитали 1000 людей про їхні вподобання у виборі ресторану. Опитування показало, що у виборі ресторану основним критерієм учасники вважають доступність, потім наявність конкретних страв і загальну обстановку (рис. 5).



Рис. 5. Основні критерії при виборі ресторану в Китаї у 2024 р.

Джерело: побудовано автором за [Daxue Consulting].

Ця тенденція залишається відносно стабільною для обох статей. Проте з віком важливість страв стає все більш помітною, тоді як акцент на таких факторах, як популярність, пошук нових вражень і візуальна привабливість страв на фотографіях, зменшується [Daxue Consulting].

За останні кілька років у Китаї стрімко зріс попит на готову їжу із собою, оскільки це економить час і зусилля для завантажених роботою людей. Простота використання, функціональність, швидка доставка та висока поживна цінність є важливими факторами, що сприяють зростанню ринку громадського харчування. Крім того, міленіали та представники покоління Z стимулюють впровадження продуктів преміумкласу через зростаючий інтерес до інноваційної готової їжі. До того ж зростання попиту на готові до вживання продукти преміумкласу та поживні продукти спеціально призначено для тих, хто вважає себе гурманами. Отже, збільшення споживання готової їжі стимулює зростання ринку [Fortune Business Insights] (підсумовуючи проведене дослідження, побудуємо таблицю 1).

Глобальний вплив на ринок громадського харчування Китаю є багатограним і багатофакторним процесом, який зумовлений змінами в міжнародній економіці, культурних тенденціях, технологіях і споживчих уподобаннях. Китай, зі свого боку, активно адаптується до цих змін, інтегруючи міжнародні практики, зберігаючи при цьому свою кулінарну традицію та надаючи нові можливості для розвитку бізнесу у сфері громадського харчування. Азійсько-Тихоокеанський регіон, зокрема Китай, займає провідні позиції на глобальному ринку громадського харчування завдяки інтеграції технологій, культурному багатству та зростанню туризму. Китайський ринок громадського харчування

залишається одним із найбільш перспективних, демонструючи стабільність і здатність до адаптації у відповідь на зміну глобальних і локальних трендів. Ринок громадського харчування Китаю демонструє високу динамічність і є одним із ключових драйверів розвитку глобальної гастрономічної індустрії. Значна роль Китаю пояснюється масштабами економіки, урбанізацією, різноманітністю регіональних кухонь і впровадженням інноваційних технологій, що впливають як на внутрішній ринок, так і на глобальні тенденції в індустрії харчування. З огляду на ці фактори ринок громадського харчування в Китаї продовжуватиме зростати, зберігаючи динамізм та адаптуючись до нових реалій. Прогнозовані темпи зростання цього сектору до 2025 р. підтверджують його стабільний розвиток.

Питання продовольчої безпеки є ключовим викликом як для Китаю, так і для світової спільноти, особливо в умовах зростаючого населення, кліматичних змін і геополітичної нестабільності. Китайська стратегія забезпечення продовольчої безпеки базується на розширенні внутрішнього виробництва,

Таблиця 1

Глобальний вплив і локальні тенденції ринку громадського харчування Китаю

Категорія	Глобальний вплив	Локальні тенденції
Економіка	Китай є одним із найбільших ринків у світі, залучаючи міжнародні мережі ресторанного бізнесу	Зростання популярності місцевих закладів, які пропонують якісну, доступну й автентичну китайську кухню
Технології	Активна інтеграція штучного інтелекту, онлайн-доставки та безконтактних платежів	Широке впровадження QR-меню та додатків для замовлення через платформи, зокрема WeChat і Alipay
Культура та традиції	Китайська кухня має глобальну популярність, адаптуючи страви для різних культур світу	Повернення до традиційних рецептів, використання локальних інгредієнтів і підтримка малого бізнесу
Здоров'я та екологія	Глобальна тенденція до вегетаріанства й екологічних практик у виробництві їжі	Попит на здорове харчування: органічні продукти, зменшення вживання олії та солі
Міжнародна конкуренція	Міжнародні бренди, як-от McDonald's, Starbucks, активно конкурують на китайському ринку	Локальні бренди створюють нові концепції, що враховують національні особливості та традиції
Демографія	Молодь задає тренди, включно з новими форматами ресторанів	Зростає популярність кафе з розвагами для молоді та сімейними зонами
Пандемія та відновлення	COVID-19 стимулював глобальну переорієнтацію на доставку	У Китаї швидке відновлення галузі завдяки державній підтримці й адаптації до нових умов
Інновації	Інвестиції в роботизовані кухні, автоматизацію процесів і новітні IT-рішення	Експерименти з форматами, наприклад, ресторани без офіціантів із повністю автоматизованим обслуговуванням

Джерело: розробка автора за [Innovamarketinsights; Democraticmedia; Fliprogram; Zhou Tianyi 2023; Li Tian and Shen Xiaoyan 2024; Wang Ziyang 2024].

диверсифікації імпорتنих поставок і впровадженні сучасних агротехнологій. Ринок громадського харчування відіграє важливу роль у цій системі, адже ефективне управління харчовими ресурсами, впровадження стандартів безпечного та якісного харчування, а також мінімізація відходів є важливими елементами стабільності продовольчого забезпечення. Зокрема, в Китаї діють жорсткі вимоги щодо безпеки харчових продуктів, а розвиток технологій простежуваності сприяє підвищенню контролю над якістю продукції. Аналіз взаємозв'язку між громадським харчуванням і продовольчою безпекою дає змогу оцінити потенціал галузі до адаптації у відповідь на глобальні виклики та її внесок у стійкий розвиток продовольчих систем.

Дослідження розвитку ринку громадського харчування в Китаї підтверджує, що цей сектор є важливим чинником як для внутрішньої економіки держави, так і для світових споживчих тенденцій. Швидке зростання середнього класу й урбанізація сприяють підвищенню попиту на якісні продукти й екологічно чисту їжу, що, зі свого боку, підтримує розвиток як місцевого аграрного сектору, так і міжнародного експорту. Зростаючий інтерес до інновацій, преміумсегмента та зручності електронної комерції формує унікальний ландшафт, де важливу роль відіграють онлайн-платформи та доставка. У майбутньому цей ринок матиме стабільне зростання, оскільки він адаптується до сучасних запитів споживачів, як-от швидкість, поживність і комфорт. Врахування цих тенденцій дасть змогу гравцям ринку ефективно задовольняти потреби споживачів і розширювати свої позиції на цьому перспективному ринку.

Результати дослідження стають цінним інструментом для ухвалення обґрунтованих рішень, але їх ефективне застосування залежить від чітко сформульованих рекомендацій для ключових зацікавлених сторін. Кожна група – регулятори, бізнес, громадські організації – має свої пріоритети, можливості та сфери впливу. Отже, надання конкретних рекомендацій дасть змогу:

- регуляторам – адаптувати законодавство, створити сприятливі умови для розвитку галузі, запровадити механізми моніторингу та контролю. Це сприяє забезпеченню прозорості, справедливості та довгострокової стабільності;

- бізнесу – використовувати результати досліджень для покращення стратегій управління, оптимізації процесів і впровадження інновацій. Дотримуючи рекомендацій, можна мінімізувати ризики, підвищити ефективність і покращити конкурентоспроможність;

- громадським організаціям – ефективніше розробляти програми підтримки, здійснювати контроль за виконанням зобов'язань різними суб'єктами та сприяти розвитку соціальних ініціатив.

Чіткі рекомендації забезпечать комплексний підхід до вирішення проблеми, сприятимуть координації між усіма зацікавленими сторонами та підвищать ефективність реалізації отриманих результатів (табл. 2).

Запропоновані рекомендації є ключовим інструментом для ефективного впровадження результатів дослідження в практику різних зацікавлених сторін. Вони сприятимуть узгодженню дій між регуляторами, бізнесом і громадськими організаціями, що дасть змогу створити сприятливе середовище для реалізації змін. Регулятори отримують практичні механізми для вдосконалення законодавства, моніторингу та стимулювання ініціатив, що сприяє прозорості й ефективності управління. Бізнес, зі свого боку, може використовувати рекомендації для інтеграції

інноваційних практик, підвищення конкурентоспроможності та розвитку партнерських зв'язків. Громадські організації завдяки цим рекомендаціям можуть активніше впливати на процеси ухвалення рішень, сприяти підвищенню обізнаності й адвокації змін. Таким чином, реалізація цих рекомендацій забезпечить комплексний підхід до вирішення проблем і сприятиме стійкому розвитку ринку громадського харчування Китаю.

Подальший розвиток галузі потребує не лише внутрішнього вдосконалення нормативного регулювання, але й інтеграції до глобальних процесів сталого розвитку.

Таблиця 2

**Рекомендації для зацікавлених сторін
(регуляторів, бізнесу, громадських організацій)**

Зацікавлені сторони	Рекомендації	Характеристика	Очікуваний результат
Регулятори	Розробка та вдосконалення законодавства	Ухвалення нормативних актів, які сприятимуть впровадженню результатів дослідження та підвищенню ефективності відповідних процесів	Забезпечення прозорості та відповідності законодавчим вимогам
	Стимулювання ініціатив	Упровадження механізмів підтримки (гранти, податкові пільги, державні програми) для суб'єктів, що впроваджують рекомендовані практики	
	Моніторинг і контроль	Забезпечення ефективного нагляду за дотриманням стандартів і практик, розроблених на основі дослідження	
Бізнес	Інтеграція найкращих практик	Упровадження рекомендацій у внутрішні бізнес-процеси для підвищення ефективності та конкурентоспроможності	Підвищення конкурентоспроможності та репутації
	Розширення партнерств	Співпраця з іншими організаціями, експертами та державними установами для ефективної реалізації змін	
	Інвестування в розвиток	Спрямування ресурсів на навчання персоналу та модернізацію процесів відповідно до отриманих висновків	
Громадські організації	Підвищення обізнаності	Організація просвітницьких кампаній, семінарів і тренінгів для поширення результатів дослідження серед населення та бізнесу	Збільшення суспільної обізнаності та залучення до вирішення проблем
	Адвокація змін	Взаємодія з державними органами для впровадження необхідних реформ і нормативних змін	
	Співпраця з бізнесом і владою	Створення платформ для діалогу та спільної розробки стратегій упровадження досліджених ініціатив	

Джерело: розробка автора на основі проведених досліджень.

Важливими викликами для галузі залишаються питання продовольчої безпеки, зниження харчових відходів, адаптація до екологічних стандартів, а також вплив зовнішніх факторів, як-от пандемія COVID-19. Зокрема, пандемія прискорила трансформацію індустрії, сприяючи розвитку онлайн-сервісів, але водночас викликала необхідність інновацій у бізнес-моделях підприємств громадського харчування.

Подальший розвиток галузі залежить від інновацій, технологічної інтеграції та здатності підприємств відповідати очікуванням споживачів, орієнтованих на якість, зручність і різноманіття послуг. Перспективними напрямками для китайського ринку громадського харчування є подальший розвиток сегмента доставки їжі, впровадження екологічних практик, розширення пропозиції здорового харчування й інтеграція новітніх технологій для підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

Ці тенденції підкреслюють важливість стратегічного планування й інноваційного підходу до управління в індустрії громадського харчування, що сприятиме зміцненню позицій Китаю як глобального лідера у цій сфері.

ЛІТЕРАТУРА

Analysis of the Characteristics and Spatial Pattern of the Catering Industry in the Four Central Cities of the Yangtze River Delta / W. Wang et al. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 2022. Vol. 11, № 6. P. 321. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijgi11060321>.

Big data-driven spatio-temporal heterogeneity analysis of Beijing's catering service industry during the COVID-19 pandemic / H. Jia et al. *Scientific Reports*, 2024. Vol. 14, no. 1. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-024-51251-z>.

Daxue Consulting. URL: <https://daxueconsulting.com/restaurant-market-china/>.

Digital food marketing research: global trends. URL: <https://democraticmedia.org/assets/cdd-digital-food-mkt-research-report-mar24-1.3.pdf>.

Food industry economic and trend outlook report. URL: https://www.fliprogram.com/u/2024/02/29090432/FLIP_Report_2024_2-28.pdf.

Foodservice Market Monitor 2022. URL: <https://ricerchedimercato.siamesenetwork.it/wp-content/uploads/2024/01/FoodserviceMarket-Monitor-2022-Deloitte.pdf>.

Foodservice Market Monitor 2023. URL: <https://www.deloitte.com/it/it/Industries/consumer/analysis/foodservice-market-monitor-2023.html>.

Foodservice Market Monitor 2024. URL: <https://www.deloitte.com/it/it/services/financial-advisory/analysis/foodservice-market-monitor-2024.html>.

Fortune Business Insights. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/china-food-service-market-107657>.

Ilchuk M., Kyrychenko A., Vodnitskyi M. Development of e-Commerce in Ukraine in the War and Post-War Conditions. *Science and Innovation*, 2023. № 19 (3), p. 3–14. DOI: <https://doi.org/10.15407/scine19.03.003>.

Jin Yongguang. An Analysis on Cultural Operation & Management for Catering. *Review of Educational Theory*, 2018. Vol. 1, № 1. P. 5. DOI: <https://doi.org/10.30564/ret.v1i1.12>.

Li Tian, Shen Xiaoyan. Spatial patterns and their influencing factors for China's catering industry. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2024. Vol. 11. P. 1-12. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03580-7>.

Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/5301/catering-industry-in-china/#topicOverview>

Sustainable Development of the Catering Industry in China: Policy and Food Waste / C. Xiaochang et al. *Journal of Resources and Ecology*, 2021. Vol. 12, № 5. DOI: <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2021.05.006>.

Top food trends 2024. URL: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/top-food-trends-2024/>.

Wang Ziyan. Trends and Dynamics of China's Lodging and Catering Industry: A Comparative Analysis. *Highlights in Business, Economics and Management*. 2024. Vol. 30. P. 147–150. DOI: <https://doi.org/10.54097/94r1am97>.

Xu Chen, Qian Zhilan, Zhang Zihan. Analysis of Chinese Consumer Behavior on Catering Services and Research on Corporate Marketing Strategies in the Post-Pandemic Era. *2021 International Conference on Enterprise Management and Economic Development (ICEMED 2021)*, Nanjing, China, 14–16 May 2021. Paris, France, 2021. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210601.069>.

Zhou Tianyi. Analysis of the Current Situation of China's Catering Industry under the Background of Covid 19. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. 2023. Vol. 9, № 1. P. 161–167. DOI: <https://doi.org/10.54254/2754-1169/9/20230373>.

REFERENCES

Wang W. et al (2022), Analysis of the Characteristics and Spatial Pattern of the Catering Industry in the Four Central Cities of the Yangtze River Delta. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, Vol. 11, no. 6. P. 321, available at: <https://doi.org/10.3390/ijgi11060321>. (In English).

Jia H. et al. (2024), Big data-driven spatio-temporal heterogeneity analysis of Beijing's catering service industry during the COVID-19 pandemic / H. Jia et al. *Scientific Reports*. Vol. 14, no. 1, available at: <https://doi.org/10.1038/s41598-024-51251-z>. (In English).

Daxue Consulting, available at: <https://daxueconsulting.com/restaurant-market-china/>. (In English).

Digital food marketing research: global trends, available at: <https://democratic-media.org/assets/cdd-digital-food-mkt-research-report-mar24-1.3.pdf>. (In English).

Food industry economic and trend outlook report, available at: https://www.fliprogram.com/u/2024/02/29090432/FLIP_Report_2024_2-28.pdf. (In English).

Foodservice Market Monitor 2022, available at: <https://ricerchedimercato.siamesenetwork.it/wp-content/uploads/2024/01/FoodserviceMarket-Monitor-2022-Deloitte.pdf>. (In English).

Foodservice Market Monitor 2023, available at: <https://www.deloitte.com/it/it/Industries/consumer/analysis/foodservice-market-monitor-2023.html>. (In English).

Foodservice Market Monitor 2024, available at: <https://www.deloitte.com/it/it/services/financial-advisory/analysis/foodservice-market-monitor-2024.html>. (In English).

Fortune Business Insights, available at: <https://www.fortunebusinessinsights.com/china-food-service-market-107657>. (In English).

Ilchuk M., Kyrychenko A., Vodnitskyi M. (2023), Development of e-Commerce in Ukraine in the War and Post-War Conditions. *Science and Innovation*, № 19(3), p. 3-14, available at: <https://doi.org/10.15407/scine19.03.003>. (In English).

Jin Y. (2018), An Analysis on Cultural Operation & Management for Catering. *Review of Educational Theory*, Vol. 1, no. 1. P. 5, available at: <https://doi.org/10.30564/ret.v1i1.12>. (In English).

Li T., Shen X. (2024), Spatial patterns and their influencing factors for China's catering industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, Vol. 11, 1-12, available at: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03580-7>. (In English).

Statista, available at: <https://www.statista.com/topics/5301/catering-industry-in-china/#topicOverview>. (In English).

Xiaochang C. et al. (2021), Sustainable Development of the Catering Industry in China: Policy and Food Waste / C. Xiaochang et al. *Journal of Resources and Ecology*. Vol. 12, no. 5, available at: <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2021.05.006>. (In English).

Top food trends 2024, available at: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/top-food-trends-2024/>. (In English).

Wang Z. (2024), Trends and Dynamics of China's Lodging and Catering Industry: A Comparative Analysis. 6th International Conference on Innovations in Economic Management and Social Science, Vol. 30, p. 147–150, available at: <https://doi.org/10.54097/94r1am97>. (In English).

Xu C., Qian Z., Zhang Z. (2021), Analysis of Chinese Consumer Behavior on Catering Services and Research on Corporate Marketing Strategies in the Post-Pandemic Era. *2021 International Conference on Enterprise Management and Economic Development (ICEMED 2021)*, Nanjing, China, Paris, France, available at: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210601.069>. (In English).

Zhou T. (2023), Analysis of the current situation of China's catering industry under the background of Covid 19. *Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Policy Studies*, p. 161–167, available at: <https://doi.org/10.54254/2754-1169/9/20230373>. (In English).

Стаття надійшла до редакції 18.10.2024