

Меѓународен ден на бургерот: чизбургерите остануваат фаворит, **smash** бургерите се **НОВИОТ ХИТ**

Податоците на Wolt покажуваат дека нарачките на бургери го достигнуваат својот пик по работното време, додека чизбургерите и понатаму се најсигурниот избор, smash бургерите стануваат симбол на новата урбана бургер култура, која во топ три сендвичи го вбројува и бургерот со крцкаво пилешко.

Скопје, мај 2026 - Според податоците на Wolt, Македонија во 2026 година сака бургери со многу карактер. Чизбургерите остануваат безвременски фаворит, smash бургерите се сè поприсутни во урбаната кујна, а варијантите со крцкаво пилешко сигурно си го освојуваат своето место меѓу најбараните нарачки. По повод International Burger Day, Wolt направи анализа за тоа кога и што најчесто нарачуваат Македонците кога имаат желба за бургер, а резултатите покажаа дека бургер категоријата одамна го надминала основниот хамбургер.

Анализата опфаќа неколку стотици илјади испорачани бургери, без прилози, пијалаци, сосови и combo менија. Изборот на сендвичите покажува дека бургер културата во земјата станува сè поразновидна, покреативна и поврзана со lifestyle навиките на потрошувачите. Таа е силно обликувана од вкусот на кашкавалот, smash бургерите, крцкавото пилешко и американскиот стил на креативни менија.

Бургерите повеќе не се гледаат само како брза храна, туку сè повеќе како comfort food и „почести се себеси“ избор често полн, брендиран, премиум или разигран по стил. Бургерите најчесто се нарачуваат по ручекот, а пикот на нарачки е околу 17 часот. Речиси две третини од сите бургер нарачки се случуваат помеѓу 15 и 21 часот, што покажува дека бургерот кај македонските корисници најчесто е избор за по работа, вечерно опуштање или „cheat meal“ момент на крајот од денот.

Со други зборови, во Македонија, времето за бургер започнува по ручекот и го достигнува врвот по работа.

Кашкавалот е еден од најсилните и најконзистентни сигнали во бургер категоријата. Производите поврзани со кашкавал, како чизбургери, двојни чизбургери и премиум опции со кашкавал, учествуваат со околу 20% од анализираните доставени бургер. Од класични чизбургери до побогати двојни формати, кашкавалот се појавува и во секојдневните и во премиум бургер изборите. Овој податок потврдува дека кашкавалот останува заедничкиот јазик на бургер желбите во Македонија.

Најголемата, нова енергија во категоријата доаѓа од smash бургерите. Со тенко месо, препознатливи крцкави рабови, многу кашкавал и естетика на улична храна, smash форматот станува симбол на модерниот урбан бургер, лежерен, фотогеничен и создаден за споделување на социјалните мрежи.

Иако говедското месо останува основа на класичната бургер култура, пилешките и crispy chicken бургерите имаат изградено силна позиција во категоријата. Крцкаво, пикантно пилешко со вкусови кои се базираат и на кашкавал, покажуваат дека пилешките бургерите се значаен дел од comfort-food навиките на потрошувачите. Покрај состојките, анализата на Wolt покажува дека бургер менијата стануваат сè поразиграни, инспирирани од филмови, ТВ серии, американска diner култура и имиња со карактерен стил се силно присутни во податоците. Имиња како Indiana Jones, Buffalo Bill, Los Polos Hermanos или Han Solo покажуваат дека потрошувачите не нарачуваат само туку избираат бургер концепти, приказни и идентитети.

Најголемиот дел од анализираните нарачки доаѓаат од Скопје, кое убедливо се издвојува како центар на модерната бургер култура во Македонија. Токму таму најсилно се забележуваат smash бургерите, премиум burger форматите, crispy chicken варијантите и трендот на креативно брендирање менија.

Битола покажува интересен раст кај премиум и американски стилови на бургер концепти, додека податоците од Тетово укажуваат на посилна застапеност на класичните хамбургери и чизбургери.

Целокупната слика е јасна, бургерите во Македонија стануваат посмели, побогати и попримиум. А, ако треба да се сумира Burger Day 2026 со една реченица, тогаш таа веројатно би гласела дека кај нас чизбургерите остануваат вечна класика, а smash бургерите се новата опсесија.

Контакт детали

Lidija Mirić Mičetić

Communications Manager for the Adriatic and
North Macedonia

lidija.miric.micetic@wolt.com

[+38599 7348 652](tel:+385997348652)

Копирај линк

<https://press.wolt.com/mk-MK/268004-smash/>