

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Університет Яна Кохановського (м. Кельце, Польща)
Тбіліський державний університет імені
Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)
Технічний університет (м. Кошице, Словаччина)
Технологічний університет (м. Кельце, Польща)
Університет суспільних наук (м. Лодзь, Польща)
Folkuniversitetet (м. Уппсала, Швеція)
Яський університет ім. А. Й. Кузи (м. Яси, Румунія)
Регіональна туристична організація
Свентокшиського Воєводства (м. Кельце, Польща)
Технологічний парк (м. Кельце, Польща)



*До 55-річчя Вінницького торговельно-економічного
інституту ДТЕУ*

**СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ
ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
XI Міжнародної науково-практичної конференції**

25 вересня 2023 року

Частина II

Вінниця 2023

Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 25 вересня 2023 р. Вінниця, 2023. Ч. 2. 511с.

У збірнику наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції розглядаються питання управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства та регулювання соціальних проблем в сучасних умовах; сучасної парадигми менеджменту та публічно-владної діяльності, фінансовий механізм забезпечення соціально-економічного розвитку країни; проблеми обліково-аналітичного, контрольного та інформаційного забезпечення управління підприємства. Досліджуються інноваційні моделі та інформаційні технології в науці, освіті, економіці; теоретичні, практичні аспекти сучасного товарознавства; актуальні проблеми маркетингових технологій в умовах євроінтеграції, перспективи розвитку індустрії гостинності та харчової промисловості; історичні, філософські, соціально-психологічні та правові аспекти державотворчих процесів в умовах глобалізованого суспільства.

Висвітлюються інтерактивні технології та методи навчання як засіб формування іншомовної професійної компетенції, теоретичні та практичні аспекти розвитку студентського спорту в системі фізичного виховання ЗВО.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії – **Замкова Н. Л.**, д-р філос. наук, професор

Відповідальний секретар – **Мартінова Л. Б.**, д-р екон. наук, професор

Члени редакційної колегії:

Громова О. Є., д-р екон. наук, доцент, **Іваницька Н. Б.**, д-р філол. наук, професор,

Прутська О. О., д-р екон. наук, доцент, **Хачатрян В. В.**, д-р екон. наук, доцент,

Чорна Н. М., д-р іст. наук, професор, **Бондар А. А.**, канд. наук з фіз. виховання і

спорту, доцент, **Крупельницька І. Г.**, канд. екон. наук, доцент, **Махначова Н. М.**,

канд. екон. наук, доцент, **Радзіховська Л. М.**, канд. пед. наук, доцент,

Тернова А. С., канд. техн. наук, доцент, **Хом'яченко С. І.**, канд. юрид. наук, доцент.

Друкується за ухвалою вченої ради Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

ISBN 978-966-918-067-4

Громова О. Є., д-р екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ З
ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ..... 97**

Довгань Ю. В., канд. екон. наук
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СУЧАСНИХ ЛОГІСТІВ ТА ЇЇ
СКЛАДОВІ..... 103**

Поліщук І. І., д-р екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**РОБОТА З ПЕРСОНАЛЬНИМИ ДАНИМИ В МАРКЕТИНГОВІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ..... 110**

Середницька Л. П.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**ПРІОРИТЕТИ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В
УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ..... 118**

Танасійчук А. М., д-р екон. наук, професор
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МЕДІА..... 129**

Шемчишена А. С.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**МЕТОДИ ПОШИРЕННЯ ПРОПАГАНДИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ПІД
ЧАС ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ..... 142**

Якушевська О. В., канд. екон. наук
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ МАРКЕТИНГУ В
ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ..... 150**

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТИ

Антонюк К. Г., доктор філософії з економіки
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 165**

Вівсюк І. О.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
**ОЦІНКА ТРУДОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 172**

Іваніщева О. А. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ SOUS VIDE-АПАРАТІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА SOUS VIDE-ТЕХНОЛОГІЄЮ.....	180
Кізюн А. Г., канд. географ. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ.....	188
Крижак Л. М., канд. техн. наук Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ МОЛОЧНИЙ НАПІЙ ОЗДОРОВЧОЇ ДІЇ.....	196
Лук'янець А. В. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС ВІЙНИ..	200
Мазуркевич І. О., канд. екон. наук Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ..	208
Онищук Н.В., канд. екон. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЕСТИНАЦІЙ.....	214
Пахомська О. В. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ТА ВИРОБНИЦТВА СУЧАСНИХ ВИДІВ ГОЛЛАНДСЬКИХ СИРІВ.....	221
Постова В. В., канд. екон. наук Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ СЕРВІСУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ (НА ПРИКЛАДІ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ М. ВІННИЦІ).....	230
Рябенська М. О., канд. екон. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	243
Семко Т. В., канд. техн. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ SOUSE-VIDE ЯК ПІДТВЕРДЖЕННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЯКОСТІ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	256
Фіалковська Л. В., канд. техн. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ ТЕХНОЛОГІЧНЕ ПРОЕКТУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	267

7. Чорна Н.М. Туристичний ринок України: стан та тенденції функціонування крізь призму діяльності туристичних підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Серія «Економіка». 2020. Вип 1 (13). С. 73-79.

УДК 339.187.44:338(045)

Мазуркевич І. О., канд. екон. наук

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6648-9994>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Стаття присвячена актуальним питанням дослідження франчайзингу як особливої форми підприємницької діяльності. Особливу увагу акцентовано на структурне співвідношення вітчизняного та закордонного франчайзингу в різних сферах бізнесу. Автором досліджено стан, ключові проблеми та перспективи розвитку франчайзингу в ресторанному бізнесі України в умовах війни.

Ключові слова: підприємництво, франчайзинг, ресторанний бізнес, франчайзингові відносини

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання франчайзингова форма ведення бізнесу в усіх сферах підприємницької діяльності набуває особливої популярності в усьому світі. На сьогодні франчайзинговий бізнес охопив більше 80 країн різних континентів і його розповсюдження продовжує набирати обертів. Головною причиною для реалізації франчайзингу є беззаперечні переваги для усіх учасників франчайзингових відносин. Особливо це стосується малого підприємництва, які не мають в своєму розпорядженні достатньо вільних коштів та просування та брендування своєї продукції та послуг. В Україні франчайзингова форма ведення бізнесу в сфері ресторанного бізнесу в реаліях війни стає ще більш популярною та постійно доводить свої переваги для суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічною

основою дослідження сутності та еволюції розвитку франчайзингу як форми ведення бізнесу слугують праці вітчизняних та закордонних науковців, серед яких слід виділити: Н. Данько, Д. Зельтца, В. Козуб, Ф. Котлера, Н. Кулак, Ж. Ламбена, М. Пивоварова, Дж. Стенворта, Т. Ставерську, Т. Шталя, М. Чорій, О. Шагової та інших. Незважаючи на чималий інтерес, перспективи розвитку сучасних інноваційних форм франчайзингу в різних сферах економічної діяльності залишаються актуальними з урахуванням інтеграційних процесів.

Мета статті. Метою написання даної статті є дослідження стану та перспектив розвитку франчайзингової форми ведення бізнесу на підприємствах ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Франчайзинг є однією з найбільш ефективною моделлю розвитку малого підприємництва в сфері ресторанного бізнесу та дозволяє мінімізувати ризики для підприємців-початківців. Франшиза – це досвід, який підприємець купує сьогодні, а вже за місяць-два має готовий об'єкт, що заробляє.

Аналізуючи структуру франчайзингового бізнесу за видами економічної діяльності (рисунок 1) встановлено, що домінуючими сферами економічної діяльності для розвитку франчайзингу є роздрібна торгівля, сфера послуг та ресторанне господарство.

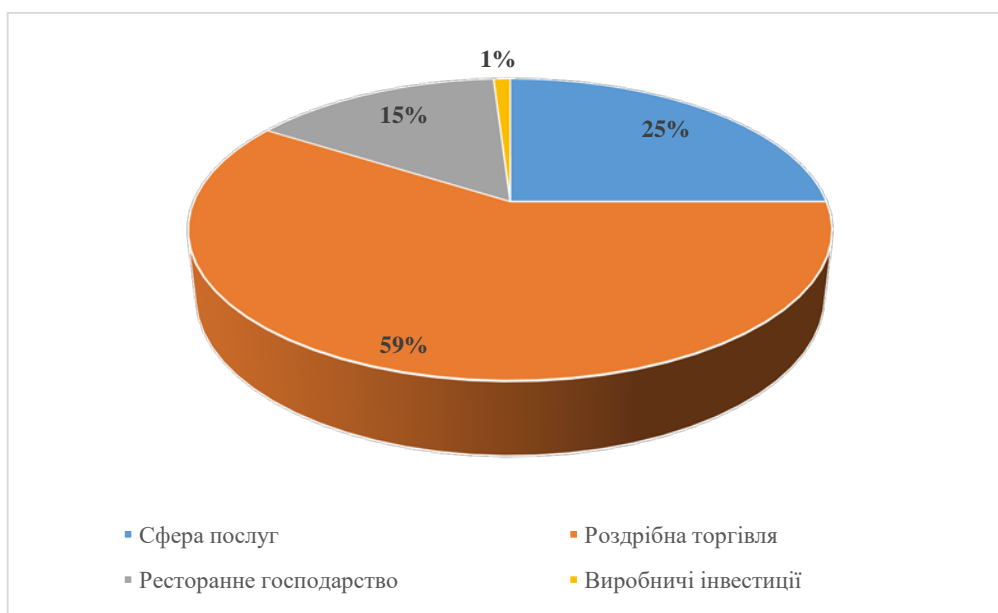


Рисунок 1 – Розподіл франчайзингового бізнесу за видами економічної діяльності [3]

На ринку ресторанних послуг все більшої популярності набувають нові форми організації бізнесу, серед яких слід виділити франчайзинг. В умовах гострої конкурентної боротьби саме франчайзинг є запорукою успішного розвитку з урахуванням існуючого досвіду та постійного супроводу протягом життєдіяльності франчайзингового підприємства [2].

В Україні започаткування франчайзингу в ресторанному бізнесі асоціюється з такими закладами як McDonald's та Pizza Celentano. За результатами спостережень експертів «Pro-consulting» та «Franchise Group», кількість власних та франчайзингових об'єктів в Україні в розрізі галузей вказує на збільшення франшиз в сфері ресторанного бізнесу, ритейлу та послуг. Розвиток франчайзингу в ресторанному бізнесі в 2017 році дещо знизився – в середньому на 18%, проте починаючи з 2018 року спостерігаємо щорічний приріст в середньому на 12%. Щодо оцінки структури франчайзингової форми ведення бізнесу за національною приналежністю, то з кожним роком частка українських франшиз зростає (рис. 2).

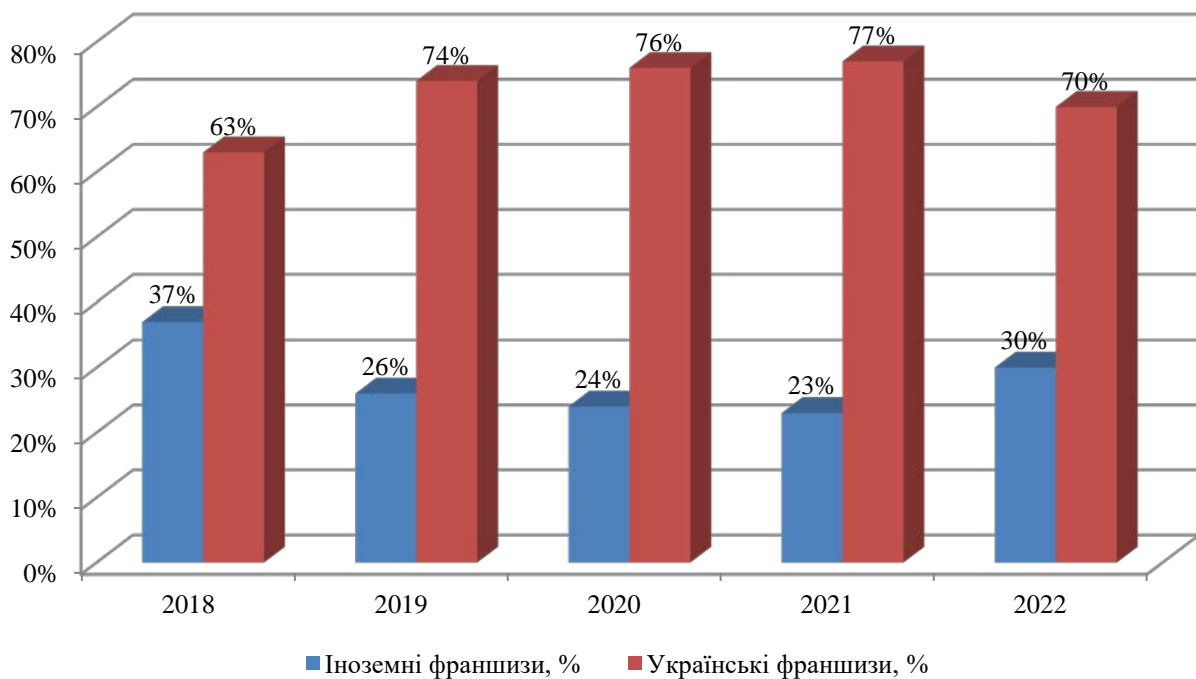


Рисунок 2 – Сегментація ринку франчайзингу за національним походженням впродовж 2018 – 2022 рр. [4], %

На ринку України найбільша кількість підприємств, що діють на основі договору франчайзингу належить до сфери ресторанного бізнесу. Так, на ринку ресторанного бізнесу України задіяно близько 55% від усіх брендів, що функціонують на вітчизняному ринку на основі франчайзингу. Ринок готельних послуг, що діє на основі договорів франчайзингу представлено в Україні головним чином іноземними компаніями та дорівнює приблизно 5% від загальної кількості всіх підприємств, що функціонують на основі франчайзингу. Близько половини франчайзингових підприємств є представниками ресторанного бізнесу.

На рисунку 3 відображено динаміку кількості франшиз в Україні за 2009 – 2022 роки.

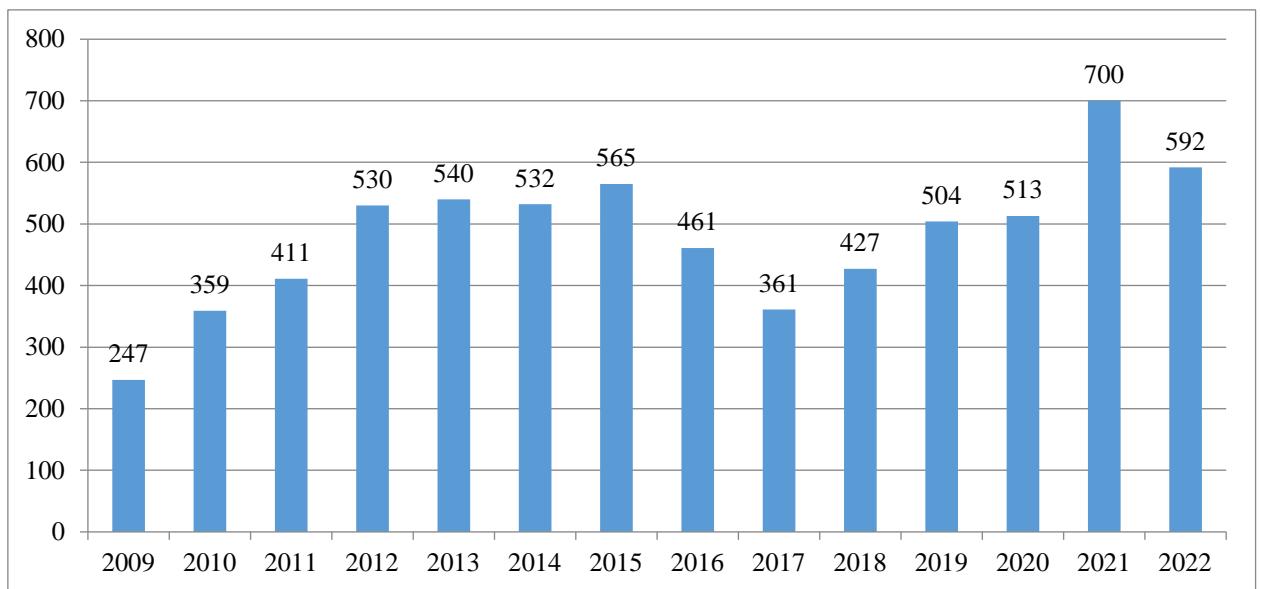


Рисунок 3 – Динаміка кількості франшиз в Україні впродовж 2009 – 2022 років

Станом на початок 2022 року в Україні працювало 592 компанії-франчайзери і понад 24 000 франчайзингових об'єктів проти 23 000 франчайзингових об'єктів в 2021 році. Після 24 лютого український бізнес стикнувся із повномасштабною війною та невизначеністю. Проте підприємці вірять у франчайзинг як інструмент розвитку післявоєнної економіки. Згідно офіційних даних 57% франчайзингових мереж продовжують свою роботу в умовах війни, з них 20 мереж не закрили жодного об'єкту.

За прогнозами Franchise Group, приблизно 15–20% українських компаній продовжать експансію світом, а отже, є всі шанси, що до 2030 року Україна стане найфранчайзабельнішою країною світу. Як зазначають фахівці, найбільший виклик серед бізнесів – це нерозуміння, коли війна закінчиться. За даними аналітики, у вересні 2022 року лише 30% компаній стверджували, що не зупиняться, інші чекають, що буде далі. За 2022 рік найактивнішим сезоном в укладанні угод став сезон весна-літо. Захід України та Польща стали найбільш привабливими локаціями для масштабування. За цей складний рік уже десятки українських брендів та компаній відкрилися за кордоном: «Нова пошта», Harry Time, «Хотдожна», «Кебаб Шеф», Gastro Oma, G.BAR та інші. Попри те, що результат очевидний, шлях до цього результату важкий. Оскільки ключова складність – це усвідомлення, що потрібно починати все спочатку [5]. Якщо говорити про формати франчайзингових закладів ресторанного господарства, то найбільшою популярністю користуються формати «Fast-Casual», «Quick&Casual», де висока якість, швидкість подачі та демократичні ціни приваблюють все більше споживачів [3]. Усі ресторани орієнтовані на середній клас споживачів, які хочуть купувати якісний продукт за розумною ціною. Схема роботи закладів компанії об'єднує схеми роботи типового фаст-фуду і традиційного ресторану. Вплив фастфуду проявляється у скороченні кількості позицій в меню, демократичних цінах та обставовці [1].

Шалений ритм сьогодення стимулює до розширення мереж ресторанів швидкого харчування, серед яких такі мережі як: «Джигіт», «KARTOFAN», «Lviv Croissants», «Grill Pab», «Mafia», «I Love kebab» та інші користуються чималою популярністю та входять до 20 найкращих франчайзингових мереж ресторанного бізнесу за опитуваннями InVenture в 2023 році. Мода на вживання кави вплинула на розвиток мереж кав'ярень, які користуються популярністю в усіх куточках України. Слід зазначити, що 2023 рік ознаменувався відкриттям ще одного бренду – мережевого закладу ресторанного господарства – кав'ярні «Bigman Coffee». Не можна не відзначити і розвиток мережевих пабів. Так, міжнародна мережа пабів та магазинів розливного пива «Good Beer» в рейтингу посіла третє місце за популярністю в Україні.

Вплив сучасних реалій вплинули і на перерозподіл франшиз таким чином, що іноземні франшизи виходять з українського ринку і з'являється можливість підприємцям відкривати і розвивати власні франшизи. Війна вплинула і на розподіл франшиз за видами економічної діяльності. Так, зростає доля франшиз у сфері перевезень та доставки, стають популярними франшизи невеликих продуктових магазинів (магазини біля дому, міні-маркети, супермаркети, дискаунтери). Розвиток внутрішнього туризму сприяв створенню та відкриттю проєктів франчайзингового бізнесу зелених садиб, пансіонатів, інших закладів готельного господарства невеликих форматів. Відмічено зростання зацікавленості до онлайн та інтернет франшиз. Натомість знизилася зацікавленість у франшизах освітніх послуг.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, тенденціями розвитку франчайзингового бізнесу в ресторанному господарстві є розвиток проєктів, які позиціонують себе як мережі з сильною складовою доставки і відносно невеликим чеком. Практично не скоротилася кількість заявок на франшизи кав'ярень, фастфуду, розливного пива. Швидко розвивається сегмент кондитерської випічки. Найбільш затребуваними є заклади у середньому та низькому ціновому сегменті, які пропонують страви української кухні. Активно розвиваються також заклади з італійською (піцерії) та японською кухнею, які є особливо популярними серед молоді, кав'ярні (зернова кава практично витіснила розчинну), кондитерські, булочні, паби (з власними міні-пивоварнями), фаст-фуди і стріт-фуди. Для ресторанного бізнесу 2024 рік - це реальний шанс завоювати найкращі ринкові позиції в Україні та показати себе на міжнародній арені.

Список використаних джерел:

1. Компанії Fast Food Systems. URL: <http://surl.li/jyse1> (дата звернення 14.04.2023).
2. Мазуркевич І.О. Дослідження методичних підходів щодо оцінки ефективності франчайзингових інвестиційних проєктів в сфері ресторанного бізнесу. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. Вип. №1 (5). URL: <http://surl.li/jzymk> (дата звернення: 11.08.2023)

3. Постова В.В. Проблеми формування та розвитку ринку ресторанних послуг в умовах ринкової економіки. *Теорія та практика управління ринковою економікою* : зб. матеріалів Міжнар. наук. -практ. конф. (м. Одеса, 28 серпня 2020 р). Одеса: Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2020. С. 60-62.

4. Франчайзинг– мінімальні ризики ефективної системи. URL: <http://surl.li/jyiqv> (дата звернення 14.04.2023)

5. Франчайзинг та найкращі франшизи в Україні в 2023 році за версією InVenture. URL: <http://surl.li/jyirp> (дата звернення: 09.08.2023)

УДК 338:48

Онищук Н.В., канд. екон. наук, доцент

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1635-0801>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЕСТИНАЦІЙ

У статті здійснено типологізацію основних видів подій, визначено функціональні можливості подієвого туризму в соціально-економічному розвитку дестинацій, з'ясовано алгоритм взаємодії основних зацікавлених у проведенні події сторін, розроблено етапи створення та реалізації продукту подієвого туризму. З'ясовано організаційно-економічні умови розробки проектів подієвого туризму, його роль у формуванні туристичної привабливості та забезпеченні конкурентоспроможності дестинацій.

Ключові слова: *подієвий туризм; подієвий маркетинг, подієвий менеджмент, конкурентоспроможність дестинації.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах воєнного стану територіальним утворенням складно, або неможливо завоювати увагу зовнішніх цільових груп: туристів, інвесторів, спонсорів та ін. Коли унікальність території більше не основна перевага, боротьба за увагу цільових груп починає переходити з емоційної сфери в раціональну. У силу того, що