

Міністерство освіти і науки України
Чернівецька обласна військова адміністрація
Чернівецька міська рада
Державний торговельно-економічний університет
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Університет ім. Стефана чел Маре (м. Сучава, Румунія)
Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща)
Вища школа економіки та менеджменту публічного управління
(м. Братислава, Словаччина)
Університет «ARTIFEX» (м. Бухарест, Румунія)

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**м. Чернівці (Україна)
5 травня 2022 року**

УДК 338.483.13:392.72+332.14
У67

Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект :
У67 матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції,
м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. 352 с.
ISBN 978-617-8034-32-0

У сучасних непростих умовах сфера гостинності має важливе значення для вирішення низки соціально-економічних проблем регіонів України. Саме тому ефективне управління підприємствами сфери гостинності, а надто під час небаченої кризи, набуває актуальності та потребує пошуку нових, інноваційних підходів до управлінських процесів.

У збірнику досліджено проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в регіонах України. Особливу увагу приділено питанням управління цим процесом у воєнний та поствоєнний час. Окреслено сучасні маркетингові інструменти забезпечення підприємств сфери гостинності та фінансово-економічні інструменти її розвитку на регіональному рівні. Запропоновано інноваційні напрями управління підприємствами цієї галузі. Висвітлено регіональні аспекти розвитку туризму в постпандемічний та післявоєнний періоди. Розглянуто актуальні питання іншомовної комунікативної компетентності фахівця та її вплив на сферу гостинності.

Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться зазначеними питаннями.

УДК 338.483.13:392.72+332.14

Роботи надруковано в авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

ISBN 978-617-8034-32-0

© ЧТЕІ ДТЕУ, 2022
© Технодрук, 2022

Підписано до друку 02.05.2022 р.

ЗМІСТ

ДОПОВІДІ

Вдовічен Анатолій РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ДОВОЄННИЙ, ВОЄННИЙ ТА ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОДИ	10
Ткач Вікторія СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	22

ТЕЗИ

СЕКЦІЯ I. Інноваційні напрями управління підприємствами сфери гостинності

Бугіль Світлана СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	33
Верстяк Оксана, Лозова Марія ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	38
Верстяк Оксана, Продан Юлія ІННОВАЦІЇ, ЩО ЗМІНЮЮТЬ ІНДУСТРІЮ ГОСТИННОСТІ	43
Вецепура Наталія, Земліна Юлія УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	47
Кожухівська Раїса ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	52
Кормакова Інна, Коваль Влада ВПЛИВ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	56
Круглянко Андрій МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	62
Литвин Оксана, Кирилюк Ірина НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКО-ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ	65

Ліпінська Катерина ДІДЖИТИЛІЗАЦІЯ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	69
Мельник Ірина, Гурняк Моніка ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	73
Опанасюк Наталія, Макеєва Анастасія ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИЗМУ В ІСЛАНДІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	77
Полуда Вікторія, Земліна Юлія ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ	82
Сідуняк Олександра СФЕРА ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ ЯК СОЦІАЛЬНА КАТЕГОРІЯ	88
Стрікаленко Тетяна ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ (САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ)	92
Тимчук Світлана, Нещадим Людмила АНАЛІЗ ВПЛИВУ ДИЗАЙНУ ГОТЕЛЬНИХ ТА ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ	95
Урсакій Юлія ОСОБЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ	100
Хитрова Ольга ТРЕНДОВІ ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	104

*СЕКЦІЯ II. Маркетингові інструменти забезпечення
підприємств сфери гостинності*

Антоненко Ірина, Мельник Ірина, Примак Тетяна МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	109
Дрінь Ірина, Рилєєв Сергій МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН І ВРАЖЕНЬ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ПІД ЧАС СТВОРЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ	112
Іванова Лілія, Вовчанська Ольга ГЛЕМПІНГ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ПРОДУКТ НА РИНКУ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ	117
Куреда Ніна, Кізіма Марія ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЦІНОВІ ПРОПОЗИЦІЇ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ У ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОМУ ТУРИЗМІ УКРАЇНИ	124

Лошенко Ірина, Лошенко Оксана СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	128
Морохович Василь, Морохович Богдан СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	131
Хотинь Любо́в МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ СФЕР ГОСТИННОСТІ	135
Чаплінський Юрій ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	139

*СЕКЦІЯ III. Регіональні аспекти розвитку туризму в
постпандемічний та післявоєнний періоди*

Багрій Конан ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ НАПРЯМОК ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ	144
Безпарточна Олесья, Рященко Вікторія, Беленцов Діонісій РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОСТПА́НДЕМІ́ЧНИЙ ПЕРІОД В ЛАТВІЇ	149
Гищук Роман ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗМІН РОБОТИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ В ПА́НДЕМІ́ЧНИЙ ПЕРІОД: ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ	154
Гут Любо́в МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	159
Данилюк Інна, Струтинська Любо́в ГАСТРОТУРИЗМ - АКТУАЛЬНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	164
Маначинська Юлія, Євдошак Володимир АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ НА БУКОВИНІ В ПОСТПА́НДЕМІ́ЧНИЙ ПЕРІОД	169
Мельниченко Світлана, Глушко Володимир ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА РИНОК В ПОСТПА́НДЕМІ́ЧНИЙ ТА ПІСЛЯВОЄ́ННИЙ ПЕРІОДИ	173
Нагара Марина ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	178

Прочан А. РИЗИКИ ТА ПРОГНОЗИ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	183
Petronela Haller Alina IS THE TOURISM SECTOR IN BULGARIA AND ROMANIA SUSTAINABLE?	186
Юхновська Юлія КОНЦЕПЦІЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ САНАТОРНО- КУРОРТНИХ КОМПЛЕКСІВ В УКРАЇНІ	187

*СЕКЦІЯ IV. Проблеми та перспективи розвитку
готельно-ресторанного бізнесу в регіонах України*

Брикова Тетяна, Незвещук-Когут Тетяна ПЕРСПЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПЕЧИВА ДЛЯ ПІДТРИМКИ РОБОТИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	191
Гревцева Наталія, Верешко Юлія СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У 2022 РОЦІ	194
Долга Галина СУЧАСНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ КОНКУРЕНТНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	199
Марусяк Тетяна ІННОВАЦІЙНИЙ ТА РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	203
Незвещук-Когут Тетяна ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	207
Нещадим Людмила, Тимчук Світлана ІННОВАЦІЙНЕ УСТАТКУВАННЯ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ	212
Паламарек Каріна РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ЯВИЩ	216
Поворознюк Інна ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОНТАКТНОЇ ЗОНИ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	220
Полянко Галина ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	224

Скляр Вікторія, Вадакарія Марія,
ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ 227
В УКРАЇНІ

Tomashuk Inna
COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE FIELD 232
OF TOURIST BUSINESS

Чичун Валентина
ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА-КЕРІВНИКА 236
У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Шумінський Ярослав, Земліна Юлія
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНОЇ 239
СФЕРИ НА ЖИТОМИРЩИНІ

*СЕКЦІЯ V. Фінансово-економічні інструменти
розвитку сфери гостинності на регіональному рівні*

Вудвуд Вікторія
НАПРЯМКИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИТОК СФЕРИ 244
ГОСТИННОСТІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Жук Наталя
ФІНАНSOVA БЕЗПЕКА В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ 249
ГОСТИННОСТІ

Ковалевич Дарія, Рошило Віолетта
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОЇ 253
ІНДУСТРІЇ ЯК СКЛАДОВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Малюга Людмила
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО 258
БІЗНЕСУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Мустеца Ірина
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ 263
ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО
ГОСПОДАРСТВА

Рилєєв Сергій, Дрінь Ірина
МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ 267
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Табенська Юлія
НАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІНДУСТРІЇ 271
ГОСТИННОСТІ В КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Томнюк Тетяна
ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ 274
В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Транченко Людмила
МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ 280

Чернега Олена
КОНЦЕПЦІЯ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ
ДЕСТИНАЦІЇ 283

Чорновол Алла
РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ 287

*СЕКЦІЯ VI. Іншомовна комунікативна компетентність
фахівця та її вплив на сферу гостинності*

Барвінок Наталія
КОМПЕТЕНТНІСТЬ СПІЛКУВАННЯ ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ ЯК
КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ
ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ 291

Вамуш Альона
КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК
ГОСТИННОСТІ 295

Hnatyschena Iryna
BEDEUTUNG VON FREMDSPRACHEN IN HOTELLERIE UND
TOURISMUS 301

Maksymiuk Natalia
FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE AS A PROFESSIONAL
COMPONENT OF STUDENTS OF HOTEL AND RESTAURANT
BUSINESS SPECIALITY 305

Пенюк Валерія
КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ
ПАНДЕМІЇ 310

Романовська Ольга
ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ 313

Ірина Унгурян, Юлія Філіп
РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
ШКОЛЯРІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ
В ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ 318

*СЕКЦІЯ VII. Управління розвитком сфери гостинності
у воєнний та поствоєнний період*

Аніпко Наталія, Андрусак Наталія
ЗАЦІКАВЛЕНІСТЬ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ УКРАЇНОЮ:
ОСОБЛИВОСТІ ПІСЛЯВОЄННОГО ТУРИЗМУ 323

Вlahopoluchna Anastasiia FRANCHISING OF THE RESTAURANT INDUSTRY IN WAR CONDITIONS	326
Вдовічен Анатолій, Вдовічена Ольга РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ДОВОЄННИЙ, ВОЄННИЙ ТА ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОДИ	329
Кифяк Василь ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	334
Корчевська Лілія СТАН, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИЗМУ У ВОЄННИЙ ТА ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОДИ	337
Скляр Георгій ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ РЕГІОНУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	342
Тарасюк Вероніка, Миронов Юрій ЕКСКУРСІЙНО-ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ВІННИЧЧИНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	345

Nataliia Anipko, PhD, Associate Professor,
Natalia Andrusiak, PhD, Associate Professor,
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi

ATTRACTIVENESS OF UKRAINE FOR FOREIGN TOURISTS: FEATURES OF POST-WAR TOURISM

The attractiveness of Ukraine for foreign tourists after the Russian-Ukrainian war is considered. The world-famous Ukrainian cities have become symbols of the invincibility of the Ukrainian people, the struggle of good over evil: Irpin, Bucha, Mariupol, Chernihiv, Kramatorsk, Chornobaivka, Kyiv are determined. Excursion locations of new military tourism routes will appear on their territories. It is predicted that tourists from other countries will be interested to get acquainted with the courageous Ukrainian people, learn more about Ukraine: geographical location, mentality, language, culture, national cuisine.

Anastasiia Blahopoluchna, trainee teacher,
Pavlo Tychna Uman State Pedagogical University,
Uman

FRANCHISING OF THE RESTAURANT INDUSTRY IN WAR CONDITIONS

In our country, franchising began to develop actively at the beginning of this millennium. If in 2001 there were only 48 franchisors (franchise sellers) in the country, in 2008 their number increased to 382, and in 2012 - to 530. The peak of development of this business came in 2015, when the franchise was offered by 565 companies. 2016 proved to be a failure for this area: the

number of franchisors decreased to 461 companies, and the total number of their facilities fell by 32% - from more than 20,000 to 13,700.

Today in Ukraine 23% of enterprises in the field of trade, catering and services work in franchising, while in Europe this figure is 67%, and in the United States - 80%. Given that Ukraine is belatedly repeating Western trends in business, the franchising segment will develop dynamically in the coming years.

56.3% of all foreign franchise companies develop fast food restaurants, 13.1% - full-cycle restaurants, 18.2% - hotel complexes, 14.2% - engaged in the production and sale of food. That is, three quarters of franchise sellers work in the food industry, due to the high popularity of such franchises among potential investors (franchisees). Not surprisingly, in Ukraine this area has also become a priority for this business: out of about 700 franchise restaurant chains operating in the country, 127 chains are developing, totaling almost 4,700 establishments (17% - own points, 83% - partner). On average, the increase is 10-15% per year. For example, in 2017, 310 franchise facilities and 180 own ones were opened. As a rule, the company develops two or three years before the launch of the franchise program. If it is successful, many restaurateurs almost stop opening their own outlets, because selling a franchise is more profitable, less expensive and carries virtually no risk [1].

10-15 years ago, the cost of a restaurant franchise rarely exceeded \$ 4,000-5,000. Today, most well-known restaurant companies charge \$ 20,000 to \$ 50,000, and sometimes more, for the right to work under their own brand. For example, for the right to start a Mafia restaurant in a city of more than 500,000 people, the trademark owners want \$ 60,000. the following. And that's not counting royalties, which are usually 2 to 5% per month as well marketing payment of 1-2% per month, which has recently been demanded by some franchisors.

Experts explain this trend simply: buying a franchise, the investor gets not only the concept of the institution, but also the experience of another person or company, as well as a ready-made system of work.

Many reasons can lead to bankruptcy of a successful institution: incorrectly chosen location (low traffic of visitors), lack of control over staff and finances, unwillingness of the owner to worry about problems, transferring their solutions to the administrator [2, p.22]. But all these problems can be solved according to the developed model, but in 2022 our country faced a war. The first few weeks were the most difficult for the whole country and for the restaurant business.

Among the challenges facing the restaurant business were: panic, outflow of personnel, logistics, termination of contracts for the supply of goods, communication support at all points

After recovering from the first weeks of shock, the restaurant business refocused on making simple and the most popular food. Such was baking, bread and bakery products. Today, the demand for franchises is 5% out of 100. This 5% is accounted for by businesses with a full production cycle and cheap raw materials.

References

1. Expensive experience: why restaurant chains are increasingly developing for franchising. URL: <https://mind.ua/publications/20179321-dorogij-dosvid-chomu-restoranni-merezhi-vse-chastishe-rozvivayutsya-za-franchajzingom>
2. Blahopoluchna, A., Kyryliuk, I., Neshchadym, L., & Lytvyn, O. (2022). FRANCHISING IN THE RESTAURANT INDUSTRY. Sciences of Europe, (87-1), 20-23.

Анастасія Благополучна, викладач-стажист
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини, Умань

ФРАНЧАЙЗИНГ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВІЙНИ

У 2022 році наша країна зіткнулася з війною. Перші тижні були найважчими, як для всієї країни так і для ресторанного бізнесу.

Серед основних проблем, з якими зіткнувся ресторанний бізнес, були: паніка, відтік кадрів, логістика, розірвання договорів на поставку товарів, комунікаційна підтримка в усіх точках

Після перших тижнів шоку ресторанний бізнес переорієнтувався на приготування простих і найпопулярніших страв. Такою була випічка, хліб та хлібобулочні вироби. Сьогодні попит на франшизи становить 5% зі 100. Ці 5% припадає на підприємства з повним циклом виробництва та дешевою сировиною.

Анатолій Вдовічен, д.е.н., професор,

Ольга Вдовічена, к.е.н., доцент,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ДОВОЄННИЙ, ВОЄННИЙ ТА ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОДИ

У наш час при управлінні організаціями в сфері гостинності з'являється багато нових аспектів, пов'язаних зі змінами в законодавстві, в економіці та власне в самих організаціях. Це, звісно, ускладнює роботу управлінського апарату та створює певні незручності та проблеми, які потрібно вирішувати. Управління гостинністю передбачає піклування потребами туристів при їх розміщенні у готелях, ресторанах, курортах, пабах та барах. На практиці управління розглядається як процес, тому що робота для досягнення цілей за допомогою інших – це не якась одноразова дія, а серія безперервних взаємопов'язаних дій. Ці дії, кожна з яких сама по собі є процесом, дуже важливі для успіху організації. Їх називають управлінськими функціями, і кожна функція є водночас