МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ В М. ДОБРИЧ (БОЛГАРІЯ)
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В М. ХЕЛМ (ПОЛЬЩА)
ВИЩА ШКОЛА ТУРИЗМУ ТА ЕКОЛОГІЇ В М. СУХА БЕСКИДЗЬКА (ПОЛЬЩА)
ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРИ:
УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ М. ПЛОВДИВ (БОЛГАРІЯ)
ВИЩА ШКОЛА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУК М. ПШЕВОРСЬК (ПОЛЬЩА)
“ASPECT-PRO LTD” (БОЛГАРІЯ)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ

МАТЕРІАЛИ
XVI МІЖНАРОДНОЇ

НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»

10–12 вересня 2025 року, м. Черкаси

Том 1

Черкаси 2025

УДК 379.85:640.4(063)
М 34

Рекомендовано вченою радою
Черкаського державного
технологічного університету,
протокол № 2 від 15 вересня 2025 р.

Редакційна колегія:
Григор О.О., д-р політ. наук, професор;
Лазуренко В.М., д-р іст. наук, професор;
Чепурда Г.М., д-р іст. наук, професор;
Чепурда Л.М., д-р екон. наук, професор

Відповідальна за випуск: *Старинець О.А.*

Матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми
М 34 розвитку та регулювання»: 10–12 вересня 2025 року, м. Черкаси [Електронний ресурс]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1.– Черкаси : ЧДТУ, 2025. – 127 с.

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 379.85:640.4(063)

© Авторські тексти, 2025

REFERENCES

1. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник міжцивілізаційної взаємодії і взаємозбагачення культур. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права*. Серія: філософські науки. 2008. Вип.5. С.101–114.
2. Кірдан О. Міжнародний туризм у сучасному науковому дискурсі. *Економіка та суспільство*, 2023, (51). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-35
3. Козак А., Близнюк Л. Культурний туризм як інструмент міжкультурної комунікації. № 3 (11) (2021). *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. С. 93–102. URL: https://doi.org/10.29038/2524-2679-2021-03-93-102
4. Сокол Т. Г. Педагогічні аспекти створення моделі спеціаліста туристичного менджементу та науково-методичного забезпечення його підготовки. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/sokol.htm.

УДК 338.48

МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Шикіна О. В., *канд. екон. наук, доцент,*
Кобзєва Т. А., *здобувач освіти магістерського рівня спеціальності «Туризм та рекреація»,*
кафедра туристичного та готельно ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет

В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції туристичні компанії шукають ефективні шляхи масштабування бізнесу з мінімальними ризиками. Одним з таких шляхів виступає франчайзинг, який дає змогу поєднати переваги локального ринку з ноу-хау провідних брендів. Проте специфіка туристичного ринку потребує адаптації класичних франчайзингових моделей, що обумовлює актуальність дослідження механізмів їхнього розвитку [1].

Франчайзинг у сфері туризму – це форма ділового співробітництва, яка передбачає надання франчайзером (власником бренду) права використовувати свою торговельну марку, стандарти обслуговування, програмне забезпечення та маркетингову підтримку туристичним агентствам-франчайзі. Такий формат співпраці забезпечує масштабування бізнесу з одночасним збереженням стандартів якості обслуговування клієнтів [2].

Туристичний франчайзинг має низку специфічних рис:

- висока залежність від сезонності та коливань попиту;
- необхідність стандартизації сервісу та підвищених вимог до якості консультаційних послуг;

- використання цифрових платформ для бронювання та комунікації з клієнтами;
- потреба у постійному оновленні туристичного продукту відповідно до глобальних трендів.

У країнах Європи та Північної Америки успішно функціонують великі франчайзингові мережі туристичних агентств, такі як TUI, Thomas Cook, American Express Travel. Вони демонструють ефективність централізованого управління маркетингом, навчанням персоналу та CRM-системами. Водночас гнучкість франчайзі дозволяє адаптувати пропозицію до локальних умов [3].

Серед основних перешкод розвитку туристичного франчайзингу в Україні варто виділити:
- нерозвинуту правову базу;
- недостатню довіру до системних моделей ведення бізнесу;
- обмежений доступ до фінансових ресурсів для старту франшизи;
- нестачу кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

Механізм розвитку туристичного франчайзингу має включати:
- розробку національного реєстру туристичних франшиз;
- підтримку бізнес-інкубаторів для туристичних стартапів-франчайзі;
- створення державних грантових програм для стимулювання франчайзингу в регіонах;
- впровадження навчальних програм для майбутніх франчайзі.

Франчайзинг у сфері туризму є перспективним інструментом інтеграції малого бізнесу в мережеві формати функціонування. Для його ефективного розвитку в Україні необхідно створити сприятливе інституційне середовище, підвищити рівень фінансової грамотності підприємців та забезпечити доступ до інноваційних технологій [4].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шикіна О. В., Нижниченко Я. Є., Ремігайло І. Ю. (2024) Організаційно-економічні засади дослідження процесу кооперації у сфері туризму. *Економіка та суспільство*, (69). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-39
2. Шикіна О. (2024). Економіка спільного споживання на прикладі платформи AirBnB як прояв інтеграційних процесів у готельному бізнесу. *Економіка та суспільство*, (69). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-37
3. Шикіна О. В. Інституційні аспекти інтеграції готельних підприємств / Розвиток туристичного бізнесу та рекреації: досвід, сучасні виклики та майбутні орієнтири: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених та здобувачів вищої освіти (16–17 квітня 2025 року). Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2025. 175 с. С. 173–175.
4. Баришникова В., Шикіна О. В. Франчайзинг у системі готельного бізнесу : Глобалізаційні процеси : виклики та рішення : матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, МГУ, 12 листопада 2024 р.). 2024 р. 243 с. С. 173–174. URL: http://surl.li/kwlphp