



Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету



# СЕРТИФІКАТ

підтверджує, що

***Інна Шомашук***

взяв(ла) участь в роботі

**Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції**

***«Управління розвитком сфери гостинності:  
регіональний аспект»***

**(5 травня 2022 року, м. Чернівці)**

Голова оргкомітету конференції,  
директор Чернівецького торговельно-економічного інституту  
Державного торговельно-економічного університету, д.е.н., професор

Анатолій ВДОВІЧЕН



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)  
Бельцький державний університет ім. Алеку Руссо  
(м. Бельці, Молдова)  
Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща)  
Вища школа економіки та менеджменту публічного управління  
(м. Братислава, Словаччина)  
Університет «ARTIFEX» (м. Бухарест, Румунія)

# ПРОГРАМА

**МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«Управління розвитком сфери  
гостинності: регіональний аспект»***

**5 травня 2022 року**



**м. Чернівці**

## **ПОРЯДОК РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ:**

(5 травня 2022 р., четвер)

10.30-11.00 реєстрація учасників за посиланням:

<https://us05web.zoom.us/j/89424933063?pwd=bitWdGQyS0dNTm9oZWm5S1VWamdjdz09>

Ідентифікатор конференції: 894 2493 3063

Код доступу: 9AFxFr

11.00–11.40	відкриття конференції
11.40–13.00	пленарне засідання
13.00-14.00	онлайн-дискусії
14.00	підведення підсумків конференції

## **РЕГЛАМЕНТ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ:**

Вітання від гостей та партнерів	до 5 хв.
Доповідь на пленарному засіданні	до 10 хв.
Виступи в обговореннях, дискусії	до 5 хв.

*Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*  
**Програма пленарного засідання**  
**міжнародної науково-практичної онлайн-конференції**  
**« Управління розвитком сфери гостинності:**  
**регіональний аспект»**  
**5 травня 2022 р. (11.00)**

Відкриття конференції

**Головуючі на пленарному засіданні:**  
**Вдовічен Анатолій Анатолійович**

- директор Чернівецького торговельно-економічного інституту Державного торговельно- економічного університету, д.е.н., професор  
 - заступник директора з науково-методичної роботи, міжнародних зв'язків та інноваційного розвитку Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ, д.е.н., професор

**Кифяк Василь Федорович**

**Вітальне слово учасникам конференції від:**  
**Мазаракі Анатолія Антоновича**

- в.о. ректора Державного торговельно-економічного університету, д.е.н., професора

**Дунаєвського Валентина Борисовича**

- в.о. директора Департаменту регіонального розвитку Чернівецької обласної військової адміністрації

**Лесюка Юрія Миколайовича**

- заступника Чернівецького міського голови

**Філіпа Станіслава**

- голови академічного сенату Вищої школи економіки та менеджменту публічного управління, PhD, професора (м. Братислава, Словаччина)

**Влодарчика Богдана**

- директора інституту Лодзинського університету, доктора наук, професора (м. Лодзь, Польща)

**Настасе Кармен**

- декана факультету економіки та державного управління Сучавського університету ім. Штефана чел Маре, д.е.н., професора (м.Сучава, Румунія)

**Прицкан Валентини**

- проректора з міжнародної діяльності та міжнародних зв'язків Бельцького державного університету ім. Алеку Руссо, доктора наук, доцента (м. Бельці, Молдова)

**Маноле Александру**

- ректора Університету «ARTIFEX», професора (м. Бухарест, Румунія)

***Наукові доповіді:***

<b>Інформація про виступаючого</b>	<b>Тема доповіді</b>
<b>Вдовічен Анатолій Анатолійович,</b> директор Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ, д.е.н., професор, м. Чернівці	Регіональні особливості управління підприємствами сфери гостинності в довоєнний, воєнний та поствоєнний періоди
<b>Ткач Вікторія Олександрівна,</b> декан факультету інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу Одеського національного технологічного університету, д.е.н., професор, м. Одеса	Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління підприємств сфери гостинності
<b>Брязкало Андрій Федорович,</b> директор ТОВ «Бізнес-центр «Буковина», директор ГО «Асоціація готельєрів м. Чернівці», м.Чернівці	Управлінські рішення у сфері гостинності в незвичних умовах
<b>Скляр Георгій Павлович,</b> завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», д.е.н., професор, м. Полтава	Трансформація розвитку сфери гостинності регіону у воєнний період

4.	<b>Долга Галина,</b> к.е.н., доцент, Чернівецький торговельно- економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці	<b>СУЧАСНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ КОНКУРЕНТНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО ГОТЕЛЬ- НОГО ГОСПОДАРСТВА</b>
5.	<b>Марусяк Тетяна,</b> к.т.н., доцент, Чернівецький торговельно- економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці	<b>ІННОВАЦІЙНИЙ ТА РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ</b>
6.	<b>Незвещук-Когут Тетяна,</b> к.е.н., доцент, Чернівецький торговельно- економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці	<b>ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ</b>
7.	<b>Нещадим Людмила,</b> к.е.н., доцент, Державний педагогічний університет імені Павла Тичини, <b>Тимчук Світлана,</b> к.е.н., доцент, Національний університет садівництва, м. Умань	<b>ІННОВАЦІЙНЕ УСТАТКУВАННЯ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ</b>
8.	<b>Паламарек Каріна,</b> к.т.н., доцент, Чернівецький торговельно- економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці	<b>РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ЯВИЩ</b>
9.	<b>Поворознюк Інна,</b> к.е.н., доцент, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м. Умань	<b>ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОНТАКТНОЇ ЗОНИ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</b>
10.	<b>Полянко Галина,</b> старший викладач, Чернівецький торговельно- економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці	<b>ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ</b>
11.	<b>Tomashuk Inna,</b> PhD of Economics, Senior Lecturer, National Agrarian University, Vinnytsia	<b>COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF TOURIST BUSINESS</b>
12.	<b>Чичун Валентина,</b> к.е.н., доцент, Чернівецький торговельно- економічний інститут ДТЕУ, м. Чернівці	<b>ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА-КЕРІВНИКА У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ</b>

## **COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF TOURIST BUSINESS**

Competition is one of the basic institutions of the tourism market and the most important condition for its effective functioning. In the conditions of formation and development of the Ukrainian tourist market the scientific study of bases of competition in tourist business and its features acquires special value. The development of domestic and international tourism in Ukraine is characterized by the emergence of a large number of business structures working in this field, penetration of the Ukrainian market of foreign tourist and hotel chains, a high degree of integration processes in the market of tourist services [1; 3]. This leads to the formation of a highly competitive tourism market, which until recently was poorly developed in Ukraine (Table 1). In the conditions of globalization of the tourist market the scientific study of laws of development of competition in tourism and development of scientific and methodological bases of formation of the competitive Ukrainian tourist industry acquires special value. The Russian invasion of Ukraine halted the development of the Ukrainian tourism industry.

The tourism industry is a holistic reproductive system with an integrated effect. Only in the aggregate and close relationship of enterprises that are part of the tourism industry, can ensure the existence of such a phenomenon as tourism.

Table 1

### **Basic principles of determining the competitiveness of the tourism industry**

<i>№</i>	<i>Characteristics of the principles of competitiveness</i>
I	▲ The assessment of the enterprise should be carried out from the standpoint of a particular market entity - the producer or consumer of services;
II	▲ Focus on a specific type and market segment. Market segments can be distinguished on various grounds, but the most universal is the level of consumer income, which determines the level of service quality;
III	▲ Ensuring the comparability of enterprises by type;
IV	▲ Compliance with the legislation of Ukraine and international norms;
V	▲ Focus on a certain type of market (internal, external);
VI	▲ Prevention of double counting of indicators in assessing the competitiveness of the enterprise;
VII	▲ Formation of a nomenclature of indicators that can be calculated from real sources.

*Source: formed according to the results of the study*

Competitiveness of the enterprise - the ability to produce and sell quickly, cheaply, efficiently, sell in sufficient quantities, with a high technological level of service. Competitiveness of the firm is an opportunity to effectively manage own and borrowed resources in the conditions of the competitive market [2; 5]. Production and sale of competitive goods and services - a prerequisite for the competitiveness of the firm.

Currently, there is increasing competition at the level of tourist destinations, which determines the importance and need for a deeper and more comprehensive study of competition at the macro and meso levels. This is especially important from the point of view of the development of inbound tourism, because in the world tourism market Ukraine must act as an attractive and competitive tourist destination, able to form the tourist attractiveness of the country as a whole and individual destinations within the country (Table 2).

Table 2

**Features of competitiveness of tourist enterprises**

<i>N<sup>o</sup></i>	<i>Characteristics of competitiveness</i>
I	▲ Features of assessment and methods of ensuring the competitive advantages of enterprises in the field of tourism, associated with specific features of services in the composition of tourism products.
II	▲ Fluctuations in the level of certain periods of the year, working days, non-working days, holidays, due to the uneven consumption of tourism products.
III	▲ Dependence, on the one hand, on the competitive position of direct producers of services - suppliers of components of the tourism product, and on the other - on meeting consumer demand (tourists).
IV	▲ Due to the presence of tourist rent, which is determined by a particular area.
V	▲ Dependence on both domestic and foreign competitors, due to the focus on the global tourism market (national and global).

*Source: formed according to the results of the study*

Now the competition in the world tourist market at all levels is intensifying (Table 3).

Table 3

**The main reasons for competition in the global tourism market**

<i>N<sup>o</sup></i>	<i>The content of the causes of competition</i>
I	▲ Financial and economic crisis, which contributes to the overall decline in world tourist flows;
II	▲ The emergence of new entrants in the market - tourist destinations that are actively promoting themselves as attractive tourist destinations and attract a significant share of tourist flows, for example, the countries of Southeast Asia, Africa;
III	▲ The emergence of new forms of leisure that appear in the places of residence of potential tourists and thus reduce the need for traditional travel, which leads to a reduction in tourist flows and increased competition for the consumer;
IV	▲ Decrease in the growth rate of tourist flows, which causes intensification of competition for market share;
V	▲ The emergence of new forms of leisure that appear in the field;
VI	▲ The growth of the number of similar comparable in terms of consumer qualities of tourism products (substitutes), which leads to saturation of supply in the tourism market.

*Source: formed according to the results of the study*

One of the features of the development of international tourism is its globalization. This is manifested, in particular, in the fact that along with international hotel chains, similar corporations are beginning to appear in tourism. They are also actively penetrating the Ukrainian tourist market. These are such well-known brands as TUI, Coral, Anex and others.

Such processes seriously affect the competitive environment. In order to actualize and increase the competitive advantages of economic entities in the field of tourism, increase the competitiveness of the national tourism product, it is necessary to introduce regulatory requirements for the main quality parameters in accordance with European standards. Ensuring sustainable development of tourism and improving the quality of competitiveness of tourist enterprises of Ukraine is aimed at:

- 1) overcoming negative trends in tourism and resort activities;
- 2) improving the quality of life of the population, ensuring the availability of tourist resources for all segments of the population;
- 3) preservation of unique natural and historical and cultural resources;
- 4) strengthening the positive tourist image of the country in the international tourism market;
- 5) increase the incoming tourist flow;
- 6) accelerating the pace of development, increasing the share of expected revenues from tourism and resort activities in the budgets of all levels [4, p. 12–14];
- 7) reduction of existing regional socio-economic disparities, strengthening the «transparency» of tourism.

The development of the world tourism market inevitably entails increased competition between different tourist areas, as well as individual tourism enterprises and tourism products.

The phenomenon of tourism as a phenomenon begins to manifest itself when disparate tourism services are combined into a single tourism product, ie when the products and services of different enterprises in the tourism industry are combined. Only in this case, the tourism industry begins to work as a whole, as a system [2].

In contrast to individual tourist services, the tourist product acquires special properties that meet the diverse needs of tourists. In this case it is necessary to assess the competitiveness of the tourism industry. Moreover, the peculiarity is that it can be assessed both at the meso level and at the macro level.

In tourism, those enterprises of the tourism industry that produce similar tourism products or substitute products (hotels, airlines, tour operators, etc.) compete directly with each other. Due to the fact that the tourism product is a set of services offered by various companies in the tourism industry, along with competition in tourism should be said about the system of economic coordination of tourism market participants (between tour operators and hotels, tour operators and airlines). Thus, we can conclude that within the tourism industry between the subjects of the tourism market there are both clear competition and economic coordination [5].

The tourism industry is characterized by the fact that the main attention in it when creating a product quality system is paid to the quality of service. Quality of service is the key to commercial success. Hotels and restaurants, tour operators and travel agencies often with exactly the same material base and identical activities differ from each other only in the level of service, which is sometimes the main thing in the competition.

In the context of sustainability, fair competition is of great social and economic importance for the development of the market for tourism services. First, competition is a powerful stimulus for economic growth, accelerating STP and on this basis helps



reduce production costs and prices, improve the quality of services and goods. Second, by encouraging businesses to reduce overall costs, competition helps to increase the efficiency of businesses and leads to the elimination of unprofitable businesses. Third, by orienting tourism entities to meet the needs of the market, competition forces companies to diversify their production and creates the conditions for expanding and forming the most complete package of tourism products [2].

One of the key indicators of the country's competitiveness in the field of tourism is the Travel and Tourism Competitiveness Index, which is compiled by the World Economic Forum every two years and covers about 140 countries.

The study is conducted in close cooperation with such leading international organizations as the World Tourism Organization (UNWTO), the World Travel and Tourism Council (WTTC), the International Air Transport Association (IATA), the International Union for Conservation of Nature (IUCN) and others.

The estimates of the World Tourism Organization present the geographical division of the world into enlarged regions and subregions. According to the classification, Ukraine belongs to the group of Central and Eastern European countries, which also includes the Baltic countries, most CIS countries, Bulgaria, Poland, Slovakia, the Czech Republic, Hungary and Romania [3].

In the ranking of tourist competitiveness of the world, Ukraine occupies a rather low place.

Today, Ukraine can be considered a country with an average level of tourism product development, which does not sufficiently use the favorable conditions for the proper development of inbound tourism.

First of all, Ukraine's competitive advantage is provided by its advantageous geopolitical position, as our country is at the crossroads of Europe, being both part of Central and Eastern and South-Eastern Europe, which is favorable, in particular, for business tourism.

Natural-recreational and cultural-historical resources of Ukraine are attractive for European tourists. According to the level of historical, natural, cultural resources, ethnographic heritage and architectural monuments that may be of interest to foreign tourists, our country is one of the leading places in Europe [4; 6]. The development of cognitive, health and ecological tourism in Ukraine is facilitated by the temperate climate, the uniqueness of natural landscapes, the presence of a variety of sanatoriums, unique natural and therapeutic facilities, flora and fauna, historical and cultural monuments.

## References

1. Hazuda S. M., Andrianova V. V., Saldan T. Iu. Konkurentni perevahy rehionalnoho rozvytku sfery turyzmu. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. 2016. Vypusk 14. S. 106-110.
2. Hradinarova O. O. Refleksyvne upravlinnia konkurentospromozhnist turystychnykh pidpryiemstv : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04. Donetskyyi nats. un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho. Donetsk. 2009. 20 s.

3. Semenov V. F., Zhyhalina M. V. Metody otsiniuvannia konkurentospromozhnosti turystychnoho pidpryiemstva. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2000/1/Методи%20оцінювання%20конкурентоспроможності%20туристичного%20підприємства.pdf> (data zvernennia : 01.04.2022).

4. Tomashuk I. V. Brendynhovi osnovy rozvytku silskykh terytorii Vinnytskoho rehionu. *Naukovyi visnyk UzhNU. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. 2019. № 25. S. 147-155.

5. Trehubov O. S. Osoblyvosti konkurentsii v turyzmi. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*. 2016. № 2 (22). S. 101-107.