

перекриває сферу дії статуту підрозділу, а розмежування ринків підрозділом може диктувати на рівні відділу вибір стратегії у функції маркетингу.

### Список використаних джерел

1. Куліш Д. Сучасні реалії стратегічного планування діяльності підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2022 р. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-26](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-26).
2. Bigelow S. J., Pratt M. K. What is Strategic Planning? Definition and Steps - TechTarget. *CIO*. URL: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/strategic-planning> (дата звернення: 05.03.2024).
3. Strategic Planning in Diversified Companies. *Harvard Business Review*. URL: <https://hbr.org/1975/01/strategic-planning-in-diversified-companies> (дата звернення: 05.03.2024).
4. Ткаченко Н., Хуторна М., Топазли Р., Еїсай С., Трофименко І. Методологічні засади стратегічного планування капіталоутворюючої бази підприємств в умовах економіки знань, 2022 р. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v6i41.251403>.

**Annotation:** : *The article considers methodological aspects of the formation of strategic planning of an enterprise. The process of strategic planning is allocated at three levels: corporate, business and functional. The importance of the company's mission, SMART goals and periodic updating of the strategy for effective management is noted.*

**Key words:** *strategy, planning, strategic planning, management, benefits.*

**Науковий керівник: Червен І.І.,**  
доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу,  
Миколаївського аграрного університету  
м. Миколаїв, Україна

**УДК 338.245:338.48-043.86**

## МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

**Брильова Марія Олександрівна,**  
здобувач вищої освіти спеціальності 073 « Менеджмент»  
Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна

**Анотація:** *Особливості маркетингових та організаційних механізмів післявоєнного розвитку галузі гостинності та туризму на півдні України. Ключові механізми, спрямовані на залучення туристів та створення безпечних*

*та привабливих умов для їх відпочинку. Основна увага приділяється напрямам діяльності з метою стимулювання розвитку туризму в післявоєнний період.*

**Ключові слова:** *туризм, розвиток галузі гостинності та туризму, післявоєнний розвиток, війна, південь України, маркетинг, організаційні механізми.*

Повномасштабне вторгнення негативно вплинуло на туристичну сферу країни, яка тільки оговталася від протипандемічних обмежень. Західні перевізники скасували рейси в Україну, а заборона літати в українському небі ще більше ускладнило становище.

Під час війни абсолютно безпечних регіонів немає, що негативно впливає на туристичну привабливість країни, особливо на Південному напрямку. Пов'язані проблеми із теперішньою ситуацією, такі як обмежений доступ до деяких територій, знищення туристичних інфраструктурних об'єктів та загроза безпеці туристів, роблять країну менш привабливою для подорожей [1].

Адже південь це колишній головний літній осередок відпочинку, який втратив свою колишню актуальність через непередбачувані обставини. Це призвело до різкого зменшення числа туристів та відпочиваючих в регіоні. Статистика від Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) свідчить про спад у галузі туризму. Тільки за 2022 рік кількість туристичних підприємств зменшилася на 17%, а доходи, що надходять до держбюджету від цього сектору, зменшилися на 31% у порівнянні із 2021 роком. Ці числа відображають тяжке становище галузі туризму, яка традиційно вважалася важливим рушійним фактором для економіки та розвитку країни [2].

Маркетинг в туризмі охоплює стратегії планування, розробки, продажу, просування та стимулювання попиту на туристичні товари і послуги, а також визначення цін. У туризмі специфіка маркетингу визначається особливостями туристичного продукту порівняно з іншими споживчими товарами і послугами, а також особливостями споживачів і виробників у цій галузі. З кожним роком туристична індустрія все активніше входить на світовий ринок [4].

Особливий акцент на південній частині України в контексті туризму відображається в її унікальних можливостях та природних багатствах. Розвиток туризму на південному заході України може стати каталізатором економічного розвитку регіону, сприяючи створенню нових робочих місць, розвитку підприємництва та залученню інвестицій. Цей напрямок може впливати на такі галузі, як транспорт, зв'язок, сфера послуг, торгівля, будівництво і виробництво товарів народного споживання, сприяючи структурній перебудові економіки в цьому регіоні України [5].

З метою стимулювання післявоєнного розвитку галузі гостинності та туризму необхідно застосувати напрями діяльності, які сприятливі для цього процесу [1].

Ще одним важливим аспектом відновлення туристичних зон в Україні, зокрема південних прибережних територій, є необхідність проведення розмінування. Невиконання цієї задачі може зробити більшість прибережних

туристичних зон небезпечними та недоступними протягом декількох років, доки територія не буде повністю очищена [3].

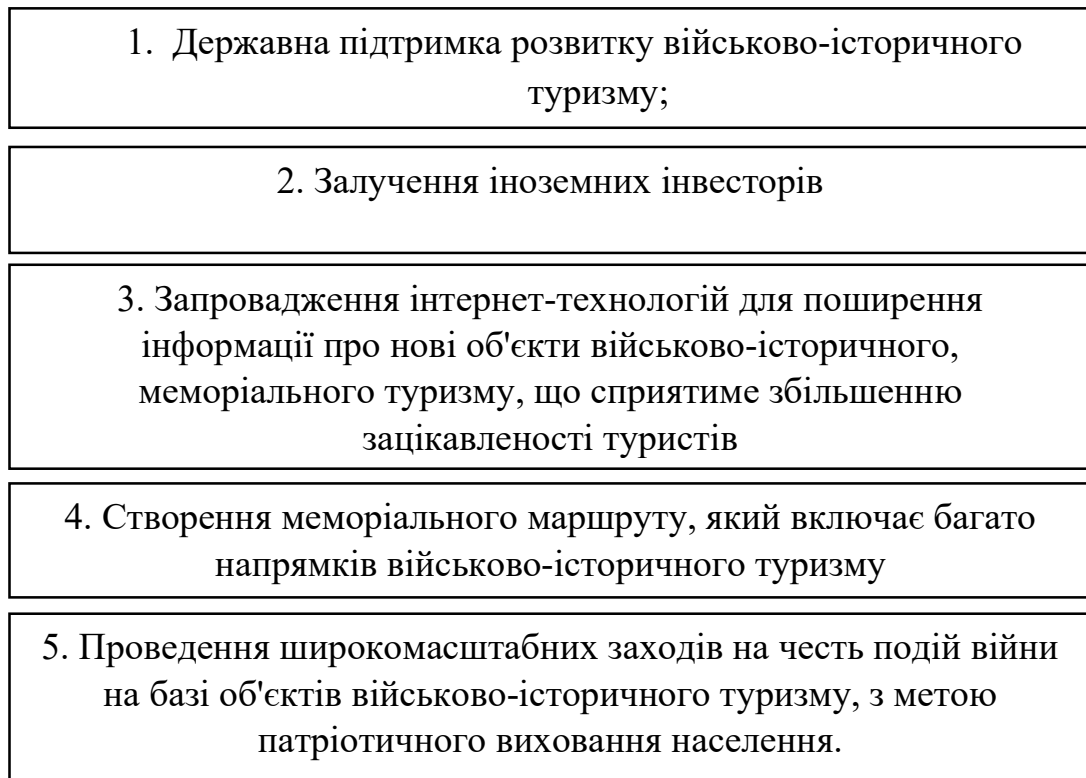


Рис.1 Напрями діяльності стимулювання післявоєнного розвитку [1].

Слід відзначити, що у організаційних напрямках відновлення туристичної сфери півдня країни в післявоєнний період виділяються кілька ключових аспектів:

- Розробка та впровадження програм підтримки для суб'єктів туристичної діяльності, включаючи як державні, так і міжнародні ініціативи.
- Зміцнення співпраці між країнами для взаємодії та підтримки туристичної діяльності.
- Збільшення інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів та символічних місць, пов'язаних з подіями післявоєнного періоду.
- Пошук нових методів та підходів до надання туристичних послуг, враховуючи маркетингові механізми та сучасні тенденції [5].

Реалізація комплексного підходу та виважених стратегій допоможе зробити туризм на півдні України привабливим для внутрішніх та міжнародних туристів навіть у післявоєнний період, сприяючи відновленню економіки регіону та покращанню якості життя місцевого населення.

#### Список використаних джерел

1. Барвінок Н.В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Вип. 18 (2). С. 206–217.

2. Внутрішній туризм. З початку війни понад 45% українців подорожували країною. Журнал Forbes Ukraine. Веб-сайт. URL:<https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatkuviyni-ponad-45ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>

3. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.

4. Приходько Є.Г., Перерва П.Г. Формування положень маркетингу вражень в індустрії туристичного бізнесу. Авіація, промисловість, суспільство: матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф., Кременчук, 12 травня 2021 р.: у 2 ч. Ч. 2. Харків: ХНУВС, 2021. – С. 476- 478. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53698>

5. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11–15.

**Annotation:** *Peculiarities of marketing and organizational mechanisms of the post-war development of hospitality and tourism in the south of Ukraine. Key mechanisms aimed at attracting tourists and creating safe and attractive conditions for their recreation. The main attention is paid to areas of activity aimed at stimulating the development of tourism in the post-war period.*

**Key words:** *tourism, development of hospitality and tourism industry, post-war development, war, rooster of Ukraine, marketing, organizational mechanisms.*

**Науковий керівник:** Кушнірук В.С.,  
кандидат екон.наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та  
організації бізнесу  
Миколаївський національний аграрний університет  
м.Миколаїв, Україна

**УДК 330.65**

## **НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПРОРИВ - ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Ветрова Надія Сергіївна,**

здобувач вищої освіти спеціальність 073 «Менеджмент»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

**Анотація.** *У даній роботі досліджено вплив та взаємозалежність науково-технічного прогресу на введення з розвитком інновацій на підприємстві. Одним з найрозповсюдженіших факторів інновацій на підприємстві є модернізація та інтеграція новітніх технологій, та чи дані*