

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

УДК 330.34:005.35(477"20")

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ ПІДПРИЄМСТВА

Дьяченко Ю.В., к.е.н., доцент
Кисса А.Б., здоб. СВО «Магістр»

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В працях багатьох вітчизняних та закордонних авторів: Ансоффа І., Мінцберга Г., Портера М., Саєнко М., Томпсона А., Шершньової З.Є., Мазаракі А.А. та інших, досліджено визначення поняття «стратегія підприємства». Проаналізувавши роботи вчених можемо сформуувати власне визначення поняття стратегії підприємства як довгострокового плану, який розробляє вище керівництво, базуючись на аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища з метою покращення положення підприємства в конкурентному середовищі. Стратегія визначає загальний напрямок розвитку підприємства, шляхи досягнення поставлених цілей та завдань, а також дозволяє вести конкурентну боротьбу і найбільш ефективно використовувати власний потенціал та реалізовувати можливості зовнішнього середовища.

Для ефективного функціонування підприємству потрібно використовувати перелік взаємопов'язаних стратегій, так званий «стратегічний набір» - це система стратегій різного типу, що їх розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку функціонування та розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі. Він визначає основні цілі, напрямки розвитку та дії, які необхідно вжити для досягнення успіху на ринку. Формування стратегічного набору є складним процесом, який вимагає дослідження, аналізу та планування.

Формування ефективного стратегічного набору для підприємств виноробної галузі є ключовим аспектом їх успішного функціонування і розвитку. Враховуючи специфіку цієї галузі, необхідно враховувати кліматичні та географічні особливості, смакові уподобання споживачів та глобальні тенденції виноробного ринку, а також конкурентний тиск. Розглянемо основних гравців виноробної галузі (табл. 1).

Таблиця 1 - Провідні підприємства виноробної галузі України

Назва підприємства	Особливості діяльності
АТ «Коблево»	На підприємстві виробляється понад 80 сортів вин, включаючи столові вина: сухі, напівсухі й напівсолодкі, а також кріплені вина, які поділяються на міцні і десертні, ігристі та вермути. У виробництві застосовуються сучасне обладнання та передові європейські технології. Виноматеріали зберігаються у сховищі об'ємом приблизно 20 мільйонів літрів.
Виноробня «Колоніст»	Розташована в одному з найкращих українських виноробних регіонів – Придунайській Бессарабії. 33 га виноградників, які підрізають за методом Гюйо та Кордон, зростають на суглинкових ґрунтах, багатих на мінерали, з

	глибокими покладами вапняку. Ці системи обрізки забезпечують низьку врожайність та у поєднанні з особливим терруаром народжують високоякісний виноград. Винороби вирощують одеський чорний, мерло, каберне, шардоне. Вина «Колоніст» були двічі представлені у Парламенті Великобританії, у посольствах Бельгії, Франції. Річна продукція «Колоніста» становить близько 280 000 пляшок.
ПрАТ «Одесавинпром»	Одне з найдавніших виноробних підприємств України. Завод оснащений принципово новими системами перероблення.
ТОВ «Промислово-торговельна компанія Шабо»	За оснащеністю виробничо-технологічна база підприємства є однією з кращих в Європі. Основні сорти винограду: Каберне-Совіньон, Мерло, Піно-Нуар, Сапераві, Шардоне, Совіньон-Блан і інші. ПТК «Шабо» має в своєму розпорядженні цех з переробці винограду площею 1300 кв. метрів, в сезон переробляється близько 12 000 тонн винограду, червоних і білих сортів.
Виноробний комплекс «Шато Чизай»	Культура Закарпатського виноробства унікальна, тому що протягом історичних перипетій об'єднала в собі угорську, італійську та австрійську традиції. Саме результат цього культурного сплаву дав такий цікавий і колоритний продукт, як Закарпатське вино. Компанія на 272 га вирощує мускат оттонель, черсегіфюсереш, рислінг італійський.

Успішність виноробних регіонів залежить від кліматичних умов, і прикладом цього є південна частина Одеської області, відома як українська Бессарабія, яка є найбільшим виноградним регіоном в Україні. Більшість площ використовується для вирощування технічних сортів винограду, призначених для виробництва вина, коньяку та соків.

В довоєнні роки виноробство в Україні стрімко розвивалося, отримуючи визнання на міжнародному рівні та високі оцінки на міжнародних конкурсах. Вітчизняне виноробство зосереджено в основному на міжнародних сортах винограду, таких як: Аліготе, Каберне Совіньон, Совіньон Блан, Шардоне, Мерло та Рислінг. Разом із грузинським сортом Ркацителі ці сорти винограду становлять основну частину виноградних лоз в Україні.

Майбутнє українського виноробства зазнало негативного впливу через воєнну агресію з боку Росії. Хоча експортні можливості обіцяють багато, логістика зараз залишається проблематичною. У 2022 році деякі винні заводи були повністю або частково зруйновані, інші знаходяться на окупованих територіях, і багато з них функціонують під загрозою обстрілів.

Проте не тільки виробники вина, а й українські імпортери вина постраждали від російського вторгнення. У перші дні війни російська армія знищила склад компанії Bureau Wine, одного з найбільших імпортерів вина та міцних алкогольних напоїв у м. Києві.

Сучасний етап функціонування виноробних підприємств характеризується зростанням впливу зовнішнього середовища на їх результативність. Така ситуація на ринку вимагає швидкого реагування з боку підприємств. Розвиток виноробства можливий завдяки комбінації передових технологічних інновацій та налагоджених організаційно-економічних заходів. Функціонування під час воєнного стану суттєво ускладнює маркетингову діяльність виноробних підприємств через обмежену можливість комунікації та невизначеність ринкових умов. Ми пропонуємо стратегічні альтернативи, які можуть допомогти підприємствам підтримувати зв'язок з клієнтами та забезпечувати стабільність продажів:

1. Онлайн-продажі та просування через інтернет: оскільки традиційна торгівля та реклама можуть бути обмеженими, важливо активно розвивати онлайн-присутність. Зосередьтеся на цифровому маркетингу, включаючи соціальні медіа, рекламу в Інтернеті. Забезпечте доставку товарів покупцям через систему онлайн-замовлень.

2. Брендунання як символ стійкості та якості: бренд може стати символом стійкості та надійності під час воєнного стану. Використання маркетингових повідомлень, що підкреслюють, як підприємство працює в умовах викликів, і якість вашого вина залишається незмінною. Співпраця з медіа та блогерами, щоб розповісти історію та цінності бренду.

3. Лояльність та підтримка споживачів: створення програми лояльності для постійних клієнтів, яка надає знижки та бонуси. Активна співпраця зі споживачами через соціальні медіа, збір відгуків та відповідей на питання. Адаптація цін, спеціальні умови або надання додаткових послуг для збереження лояльності клієнтів у складних умовах.

Запропоновані маркетингові стратегії спрямовані на підтримку продажів та збереження клієнтської бази в умовах воєнного стану, коли традиційні методи маркетингу можуть бути обмеженими.

Література

1. Агробізнес: [Веб-сайт]. URL: <https://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/25403-vyno-tryvohy-nashoi-chy-ie-maibutnie-u-vynorobnoi-haluzi-ukrainy.html>
2. Ukraine: Wine During Wartime. URL: <https://www.wine-business-international.com/wine/academic-papers/ukraine-wine-during-wartime>

120.	Асауленко Н.В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ - ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	418
121.	Богач В.М. СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ.....	421
122.	Дьяченко Ю.В., Кисса А.Б. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ ПІДПРИЄМСТВА.....	426
123.	Дьяченко Ю.В., Соколова А.Г. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	436
124.	Дьяченко Ю.В., Чуприна А.В., Качуровський О.Є. ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	432
125.	Лавров В.Д., Дроздова В.А. РИЗИКИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗЕРНА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ В УКРАЇНІ.....	435
126.	Дьяченко Ю.В., Дурбалова Н.І., Лавров В.Д. ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ ТА БОЙОВИХ ДІЙ НА РИНОК СТРАХУВАННЯ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ГАРАНТІЙ УКРАЇНИ.....	438
127.	Kisiielis-Shvydka Y., Kozak K. SCRUM TEAMS AS A TOOL FOR FLEXIBLE MANAGEMENT STYLE IN ORGANIZATION.....	441
128.	Козак К.Б. ПОРІВНЯННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ ВИНАГОРОД.....	443
129.	Коренман Є.М. ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ.....	446
130.	Корсікова Н.М., Левчук Ю.С. ФІНАНСОВА СТАБІЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ....	449
131.	Корсікова Н.М., Решетченко А.В., Жестікова М.К. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАХОДАМИ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	452
132.	Ніколюк О.В., Бурлаков В.С. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	456
133.	Козак К.Б., Новак-Кривчук Ю.Р. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	460