

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



Матеріали
II Міжнародної науково-практичної
конференції
“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2024 р.

Київ
2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:

Гончаренко Михайло Федорович – віцепрезидент Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:

Семенець-Орлова Інна Андріївна – директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;

Каліна Ірина Іванівна – заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:

Дачій Олександр Іванович – завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Братусь Анна Анатоліївна – завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;

Дмитренко Геннадій Анатолійович – завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Скиба Ганна Іванівна – завідувач кафедри обліку і оподаткування Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу, канд. екон. наук, доц.;

Кришталь Галина Олександрівна – завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Кривоберець Марина Миколаївна – завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Мазур Юлія Володимирівна – декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 11 від 30.10.24)*

II Міжнародна науково-практична конференція “Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу”: зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2024 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024. 594 с.

ISBN 978-617-02-0406-6 (електронне видання)

Для науковців, представників бізнесу та здобувачів вищої освіти.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ЗМІСТ

Айрапетов Михайло Анушаванович

Цифрова трансформація економіки: переваги та недоліки 17

Андрушкевич Наталія Віталіївна

Інструменти Digital-маркетингу в цифровій економіці 22

Арбузова Тетяна Василівна

Цифровізація як інструмент покращення управлінських процесів
та доступу до інформації для мешканців територіальних громад 24

Бакай Віталій Йосифович

Діджиталізація бізнес-процесів компанії 27

Басенко Олеся Валеріївна, Лапицька Ніна Іванівна

Мотивація працівників: інноваційні рішення підвищення
ефективності діяльності організації 31

Баран Роман Олегович, Корицька Ольга Іванівна

Інтеграція штучного інтелекту у системи управління
економічною діяльністю 34

Баранніков Максим Олександрович,

Кириченко Сергій Олександрович

Digital-інструменти в циркулярній економіці 38

Барінов Олександр Олександрович, Коваль Микола Іванович

Формування ефективного організаційно-економічного механізму
управління системою збору і переробки вторинних ресурсів
у умовах цифровізації бізнесу 40

Башинська Марина Ігорівна

Цифрові рішення та інновації у сфері туристичного бізнесу 43

Беженар Інна Миколаївна, Скиба Ганна Іванівна

Виноробний сектор України 46

Бережинський Денис Володимирович

Роль маркетингових стратегій у формуванні підприємницького
потенціалу територіальних громад 49

Білобловський Святослав Володимирович

Застосування моделі McKinsey 7S для інтеграції концепції
Triple Bottom Line у звітність організацій 53

Бігдаш Володимир Дмитрович

Стан та напрями розвитку страхового ринку
за 1-ше півріччя 2024 року в Україні 55

БЕЖЕНАР Інна Миколаївна

канд. екон. наук, старший дослідник
ННЦ “Інститут аграрної економіки”

СКИБА Ганна Іванівна

канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і оподаткування
Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом

ВИНОРОБНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ

Історично, виноробство на території України має глибоке коріння, яке сягає трипільської культури (понад 7 тисяч років тому). Цей сектор досяг значного розвитку між VII та I століттям до нашої ери [1].

Нині виноробство в Україні продовжує розвиватися завдяки новій генерації винороби і базується на багатих теруарах та численних місцевих сортах винограду, що дозволяє створювати продукцію високої якості. Сучасні винороби інтегрують традиційні знання з новітніми технологіями, що дозволяє створювати високоякісні вина. Треба прагнути покращення управлінських, підприємницьких та інноваційних показників виноробних господарств та/або поліпшення продажів і загальних економічних умов на винних ринках. Відсутність державних грантових програм підтримки ускладнює розвиток галузі, однак українські вина мають значний потенціал для досягнення рівня світових лідерів.

Виробництво вина є важливою сільськогосподарською діяльністю з точки зору кількості людей, зайнятих у цьому секторі, і важливим фактором у розвитку туризму. Винний туризм, як інноваційна форма туризму, створює нові перспективи для розвитку виноробної галузі, надаючи споживачам можливість отримати унікальний досвід і розширити свої вибір. Виноробний сектор є багатогранним і різноманітним, включаючи акторів різних масштабів і спеціалізацій — від великих транснаціональних компаній до малих місцевих виноробів. Сюди входять виробники розливного та вишуканого вина, а також професіонали в освітніх, готельних, ресторанних і кейтерингових сферах, винні комунікатори та інші спеціалісти.

Областями лідерами по вирощуванню винограду, а відтак і виноробству є Одеська, Закарпатська, Херсонська області. За останніми статистичними даними, Одеська область є лідером виноробства в Україні з обсягом виробництва 2320 тис. дал вина та переробкою 67037,4 т винограду у 2021 році (див. табл.). У регіоні у 2021 р. функціонувало 49 виноробень та 200 підприємств, що займаються переробленням і вирощуванням винограду, зосереджуючи понад 60 % виноробства країни. Найбільші площі виноградників розташовані в Бессарабії.

Перероблення винограду на виноматеріали за регіонами у 2021 році

	Перероблено винограду на виноматеріали		Із загальної кількості винограду, переробленого на виноматеріали, т		Середня масова концентрація цукрів у винограді		Середня ціна купівлі винограду	
	т	у % до 2020 / % to 2020	власно вироблений	куплений	г/дм³	у % до 2020	грн за т	у % до 2020
Перероблення винограду на виноматеріали за регіонами у 2021 році								
Україна	82463,6	108,5	27642,5	54732,7	193,0	98,2	7622,4	115,3
Закарпатська	к	к	—	к	к	к	к	к
Миколаївська	к	к	к	к	к	к	к	к
Одеська	67037,4	118,9	19430,6	47606,8	193,1	97,9	7292,9	118,5
Херсонська	2698,9	74,9	2572,7	126,2	193,0	95,8	31375,5	254,2
м. Київ	к	—	к	к	к	—	к	—
Перероблення винограду на виноматеріали за регіонами у 2019 році								
Україна	124226,6	45,3	34247,4	89978,8	195,0	100,1	5453,7	99,8
Закарпатська	к	к	к	к	к	к	к	к
Запорізька	к	к	к	—	к	к	—	—
Миколаївська	20973,9	21,4	6025,3	14948,6	198,4	100,2	6445,8	137,2
Одеська	83452,1	58,4	21021,8	62430,3	197,8	101,7	4536,4	77,5
Херсонська	14926,5	50,3	7000,5	7925,6	174,4	94,0	7861,4	89,8

Джерело: Державна служба статистики України [2]

Регіон знаходиться на одній широті з найвідомішими винними провінціями Франції. Тому, одеські вина за своїми характеристиками можуть бути схожими до французьких, італійських та іспанських завдяки унікальному клімату, який забезпечує винограду максимумом сонця та поживних речовин. Наразі ведуться перемовини щодо експорту одеського ігристого вина до США та європейських країн.

З даних таблиці, можна констатувати, що загальні обсяги переробки винограду в Україні зменшилися з 124,226 тис. тонн у 2019 році до 82,463 тис. тонн у 2021 році. В Одеській області переробка винограду також знизилася з 83,452 тис. тонн у 2019 році до 67,037 тис. тонн у 2021 році, але дана область залишається найбільшим виробником і переробником у країні. Загальний рівень цукристості винограду в Україні трохи знизився з 195 г/дм³ у 2019 році до 193 г/дм³ у 2021 році. В Одеській області цей показник також знизився з 197,8 г/дм³ у 2019 році до 193,1 г/дм³ у 2021 році. В Одеській області ціна також зросла з 4,536.4 грн за т у 2019 році до 7,292 тис. грн за т у 2021 році. В Херсонській області переробка винограду знизилася з 14,926 тис. тонн

у 2019 році до 2,698 тис. тонн у 2021 році. Середня ціна купівлі винограду в Херсонській області значно зросла з 7,861 тис. грн за т у 2019 році до 31,375 тис. грн за т у 2021 році.

Протягом останніх років спостерігається зростання обсягів і вартості імпорту вина в Україні, зокрема в 2023 році, коли середня ціна досягла 3,50 долара за літр. Це може бути результатом підвищення попиту на вино, а також зміни у споживчих вподобаннях. Обсяг імпорту в період з 2010 по 2023 рік показує значні коливання. Після значного зменшення імпорту в 2014 і 2015 роках (27,3 млн літрів і 23,3 млн літрів відповідно), обсяг імпорту знову зріс у 2020 році до 53,2 млн літрів, а в 2023 році залишився на високому рівні — 51,4 млн літрів [2]. Це може свідчити про відновлення попиту на імпортоване вино. Основними атрибутами вина, які споживачі вважають важливими, є колір, смак, ціна та бренд. Менш важливими при покупці є розмір, упаковка, географічне походження, сорт винограду та марочність. Бренд і смак значно впливають на рішення про покупку, оскільки клієнти часто використовують бренди (Франції, Італії, Іспанії) як знак якості та для зниження ризику, купуючи продукти, які вони вже пробували раніше. Вони надають перевагу імпортним винам через сприйняття їх вищого статусу, хоча ціну на місцеві вина вважають прийнятною. Вік, дохід, сімейний стан, ціна, кількість вина, упаковка та смак істотно впливають на вибір місцевого вина. Дослідження рекомендує виробникам фокусуватися на смаку, кольорі та упаковці, а маркетингологам розробляти стратегії позиціонування і сегментації.

Kshetri в огляді літератури було проаналізовано концепції та теорії, пов'язані зі стратегічним формулюванням, зокрема критичні фактори успіху в галузі, можливі стратегічні альтернативи для визначення цільових продуктів і сегментів ринку, а також встановлення конкурентних переваг [3]. Його досвід можна перенести і на український виноробний ринок.

Висновки. Результати дослідження показали, що споживачі при виборі імпортиного вина орієнтуються на колір, смак, бренд і ціну, ігноруючи такі фактори, як географічне походження, урожай і сорт винограду.

Важливо зазначити, що попри коливання обсягів імпорту в різні роки, загальна тенденція до підвищення вартості і обсягів імпорту вказує на стабільний ринок зростаючого попиту на імпортоване вино.

Уряд повинен створити сприятливі умови для інвестування у виробництво якісних місцевих вин, щоб вони могли конкурувати з імпортними. Економічна підтримка, як з боку держави, так і від міжнародних інвесторів, є ключовим фактором для подальшого зростання та розвитку українського виноробства.

Література

1. Повернення виноробства в Україні на історичні місця. URL: <https://svidomi.in.ua/page/povernennia-vynorobstva-v-ukraini-na-istorychni-mistsia>
2. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Kshetri, Nir. 2018. Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal of Information Management*. № 39. P. 80–89.