

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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



МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 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 Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ ВИНА НАСЕЛЕННЯМ УКРАЇНИ ЯК ОДНА ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Агєєва І.М., к.е.н., доцент

Русецька А.О., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Актуальністю теми дослідження є проблема низької культури споживання вина населенням України. Адже в усьому світі вино популяризують як продукт здорового життя. Деякі країни навіть вважають невід'ємним елементом денного раціону споживання. Тим самим, підвищуючи культуру споживання вина, що сприяє розвитку не лише виноробної галузі, але й економіки держави в цілому. Приведемо порівняльну таблицю, яка покаже, на скільки споживання вина впливає на розвиток галузі.

Порівняльна таблиця споживання та виготовлення вина в країнах, табл.1[1].

Таблиця 1–Споживання та виготовлення вина в світі

Місце	Споживання вина, країна	Виготовлення вина, країна
1	Італія	США
2	Франція	Франція
3	Іспанія	Німеччина
4	США	Італія
5	Аргентина	Китай

Як бачимо, Франція – країна, яка займає однакове місце за споживанням та виготовленням вина. Це доводить думку про те, що країна яка споживає вино власного виробництва, сприяє розвитку виноробної галузі. Адже Франція одна з виноробних країн, яка славиться своїми винами в усьому світі.

Виноробна галузь України має всі можливості та ресурси аби стати провідною галуззю країни. На даний час держава втратила велику частину виноградників, але завдяки сприятливим кліматичним умовам, врожай винограду не постраждав. Але виникла інша проблема, яка пов'язана з культурою споживання вина.

Сьогодні рівень споживання вина в Україні становить близько 3,5–5 л сухого вина на людину замість потрібних щонайменше 15–20 л на рік; для прикладу, рівень споживання вина у провідних європейських країнах — до 40–50 л на людину [2]. Точні дані представлені на рис.1.

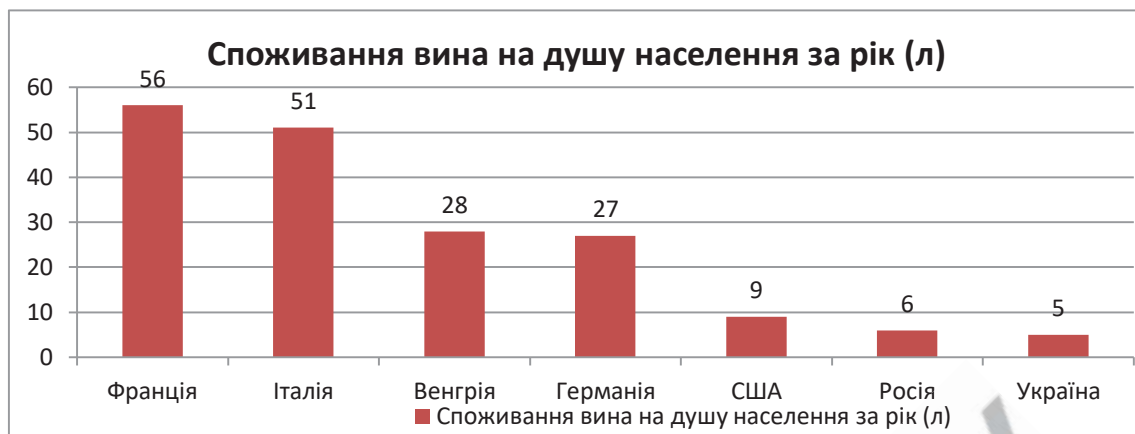


Рис. 1. - Споживання вина на душу населення в різних країнах світу

Попри те, що українці порівняно з іншими країнами споживають набагато менше вина, вони споживають біля 60% імпортного вина, що призводить вітчизняних виробників зневірюватися і здавати позиції при такій значній конкуренції на внутрішньому ринку.

Для збільшення вживання вина населенням України необхідно кожному виноробному підприємству, крафтовим виноробам та просто домашнім господарствам заохочувати до споживання винанайближче оточення.

Зупинимо свою увагу на великомасштабних підприємствах, адже їм найважче вдається завоювати довіру до себе та свого продукту.

Щоб підвищити в Україні культуру споживання вина, українським виноробним підприємствам необхідно зруйнувати недовіру населення до власного вина. Тому рекомендується застосувати маркетингову стратегію, адже саме завдяки її інструментам можна дійти до ефективного результату.

Маркетингова стратегія – єфункціональною стратегією, яка тісно пов'язана з інноваційною та виробничою стратегіями.

В межах цих трьох стратегій запропоновані наступні заходи:

- активна участь в благодійних та інших виннихфестивалях – це допоможе споживачу ближче познайомитися як з самою компанією та і її продуктом;
- постійне впровадження нових продуктів або зміна етикеток, удосконалення вже існуючого продукту – споживач буде в постійному очікуванні, буде пильно слідкувати, адже головне зацікавити споживача і постійно тримати його в цьому відчутті;
- вдосконалення технологій виробництва вина, створення нових смаків за допомогою купажування, забезпечення органічності та природності продукту.

Запропоновані вище заходи дозволять отримати певні результати, а саме:

- підвищити інтерес та довіру до вітчизняного вина;

- примножити кількість споживачів вина, тим самим підвищити культуру споживання;

- залучити нових споживачів;
- створити власний бренд вина;

- отримати визнання серед своїх конкурентів, тощо

В наш час маркетинг, комунікації та соціальні мережі є найсильнішими інструментами, які можуть впливати на людину, варто їх використовувати, особливо для того аби виноробна галузь якнайшвидше розвивалась разом з державою.

Отже, для підвищення культури споживання вина в Україні, потрібне подальше впровадження стратегічного управління в діяльність підприємств галузі зі створенням стратегічних наборів, орієнтованих на посилення позиції маркетингової стратегії, яка допоможе виноробним підприємствам знайти свій вектор розвитку.

Література

1. Журнал.Barout-Logo.Скільки вина виготовили у світі за минулий рік [Веб-сайт]. Київ, 2021. URL: <https://barout.media/news/wine-global-production-usa-italy-germany>(дата звернення: 04.10.2021).

2. Собіслав О. Виноградарство та виноробство сьогодні. Вектор руху та розвитку галузі // Сингента. Україна, 2019. URL: <https://www.syngenta.ua/news/novini-kompaniyi/vinogradarstvo-ta-vinorobstvo-sogodni-vektor-ruhu-ta-rozvitku-galuzi> (дата звернення: 04.10.2021).

3. Бойко В.О., Аверчева Н.О., Бойко Л.О. Виноградорсько-виноробна галузь України – перспективний напрям агробізнесу. Економіка АПК. 2019. №3. С. 61 — 70.

ЗМЕНШЕННЯ ВТРАТ ЖИТТЯ ЧЕРЕЗ МІНІМІЗАЦІЮ ДІСТАРНИХ ФАКТОРІВ РИЗИКУ: СПІЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

**Рингач Н.О., д. н. держ.упр., гол. наук.співробітник
Інституту демографії та соціальних
досліджень ім. М. В. Птухи НАНУ, Київ, Україна**

Вступ. Чинник харчування є необхідним та надзвичайно важливим для розвитку і життєдіяльності людини від народження до старості. Лише незначна частина українців харчується виключно продуктами власного виробництва, склад звичайного раціону абсолютної більшості певним чином формує пропозиція харчової промисловості. Особливо це стосується мешканців великих міст, де «продуктовий кошик» родини наповнюється, як правило у найближчому супермаркеті, та містить продукцію різних

	Україна	
	ЗРОСТАННЯ РОЛІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НАПІДПРИЄМСТВАХ	
81.	Козак К.Б., д. е. н., доцент; Мироненко Б.В., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	266
	СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ТА ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ	
82.	Корсікова Н.М. к.е.н., доцент; Фоменко П.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	269
	ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	
83.	Агеєва І. М., к.е.н., доцент; Мельник А.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	272
	ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	
84.	Дьяченко Ю.В. к.е.н, доцент; Коренман Є.М. ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	274
	КЛЮЧОВІ СКЛАДОВІ ЗЕМЕЛЬНОЇ РЕФОРМИ В КНР В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	
85.	Мануїлова К.В., д.н. з держ. упр., доцент; Мужайло В.Д. к.е.н, доцент; Несененко П.П. к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	278
	ДО ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ КОНФЛІКТОЛОГІЇ ЯК САМОСТІЙНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
86.	Пурцхванідзе О.В., к. філос.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	284
	ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ ВИНА НАСЕЛЕННЯМ УКРАЇНИ ЯК ОДНА ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ	
87.	ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	288
	Агеєва І.М., к.е.н., доцент; Русецька А.О., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	ЗМЕНШЕННЯ ВТРАТ ЖИТТЯ ЧЕРЕЗ МІНІМІЗАЦІЮ ДІСТАРНИХ ФАКТОРІВ РИЗИКУ: СПІЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ	
88.	Рингач Н.О., д.н. держ. упр., гол. наук. співробітник, Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАНУ, м. Київ, Україна	290
	ГЕЙМІФІКАЦІЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	
89.	Дьяченко Ю.В. к.е.н., доцент; Полоус Д.Т., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	294
	УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИСТРИБУЦІЙНОЇ КОМПАНІЇ	
90.	Дьяченко Ю.В., к.е.н, доцент; Агеєва І.М. к.е.н., доцент; Коренман Є.М., ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	297
91.	УПРАВЛІННЯ МОНЕТИЗАЦІЄЮ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	300