

СУЧАСНІ МІЖНАРОДНІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ВИНОРОБСТВА ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

©2021 ПОРТНА О. В., ГЕРЕГІЄВА Г. Є.

УДК 338.439.4:663.2/.3:[330.117:330.161]
JEL: L66; M21; O13; Q13

Портна О. В., Герегієва Г. Є. Сучасні міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку галузі виноробства як результат ефективної взаємодії стейкхолдерів

Виноробна сфера відіграє значну роль як у світовій економіці, так і в національній, є важливою частиною світової економіки в цілому й України зокрема, вагомою бюджетоутворюючою складовою. Метою статті є на основі дослідження сучасних міжнародних і вітчизняних тенденцій сфери виноробства вдосконалити класифікацію стейкхолдерів розвитку підприємств виноградарсько-виноробної галузі, ефективна взаємодія яких забезпечить активне функціонування та успіх винарського бізнесу. На основі аналізу сучасних міжнародних і вітчизняних тенденцій розвитку галузі виноробства з'ясовано, що географія виноробства поступово розширюється по всьому світу. Винарська індустрія на світовому рівні стабільно розвивається, динаміка міжнародної торгівлі вином є позитивною та визначається багатьма гравцями на міжнародному ринку та лідерами по всьому світу. В Україні через велику кількість факторів виноробна галузь зростає, імпорт значно перевищує експорт. За таких умов нагальним стає пошук і запровадження дієвих засад підвищення ефективності функціонування та розвитку підприємств галузі. Такими засадами є визначення стейкхолдерів розвитку підприємств галузі для їх активного залучення до співпраці, ефективної взаємодії. Застосування у процесах стабілізації та розвитку підприємств виноробної галузі стейкхолдеро-орієнтованих підходів забезпечить збалансування інтересів споживачів, клієнтів, тобто широкого кола зацікавлених сторін, підвищення ефективності їх взаємодії. Перспективами подальших досліджень є визначення порогових значень стимулюючого, нейтрального та дестимулюючого впливів стейкхолдерів.

Ключові слова: виноробна галузь, експорт, імпорт, розвиток, підприємства, стейкхолдери.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-2-323-329>

Рис.: 6. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 16.

Портна Оксана Валентинівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри управління та адміністрування, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: o.v.portna@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8803-4605>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/3859166/oksana-portna/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57218434319>

Герегієва Ганна Євгенівна – студентка, кафедра управління та адміністрування, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: anny15ger@gmail.com

UDC 338.439.4:663.2/.3:[330.117:330.161]
JEL: L66; M21; O13; Q13

Portna O. V., Herehiieva H. Ye. Modern International and Domestic Tendencies in the Development of Winemaking Industry as Result of Efficient Interaction of Stakeholders

The winemaking industry plays a significant role both in the world economy and in the national one, is an important part of the world economy in general and Ukraine in particular, being a significant budget-forming component. The article is aimed at improving, on the basis of the study of modern international and domestic tendencies in the sphere of winemaking, the classification of stakeholders in the development of enterprises of the viticulture and winemaking industry, the effective interaction of which will ensure the active functioning and success of the wine business. Based on the analysis of modern international and domestic tendencies in the development of the winemaking industry, it is specified that the geography of winemaking is gradually expanding throughout the world. The winemaking industry is developing steadily at the world level, the dynamics of international trade in wine is positive and is determined by many players in the international market and leaders around the world. In Ukraine, due to the large number of factors, the winemaking industry is narrowing, imports significantly exceed exports. Under such conditions, the search and introduction of effective principles for improving the efficiency of functioning and development of industry enterprises becomes urgent. Such principles are the definition of stakeholders in the development of industry enterprises for their active involvement in cooperation and effective interaction. Application of stakeholder-oriented approaches in the processes of stabilization and development of enterprises in the winemaking industry will balance the interests of consumers, customers, that is, a wide range of stakeholders, and increase the efficiency of their interaction. Prospects for further research are to determine the threshold values of the stakeholders' stimulating, neutral and destimulating influences.

Keywords: winemaking industry, exports, imports, development, enterprises, stakeholders.

Fig.: 6. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 16.

Portna Oksana V. – D. Sc. (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Management and Administration, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: o.v.portna@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8803-4605>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/3859166/oksana-portna/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57218434319>

Herehiieva Hanna Ye. – Student, Department of Management and Administration, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: anny15ger@gmail.com

Світова економічна система характеризується кризовими явищами, що зумовлені багатьма чинниками як фінансово-економічного, так і іншого походження, що, своєю чергою, негативно позначається на потенціалі національної економіки [9], провокує кризові явища [10]. За таких умов важливим стає знаходження точок фінансово-економічної та соціальної стабілізації, визначення перспективних напрямів і галузей, які можуть стати активаторами національного та світового розвитку.

Виноробна сфера відіграє значну роль як у світовій економіці, так і в національній. Як визначають фахівці [14, с. 147, 149], виноробство є важливою частиною світової економіки в цілому й України зокрема, вагомим бюджетоутворюючим складником. Але ефективно функціонування будь-якої галузі та підприємств, що її представляють, неможливе без урахування інтересів споживачів, клієнтів тощо, тобто стейкхолдерів. Тому важливим є дослідження сучасних міжнародних і вітчизняних тенденцій розвитку виноробної продукції та всієї сфери із урахуванням інтересів і підвищення ефективності взаємодії стейкхолдерів.

Численні аспекти розвитку світового та українського ринку виноробної продукції, виноробної галузі агробізнесу, підвищення конкурентоспроможності підприємств вітчизняної виноробної галузі досліджували багато фахівців, серед яких В. Бойко, Н. Аверчева, О. Бабій, Н. Яблонська, С. Крупіна, Т. Радченко, О. Авласенко, Л. Осипова та ін.

Широке коло питань ефективної взаємодії стейкхолдерів у різних галузях народогосподарського комплексу та на різних рівнях економічної системи розглядалися у працях В. Третяк і К. Москаленко, В. Родченко, М. Хвесика та ін.

Сучасний стан міжнародного та вітчизняного виноробства характеризується багатьма як позитивними, так і негативними складовими та чинниками, що позначається на тенденціях і перспективах розвитку підприємств галузі. Забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємств галузі виноробства як національної економіки, так і у світовому вимірі передбачає визначення стейкхолдерів розвитку для їх активного залучення в результативну взаємодію.

Мета статті – на основі дослідження сучасних міжнародних і вітчизняних тенденцій сфери виноробства вдосконалити класифікацію стейкхолдерів розвитку підприємств виноградарсько-виноробної галузі, ефективна взаємодія яких забезпечить активне функціонування та успіх винарства.

Широке опрацювання світовими фахівцями проблем і тенденцій галузі виноробства у глобальному масштабі дозволяє зробити певні узагальнення. Географія виноробства поступово розширюється по всьому світу. У Північній Америці США є найбільшим винним гравцем. У Європі найбільшими та найстарішими гравцями на цьому ринку є Франція, Італія, Іспанія, Португалія, Румунія та Німеччина.

Німеччина має провідний ринок органічних вин, а Франція та Італія – це найвідоміші ринки вина. Світ виноробства загалом можна поділити на дві зони: «старий світ» (переважно європейські країни, такі як Італія, Франція, Іспанія тощо) та «новий світ» (США, Чилі, Канада, Нова Зеландія, ПАР). Країни нових ринків виноробства, як правило, більш орієнтовані на маркетинг, а європейські країни більш орієнтовані на виробництво. Виноробчі виробники, орієнтовані на маркетинг, отримують низькі виробничі витрати, але високу собівартість збуту, а виробники, орієнтовані на виробництво, мають більш високі виробничі витрати та вищі витрати на продукцію, але мають більш дешеві способи збуту [15].

Площа світового виноградника вирівнюється починаючи з 2016 р., після падіння, спричиненого значним зменшенням площі виноградників у таких країнах, як Китай, Туреччина, Іран, США та Португалія. Однак нинішня стабілізація приховує неоднорідні зміни в різних регіонах світу (рис. 1) [16].

Розвиток обсягів експорту на рівні країн у 2019 р. досить нерівномірний (рис. 2) [16]. Зростання спостерігається в експорті з Італії, Іспанії (+1,3 мгл), Канади (+0,4 мгл) та Чилі (+0,3 мгл). Однак значне скорочення експорту зафіксовано в Австралії (-1,1 мгл), Південній Африці (-1,0 мгл), Україні (-0,4 мгл) та Угорщині (-0,3 мгл).

Зростання (див. рис. 2) [16] спостерігається в експорті з Італії, Іспанії (+1,3 мгл), Канади (+0,4 мгл) та Чилі (+0,3 мгл). Проте значне скорочення експорту зафіксовано в Австралії (-1,1 мгл), Південній Африці (-1,0 мгл), Україні (-0,4 мгл) та Угорщині (-0,3 мгл).

Аналізуючи ринок виноробства України, можна зазначити, що, згідно з інформацією Державної служби статистики України, загальний обсяг виготовлених виноматеріалів скоротився на 42,5% порівняно з 2019 р. Таке скорочення пояснюється зменшенням обсягів збору та переробки винограду на виноматеріали, обмеженою купівельною спроможністю та експансією товарів іноземного виробництва на ринку України тощо [3; 13]. При цьому у 2018 р. була виготовлена рекордна кількість виноматеріалів – більше 19 749 дал. (рис. 3).

Був проведений прогноз динаміки виробництва виноматеріалів з 2021 по 2022 рр. (див. рис. 3). Тенденція є негативною, і з вірогідністю 85%, якщо виробництво буде розвиватися таким чином, то українське виноградарство може зникнути [3; 13].

Аналізуючи види виноматеріалів в Україні, можна визначити, що переважають виноматеріали для столових вин, яких у 2020 р. було виготовлено 3585,8 тис. дал, що на 30% менше, ніж у попередньому році. Виробництво коньячних виноматеріалів значно скоротилося – з 4990,2 тис. дал до 230,8 тис. дал. Подібна ситуація простежується і серед виноматеріалів для шампанського та ігристих вин, де помітне значне скорочення – з 5079,9 тис. дал. у 2018 р. до 1360,6 тис. дал у 2020 р. (рис. 4) [3; 13].

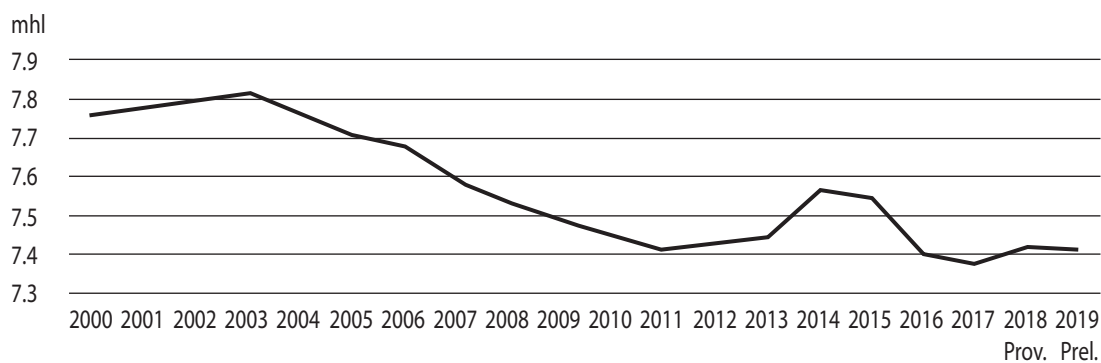


Рис. 1. Динаміка зміни площі виноградних територій у світі [16, р. 3]

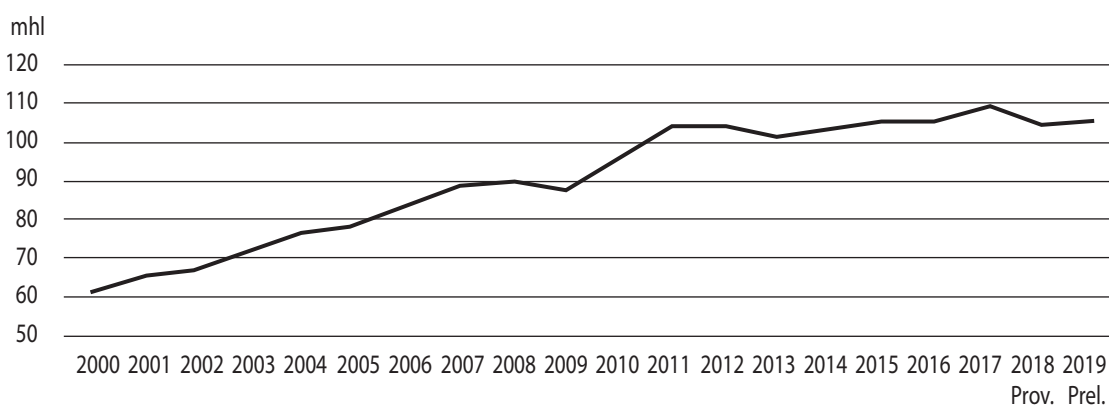


Рис. 2. Динаміка міжнародної торгівлі вина за обсягом [16, р. 11]

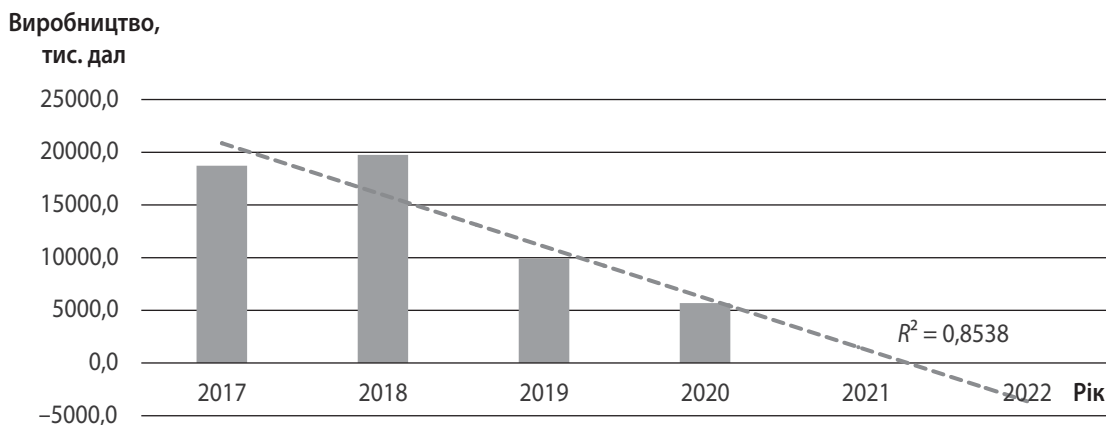


Рис. 3. Прогноз динаміки виробництва виноматеріалів у 2020–2022 рр., тис. дал (декалітрів)

Джерело: побудовано за даними [3].

В Україні у виробництво та переробку виноматеріалів залучені здебільшого південні регіони, а саме: Миколаївська, Одеська, Херсонська, а також Запорізька та Закарпатська області (рис. 5).

Найбільша кількість виноматеріалу виготовляється в Одеській і Миколаївській областях (див. рис. 5). Проте можна констатувати, що кількість виготовлених матеріалів скорочується [3].

У світі аналізу міжнародних і вітчизняних тенденцій галузі виноробства доцільно розглянути ек-

спортно-імпортні операції України щодо торгівлі винами виноградними (табл. 1).

Згідно з даними табл. 1 можна побачити, що частка експорту цілком відображає динаміку виробництва виноматеріалів в Україні за 2017–2019 рр. З 2018 р. по 2019 р. експорт вин виноградних скоротився на 82,8%, у той час як у 2019 р. було імпортовано найбільшу кількість вина порівняно з 2017 і 2018 рр.

Найбільші імпортери вина з 2016 р. по 2019 рр. залишаються незмінними. Лідером імпорту є італій-

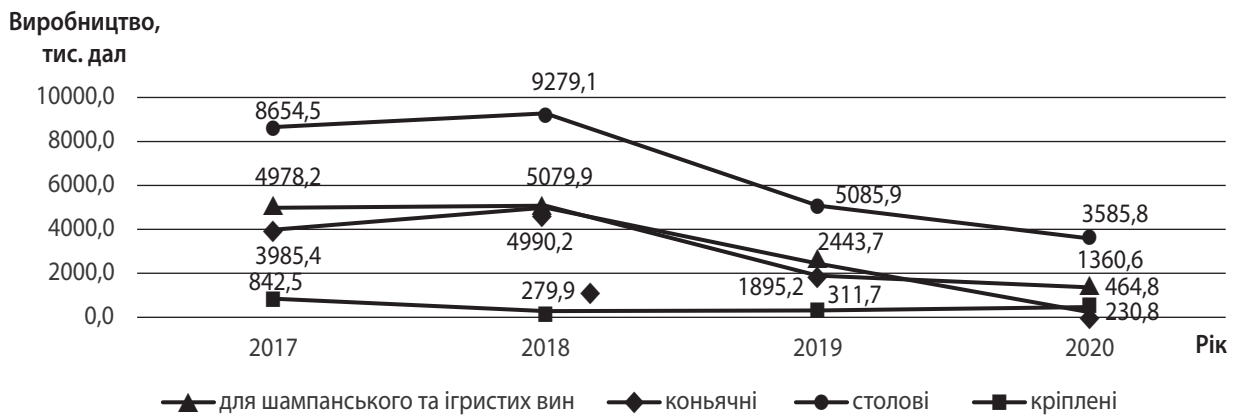


Рис. 4. Динаміка виробництва виноматеріалів за видами у 2017–2020 рр., тис. дал

Джерело: побудовано за даними [3].

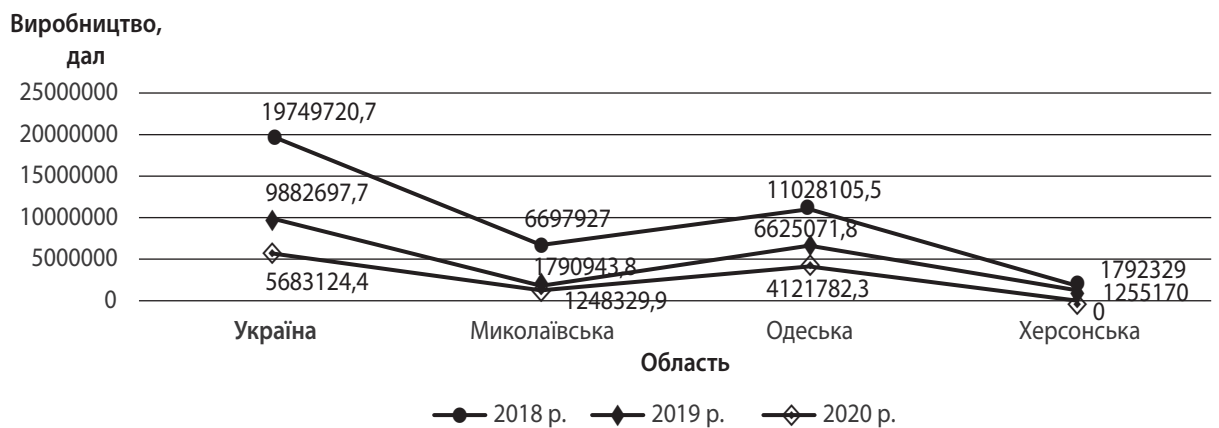


Рис. 5. Динаміка виробництва виноматеріалів у груповому асортименті у 2018–2020 рр., дал

Джерело: побудовано за даними [3].

ське вино, і питома вага продукції з цієї країни лише зростає. За останні чотири роки імпорту вина із Італії зріс майже в половину. Другим контрагентом у імпорту вина є Грузія, частка якої у 2018 р. і 2019 р. залишилася майже незмінною. І третє місце в імпорту вина займає Франція, імпорту з якої збільшився з 2017 р. по 2018 р., але зазнав невеликого зменшення з 2018 р. по 2019 р. (рис. 6) [3].

Таблиця 1

Зовнішня торгівля України винами виноградними, включно з винами кріпленими, у 2017–2019 рр.

Рік	Експорт		Імпорт	
	Кількість, тис. т	Млн дол. США	Кількість, тис. т	Млн дол. США
2017	46,7	35,9	48,6	104,2
2018	51,4	40	48,2	125,4
2019	8,8	11,9	55,7	146,7

Джерело: складено за даними [3].

Експортна складова вина в Україні у 2019 р. в основному була направлена на Казахстан (1203 тис.

дол. США), Німеччину (879 тис. дол. США), інші країни ЄС та світу [3].

Найбільш вживаною продукцією у винарському секторі є продукція ТМ «Коблево», якій віддають перевагу 41,4% українців. На другому місці знаходиться ТМ «Inkerman» із часткою 34,4%, на третьому – «Шабо», з часткою ринку 32,9% [4].

Таким чином, індустрія виноробства на світовому рівні стабільно розвивається, динаміка міжнародної торгівлі вина є позитивною та визначається багатьма гравцями на міжнародному ринку та лідерами по всьому світу. В Україні через велику кількість факторів виноробна галузь звукується, імпорту значно перевищує експорт. Така тенденція може негативно позначитися як на підприємствах виноробної індустрії, так і на національній економіці України загалом.

Дослідники проблем підвищення конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі доходять висновків [1; 2; 6; 7; 8; 14, с. 149], що Україна має потенціал для розвитку галузі, виробництва висококонкурентної продукції. Але існує низка проблем, що гальмують її ефективне функціонування та розвиток.

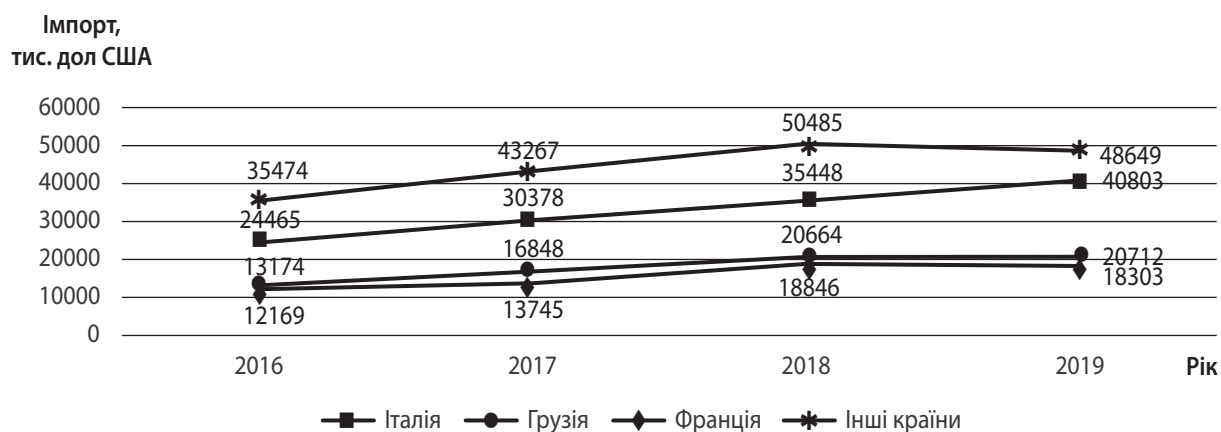


Рис. 6. Імпорт вин виноградних в Україну із зазначенням основних країн-контрагентів (тис. дол. США)

Джерело: побудовано за даними [3].

Це, *по-перше*, проблеми сировинного напрямку (скорочення площ виноградників, старіння насаджень, низький рівень урожайності тощо). Функціонування та розвиток виноградарства та виноробства потребують інвестицій на тривалого часу.

По-друге, це проблеми організаційно-економічного напрямку (низька культура споживання винної продукції, недостатнє фінансування, скорочення обсягів дотацій, недосконалість нормативно-правової бази тощо).

По-третє, проблеми техніко-технологічного напрямку (недостатнє забезпечення засобами захисту та здобрення, застарілість технологій виробництва та нестача засобів механізації обробки, обмежене використання потужностей виноробних підприємств тощо).

По-четверте, це експортно-імпорتنі проблеми вітчизняної виноробної галузі (низький рівень експорту, значні обсяги імпорту тощо).

По-п'яте, проблеми, пов'язані з політичною ситуацією в Україні (водночас виробники з материкової частини України намагаються динамічно розвиватися, застосовувати інноваційні технології та ідеї). Конкуренція між виробниками посилюється, а це сприяє зниженню цін, поліпшенню якості вітчизняної продукції та збільшенню асортименту.

По-шосте, збутові проблеми (обсяги споживання продукції виноробства залежать від сили впливу багатьох чинників, наприклад, таких, як купівельна спроможність населення та менталітет, споживацькі уподобання, ціна, реклама, якість вина, строки реалізації тощо).

Також, за висновками дослідників [8, с. 195], негативна тенденція пов'язана з нерозвиненістю внутрішнього винного ринку – він в Україні не настільки розвинений, як в інших країнах світу.

Фахівці [2, с. 67] вважають, що проблеми виноробної сфери неможливо вирішити без комплексного підходу. Передумовами ефективного функціонування галузі є:

- ✦ забезпечення внутрішніх потреб ринку;

- ✦ розвиток і вдосконалення споживацького попиту;
- ✦ підвищення рівня конкурентоспроможності продукції виноробства на зовнішньому ринку на засадах визначення цінових та якісних переваг тощо.

Для вирішення проблем виноробної галузі на рівні підприємств необхідно налагоджувати канали збуту продукції, рекламу, активно залучати інвесторів, підвищувати якість винограду та вина, а також популяризувати власні бренди серед споживачів. Також важливим для виноробної галузі вважаються [1, с. 135] заходи щодо:

- ✦ збільшення ємності ринку продукції з урахуванням як потреб населення, так і купівельної спроможності;
- ✦ максимізація експортних можливостей;
- ✦ забезпечення розвитку інфраструктури ринку виноробної продукції, диверсифікації каналів реалізації;
- ✦ підвищення якості виноробної продукції, регулювання попиту та пропозиції;
- ✦ поступове зниження імпорту з одночасним розвитком вітчизняної виноробної галузі тощо.

Але, з одного боку, поділяючи думки дослідників, з іншого боку, можна зазначити, що ефективне функціонування та розвиток підприємств галузі виноробства як національної економіки, так і світової дуже складно забезпечити без визначення стейкхолдерів розвитку та їх активного залучення до взаємодії, що, своєю чергою, може підвищити перспективи економічних суб'єктів виноробства. На основі опрацювання сучасних міжнародних і вітчизняних тенденцій розвитку виноробної продукції та підприємств виноробної галузі, а також ретельного огляду науково-практичних надбань фахівців з проблем стейкхолдерів [5; 11; 12] можемо вдосконалити класифікацію стейкхолдерів розвитку підприємств виноробної галузі.

Так, з урахуванням позицій і перспектив підприємств вітчизняної галузі виноробства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, що обумовлює широке коло зацікавлених сторін, можна виокремити стейкхолдерів національної економіки відповідно внутрішніх і зовнішніх. До внутрішніх належать стейкхолдери:

- ✦ мікрорівня (безпосереднє оточення підприємств виноробної галузі: споживачі, клієнти, постачальники тощо);
- ✦ мезорівня (групи зацікавлених сторін з територіально-адміністративних утворень);
- ✦ макрорівня (держава).

До зовнішніх належать стейкхолдери, що взаємодіють на міжнародному ринку. Також як зовнішніх, так і внутрішніх стейкхолдерів можна розглядати за рівнем ефективності взаємодії (з ефективною та з неефективною взаємодією). За характером впливу внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів як з ефективною, так і з неефективною взаємодією на розвиток підприємств виноробної галузі виокремлюються зацікавлені сторони стимулюючого, нейтрального та дестимулюючого впливу.

ВИСНОВКИ

Сьогодні позиції підприємств вітчизняної виноробної галузі звучуться як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому. За таких умов нагальним стає пошук і запровадження дієвих засад підвищення ефективності функціонування та розвитку підприємств галузі. Такими засадами є визначення стейкхолдерів розвитку підприємств виноробної галузі для їх активного залучення до співпраці, ефективної взаємодії. Застосування у процесах стабілізації та розвитку підприємств виноробної галузі стейкхолдеро-орієнтованих підходів забезпечить повніше збалансування інтересів споживачів, клієнтів, тобто широкого кола зацікавлених сторін, підвищення ефективності їх взаємодії.

Перспективами подальших досліджень є визначення порогових значень стимулюючого, нейтрального та дестимулюючого впливу стейкхолдерів виноробної галузі. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабій О. М., Тимченко К. С. Тенденції розвитку світового та українського ринку продукції виноробства в сучасних умовах. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 4. С. 128–136. DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.4\(68\).2018.128-136](https://doi.org/10.33987/vsed.4(68).2018.128-136)
2. Бойко В. О., Аверчева Н. О., Бойко Л. О. Виноградсько-виноробна галузь України – перспективний напрям агробізнесу. *Економіка АПК*. 2019. № 3. С. 61–70. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201903061>
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Ивасюк П. Какие вина пьют украинцы: социологи назвали наиболее употребляемые ТМ // UNN. 19.03.2020. URL: <https://www.unn.com.ua/ru/news/1858646-yaki-vina-pyut-ukrayintsi-sotsiologi-nazvali-naybilsh-uzhivani-tm>
5. Кульомза Д. Р., Портна О. В. Світовий досвід фінансового управління компаніями: стейкхолдери підвищення його ефективності. *Бізнес Інформ*. 2019. № 12. С. 403–408. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-403-408>
6. Малюкіна Н. В. Проблеми ринку виноробної продукції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 18. С. 76–79. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2010/18.pdf
7. Матвеев В. В. Шляхи підвищення конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Інтелект XXI*. 2015. № 1. С. 35–41. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2015/2015_1/4.pdf
8. Нестеренко О. С. Тенденції та перспективи розвитку виноробної галузі в Україні. *Молодий вчений*. 2015. № 2. С. 192–196. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/104.pdf>
9. Портна О. В. Ресурси підприємств як складова сукупного фінансового потенціалу країни. *Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 1. С. 231–235.
10. Портна О. В., Дереза Б. П. Вплив стану національної економіки на запровадження антикризового управління на підприємствах. *Бізнес Інформ*. 2020. № 1. С. 352–359. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-352-359>
11. Третьяк В. П., Гармаш Ю. О. Сучасна практика управління закупівельною логістикою на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 200–205. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-200-205>
12. Третьяк В. П., Москаленко К. І., Суй В. Визначення механізму взаємодії стейкхолдерів у здійсненні інноваційних процесів у державі // Вплив стейкхолдерів на розвиток територій: колективна монографія / за заг. ред. В. П. Третьяк. Харків: Точка, 2020. С. 96–115.
13. Україні загрожує втрата внутрішнього ринку винопродукції – Інститут аграрної економіки // АгроЮг. URL: <http://agro-yug.com.ua/archives/42712>
14. Яблонська Н. В., Крупіна С. В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі України. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 16. С. 147–151. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/YAblonska-N.-V..pdf>
15. Denić N., Radević B., Siljković B. The role of digital marketing in promotion of wine from Kosovo and Metohija. *Ekonomika Poljoprivrede*. 2018. Vol. 65. No. 3. P. 1071–1083. DOI: [10.5937/EKOPOLJ1803071D](https://doi.org/10.5937/EKOPOLJ1803071D)
16. State of the World Vitivinicultural Sector in 2020 / International Organization of Vine and Wine. URL: <https://www.oiv.int/public/medias/7298/oiv-state-of-the-vitivinicultural-sector-in-2019.pdf>

REFERENCES

- Babii, O. M., and Tymchenko, K. S. "Tendentsii rozvytku svitovoho ta ukraïnskoho rynku produktsii vynorobstva v suchasnykh umovakh" [Development Trends of the

- Global and Ukrainian Wine Products Market in Modern Conditions]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no. 4 (2018): 128-136.
DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.4\(68\).2018.128-136](https://doi.org/10.33987/vsed.4(68).2018.128-136)
- Boiko, V. O., Avercheva, N. O., and Boiko, L. O. "Vynohrarsko-vynorobna haluz Ukrainy – perspektyvnyi napriam ahrobiznesu" [Viticulture and Winemaking Industry of Ukraine as a Promising Trend of Agribusiness]. *Ekonomika APK*, no. 3 (2019): 61-70.
DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201903061>
- Denic, N., Radevic, B., and Siljkovic, B. "The role of digital marketing in promotion of wine from Kosovo and Metohija". *Ekonomika Poljoprivrede*, vol. 65, no. 3 (2018): 1071-1083.
DOI: [10.5937/EKOPOLJ1803071D](https://doi.org/10.5937/EKOPOLJ1803071D)
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Ivasyuk, P. "Kakiye vina pyut ukraintsy: sotsiologi nazvali naiboleye upotrebyayemyye TM" [What Wines Do Ukrainians Drink: Sociologists Have Named the Most Used TM]. UNN. March 19, 2020. <https://www.unn.com.ua/ru/news/1858646-yaki-vina-pyut-ukrayintsi-sotsiologi-nazvali-naybilsh-uzhivani-tm>
- Kulyomza, D. R., and Portna, O. V. "Svitoviy dosvid finansovoho upravlinnia kompaniyami: steikholderi pidvyshchennia yoho efektyvnosti" [Global Experience in Financial Management of Companies: Stakeholders which Increase its Efficiency]. *Biznes Inform*, no. 12 (2019): 403-408.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-403-408>
- Maliukina, N. V. "Problemy rynku vynorobnoi produktsii" [Problems of the Wine Market]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 18 (2010): 76-79. http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2010/18.pdf
- Matvieiev, V. V. "Shliakhy pidvyshchennia konkurentnoho potentsialu vynorobnykh pidpriemstv Ukrainy" [Ways to Improve Competitive Potential Wineries of Ukraine]. *Intelekt XXI*, no. 1 (2015): 45-41. http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2015/2015_1/4.pdf
- Nesterenko, O. S. "Tendentsii ta perspektyvy rozvytku vynorobnoi haluzi v Ukraini" [Rating as a Tool to Assess the Reliability of the Bank]. *Molodyi vchenyi*, no. 2 (2015): 192-196. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/104.pdf>
- Portna, O. V. "Resursy pidpriemstv yak skladova sukupnoho finansovoho potentsialu krainy" [Resources of Enterprises as a Component of the Total Financial Potential of the Country]. *Naukovyi visnyk UzhNU. Seriya «Ekonomika»*, no. 1 (2013): 231-235.
- Portna, O. V., and Dereza, B. P. "Vplyv stanu natsionalnoi ekonomiky na zaprovadzhennia antykrizovoho upravlinnia na pidpriemstvakh" [The Influence of the Status of the National Economy on the Application of Crisis Management in Enterprises]. *Biznes Inform*, no. 1 (2020): 352-359.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-352-359>
- "State of the World Vitivinicultural Sector in 2020". International Organization of Vine and Wine. <https://www.oiv.int/public/medias/7298/oiv-state-of-the-vitivinicultural-sector-in-2019.pdf>
- Tretiak, V. P., and Harmash, Yu. O. "Suchasna praktyka upravlinnia zakupivelnoiu lohistykoiu na pidpriemstvi" [Modern Practices of Procurement Logistics Management at the Enterprise]. *Biznes Inform*, no. 4 (2020): 200-205.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-200-205>
- Tretiak, V. P., Moskalenko, K. I., and Siui, V. "Vyznachennia mekhanizmu vzaiemodii steikholderiv u zdiisnenni innovatsiinykh protsesiv u derzhavi" [Determining the Mechanism of Interaction of Stakeholders in the Implementation of Innovation Processes in the State]. In *Vplyv steikholderiv na rozvytok terytorii*, 96-115. Kharkiv: Tochka, 2020.
- "Ukraini zahrozhuie vtrata vnutrishnyoho rynku vynu- produktsii – Instytut aharnoï ekonomiky" [ENGLISH_UA Ukraine Is Threatened by the Loss of the Domestic Wine Market – The Institute of Agrarian Economics]. AhroYuh. <http://agro-yug.com.ua/archives/42712>
- Yablonska, N. V., and Krupina, S. V. "Problemy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv vynorobnoi haluzi Ukrainy" [Problems of Increase of Competitiveness of Winemaking Industry Enterprises of Ukraine]. *Infrastruktura rynku*, is. 16 (2018): 147-151. <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/YAblonska-N.-V..pdf>