

УДК 338.2

О. В. Лапін,

к. е. н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності, Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Н. Ю. Чикунова,

бакалавр, Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

В. Б. Богословов,

бакалавр, Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

O. Lapin,

Ph.D., assistant professor of management of foreign trade and innovation activities

Odessa National Polytechnic University, Odessa

N. Chykunova,

Bachelor, Odessa National Polytechnic University, Odessa

V. Bogoslovov,

Bachelor, Odessa National Polytechnic University, Odessa

INNOVATIVE COMPONENT IN A MANAGEMENT SYSTEM OF THE WINE-MAKING ENTITIES

Стаття присвячена дослідженню проблем інноваційного розвитку виноградарсько-виноробної галузі України, особливо в її південних регіонах — Одеській, Миколаївській та Херсонській областях. Представлено результати аналізу поточного стану галузі, визначено необхідність активного впровадження інновацій та чинники, що сприяють та заважають цьому. Визначено основні позитивні наслідки впровадження інноваційних проектів на підприємствах галузі та основні ризики інноваційного розвитку. Окремо відзначається важливість пошуку надійних джерел фінансування інноваційного розвитку галузі, зважаючи на певні особливості вирощування винограду та виробництва виноградних вин. Наведено приклади запровадження сучасних інноваційних проектів на виноробних підприємствах Одеського та інших регіонів. Серед основних напрямів інноваційного розвитку визначено виробничі, організаційні, маркетингові інновації, наведено конкретні пропозиції.

Article is devoted to research of Ukraine wine-making industry innovative development problems, especially in its southern regions — the Odessa, Nikolayev and Kherson regions. Analysis results of industry current status are provided, need of active implementation of innovations and factors which help and interfere with it is determined. The main positive consequences of innovative projects implementation at the entities of an industry and the main risks of innovative development are determined. Importance of reliable sources of innovative development of industry financing search, in view of certain features of cultivation of grapes and production of grape wines is separately noted. Examples of implementation of modern innovative projects at the wine-making entities Odessa and other regions are given. Among the main directions of innovative development production, organizational, marketing innovations are determined, specific proposals are given.

Ключові слова: виноробна галузь, вина, інновації, інвестиції, винний туризм.

Key words: wine-making industry, wine, innovations, investments, wine tourism.

ВСТУП

Винний ринок Україні оцінюють у 23 млн декалітрів, або 800 млн дол. США. 85% вин виробляються українськими компаніями, 15% — імпортуються [4, с. 27]. Динаміка розвитку виноробної галузі складає 5—6% на рік завдяки нарощуванню потужностей крупних підприємств і збільшенню обсягів розливу. Малі виробники суттєво не впливають на ринок. Вітчизняні виробники завдяки значним витратам за отримання ліцензій та сплату акцизів змушені піднімати ціни або скорочувати обсяги виробництва дешевих вин. Вперше в Україні скороти-

лося виробництво натуральних виноградних вин, натомість збільшилося виробництво порошкових. У смакових потребах українських споживачів до 55% займають кріплені вина, до 35% — вина напівсухої групи. Відзначається зростання споживання дешевших і відповідно менш якісних вин, проте прогнозується збільшення споживання натуральних вин [1, с. 29—30]. Нині в Україні більш 50% продукції становлять кріплені вина. Натомість в усьому світі віддають перевагу сухим і, меншою мірою, напівсухим й напівсолодким столовим винам, приготовленим за класичною технологією. Відтак, споживання

кріплених вин в пострадянських країнах щорічно скорочується. Тим не менше, вітчизняні виробники продовжують виробляти кріплені вина, посилаючись на традиційні смаки й попит. Насправді ж виробляти міцні та десертні вина простіше, ніж сухі вина, і вигідніше, з точки зору підприємства і держави. Через невідповідність сировинної бази виноградарства, ресурсовитратність виробничих потужностей, більшість українських виробників не спроможні виробляти конкурентоспроможні сухі вина. Галузь досі оснащена переважно морально і фізично застарілим обладнанням, що дозволяє виробляти лише міцні і десертні вина. Проте окремі українські сучасні виробники вкладають у розвиток виноградників і виробничої бази значні кошти, що дає позитивні результати [10, с. 250]. Більшість виноробних компаній не має сертифікованої системи управління якістю продукції, що в умовах сучасного виробництва стає найважливішою складовою ефективності підприємства. Всі процеси управління якістю мають бути об'єднані в єдину систему, де чітко визначено відповідальність, процедури, процеси і ресурси. В цьому сенсі на перший план виходить проблема запровадження інноваційних технологій та технічних засобів на підприємствах виноробної галузі.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Завданням статті є дослідження основних проблем інноваційного розвитку виноробної галузі України.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми інноваційного розвитку виноробної галузі України досліджено в роботах таких науковців, як І. Агеева, Д. Басюк, М. Бойко, О. Карташова, О. Нестеренко, В. Осипов, О. Павлова, В. Папп, М. Петричко, Т. Постоян, О. Ткаченко, А. Шумський та багато інших. Проте висока актуальність проблеми та різноманітність чинників, що впливають на інноваційний розвиток галузі обумовлюють необхідність подальших глибоких досліджень у цьому напрямі.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є аналіз стану інноваційного розвитку виноробної галузі України та визначення основних шляхів збільшення його ефективності.

ОСНОВНИЙ МАТЕРІАЛ ДОСЛІДЖЕННЯ

Серед сучасних тенденцій розвитку виноробної галузі України слід назвати нижчий

рівень споживання виноградного вина порівняно з Європою; старіння виноградників, дефіцит столових та технічних сортів винограду; скорочення виробництва виноградних вин на тлі загального збільшення споживання спиртних напоїв; незначна підтримка державою галузі; стримувальні тарифні та нетарифні заходи.

Скорочення площ виноградників в Україні обумовлює невідповідність між потребою виробництва в сировині і можливостями сировинної бази. Це спричинює дефіцит сировини, що заповнюється за рахунок імпорту виноматеріалів; незадовільний сортовий склад виноградних насаджень: нестачу сортів шампанського напрямку, червоних і аборигенних сортів; високі ціни на вітчизняну сировину і продукти її переробки; слабку фінансову підтримку державних наукових установ і навчальних закладів відповідного напрямку.

Особливістю галузі є порівняно тривалий цикл виробництва. Відтак, питання залучення довгострокових інвестицій стоїть досить гостро. Виноградарству і виноробству потрібні інвестиції на тривалий час, і розрахунок за кредитними ресурсами тут можливий лише на 8—9 рік після закладки винограднику.

У вітчизняному виноробстві налічується близько 70 виробників вина, серед яких лише 28 — з обсягами виробництва понад 300 тис. дал. Основними регіонами виробництва виноматеріалів в Україні до 2013 р. були Одеська, Миколаївська, Херсонська області та АР Крим. У 2013 р. частка Одеської, Херсонської та Миколаївської областей у загальному обсязі виробництва становила 72,5%. У 2014 р. частка цих областей досягла вже 97,3% завдяки окупації АР Крим [12, с. 28].

З втратою кримських підприємств на перший план вийшли одеські та миколаївські. Їм вдалося частково зайняти нішу кримських ТМ. У 2015 р. серед перших 5 були компанії "Коблево", "Таврія", "Нива", "Шабо", "Фрут Майстер Фудс". При цьому серед підприємств Одеської області лише 7 відповідають вимогам конкурентоспроможності і то лише на регіональному ринку. Для виходу на національний і міжнародний ринки необхідний значно вищий рівень конкурентоспроможності підприємств [7, с. 84—85]. На виробників Одеського регіону негативно впливають високі акцизні ставки та ціна ліцензії, нерозвиненість внутрішнього ринку, низька конкурентоспроможність українського вина [9, с. 105]. Це стосується й усієї виноробної галузі України в цілому.

Сьогодні необхідне поступове зниження імпорту виноматеріалів з одночасним розвитком вітчизняної сировинної бази шляхом за-

проведення інноваційних технологій виробництва винограду, зростання врожайності й підвищення якості продукції. Частина проблем можна вирішити лише за рахунок жорсткої, але зваженої державної політики, іншу частину — за рахунок запровадження результатів наукових досліджень у виробництво [7, с. 85—86].

Отже, інноваційний розвиток виноробної галузі України немає альтернатив і потребує мобілізації усіх можливих ресурсів. Специфікою інноваційного розвитку галузі є необхідність оптимізації продуктивних сил у взаємодії з природно-кліматичними ресурсами й розмірами господарств. Ключові питання фінансування інноваційного розвитку полягають у площині наукового моделювання ринку й факторного розподілу створеної вартості. Джерела фінансування інноваційного процесу є функцією продуктивних сил й продуктових потоків АПК.

Інновації стають рушійною силою, що спроможна подолати відмінності в особливостях функціонування підприємств виноробної галузі. Перед виробниками відкриваються можливості вивчення досвіду зарубіжних компаній, впровадження новітніх, або значно вдосконалених технологій і процесів, нових методів маркетингу та організаційних методів у діяльність підприємства з метою досягнення високого рівня якості продукції та виходу на міжнародний ринок. Проте інноваційна діяльність несе ризик втрати власних ресурсів, недоотримання доходу, додаткових витрат. Під час розробки й впровадження інновацій проблемами є надмірні витрати коштів і часу, пріоритети конкурентного розвитку, незадовільний аналіз ринку, не достатня кількість інформації від кінцевих споживачів, неповна взаємодія між підрозділами підприємства.

Отже, впровадження інновацій конче залежить від фінансових можливостей підприємств. Відтак, на ринку пануватимуть підприємства, що винайдуть кошти для досліджень запитів споживачів, розробки та впровадження нових смакових властивостей і видів продукції, та зможуть залучити інвесторів. Здійснення інноваційної діяльності неможливе й без команди висококваліфікованих фахівців. Тому першочерговим завданням стає створення системи управління, що зможе ефективно й швидко впроваджувати інновації, оптимально використовувати ресурси підприємства, досягати великого рівня доходності [15, с. 36].

Сучасні обсяги інвестицій виноробних підприємств незначні й не відповідають потребам розвитку. Зокрема у складі сукупних інвестицій виноробних підприємств Одеської області наразі найбільшу питому вагу мають ре-

альні інвестиції, що майже повністю представлені матеріальними, та значно меншу — фінансові, причому сума матеріальних інвестицій зростає, а нематеріальних і фінансових — зменшується [3, с. 257]. Стратегічними орієнтирами підвищення інвестиційної привабливості підприємств слід визнати сировинні, технологічні, виробничі, маркетингово-збутові, організаційні інновації [13, с. 218].

Виробничо-господарський процес виноробства представлений трьома основними складовими — розробкою, виробництвом та реалізацією інноваційної продукції. На стадії розробки інноваційний процес передбачає фундаментальні дослідження, розроблення зразків інноваційного продукту та його випробовування, патентування та комерціалізацію результатів інноваційного проекту. Підприємство може самостійно займатися науковими розробками або придбавати права на об'єкти інтелектуальної власності, що суттєво знижує ризик втрати коштів. Відтак, розроблення інноваційного продукту передбачає розробку стратегії фірми, виявлення ринків і позицій, визначення обсягів потрібних інвестицій й джерел фінансування, термінів виконання й обсягів робіт, розрахунок потреби у ресурсах, прогнозування можливих коректив процесу.

Щорічне зростання виробництва виноробної інноваційної продукції потребує переосмислення підходів до організації виробничого процесу, що передбачає використання ресурсозберігаючих технологій й нових механізмів, зниження виробничих витрат. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції і зростанню економічної ефективності інноваційного проекту.

Кінцевим етапом є реалізація виробленої інноваційної продукції, орієнтована на зростання обсягу продажів, розширення частки ринку, збільшення прибутку підприємства. Для цього необхідні визначення місця підприємства, його місця на ринку; планування виробництва, закупівлі матеріально-технічних ресурсів, маркетингових комунікацій, фінансового забезпечення випуску й реалізації продукції; формування каналів розподілу продукції, здійснення цінової політики, покращання керівництва маркетинговою діяльністю, організація збирання, обробки і аналізу маркетингової інформації [14, с. 27—28].

Інноваційний розвиток виноробної галузі передбачає формування інтегрованих мереж диверсифікованих інновацій; управління ресурсами; запровадження екологізованих інновацій в умовах ринкової та природної невизначеності. Базовою детермінантою інноваційної

модернізації галузі стає тріада "інтеграція, інновації, інвестиції", що згодом перетворюватиметься на парадигму "три К" — корпоратизація, капіталізація, комерціалізація. Слід здійснювати ефективну кооперацію та концентрацію ресурсів за вектором інтегрованого впровадження інноваційних технологій, видів продукції та методів управління в галузі. Формування інноваційних контурів модернізації галузі дозволяє здійснювати процес за умови мінімального фінансового забезпечення.

Серед стратегічних напрямів системної інноваційної модернізації галузі відзначають забезпечення виробництва системою сучасних енергоощадних машин, багатофункціональної техніки, енергетичних модулів; ефективні технології вирощування виноградних ресурсів з раціональним використанням їх генетичного потенціалу і технічних ресурсів; комплексну й глибоку переробку та зберігання продукції виноградарства тощо. Найвищий пріоритет має забезпечення виробництва системою сучасної енергоощадної техніки, створеної на базі найкращої елементної бази. Для цього слід забезпечити корінне переоснащення металургії, верстатобудування, енергетики, електронної промисловості тощо; зведення до мінімуму прямого продажу імпортової сільськогосподарської техніки в державі. Іноземна техніка має як мінімум збиратися в Україні [6, с. 148—149].

У роботі [8] на результатах аналізу роботи виноробних підприємств Одеської області показано, що запровадження інновацій дійсно мають суттєвий вплив на зростання їх економічної ефективності та конкурентоспроможності. Такий зв'язок відзначається також у роботі [18, с. 305], де сказано, що на підприємствах, де впроваджено науково-технічну продукцію, має місце зростання середньорічного обсягу виробництва продукції, зниження матеріальних витрат і середньої собівартості.

Застосування інновацій в управлінні виноробними підприємствами забезпечує зростання продуктивності праці, фондівіддачі, оборотності оборотних коштів, рентабельності продукції, інноваційні проекти мають високий економічний ефект та швидку окупність. Втім, інноваційні методи управління є різноманітними та мають застосовуватись з урахуванням результатів глибокого фінансово-економічного аналізу діяльності підприємства [4, с. 29].

Основними напрямками інноваційного розвитку галузі є прискорення науково-технічного прогресу, здійснення технічної реконструкції виробництва; вдосконалення структури, форм організації та управління виробництвом;

поліпшення використання виробничих фондів; підвищення продуктивності праці; зниження собівартості продукції; збільшення прибутку; підвищення організаційно-технічного рівня підприємства та економічної роботи на всіх рівнях управління. Відтак, можна виділити виробничі, організаційні, соціальні, фінансові, маркетингові, логістичні та змішані інновації [4, с. 27].

У виноробній галузі головним сьогодні має бути досвідчений інженер-технолог винороб. Саме він є законодавцем для селекціонерів-генетиків, виноградарів-науковців, виробників. Адже лише 5—6% винограду в світі споживається у вигляді родзинок, 10% — у свіжому вигляді, а 84—85% використовується для виробництва вина, коньяків, брендів. Проте й досі спостерігається перевага виноградарів над виноробами [10, с. 249].

Жорстка конкуренція зі світовими лідерами на ринку вина диктує необхідність підвищення якості виноробної продукції України з одночасним зниженням собівартості. Істотним резервом зниження собівартості вина є підвищення врожайності винограду й впровадження безвідходних технологій. При переробці винограду на виноматеріали утворюється приблизно 15—20% вторинних продуктів, раціональне використання яких дає можливість отримати додатково продукти, потрібні для певних галузей економіки. Розробка й впровадження інноваційних технологій утилізації вторинних продуктів виноробства можуть дати значний прибуток.

На цей час в Одеській національній академії харчових технологій розроблені інноваційні технології виробництва виноградної олії, що дозволяють максимально зберігати біологічно активні сполуки. Така олія потрібна в косметиці та функціональному харчуванні. Крім цього, розробляються технології переробки відходів виноробства задля отримання поліфенольних концентратів, слабоалкогольних та безалкогольних напоїв, продуктів харчового, косметичного, фармацевтичного призначення, біологічно активних речовин на основі дріжджових осадів виноробства, міцних напоїв типу "Брендів" тощо [12, с. 30—31].

У роботі наведено приклади впровадження на підприємствах виноробної галузі інноваційних технологій, зокрема удосконаленої технології зберігання винограду; приготування та дозування бентонітової суспензії; стабілізації коньяків; виробництва органічних та органіко-мінеральних добрив з відходів виробництва; нових методів визначення розливостікості

виноматеріалів і вин та виявлення фальсифікації вин тощо.

Важливою складовою інноваційної стратегії розвитку галузі є селекція нових сортів винограду, спрямована на ефективніше використання природних та економічних факторів, підвищення виробничого потенціалу, стійке задоволення попиту на продукцію виноробства та столовий виноград за рахунок створення сортів, стійких до несприятливих умов клімату, ґрунтів та біотичних факторів.

Функціонування та розвиток потужних виноробних підприємств відбувається шляхом інтеграції сільськогосподарських підприємств з виноробними компаніями і збутовими фірмами. Сировинною основою для виробництва вин є продукція сільськогосподарських підприємств, що постачають виноматеріали безпосередньо на виноробні підприємства та співпрацюють з низкою посередницьких організацій. Канали збуту вин на ринку України включають посередницькі, оптові та роздрібні фірми, що забезпечують переважну частку товаропотоків, частка прямих каналів збуту вин в Україні незначна. Основним товарним сегментом ринку вин України виступають виноградні вина, частка плодово-ягідних вин незначна, що пояснюється існуючими споживчими уподобаннями і традиціями домашнього виноробства [11, с. 20—21].

У роботі [16] пропонується створити у виноробній галузі інноваційний механізм впровадження завершених наукових розробок засобів механізації, за принципами функціонування технокластерів. Ця інноваційна структура створюється на договірній основі об'єднанням наукових і підприємницьких структур на засадах приватно-групових інтересів. Технокластер має забезпечити внутрішні і зовнішні управлінські функції системи й створити умови для вирішення певних проблем, зокрема інерційних наукового забезпечення та маркетингу; короткострокового менеджменту; негнучкого й неадресного виробництва [16, с. 21]. Кластерна форма організації виробничо-коопераційних зв'язків забезпечує інноваційний розвиток регіону, конкурентоспроможність продукції, створення нового бізнесу, накопичення соціального капіталу, синергетичний ефект [12, с. 30—31]. Необхідність ефективного використання досвіду розвинених країн у формуванні оптимальних структур управління інноваційним розвитком виноробної галузі, де інтегровані зусилля державних установ та приватних підприємств, відзначається в роботі [19].

Важливою проблемою інноваційного розвитку виноробної галузі є дефіцит кваліфікованих

кадрів. У роботі [17] пропонується на базі науково-дослідних установ створювати випробувально-демонстраційні комплекси технологій, машин та обладнання для виноробної галузі. Такий комплекс стане матеріально-технічною базою науково-навчально-виробничого центру підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців галузі. Інноваційна модель підготовки кадрів в межах кластерного формування створить умови ефективного функціонування інноваційної системи професійної освіти; забезпечить виробництво фахівцями нової формації, підвищить конкурентоспроможність галузевої освіти й науки [17, с. 128—129].

Головне завдання маркетингу виноробної галузі — навчити кінцевого споживача культури споживання, через яку формуються фактори сприйняття та позиціонування нових ТМ в Україні. Для фінансування таких інноваційних програм В. Доронін пропонує створити в Україні систему "винного" ("теруарного") збору за прикладом Франції та Італії. В Україні це дасть змогу сформувати "галузевий теруарний маркетинг", що синтезує класичний маркетинг і маркетинг територій. Його метою є створення міфологічної надвартості продуктів, вироблених у даному регіоні [5, с. 62—63].

Важливим новим інструментом інноваційного розвитку виноробної галузі стає винний туризм, широко розвинений в країнах ЄС. Формування національного винного туризму визначається розвитком мережі регіональних винних шляхів — спеціально прокладених туристичних маршрутів, що передбачають відвідування виноградників, виноробних підприємств, винних фестивалів у поєднанні з відпочинком та розвагами [2, с. 80].

Варто відзначити оригінальну туристичну подорож "Винні перлини України", де туристам запропоновано 12-денний тур по виноробних та коньячних підприємствах півдня України. Критеріями ефективності розвитку винних шляхів є оригінальність продукту, його різноманітність і диференціація; співвідношення ціни та якості; інформаційна й маркетингова підтримка; наявність кваліфікованого персоналу; розвиток інфраструктури; вплив на культуру споживання; зростання туристичних потоків у регіоні; розвиток виноробних підприємств, зростання обсягу продажів. Розвиток мережі винних шляхів забезпечить збільшення потоку туристів та обсягів збуту продукції місцевих виробників, зростання кількості робочих місць, підвищення рівня культури споживання вина, формування позитивного іміджу регіону [2, с. 82—83]. Розвиток винного туризму дозволяє

збільшити тривалість туристичного сезону, підвищити туристичний імідж місцевості, збільшити кількість туристичних прибуттів, збагатити і диференціювати місцевий туристичний продукт [20, с. 59].

ВИСНОВКИ

Отже, інновації стають нині одним з головних чинників формування ефективного розвитку виноробного виробництва. В розвинених країнах 40 % економічного росту забезпечується саме за рахунок інновацій, що визначило принципово новий перехід від традиційної до інновативно-інноваційної науково-технічної політики. Інноваційний шлях розвитку виноробної промисловості України пов'язаний із значними труднощами, серед яких головними є високий рівень ризику та відповідні складнощі з пошуком джерел фінансування. Виноробні підприємства значно диференційовані за техніко-технологічним рівнем виробництва. На багатьох підприємствах галузі нестабільна робота в умовах кризових процесів, нестача власних коштів, недостатня підтримка інноваційної діяльності державою призвели до уповільнення темпів освоєння нової техніки, устаткування, обладнання, технологій в галузі, зменшуючи тим частку інноваційної продукції. Незважаючи на це, провідні підприємства та наукові заклади галузі вже нині демонструють певні успіхи у впровадженні інноваційних технологій та техніки у виробництво продукції та управління підприємствами.

Література:

1. Агеєва І.М. Перспективні напрями стратегічного планування на підприємствах виноробної галузі України / І.М. Агеєва О.Ю. Мандро // Економіка харчової промисловості. — 2010. — № 2. — С. 26—31.
2. Басюк Д.І. Інноваційні принципи розвитку винного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Економіка і регіон. — 2014. — № 5 (48). — С. 80—84.
3. Бойко, М.К. Шляхи підвищення ефективності інвестування виноробних підприємств / М.К. Бойко // Наукові праці Південного філіалу Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України "Кримський агротехнологічний університет". — 2010. — Вип. 128. — С. 253—257.
4. Гончарук А.Г. Управління ефективністю діяльності підприємств виноробної галузі / А.Г. Гончарук, І.А. Аслаханов // Економіка харчової промисловості. — 2014. — № 1 (21). — С. 25—29.
5. Доронін В. Основні завдання виноробної галузевої маркетингової діяльності в Україні / В. Доронін // Маркетинг в Україні. — 2012. — № 5. — С. 62—66.
6. Карташова О.Г. Інноваційні складові організаційно-економічного механізму забезпечення підвищення ефективності виробництва виноградарсько-виноробної галузі АПК / О.Г. Карташова // Вісник Сумського нац. аграрного ун-ту. Сер. "Економіка і менеджмент". — 2011. — Вип. 6/2. — С. 147—152.
7. Некрасова Л.А. Аналіз та перспективи розвитку підприємств виноробної галузі в Україні / Л.А. Некрасова, К.І. Некрасова // Причорноморські економічні студії. — 2016. — Вип. 6. — С. 83—87.
8. Нестеренко О. Вимір впливу інноваційної складової на конкурентоспроможність виноробних підприємств, за допомогою метод головних компонент / О. Нестеренко // Наук. вісник [Одеського нац. екон. ун-ту]. — 2015. — № 3. — С. 112—123.
9. Нестеренко О. Тенденції та перспективи розвитку виноробної галузі в Одеській області / О. Нестеренко // Науковий вісник [Одеського нац. екон. ун-ту]. — 2014. — № 3. — С. 100—106.
10. Нестеренко, О.С. Аналіз державної підтримки малого та середнього бізнесу в Україні та підприємств виноробної галузі / О.С. Нестеренко // Економічні інновації. — 2015. — Вип. 59. — С. 241—252.
11. Олексюк О.І. Результативність розвитку виноробних підприємств України / О.І. Олексюк // Агросвіт. — 2009. — № 3. — С. 17—23.
12. Осипов В. Виноградарство та виноробство України. Сучасний стан, проблеми, тенденції розвитку / В. Осипов, Л. Осипова // Економіст. — 2015. — № 5. — С. 28—31.
13. Павлова О.С. Інтелектуальний капітал як фактор підвищення інвестиційної привабливості підприємств (на прикладі підприємств виноробної промисловості) / О.С. Павлова // Економічні інновації. — 2012. — Вип. 47. — С. 214—221.
14. Папп В.В., Гладинець, Н.Ю. Концептуальні підходи до управління інноваційною діяльністю підприємств / В.В. Папп, Н.Ю. Гладинець // Наук. вісник Мукачівського держ. ун-ту. — 2014. — Сер. Економіка. — Вип. 2 (2). — С. 26—31.
15. Петричко М.М. Виноградарсько-виноробна галузь як об'єкт інвестування в інноваційній економіці / М.М. Петричко // Наук. вісник Мукачівського держ. ун-ту. — 2014. — Сер. Економіка. — Вип. 2 (2). — С. 31—37.

16. Постоян Т., Фролова Ю. Бізнес-механізми трансферу інноваційних засобів механізації виноградарства в Україні / Т. Постоян, Ю. Фролова // Техніка і технології АПК. — 2010. — № 10 (13). — С. 19—23.

17. Постоян Т.Г. Інноваційна регіональна модель підготовки галузевих кадрів / Т.Г. Постоян // Наука і освіта. — 2012. — № 8. — С. 126—129.

18. Рибінцев, В.О. Оцінка ефективності використання потенціалу виноробних підприємств Криму / В.О. Рибінцев // Моделювання регіональної економіки. — 2013. — № 1. — С. 303—309.

19. Тінтулов Ю.В. Вдосконалення системи державного управління виноградарсько-виноробного підкомплексу України як запорука його сталого розвитку / Ю.В. Тінтулов // Економічні інновації. — 2014. — Вип. 58. — С. 326—332.

20. Ткаченко О.Б. Інноваційні складові стратегічного розвитку виноробних підприємств України / О.Б. Ткаченко, І.М. Агеєва, В.М. Беркгаут // Економіка харчової промисловості. — 2016. — Т. 8. — Вип. 1. — С. 55—61.

References:

1. Aheieva, I.M. (2010), "Promising areas of strategic planning at the enterprises of the wine industry Ukraine", *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 2, pp. 26—31.

2. Basiuk, D.I. (2014), "Innovative Principles of development wine tourism in Ukraine", *Ekonomika i rehion*, vol. 5 (48), pp. 80—84.

3. Wojko, M.K. (2010), "Ways to improve the efficiency of investment winemaking enterprises", *Naukovi pratsi Pivdennoho filialu Nats. un-tu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy "Kryms'kyj ahrotekhnolohichnyj universytet"*, vol. 128, pp. 253—257.

4. Honcharuk, A.H. (2014), "Performance management activities of enterprises wine industry", *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 1 (21), pp. 25—29.

5. Doronin, V. (2012), "The main tasks of the wine sector marketing activities in Ukraine", *Marketynh v Ukraini*, vol. 5, pp. 62—66.

6. Kartashova, O.H. (2011), "Innovative elements of organizational and economic mechanism of ensure increased effectiveness production viticulture wine industry of AIC", *Visnyk Sum's'koho nats. ahrarynoho un-tu. Ser. "Ekonomika i menedzhment"*, vol. 6/2, pp. 147—152.

7. Nekrasova, L.A. (2016), "Analysis and prospects of wine industry enterprises in Ukraine", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, vol. 6, pp. 83—87.

8. Nesterenko, O.S. (2015), "Measuring the impact of innovation component on competitiveness of wineries, using principal components method", *Naukovyj visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, vol. 3, pp. 112—123.

9. Nesterenko, O.S. (2014), "Trends and prospects of development of wine industry in the Odessa region", *Naukovyj visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, vol. 3, pp. 100—106.

10. Nesterenko, O.S. (2015), "Analysis of state support of small and medium business in Ukraine and enterprises of wine industry", *Ekonomichni innovatsii*, vol. 59, pp. 241—252.

11. Oleksiuk, O.I. (2009), "Effectiveness of development wineries in Ukraine", *Ahrosvit*, vol. 3, pp. 17—23.

12. Osypov, V. (2015), "Viticulture and wine-making Ukraine. Current status, problems, development trends", *Ekonomist*, vol. 5, pp. 28—31.

13. Pavlova, O.S. (2012), "Intellectual capital as a factor increasing the investment attractiveness of enterprises (in the example of the wine industry)", *Ekonomichni innovatsii*, vol. 47, pp. 214—221.

14. Papp, V.V. and Hladynets', N.Yu. (2014), "Conceptual approaches to management innovative activity enterprises", *Naukovyj visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 2 (2), pp. 26—31.

15. Petrychko, M.M. (2014), "Viticulture and winemaking industry as an object of investment in innovation economy", *Naukovyj visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 2 (2), pp. 31—37.

16. Postoian, T. and Frolova, Yu. (2010), "Business mechanisms of transfer innovation means of mechanization viticulture in Ukraine", *Tekhnika i tekhnolohii AПК*, vol. 10 (13), pp. 19—23.

17. Postoian, T.H. (2012), "Innovative regional model of training branch staff", *Nauka i osvita*, vol. 8, pp. 126—129.

18. Rybintsev, V.O. (2013), "Evaluation of potential efficiency wineries in Crimea", *Modeliuvannia rehional'noi ekonomiky*, vol. 1, pp. 303—309.

19. Tintulov, Yu.V. (2014), "Improvement system of public administration of viticulture and wine subcomplex of Ukraine as a key to sustainable development", *Ekonomichni innovatsii*, vol. 58, pp. 326—332.

20. Tkachenko, O.B. (2016), "Innovative elements of strategic development winemaking enterprises Ukraine", *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 8, no. 1, pp. 55—61.

Стаття надійшла до редакції 20.11.2016 р.