

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
Семенова В.Г.

-  
“ ”  
(підпис)

\_ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр та найменування спеціальності)  
за магістерською програмою професійного спрямування  
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»  
(назва магістерської програми)

на тему: **«Шляхи підвищення конкурентоспроможності  
підприємства»**  
(назва теми)

**Виконавець:**

студент центру заочної та вечірньої форм  
навчання

Іванов С.І.

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Тарасова Ю.А.

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

ОДЕСА – 2020

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b> .....	
1.1. Сутність конкурентоспроможності підприємства.....	
1.2. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства	
1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства.....	
<b>Висновки до розділ 1</b> .....	
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «КОБЛЕВО»</b> .....	
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства ПАТ «Коблево».....	
2.2. Аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства ПАТ «Коблево»	
2.3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево».....	
<b>Висновки до розділу 2</b> .....	
<b>РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «КОБЛЕВО»</b> .....	
3.1. Експортний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево».....	
3.2. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності за рахунок реалізації вторинної сировини виноробства.....	
3.3. Впровадження комплексу обладнання «Della Toffola» з подвійною фільтрацією для виробництва вина ПАТ «Коблево» з метою підвищення якості і конкурентоспроможності продукції.....	
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	

## ВСТУП

Конкурентоспроможність є визначальним фактором виживання, стабілізації та розвитку індустрій, а також окремих їх галузей, підгалузей і підприємств. На європейських і світових ринках національна й галузева конкурентоспроможність фокусується на результатах діяльності підприємств та окремих виробництв, з одного боку, і конкурентоспроможності підприємств і аналогічних виробництв, з іншого боку. Таким чином, у сучасних умовах міжнародної інтеграції, інноваційного розвитку особливого значення набуває забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Сьогоднішня економіка визначає конкретні вимоги до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств-оперативне реагування на зміну господарської ситуації з метою підтримки стійкого розвитку, зміцнення фінансової стійкості, постійне вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів відповідно до зміни кон'юнктури ринку.

Оцінка економічного потенціалу виноробного підприємства передбачає визначення обсягу економічних ресурсів, якими воно володіє, та кількості продукції, яку може бути ним реалізовано за умови найповнішого та найефективнішого використання зазначених ресурсів. Економічна інформація в поєднанні з оцінкою конкурентоспроможності дозволяє визначити можливості нарощування обсягів виробництва і реалізації виноробної продукції та підвищення конкурентоспроможності в умовах реформування економіки. Проблеми управління конкурентоспроможністю виноробних підприємств привертають дедалі більшу увагу керівництва, оскільки від неї значною мірою залежать обсяги реалізації алкогольної продукції. Для того, щоб зберегти і зміцнити свої позиції на ринку, підприємству необхідно не лише підтримувати високі конкурентні переваги, але й постійно розробляти заходи щодо їх формування та підвищення. Важливими критеріями конкурентоспроможності є обсяг продажу та стабільне місце виноробного підприємства на ринку в мінливих умовах. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-

технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо зміцнення конкурентних переваг. Останнє слід відзначити особливо, тому що аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства необхідні на всіх ступенях розвитку підприємства. На сьогоднішньому етапі розвитку національної економіки питанням, що потребує першочергового вирішення, є розробка ефективних механізмів і заходів, які сприятимуть підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняних виробників ринку виноробної продукції та стануть запорукою загального зміцнення економічних позицій України.

Дослідженню конкурентоспроможності економічних систем та формуванню можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців Г.Азоєва, І.Ансоффа, А.Воронкової, В.Галєєва, А.Градова, Дж.Еванс, Ю.Іванова, Ф.Котлера, А.Кроткова, Г.Кулікова, Ж.Ламбена, Й.Ліфіц, М.Портера, Д. Рікардо, А. Старостіної, Р.Фатхутдінова, Д.Юданова та інших.

**Мета та завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево».

Цільове спрямування та логіка дослідження обумовили постановку і вирішення таких **задач** кваліфікаційної роботи:

- дослідити сутність конкурентоспроможності підприємства;
- розглянути чинники формування конкурентоспроможності підприємства;
- представити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства ПАТ «Коблево»;
- провести оцінку конкурентоспроможності підприємства ПАТ «Коблево»;

– розробити організаційно-економічні заходи підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево»;

– навести прогностичну оцінку ефективності заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево».

**Об’єктом дослідження** виступає процес підвищення конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості ПАТ «Коблево».

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності підприємства виноробної промисловості.

**Методи дослідження.** Для розв’язання поставлених завдань і досягнення мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема, а саме методи аналізу та синтезу, порівняння, статистичний аналіз, логічного та емпіричного пізнання, прогнозування (екстраполяції), методи економетричного аналізу (регресійного аналізу), ситуаційного SWOT-аналізу, застосовано системний підхід при викладенні матеріалу, що дало змогу розв’язати поставлені завдання. Для обробки та аналізу даних використовувались комп’ютерні програми (пакет аналізу Microsoft Office Excel 2010).

**Інформаційна база дослідження.** Правове поле дослідження склали чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують зовнішньоторговельну діяльність суб’єктів господарювання в Україні. Інформаційною базою дипломної роботи послужили офіційні статистичні матеріали, дані звітності підприємства ПАТ «Коблево».

**Практичне значення одержаних результатів.** Практична значимість дипломної роботи полягає в тому, що розроблені рекомендації щодо підвищення підприємства виноробної промисловості знайшли своє успішне впровадження в діяльності підприємства, про що свідчить акт про впровадження результатів магістерської роботи.

**Структура та обсяг роботи.** Магістерська робота складається із вступу,

трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 104 сторінки, у тому числі 29 таблиць на 30 сторінок, 20 рисунків на 20 сторінках, список використаних джерел з 51 найменувань.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження доводить те, що конкурентоспроможність підприємства є складним багатоаспектним поняттям, що характеризує суперництво, боротьбу за досягнення вищих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення і реалізацію конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності.

Для визначення конкурентоспроможності підприємства на ринку необхідно виділення факторів, що впливають на можливості виграшу чи програшу організації в конкурентній боротьбі. Дослідження чинників формування конкурентоспроможності підприємства має важливе значення для забезпечення її належного рівня, оскільки управління конкурентоспроможністю суб'єкта господарювання здійснюється шляхом впливу на чинники, які її обумовлюють. Найважливішим критерієм, що визначає здатність підприємства досягти очікуваних економічних результатів від своєї діяльності, є конкурентоспроможність, рівень якої залежить від комплексу чинників внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства.

Здійснивши аналіз розроблених на сьогодні методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, можна прийти до висновку, що не існує ідеальної з усіх боків методики комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Виділені недоліки наявних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств обумовлюють сильно обмежені можливості практичного застосування більшої їх частини. Для коректної оцінки і подальшого підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено безліч методів, які можуть застосовуватися як окремо, так і в комплексі, в залежності від завдань, поставлених перед початком проведення оцінки. Різноманіття існуючих сьогодні методів ускладнює вибір найкращих методів оцінки. Розроблена матриця оптимального співвідношення методів оцінки конкурентоспроможності та показників підприємства дає

можливість підібрати найбільш ефективний і простий метод оцінювання для кожного конкретного підприємства.

Об'єктом дослідження є виноробне підприємство ПАТ «Коблево». На підприємстві виготовляється більше 80 сортів вин. Це столові: сухі, напівсухі й напівсолодкі, кріплені, які поділяються на міцні й десертні, ігристі та вермути. Південний чорнозем і м'який морський клімат створюють ідеальні умови для вирощування вибагливих та витончених сортів винограду - «Каберне - Совіньйон», «Мерло», «Бастардо», «Шардоне», «Совіньйон», «Аліготе», «Рислінг», «Ркацителі», «Трамінер», «Фетяска», «Мускат гамбурзький», «Мускат Оттонель», «Іршаї Олівер», «Одеський чорний» та ін.

Сильними сторонами компанії є імідж торгової марки ТМ «Коблево», проведення лабораторної перевірки та якість алкогольної продукції, використання сучасних технологій (переробка винограду без перетирання шкірки та кісточки за допомогою пневматичного пресу компанії Della Toffola та Busher, обробка холодом, що дозволяє позбутися осаду при зберіганні, холодний стерильний спосіб розливу для збереження користі і біологічної цінності вина), досвід роботи на ринку алкогольної продукції

Дослідивши карти стратегічних груп, можна зробити наступні висновки. Основними стратегічними конкурентами ПАТ «Коблево» є мультибрендові компанії ТОВ «ПТК Шабо» і ПрАТ «Одесавинпром». Ці фірми володіють значним капіталом, виробничими потужностями і підтримкою з боку споживача. Компанії альянсу ТМ «Одеса і ТОВ Нива» не є основними конкурентами для ПАТ «Коблево» оскільки не входять в стратегічну групу ні по одній з ознак, їх вхід до стратегічної групи конкурентів

На сьогодні оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливою умовою формування державної політики економічної безпеки, регіональної та галузевої політики. Запропоновано методичний підхід до комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємства, який ґрунтується на аналізі його технологічних, виробничих, фінансових, організаційних та збутових можливостей, комплексному застосуванні традиційного фінансово-



економічного підходу та оцінюванні конкурентоспроможності продукції з використанням диференціального методу, що забезпечує можливість отримувати надійні оцінки для прийняття обґрунтованих рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності та спрямованості розвитку. Заключним етапом системи оцінювання конкурентоспроможності підприємства запропоновано використовувати матрицю комплексного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, яка побудована на основі визначеного інтегрального показника конкурентоспроможності та стадії життєвого циклу підприємства. Запропонована матриця визначає потенційні можливості підприємства і заходи, необхідні для забезпечення бажаних конкурентних позицій.

Використання запропонованої методики дало змогу оцінити рівень конкурентоспроможності виноробних підприємств Одеської та Миколаївської областей та здійснити їх ранжування, де лідерами є ТОВ «Промислово-торговельна компанія Шабо» та ПАТ «Коблево». На підставі комплексного оцінювання конкурентоспроможності виноробних підприємств запропоновано два шляхи досягнення оптимального функціонування та розвитку: зосередження на виробництві вин низького цінового сегмента або надання продукції нових якісних та смакових властивостей, використання нових технологій, створення нового бренду для задоволення потреб споживачів високого цінового сегмента. Для вирішення проблем у виноробній галузі сьогодні необхідно зосередити увагу виробників на потребах споживачів, поліпшенні якості продукції, впровадженні інновацій, більш якісному використанні ресурсів, поліпшенні умов праці. Збільшення площ виноградників, підвищення рівня якості вина, зменшення об'ємів фальсифікату, впровадження у виробництво органічних вин, розвиток інфраструктури аграрного ринку і каналів реалізації продукції, вирішення проблем організаційно-правового характеру сприятиме покращенню стану ринку вина в Україні і допоможе українським підприємствам стати більш конкурентоспроможними.

Нами пропонуються наступні напрями підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Коблево»:

1. Експортний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності. За умов сучасної інтернаціоналізації економіки однією з найважливіших проблем виноробних підприємців виступає якнайтриваліше забезпечення свого перебування на ринку, а також поліпшення свого іміджу. У цьому напрямку система торговельних виставок-ярмарок надає високоефективні засоби розповсюдження й отримання широкого спектру економічних, технічних, комерційних переваг для виноробних підприємств. Стратегія участі у виставковій діяльності має стати для українських підприємців мобілізуючим засобом для досягнення поставленої мети, реалізації комерційних прагнень. Вирішальну роль в підвищенні конкурентоспроможності українських підприємств зараз має вибір підходів до планування виробництва, яке у свою чергу повинне спиратися на вивчення потреб як внутрішнього, так і зовнішнього ринку з позицій організації збуту своєї продукції. Міжнародна виставка вин та алкогольної Wine&Spirits Ukraine – міжнародна виставка ефективних рішень для виробників виноробної продукції, яка презентує весь комплекс передових технологій для підвищення конкурентоспроможності виробництва вина та алкоголю відповідно до світових викликів та глобальних змін.

Прогнозований економічний ефект від прийняття участі на міжнародній виставці вин і алкогольних напоїв Wine&Spirits Ukraine для підприємства ПАТ «Коблево» значний. Аналіз результатів виставки за останні місяці показав, що саме виставки є досить ефективним і вигідним (у співвідношенні доходів і витрат) способом підвищення міжнародної конкурентоспроможності виноробної продукції.

2. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності за рахунок реалізації вторинної сировини виноробства. Істотним резервом зростання міжнародної конкурентоспроможності і підвищення прибутку є ефективне використання винограду шляхом впровадження безвідхідних технологій, яке розглядається як стратегічний напрямок раціонального використання обмежених природних

ресурсів і охорони навколишнього середовища. метою підвищення міжнародної конкурентоспроможності для удосконалення процесів переробки вторинної сировини виноробства з метою підвищення прибутку ПАТ «Коблево» нами пропонується придбати наступне обладнання: інфрачервона сушарка ИКС-1; сепаратор виноградного насіння СВС-2; дробарка гребенів винограду ДГВ-2.

Автоматизація процесів переробки вторинної сировини виноробства і впровадження комплексного обладнання з метою підвищення міжнародної конкурентоспроможності на підприємстві ПАТ «Коблево» дозволить отримати чистий приведений доход 6611894 грн. Індекс доходності більше одиниці і дорівнює 2,09, а термін окупності проекту 1,4 року, тому проект реалізації відходів виноробства можна вважати доцільним для впровадження і ефективним заходом підвищення міжнародної конкурентоспроможності.

3. Впровадження комплексу обладнання «Della Toffola» з подвійною фільтрацією для виробництва вина ПАТ «Коблево» з метою підвищення якості і конкурентоспроможності продукції. В період політичної і економічної кризи для виноробних підприємств актуальним є питання підвищення якості і конкурентоспроможності продукції. В умовах ринкової економіки успіх розвитку виноробного бізнесу багато в чому залежить від технологій і обладнання. Нами пропонується керівництву заводу ПАТ «Коблево» приділяти серйозну увагу роботі удосконаленню технології виробництва вина. З метою підвищення якості і конкурентоспроможності продукції нами пропонується впровадження лінії обладнання «Della Toffola» з подвійною фільтрацією.

Отже, впровадження комплекс обладнання «Della Toffola» з подвійною фільтрацією дозволить: підвищити якість і конкурентоспроможності продукції; знизити витрати по утриманню і експлуатації обладнання, витрати на ремонтні роботи по обладнанню; значно зменшити річне споживання електроенергії; знизити загальні експлуатаційні витрати за рік на 198840 грн. і отримати прибуток в тому ж розмірі; здійснити заміну обладнання виключно за рахунок амортизаційного фонду і вивільнити з нього кошти для розширеного відтворення виробничих фондів; окупити капітальні вклади в економічно ефективний строк.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. К. : КНЕУ, 2017. 520 с.
2. Вараксіна О.В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, виміри та чинники. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 4. С. 12-16.
3. Адамик В., Вербицька Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. №1. С.69–78.
4. Афонін А.С., Білоусова С.В. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму. *Бізнес-навігатор*. 2017. №3(15). С.172–183.
5. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. на здобуття наук. ступ. к.е.н.: 08.06.02. Харків: ХДЕУ, 2012. 20 с.
6. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. М.: Центр экономики и маркетинга. 2017. 458 с.
7. Воронкова А.Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.06.01. НАН України, Інститут економіки промисловості. Донецьк, 2012. 32 с.
8. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Львівського університету*. Серія економічна. Вип. 33. 2016. С.431–436.
9. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Х.: ХНЭУ, 2015. 255 с.
10. Карлофф Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы. М.: Экономика, 2012. 240 с.
11. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент. М.:ЮНИТИ, 2015. 376 с.

12. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. М.: ИНФРА-М. 2015. 344 с.
13. Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В. Управління конкурентоздатністю організації: підручник. К.: «Кондор», 2012. 470 с.
14. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учебно-практическое пособие. 2-е изд. М: Ассоц. Авторы и издателей «Тандем»; Изд. «ГНОМ-ПРЕСС». 2016. 384 с.
15. Мельничук Л. С., Хізніченко О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія : Економіка. 2016. Т. 275, Вип. 263. С. 102-105.
16. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Кузьміна О.Є. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. 2017. 180 с.
17. Петрушка Т.О. Чинники формування та показники оцінювання конкурентоспроможності промислових підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 10. С. 125-129.
18. Святненко В.Ю. Чинники підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах глобалізації. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2018. Вип. 23. С. 137 – 142.
19. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 33. 2016. С.431–436.
20. Кривешко О.В., Сідун П.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства та кластерів. *Національний університет «Львівська політехніка»*. 2016. С.180-188.
21. Пермінова С.О., Романко Є.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства *Молодий вчений*. 2016. № 2. С. 70-74.

22. Ладунка І.С. , Братанов М.І. Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 189-194.
23. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. К. : ДАКККіМ, 2016. 160 с.
24. Нефедова О.Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2016. №5.Т.2. С.212–215.
25. Єфремова В.Б. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства URL: <http://www.viem.edu.ua/konf6/art.php?id=0467> (дата звернення: 10.02. 2020).
26. Вітвіцький В. В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Вісник ЖНАЕУ*. 2017. № 2 (51), т. 2. С. 207–213.
27. Смачило В.В., Головка-Марченко І.С. Класифікація факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств. *Молодий вчений*. 2016. № 2(3). С. 61-65.
28. Шкарлет С. М., Ладонько Т.І., Корж Т.І. Методологічні аспекти та методичні принципи оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2017. № 3 (11). С. 153–161.
29. Мошнов В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия URL: [http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate\\_competitiveness.shtml](http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml). (дата звернення: 12.02. 2020).
30. Лисенко К.Е. Методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності диверсифікованих підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. №3 URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3\\_2019/154.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2019/154.pdf) (дата звернення: 12.02. 2020).
31. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Механізм регулювання економіки*. 2017. № 4. С.155-161.

32. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / за наук. ред.. д.е.н., проф.. Н.А. Хрущ. К.: Освіта України, 2012. 316 с.
33. Хрущ Н. А., Ваганова Л.В. Сучасні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 5, Т. 3. С. 153-156.
34. Ємцев В.І. Особливості формування конкурентоспроможності підприємств виноробної промисловості України. *Інтелект XXI*. 2015. № 5. С. 36-45
35. Яблонська Н. В., Крупіна С. В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі України. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 16. С. 147–151.
36. Каламан О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств малого та середнього бізнесу виноробної галузі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. URL: [http://journals.stu.cn.ua/problems\\_and\\_prospects\\_economics\\_management/article/view/204809/0](http://journals.stu.cn.ua/problems_and_prospects_economics_management/article/view/204809/0) (дата звернення: 30.07.2020).
37. Топов А.Г. Інвестиційно-інноваційний розвиток виноградарсько-виноробного підкомплексу: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. Нац. акад. аграр. наук України, Нац. наук. центр "Ін-т аграр. економіки". Київ, 2017. 20 с.
38. Яблонська Н. В., Крупіна С. В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі України. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 16. С. 147–151.
39. Карпінська Г. В. Реструктуризація підприємств виноробства як інструмент управління їх життєвим циклом : дис... канд. екон. наук : 08.00.04. Ін-т проблем ринку та екон.-екол. досліджень НАН України. Одеса, 2009. 191 с.
40. Лазарева Є. В., Карпінська Г. В. Кластер як перспективна форма реструктуризації підприємств виноробства. *Прометей*. 2008. № 2 (26). С. 114–119.

41. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 19.03.2020).
42. Ткаченко О.Б. , Агєва І.М. , Беркгаут В.М. Інноваційні складові стратегічного розвитку виноробних підприємств України. *Економіка харчової промисловості*. 2016. Т. 8, Вип. 1. С. 55–61.
43. Кравчук А.О., Казанджі А.В. Проблеми та пріоритетні напрями розвитку виноградарсько-виноробної галузі України. *Держава та регіони*. Серія : Економіка та підприємництво. 2019. № 2. С. 41-47.
44. Муратов В.Г., Левінський В.М. Осипова Л.А. Автоматизація процесів переробки вторинної сировини виноробства. *Автоматизация технологических и бизнес-процессов*. 2018. Vol. 10, Iss. 4. С. 19-28.
45. Ринок виноробної продукції. Аналітика. Маркетингові дослідження // Аналіз ринків, огляди ринків, база маркетингової інформації MarketinG URL: [http://www.marketing.net.ua/view\\_markets.php?num=46694](http://www.marketing.net.ua/view_markets.php?num=46694)
46. Міжнародна виставка вин і спиртних напоїв Wine&Spirits Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://expoclub.ru/db/exhibition/view/8226/>
47. Колесник В. М., Бельмак Д. О. Оцінка привабливості зовнішніх ринків виноробної продукції. *Ефективна економіка : електрон. наук. фахове вид.* URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=748>
48. Радченко Т. М. Україна в сучасних тенденціях функціонування світового ринку вино продукції. *Науковий вісник Миколаївського державного університету ім. В. О. Сухомлинського*. Серія : економічні науки. 2015. № 1. С. 70–76.
49. Лупенко Ю. О. Сучасні тенденції розвитку ринку продукції виноградарства в Україні. URL: <http://wineofukraine.com/index.php/455-market-trends-2017.html>
50. Симонова-Хитрова М. Ю. Современные тенденции развития мировой винодельческой отрасли и рынка вина. URL:



<https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mirovoy-vinodelcheskoy-otrasli-i-rynka-vina>

51. Дробиз В. Состояние и перспективы развития мирового рынка вина // Центр исследований федерального и региональных рынков алкоголя (ЦИФРРА). URL: <https://alcoexpert.ru/itnews/35199-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-mirovogo-rynka-vina.html>