

**Міністерство освіти і науки України
Одеська національна академія харчових технологій**

КАЛАМАН ОЛЬГА БОРИСІВНА



УДК 663.25.013:[005.21:001.8]

**МЕТОДОЛОГІЯ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ
ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 — економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Одеса – 2021

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Одеській національній академії харчових технологій Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант – доктор економічних наук, професор
ЛАГОДІЄНКО Володимир Вікторович
Одеська національна академія харчових технологій,
завідувач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі.

Офіційні опоненти:

- доктор економічних наук, професор
ДАНЬКО Юрій Іванович,
Сумський національний аграрний університет,
проректор з наукової роботи;
- доктор економічних наук, професор
МАРТИНЮК Олена Анатоліївна,
Міжнародний гуманітарний університет,
професор кафедри менеджменту;
- доктор економічних наук, професор
МЕХОВИЧ Сергій Анатолійович,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
завідувач кафедри міжнародного бізнесу та фінансів.

Захист відбудеться **«13» квітня 2021 р. об 11.00 годині** на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.088.05 в Одеській національній академії харчових технологій за адресою: 65039, м. Одеса, вул. Канатна, 112, аудиторія А-234.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Одеської національної академії харчових технологій за адресою: 65039, м. Одеса, вул. Канатна, 112, читальний зал.

Автореферат розісланий **«13» березня 2021 р.**

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Крупіца І.В.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Науково обґрунтована потреба стратегічного управління виноробними підприємствами обумовлена наявністю багатьох проблем в галузі та країні загалом, що провокують економічне реформування та реструктуризацію всіх суб'єктів. Проведений аналіз практики господарювання показав, що на розробку результативно діючої стратегії розвитку виноробних підприємств витрачається найбільше часового управлінського ресурсу, чим створюються додаткові перепопи у систематичній роботі виноробних підприємств. З метою ефективної розробки та своєчасної реалізації вироблених управлінських рішень доцільним є залучення стратегічного орієнтування до виробничої, фінансової та інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

Основною перепоною у розробці ефективної стратегії, що постає сьогодні перед вітчизняними виноробними підприємствами, являється недостатність потрібної інформації та відповідного досвіду. Саме зазначені аспекти в цій галузі знань мали б стати теоретико-методологічною платформою у процесі її формування та впровадження. Важливою, історично сформованою та досі актуальною, проблемою для галузі виноробства при особливо гострій конкуренції є недостатність систематизованих та сучасних знань в управлінській сфері, які б змогли запропонувати підходи, положення, концепції, закони, принципи та процеси щодо розробки стратегії виноробних підприємств, які мають враховувати особливості функціонування галузі. Окремим напрямом, що забезпечує досягнення конкурентоспроможних позицій досліджуваних підприємств галузі, є управління розробленою стратегією. Все зазначене обумовлює потребу в розробці теоретико-методологічного алгоритму та практичних рекомендацій із стратегічного розвитку виноробних підприємств з урахуванням всіх наявних особливостей функціонування галузі.

Теоретичним та практичним аспектам стратегічного управління присвячені розробки Д. Аакера, Ф. Аналоуї, І. Ансоффа, К. Ендрюса, М. Мескон, Г.Мінцберга, М. Портера, А. Стрікланда, А. Томпсона, К. Фрімена, Д. Хасбі. Сучасними вітчизняними дослідниками в цій галузі є І.М. Агеева, С.А.Бондаренко, Б. В. Буркинський, В. О. Василенко, В. Г. Герасимчук, М.Д.Годлевський, Ю. І. Данько, В. Л. Дикань, Н. А. Добрянська, І. А. Ігнатєва, С. М. Ілляшенко, Н. С. Ілляшенко, Г. І. Кіндрацька, В. М. Кобелев, О. І. Лайко, М. М. Мартиненко, Б. М. Мізюк, О. О. Меліх, С. А. Мехович, В. В. Москаленко, А. Л. Наливайко, Г. В. Осовська, О. В. Прокопенко, В. С. Пономаренко, К.І.Редченко, І. В. Смолін, В. С. Тертичка, Т. І. Ткаченко, З. Є. Шершньова і інші.

Проблемам сталого та інноваційного розвитку підприємств присвячені роботи Н. Й. Басюркіної, А. І. Бутенка, В. М. Геєця, О. Д. Гудзинського, В.І.Захарченка, О. В. Зибаревої, Л. В. Іванченкової, І. О. Іртищевої, В. І. Копитка, О. М. Котлубая, І. В. Крупіци, В. В. Лагодієнка, О. А. Мартинюк, М.М.Меркулова, С. В. Мочерного, В. В. Немченка, О. В. Ніколюк, О. І. Павлова, С. В. Рибалка, І. І. Савенка, І. О. Седікової, В. М. Стремядіна, В. О. Ткач, Л.І.Федулової, С. В. Філіппової та інших.

Незважаючи на існуючі рішення багатьох теоретичних, методологічних і прикладних задач, не повноцінно досліджені і теоретично обґрунтовані ключові характеристики розробки стратегії виноробних підприємств, недостатньо повно описані система і механізм стратегічного розвитку, не проведено моделювання і прогнозування стратегічного розвитку, не чітко визначені напрями стратегічного інноваційного розвитку виноробних підприємств. Виникає необхідність розвитку і доповнення теоретичних і методичних основ, науково-методичного забезпечення та реалізації методів, а також уточнення пріоритетних напрямів стратегічного розвитку виноробних підприємств і комплексів, що підтверджує актуальність теми дисертаційної роботи, визначає мету і завдання дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Теоретико-методологічні напрацювання, висновки та пропозиції відповідають науково-дослідним тематикам: «Розробка стратегії виноробних підприємств» (№0117U005543, 2018-2019 рр.) - розроблено систему стратегічного розвитку виноробних підприємств; «Стратегії і вектори розвитку галузей національної економіки» (№0119U003588, 2020-2021 рр.) - виділено методи стратегічного розвитку виноробних підприємств; «Напрямки трансформації бізнес-моделі агропродовольчих підприємств в умовах глобалізації» (№0120U002030, 2020-2021 рр.) - представлено принципи стратегічного розвитку; «Методологічні аспекти контролю та діагностики ризиків підприємства в умовах нестійкої економіки» (№0119U003632, 2020-2021 рр.) - визначено методологію стратегічного розвитку виноробних підприємств; «Інноваційне забезпечення стратегії розвитку виноробного підприємства» (№0119U003589, 2020-2021 рр.) - запропоновано методикку оцінки стратегії інноваційного розвитку виноробних підприємств; «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№0117U003928, 2020-2021 рр.) - розроблено концепцію стратегічного розвитку виноробних підприємств.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є систематизація та обґрунтування науково-методичних положень та розробка науково-практичних рекомендацій щодо удосконалення методології стратегії виноробних підприємств. Необхідність досягнення зазначеної мети зумовила постановку й розв'язання таких завдань:

- дослідити сучасний стан і стратегічні передумови розвитку виноробних підприємств, провести теоретичний аналіз категорії «стратегія» в науковій парадигмі;
- розробити концептуальні положення стратегії розвитку підприємства;
- виділити системи стратегічного управління підприємств та запропонувати методичні підходи його стратегічного розвитку;
- представити напрями формування та реалізації стратегії розвитку виноробного підприємства;
- представити концепцію розробки методології стратегії розвитку виноробних підприємств;
- проаналізувати зовнішнє середовище функціонування виноробних підприємств;

- запропонувати методологію оцінки ефективності діяльності виноробних підприємств;
- розробити фінансову стратегію діяльності виноробних підприємств;
- представити інновації як необхідну умову формування стратегії розвитку виноробних підприємств та сформулювати інструментарій інноваційної стратегії розвитку виноробного підприємства;
- розробити модель стратегії інноваційного розвитку виноробних підприємств в сучасних умовах господарювання;
- побудувати стратегічний профіль виноробного підприємства та розробити напрями стратегії його розвитку;
- запропонувати науково-методичний підхід щодо прогнозування ефективної стратегії розвитку виноробних підприємств;
- розробити рекомендації щодо удосконалення механізму реалізації ефективної стратегії інноваційного розвитку виноробних підприємств.

Об'єктом дослідження є процеси формування та реалізації стратегії виноробних підприємств.

Предмет дослідження являє сукупність теоретичних, методичних, науково-практичних аспектів методології розробки стратегії виноробних підприємств.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дисертаційної роботи є фундаментальні положення сучасної теорії управління, загальнонаукові та спеціальні методи, методичні прийоми та принципи пізнання стратегії розвитку, зокрема: морфологічний аналіз, абстрагування і логічне усвідомлення (для уточнення понятійно-категорійного апарату в системі стратегічного управління), статистичного та економічного аналізу (для дослідження стратегічних напрямів економічної ефективності виноробних підприємств), графічний метод (для візуалізації результатів дослідження), системного аналізу і синтезу (для визначення взаємозв'язків), метод моделювання (для проектування ефективної стратегії розвитку виноробних підприємств), монографічний, оглядово-аналітичний (для дослідження наукових поглядів і концепцій, абстрактно-логічного узагальнення - для формування мети, завдань, обґрунтування актуальності та концепцій, висновків та пропозицій).

Найважливіші теоретико-методологічні доробки та пропозиції ґрунтуються на емпіричному та діалектичному дослідженні наукових праць провідних вітчизняних та зарубіжних дослідників з проблем стратегічного управління виноробними підприємствами.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні і систематизації науково-методичних положень та розробці науково-практичних рекомендацій щодо удосконалення методології розвитку стратегії виноробних підприємств. Найвагомими науковими результатами, що характеризуються новизною, є такі положення:

вперше:

- виділено концепцію формування стратегії розвитку виноробного підприємства в умовах зростання наукоємності його виробництва, яка передбачає механізм формування системи пріоритетних цілей підприємства з подальшою їх гармонізацією з інноваційністю розвитку та враховує сучасні

економічні реалії. Унікальним є формування, що ґрунтується на теоретичних і методологічних засадах, доповнене новим механізмом, який підвищує системність прийнятих стратегічних рішень і можливість алгоритмізації процесів певних етапів формування і забезпечення стратегії;

- розроблено алгоритм формування методології стратегії розвитку виноробних підприємств, який відрізняється від існуючих врахуванням взаємозв'язку його логічних елементів, дозволяє забезпечити обґрунтованість і послідовність дослідження змісту методології стратегії розвитку виноробних підприємств, розробити дієві інструменти розвитку та організаційно-методичне забезпечення управління і пов'язування поетапних дії, які приведуть до досягнення поставленої мети на основі раціонального поєднання управлінських впливів на всі елементи виноробного підприємства з урахуванням наявного потенціалу та характеру зовнішнього середовища;

- побудовано модель стратегії інноваційного розвитку виноробного підприємства в сучасних умовах, яка відрізняється наявною можливістю сформулювати різні варіанти стратегій розвитку і адаптувати їх до роботи виноробних підприємств, що заснована на результатах дослідження показників інноваційного розвитку, статистичних даних та трьох показників інноваційно-виробничої діяльності.

удосконалено:

- методологію оцінки ефективності діяльності виноробних підприємств, що заснована на розрахунку інтегрального показника рентабельності діяльності підприємств, обчислювальний механізм якого є значно простішим за існуючі та дозволяє отримати аналогічні висновки щодо ефективності функціонування підприємств;

- напрями формування та реалізації стратегії розвитку виноробного підприємства через використання пікопідходу до стратегічного інноваційного розвитку, що обумовлено схожістю протікання інноваційних процесів і участю в них елементів інноваційної системи з особливостями поведінки та умовами взаємодії пікочастин в фізико-хімічних процесах;

- механізм аналізу зовнішнього середовища функціонування виноробних підприємств через оцінювання рівня конкурентоспроможності державно-виновиробників та залучення потенціалу кожного виновиробника забезпечувати внутрішніх та зовнішніх споживачів, а головне підтримування виноробної галузі з боку держави;

- методичні позиції розробки стратегії виноробних підприємств, засновані на сучасній інтерпретації ресурсної концепції, що при динамічному внутрішньому та зовнішньому оточенні підприємств забезпечують можливість застосування комплексного аналізу стратегії в частині її процесу та змісту й дозволяють досягти конкурентних переваг, які першочергово вважалися винятково пріоритетними в концепції стратегії розвитку;

- методологію фінансової стратегії діяльності виноробних підприємств, що являє собою обґрунтовану концепцію залучення і використання фінансових ресурсів, орієнтовану на створення конкурентних переваг і забезпечує умови

постійного розвитку підприємства, в основі якої застосування матриці обрання фінансових стратегій для виноробних підприємств Ж. Франсона та І. Романа;

- алгоритм побудови стратегічного профілю виноробного підприємства, що дозволяє провести аналіз і оцінку різних аспектів стратегічного розвитку виноробного підприємства при здійсненні інноваційної діяльності.

набули подальшого розвитку:

- дослідження сучасного стану та стратегічних передумов розвитку виноробних підприємств, які доводять, що в період інтенсивного розвитку світового ринку виноробної продукції, збільшення споживання вина і посилення конкуренції нових винних держав, особливого значення набуває дослідження, формування та впровадження ефективної стратегії виноробних підприємств;

- сутність і зміст інновацій як необхідної умови формування стратегії виноробного підприємства та інструментарій інноваційної стратегії його розвитку, який полягає в розробці стратегії конкретного сучасного підприємства, що передбачає інноваційну основу, визначає всі наступні дії стимулів майбутньої інноваційної активності підприємства;

- науково-методичний підхід щодо прогнозування ефективної стратегії виноробних підприємств, який поєднує методичний інструментарій стратегічного розвитку та організаційно-економічні моделі, що в сукупності створюють ефективно працюючу систему матеріальних і нематеріальних стимулів стратегічного інноваційного розвитку підприємств, а також дозволяють запустити механізм реалізації цієї стратегії;

- рекомендації з удосконалення механізму реалізації ефективної стратегії інноваційного розвитку виноробних підприємств, які дозволяють підвищити ефективність їх стратегічного розвитку, щоб в найближчому стратегічному періоді домогтися приросту результативності виробничої та інноваційної діяльності, тобто максимізувати результати і мінімізувати витрати підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості практичної реалізації запропонованих теоретико-методологічних підходів й рекомендацій щодо ефективного управління виноробними підприємствами на основі розробленої методології стратегії.

Результати дослідження, висновки і рекомендації, що містяться у роботі, схвалені, апробовані та використовуються у практичній діяльності виноробних підприємств, зокрема, ТОВ «Промислово-торговельна компанія Шабо» (довідка №105 від 19.11.2020); ПрАТ «Вікторія» (довідка № 8 від 22.01.2021); ПрАТ «Харчовик» (довідка № 104/03 від 07.12.2020); ПрАТ «Одесавинпром» (довідка № 17/01 від 20.11.2020); ТОВ «Білозерський» (довідка № 19 від 27.11.2020); ДП «Володимирське» (довідка № 25 від 08.12.2020) та Управлінні аграрної політики Одеської обласної ради (довідка № 29/8 від 13.11.2020). Теоретичні та практичні положення дисертаційної роботи використані в навчальному процесі Одеської національної академії харчових технологій (Акт впровадження від 12.11.2020 р.).

Особистий внесок дисертанта. Всі наукові результати, викладені в дисертації, належать автору особисто. З наукових публікацій, що у співавторстві, використані лише ті матеріали, які є результатом особистої праці здобувача. Робота не містить матеріалів кандидатської дисертації.

Апробація результатів дисертації. Найбільш вагомими теоретико-методологічними положеннями та практичними рекомендаціями дослідження апробовано на 33 науково-практичних конференціях найважливішими серед яких є: V-VIII Міжнародна науково-практична конференція «Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття» (м. Одеса, жовтень 2017-2020 рр.); ICCMIT'19 - The 5th International Conference on Communication, Management and Information Technology (Austria, Vienna, March 26-28, 2019); XI Международная научная конференция (Белорусь, г. Гомель, 23-24 мая 2019 р.); Всеукраїнська науково-практична конференція (м. Одеса, 05.10.2019); VIII науково-практична конференція з міжнар. участю (м. Харків, 01.11.2019); II Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні управлінські та соціально-економічні аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання в умовах трансформації публічного управління» (м. Одеса, 06.11.2019); III Всеукраїнська науково-практична конференція (м. Миколаїв; 27-28.11.2019); III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція (м. Херсон 19.11.2019); Всеукраїнська науково-практична конференція (м. Київ, 08.02.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Ужгород, 21.03.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Дніпро, 2–3.04.2020); I Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» (м. Київ, 23.04.2020); IV Всеукраїнська науково-практична конференція (м. Херсон, 25.03.2020); Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція (м. Черкаси, 16–17.04.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Львів, 22.08.2020); VIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (м. Київ, 11.09.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Одеса, 16.09.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Полтава, 16.09.2020); II Міжнародна науково-практична конференція (м. Київ, 07.10.2020); Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (м. Тернопіль, 29.10.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Ужгород, 17.10.2020); VIII науково-практична internet-конференція з міжнар. участю (м. Харків, 12.11.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Київ, 22.10.2020); Міжнародна науково-практична конференція (м. Запоріжжя, 27.11.2020) та інших.

Публікації. За результатами дисертаційної роботи опубліковано 80 наукових праць. З них: 1 одноосібна та 8 колективних монографій; 32 статі у наукових виданнях, в т.ч. 5 - в іноземних виданнях, що входять до наукометричної бази Scopus, 1 - у фаховому іноземному виданні, 26 - у фахових виданнях України; 5 статей - в інших виданнях, 33 - у матеріалах науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, п'яти розділів, висновків, додатків і списків використаних джерел до кожного розділу. Обсяг дисертації становить 429 стор. комп'ютерного тексту, який містить 18 таблиць і 47 рисунки, додатки на 9 сторінках. Список використаних джерел налічує 477 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність обраної теми, показаний її зв'язок із існуючими світовими та вітчизняними наробками, представлено мету, завдання, предмет, об'єкт, методи дослідження, наведена наукова новизна, практична цінність і апробація отриманих у дисертаційній роботі результатів.

У першому розділі **«Теоретико-методологічне дослідження стратегічного розвитку підприємств»** показано сучасний стан та стратегічні передумови розвитку виноробних підприємств; проведено теоретичний аналіз категорії «стратегія» в науковій парадигмі; систематизовано концептуальні положення стратегічного розвитку підприємств.

Доведено, що у вітчизняних виноробних підприємствах є всі шанси зайняти прибуткову нішу при дотриманні світових тенденцій ринку вина. Тому логічним є вирішення питання підвищення конкурентоспроможності виноробства, тобто проведення необхідних заходів з урахуванням поточної ситуації та виявлення проблем розвитку. Підвищення конкурентоспроможності виноробства має державне значення, є складним і багатогранним, вимагає узгодженого рішення на різних рівнях, пов'язане з розвитком суміжних галузей, які адаптують господарюючі суб'єкти виноробства до постійно змінюваних умов.

Виявлено, що становлення в Україні ринкової економіки з супутнім формуванням відповідних інститутів, інструментів, економічних механізмів, створює передумови для оформлення фундаментального організаційно-методичного забезпечення процесу розробки стратегії. Сутність стратегічного управління полягає у взаємозв'язку стратегічних управлінських рішень, конкретних кроків щодо забезпечення відповідного реагування керівництва підприємств на зовнішню кон'юнктуру і коригування загальних цілей і напрямів розвитку підприємств на найближчу і довгострокову перспективи.

Показано, що управління стратегічним розвитком вимагає застосування комплексу підходів, методів, інструментів, оскільки є інтегрованою діяльністю, яка розкривається в теорії і практиці через сукупність функцій управління, способів вибору і реалізації стратегій, методів тактичного управління, підходів до здійснення інноваційного розвитку. Окремі методи досліджень і розробок не можуть охопити ці проблеми. Потрібне обґрунтування та застосування методології розробки стратегії розвитку підприємств, яка являє собою єдність методів, засобів і прийомів вивчення будь-якого процесу або явища. Для цілей дослідження розроблено методологію стратегічного розвитку підприємств.

Узагальнено, що методологія стратегічного розвитку підприємств являється єдністю загальносвітоглядних, загальнонаукових та окремих методів дослідження, які дозволяють виділити теоретичні положення, принципи, підходи, особливості та ключові характеристики стратегічного розвитку з метою визначення його концепції та сукупність методичних підходів і методик стратегії розвитку; системи і механізму, комплексу інструментів формування і реалізації стратегії, в т. ч. методів і засобів моделювання, прогнозування, стимулювання, розробки перспективних напрямів і програми стратегічного розвитку, які забезпечують ефективність стратегічного розвитку підприємств (рис. 1).



Рис. 1. Методологія стратегічного розвитку підприємств

Розроблено та запропоновано концептуальні положення стратегічного розвитку підприємств. Вони є концепцією формування стратегії їх розвитку в умовах зростання наукоємності їх виробництва, яка передбачає основний механізм процесу формування системи пріоритетних цілей з подальшою їх гармонізацією з інноваційністю розвитку та враховує сучасні економічні реалії. При цьому унікальним є врахування процесу формування стратегії розвитку підприємств, що ґрунтується на теоретичних і методологічних засадах, доповнений новим механізмом підвищення системності прийнятих стратегічних рішень і можливості алгоритмізації процесів певних етапів формування і забезпечення стратегії. Всі представлені положення концепції стратегічного розвитку дають її єдине розуміння і закладають основу формування генезису, змісту і закономірностей стратегічного розвитку підприємств (рис.2).

Показано, що генезис стратегічного розвитку визначається певними положеннями, формується на основі взаємозалежної сукупності характеристик стратегічного розвитку, які є причинами, передумовами його становлення, - інноваційної, виробничої, стратегічної характеристики і комплексного підходу; та передбачає визначення місця підприємств в зовнішньому середовищі (в мікро, мезо, макро і зовнішньому оточенні). Запропоновано підхід до стратегічного управління розвитком виноробних підприємств, який є результатом аналізу існуючих концепцій щодо формування стратегій, сутності, економічного змісту процесу стратегічного управління та дослідження теоретичних основ його розвитку. Формування стратегії розвитку підприємств ґрунтується на виборі з альтернативних варіантів стратегій. Методи, використовувані при формуванні стратегії розвитку підприємств, найчастіше спираються на сценарний підхід,

заснований на виборі найбільш оптимальних сценаріїв стратегії розвитку.

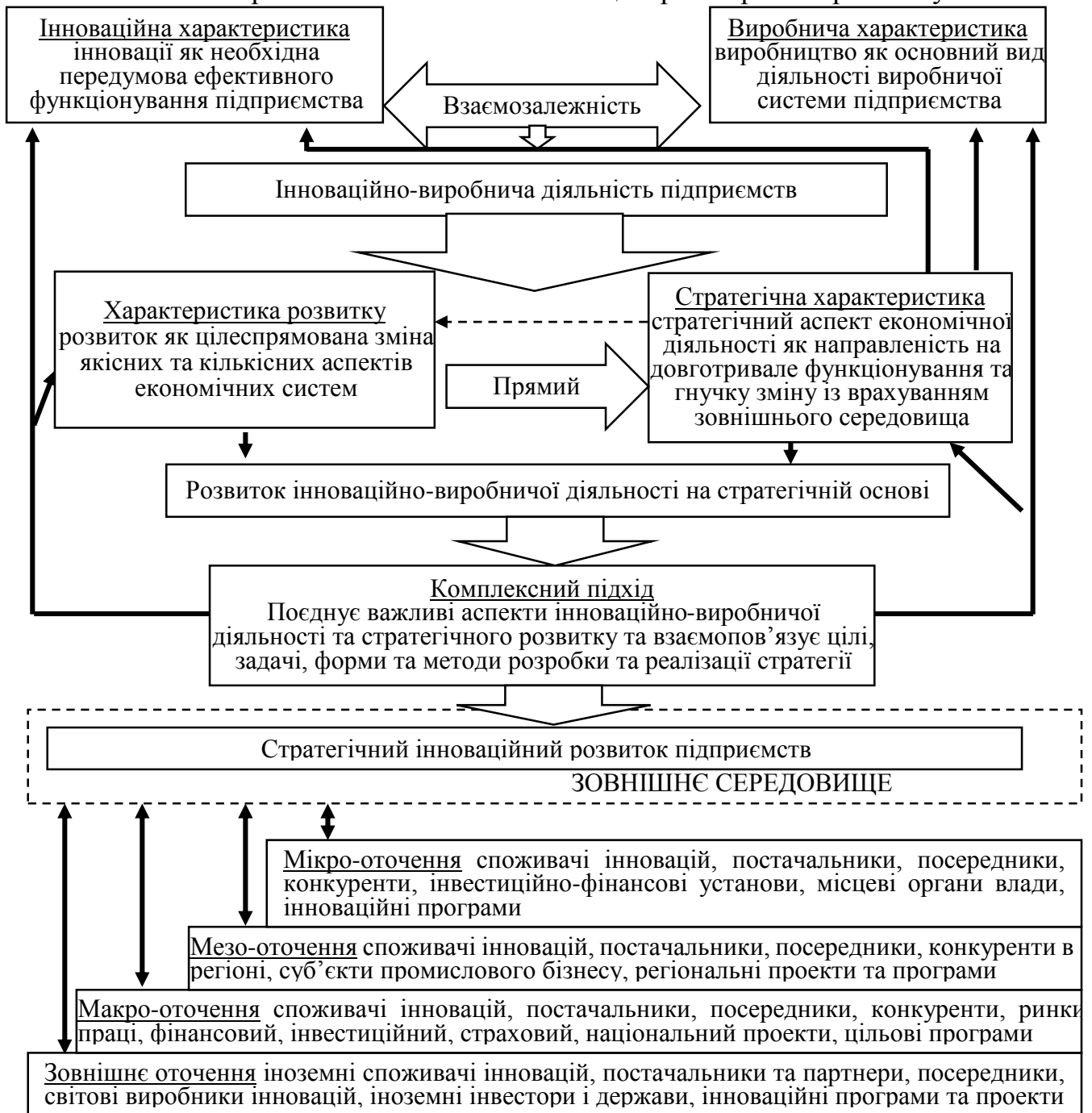


Рис.2. Генезис стратегічного розвитку підприємства

Доведено, що для врахування сучасних економічних реалій, процес формування стратегії розвитку підприємства повинен ґрунтуватися на теоретичних і методологічних засадах, викладених в дисертації, і бути доповнений новим механізмом, що підвищує системність прийнятих стратегічних рішень і можливість алгоритмізації процесів певних етапів формування та забезпечення стратегії. Підсумовано, що доцільність розвитку концепції формування стратегії розвитку виноробних підприємств в умовах зростання наукоємності його виробництва повинна передбачати основний механізм процесу формування системи пріоритетних цілей підприємства з подальшою їх гармонізацією з інноваційністю розвитку.

У другому розділі «Методичні підходи розробки стратегії виноробних підприємств» представлено систему стратегічного управління підприємством; систематизовано методичні підходи щодо стратегічного розвитку підприємств; окреслено напрями формування та реалізації стратегії виноробних підприємств.

Підсумовано, що в процесі формування методичних підходів розробки стратегії виноробних підприємств доцільно проводити детальний аналіз існуючих методів стратегічного управління, які використовує менеджмент підприємства. При цьому вибір конкретної стратегії розвитку для підприємства слід направляти на певний варіант, який чітко детермінує її зміст та здатний реалізувати конкретно визначені керівництвом завдання. Однак, в умовах постійно зростаючої конкуренції, процес формування стратегії розвитку пов'язаний з наявністю багатьох суб'єктів господарювання і зростаючим рівнем невизначеності в умовах зовнішнього середовища. Існування значної кількості стратегій розвитку локального характеру підтверджують висновки про диверсифікацію самого її механізму і одночасно виступає ефективним способом адаптації системи управління і господарської діяльності підприємства в умовах постійних змін у зовнішньому середовищі (табл.1).

Таблиця 1

Систематизація і характеристика методичних підходів і моделей формування стратегій розвитку підприємств

Підходи до формування стратегії	Моделі вибору стратегії	Ключові принципи методичних підходів
Ресурсний	<p>Реінжиніринг бізнес-процесів</p> <p>Облік витрат за видами діяльності</p> <p>Модель конфігурації Мінцберга</p> <p>Модель 7S McKinsey</p> <p>Модель розвитку Грейнера</p>	<p>1) цілі стратегії розвитку повинні орієнтуватися на зниження витрат і підвищення якості;</p> <p>2) стратегічному управлінню притаманний циклічний характер;</p> <p>3) діяльність підприємства в процесі свого розвитку носить детермінований характер;</p> <p>4) діяльність підприємства проходить послідовні стадії, впливаючи на вибір стратегії розвитку;</p> <p>5) розвитку діяльності підприємства характерні особливості, що визначаються конкретним типом організаційного устрою.</p>
Орієнтований на зовнішнє середовище	<p>Модель BCG</p> <p>Модель конкурентної стратегії Портера</p> <p>Модель 5 конкурентних сил Портера</p> <p>Матриця «Товар-ринок» Ансоффа</p> <p>Модель невизначеності McKinsey</p>	<p>1) вибір стратегії розвитку визначається характеристиками ринку і певною позицією, яку займає підприємство на ньому;</p> <p>2) зростання норми і обсягу прибутку виступає цільовою функцією бізнесу;</p> <p>3) рівень невизначеності детермінує вибір потенційних альтернатив стратегії розвитку;</p> <p>4) вибір стратегії розвитку пов'язаний з дилемою «адаптація/зміна» зовнішнього середовища</p>
Збалансований	<p>GE / McKinsey</p> <p>Модель динамічних можливостей</p> <p>Матриця Shell / DPM</p> <p>Система збалансованих показників</p> <p>Модель ADL</p> <p>Модель Hofer / Schendel</p>	<p>1) для вектору напрями розвитку діяльності підприємства характерна залежність від зовнішніх і внутрішніх факторів;</p> <p>2) стратегічні цілі вищого рівня деталізуються на цілі нижчого рівня за допомогою системи причинно-наслідкових зв'язків.</p>

Розроблено методичні підходи до стратегічного розвитку підприємств, що засновані на формулюванні стратегії і тактики розвитку виробничих

потужностей підприємств виноробної галузі. Визначено і розглянуто підходи до розробки та реалізації стратегії розвитку виробничих потужностей виноробних підприємств. Встановлено, що поєднання декількох підходів до дослідження проблеми стратегічного розвитку дозволяє найкращим чином визначити його особливості, врахувати окремі аспекти розвитку і визначити пріоритети розробки стратегії. Виділено системний, комплексний, ієрархічний, функціональний, процесний підходи, а також запропоновано принципово новий підхід до інноваційного розвитку підприємств - пікопідхід. Виявлено, що можливість застосування принципів роботи елементів на пікорівні до управління інноваційними процесами обумовлена схожістю протікання інноваційних процесів і участю в них елементів інноваційної системи з особливостями поведінки та умовами взаємодії пікочастин в фізико-хімічних процесах.

Зіставлення пікопроцесів і відповідних їм особливостей з умовами проведення процесів інноваційної діяльності дозволило зробити висновок про можливість застосування пікопідходу до розгляду інноваційних процесів і систем, оскільки відображені основні риси інноваційної діяльності та поведінки об'єктів і суб'єктів інноваційної системи. На основі характеристик процесів на пікорівні (пікопроцесів) було виділено такі, які можна трансформувати на умови здійснення інноваційної діяльності, що визначають її схожість із здійсненням пікопроцесів. Визначено 15 умов адаптації пікопідходу до проведення стратегічного інноваційного розвитку. З представлених характеристик елементів пікорівня (пікоелементів) рекомендується виділити 5 ключових, які визначають особливості інноваційного розвитку і найбільш повно описують закономірності і принципи проведення інноваційних процесів на виноробних підприємствах.

Показано напрями формування та реалізації стратегії розвитку виноробних підприємств, що в загальному вигляді в рамках даного дослідження детермінується як оптимальна ділова концепція, яка доповнюється конкретним комплексом дій та сприяє реалізації визначеної конкурентної переваги. Доведено, що процес формування стратегії розвитку повинен ґрунтуватися на глибокому і детальному розумінні ринку, оцінці існуючих позицій виноробного підприємства на ринку і усвідомленні власних конкурентних переваг. На підставі описаної вище деталізації змісту етапів проведення моделювання формування стратегії для виноробних підприємств, як ітеративного процесу, стає можливим представити його у вигляді наступних основних етапів (табл.2).

Таблиця 2

Етапи моделювання формування стратегії розвитку виноробних підприємств

Етап 1 Детермінація основної мети	Чітка постановка цілей підприємства Структуризація цілей
Етап 2 Аналіз можливих прогалін	Побудова прогнозу майбутньої діяльності на основі поточної стратегії
	Оцінка параметрів зовнішнього середовища Внутрішня оцінка Детермінація конкурентних переваг
Етап 3 Формулювання стратегії розвитку підприємства	Розробка варіантів стратегії розвитку; Оцінка варіантів з позицій досягнення цілей і наслідків; Прийняття рішень щодо змісту стратегії
Етап 4 Реалізація стратегії розвитку підприємства	Складання планів і бюджетів; Спостереження і контроль

Підсумовано, що за своєю тривалістю моделювання процес формування стратегії виноробних підприємств носить ітеративний (циклічний) характер. Але в ході процесу оцінки стратегій може виникнути потреба в додатковому аналізі зовнішнього середовища підприємств. З часом відбуваються природні зміни самої стратегії, тому доцільно проводити моніторинг і щорічне коригування рішень і планів, які мають стратегічне значення для діяльності підприємств. В якості завдань методології виступають засоби, умови, елементи, інструменти та підходи, необхідні і достатні для отримання об'єктивно-істинного знання, використання якого забезпечить досягнення поставлених цілей (рис. 3).

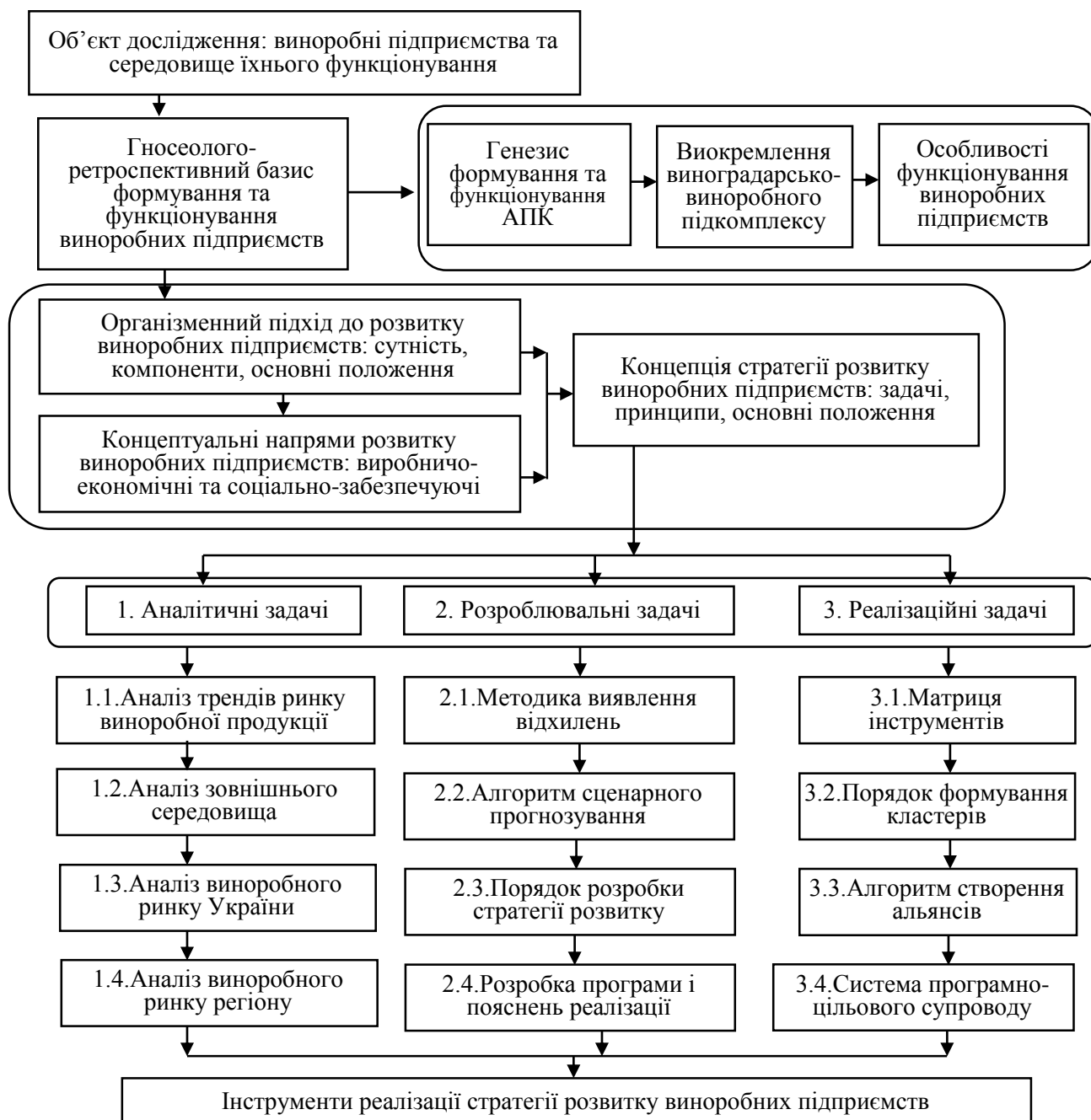


Рис. 3. Методологія формування та реалізації стратегії розвитку виноробних підприємств

Розроблено алгоритм формування методології стратегії розвитку виноробних підприємств (рис. 4).

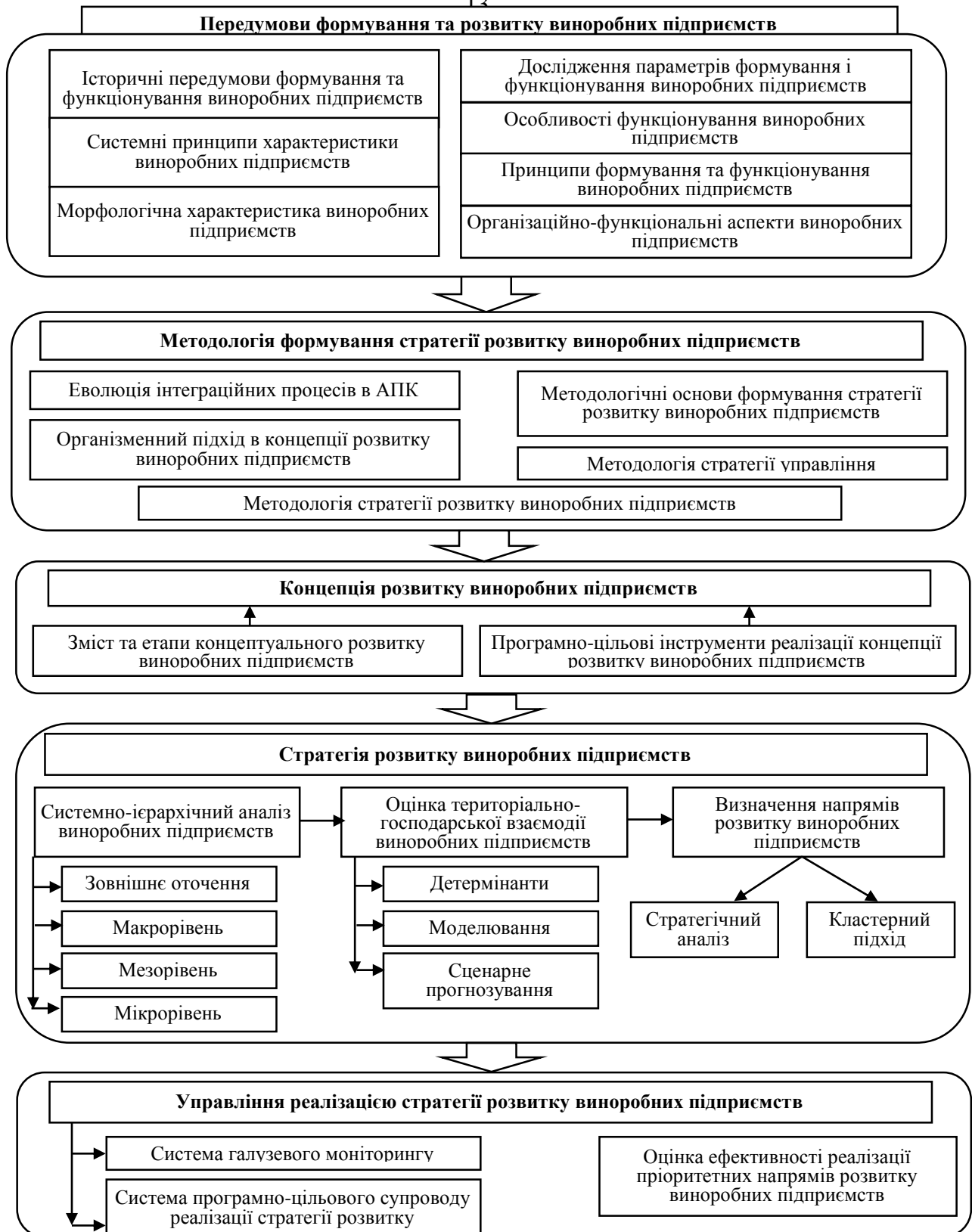


Рис.4. Алгоритм формування методології стратегії розвитку виноробних підприємств

Підкреслено, що процес встановлення цілей виноробного підприємства може бути скоректований після проведення комплексного аналізу стану зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей. У сучасних умовах моделювання процесу формування стратегії виноробного підприємства доцільно пов'язувати з розвитком усієї галузі і позиціонуванням всередині галузі. Таким

чином, при моделюванні процесу формування стратегії розвитку підприємств необхідно враховувати галузеві особливості та їхній вплив на даний процес. Розроблено методологію стратегії розвитку виноробних підприємств, засновану на всебічному вивченні категорії «методологія», що дозволило використати максимально повний набір атрибутів, властивих даній категорії.

Наведений алгоритм відрізняється від існуючих врахуванням взаємозв'язку його логічних елементів, дозволяє забезпечити обґрунтованість і послідовність дослідження змісту методології стратегії розвитку виноробних підприємств, розробити дієві інструменти розвитку та організаційно-методичне забезпечення управління і пов'язування поетапних дії, які приведуть до досягнення поставленої мети на основі раціонального поєднання управлінських впливів на всі елементи виноробного підприємства з урахуванням наявного потенціалу та характеру зовнішнього середовища.

Доведено, що дотримання даного взаємозв'язку логічних елементів дозволяє забезпечити обґрунтованість і послідовність дослідження змісту методології стратегії розвитку виноробних підприємств. При цьому важливо не тільки визначити стратегію, а й розробити дієві інструменти розвитку об'єкта планування для його сталого розвитку. Розроблена методологія стратегії розвитку виноробних підприємств повинна стати організаційно-методичним забезпеченням управління і пов'язувати поетапні дії, які приведуть до досягнення поставленої мети. Хронологічна послідовність таких етапів повинна повністю корелювати з логікою наукового дослідження, яка, в свою чергу, повинна базуватися на наявності взаємопов'язаних між собою елементів: теорія - концепція - методологія - розробка і реалізація стратегії.

У *третьому розділі «Дослідження стратегічних напрямів економічної ефективності діяльності виноробних підприємств»* проведено аналіз зовнішнього середовища їхнього функціонування; представлено методологію оцінки ефективності діяльності виноробних підприємств; розроблено фінансову стратегію діяльності виноробних підприємств.

Розроблено методологію оцінки ефективності діяльності виноробних підприємств, засновану на розрахунку інтегрального показника рентабельності діяльності підприємств, обчислювальний механізм якого є значно простішим за існуючі та дозволяє отримати аналогічні висновки щодо ефективності функціонування підприємств. Показано, що комплексна оцінка ефективності діяльності є складним процесом. Це пов'язано з тим, що ефективність діяльності як комплексний критерій оцінки може включати додаткові показники, що враховують перспективи розвитку, вдосконалення та ін. Проведений аналіз методик (табл.3) показує, що сьогодні не існує стандартизованого і уніфікованого підходу до аналізу й оцінки показників ефективності функціонування виноробних підприємств. Практика сьогодні щодо оцінки показників рентабельності і виявлення факторів, що мають найбільший вплив на неї, дозволяє з'ясувати потенційні можливості підвищення ефективності діяльності виноробних підприємств. Доведено, що рентабельність є найважливішою характеристикою фінансово-економічної діяльності підприємства.

Основні методики оцінки ефективності діяльності підприємств

Назва методик / автори	Зміст
Методика Д. Нортон і Р. Каплана (ЗСП- збалансована система показників)	Проводиться аналіз стратегічних напрямів функціонування підприємства, аналіз і оцінка фінансових і нефінансових показників
ФВА - функціонально-вартісний аналіз функціонування підприємства	Заснований на методі експертних оцінок для визначення значущості показників продукції, що випускається і вимог споживачів
Модель Б. Стюарта EVA - оцінка економічної доданої вартості (Economic Value Added)	Оцінюється вартість компанії з урахуванням збільшення її на вартість майбутніх активів. Використовується кілька методик EVA: ROIC, ROE (ROI) і CFROI
MVA - методика оцінки з використанням моделі ринкової доданої вартості (Market Value Added)	MVA = ринкова вартість капіталу + ринкова вартість залученого капіталу - капітал, що використовується у виробництві
Метод визначення економічної маржі (ЕМ)	Це найбільш універсальний показник для аналізу і оцінки інвестицій, який об'єднує в собі переваги методик оцінки вартості підприємства.
Статистичні методики оцінки ефективності функціонування	Оцінка проводиться на базі статистичних даних найбільше значення приділяється аналізу синергетичного ефекту
Методика оцінки ефективності діяльності Н. А. Кулагіної та І. В. Кулагіна	Проводиться аналіз сукупного ефекту діяльності промислових підприємств
Методики оцінки ефективності функціонування підприємств з урахуванням витрат на інформатизацію	Застосовуються методики оцінки інвестиційних проєктів
Методики оцінки ефективності з використанням виробничих функцій	Оцінюють залежність результатів функціонування підприємства, галузі чи економіки в цілому від впливу на ці результати певних факторів

Для її оцінки були обрані 10 виноробних підприємств, розрахунок за якими проводився за 2015-2018 рр. Отримані результати свідчать про зниження ефективності діяльності виноробних підприємств. Важливо зазначити, що при цьому у 2018 р. спостерігається незначне зростання виробництва на 1,5 % з 6671 тис. дал. у 2017 р. до 6768 тис. дал у 2018 р., тобто на 97 тис. дал. Цікавим є переважання у 2018 р. експорту українських виноградних вин над імпортом (4469,3 тис. дал експорту, проти 3378 тис. дал імпорту при загальній місткості ринку – 5676,7 тис.дал).

Важливим є факт зменшення обсягів реалізації продукції преміум-класу на користь росту бюджетних позицій. Наведена особливість свідчить про можливість поширення продукції вітчизняних виновиробників в межах внутрішнього та Європейського ринку. Подібне впроваджується через використання більшою частиною місцевої сировини, що пов'язане із її ціною доступністю, логістичними особливостями та задовільною якістю. Все зазначене дозволяє скоротити також транспортні витрати та обсяги виноматеріалів неналежної якості. Таким чином, виноробні підприємства мають змогу задовільнити попит споживачів доступним і якісним готовим продуктом. Варто зазначити, що саме територіальні особливості виноробних областей країни із їх природньо-кліматичними факторами (так званим терруаром) сприяє розвитку

виробництва високоякісного сухого вина, яке достойно представить Україну не лише в середні держави, а й на зовнішніх ринках. Стратегічно зазначені потенційні можливості варто розглядати у подальшому як повне витіснення із внутрішнього ринку вин не лише доступного сегменту, але й більш елітних іноземних категорій.

Показано, що предметом надзвичайної уваги з боку не лише виробників, але й державних органів має стати політика тотального контролю внутрішнього ринку щодо імпортової продукції. Історично склалось, що саме вино іноземного походження користується в Україні підвищеним попитом та вітчизняні - викликають лише здивування та гостру недовіру. Конкурувати на власному українському ринку виноробним підприємствам доводиться із подібним стереотипними установками покупців, що формує основну причину зниження їхніх прибутків. Також споживач часто обирає виноробну імпортову продукцію з категорії напівсолодких, фруктових та інших подібних вин. Все зазначене обумовлено низькою культурою споживання вин та невинесенням вина до категорії продуктів харчування. До теперішнього часу українське вино розглядається як алкогольний продукт. Це дозволяє стягувати акцизний збір, який підвищує вартість вина та робить все менш доступним для споживачів. Все зазначене знизило у досліджуваному періоду прибутковість підприємств галузі, спровоковану падінням обсягів продажу та зростанням виробничих витрат, і, як наслідок, зниження аналізованих показників рентабельності.

Показано, що аналіз ефективності діяльності виноробних підприємств за показниками рентабельності, як найбільш об'єктивними за своїм економічним змістом, складається з потужного розрахункового механізму. Доведено, що доцільність введення інтегрального показника, який би зміг передати всю економічну сутність проведених розрахунків, але мав би наочне та більш зрозуміле для аналізу бачення. Запропоновано скористатися показником, назвавши його інтегральний показник рентабельності діяльності підприємства. Суттю такого показника має стати поєднання всіх існуючих та розрахованих вище показників рентабельності у певній логічній послідовності:

$$I_R = (ROS * ROE * R_{OA}) / (ROA * R_{O3}) = \frac{(\frac{ЧП}{ВР} * 100) * (\frac{ЧП}{ВК} * 100) * (\frac{ЧП}{ОА} * 100)}{(\frac{ЧП}{А} * 100) * (\frac{ЧП}{ОЗ} * 100)} = \frac{(ЧП * 100) * (ЧП * 100) * (ЧП * 100) * А * ОЗ}{ВР * ВК * ОА * (ЧП * 100) * (ЧП * 100)} \quad (1)$$

$$= (\frac{ЧП}{ВР} * 100) * (\frac{А}{ВК}) * (\frac{ОЗ}{ОА}) = ROS * Z_{3п} * K_{спів}$$

де ROS – рентабельність продажів,

$Z_{3п}$ – показник загальної залежності підприємства,

$K_{спів}$ – коефіцієнт співвідношення необоротних і оборотних активів.

Варто зазначити, що показник загальної залежності $Z_{3п}$ розраховують як відношення вартості активів підприємства до суми власного капіталу, що показує яка саме сума активів припадає на кожну гривню власного капіталу. В свою чергу, коефіцієнт співвідношення необоротних і оборотних активів $K_{спів}$ характеризує політику підприємства, тобто його наміри. Таким чином, розрахунок запропонованого інтегрального показника рентабельності є доцільним для аналізу ефективності діяльності підприємства. Проведено

розрахунки на прикладі виноробних підприємств та відображено їх у таблиці 4.

Таблиця 4

Розрахунок інтегрального показника рентабельності виноробних підприємств

Підприємство	2015	2016	2017	2018
ПрАТ «Болградський виноробний завод»	6,90	-2,15	1,68	-4,48
ПрАТ «Вікторія»	-2,11	0,55	0,83	1,28
ПрАТ «Виноградар»	5,01	8,31	7,43	5,13
ПрАТ «Ізмаїльський виноробний завод»	3,50	2,09	1,96	1,39
ПАТ «Київський завод шампанських вин «Столичний»	1,24	1,28	-0,25	-17,94
ПАТ «Коблево»	10,46	11,78	14,01	14,85
ПрАТ «Одесавинпром»	41,83	7,32	-3,95	-1,42
ПрАТ «Одеський завод шампанських вин»	-30,69	-21,43	-37,41	4,29
ПрАТ «Харчовик»	1,22	0,55	0,68	0,75
ПАТ «Південна винокурня»	0,38	0,63	0,09	0,07

З розрахованих даних видно, що «провідна п'ятірка» (ПрАТ «Виноградар», ПрАТ «Ізмаїльський виноробний завод», ПАТ «Коблево», ПрАТ «Харчовик», ПАТ «Південна винокурня») виноробних підприємств має інтегральний показник рентабельності лише позитивного значення у досліджуваному періоді. Ці висновки підтверджують попередні розрахунки по окремих показниках рентабельності, що доводить доцільність використання запропонованого показника через його простоту, наочність та доступність розрахунків.

Проаналізовано десять виноробних підприємств, що мають різні стратегії розвитку та відповідно і результативні показники. На особливу увагу заслуговує запропонована методологія оцінки ефективності діяльності виноробних підприємств, що заснована на розрахунку інтегрального показника рентабельності діяльності підприємств. Розрахунок такого показника є значно простішим за загальноприйняті показники рентабельності, але дозволяє прийти до аналогічних висновків щодо ефективності функціонування підприємств.

Розроблено методологію фінансової стратегії діяльності виноробних підприємств, що являє собою обґрунтовану концепцію залучення і використання фінансових ресурсів, орієнтовану на створення конкурентних переваг і забезпечує умови постійного розвитку підприємства, в основі якої застосування матриці обрання фінансових стратегій для виноробних підприємств Ж.Франсона-І. Романа. Не відкидаючи в цілому ресурсну концепцію управління і роль внутрішніх чинників формування конкурентоспроможності (володіння унікальними ресурсами і здібностями) в досягненні стратегічного фінансового успіху підприємств, була висунута гіпотеза домінуючої сили зовнішніх факторів в досягненні успіху, таких як макроекономічна динаміка, життєві та технологічні цикли продуктів і галузей, політичні і соціальні чинники. Виходячи з методики ADL/LC порівняння якості фінансового управління підприємств виноробної галузі можливо при порівнянності їхніх стратегічних позицій. На основі стратегічних позицій підприємств виноробної галузі послідовно формуються корпоративна і фінансові стратегії (рис. 5). Виявлено, що фінансова стратегія являє собою обґрунтовану концепцію залучення і використання фінансових ресурсів, орієнтовану на створення конкурентних переваг і забезпечує умови

постійного розвитку підприємства. Отже, вона є базисом розвитку підприємства.

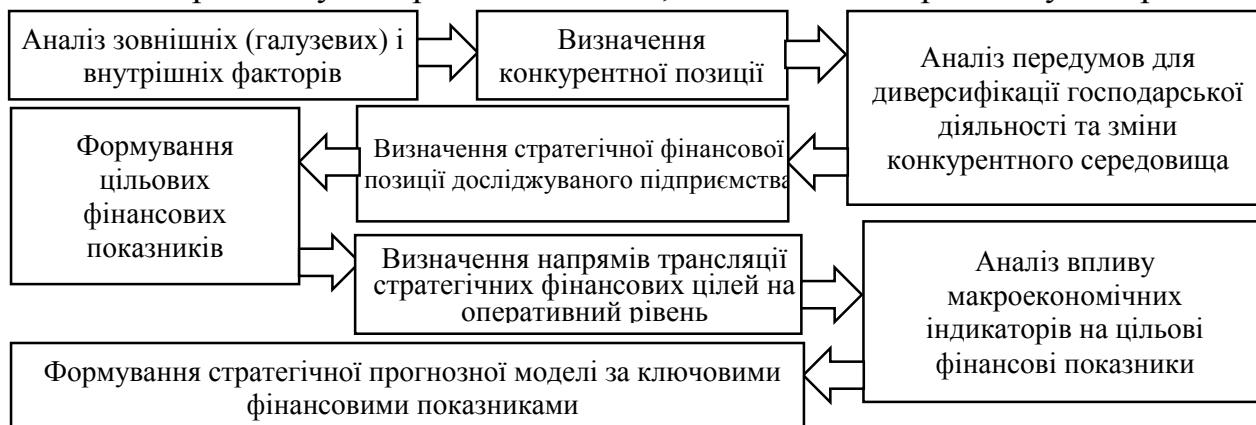


Рис. 5. Схема формування фінансової стратегії виноробного підприємства за вдосконаленою методикою

Після проведеного дослідження методології аналізу фінансової стратегії, було проведено аналіз із застосуванням матриці Ж. Франсона та І. Романа обрання фінансових стратегій для підприємств. Об'єктом дослідження використано обрані підприємства виноробної галузі. За розрахованими даними підприємства були віднесені в певний квадрант матриці визначення стадії фінансового розвитку (табл.6).

	РФД << 0	РФД ≈ 0	РФД >> 0
РГД >> 0	РФГД ≈ 0 1 № 7, 9, 10	РФГД > 0 4 № 2, 3, 4, 6	РФГД >> 0 8
РГД ≈ 0	РФГД < 0 7	РФГД ≈ 0 2	РФГД > 0 5 № 1
РГД << 0	РФГД << 0 9 № 5, 8	РФГД < 0 6	РФГД ≈ 0 3

Рис.6. Матриця визначення фінансових стратегій виноробних підприємств

З проведених розрахунків видно, що у квадранті 1 виявились такі виноробні підприємства № 7, № 9, № 10 (ПрАТ «Одесавинпром», ПрАТ «Харчовик», ПАТ «Південна винокурня») – це є квадрант рівноваги, де результати фінансово-господарської діяльності приблизно дорівнюють нулю. Такі підприємства знаходяться у секторі гальмування та потребують залучення додаткових коштів, проте політика компанії направлена на відмову від них. В свою чергу підприємства № 2, № 3, № 4, № 6 (ПрАТ «Вікторія», ПрАТ «Виноградар», ПрАТ «Ізмаїльський виноробний завод», ПАТ «Коблево») опинились у квадранті 4, який характеризує ситуацію успіху (стабілізація), тобто збільшення ліквідних коштів підприємств та перебування у стані фінансової рівноваги і платоспроможності, коли значення результату фінансово-господарської діяльності є більшим за нуль. Проте, для таких підприємств можлива в майбутньому нестача оборотних коштів для успішного ведення фінансово-господарської діяльності. Із такими ж характеристиками можна зупинитись на

квadrанті 5, до якого потрапило підприємство № 1 (ПрАТ «Болградський виноробний завод»). В свою чергу, потрапляння підприємства до нього свідчить про надлишок ліквідних коштів та можливість росту підприємства.

На особливу увагу заслуговують підприємства № 5 та № 8 (ПАТ «Київський завод шампанських вин «Столичний», ПрАТ «Одеський завод шампанських вин»), які після розрахунків були віднесені до квадранту 9 – зони витрачання, тобто нестійкого критичного фінансового стану із значення результату фінансово-господарської діяльності меншим за нуль. Тут відбувається інтенсивне «проїдання» ліквідних активів підприємств, розрахункові значення вагомих показників є негативними та вказують на їхню збитковість та неплатоспроможність. Такий стан деякі фахівці називають суттєво кризовим на тлі повного гальмування його розвитку. Це реальне кризове становище підприємства. Рецепти виходу з кризи можуть бути запропоновані наступні: дезінвестиції, фінансова підтримка уряду або материнської компанії, інтеграція, яка дозволить різко зекономити на постійних витратах і скоротити величину фінансово-експлуатаційних витрат. Важливо підкреслити, що попередньо проведені розрахунки показали аналогічно негативні перспективи для підприємств № 5 та № 8 (останнє взагалі ініціювало процедуру банкрутства). Таким чином, описані теорії та проведені за ними розрахунки вже підтверджені практично та мають не лише рекомендаційний до використання в практичній діяльності підприємств характер, але й підтверджені факти реального «передбачення» подій щодо формування фінансової стратегії.

У четвертому розділі «**Інноваційне забезпечення стратегії розвитку виноробних підприємств**» показано сутність і зміст інновацій як необхідної умови формування стратегії розвитку виноробного підприємства та інструментарій інноваційної стратегії його розвитку; розроблено модель стратегії інноваційного розвитку виноробного підприємства в сучасних умовах.

Доведено, що як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі функціонування сучасних підприємств існують певні протиріччя та перешкоди, які ускладнюють розвиток інноваційних процесів. Більш того, сама специфіка процесів, як впровадження, так і реалізації таких інноваційних стратегій в певній мірі визначає отримані результати. Представлено, що ступінь формалізації зазначених процесів можлива. Для цього необхідна побудова системи розробки цілісної стратегії розвитку з урахуванням інноваційної активності, в межах якої буде визначатися послідовність етапів формування та реалізації стратегії.

Показано, що розробка стратегії розвитку конкретного сучасного підприємства, яка передбачає інноваційну основу, визначає всі наступні дії стимулів майбутньої інноваційної активності підприємства. Вона є актуальною метою для успішного розвитку виробництва, причому на всіх рівнях - від конкретного підприємства до державного рівня, оскільки необхідність побудови так званої «економіки знань», що визначає перехід до наступного технологічного укладу та вилучення із статусу сировинного приросту, дуже велика. В основі такої економіки лежить інноваційна діяльність, темпи якої визначають ступінь інноваційної активності всіх галузей та підприємств країни. Зазначено складність становища вітчизняних підприємств за об'єктивними історичними

причинами, які не займалися побудовою інноваційних стратегій та стимулюванням виробництва. Показано, що формування ефективної стратегії, її реалізація вимагає створення продуманої цілісної системи, яка б враховувала вплив всіх можливих факторів на активність інноваційної діяльності. Необхідна також формалізація дій, спрямованих на розробку та реалізацію інноваційної стратегії, яка буде супроводжуватися адекватними механізмами кількісної оцінки. Все це дозволить сучасним підприємствам розробляти свою «діючу» стратегію інноваційного розвитку. Розроблено схему функціонування традиційної і пікомоделі стратегічного інноваційного розвитку (рис.7).



Рис. 7. Схема відмінностей традиційного та пікопідходу стратегічного інноваційного розвитку

Було визначено основні відмінності традиційного та пікопідходу щодо інноваційного проекту: в пікомоделі швидкість проходження інформації вище, оскільки вже на 2 етапі реалізації проекту підключаються зацікавлені інноваційні пікоелементи; інноваційний кластер формується з зацікавлених в проведенні інноваційного процесу пікоелементів; пікомодель не вимагає прийняття інноваційного рішення вищим керівництвом, яке тільки фіксує одержувані ефекти і коригує інноваційну стратегію за результатами реалізації проекту; необхідний контроль поточної діяльності, тому що самостійні невірні рішення інноваційних пікоелементів можуть привести до небажаних відхилень від загальної стратегії економічної системи; реалізація інноваційного проекту в пікомоделі здійснюється за 3-4 етапи, а в традиційній - переважно за 5 етапів; пікомодель дає 2 види ефектів в інноваційному циклі, які значніше підсумкового інноваційного ефекту традиційної моделі; якщо в традиційній моделі інноваційне рішення не буде прийнято, то не буде отримано ніякого ефекту, а в пікомоделі в будь-якому випадку будуть досягнуті локальні інноваційні ефекти, тому вони формуються на 1-2 етапах; пікомодель має 2 зовнішні зворотні зв'язки для перевірки локального і загального інноваційних ефектів, які діють

оперативніше, а при відхиленнях від вимог після 3 етапу можливо коректувати підключенням до процесу інших пікоелементів; перший зовнішній зворотний зв'язок пікомоделі діє вже після проведення 3 етапу, в традиційній - 3 етап тільки прийняття інноваційного рішення; внутрішній зворотний зв'язок в пікомоделі здійснюється в кінці інноваційного циклу, тобто вже оцінюються результати реалізації проекту, і не перешкоджає проведенню інноваційного процесу; пікомодель дозволяє ввести коректування в інноваційну стратегію з урахуванням отриманого результату реалізації інноваційного проекту; в пікомоделі розглянуто 1 варіант реалізації інноваційного рішення за участю 2 елементів, проте може залучатися більше пікоелементів, і досягатися більший ефект або інноваційне рішення буде здійснюватися швидше; при використанні пікомоделі паралельно можуть проводитися інші інноваційні рішення, оскільки в реалізації поточного проекту зайнята тільки частина інноваційних пікоелементів.

Таким чином, пікопідхід до стратегічного інноваційного розвитку дозволяє використати більше інноваційних ідей, акумулювати роботу різних інноваційних пікоелементів, а також отримання, як мінімум, локального інноваційного ефекту, і прискорення інноваційного процесу (рис.8).



Рис.8. Модель вибору інноваційної стратегії виноробного підприємства

Розроблено комплексну модель стратегічного інноваційного розвитку, що являє собою сукупність взаємопов'язаних моделей, де кожна з них направлена на досягнення певних цілей, споживаючи певні ресурси (в т. ч. інформаційні) і здійснюючи певні процеси. Однак всі проведені процеси взаємопов'язані і взаємозалежні, і при збої в одній з моделей відбувається автоматичне «підключення» моделі, що замінює, і процес управління інноваційною діяльністю в інноваційній системі не переривається. Кожна модель має свій результат, але він невідривно пов'язаний із загальним процесом моделювання та досягнення цілей інноваційного розвитку. Складено схему взаємодії окремих

моделей в складі комплексної моделі управління інноваційною системою виноробного підприємства, де особлива увага приділяється інформаційному обміну між окремими моделями для забезпечення їхньої взаємозамінності та взаємоузгодження в інноваційній системі (рис. 9).



Рис. 9. Схема взаємодії окремих моделей в складі комплексної моделі управління інноваційною системою виноробного підприємства

Побудовано модель стратегії інноваційного розвитку виноробного підприємства в сучасних умовах господарювання, яка відрізняється наявною можливістю сформулювати різні варіанти стратегій розвитку і адаптувати їх до роботи виноробних підприємств, що засновується на результатах дослідження показників інноваційного розвитку, статистичних даних, а в якості показників, що впливають на рівень розвитку виноробних підприємств, обрані 3 показника інноваційно-виробничої діяльності.

Було обрано метод ієрархічного кластерного аналізу і метод «ближнього сусіда», відповідно до якого проведено зв'язування об'єктів в кластер і здійснено розрахунок відстані до кластера. Таким чином, у великий кластер об'єднуються ті малі кластери, відстань між якими є мінімальною. Оцінка відмінності використовується для визначення найбільш оптимального вибору метричної відстані і методу зв'язування об'єктів в кластер. Вона проводиться на основі значення кофенетичного кореляційного коефіцієнта. Проведено кластерний аналіз для 10 виноробних підприємств за трьома показниками інноваційно-виробничої діяльності. Зображення всіх трьох показників на одній гістограмі ще більш заплутує ситуацію (рис. 10). Розглянута кількість показників дозволила відобразити наявні дані точками в просторі. Таке відображення показало, що точки розташовуються не рівномірно, а згруповані в кілька сукупностей, віддалених один від одного на деяку відстань. Логічним було використати процедуру кластерного аналізу. Значущих кластерів в даному випадку чотири.

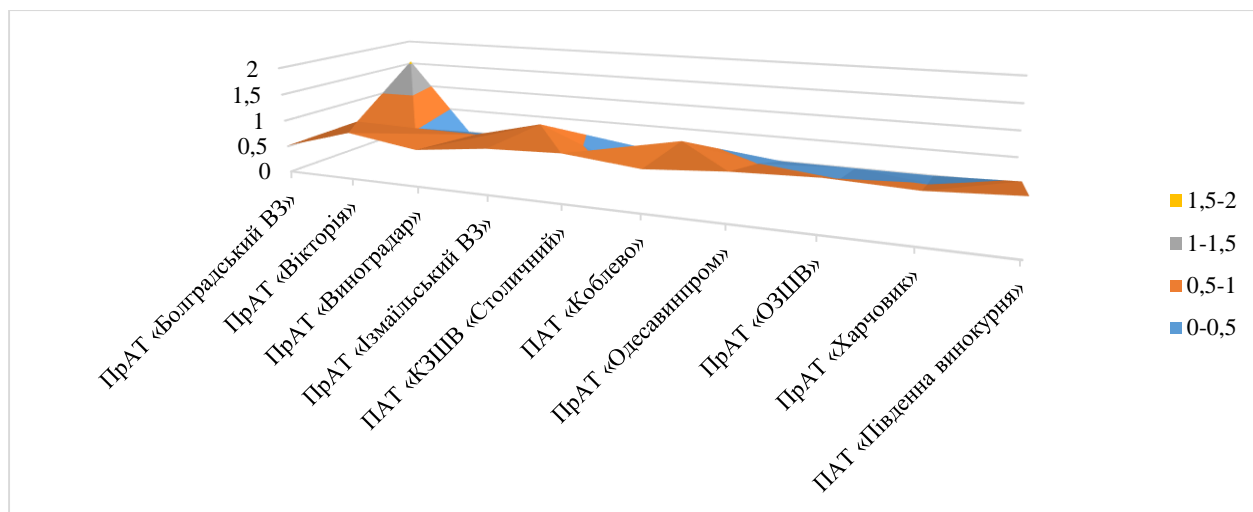


Рис. 10. Гістограма значень за трьома показниками діяльності виноробних підприємств за 2018 р.

Аналогічно проведено розрахунки за прогностними даними за 2020 і 2022 рр. (табл. 5). Такі ж результати були отримані при розрахунках за методом к-середніх. Для отримання точних результатів розрахунковим періодом взято 2018 рік, тому що дані 2020-2022 рр. є прогностними, які після кластеризації стають ще більш приблизними, що знижує вірогідність результатів.

Таблиця 5

Результати кластеризації виноробних підприємств ієрархічним методом для 4 кластерів за 2018-2022 рр.

№	Підприємство	2018 рік	2020 рік	2022 рік
		Номер кластера		
1	ПрАТ «Болградський виноробний завод»	4	3	3
2	ПрАТ «Вікторія»	4	2	2
3	ПрАТ «Виноградар»	4	3	3
4	ПрАТ «Ізмаїльський виноробний завод»	1	2	2
5	ПАТ «Київський завод шампанських вин «Столичний»	2	4	4
6	ПАТ «Коблево»	1	1	1
7	ПрАТ «Одесавинпром»	3	2	2
8	ПрАТ «Одеський завод шампанських вин»	2	3	3
9	ПрАТ «Харчовик»	3	3	3
10	ПАТ «Південна винокурня»	3	2	2

Рис. 11 відображає гістограму, побудовану за тими ж даними, які увійшли в кластер 1, потім ті, які увійшли в кластер 2 і т. ін. Представлено подібність стовпців усередині одного кластера і відмінність їх між кластерами. Виявлено, що за результатами проведення кластерного аналізу виділено 4 кластери, до яких віднесено 10 підприємств з урахуванням частки переробного виробництва в загальному обороті підприємства, частки виноробного виробництва в загальному виробництві підприємства, частки випуску продукції інноваційного характеру у виноробному виробництві. Визначено центри кластерів, радіуси кластерів та відстані між кластерами, з урахуванням яких надано рекомендації щодо розробки стратегії інноваційного розвитку: для 1 кластера рекомендується

стратегія новатора; 2 кластера - імітатора з екстенсивним розвитком; 3 кластера - імітатора з інтенсивним розвитком, 4 кластера - генератора.

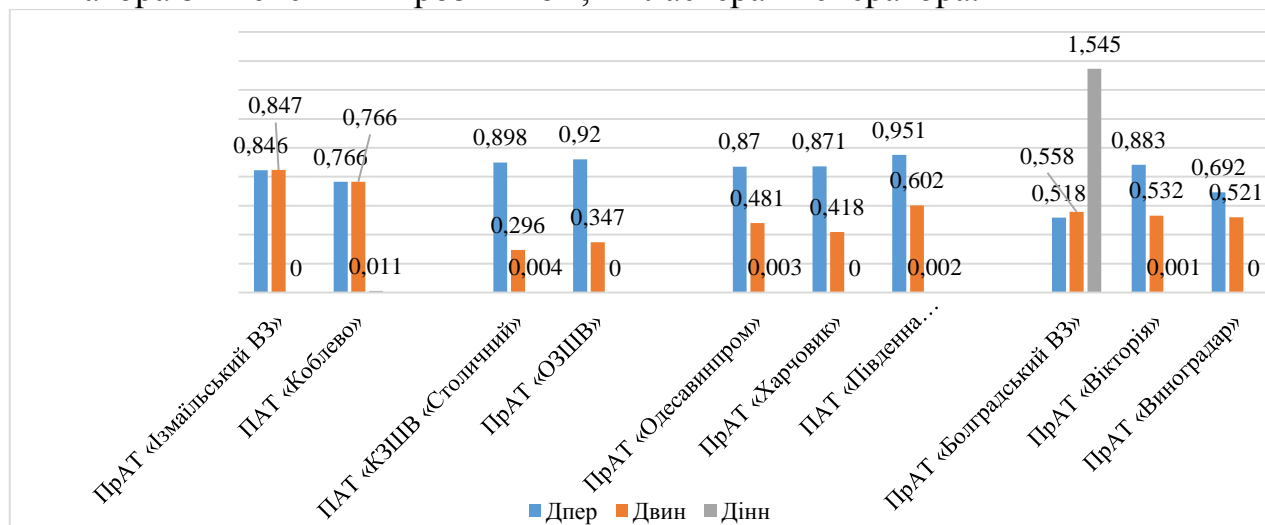


Рис.11. Гістограма показників виноробних підприємств за результатами кластеризації

У *п'ятому розділі «Проектування ефективної стратегії розвитку виноробних підприємств»* побудовано стратегічний профіль виноробного підприємства та розроблено напрями стратегії його розвитку; застосовано науково-методичний підхід до прогнозування ефективної стратегії розвитку виноробних підприємств; удосконалено механізм реалізації ефективної стратегії інноваційного розвитку виноробних підприємств.

Представлено алгоритм побудови стратегічного профілю виноробного підприємства, що дозволяє провести аналіз і оцінку різних аспектів його стратегічного розвитку при здійсненні інноваційної діяльності. Наведено процедуру стратегічного планування розвитку виноробних підприємств (рис.12).

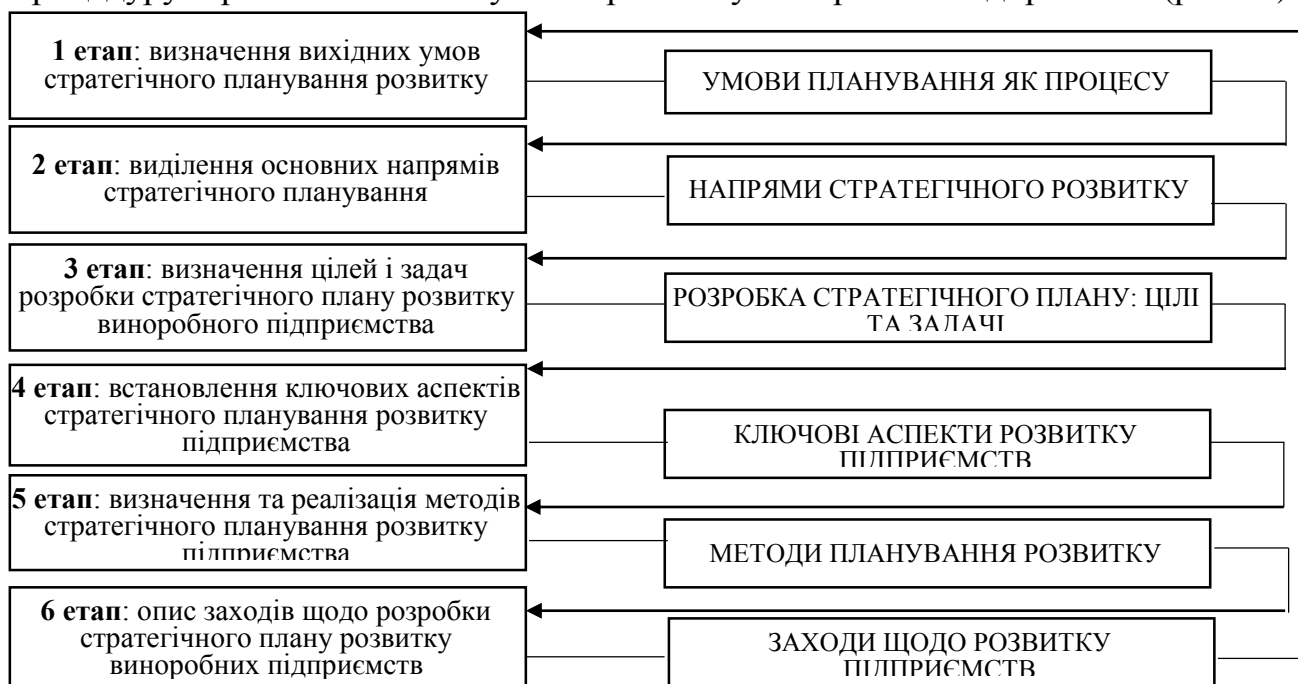


Рис.12. Процедура стратегічного планування розвитку виноробних підприємств

Впроваджено науково-методичний підхід щодо прогнозування ефективної стратегії виноробних підприємств, який поєднує методичний інструментарій стратегічного розвитку та організаційно-економічних моделей, що створює ефективну систему матеріальних і нематеріальних стимулів стратегічного інноваційного розвитку підприємств, запускає механізм реалізації цієї стратегії. Доведено, що в даний час множина ринкових ситуацій і множина виробничих можливостей зумовлюють множину відповідних локальних стратегій. Представлено локальні стратегії інноваційного розвитку. Розроблено рекомендації з удосконалення механізму реалізації ефективної стратегії інноваційного розвитку виноробних підприємств, щоб в стратегічному періоді максимізувати сукупні результати і мінімізувати сукупні витрати матеріальних, трудових і фінансових ресурсів виноробного підприємства (рис.13).

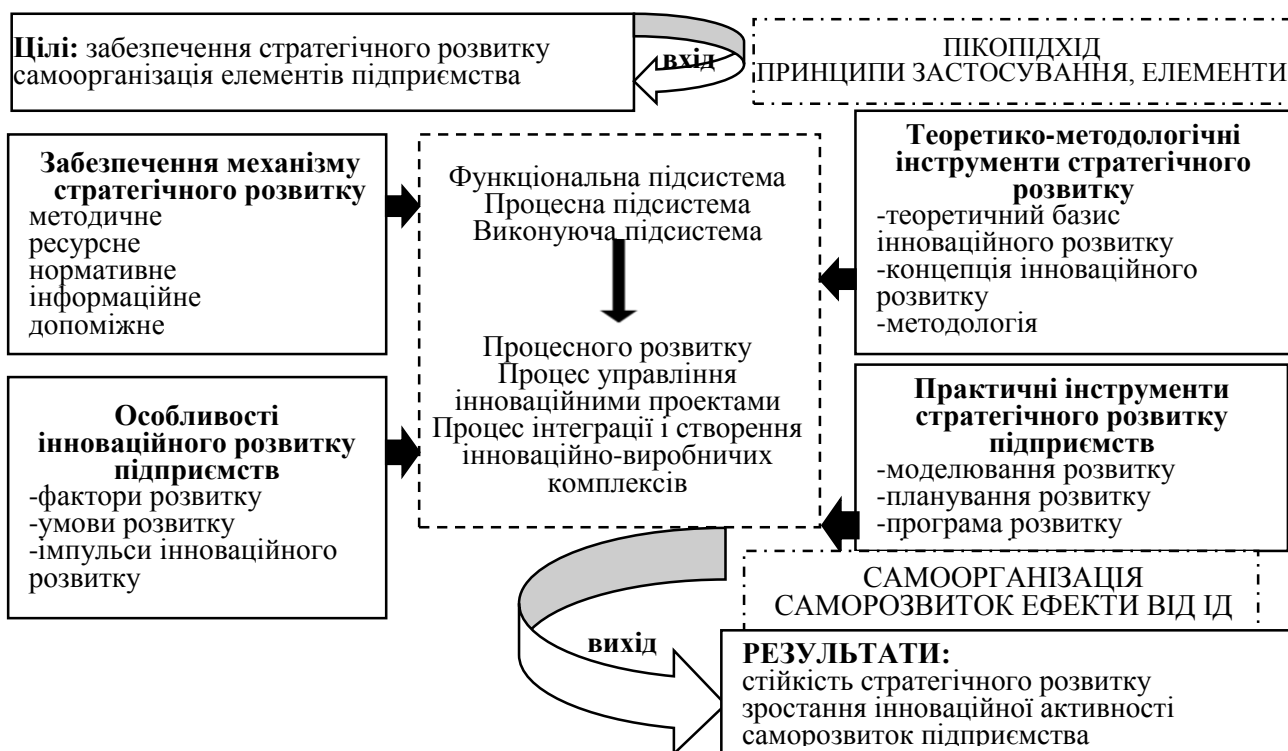
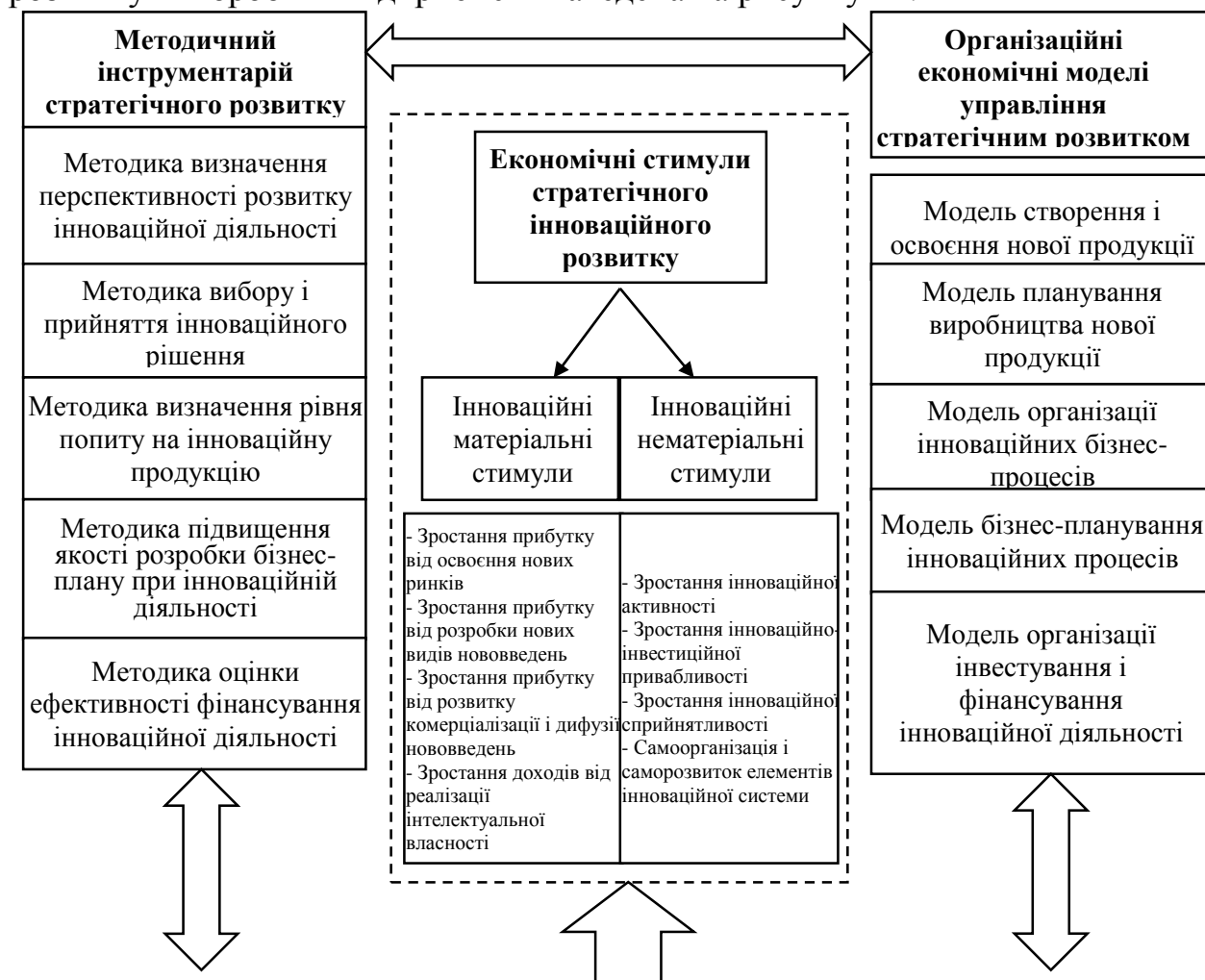


Рис.13. Структурна схема організаційно-економічного механізму стратегічного розвитку виноробних підприємств

Для визначення методів вибору локальних стратегій проведено аналіз і оцінку існуючих стратегій, і, з урахуванням зміни ринкової ситуації, визначено ті стратегії, які можуть бути реально реалізовані на конкретних виноробних підприємствах. Розглянуто методи вибору локальної стратегії інноваційного розвитку для виноробних підприємств, серед яких виділено стратегії: максимальної атаки на інноваційний ринок; стриманої атаки на інноваційний ринок; оборони на інноваційному ринку; відступу з інноваційного ринку.

В рамках організаційно-економічного механізму виділено потік зовнішньої і внутрішньої інформації, необхідної для його роботи, і ефективні способи її застосування для практичної діяльності об'єктів управління. У процесі стратегічного розвитку виноробних підприємств було сформовано організаційно-економічне забезпечення, яке сприятиме ефективній реалізації

стратегічних дій. Схема організаційно-економічного забезпечення стратегічного розвитку виноробних підприємств наведена на рисунку 14.



Напрями організаційно-управлінського забезпечення стратегічного розвитку підприємств									
Кадрове	Ресурсне	Маркетингове	Техніко-технологічне	Організаційно-економічне	Інформаційне	Науково-освітнє	Консультаційне	Законодавче	Державне

Рис.14. Організаційно-економічне забезпечення стратегічного розвитку виноробних підприємств

Організаційно-економічне забезпечення стратегічного розвитку являє собою сукупність моделей, методичного інструментарію та системи матеріальних і нематеріальних інноваційних стимулів, з урахуванням напрямів організаційно-управлінського забезпечення стратегічного розвитку виноробних підприємств. Наведені напрями, які формують базу для стимулювання інноваційного розвитку підприємств. Стратегічний розвиток підприємств вимагає визначення і застосування дієвих способів стимулювання. Необхідність стимулювання розвитку обумовлена пошуком шляхів підвищення його ефективності на основі системи матеріальних і нематеріальних стимулів.

Доведено, що стимулювання стратегічного інноваційного розвитку є визначення та застосування системи стимулів для формування зацікавленості підприємств і комплексів в здійсненні заходів зі стратегічного інноваційного розвитку з метою спонукання їх інноваційно-активних елементів до використання стимулів розвитку і здійснення дій, що сприяють постійному

підвищенню рівня розвитку і стійкості виноробного підприємства. Поєднання методичного інструментарію стратегічного розвитку та організаційно-економічних моделей в сукупності створюють ефективно працюючу систему матеріальних і нематеріальних стимулів стратегічного інноваційного розвитку підприємств, а також дозволяють запуснути механізм реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства. Ефективному організаційно-економічному забезпеченню стратегічного розвитку виноробних підприємств сприяє розвиток інфраструктури виробничої та інноваційної діяльності. Основними елементами інфраструктури є кластери, індустриальні парки, інвестиційні майданчики, технопарки, інноваційно-технологічний центр, центр трансферу технологій, бізнес-інкубатори. Підвищення ефективності стратегічного розвитку виноробних підприємств полягає в тому, що розроблена стратегія повинна бути здійснена таким чином, щоб в найближчому стратегічному періоді домогтися приросту результативності виробничої та інноваційної діяльності, тобто максимізувати сукупні результати і мінімізувати сукупні витрати матеріальних, трудових і фінансових ресурсів підприємства.

ВИСНОВКИ

У дисертації на основі теоретичного узагальнення систематизовано та обґрунтовано науково-методичні положення та розроблено науково-практичні рекомендації щодо удосконалення методології розробки стратегії виноробних підприємств. За результатами дослідження зроблено висновки теоретичного, методологічного і науково-прикладного характеру:

1. У період інтенсивного розвитку світового ринку виноробної продукції, збільшення споживання вина і посилення конкуренції з боку нових винних держав, особливого значення набуває дослідження, формування та впровадження ефективної стратегії розвитку виноробних підприємств. В світі спостерігається стабілізація площ під виноградниками, зростання виробництва і споживання вина, збільшення кількості виноробних підприємств, зростання екологічного землеробства. Виноробство України знаходиться в кризі.

2. Сьогодні в науці немає єдиного визначення поняття «стратегія підприємства», проте є кілька підходів до його визначення: ґрунтуються на уявленнях зацікавлених у розвитку осіб про результати цього розвитку і оптимальний стан підприємства або синтез окремих стратегічних рішень, визначаючи її як сукупність рішень, достатніх для визначення основних напрямів діяльності. Існуючі визначення стратегічного управління акцентуються на певних його характеристиках. Проте воно має ґрунтуватися на системі стратегічних рішень, певних кроках з їх реалізації, враховуючі турбулентні умови функціонування зовнішнього та внутрішнього оточення, та своєчасно змінювані оперативні та перспективні цілі.

3. Методологія стратегічного розвитку підприємств є єдністю загальносвітоглядних, загальнонаукових та окремих методів дослідження, які дозволяють виділити теоретичні положення, принципи, підходи, особливості та ключові характеристики стратегічного розвитку з метою визначення концепції

стратегічного розвитку та сукупність методичних підходів і методик стратегії розвитку; системи і механізму стратегічного розвитку, комплексу інструментів формування і реалізації стратегії, в тому числі методів і засобів моделювання, прогнозування, стимулювання, розробки перспективних напрямів і програми стратегічного розвитку для забезпечення ефективності діяльності підприємств.

4. Удосконалено методичні позиції розробки стратегії виноробних підприємств, які засновані на сучасній інтерпретації ресурсної концепції, що при динамічному внутрішньому та зовнішньому оточенні підприємств забезпечують можливість застосування комплексного аналізу стратегії в частині її процесу та змісту та дозволяють досягти конкурентних переваг, які першочергово вважались винятково пріоритетними в концепції стратегії розвитку.

5. Дослідивши всі негативні тенденції зміни рентабельності виноробних підприємств, було виявлено причини занепаду галузі. Проте, на особливу увагу заслуговує «п'ятірка» підприємств, що має лише позитивні значення показників рентабельності у 2015-2018 роках. Найменші позитивні значення показнику рентабельності активів отримало ПрАТ «Ізмаїльський виноробний завод» на рівні 0,18 % у 2018 та 2015 роках, що обумовлено зниженням рівня залученості активів у господарську діяльність підприємства.

6. Аналіз ефективності діяльності виноробних підприємств за показниками рентабельності складається з потужного розрахункового механізму. Доцільним є введення інтегрального показника, який передає всю економічну сутність проведених розрахунків, але має наочне та більш зрозуміле для аналізу бачення. Пропонуємо скористатися показником, який називається інтегральний показник рентабельності діяльності підприємства. Суттю такого показника є поєднання всіх існуючих показників рентабельності у певній логічній послідовності.

7. Проведено аналіз із застосуванням матриці обрання фінансових стратегій для підприємств Ж. Франсона та І. Романе. ПрАТ «Одесавинпром», ПрАТ «Харчовик», ПАТ «Південна винокурня» опинились у квадранті рівноваги, де результати фінансово-господарської діяльності приблизно дорівнюють нулю. ПрАТ «Вікторія», ПрАТ «Виноградар», ПрАТ «Ізмаїльський виноробний завод», ПАТ «Коблево» - у квадранті, який характеризує ситуацію успіху (стабілізація). ПрАТ «Болградський виноробний завод» із такими ж характеристиками опинився у іншому квадранті. На увагу заслуговують ПАТ «Київський завод шампанських вин «Столичний», ПрАТ «Одеський завод шампанських вин», які були віднесені до зони витрачання, нестійкого критичного стану з негативним результатом фінансово-господарської діяльності.

8. Розробка стратегії розвитку конкретного сучасного підприємства, що передбачає інноваційну основу, визначає всі наступні дії стимулів майбутньої інноваційної активності підприємства. Вона є дуже актуальною метою для успішного розвитку виробництва, причому на всіх рівнях - від конкретного підприємства до державного рівня, оскільки необхідність побудови так званої «економіки знань», що визначає перехід до наступного технологічного укладу та вилучення із статусу сировинної придатку, дуже велика. В основі такої економіки лежить інноваційна діяльність, темпи якої визначають ступінь інноваційної активності всіх галузей та підприємств країни.

9. Формування ефективної стратегії та її реалізація вимагає створення продуманої цілісної системи, яка б враховувала вплив всіх можливих факторів на активність інноваційної діяльності. Необхідна формалізація дій, спрямованих на розробку та реалізацію інноваційної стратегії із адекватними механізмами кількісної оцінки. Врахування цього дозволить сучасним підприємствам розробляти свою «діючу» стратегію інноваційного розвитку.

10. На основі представленої моделі інноваційної діяльності визначено, що її комплексний характер дозволяє врахувати внутрішні імпульси розвитку інноваційних процесів, скоротити негативний вплив зовнішніх факторів і виявити позитивну дію на основі ефективного інформаційного забезпечення, в той же час комплексна модель стратегічного інноваційного розвитку характеризує стратегічні і тактичні інноваційні процедури в економічній системі виноробного підприємства та сприяє їх цілеспрямованій реалізації.

11. Представлений методичний інструментарій планування стратегічного розвитку дозволив провести аналіз і оцінку різних аспектів стратегічного розвитку виноробного підприємства при здійсненні інноваційної діяльності. На основі поєднання запропонованих методик може бути прийнято ефективне рішення про інвестування інноваційного проекту, проведення його бізнес-планування, визначення джерела фінансування, перспективності розробки і реалізації нововведень, рівень попиту на інноваційну продукцію, вибір найбільш ефективних шляхів стратегічного розвитку виноробних підприємств.

12. Стратегія атаки на інноваційний ринок проводиться при сприятливій ринковій ситуації і сприятливих виробничих можливостях. Однак, ця ситуація є досить рідкісною і не є типовою для більшості виноробних підприємств. Розробка локальної стратегії виноробних підприємств відрізняється від розробки глобальної стратегії деталізацією параметрів, які характеризують поточний її стан зовнішнього середовища та інноваційного потенціалу підприємств. Визначено траєкторію інноваційного розвитку в двох агрегованих координатах для ряду інноваційно-активних підприємств, і зроблено висновок, що інноваційний рівень підприємства повинен знаходитися на цій траєкторії.

13. Поєднання методичного інструментарію стратегічного розвитку та організаційних економічних моделей в сукупності створюють ефективно працюючу систему матеріальних і нематеріальних стимулів стратегічного інноваційного розвитку підприємств, та дозволяють запустити механізм реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства. Ефективному організаційно-економічному забезпеченню стратегічного розвитку виноробних підприємств сприяє розвиток інфраструктури виробничої та інноваційної діяльності, основними елементами якої є кластери, індустріальні парки, інвестиційні майданчики, технопарки, інноваційно-технологічний центр.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії

1. Каламан О. Б. Управління стратегією розвитку виноробних підприємств: монографія. Одеса: Друкарський дім, Друк Південь, 2020. 294 с. (17 друк. арк.).
2. Каламан О. Б. Кластеризація як модель підвищення економічної

ефективності виноградарсько-виноробних підприємств. *Привабливість харчового бізнесу в Україні*: монографія / за ред. д.е.н. Н. Й. Басюркіної. Одеса: ОНАХТ, 2017. С. 34-47. (0,76 друк. арк).

3. Каламан О. Б. Управління стратегічним розвитком сучасних виноробних підприємств: теоретичний аспект. *Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств*: монографія / за заг. ред. к.е.н., доц. Н.С.Ілляшенко. Суми: Триторія, 2019. С. 156-169. (0,76 друк. арк).

4. Каламан О. Б. Особливості розвитку виноробних підприємств України в умовах сьогодення. *Реконструктивний тип адаптування реального сектору економіки та галузевої науки України до умов постіндустріального суспільства*: монографія / за ред. І. І. Савенка, Г.М.Станкевича, І. О. Седікової. Одеса: КП «Одеська міська друкарня», 2017. С. 130-146. (0,93 друк. арк).

5. Каламан О. Б. Інновації як необхідна умова формування стратегії розвитку сучасного підприємства. *Економічні трансформації бізнес-структур в Україні*: монографія / ОНАХТ; за ред. д.е.н. Н. Й. Басюркіної; ОНАХТ. Одеса: ОНАХТ, 2018. С. 97-110. (0,76 друк. арк).

6. Каламан О. Б., Зборщик Д. П. Історичні аспекти світового становлення та державного регулювання виноробства України. *Сучасний стан галузей національної економіки України: проблеми та шляхи вирішення*: монографія / за ред. І. І. Савенка, І. О. Седікової. Харків: ТОВ «Пром-Арт», 2018. С. 125-133. (0,47 друк. арк., особистий внесок: проблеми державного регулювання виноробства в Україні – 0,35 друк. арк.).

7. Каламан О. Б. Впровадження сучасних механізмів управління на підприємствах виноградарсько-виноробної галузі. *Соціо-еколого-економічний розвиток агропродовольчої сфери України в сучасних умовах: проблеми та шляхи їх розв'язання*: монографія / за ред. О.І. Павлова. Одеса: Астропрінт, 2015. С. 447-455. (0,47 друк. арк.).

8. Каламан О. Б. Основні положення методології визначення ефективності діяльності виноробних підприємств. *Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку*: монографія / за ред. М. Р. Мардар. Роздільна: Вид-во «Лерадрук», 2020. С. 174-188. (1,23 друк. арк.).

9. Каламан О. Б., Мандрикін Д. В. Брендінг як інноваційний інструмент реалізації потенціалу суб'єктів управління. *Сучасні аспекти науки: V-ий том колективної монографії* / за ред. Є.О. Романенка, І.В. Жукової. Київ; Братислава: ФОП КАНДИБА Т.П., 2021. С. 108-122. (0,88 друк. арк., особистий внесок: роль бренду у формуванні інноваційного потенціалу підприємств – 0,61 друк. арк.).

Статті в іноземних виданнях, які включені до міжнародної наукометричної бази Scopus

10. Bondarenko S., Lagodienko V., Kalaman O., Sedikova I. Application of project analysis software in project management in the preinvestment phase. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*. 2018, Vol. 9(13). P. 676-684 (**Scopus indexed**). (1,04 друк. арк., особистий внесок: визначено засади стратегічного аналізу в управлінні проектами – 0,25 друк. арк.).

11. Bondarenko S., Liganenko I., Kalaman O., Niekrasova L. Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. *International Journal of Civil Engineering and Technology*. 2018, Vol. 9(1). P. 890-898 (**Scopus indexed**). (1,04 друк. арк., особистий внесок: виявлено стратегічні орієнтири конкурентоспроможності підприємств - 0,26 друк.арк.).

12. Stupnytska T., Kalaman O., Markova T. Ensuring of the enterprise operation effacasy: management aspect. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*. 2019, Vol. 7(2). P. 534-545 (**Scopus indexed**). (1,38 друк. арк., особистий внесок: визначено аспекти ефективності діяльності підприємства – 0,46 друк. арк.).

13. Lagodiienko V., Karyu O., Ohiienko M., Kalaman O., Lorvi I., Herasimchuk T. Choosing Effective Internet Marketing Tools in Strategic Management. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019, Vol. 8(3). P. 5220-5225 (**Scopus indexed**). (0,69 друк. арк., особистий внесок: визначено умови функціонування інструментів стратегічного менеджменту – 0,12 друк. арк.).

14. Zybareva O., Verbivska L., Lopashchuk I., Kalaman O., Derkach T., Smentyna N. Strategically-Oriented Enterprise Management through Information Systems. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019, Vol. 8(2). P. 3014-3017 (**Scopus indexed**). (0,46 друк. арк., особистий внесок: визначено засади стратегічного управління підприємством – 0,10 друк. арк.).

Статті в наукових періодичних виданнях інших держав

15. Каламан О. Б., Бондаренко С. А. Разработка стратегии развития виноградарства и виноделия Украины. *Белорусский экономический журнал*. 2018. № 2 (83). С.118-129. (Crossref, EBSCOpublishing, РИНЦ, bem.bseu.by). (1,16 друк. арк., особистий внесок: виділено напрями стратегії розвитку виноробних підприємств – 0,57 друк. арк.).

Статті у наукових фахових виданнях України

16. Каламан О. Б., Харківський Д. Ф., Каламан Ю. Б. Управління формуванням ринку продукції виноградарства. *Економіка харчової промисловості*. 2013. № 1. С.53-57. (Index Copernicus, Google Scholar, CABI, DORA, Dimensions, Skilit, EBSCOhost, DOAJ, FSTA). (0,58 друк. арк., особистий внесок: виділено фактори стратегічного розвитку виноробства – 0,2 друк. арк.).

17. Каламан О. Б. Теоретичні складові, особливості управління, розвиток поняття ринку продукції виноградарства. *Економічний аналіз*. 2015. № 21(1). С. 50-56. (Index Copernicus, Crossref, Google Scholar). (0,63 друк. арк.).

18. Каламан О. Б. Аналіз стану та особливості управління підприємствами виноградарсько-виноробного підкомплексу. *Економіка харчової промисловості*. 2015. № 4(7). С. 40-44. (Index Copernicus, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, Google Scholar, EBSCOhost, DOAJ, FSTA). (0,47 друк. арк.).

19. Каламан О. Б. Удосконалення управління діяльністю підприємств виноградарсько-виноробної галузі на сучасному ринку України. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 3 (19). С. 246-250. (Index Copernicus, Google Scholar, EBSCOpublishing, EBSCOhost UlrichsWeb). (0,58 друк. арк.).

20. Каламан О. Б., Братковська О. О. Інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 1(21). С. 87-90. (Index Copernicus, Google Scholar, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, DOAJ,

FSTA, EBSCOhost,). (0,47 друк. арк., особистий внесок: виділено перспективи інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості – 0,25 друк. арк.).

21. Каламан О. Б. Основні проблеми ефективного управління підприємствами виноградарсько-виноробного підкомплексу. *Економіка: реалії часу*. 2015. №4 (20). С. 239-243. (Index Copernicus, Google Scholar, EBSCOhost, UlrichsWeb, EBSCOpublishing,). (0,58 друк. арк.).

22. Каламан О. Б. Основні напрями ефективного розвитку виноградарсько-виноробних підприємств в сучасних ринкових умовах. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 5 (21). С. 64-68. (Index Copernicus, Google Scholar, EBSCOpublishing, EBSCOhost, UlrichsWeb). (0,58 друк. арк.).

23. Каламан О. Б. Особливості формування операційного прибутку підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу. *Економіка: реалії часу*. 2016. №1(23). С. 149-154. (Index Copernicus, Google Scholar, EBSCOpublishing, EBSCOhost, UlrichsWeb). (0,7 друк. арк.).

24. Каламан О. Б. Управління формуванням прибутку виноградарсько-виноробних підприємств. *Економічні інновації. Збірник наукових праць*. 2016. №61. С.148-156. (Index Copernicus, Google Scholar, UlrichsWeb). (0,73 друк. арк.).

25. Каламан О. Б., Молчановська А. С. Тенденції розвитку світового та українського ринку продукції виноробства в сучасних умовах. *Економіка харчової промисловості*. 2016. № 2(7). С. 3-8. (Index Copernicus, Google Scholar, DOAJ, FSTA, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, EBSCOhost,). (0,7 друк. арк., особистий внесок: виділено тенденції стратегічного розвитку виноробних підприємств України – 0,45 друк. арк.).

26. Kalaman O., Zborshik D. The analysis of viticulture and winemaking problems in Ukraine management of the industry development. *Економіка харчової промисловості*. 2017. № 4(9). С. 49-57. (Index Copernicus, Google Scholar, DOAJ, FSTA, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, EBSCOhost,). (0,93 друк. арк., особистий внесок: виділено проблеми виноробних підприємств України – 0,58 друк. арк.).

27. Каламан О. Б., Babenko Ks. The development trends of the Italian and Ukrainian viticulture and wineries. *Економіка харчової промисловості*. 2017. № 1(9). С. 3-10. (Index Copernicus, Google Scholar, DOAJ, FSTA, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, EBSCOhost,). (0,81 друк. арк., особистий внесок: виділено тенденції та проблеми розвитку виноробних підприємств України – 0,48 друк. арк.).

28. Kalaman O., Volodina O., Mandrikin D. Innovation development strategy formation of the modern enterprise. *Економіка харчової промисловості*. 2018. № 2 (10). С. 75-82. (Index Copernicus, Google Scholar, DOAJ, FSTA, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, EBSCOhost,). (0,93 друк. арк., особистий внесок: виділено напрями формування інноваційних стратегій розвитку підприємств – 0,31 друк. арк.).

29. Каламан О. Б., Безніс П. М. Формування стратегії забезпечення комплексної оцінки економічної безпеки виробничих підприємств. *Економічна та продовольча безпека України*. 2018. № 3-4, Т. 6. С.26-34. (Google Scholar, НБУ ім. В.І. Вернадського). (1,05 друк. арк., особистий внесок: аспекти формування стратегії забезпечення виноробного підприємства – 0,68 друк. арк.).

30. Kalaman O., Okulicz-Kozaryn W., Purtskhvanidze O. Risk as a specific component of strategic enterprises management in the agrarian sector in the current

conditions of Ukraine development. *Економіка харчової промисловості*. 2019. № 2 (11). С. 54-61. (Index Copernicus, Google Scholar, DOAJ, FSTA, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, EBSCOhost,). (0,93 друк. арк., особистий внесок: виділено вплив ризиків на стратегію сучасного аграрного підприємства – 0,38 друк. арк.).

31. Kalaman O., Savenko I., Dolynska O. Conceptual positions of enterprise strategy functioning. *Економіка харчової промисловості*. 2019. № 3(11). С. 50-58. (Index Copernicus, Google Scholar, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, EBSCOhost, DOAJ, FSTA). (1,05 друк. арк., особистий внесок: виділено концептуальні положення стратегії розвитку виноробного підприємства – 0,68 друк. арк.).

32. Каламан О. Б. Формування конкурентоспроможної стратегії розвитку виноробних підприємств на світовому та вітчизняному ринках. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 50 (2). С. 34-39. (Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В.І. Вернадського,) (0,70 друк. арк.).

33. Каламан О. Б. The genesis and the modern paradigm of strategic enterprise management. *Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування ім. Адмірала Макарова*. 2019. № 50. С. 17-24. (Crossref, Google Scholar, Base, НБУ ім. В.І. Вернадського). (0,93 друк. арк.).

34. Каламан О. Б. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств малого та середнього бізнесу виноробної галузі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 4 (20). С. 426-441. (Index Copernicus, Google Scholar, Base, НБУ ім. В.І. Вернадського, НБУ, eLIBRARY.RU, УРАН, Україніка наукова, USJ). (1,86 друк. арк.).

35. Каламан О. Б., Мандрикін Д. В. Особливості формування культур сучасних бренд-стратегій. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 4. (21). С. 28-34. (Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В.І. Вернадського, НБУ,). (0,81 друк. арк., особистий внесок: виділено сучасні бренд-стратегії виноробних підприємств – 0,46 друк. арк.).

36. Каламан О. Б., Пурцхванідзе О. В., Мандрикін Д. В. Розробка методології стратегії розвитку виноробних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 56. С. 58-64. (Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В.І. Вернадського) (0,81 друк. арк., особистий внесок: виділено методологічні питання стратегії розвитку виноробних підприємств України – 0,32 друк. арк.).

37. Kalaman O. V., Purtskhvanidze O. V., Levchuk Y. S. Methodology formation of enterprise financial strategy basis on existing models analysis. *Економіка харчової промисловості*. 2020. № 3 (12). С. 33-41. (Index Copernicus, Dimensions, Skilit, CABI, DORA, Google Scholar, EBSCOhost, DOAJ, FSTA). (1,05 друк. арк., особистий внесок: систематизовано існуючі моделі формування фінансової стратегії розвитку підприємств – 0,61 друк. арк.).

38. Каламан О. Б., Мандрикін Д. В. Основні складові результативного функціонування стратегії корпоративного бренду. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 6 (23). С. 85-90. (Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В.І. Вернадського, НБУ). (0,70 друк. арк., особистий внесок: систематизовано стратегії корпоративного бренду виноробних підприємств – 0,38 друк. арк.).

39. Лагодієнко В. В., Каламан О. Б., Пурцхванідзе О. В. Особливості методології наукового дослідження сфери управління. *Бізнес-навігатор*. 2020. №

5 (61). С. 76-82. (Index Copernicus, Google Scholar, Crossfer, НБУ ім. В.І. Вернадського НБУ). (0,81 друк. арк., особистий внесок: уточнено методологію наукових досліджень економічної сфери – 0,30 друк. арк.).

40. Каламан О. Б., Мандрикін Д. В. Комплексний аналіз ролі концепції бренду у формуванні бізнес-стратегії. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 15. С.21-26. (Index Copernicus, Google Scholar, НБУ ім. В.І. Вернадського НБУ). (0,70 друк. арк., особистий внесок: уточнено роль бренду у формуванні бізнес-стратегії виноробних підприємств – 0,40 друк. арк.).

41. Каламан О. Б. Аналіз відкритих інновацій в логістиці. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 59. С.135-140. (Index Copernicus, НБУ ім. В.І. Вернадського, Google Scholar) (0,70 друк. арк.).

42. Каламан О. Б. Напрями впровадження інновацій у логістиці. *Таврійський науковий вісник*. 2020. № 4. С.72-79. (Index Copernicus, Google Scholar, Crossfer, НБУ ім. В.І. Вернадського НБУ). (0,65 друк. арк.).

Інші видання

43. Бондаренко С. А., Каламан О. Б. Інноваційний розвиток у виноробстві: аспекти інноваційних середовищ. *Напої. Технології та Інновації*. 2017. № 1 (66). С. 50-52. (0,35 друк. арк., особистий внесок: виділено тенденції інноваційного розвитку виноробних підприємств – 0,15 друк. арк.).

44. Бондаренко С. А., Каламан О. Б. Стратегічні пріоритети для виноробної галузі в умовах євроінтеграційних процесів. *Напої. Технології та Інновації*. 2017. № 4 (69). С. 42-43. (0,23 друк. арк., особистий внесок: виділено стратегічні напрями розвитку виноробних підприємств – 0,11 друк. арк.).

45. Бондаренко С. А., Каламан О. Б. Основні баланси вертикально-галузевої інтеграції та напрями розвитку виноградарства в Україні. *Виноградарство і виноробство: міжвідомчий тематичний науковий збірник ННЦ «ІВіВ ім. В. Є. Таїрова»*. 2017. Вип. 54. С. 30-36. (0,20 друк. арк., особистий внесок: виділено напрями інтеграції виноробних підприємств – 0,09 друк. арк.).

46. Бондаренко С. А., Каламан О. Б. Виноградарсько-виноробний кластер: світовий досвід, можливості для України. *Виноградарство і виноробство : міжвідомчий тематичний науковий збірник ННЦ «ІВіВ ім. В. Є. Таїрова»*, 2018. Вип. 55. С. 30-40. (0,29 друк. арк., особистий внесок: досліджено можливості кластеризації виноробних підприємств – 0,14 друк. арк.).

47. Каламан О. Б., Удовица О.Ф. Main directions forming the strategy of modern enterprise. *Econotomics. Ecology. Socium*. 2018. № 2 (1). С. 26-36. (1,16 друк. арк., особистий внесок: систематизовано напрями формування стратегії виноробних підприємств – 0,8 друк. арк.).

Опубліковані матеріали апробаційного характеру

48. Каламан О. Б. Пріоритетні напрями ефективного управління розвитком виноробних підприємств. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI ст.: IV Міжнародна науково-практична конференція (8-9.10.2016)*. Одеса: ОНАХТ. 2016. С. 99-102. (0,23 друк. арк.).

49. Каламан О. Б., Мандрикін Д. В. Методи підвищення конкурентоспроможності підприємств виноградно-виноробної галузі. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI ст.: V*

Міжнародна науково-практична конференція (12-13.10.2017). Одеса: ОНАХТ. 2017. С.92-94. (0,17 друк. арк., особистий внесок: виділено напрями конкурентоспроможності виноробних підприємств – 0,08 друк. арк.).

50. Каламан О. Б., Бондаренко С. А. Основные аспекты повышения конкурентоспособности виноградарско-винодельческих предприятий на внутреннем рынке. *Стратегия и тактика развития производственно-хозяйственных систем: сборник научных трудов (23-24.11.2017)*. Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2017. С.40-43. (0,23 друк. арк., особистий внесок: показано фактори конкурентоспроможності виноробних підприємств – 0,11 друк. арк.).

51. Каламан О. Б., Мандрикін Д. В. Сучасна складова формування стратегії інноваційного розвитку підприємства. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI ст.: VI Міжнародна науково-практична конференція (11-13.10.2018)*. Одеса: ОНАХТ. 2018. С. 53-57. (0,29 друк. арк., особистий внесок: систематизовано складові сучасної стратегії виноробних підприємств – 0,17 друк. арк.).

52. Каламан О. Б. Стратегическое инновационное развитие предприятия. *Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы: XI Международная научная конференция (23-24.05.2019)*. Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого. 2019. С.68-71. (0,23 друк. арк.).

53. Каламан О. Б. Концептуальные положения стратегии в деятельности предприятия. *Стратегия и тактика развития производственно-хозяйственных систем: сборник научных трудов (21-22.11.2019)*. Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого. 2019. С. 140-142. (0,17 друк. арк.).

54. Каламан О. Б. Генезис стратегічного розвитку підприємства. *Сучасні напрями розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України: Всеукраїнська науково-практична конференція (05.10.2019)*. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечникова. 2019. С. 60-63. (0,23 друк. арк.).

55. Каламан О. Б., Ліхачьова А. О., Мацьота А. В., Орищенко Я. В. Концепція стратегічного розвитку виробничих підприємств. *Стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій: X міжнародна науково-практична молодіжна конференція (10.10.2019)*. К.: ННЦ «ІАЕ». 2019. С.49-53. (0,29 друк. арк., особистий внесок: показано концептуальні позиції розвитку виноробних підприємств – 0,1 друк. арк.).

56. Каламан О. Б. Методологія стратегічного розвитку виробничих підприємств. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI ст.: VII Міжнародна науково-практична конференція (15-16.10.2019)*. Одеса: ОНАХТ. 2019. С. 192-196. (0,29 друк. арк.).

57. Каламан О. Б. Основні аспекти підходів до стратегічного розвитку підприємства. *Професійний менеджмент у сучасних умовах розвитку ринку: Матеріали доповідей VIII науково-практичної конференції з міжнародною участю (01.11.2019)*. Х. : Монограф. 2019. С. 127-129. (0,17 друк. арк.).

58. Каламан О. Б. Основні теоретичні складові стратегічного розвитку підприємства. *Менеджмент XXI ст.: сучасні моделі, стратегії, технології: VI Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція (22.10.2019)*. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ. 2019. С.15-18. (0,23 друк. арк.).

59. Каламан О. Б., Пунтус А. С., Карапеткова С. І. Принципи стратегічного розвитку підприємства. *Сучасні управлінські та соціально-економічні аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання в умовах трансформації публічного управління: II Міжнародна науково-практична конференція (06.11.2019)*. Одеса, ОНПУ. 2019. С. 66-68. (0,17 друк. арк., особистий внесок: показано принципи стратегічного розвитку підприємств – 0,08 друк. арк.).

60. Каламан О. Б. Модель стратегічної мережі як важливий напрям інноваційного розвитку сучасного підприємств. *Трансформація фінансової системи України: тенденції та перспективи розвитку: III Всеукраїнська науково-практична конференція (27-28.11.2019)*. Миколаїв: МНАУ. 2019. С. 90-91. (0,12 друк. арк.).

61. Каламан О. Б. Дослідження стратегічної моделі управління інноваційним розвитком. *Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ: III Всеукраїнська науково-практ. інтернет-конференція (19.11.2019)*. Херсон: ДВНЗ «ХДАУ». 2019. С. 181-183. (0,17 друк. арк.).

62. Каламан О. Б. Стратегічні умови функціонування виноробних підприємств. *Формування економічної системи країни на світовому, державному та регіональному рівнях: Всеукраїнська наук.-практ. конференція (08.02.2020)*. К.: ТНУ ім. В.І. Вернадського. 2020. С. 46-50. (0,29 друк. арк.).

63. Каламан О. Б. Особливості управління ефективністю діяльності підприємства в умовах сучасного мінливого середовища. *Сучасні можливості забезпечення розвитку міжнародних відносин та економіко-політичного процесу: Міжнародна науково-практична конференція (21.03.2020)*. Ужгород: ВД «Гельветика». 2019. С. 65-68. (0,23 друк. арк.).

64. Каламан О. Б. Сучасні методи оцінки ефективності діяльності підприємств. *Економіка і менеджмент 2020: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Міжнародна науково-практична конференція (02–03.04.2020)*. Дніпро: Біла К. О. 2020. С. 102-104. (0,17 друк. арк.).

65. Каламан О. Б. Аналіз поняття «конкуренції» в контексті перспективних стратегічних зрушень сучасної економіки. *Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: V Міжнародна науково-практична конференція (23-24.04.2020)*. К.: КНЕУ. 2020. С. 204-208. (0,29 друк. арк.).

66. Каламан О. Б. Основні складові концепції управління ефективністю діяльності підприємства. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: I Міжнародна науково-практична конференція (23.04.2020)*. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2020. С. 44-45. (0,12 друк. арк.).

67. Каламан О. Б. Конкурентоспроможність виноробних підприємств малого та середнього бізнесу. *Економіка, фінанси, управління: наукові підходи та практика реалізації: III Всеукраїнська науково-практична конференція*. Херсон: ХДАУ. 2020. С. 71-74. (0,23 друк. арк.).

68. Каламан О. Б. Напрями розвитку виноробства Одеської області. *Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ: IV Всеукраїнська науково-практична конференція (25.03.2020)*. Херсон: ДВНЗ «ХДАУ». 2020. С. 286-288. (0,17 друк. арк.).

69. Каламан О. Б. Особливості функціонування сучасних стратегій агропромислових підприємств. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції: Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція (16–17.04.2020)*. Черкаси: СУЕМ. 2020. С. 208-210. (0,17 друк. арк.).

70. Каламан О. Б., Пурцхванідзе О. В., Мандрикін Д. В. До аналізу існуючої методології розробки фінансової стратегії підприємства. *Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути: VIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (11.09.2020)*. Київ: 2020. С. 29-34. (0,35 друк. арк.).

71. Каламан О. Б., Андрианович К. І., Іванченко Т. В. Основні аспекти розробки фінансової стратегії підприємств. *Сучасний менеджмент економічних систем в координатах парадигми сталого розвитку: Міжнародна наук.-практ. конференція (16.09.2020)*. Одеса: ОНПУ. 2020. С. 148-151. (0,23 друк. арк.).

72. Каламан О. Б. Загальні положення методології розробки фінансових стратегій. *Актуальні проблеми економіки, обліку, менеджменту та права: Міжнародна науково-практична конференція (16.09.2020)*. Полтава: ЦФЕД. 2020. С. 28-31. (0,23 друк. арк.).

73. Каламан О. Б. Стратегічний аналіз діяльності виноробних підприємств. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття: VIII Міжнародна науково-практична конференція (15-16.10.2020)*. Одеса: ОНАХТ. 2020. С. 162-166. (0,29 друк. арк.).

74. Каламан О. Б. Специфічні характеристики формулювання фінансової стратегії підприємства. *Світ економічної науки: Міжнародна науково-практ. інтернет-конференція (29.10.2020)*. Тернопіль: ГР «Наукова спільнота». 2020. С. 16-18. (0,17 друк. арк.).

75. Каламан О. Б. Методи стратегічного аналізу діяльності підприємств. *Сучасні наукові підходи до модернізації економіки та фінансової системи країни: Міжнародна науково-практична конференція (17.10.2020)*. Ужгород: ВД «Гельветика», 2020. С. 76-79. (0,23 друк. арк.).

76. Каламан О. Б. Фінансова стратегія сучасного підприємства: основні підходи. *Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики: VIII науково-практична internet-конференція з міжнародною участю, (12.11.2020)*. Харків, НФУ. 2020. С. 59-61. (0,17 друк. арк.).

77. Каламан О. Б. Strategic analysis in the enterprise activities. *Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: Міжнародна наук.-практ. конференція (22.10.2020)*. К.: НАУ. 2020. С. 27-29. (0,17 друк. арк.).

78. Каламан О. Б. Тенденції розвитку виноробної галузі. *Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ: IV Всеукраїнська науково-практ. Інтернет-конференції з дистанційною участю. (11.11.2020)*. Херсон, ХДАЕУ. 2020. С. 239-242. (0,23 друк. арк.).

79. Лагодієнко В., Каламан О. Фінансова стратегія та конкурентоспроможність підприємства: причинно-наслідкові зв'язки. *Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Міжнародна науково-практична конференція (21-22.05.2020)*. Київ: КНЕУ. 2020. С. 292-294. (0,17 друк. арк.,

особистий внесок: досліджено фінансову стратегію діяльності підприємств – 0,08 друк. арк.).

80. Kalaman O., Purtskhvanidze O. Features of corporate strategy formation. *International conference on corporation management: Book of abstracts* (3-5.12.2020). Estonia, Tallinn. P.117-119. (0,17 друк. арк., особистий внесок: виявлено переваги корпоративної стратегії виноробних підприємств – 0,08 друк. арк.).

АНОТАЦІЯ

Каламан О. Б. Методологія розробки стратегії виноробних підприємств. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). - Одеська національна академія харчових технологій, Одеса, 2021.

Дисертація присвячена систематизації та обґрунтуванню науково-методичних положень та розробці науково-практичних рекомендацій щодо удосконалення методології розвитку стратегії виноробних підприємств.

Виділено концепцію формування стратегії розвитку виноробного підприємства в умовах зростання наукоємності його виробництва та розроблено алгоритм методології стратегії розвитку виноробних підприємств, який відрізняється від існуючих врахуванням взаємозв'язку його логічних елементів, дозволяє забезпечити обґрунтованість і послідовність дослідження змісту методології стратегії розвитку виноробних підприємств.

Побудовано модель стратегії інноваційного розвитку виноробного підприємства в сучасних умовах господарювання та удосконалено методичні позиції розробки стратегії виноробних підприємств, засновані на сучасній інтерпретації ресурсної концепції. Розроблено напрями формування та реалізації стратегії розвитку виноробного підприємства шляхом використання пікопідходу до стратегічного інноваційного розвитку та запропоновано механізм аналізу зовнішнього середовища функціонування виноробних підприємств шляхом застосування підходів до оцінки конкурентоспроможності. Представлено методологію оцінки ефективності діяльності виноробних підприємств та систематизовано методологію фінансової стратегії діяльності виноробних підприємств, в основі якої застосування матриці обрання фінансових стратегій для виноробних підприємств Ж. Франсона та І. Романе.

Сформовано алгоритм побудови стратегічного профілю виноробного підприємства, що дозволяє провести аналіз і оцінку різних аспектів стратегічного розвитку виноробного підприємства при здійсненні інноваційної діяльності та досліджено сучасний стан і стратегічні передумови розвитку виноробних підприємств. Розроблено рекомендації щодо удосконалення механізму реалізації ефективної стратегії інноваційного розвитку виноробних підприємств.

Ключові слова: виноробні підприємства, стратегія, стратегічне управління підприємством, стратегічний розвиток підприємства, методологія стратегічного розвитку, методологія наукових досліджень, стратегічний інноваційний розвиток підприємства, стратегія розвитку виноробного підприємства.

АННОТАЦИЯ

Каламан О. Б. Методология разработки стратегии винодельческих предприятий. - Квалификационная научная работа на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.04 - экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). - Одесская национальная академия пищевых технологий, Одесса, 2021.

Диссертация посвящена систематизации и обоснованию научно-методических положений и разработке научно-практических рекомендаций по совершенствованию методологии развития стратегии винодельческих предприятий.

Выделены концепцию формирования стратегии развития винодельческого предприятия в условиях роста наукоемкости его производства и разработан алгоритм методологии стратегии развития винодельческих предприятий, который отличается от существующих учетом взаимосвязи его логических элементов, позволяет обеспечить обоснованность и последовательность исследования содержания методологии стратегии развития винодельческих предприятий.

Построена модель стратегии инновационного развития винодельческого предприятия в современных условиях хозяйствования и усовершенствованы методические позиции разработки стратегии винодельческих предприятий, основанные на современной интерпретации ресурсной концепции. Разработаны направления формирования и реализации стратегии развития винодельческого предприятия путем использования пикоподхода к стратегическому инновационному развитию и предложен механизм анализа внешней среды функционирования винодельческих предприятий путем применения подходов к оценке конкурентоспособности. Представлена методология оценки эффективности деятельности винодельческих предприятий и систематизирована методология финансовой стратегии деятельности винодельческих предприятий, в основе которой применение матрицы выбора финансовых стратегий для винодельческих предприятий Ж. Франсона и И. Роман.

Сформированный алгоритм построения стратегического профиля винодельческого предприятия позволяет провести анализ и оценку различных аспектов стратегического развития винодельческого предприятия при осуществлении инновационной деятельности и исследовано современное состояние и стратегические предпосылки развития винодельческих предприятий. Разработаны рекомендации по совершенствованию механизма реализации эффективной стратегии инновационного развития винодельческих предприятий.

Ключевые слова: винодельческие предприятия, стратегия, стратегическое управление предприятием, стратегическое развитие предприятия, методология стратегического развития, методология научных исследований, стратегический инновационное развитие предприятия, стратегия развития винодельческого предприятия.

SUMMARY

Kalaman O. B. Methodology of strategy development of wine enterprises. - Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

The dissertation on competition of a scientific degree of the doctor of economic sciences on a specialty 08.00.04 - economics and management of the enterprises (on types of economic activity). - Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa, 2021.

The dissertation is devoted to the systematization and substantiation of scientific and methodological provisions and the development of scientific and practical recommendations for improving the methodology for the development of the strategy of wineries.

The development strategy formation concept for a wine enterprise in the context of the science-intensiveness growth of its production is highlighted and an algorithm for the strategy methodology for the wine enterprises development is developed, which differs from the existing ones, taking into account the interconnection of its logical elements, allows to ensure the validity and consistency of research into the content of the strategy methodology for the wine enterprises development.

A model of a strategy for the innovative development of a wine-making enterprise in modern economic conditions has been built and the methodological positions of developing a strategy for wine-making enterprises, based on a modern interpretation of the resource concept, have been improved. The directions for the formation and implementation of the development strategy of a wine-making enterprise by using a peak approach to strategic innovative development have been developed and a mechanism for analyzing the external environment of the functioning of wine-making enterprises by applying approaches to assessing competitiveness has been proposed. A methodology for assessing the effectiveness of wine-making enterprises is presented and the methodology of the financial strategy of the activity of wine-making enterprises is systematized, based on the application of a matrix for choosing financial strategies for wine-making enterprises J. Franchon and I. Roman.

The formed algorithm for constructing a strategic profile of a wine-making enterprise makes it possible to analyze and evaluate various aspects of the strategic development of a wine-making enterprise in the implementation of innovative activities, and investigates the current state and strategic prerequisites for the development of wine-making enterprises. Recommendations for improving the mechanism for implementing an effective strategy for the innovative development of wineries have been developed.

Key words: wineries, strategy, strategic management of enterprise, strategic development of enterprise, methodology of strategic development, methodology of scientific researches, strategic innovative development of enterprise, strategy of development of winery.