

А.А. Хачатрян ✉

С.В. Макар

Финансовый университет при  
Правительстве Российской  
Федерации, Москва, Россия

✉ aahachatryan@fa.ru

Поступила в редакцию: 16.09.2025

Одобрена после рецензирования: 13.12.2025

Принята к публикации: 28.12.2025

© Хачатрян А.А., Макар С.В.

# Белое вино в России: регионы, сорта и стратегические векторы роста

## РЕЗЮМЕ

**Актуальность.** В статье представлен структурный анализ рынка белого вина в России в период 2020–2024 годов. Рассматриваются ключевые регионы виноградарства, классификация белых сортов винограда, типология вин по телосложению и уровню сладости, а также особенности каналов дистрибуции. По результатам исследования определены ключевые факторы, определяющие траекторию роста и конкурентоспособность отечественного сегмента белого вина, что позволяет рассматривать данную отрасль как стратегически значимую для агропромышленного комплекса России.

**Цель статьи** — проведение первого комплексного структурного анализа российского рынка белых вин.

Научная новизна исследования заключается в системной классификации и интерпретации структуры российского рынка белого вина с учетом внутренней региональной специфики, потребительских трендов и факторов государственной политики.

**Методы.** В рамках настоящего исследования применены как количественные, так и качественные методы анализа, обеспечивающие комплексный подход к оценке структуры и динамики развития рынка белого вина в России. В исследовании использовали методы статистического анализа, контент-анализа и сравнительного подхода.

**Результаты.** Были выделены ключевые факторы, оказывающие влияние на развитие российского рынка белого вина: меры государственной поддержки, трансформация потребительских предпочтений в сторону легких и органических вин, конкуренция с импортной продукцией, а также развитие эногастрономического туризма как инструмента регионального продвижения. Российский рынок демонстрирует как соответствие глобальным трендам, так и уникальные особенности: усиление роли автохтонных сортов винограда, укрепление позиций локальных брендов и рост доли отечественного вина в структуре потребления.

**Ключевые слова:** белое вино, агропромышленный комплекс, рынок вина, структурный анализ, сельское хозяйство, потребительское поведение, регионы-производители, российское вино, импорт, потребление

**Для цитирования:** Хачатрян А.А., Макар С.В. Белое вино в России: регионы, сорта и стратегические векторы роста. *Аграрная наука*. 2026; 402(01): 144–153. <https://doi.org/10.32634/0869-8155-2026-402-01-144-153>

Astghik A. Khachatryan ✉

Svetlana V. Makar

Financial University under the  
Government of Russian Federation,  
Moscow, Russia

✉ aahachatryan@fa.ru

Received by the editorial office: 16.09.2025

Accepted in revised: 13.12.2025

Accepted for publication: 28.12.2025

© Khachatryan A.A., Makar S.V.

# White wine in Russia: regions, varieties, and strategic growth vectors

## ABSTRACT

**Relevance.** The article presents a structural analysis of the white wine market in Russia in the period 2020–2024. The key regions of viticulture, the classification of white grape varieties, the typology of wines by physique and the level of sweetness, as well as the features of distribution channels are considered. Based on the results of the study, the key factors determining the growth trajectory and competitiveness of the domestic segment of white wine have been identified, which makes it possible to consider this industry as strategically important for the Russian agro-industrial complex.

**The purpose of the article** is to conduct the first comprehensive structural analysis of the Russian white wine market.

The scientific novelty of the research lies in the systematic classification and interpretation of the structure of the Russian white wine market, taking into account internal regional specifics, consumer trends and government policy factors.

**Methods.** Within the framework of this study, both quantitative and qualitative analysis methods have been applied, providing an integrated approach to assessing the structure and dynamics of the development of the white wine market in Russia. The study used methods of statistical analysis, content analysis and a comparative approach.

**Results.** The key factors influencing the development of the Russian white wine market were highlighted: government support measures, the transformation of consumer preferences towards light and organic wines, competition with imported products, as well as the development of enogastronomical tourism as a tool for regional promotion. The Russian market demonstrates both compliance with global trends and unique features: strengthening the role of autochthonous grape varieties, strengthening the position of local brands and increasing the share of domestic wine in the consumption structure.

**Key words:** white wine, agro-industrial complex, wine market, structural analysis, agriculture, consumer behavior, producing regions, Russian wine, import, consumption

**For citation:** Khachatryan A.A., Makar S.V. White wine in Russia: regions, varieties, and strategic growth vectors. *Agrarian science*. 2026; 402(01): 144–153 (in Russian). <https://doi.org/10.32634/0869-8155-2026-402-01-144-153>

## Введение/Introduction

Развитие винодельческой отрасли в России приобретает стратегическое значение в условиях санкционного давления и стремление к продовольственной независимости. Настоящее исследование опирается на стратегические ориентиры, обозначенные в национальных целях Российской Федерации<sup>1</sup>, включая развитие несырьевого аграрного экспорта, устойчивое развитие сельских территорий и формирование культуры здорового и осознанного потребления [1].

Актуальность темы обусловлена необходимостью глубокого понимания структурных изменений, происходящих на рынке винодельческой продукции, включая динамику производства, импортные потоки, особенности потребления и региональные различия [2, 3]. Развитие рынка вина в России становится предметом всё более пристального внимания со стороны исследователей в связи с изменениями в потребительском поведении, мерами государственной поддержки и усилением роли региональной идентичности [4, 6].

Особое внимание уделяется сегменту белых вин, демонстрирующему устойчивый рост в последние годы на фоне спроса на легкие, сухие, гастрономически универсальные напитки [7]. Спрос на белые вина во многом обусловлен сдвигом потребительских установок в сторону экологичности, прозрачности происхождения и умеренности [8], а также проникновением трендов здорового образа жизни и дифференциацией потребления по поколенческому признаку.

Существенное влияние на трансформационную структуру рынка влияет поколение Z, вступающее в эпоху активного потребления. Потребители, представители поколения Z, для которых характерны ценности осознанного потребления, экологичности и цифровой вовлеченности, чаще отдают предпочтение более «легким» винам. Белое вино более органично вписывается в ориентированную на повседневный образ жизни модель потребления, характерную для данной когортной группы. Дополнительным фактором является высокая чувствительность поколения к маркетинговым сигналам в цифровой среде, где белое вино представлено как элемент культуры образа жизни и соответствует ценностным ориентирам поколения Z: умеренности, натуральности и визуальной эстетике [9]. Этот переход к модели потребления открывает новые рыночные возможности для отечественных виноделов, ориентированных на качество, натуральность и терруарную идентичность продукции.

Согласно ряду исследований, рост интереса к белому вину отражает глобальные изменения образа жизни: повышение интереса к гастрономии,

сбалансированному питанию, устойчивому потреблению [10]. В российском контексте это проявляется в активизации локальных брендов и росте производства в южных регионах страны: Краснодарском крае, Крыму, Севастополе [11, 12]. Наряду с этим на фоне внешнеэкономических ограничений и сокращения импорта усиливается роль институциональной поддержки и развития механизмов ЗГУ и ЗНМП<sup>2</sup> как основы позиционирования на внутреннем и внешнем рынках [13, 14]. В исследованиях подчеркивается значимость брендинга и маркетинга: подходы к позиционированию отечественной винной продукции в конкурентной среде опираются прежде всего на географическое происхождение сырья, уникальность сортов и выразительную визуальную идентичность бренда [15].

Таким образом, накопленный научный и отраслевой опыт позволяет перейти к эмпирическому анализу современного состояния рынка белого вина в России, включая ключевые показатели, структуру производства, потребления и дистрибуции, а также факторы роста и барьеры развития.

*Цель настоящего исследования* — предоставление структурного анализа российского рынка белого вина, а также выявление ключевых факторов, определяющих его развитие.

Научная новизна исследования заключается в развитии экономического подхода к анализу винодельческой отрасли за счет выделения рынка белого вина в качестве самостоятельного объекта исследования. Впервые выполнены системная структурная классификация и интерпретация российского рынка белого вина с учетом региональной специализации производства, сортового состава винограда, типологии продукции, каналов дистрибуции и трансформации потребительских предпочтений.

Впервые в рамках экономического анализа винодельческой отрасли обоснована роль поколенческого фактора (поколение Z) как структурного элемента формирования спроса на белые вина, а также определены стратегические векторы роста данного сегмента в контексте мер государственной аграрной политики и регионального развития.

## Материалы и методы исследования / Materials and methods

В исследовании использован комбинированный подход, включающий качественные и количественные методы анализа данных, направленные на структурное описание и интерпретацию современного состояния рынка белого вина в России.

На первом этапе был проведен контент-анализ отраслевых и научных источников, отобранных по критерию релевантности тематике исследования.

<sup>1</sup> Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».

<http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726> (дата обращения: 24.07.25).

<sup>2</sup> Федеральный закон от 27.12.2019 № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации».

[https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_341772/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341772/?utm_source=chatgpt.com) (дата обращения: 08.09.2025).

В выборку вошли документы Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, включая итоговый доклад о результатах реализации проекта «Стимулирование развития виноградарства и виноделия»<sup>3</sup>, нормативно-правовые акты, такие как Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 20.02.2025 № 94<sup>4</sup>, а также статистические сборники Росстата «Социально-экономическое положение России» за 2020–2024 годы<sup>5</sup>.

В качестве научно-аналитической базы использованы отчеты Союза виноградарей и виноделов России<sup>6</sup>, публикации из баз данных РИНЦ, eLibrary и Scopus за 2019–2024 гг. Критериями включения служили наличие фокусировки на белом вине, упоминание региональной структуры производства, потребительского поведения или факторов отраслевого роста. Источники были классифицированы по содержательной направленности (производство, потребление, дистрибуция, сегментация, международные сопоставления) и типу (официальные, аналитические, научные).

Для анализа количественных данных использовали описательную статистику и графическую визуализацию, а также элементы факторного анализа. Применяли методы структурно-функционального анализа для построения классификаций (по типу продукта, степени насыщенности, уровню сладости, каналам сбыта и региональной специализации) и формально-логического метода для выведения обобщающих закономерностей.

## Результаты и обсуждение / Results and discussion

Белое вино — тип вина, получаемый путем ферментации винограда после удаления кожицы. Оно имеет насыщенный соломенно-желтый или золотисто-желтый цвет и является самым популярным алкогольным напитком среди потребителей во время праздников, романтических свиданий и ужинов, что и стимулирует рост рынка.

Основные объемы выращивания винограда в России сосредоточены преимущественно в южных регионах, где почвенно-климатические условия наиболее благоприятны для культивирования как автохтонных, так и международных сортов. Современная пространственная структура российского виноградарства, концентрированная в южных территориях, формирует прочную основу для поступательного развития отрасли.

Ключевыми конкурентными преимуществами регионального виноградарства являются разнообразие сортового состава (включая адаптированные международные и уникальные местные сорта), расширение системы географической идентификации винодельческой продукции (ЗГУ и ЗНМП), а также возрастающее международное признание российской продукции. Эти факторы в совокупности создают условия для расширения присутствия отечественных вин как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

В таблице 1 представлены ключевые регионы России, специализирующиеся на производстве

Таблица 1. Регионы, производящие виноград для белого вина в России

Table 1. Regions producing grapes for white wine in Russia

Регион	Роль в производстве	Ключевые белые сорта	Особенности
Краснодарский край	Лидер по площади виноградников и валовому сбору	Шардоне, Рислинг, Алиготе, Совиньон Блан, Солярис Таманский	Высокий уровень инфраструктуры, экспортный потенциал
Республика Крым и г. Севастополь	Исторически значимый винодельческий регион	Ркацители, Шардоне, Алиготе, Мускат	Производство ароматных вин с выраженным минеральным профилем
Республика Дагестан	Один из крупнейших производителей винограда	Ркацители	Производство белых вин в традиционном восточном стиле
Ростовская область	Развитие в зоне «Долина Дон»	Алиготе, гибридные формы	Известна своими автохтонными сортами винограда. Производство вин с повышенной кислотностью и свежестью
Ставропольский край	Умеренно развитое виноградарство	Алиготе, Левокумский устойчивый	Акцент на устойчивые и гибридные сорта
Волгоградская область	Потенциально перспективный регион	Мариновский, Сухолиманский белый	Выращивание адаптированных сортов
Сибирь и др.	Экспериментальные площадки	Сибирьковский, Северный, Золотце	Выращивание в резко континентальном климате

Источник: Составлено авторами на основании данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат)<sup>7</sup>, отраслевых докладов Ассоциации «Винодельческий союз»<sup>8</sup>, а также аналитических материалов порталов WineRetail.info<sup>9</sup> и «Винный гид России»<sup>10</sup>

<sup>3</sup> МСХ РФ. Итоговый доклад о результатах реализации проекта «Стимулирование развития виноградарства и виноделия» [https://mcx.gov.ru/upload/iblock/60e/f3efndq2h1aju6jsas5j1kjavrgsj52s.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://mcx.gov.ru/upload/iblock/60e/f3efndq2h1aju6jsas5j1kjavrgsj52s.pdf?utm_source=chatgpt.com) (дата обращения: 08.09.2025).

<sup>4</sup> Приказ Минсельхоза РФ от 20 февраля 2025 года № 94 «Об утверждении формы документа...» [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_502068](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_502068) (дата обращения: 08.09.2025).

<sup>5</sup> Росстат. Социально-экономическое положение России. Статистический сборник. Раздел «Сельское хозяйство». М.: Росстат. 2024. <http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-12-2024.pdf> (дата обращения: 08.09.2025).

<sup>6</sup> Союз виноградарей и виноделов России. Отчет ассоциации на 01.07.2023.

URL: <https://vwa.ru/> (дата обращения: 08.09.2025).

<sup>7</sup> Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Производство, розничная продажа и потребление алкогольной продукции в Российской Федерации.

<https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 19.09.2025).

<sup>8</sup> Ассоциация «Винодельческий союз». Отрасль в цифрах: производство вина и розничные продажи в 2018–2025 гг.

<https://vin-souz.ru/> (дата обращения: 19.09.2025).

<sup>9</sup> WineRetail. WR: «Белый тренд» — белое вино в России.

<https://wineretail.info/vinotorgovlya/wr-belyiy-trend-2023-07-01.html> (дата обращения: 19.09.2025).

<sup>10</sup> Роскачество — проект «Винный гид России».

<https://rskrf.ru/vgr/> (дата обращения: 19.09.2025).

Таблица 2. Классификация белых сортов винограда, используемых в России

Table 2. Classification of white grape varieties used in Russia

Категория	Сорт	Характеристика
Основной белый	Ркацители	Лидер по площади посадок в РФ, высокоурожайный, используется в столовых и сухих винах
Международные белые	Шардоне, Рислинг, Мускат белый, Совиньон Блан	Популярные в мире сорта, успешно адаптированы в Краснодарском крае, Крыму, Ростовской области
Местные автохтонные	Сибирьковский, Платовский, Мариновский, Левокумский устойчивый, Цимлянский белый (редко)	Выведены или распространены в России, отличаются морозостойкостью и адаптацией к региональному климату
Специализированные	Алиготе, Пино Блан, Бианка, Виура, Вионье	Используются в узкоспециализированных хозяйствах, чаще — в купажах и авторских винах
Столовые (смешанные)	Августин, Ливия (розовый)	Не всегда винные сорта, но могут применяться в производстве вин местного значения

Источник: Составлено авторами на основании данных Федеральной службы государственной статистики<sup>11</sup>, отраслевых докладов Союза виноградарей и виноделов России<sup>12</sup>, а также аналитических материалов портала «Винный гид России»<sup>13</sup>

белого винограда, с указанием основных сортов и их характеристик. Каждый регион обладает специфическими почвенно-климатическими условиями, что определяет как ассортимент выращиваемых сортов, так и потенциальное качество винодельческой продукции.

В таблице 2 представлена классификация белых сортов винограда, культивируемых в России, с учетом их происхождения и назначения. Выделены пять ключевых категорий: основной массовый сорт, международные сорта, широко распространенные в винодельческих регионах мира и адаптированные в России, местные автохтонные и селекционные сорта, обладающие высокой устойчивостью к климатическим условиям, специализированные сорта с ограниченным распространением, применяемые преимущественно в авторских и премиальных винах, а также универсальные или столовые сорта, иногда используемые в технологических целях. Такая систематизация позволяет отразить разнообразие сортового состава и специфику их применения в различных сегментах российского виноделия.

#### Классификация вин

Одним из параметров, позволяющих классифицировать белые вина, является условно выделяемый тип телосложения — совокупная органолептическая характеристика, отражающая восприятие плотности, насыщенности и структуры вина во вкусе. Этот показатель определяется сочетанием уровня спирта, содержания экстрактивных веществ, кислотности, сортовых особенностей, а также особенностей технологии производства.

В рамках настоящего исследования в соответствии с международной дегустационной практикой условно выделяются три категории<sup>14</sup>:

- вина с легким телом (light-bodied);
- вина средней плотности (medium-bodied);
- полнотелые и насыщенные вина (full-bodied).

Легкие белые вина активно набирают популярность благодаря освежающему вкусу, низкому содержанию алкоголя и высокой кислотности. Эти характеристики делают их привлекательными для сторонников здорового образа жизни, а также для употребления в качестве легкого аперитива. Такие вина часто подаются с легкими закусками на неформальных мероприятиях и летних террасах.

Вина средней плотности занимают устойчивую позицию благодаря сбалансированности и универсальности. Они сочетают в себе богатый, но чистый вкус, что привлекает ценителей, ищущих сложность без излишней тяжести. Их способность гармонизировать как с легкими, так и с насыщенными блюдами делает их постоянными элементами ресторанных меню и частыми гостями в домашних коллекциях.

Полнотелые и насыщенные белые вина отличаются плотной текстурой, глубиной и многогранным вкусом. Они ориентированы на любителей сложных и ярких вин, которые можно сочетать с интенсивными по вкусу блюдами. Этот сегмент демонстрирует рост в премиум-категории, отражая тренд на потребление вин для изысканных мероприятий и получения насыщенного гастрономического опыта.

Классификация белых вин по уровню сладости — один из ключевых параметров, определяющих стиль белого вина, его вкусовую структуру и рыночное позиционирование. В соответствии с международной (OVI)<sup>15</sup> и российской классификацией<sup>16</sup> белые вина делятся на следующие категории:

- сухое;
- полусладкое;
- сладкое.

<sup>11</sup> МСХ РФ. Виноградарство и виноделие [электронный ресурс]. 2021.

<https://mcx.gov.ru/upload/iblock/adb/d7d7u52pr8awy5owd2vs1w93yrzwxr.pdf> (дата обращения: 27.09.2025).

<sup>12</sup> Союз виноградарей и виноделов России. Концепция развития виноградарства и виноделия [электронный ресурс]. 2016. <https://kbvv.ru/images/docs/konceptiya17062016.pdf> (дата обращения: 27.09.2025).

<sup>13</sup> Роскачество. «Роскачество назвало любимые у россиян сорта вин». 5 апреля 2024 года.

<https://new-retail.ru/novosti/retail/roskachestvo-nazvalo-lyubimye-u-rossiyan-sorta-vin/> (дата обращения: 27.09.2025).

<sup>14</sup> Термины «вино легкой структуры», «вино средней структуры» и «вино плотной структуры» соответствуют международной сенсорной классификации вин (OIV, International Code of Oenological Practices, 2018; WSET, Systematic Approach to Tasting Wine, 2020), но не являются частью официальной терминологии, установленной ГОСТ 32030-2021 Вина и виноматериалы. Термины и определения.

<sup>15</sup> Международная организация виноградарства и виноделия (фр. Organisation Internationale de la vigne et du vin).

<https://www.oiv.int/ru> (дата обращения: 24.08.2025).

<sup>16</sup> ГОСТ 32030-2021 Вина. Общие технические условия (с поправками ред. от 02.01.2024).



Таблица 3. Динамика производства, импорта и потребления белого вина в России в 2020–2024 гг.

Table 3. Dynamics of white wine production, import and consumption in Russia in 2020–2024

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Примечание
Производство, млн дал	~26–28	29	30,1	30,0	32,6	+8,6% г/г
Импорт, млн л	~125	124,4	~120	~112	102	-18% от 2021 г.
Потребление, млн л	~130	~132	~134	~137	140	+8–10% с 2020 г.
Доля отечественного вина, %	34 %	~37%	~40%	~42%	44%	Рост доверия

Источник: составлено авторами на основании данных Росстата<sup>17</sup>, Минсельхоза России<sup>18</sup>, отраслевых обзоров WineRetail<sup>19</sup>

Сухие белые вина доминируют в сегменте универсального предложения благодаря своим выдающимся гастрономическим свойствам. Данная категория вин особенно привлекательна для потребителей, ориентированных на свежий, чистый вкусовой профиль с минимальным уровнем остаточной сладости. Предпочтения этой группы покупателей отражают устойчивый интерес к натуральности, сбалансированной кислотности и легкости вкуса, что соответствует современным тенденциям осознанного и гастрономически ориентированного потребления. Это способствует формированию устойчивого спроса со стороны потребителей, ориентированных на здоровый образ жизни и ценящих сбалансированные вкусовые характеристики. Такие вина находят применение как в контексте формальных гастрономических мероприятий, так и в неформальной повседневной обстановке, что расширяет их рыночную привлекательность и усиливает позиции данной категории в структуре потребления.

Полусладкие белые вина занимают промежуточную позицию, сочетая доступность и сбалансированный вкус. Их умеренная сладость делает их идеальным выбором для начинающих потребителей и ситуаций повседневного потребления. Спрос на такие вина дополнительно стимулируется сезонным фактором и тенденцией к легким, освежающим напиткам.

Сладкие белые вина ориентированы на нишевый сегмент ценителей сложных и интенсивных вкусов. Их востребованность связана с особыми случаями, десертными парными и премиальным позиционированием. Такие вина часто выступают в роли самостоятельного десерта или дополнения к изысканным блюдам в ресторанах высшей категории, а также воспринимаются как статусный подарок.

#### Анализ текущего состояния рынка и каналов продаж

Анализ текущего состояния и структурных характеристик рынка белого вина позволяет определить потенциал данной отрасли как ключевого сегмента регионального агропромышленного

роста, инструмента культурной и гастрономической политики, а также перспективного направления экспортной модели российского агропромышленного комплекса (далее — АПК). Особый интерес представляет именно сегмент белых вин, который на фоне роста внутреннего спроса на отечественные вина демонстрирует устойчивую положительную динамику производства и потребления (табл. 3). Белое вино, ранее уступавшее по объемам потребления красным сортам, начинает занимать всё более заметное место в структуре винного рынка, что связано как с изменениями потребительских предпочтений, так и с мерами государственной поддержки отрасли.

Импорт белого вина в России сокращается преимущественно в премиум-сегменте, в то время как рост внутреннего производства сконцентрирован в основном на доступных и среднеценовых линейках<sup>20</sup>. Качественное импортозамещение в высоком сегменте обеспечивается лишь отдельными нишевыми винодельнями и пока остается ограниченным. Это указывает на количественное замещение без полноценного восстановления премиального ассортимента, что требует дальнейших усилий и поддержки отрасли.

Каналы продаж играют ключевую роль в формировании спроса и доступности продукции на рынке белого вина. В России структура дистрибуции представлена как традиционными, так и современными форматами сбыта, включая:

- сетевую розничную торговлю (федеральные и региональные ретейлеры);
- специализированные винные бутики;
- HORECA-сегмент (гостиницы, рестораны, кафе);
- электронную коммерцию;
- фирменные магазины производителей;
- ярмарки и дегустационные залы при винодельнях.

Супермаркеты, гипермаркеты и крупные розничные сети стали основными каналами сбыта, предлагающими широкий выбор белых вин, отвечающих разнообразным потребительским предпочтениям. Удобство покупок в одном месте, включая организованный отдел для вина,

<sup>17</sup> Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Производство алкогольной продукции по видам, России [электронный ресурс].

<https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 08.09.2025).

<sup>18</sup> МСХ РФ. Продолжается рост производства вина в России [электронный ресурс]. 2024.

<https://mcx.gov.ru/press-service/news/v-rossii-prodolzhaetsya-rost-proizvodstva-vina/> (дата обращения: 08.09.2025).

<sup>19</sup> WineRetail, WR: «Белый тренд — белое вино в России». WineRetail.info. 2023 Jul 01.

<https://wineretail.info/vinotorgovlya/wr-belyiy-trend-2023-07-01.html> (дата обращения: 08.09.2025).

<sup>20</sup> WineRetail.info. Анализ импорта белого вина в Россию в 2020–2024 гг.

<https://wineretail.info> (дата обращения: 08.09.2025).

Таблица 4. Ключевые игроки российского рынка белого вина  
Table 4. Key players in the Russian white wine market

Производитель	Позиция на рынке	Ключевая характеристика и стратегия	Продукт
Кубань-Вино	Крупнейший производитель	Ориентация на внутренний спрос, масштабирование производства, господдержка	Широкий портфель массовых белых вин
Абрау-Дюрсо	Один из ведущих производителей игристых вин в России	Сильный бренд, развитие винного туризма и премиального маркетинга	Игристые и тихие вина премиум-сегмента
Ведерниковъ (Вилла Звезда)	Локальные производители (Краснодарский край)	Нишевые продукты, акцент на автохтонных сортах и региональной идентичности	Качественные вина из автохтонных сортов Тамани
Мысхако	Производитель в премиум-сегменте	Фокус на качестве, гастрономии и экспертном признании	6 из 10 лучших белых вин по версии «Винного гида России»
Массандра (Крым)	Исторический символ, культурная ценность	Крупный экспорт, производство вин с исторической репутацией	Классические крымские вина, основанные в 1894 г.
Усадьба Дивноморское (Шато Тамань)	Популярные бренды у потребителей	Сочетание современного качества и потребительского спроса	East Hill Blend 2023, Select Blanc 2023 (топ-5 по Vivino) <sup>22</sup>

Источник: составлено авторами на основе данных Росстата<sup>23</sup>, официальных сайтов производителей, отчетов Ассоциации «Винодельческий союз»<sup>24</sup>, рейтингов Vivino<sup>25</sup>

повышает доверие потребителей и задает тенденцию потребления вина в розничных магазинах. Эти магазины предоставляют возможности для дегустации в магазинах и рекламных акций, которые вовлекают потребителей и стимулируют продажи.

Онлайн-торговля вином в России остается ограниченной из-за законодательных барьеров<sup>21</sup> (запрет на дистанционную продажу алкоголя). Однако растет роль интернет-площадок как инструмента маркетинга и предзаказа с последующим самовывозом или покупкой в магазине.

В южных винодельческих регионах Российской Федерации (Республика Крым, Краснодарский край, Ростовская область) наблюдается активное развитие фирменных торговых точек при винодельнях, являющихся элементом эногастрономического туризма. Одновременно отмечается рост доли прямых продаж винодельческой продукции, прежде всего среди малых производителей, ориентированных на развитие собственных брендов и формирование устойчивой потребительской лояльности посредством дегустационных и туристических программ. В таблице 4 систематизированы ключевые производители российского рынка белого вина.

Российский рынок белого вина представлен широким спектром производителей — от крупных агропромышленных холдингов до локальных виноделен, ориентированных на качество и

региональную специфику. Лидирующие позиции занимают «Кубань-Вино» и «Абрау-Дюрсо»: первый отличается масштабом и стабильным ростом, второй — сильным брендом и лидирующими позициями в категории игристых вин. В премиальном и нишевом сегментах выделяются такие винодельни, как «Ведерниковъ», «Вилла Звезда», «Мысхако», делающие ставку на автохтонные сорта и виноделие с выраженной территориальной идентичностью.

Историческая «Массандра» занимает особое положение благодаря сочетанию культурной значимости и стабильного экспорта. В свою очередь, такие бренды, как «Шато Тамань» и «Усадьба Дивноморское», успешно конкурируют в среднем ценовом сегменте, активно формируя потребительский спрос и регулярно входя в рейтинги популярных винных платформ<sup>26</sup>.

Анализ показывает, что российский рынок белого вина развивается в русле общемировых тенденций, но с существенными национальными особенностями.

Наблюдаемые тенденции российского рынка соответствуют глобальным: усиливается интерес к легким и сухим белым винам, растет внимание к происхождению и качеству продукции, формируется культура осознанного потребления. Эти изменения находят отражение в росте популярности винного туризма и локальных брендов [16, 17].

<sup>21</sup> Федеральный закон от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной продукции», статья 16, часть 2, подпункт 14.  
[https://www.consultant.ru/law/podborki/zapret\\_distancionnoj\\_prodazhi\\_alkogolya/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.consultant.ru/law/podborki/zapret_distancionnoj_prodazhi_alkogolya/?utm_source=chatgpt.com) (дата обращения: 18.08.2025).  
<sup>22</sup> Top 15 Russian White wines in Russia right now.  
<https://www.vivino.com/en/toplists/top-25-russian-white-wines-in-russia-right-now-russia> (дата обращения: 15.09.2025).  
<sup>23</sup> Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Статистический сборник «Основные показатели, характеризующие рынок алкогольной продукции в 2021–2023 годах».  
[https://fsrar.gov.ru/industry/1261678438828/statisticheskij\\_sbornik\\_osnovnye\\_pokazateli\\_harakterizujushhie\\_rynok\\_alkogolnoj\\_produkcii\\_v\\_2021\\_2023\\_godah](https://fsrar.gov.ru/industry/1261678438828/statisticheskij_sbornik_osnovnye_pokazateli_harakterizujushhie_rynok_alkogolnoj_produkcii_v_2021_2023_godah) (дата обращения: 15.09.2025).  
<sup>24</sup> Ассоциация «Винодельческий союз». Отрасль в цифрах: аналитика и статистика.  
<https://vin-souz.ru/%d0%be%d1%82%d1%80%d0%b0%d1%81%d0%bb%d1%8c-%d0%b2-%d1%86%d0%b8%d1%84%d1%80%d0%b0%d1%85/> (дата обращения: 15.09.2025).  
<sup>25</sup> Top 15 Russian White wines in Russia right now. Vivino [Internet]. [cited 2025 Oct 27].  
Available from: [https://www.vivino.com/en/toplists/top-25-russian-white-wines-in-russia-right-now-russia?srsId=AfmBOorfj23\\_SyNkfrSnAhMh9Qi2oeMF909Jftvsvl1uc7pVhQD0](https://www.vivino.com/en/toplists/top-25-russian-white-wines-in-russia-right-now-russia?srsId=AfmBOorfj23_SyNkfrSnAhMh9Qi2oeMF909Jftvsvl1uc7pVhQD0) (дата обращения: 15.09.2025).  
<sup>26</sup> Например, Vivino — онлайн-магазин вин и винное приключение.  
<https://www.vivino.com/en/> (дата обращения: 1.09.2025).

Таблица 5. Сравнение международных тенденций и российского рынка белого вина  
Table 5. Comparison of international trends and the Russian white wine market

Критерий	Международные тенденции	Российский рынок
Основной тренд потребления	Рост потребления из-за легкости, универсальности и сезонного спроса	Устойчивый рост спроса на сухие и полусухие белые вина
Отношение к качеству	Популярность органического и биодинамического виноделия	Появление локальных органических производителей (малые винодельни юга)
Культура потребления	Сдвиг к умеренному и осознанному потреблению в рамках wellness-трендов	Рост сегмента потребителей, ориентированных на качество, происхождение и гастрономию
Восприятие вина	Переход от массового потребления к культурному и эмоциональному восприятию	Аналогичный переход: усиление роли брендов, ЗГУ и винного туризма
Регуляторные ограничения	Онлайн-продажи алкоголя разрешены во многих странах	Запрет дистанционной торговли алкоголем
Зависимость от импорта	Развитые винодельческие страны (ЕС, США) самодостаточны	Высокая зависимость от импорта в среднем и премиальном сегментах
Органическое виноделие	Широко распространено и популярно	Нарастающий интерес среди отдельных групп потребителей (мегаполисы, Ногеса), однако в целом рынок характеризуется низкой степенью зрелости и ограниченной осведомленностью
Экспортный потенциал	Ключевой показатель для стран-производителей	Незначительные объемы экспорта по сравнению с мировыми лидерами

Источник: составлено авторами на основании данных OIV<sup>27</sup>, исследований Vivino<sup>28</sup>, аналитических обзоров Wine Intelligence<sup>29</sup>, WineRetail, Клименко и др. [12], а также отраслевых обзоров Союза виноградарей и виноделов России

### Риски и драйверы развития рынка белого вина в России

Развитие рынка белого вина в России осуществляется под воздействием комплекса разнонаправленных факторов, которые условно можно разделить на драйверы роста и ограничивающие риски (рис. 1, 2).

Среди ключевых драйверов наибольшее значение имеют:

- государственная поддержка отрасли, реализуемая через субсидирование закладки виноградников, развитие винных кластеров и внедрение системы сертификации (ЗГУ, ЗНМП);

- рост потребительского интереса к отечественному вину, особенно в условиях ограниченного импорта и тенденций к импортозамещению;
- формирование тренда на осознанное потребление, сопровождаемое спросом на легкие, органические и локальные вина;
- развитие винного туризма, способствующее продвижению региональных брендов и формированию культурной идентичности;
- цифровизация потребительских практик, включая онлайн-рейтинги, дегустационные платформы и маркетинговые инструменты;

Рис. 1. Ключевые факторы, влияющие на развитие рынка белого вина в России

Fig. 1. Key factors influencing the development of the white wine market in Russia



Источник: составлено авторами

<sup>27</sup> International Organisation of Vine and Wine (OIV). State of the World Vitivinicultural Sector in 2024. <https://www.oiv.int/> (дата обращения: 1.09.2025).

<sup>28</sup> Vivino Russia. Вкусовые предпочтения российских потребителей в 2023–2024 гг. <https://vivino.com> (дата обращения 1.09.2025).

<sup>29</sup> Wine Intelligence. Global Wine Consumption Trends: The Shift Toward Sustainability, Quality and Younger Consumers [Internet]. 2024 [cited 2025 Oct 27]. Available from: <https://wine-intelligence.com/blogs/wine-news-insights-wine-intelligence-trends-data-reports/global-wine-consumption-trends-the-shift-toward-sustainability-quality-and-younger-consumers> (дата обращения: 1.09.2025).

**Рис. 2.** Типология и структура рисков, влияющих на развитие рынка белого вина в России**Fig. 2.** Typology and risk structure of the white wine market in Russia

Источник: составлено авторами

■ климатические и агроэкологические преимущества южных регионов России, позволяющие стабильно выращивать белые сорта высокого качества.

Современное развитие рынка белого вина в России формируется под влиянием совокупности факторов: смещение потребительских предпочтений в сторону легких и сухих вин, государственной поддержки (субсидии, ЗГУ/ЗНМП), технологической модернизации, роста эногастрономического туризма, благоприятных климатических условий, тренда на импортозамещение и цифровизации потребления при сохранении ограничений на онлайн-продажи.

Таким образом, за анализируемый период рынок белого вина в России укрепил свои позиции за счет роста внутреннего производства, сдержанного потребительского спроса и переориентации предпочтений с импортной на отечественную продукцию. В то же время рынок сталкивается с рядом системных и ситуативных рисков. Рисунок 2 демонстрирует многослойную структуру рисков, влияющих на развитие рынка белого вина в России.

Внешние факторы (климатические колебания, импортозависимость, колебания валютного курса и международная конкуренция) создают значительное давление на отрасль, особенно в условиях санкционного режима и логистических ограничений. Эти вызовы напрямую влияют на внутренние риски: рост издержек на сырье, логистику, повышение себестоимости и ценовую конкуренцию. Конкурентная среда дополняется внутренней дифференциацией между крупными производителями и нишевыми винодельнями,

каждая из которых обладает уникальными конкурентными стратегиями.

Таким образом, высокая степень взаимосвязанности между внешними и внутренними рисками усиливает уязвимость отрасли, формируя потребность в адаптивных мерах государственной поддержки, технологических инновациях и стратегическом позиционировании брендов на внутреннем и международном рынках. Дальнейшее развитие рынка белого вина в России требует балансировки между опорой на внутренние драйверы роста и мерами по снижению институциональных и рыночных рисков. Эффективное использование потенциала белого виноделия возможно при условии комплексной стратегии, сочетающей аграрную, культурную и экспортно ориентированную политику.

### Выводы/Conclusions

Белое вино в России представляет собой не только результат переработки сельскохозяйственного сырья, но и значимый фактор регионального развития, культурной идентичности и наращивания экспортного потенциала. В ходе проведенного исследования получены следующие результаты, обладающие научной новизной и расширяющие представления о развитии винодельческой отрасли в России.

Во-первых, рынок белого вина в России рассмотрен как самостоятельный сегмент винодельческого рынка, обладающий собственной структурой, особенностями спроса и факторами развития, что позволяет уточнить экономическую специфику данного направления АПК.



Во-вторых, на основе анализа ключевых факторов и рисков (рис. 1, 2) предложена структурно-функциональная интерпретация развития рынка белого вина, отражающая взаимосвязь государственной поддержки, рыночных условий и отраслевых ограничений и позволяющая обосновать характер их влияния на устойчивость и конкурентоспособность сегмента.

В-третьих, проведена комплексная систематизация российского рынка белого вина, включающая региональные особенности производства, сортовой состав винограда, типологию белых вин и каналы сбыта, что позволило выявить устойчивые тенденции формирования предложения и структуры потребления.

В-четвертых, установлено, что изменение потребительских предпочтений, в том числе со стороны представителей поколения Z, оказывает

замечное влияние на структуру спроса на белые вина, способствуя росту интереса к локальной, качественной и легкой продукции.

В-пятых, показано, что меры государственной поддержки виноградарства и виноделия (№ 468-ФЗ, субсидирование, механизмы ЗГУ и ЗНМП) оказывают опосредованное влияние на развитие рынка белого вина, способствуя технологическому обновлению производства, повышению качества продукции и продвижению региональных брендов.

Полученные выводы имеют практическое значение для разработки мер государственной аграрной политики и региональных программ развития винодельческой отрасли, а также могут быть использованы в деятельности хозяйствующих субъектов рынка белого вина.

Все авторы несут ответственность за работу и представленные данные. Все авторы внесли равный вклад в работу. Авторы в равной степени принимали участие в написании рукописи и несут равную ответственность за плагиат. Авторы объявили об отсутствии конфликта интересов.

#### ФИНАНСИРОВАНИЕ

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Узун Е.В., Аблаев Р.Р. Виноградарство и виноделие как развивающаяся отрасль агропромышленного комплекса Российской Федерации. *Экономика и управление: теория и практика*. 2022; 8(1): 80–87. <https://www.elibrary.ru/sqwinw>
2. Матушевская Е.А., Огильба А.В., Голдаева Е.В. Динамика и перспективы развития винодельческой отрасли в Российской Федерации. *Актуальные вопросы права, экономики и управления. Сборник статей V Международной научно-практической конференции*. Пенза: Наука и просвещение. 2016; 256–262. <https://www.elibrary.ru/xdlfgv>
3. Аблаев Р.Р., Абрамова Л.С., Аблаев А.Р. Современные тенденции развития виноградарства и виноделия в агропромышленном комплексе Российской Федерации. *International Agricultural Journal*. 2023; 66(2): 748–765. <https://www.elibrary.ru/bwuipi>
4. Николаева М.А. Российский рынок вин: состояние отечественного производства и импорт, перспективы развития. *Российский внешнеэкономический вестник*. 2023; (11): 64–72. <https://doi.org/10.24412/2072-8042-2023-11-64-72>
5. Аблаев Р.Р., Михалев А.В., Левчук К.С. Обеспечение конкурентоспособности российских предприятий как основа политики импортозамещения. *Вектор экономики*. 2021; (1): 12. <https://www.elibrary.ru/jsqizk>
6. Павлова Т.А., Роговенко Н.С. Современное состояние рынка виноделия в России. *Финансы и управление*. 2024; (2): 14–26. <https://doi.org/10.25136/2409-7802.2024.2.70267>
7. Bucher T., Frey E., Wilczynska M., Deroover K., Dohle S. Consumer perception and behaviour related to low-alcohol wine: do people overcompensate?. *Public Health Nutrition*. 2020; 23(11): 1939–1947. <https://doi.org/10.1017/S1368980019005238>
8. Fabbri S., Alampi Sottini V., Cipollaro M., Menghini S. Sustainability and Natural Wines: An Exploratory Analysis on Consumers. *Sustainability*. 2021; 13(14): 7645. <https://doi.org/10.3390/su13147645>
9. Chakravorti S. Wine Consumer Culture Positioning: Case of the Global Success of Yellow Tail and Casillero Del Diablo. *Association of Marketing Theory and Practice Proceedings*. 2021; 2021: 8. <https://doi.org/10.20429/amp.2021.08>
10. Thach L., Riewe S., Camillo A. Generational cohort theory and wine: analyzing how gen Z differs from other American wine consuming generations. *International Journal of Wine Business Research*. 2021; 33(1): 1–27. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2019-0061>

All authors bear responsibility for the work and presented data. All authors made an equal contribution to the work. The authors were equally involved in writing the manuscript and bear the equal responsibility for plagiarism. The authors declare no conflict of interest.

#### FUNDING

The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds under the state assignment of the Financial University under the Government of the Russian Federation.

#### REFERENCES

1. Uzun E.V., Ablaev R.R. Viticulture and winemaking as a developing branch of the agroindustrial complex of the Russian Federation. *Economy and management: theory and practice*. 2022; 8(1): 80–87 (in Russian). <https://www.elibrary.ru/sqwinw>
2. Matushevskaya E.A., Ogilba A.V., Goldaeva E.V. Dynamics and prospects of wine industry in the Russian Federation. *Actual issues of law, economics and management. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference*. Penza: Nauka i Prosveshcheniye. 2016; 256–262 (in Russian). <https://www.elibrary.ru/xdlfgv>
3. Ablaev R.R., Abramova L.S., Ablaev A.R. Modern trends in the development of viticulture and winemaking in the agro-industrial complex of the Russian Federation. *International Agricultural Journal*. 2023; 66(2): 748–765 (in Russian). <https://www.elibrary.ru/bwuipi>
4. Nikolaeva M.A. Russia's wine market: domestic production and imports, prospects. *Russian foreign economic journal*. 2023; (11): 64–72 (in Russian). <https://doi.org/10.24412/2072-8042-2023-11-64-72>
5. Ablaev R.R., Mikhalev A.V., Levchuk K.S. Ensuring competitiveness of Russian enterprises as the basis of the import substitution politics. *Vector economy*. 2021; (1): 12 (in Russian). <https://www.elibrary.ru/jsqizk>
6. Pavlova T.A., Rogovenko N.S. The current state of the wine market in Russia. *Finansy i upravleniye*. 2024; (2): 14–26 (in Russian). <https://doi.org/10.25136/2409-7802.2024.2.70267>
7. Bucher T., Frey E., Wilczynska M., Deroover K., Dohle S. Consumer perception and behaviour related to low-alcohol wine: do people overcompensate?. *Public Health Nutrition*. 2020; 23(11): 1939–1947. <https://doi.org/10.1017/S1368980019005238>
8. Fabbri S., Alampi Sottini V., Cipollaro M., Menghini S. Sustainability and Natural Wines: An Exploratory Analysis on Consumers. *Sustainability*. 2021; 13(14): 7645. <https://doi.org/10.3390/su13147645>
9. Chakravorti S. Wine Consumer Culture Positioning: Case of the Global Success of Yellow Tail and Casillero Del Diablo. *Association of Marketing Theory and Practice Proceedings*. 2021; 2021: 8. <https://doi.org/10.20429/amp.2021.08>
10. Thach L., Riewe S., Camillo A. Generational cohort theory and wine: analyzing how gen Z differs from other American wine consuming generations. *International Journal of Wine Business Research*. 2021; 33(1): 1–27. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2019-0061>

11. Ohana-Levi N., Netzer Y. Long-Term Trends of Global Wine Market. *Agriculture*. 2023; 13(1): 224. <https://doi.org/10.3390/agriculture13010224>
12. Клименко Л.В., Кривошеева-Медянцева Д.Д. Виноделие на юге России: барьеры развития и стратегии позиционирования. *Управленец*. 2024; 15(1): 97–111. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2024-15-1-7>
13. Гагерова А.В., Гармашова Е.П. Обзор рынка виноградарства и виноделия Российской Федерации на фоне общемировых тенденций. *Экономика. Информатика*. 2020; 47(3): 501–511. <https://doi.org/10.18413/2687-0932-2020-47-3-501-511>
14. Alston J.M., Gaeta D. Reflections on the Political Economy of European Wine Appellations. *Italian Economic Journal*. 2021; 7(2): 219–258. <https://doi.org/10.1007/s40797-021-00145-4>
15. Хачатрян А.А. Роль брендинга винодельческой продукции на российском рынке. *Проблемы экономики и юридической практики*. 2024; 20(6): 241–246. <https://doi.org/10.33693/2541-8025-2024-20-6-241-246>
16. Шашло Н.В. Эногастрономический туризм как инструмент популяризации культурного наследия Республики Крым — региона Северного Причерноморья. *Научный альманах стран Причерноморья*. 2024; 10(4): 25–30. <https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-4-25-30>
17. Gómez-Carmona D., Paramio A., Cruces-Montes S., Marín-Dueñas P.P., Aguirre Montero A., Romero-Moreno A. The effect of the wine tourism experience. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2023; 29: 100793. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100793>

#### ОБ АВТОРАХ

##### Астхик Аркадьевна Хачатрян

научный сотрудник

aahachatryan@fa.ru

<https://orcid.org/0000-0001-6493-680X>

##### Светлана Владимировна Макара

доктор экономических наук, главный научный сотрудник  
svetwn@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-1681-8814>

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Тверская ул., 22Б, стр. 3, Москва, 125375, Россия

11. Ohana-Levi N., Netzer Y. Long-Term Trends of Global Wine Market. *Agriculture*. 2023; 13(1): 224. <https://doi.org/10.3390/agriculture13010224>

12. Klimenko L.V., Krivosheeva-Medyantseva D.D. Winemaking in Southern Russia: Barriers to development and positioning strategies. *The Manager*. 2024; 15(1): 97–111 (in Russian). <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2024-15-1-7>

13. Gagerova A.V., Garmashova E.P. Russian Federation viticulture and wine-making market overview with current global trends. *Economics. Information technologies*. 2020; 47(3): 501–511 (in Russian). <https://doi.org/10.18413/2687-0932-2020-47-3-501-511>

14. Alston J.M., Gaeta D. Reflections on the Political Economy of European Wine Appellations. *Italian Economic Journal*. 2021; 7(2): 219–258. <https://doi.org/10.1007/s40797-021-00145-4>

15. Khachatryan A.A. Marketing and Branding of Wine Products on the Russian Market. *Economic Problems and Legal Practice*. 2024; 20(6): 241–246 (in Russian). <https://doi.org/10.33693/2541-8025-2024-20-6-241-246>

16. Shashlo N.V. Wine and Gastronomic Tourism as a Tool for Popularizing the Cultural Heritage of Crimea as a Region of the Northern Black Sea Region. *Science Almanac of Black Sea Region Countries*. 2024; 10(4): 25–30. <https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-4-25-30>

17. Gómez-Carmona D., Paramio A., Cruces-Montes S., Marín-Dueñas P.P., Aguirre Montero A., Romero-Moreno A. The effect of the wine tourism experience. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2023; 29: 100793. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100793>

#### ABOUT THE AUTHORS

##### Astghik Arkadyevna Khachatryan

Researcher

aahachatryan@fa.ru

<https://orcid.org/0000-0001-6493-680X>

##### Svetlana Vladimirovna Makar

Doctor of Economics, Chief Researcher  
svetwn@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-1681-8814>

Financial University under the Government of the Russian Federation,  
22B/3 Tverskaya Str., Moscow, 125375, Russia