

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/320551>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

Введение 5

1. Нормативные ссылки 7

2. Термины и определения 8

3. Аналитический обзор технологий производства красного портвейна 9

3.1. Обзор показателей внешнеторгового рынка 9

3.2. Обзор зарубежных производителей 15

3.2. Оценка конкуренции и рынков сбыта 24

4. Экспертиза и оценка рынка технологий производства красного портвейна 32

4.1. Маркетинговые исследования 32

4.2. Цель и задачи маркетинга предприятий 38

4.2. Стратегии маркетинга предприятий 41

4.2. Ценообразование 48

4.2. Каналы сбыта продукции 50

4.2. Система продвижения товара 51

4.2. Организация послепродажного обслуживания клиентов 55

4.2. Финансовое обеспечение 57

Заключение 59

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 61

Приложение А 63

Введение

Актуальность работы обусловлена тем, что повышенный спрос на напитки низкого класса среди потребителей из-за различий во вкусовой палитре, вероятно, будет стимулировать рынок портвейна в прогнозируемый период времени. Однако ожидается, что недостаток знаний о полезных последствиях потребления портвейна для здоровья людей будет сдерживать рост доли портвейна на рынке. Согласно региональному анализу рынка, ожидается, что рынок портвейна в России вырастет в 2023 среднем на 6,9%, получив доход в размере 223 633,70 тыс. долларов за отчетный период. Вино - это товар, который нельзя полностью ощутить, пока его не употребят, поэтому при отсутствии дегустаций или предварительного опыта работы с портвейном решение о покупке является сложным для многих потребителей портвейна. В дополнение к эмпирической природе портвейна, портвейн также является информационным продуктом, который может ошеломить необразованного потребителя портвейна.

Измерение инноваций в винодельческой промышленности затруднено не только из-за широких, абстрактных и двусмысленных коннотаций термина "инновация", но и из-за специфических характеристик винодельческой промышленности, которые усложняют сбор данных, построение моделей и анализ. Более того, инновационная деятельность часто рассматривается как коммерческая тайна, что значительно ограничивает обмен информацией между ярмарками и с исследователями, замедляя распространение инноваций в винодельческой промышленности. Несмотря на эти проблемы, инновации могут принести значительную пользу отрасли; однако исследователям виноделия необходимо убедить практиков в том, что инновации могут привести к конкурентному преимуществу и принести финансовый успех.

Объектом исследования является рынок красного портвейна Предметом исследования является техники и технологии производства красного портвейна.

Целью исследования является маркетинговое исследования техник и технологий производства красного портвейна сортов «Руби» и «Массандра».

Задачи исследования:

1. Исследовать производителей и их подходы к производству красного портвейна.

2. Изучить основные техники и технологии производства на рынке красного портвейна.

3. Проанализировать маркетинговые стратегии продвижения товаров на рынке.

4. Изучить особенности ценообразования производителей.

5. Проанализировать систему сбыта и финансовые стороны.

Методы исследования: анализа и синтеза информации, маркетингового анализа, ценового анализа, финансового анализа, SWOT-анализа.

Теоретические положения приведены трудах отечественных и зарубежных авторов, правовые положения в основных законах РФ, касательно производства вина, портвейна и винных напитков, показатели для анализа выбраны на основе изучения открытых источников статистической информации.

1. Нормативные ссылки

В настоящей курсовой работе использованы ссылки на следующие нормативные документы:

— ТРТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»;

— ГОСТ 33336-2015 «Вина игристые. Общие технические условия»;

— ГОСТ 32131-2013 «Бутылки стеклянные для алкогольной и безалкогольной пищевой продукции. Общие технические условия».

2. Термины и определения

В настоящей курсовой работе применяются следующие термины с соответствующими определениями:

2.1 Портвейны— крепленое вино, производимое на северо-востоке Португалии в долине реки Дору.

2.2 Экспорт — это вывоз товаров, работ и услуг за пределы России с целью продажи груза иностранному контрагенту.

2.3 Импорт — это ввоз иностранных товаров на территорию России для дальнейшего использования.

2.4 Опрос — это метод исследования, основанный на устном или письменном обращении к определенной группе людей с вопросами, содержание которых представляет проблему исследования на эмпирическом уровне.

2.6 Маркетинговое исследование — это систематический сбор, обработка и анализ информации, предпринимаемый для решения конкретных маркетинговых задач, стоящих перед фирмой.

2.7 Дегустация — это вид промо-акций, проводящийся с целью познакомить целевую аудиторию со вкусом, всеми свойствами торговой марки и стимулировать на пробную покупку.

3. Аналитический обзор технологий производства красного портвейна

3.1. Обзор показателей внешнеторгового рынка

Объем вин, предлагаемых к продаже в стране, равен сумме остатков вин на начало года и вин, которые производились внутри страны и ввозились в Россию в течение года.

Согласно отчету «Анализ рынка вина в России в 2020-2021 годах, оценка влияния коронавируса и прогноз на 2020-2024 годы» аналитического агентства «Бизнесстат», с 2020 по 2021 год объем поставок вина на российский рынок сократился на 3,2%: с 1200, 2 до 1161,6 млн литров. В 2020-2021 годах этот показатель снижался ежегодно (относительно прошлых лет). Сокращение поставок вин в страну больше всего было связано со снижением российского производства. Таким образом, за вышеупомянутые годы объем производства сократился на 23,2%: с 800,4 млн литров в 2020 году до 614,4 млн литров в 2021 году. В реальном выражении производство российского вина в 2020-2021 годах сократилось на 186 млн литров, а объем поставок - на 108,1 млн литров [11].

В 2021 году поставки показали рост на 6,4%, или 69,5 млн литров, за счет увеличения импортных поставок (на 46,7 млн литров) и отечественного производства (на 38,4 млн литров). При этом запасы сократились на 15,5 млн литров [12].

Ожидается, что в 2020 году поставки вина в Россию сократятся на 8,4% по сравнению с предыдущим годом. Сокращение предложения последует за падением спроса, на который повлияет экономический кризис в стране, усугубленный пандемией коронавируса. В 2021 году поставки вин в Россию сократятся из-за сокращения как внутреннего производства, так и импорта.

Красный порт «Массандра». Выдержан в дубовых бочках не менее трех лет. Производится только

предприятиями объединения «Массандра» из винограда Моурведр. Интенсивный цвет от красного до темного граната. В букете сочетаются тона сушеной вишни, чернослива, сушеная шелковица и специи. Вкус полный, богатый, с фруктовыми тонами и мягкими дубильными веществами. Вино производится с 1894 года. Спирт 18,5 об.% Сахар 6,0 мас.%.

Рубин - Это красное портвейн сочный, с тонами ягод, фруктов и шоколада. Вина, составляющие основу рубина, могут быть выдержаны от 1 до 3 лет, при этом порто имеет минимальное старение бочки - это позволяет напитку не окисляться и сохранять яркий цвет и фруктовый аромат. Porto ruby особого качества имеет категорию

Основными странами-импортерами портвейна «Рубин» и «Массандра» в 2021 году были США (17,6% всего мирового импорта), Великобритания (12,0%), Германия (8,0%), Китай (6,6%) и Канада (5,3%). Россия также является крупным импортером портвейна - в 2021 году, согласно торговой карте ЦМТ, импорт составил \$1,2 млн, что соответствует 9-му месту в списке мировых импортеров (таблица 1).

Таблица 1 – Импорт портвейна «Руби» и «Массандра», млн. долл. США [13]

№ Страна 2017 2018 2019 2020 2021

1	США	5 623,1	5 793,0	6 172,5	6 449,2	6 487,3
2	Великобритания	4 541,3	4 081,6	4 114,6	4 372,9	4 423,7
3	Германия	2 787,0	2 779,4	2 918,9	3 172,0	2 955,0
4	Китай	2 039,8	2 366,2	2 794,7	2 855,2	2 444,7
5	Канада	1 799,9	1 774,1	1 886,3	1 997,0	1 949,3
6	Япония	1 490,1	1 502,8	1 616,0	1 690,9	1 810,7
7	Нидерланды	1 302,6	1 244,9	1 286,0	1 380,1	1 335,8
8	Швейцария	1 068,3	1 069,3	1 163,8	1 215,1	1 211,9
9	Россия	672,4	727,9	1 003,2	1 051,1	1 160,0
10	Бельгия	1 010,7	1 003,3	1 087,0	1 154,5	1 132,7
11	Прочие страны	10 328,1	10 601,6	11 680,9	12 763,0	11 955,3
	Итого	32 663,3	32 944,0	35 724,1	38 101,0	36 866,4

Мировой экспорт портов Рубин и Массандра в 2021 году составил \$35,9 млрд, увеличившись на \$4,0 млрд по сравнению с 2020 годом. За этот период экспорт вина увеличился на 12,4% в стоимостном выражении (среднегодовые темпы роста 3,0%).

В 2021 году на Францию (30,6%) и Италию (20,1%) приходилось более половины всего мирового экспорта портового вина «Рубин» и «Массандра». В число TOP-5 экспортеров также вошли Испания (8,6%), Австралия (5,8%), Чили (5,4%). Экспорт российского портового вина в 2021 году, согласно торговой карте ВТЦ, составил 9,9 млн долларов США (таблица 2, рисунок 1).

Таблица 2 – «Руби» и «Массандра», млн. долл. США [13]

№ Страна 2017 2018 2019 2020 2021

1	Франция	9 184,9	9 170,5	10 281,6	11 065,6	10 965,2
2	Италия	5 976,4	6 226,3	6 784,8	7 369,9	7 202,7
3	Испания	2 965,5	2 961,3	3 270,1	3 513,6	3 066,8
4	Австралия	1 650,6	1 712,0	2 046,1	2 181,3	2 084,8
5	Чили	1 842,6	1 853,1	2 018,1	1 993,9	1 929,0
6	США	1 542,6	1 569,4	1 481,9	1 448,1	1 385,2
7	Новая Зеландия	1 071,4	1 120,6	1 196,6	1 191,6	1 216,9
8	Германия	1 069,4	1 040,3	1 142,4	1 225,7	1 168,3
9	Португалия	815,8	801,1	878,5	1 014,8	917,4
10	Великобритания	672,8	656,1	722,7	825,3	837,7
56	Россия	6,9	9,4	8,6	7,5	9,9
11	Прочие страны	5 099,5	5 398,0	5 613,9	5 782,3	5 078,0
	Итого	31 898,3	32 518,2	35 445,3	37 619,6	35 862,0

Рисунок 1 – Структура экспорта «Руби» и «Массандра»

Российский винный рынок за период 2015-2020 годов показал разнонаправленную динамику. В 2019 году объем потребления вина на российском рынке вырос на 9,9% по сравнению с уровнем 2018 года и составил около 108,1 млн декалитров¹. По итогам 2020 года объем потребления вина в России показал снижение:

значение показателя составило около 97,4 млн декалитров (-9,9% к уровню 2019 года и -8,0% к уровню 2015 года). Сокращение объема внутреннего рынка в 2020 году во многом было связано с введением ограничительных мер во время пандемии COVID-19, среди которых было временное закрытие предприятий в сегменте HoReCa.

К концу 2020 года российские предприятия произвели около 44,2 млн декалитров вина, что на 4% ниже показателя предыдущего года.

Среди крупнейших российских производителей вина [11]:

- ООО «Кубань-Вино»;
- ЗАО «Абрау-Дюрсо»;
- АО "НПФ" Фанагория";
- ООО «Союз-Вино»;
- ЗАО «Игристые вина»;

Уровень самообеспеченности вином в России к концу 2020 года составил 44,5% (против 52,1% в 2020 году). Потребление вина на душу населения в 2020 году составило 6,7 литра на человека, на 9,5% ниже прошлогоднего и на 8,0% ниже 2020 года.

Рисунок 2 – Самообеспеченность портвейном «Руби» и «Массандра» на душу населения в России с 2015 по 2020 год [12]

Российский импорт «Руби» и «Массандра» по итогам 2021 г. в натуральном выражении составил 54,0 млн дал, что на 13,9% ниже уровня предыдущего года (62,8 млн дал в 2019 г.). В стоимостном выражении объем импорта

Рисунок 3 – Импорт российского портвейна «Руби» и «Массандра», млрд. руб. [12]

Импорт Руби и Массандра (в контейнерах емкостью 227 л и более) показал значительное снижение 2020 (-78,2% к 2019), что стало результатом подписания и вступления в силу Федерального закона № 468-FZ от декабря 27 2019 «О виноградарстве и виноделии в РФ», согласно которому вино в России может производиться только из собственных виноматериалов, то есть из винограда, выращенного в

1. ГОСТ 33336-2015 «Вина игристые. Общие технические условия».
2. ГОСТ 32131 – 2013 «Бутылки стеклянные для алкогольной и безалкогольной пищевой продукции. Общие технические условия»
3. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.
4. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
5. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.
6. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
7. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 238 с.
8. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. — 2-е изд., доп. и перераб. — Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 302 с.
9. Павлуненко Л.Н., Вечирко О.И. Оценка реализации стратегии развития винодельческой отрасли в Республике Крым. //Экономические механизмы хозяйствования – 2022 - № 5. С. 45-59
10. Христюк В.Т., Якуба Ю.Ф. Усовершенствованная технологическая схема производства портвейна из перспективных красных и белых сортов винограда// Научный журнал КубГАУ – 2021 - №71(07). С. 31-39.
11. Винная индустрия России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vineandwine.vin/ru/publikacii/vinnaja-industrija-rossii-2020/> (Дата обращения 03.02.2023)
12. Промышленное производство. Росстат. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial (Дата обращения 03.02.2023)
13. Статистика импорта/экспорта вина, портвейна, винных напитков. ФТС. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/> (Дата обращения 03.02.2023)
14. Технологии производства красного портвейна. Португальский портвейн. Часть 4: технология производства портвейна [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://valentinawine.com/> (Дата обращения 03.02.2023)

15. Технология портвейна. [Электронный ресурс] – Режим доступа:

http://www.ovine.ru/blog/special_vine/portwein_technology.htm / (Дата обращения 03.02.2023)

16. Фанагория. Официальный сайт. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.fanagoria.ru/> (Дата обращения 03.02.2023)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/320551>