Симонова-Хитрова Марина Юрьевна. Французские компании на мировом рынке вина: диссертация ... кандидата Экономических наук: 08.00.14 / Симонова-Хитрова Марина Юрьевна;[Место защиты: ФГАОУВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»], 2017.- 252 с.

**Введение к работе**

**Актуальность темы диссертационного исследования** определяется  
необходимостью комплексного анализа развития французского

винодельческого сектора под влиянием процессов глобализации и

регионализации, поскольку его структура является моделью для других государств при построении стратегии развития национальных рынков вина. Негативные явления в отрасли виноделия Франции и европейских стран приводят к необходимости адаптации рыночных стратегий французских компаний к новым условиям мирового спроса.

Для России актуальность рассматриваемой проблематики обусловлена необходимостью более интенсивного развития отечественного виноделия, оказавшегося в кризисном состоянии вследствие антиалкогольной кампании конца 1980-х гг. и экономических проблем 1990-х гг. Разработка стратегии реформирования российской отрасли виноделия делает своевременным и целесообразным анализ форм и методов адаптации регулирующего законодательства во Франции к российским условиям и применения отечественными винодельческими компаниями современных рыночных стратегий в новых условиях развития мирового рынка вина. Использование французских стандартов регулирования способствует повышению качества отечественной продукции, что может привести к активизации процессов импортозамещения и росту экспортного потенциала России в этой сфере, в том числе в контексте винодельческих хозяйств Крыма.

**Степень научной разработанности темы.** Состояние французского рынка вина и маркетинговые инструменты, применяемые национальными производителями, являются предметом изысканий многих научных центров,

специализирующихся в области изучения проблем виноделия как в европейских странах – традиционных лидерах на мировом рынке вина, так и в странах, вошедших в число его ведущих участников в начале XXI в. Особо необходимо отметить работы таких специалистов, как J.M. Aurand, R.M. Castaldi, S. Nelgen, внесших значительный вклад в обобщающий анализ мирового рынка вина. Проблемы в области потребительского поведения на мировом рынке вина наиболее глубоко рассмотрены в работах G. Cesar, R. Mitchell, S. Mueller. Отдельные аспекты рыночных стратегий детально изучены в исследованиях Т. Atkin, T. Bouzdine-Chameeva, B. Delord, Е. Pomarici, М. Porter, H. Takeuchi.

В отечественной литературе нашли отражение некоторые вопросы,  
связанные с анализом эволюции французского рынка вина. В трудах  
В.А. Берзина рассмотрены аспекты государственного регулирования

винодельческого сектора Франции. Проблемы, связанные с кооперацией в изучаемом кластере как части французского агропромышленного комплекса отражены в исследованиях М.А. Котоминой. Региональная структура производства вина и технологические особенности процесса анализируются в работах Ю.Э. Зыбцева.

Несмотря на то, что обозначенные проблемы исследуются с применением широкого набора методов макроэкономического и статистического анализа, по мнению автора, в настоящее время практически отсутствуют работы, раскрывающие весь комплекс воздействия трансформации мирового рынка вина на французских производителей. Исследователи в этой области делают акцент на отдельных аспектах функционирования компаний, однако не уделяют достаточного внимания изучению связи между применяемыми ими инструментами и изменением положения французских производителей вина на мировом рынке.

**Соответствие** **темы** **диссертации** **требованиям** **паспорта**

**специальностей ВАК РФ** (по экономическим наукам). Диссертационное исследование по своей цели, задачам и результатам соответствует паспорту

специальности научных работников ВАК Министерства образования и науки РФ 08.00.14 «Мировая экономика» в следующих областях исследования: Мировой рынок товаров и услуг: тенденции развития, отраслевая и фирменная структура. Организация и техника международной торговли (пункт 17); Современные рыночные стратегии и их роль в развитии международного обмена. Методические аспекты международной конкурентоспособности. Формы и методы конкуренции в различных секторах мирового рынка (пункт 18); Интернационализация хозяйственной жизни. Глобализация экономической деятельности, ее факторы, этапы, направления и формы. Взаимодействие региональной интеграции и экономической глобализации (пункт 4).

**Целью** данной работы является определение особенностей деятельности французских компаний на мировом и национальном рынках вина в условиях глобализации и регионализации на основе отраслевого анализа и определения их рыночных стратегий.

Для достижения поставленной цели в диссертационной работе решаются следующие **задачи**:

1. Обобщение концептуальных положений современных теорий глобализации и регионализации и научных школ анализа отраслевых рынков в мировой экономической науке.
2. Исследование современного состояния мирового рынка вина, а также развития рынка вина Франции в условиях глобализации и регионализации и выявление основных факторов конкурентоспособности Франции, других стран-производителей вина и винодельческих компаний на мировом рынке.
3. Обоснование роли сектора виноделия в экономике Франции, исследование политики государственного регулирования рынка вина Франции и сравнение ее с практикой других стран, занимающих лидирующие позиции на мировом рынке. Определение степени воздействия негативных процессов в винодельческой отрасли Франции на основные показатели деятельности национальных производителей в современных условиях.
4. Систематизация инструментов маркетинга французских

производителей вина и оценка их соответствия современным условиям трансформации мирового рынка. Выявление основных рыночных стратегий французских компаний и оценка перспектив системы позиционирования их продукции на российском рынке вина.

5. Определение направлений использования Россией опыта Франции и ее компаний в области винодельческой деятельности, оценка возможностей адаптации ее системы управления качеством и государственного регулирования в условиях современного развития винного кластера Российской Федерации.

**Объектом исследования** являются французские винодельческие

компании и их рыночная активность на мировом рынке в современных условиях.

**Предмет исследования** – процессы и тенденции совершенствования рыночных стратегий французских производителей вина в условиях трансформации глобального рынка вина в целях повышения их международной конкурентоспособности.

**Хронологические рамки исследования** охватывают период с 2000 г. по 2015 г. Выбор указанного временного интервала обусловлен сменой модели потребления на мировом и французском рынке вина.

**Теоретическую и методологическую основу** диссертационной работы  
составили научные труды в области международной глобализации и  
регионализации, теории отраслевых рынков и маркетинга как отечественных,  
так и зарубежных ученых И.Н. Герчиковой, Е.Н. Голубковой, C.И. Долгова,  
Л.З. Зевина, А.С. Иванова, Н.Ю. Кониной, Н.Н. Ливенцева, М.М. Максимовой,  
С.П. Мясоедова, Р.Б. Ноздревой, И.Н. Платоновой, Л.С. Ревенко, И.Я. Рожкова,  
Ю.А. Савинова, Л.В. Сабельникова, М.И. Соколовой, А.Н. Спартака,

Б.А. Хейфеца, А.В. Холопова, Ю.В. Шишкова, а также Д. Бейна,

И. Валлерстайна, Э. Гидденса, Ф. Котлера, П. Кругмана, Ж.-Ж. Ламбена, Э. Мейсона, М. Мелица, Р. Паркера, М. Портера, Л.Склэра, М. Фезерстоуна, Э. Хелпмэна, Ф.М. Шерера, K. Anderson, B. Delord, F. Duquesnois, C.M. Hall.

**Методология и методы исследования.** В рамках исследования автор

использовал совокупность методов системного анализа и синтеза, экономико-статистического анализа, систематизации и обобщения статистических данных. В работе были применены количественные методы обработки результатов опросов, а также методы сравнений, аналогий и экспертных оценок, в частности балансовые построения, эконометрическое моделирование.

**Научная новизна исследования.** Комплексное исследование элементов  
рыночной структуры на базе теоретических положений Гарвардской школы  
анализа отраслевых рынков и «мир-системной» модели глобализации  
И.Валлерстайна установило, что динамика развития мирового и французского  
рынков вина, выбор рыночных стратегий и форм деятельности национальных  
производителей обусловлены процессами глобализации и регионализации,  
ростом конкуренции, спецификой движения международного капитала,  
трансформацией модели спроса и потребления, кризисными явлениями в  
винодельческом хозяйстве Франции. Также выявило потенциальные

возможности использования опыта государственного регулирования рынка вина Франции и подходов к построению рыночных стратегий французских компаний для российского виноделия.

Основные **результаты,** **составляющие** **научную** **новизну**

**диссертационной работы и выносимые на защиту**, заключаются в следующем:

1. Автор в своем исследовании основывается на современных теориях  
глобализации М. Фезерстоуна, Л. Склэра и Э. Гидденса, которые в базовых  
понятиях глобакализм, транснациональные практики, глобальный

консьюмеризм увязывают экономические, культурные, социальные и  
политические процессы как явления глобализации и регионализации. В работе  
отмечено, что под воздействием этих процессов мировые товарные рынки  
претерпевают значительные структурные изменения. На базе теоретических  
разработок И.Валлерстайна и с учетом положений Гарвардской школы

анализа отраслевых рынков построена современная модель мирового рынка вина, в соответствии с которой наблюдается географическое смещение

основных центов виноделия и потребления вина и переход стран Нового Света и Китая из группы периферии в группу полупериферии благодаря сравнительно высоким темпам роста производства, потребления и степени участия стран в международной торговле вином.

1. На основе построения динамических рядов макроэкономической статистики Франции сделан вывод, что виноделие Франции, развиваясь более высокими темпами, чем другие отрасли, является важнейшим сектором французской экономики и вносит весомый вклад в добавленную стоимость экономики страны, обеспечивая важный источник занятости для трудовых ресурсов. В то же время на базе анализа отраслевого баланса производства вина Франции определены основные характеристики негативных явлений на французском рынке виноделия, а именно: снижение потребления, перепроизводство, рост запасов, что происходит в значительной степени под влиянием трансформации современных условий развития мирового рынка и позволят сделать заключение о развитии кризиса в данной отрасли.
2. Доказан дуализм оценки классификации и системы стандартизации вин Франции, достоинство которых основано на поддержании высокого качества вина, при этом недостаток заключается в ограничении адаптации продукции к меняющимся предпочтениям потребителей. Определено влияние французской системы классификации вин на формирование и развитие национальных стандартов в европейских странах и странах Нового света. Обосновано, что процесс реформирования системы государственного регулирования стран ЕС происходил под влиянием системы регулирования Франции и привел к повышению международной конкурентоспособности французских производителей вина на мировом рынке. Однако также выявлено, что жесткость государственного законодательства Франции, недостаточность финансовых ресурсов и большое количество посредников ограничивают применение французскими производителями полного комплекса рыночных мероприятий, направленных на продвижение винодельческой продукции на национальном и мировом рынках.
3. Систематизированы показатели деятельности французских компаний-производителей вина, в результате чего определено их ведущее место на мировом рынке, выявлены сравнительно высокие финансовые результаты; при этом отмечается, что основная роль в производстве вина принадлежит хозяйствам среднего размера и кооперативам и основными тенденциями развития фирменной структуры винодельческой отрасли Франции являются процессы концентрации и централизации производства, консолидация бизнеса, а также рост кооперации.
4. Продемонстрированно, что французские компании на рынке вина применяют в основном рыночные стратегии «лидерство в нише» и дифференциации, максимально способствующие их высокой международной конкурентоспособности и базирующиеся на таких уникальных конкурентных преимуществах вин, как высокое качество и высокий имидж. Разработка и реализация эффективных рыночных стратегий привели к приобретению французскими винами на мировом рынке инвестиционной привлекательности, что сделало этот продукт объектом вложения капиталов с низким уровнем риска.
5. На основе проведенного расчета зависимости среднедушевого потребления вина в России от социально-экономических показателей доказано преимущественное влияние экономических переменных, что является признаком традиционной модели потребления вина, при которой потребитель ориентируется в первую очередь на цену и имиджевые характеристики. Это является одним из факторов результативности стратегий позиционирования французских вин на российском рынке.
6. Обосновано, что в целях повышения международной конкурентоспособности и увеличения производственного и экспортного потенциала страны в области виноделия в России может быть использован опыт Франции в таких аспектах, как государственное регулирование отрасли, система и методы классификации и стандартизации, управление качеством продукции, практика апелласьонов, технологии производственной и сбытовой

деятельности винодельческих компаний. При этом это не подразумевает прямого копирования, а должно осуществляться с учетом природно-климатических условий винодельческих регионов нашей страны и ее социально-экономических особенностей.

**Информационную** **базу** **исследования** составили данные

международной и отечественной экономической статистики (ComTrade UN,  
Eurostat, UNCTAD, OECD, ВТО, Международный Валютный Фонд, Insee,  
Федеральная таможенная служба РФ), данные специализированной статистики  
в области мирового производства и международной торговли вином  
(Международная организация виноградарства и виноделия (OIV)),

периодические издания («Мировая экономика и международные отношения», «Baccus», «International Journal of Wine Business Research», «Le vin et ses marchs annales», «Wine Spectator» и др.), аналитические материалы специализированных конференций и конгрессов (Международная конференция Академии исследований конъюнктуры винодельческой отрасли (AWBR), Всемирного конгресса виноградарства и виноделия под эгидой OIV («Vine and Wine»)) и государственных органов, регулирующих отрасль виноградарства и виноделия во Франции (FranceAgriMer, Viniflhor, INAO), ресурсы Интернет: материалы специализированных информационных порталов и новостных агентств.

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Выводы и положения диссертационной работы могут быть использованы для дальнейших исследований в министерствах и ведомствах, занимающихся в том числе проблемами виноделия и виноградорства, в соответствующих научно-исследовательских учреждениях; в учебном процессе университетов и факультетов ВУЗов экономического профиля в рамках дисциплин: мировая экономика, экономика Франции, мировой рынок вина.

Данное исследование может быть полезно также российским винодельческим компаниям, поскольку на отечественном рынке вина в настоящее время происходят существенные структурные изменения, ставится

задача роста потребления отечественных вин, в частности произведенных на  
Крымском полуострове. Особое значение работе придает текущее

реформирование законодательных аспектов регулирования рынка вина в России на основе французской модели.

**Обоснованность** **и** **достоверность** **результатов** **исследования**

обусловлены использованием официальных статистических данных ведущих  
международных организаций, аналитических материалов международных  
отраслевых организаций, а также применением научных методов анализа, таких  
как экономико-статистический анализ, корреляционно-регрессионное

моделирование, балансовые построения, систематизация и обобщение данных.

**Апробация** **результатов.** Основные положения и выводы

диссертационной работы нашли отражение в 16 статьях автора общим объемом 7,256 п.л. (из них опубликованы в изданиях из списка ВАК 6 статей общим объемом 3,78 п.л.); а также в докладах на международных научно-практических конференциях: Международная научно-практическая конференция «Россия в европейском и мировом информационном пространстве», МГИМО, Москва 2014 г.; X Всероссийская научно-практическая конференция «Опыт и проблемы маркетинговой деятельности в российском предпринимательстве», Пенза 2009 г.; IV Международная научно-практическая конференция «Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития», Чебоксары 2016 г. и др.; и в работе российских компаний-импортеров вина и учебном процессе Университета, что подтверждается прилагаемыми справками о внедрении результатов исследования.

**Структура диссертации** разработана в соответствии с поставленными целью и задачами и включает введение, три главы, заключение, библиографический список и приложения.