



Стратегічне планування моделі NEWAGRO для винного підприємства «Винні таємниці»

Вступ



Проект спрямований на створення та розвиток компанії, яка займатиметься виробництвом і експортом високоякісних вин. Основною метою проекту є не лише комерційний успіх, але й просування культурної спадщини виноробства та задоволення зростаючого попиту на унікальні та якісні алкогольні напої

Місія



“Ми прагнемо стійкого ведення виноробства, яке поважає землю, при цьому надаючи незабутній досвід кожному, хто відкриває пляшку нашого вина”

Товарна номенклатура



Основний продукт - Ягідні вина. У процесі виробництва використовуються садові та лісові ягоди, плоди вишень, абрикосів, слив та персиків.

Перелік алкогольного асортименту

1) Тихі столові вина:

- 1.1) сухі (цукор – до 0,3%, спирт – 9-14%);
- 1.2) напівсухі (цукор – 0,5-2,5%, спирт – 9-14%);
- 1.3) напівсолодкі (цукор – 3-8%, спирт – 9-13%).

2) Ігристі вина:

- 2.1) екстрабрют (цукор – до 0,6%);
- 2.2) брют (цукор – до 1,5%);
- 2.3) сухе (цукор – 2-3%);
- 2.4) напівсухе (цукор – 3,5-5%);
- 2.5) напівсолодке (цукор – 5,5% -8%);
- 2.6) солодке (цукор – 8,5% -12%).

Перелік безалкогольного асортименту



Безалкогольні газовані напої:

1) Цукор:

1.1) Напівсолодке

1.2) Напівсухе

1.3) Сухе

Концепція логотипа



Кольорова схема, що включає відтінки зеленого та чорного на фоні кольору слонової кістки, додає елегантності та природності.

Кругла Форма. Круглі логотипи часто асоціюються з єдністю, спільнотою та вічністю. В контексті виноробні символізує замкнений цикл виробництва вина, від виноградника до бокалу.

Силует Птаха. Птах у політі представляє свободу та легкість, метафора для відчуття, яке вино надає при дегустації, або для духу інновацій, який веде виноробню.

Концепція логотипа



Листя Винограду. Як неодмінний елемент виноробства, листя винограду додає автентичності та підкреслює зв'язок з природою і традиціями вирощування винограду.

Слоган "Intrigue in every sip". Цей слоган викликає цікавість та обіцяє глибокий досвід з кожним ковтком, підкреслюючи, що кожна пляшка вина містить в собі історію та таємницю.

Назва "Wine secrets". Підкреслює, що винарня пропонує унікальні, таємні знання про вино, які відкриваються

Закуп ресурсів

Реклама



ПВК
AquaGradus...
160 390,00 г...
Акваградус



Торговые
стеллажи дл...
3934,00 грн.
Emby



Ємність нерж.
для вина з...
51 711,80 грн.
Каста Винод...



Самогонный
аппарат...
7490,00 грн.
Хмельницький



ПВК
AquaGradus...
196 560,00 г...
Акваградус



Шкаф для
вина GGM...
216 967,00 г...
Тессо



19,6Т вакуум-
випарна...
37 416 225,0...
bts.net.ua



Винификатор
для...
93 310,00 грн.
Каста Винод...

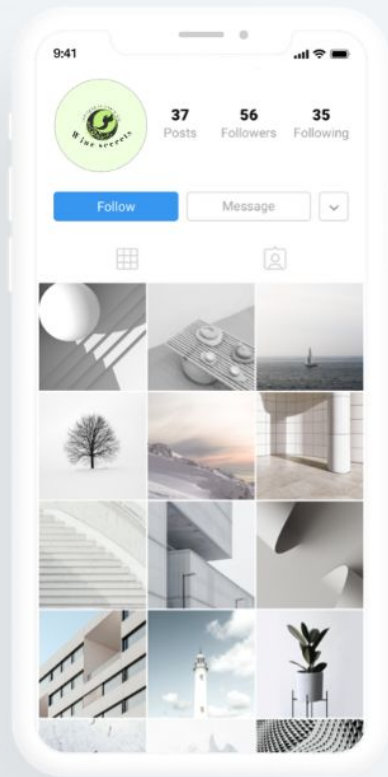
Скляні пляшки: ПрАТ «Рокитнівський скляний завод»

Земельна ділянка

Добрива

Обладнання

Реклама



Соц. мережі

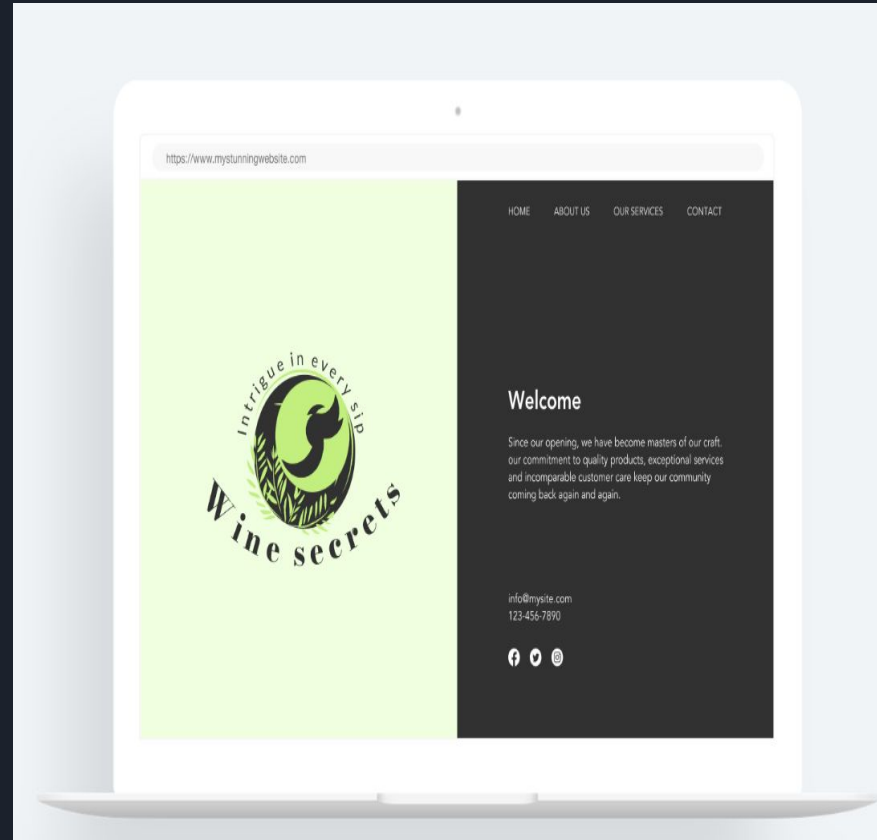


Реклама на одязі (мерч)

Реклама



Банер



Веб-сайт

Місце виробництва



Полісся (наприклад, Волинська, Рівненська, Житомирська області). Полісся характеризується високою вологістю, що сприяє хорошій водоутримуючій здатності ґрунтів, у цьому регіоні також зустрічаються слабокислі ґрунти, що допоможе вирощувати як основні інгредієнти - смородина, так і додатковий - півонія.

У Сибіру нині півонія використовується як приправа до м'ясних страв. Монголи п'ють його замість чаю - для цього коріння рослини дрібно ріжуть і підсмажують. Екстракт півонії застосовується у виробництві всім відомого газованого напою «Байкал».

Реалізація



В Україні та країнах сусідах - Польща, Румунія, Молдова, Венгрія. Поширюючи через місцеві мережі супермаркетів для безалкогольних напоїв, для алкогольних напоїв використовуючи тактику сарафанного радіо, де впливові поціновувачі розповідають про нас та замовляють крупні партії продукту.

Тактичні цілі



- 1) Створити нові робочі місця, підтримати малих фермерів і зберегти біорізноманіття.
- 2) Поліпшення якості продукції. Впровадити нову систему контролю за якістю вина до кінця поточного року;
- 3) Маркетинг та просування. Запустити цифрову маркетингову кампанію для залучення молодіжної аудиторії протягом наступних шести місяців;
- 4) Освітні ініціативи. Організувати щоквартальні заходи щодо навчання споживачів основам дегустації вина та розумінню винної культури споживачам.

Стратегічні цілі



- 1) Розширення ринку. Зайти на нові ринки поза поточної географічної присутності, збільшуючи експорт вина на 20% протягом наступних п'яти років;
- 2) Стійкий розвиток. Повністю перейти на стійкі методи виноробства, скоротивши вуглецевий слід виробництва на 30% до 2030 року;
- 3) Інновації в продукції. Розробити та впровадити три нових інноваційних вина або винних продуктів у наступні два роки.
- 4) Сприяти популяризації української винної культури, зменшити екологічного навантаження на планету та інтегрувати українські стандарти у європейський ринок.

Вплив на післявоєнне відновлення та продовольчу безпеку



«Винні таємниці» можуть стати одним із драйверів відновлення сільських громад. Виробництво вина та безалкогольних напоїв на місцевих сировинах зменшує залежність від імпорту, підвищує економічну стійкість регіону.

Крім того, організація освітніх заходів для місцевих жителів щодо сучасних методів вирощування культур сприяє передачі знань і підвищенню якості продукції.

Хронологія зміни ініціатив України щодо продовольчої безпеки



2015 рік: Ухвалення Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020», де вперше закріплено пріоритети місцевого виробництва продуктів.

2018 рік: Прийняття Закону «Про ринок землі», який дозволив обіг сільськогосподарських земель, стимулюючи інвестиції в дрібні ферми.

2020 рік: Запровадження Державної програми підтримки органічного виробництва з податковими пільгами для фермерів.

Хронологія зміни ініціатив України щодо продовольчої безпеки



2021 рік: Концепція розвитку сільських територій до 2030 року акцентувала на самозабезпеченні громад через кооперативи та локальні ринки.

2022–.... роки: В умовах війни прийнято закони про екстрену підтримку сільгоспвиробників (спрощення субсидій, компенсації за збитки) та гармонізацію стандартів з ЄС.

Державна підтримка сільгоспвиробників у Поліській громаді під час війни



Субсидії на відновлення зруйнованої інфраструктури, компенсації за втрачені посіви.

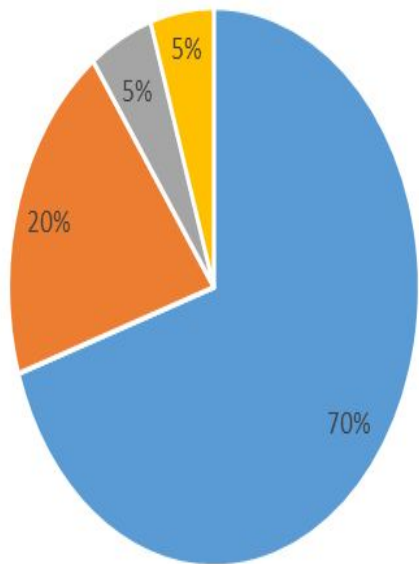
Організація безпечних коридорів для транспортування продукції.

Безкоштовне постачання насіння та саджанців для відновлення виробництва.

Митні пільги для експорту та імпорту техніки.

Аналіз земельного фонду Поліської громади

Земельний фонд поліської громади



■ Сільськогосподарські угіддя ■ Лісові масиви ■ Водні об'єкти ■ Забудовані території

Сільськогосподарські землі: 65% території займають родючі ґрунти, придатні для вирощування ягід, зернових та овочів.

Лісові масиви: 25% площі — це ліси, що створює потенціал для розвитку додаткових галузей (наприклад, збирання грибів, ягід).

Проблеми: Часткова деградація ґрунтів через інтенсивне використання хімічних добрив у минулому.

Для підвищення ефективності необхідно впроваджувати ґрунтозахисні технології та розширювати площі під органічне виробництво.

Правова регламентація розвитку та залучення інвестицій



Пільги для інвесторів: Податкові канікули для проектів у сфері освіти, медицини та інфраструктури

Державно-приватне партнерство (ДПП): Закон № 1555-IX дозволяє громадам укладати угоди з бізнесом для будівництва шкіл, лікарень, доріг.

Грантові програми: Фонд «Євромайдан» та інші організації фінансують соціальні ініціативи (наприклад, створення центрів зайнятості).

Правова регламентація переходу до органічного виробництва



Закон «Про органічне виробництво» (2018): Встановлює стандарти сертифікації, забороняє використання ГМО та синтетичних хімікатів.

Державна підтримка: Компенсації до 30% витрат на сертифікацію, навчальні програми для фермерів.

Європейська інтеграція: Гармонізація національних стандартів з європейськими (регламенти ЄС № 848/2018).

Євроінтеграція через інновації

Published 2020



Проект активно використовує досвід європейських країн, таких як Італія та Іспанія, де агротуризм і органічне виноробство є частиною національної ідентичності. Впровадження стандартів ЄС у виробничий процес, сертифікація продукції за міжнародними критеріями та участь у європейських виставках допоможуть українському вину завоювати довіру споживачів за кордоном.

Іноземний досвід



Château Margaux — одне з найвідоміших винних господарств у світі, розташоване в регіоні Бордо (Франція). Воно входить до п'ятірки Premiers Crus (перших гранд-крю) за класифікацією 1855 року і славиться елітними червоними винами, виготовленими переважно з сорту винограду Каберне Совіньйон. Посилання: <https://www.chateau-margaux.com/fr>

Досвід Château Margaux демонструє, як традиції, інновації та розвиток туристичної складової можуть перетворити винний бренд на світове явище. Для українського проекту це може стати натхненням у розробці власних екскурсійних програм або впровадженні екологічних практик.

Canvas “Wine secrets”

Партнери

Виноградники та постачальники сировини

Дистриб'ютори та роздрібні мережі

Маркетингові агентства та інфлюенсери

Процеси

Вирощування винограду

Виробництво вина

Маркетинг та продаж

Цінність для клієнта

Високоякісне вино

Унікальний смак та аромат

Винний туризм та дегустації

Канали розподілу

Онлайн-магазин та власний виноградник

Ресторани, магазини та бари

Ключові ресурси

Виноградник та обладнання

Виноградник та обладнання

Бренд та репутація

Сегменти клієнтів

Поціновувачі вина

Туристи та гурмани

Ресторани та готелі

Вартість

Вартість виробництва вина

Вартість маркетингу та реклами

Відносини з клієнтами

Постійний контакт через соціальні мережі та розсилки

Особисті зустрічі на дегустаціях та винних заходах

Конкурентні переваги

Унікальний смак та якість вина

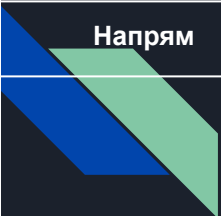
Власний виноградник та контроль якості

Дохідні потоки

Продаж вина

Винний туризм та дегустації

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)	Можливості (O)			Загрози (T)		
		Регіональний рівень	Національний рівень	Європейський/глобальний рівень	Регіональний рівень	Національний рівень	Європейський/глобальний рівень
1. Родючі ґрунти з високою водоутримуючою здатністю, ідеальні для вирощування ягід, фруктів та лікарських рослин (наприклад, півонії).	1. Обмежена інфраструктура: недостатня розвиненість доріг, логістики та переробних підприємств.	1. Співпраця з сусідніми громадами для створення агрокластерів.	1. Державні програми підтримки сільгоспвиробників (наприклад, субсидії, податкові пільги).	1. Доступ до європейських ринків через угоду про асоціацію з ЄС.	1. Конкуренція за ресурси з сусідніми громадами.	1. Економічна нестабільність та інфляція.	1. Високі стандарти якості ЄС, які важко виконати.
2. Багата культурна спадщина: традиції виноробства та агротуризму.	2. Відтік молоді до міст через брак перспектив зайнятості.	2. Попит на екологічні продукти серед місцевих споживачів.	2. Зростання популярності агротуризму в Україні.	2. Попит на органічну та екологічно сертифіковану продукцію.	2. Кліматичні зміни (часті дощі, підтоплення).	2. Політична невизначеність під час війни.	2. Конкуренція з дешевим імпортом з інших країн.
3. Екологічно чистий регіон з низьким рівнем промислового забруднення.	3. Нестача сучасних технологій у сільському господарстві.	3. Використання природних ресурсів для розвитку енергетики (наприклад, біогаз).	3. Національні ініціативи з відновлення сільських територій.	3. Участь у європейських програмах (наприклад, Horizon Europe для інновацій).	3. Ризик знелюднення через міграцію населення.	3. Обмеження експорту через військові дії.	3. Глобальні економічні кризи, що впливають на попит.
4. Наявність лісових масивів, що створює потенціал для розвитку додаткових галузей (збирання грибів, ягід).	4. Слабка маркетингова присутність локальних продуктів на ринку.	4. Розвиток міжгромадських ярмарків для просування продукції.	4. Підтримка малого бізнесу через державні кредитні програми.	4. Експорт унікальних продуктів (наприклад, вина з півонії).	4. Загрози біорізноманіттю через інвазивні види рослин.	4. Недостатнє фінансування соціальних програм.	4. Виникнення нових санкцій або торгових бар'єрів.
5. Активна громада з ініціативами щодо розвитку еко-проектів.	5. Залежність від сезонності (туризм, сільськогосподарський цикл).	5. Туристичний потенціал Полісся (екотуризм, історичні пам'ятки).	5. Інтеграція з національними маркетинговими платформами (наприклад, «Свій продукт»).	5. Гранти від міжнародних організацій на сталий розвиток.	5. Залежність від монополістів у ланцюжках постачання.	5. Бюрократичні перешкоди для отримання дозволів.	5. Вплив глобальних кліматичних змін на сільське господарство.

LoNG STEEPLE аналіз				
Напрям	Рівень	Фактори/Ризики	Можливості	Стратегічні рішення
 Соціально-культурний	Локальний	Низька поширеність культури вина серед молоді.	Популяризація через освітні заходи (майстер-класи, дегустації).	Запуск щоквартальних безкоштовних дегустацій для молоді з акцентом на історію виноробства.
		Традиції вирощування ягід.		
	Національн ий	Зростання попиту на преміальні напої.	Розробка безалкогольних ягідних напоїв для аудиторії, що дотримується ЗОЖ.	Створення лінії «Здорова свіжість» (напої з смородини та півонії без алкоголю).
		Тренд на ЗОЖ.		
	Глобальний	Попит на крафтові вина з унікальними історіями.	Позиціювання як бренду з «таємницями» виноградарства Полісся.	Участь у міжнародних виставках з акцентом на еко-підхід та культурну спадщину.
Технологічний	Локальний	Обмежений доступ до сучасних технологій.	Співпраця з місцевими технологічними стартапами.	Залучення грантів від ЄС на модернізацію виробництва.
		Висока вартість обладнання.		
	Національн ий	Розвиток онлайн-платформ для продажу алкоголю.	Цифровізація збуту (маркетплейси, соцмережі з обмеженим доступом для реклами).	Створення власного веб-сайту з можливістю онлайн-замовлень та доставки.
	Європейськ ий	Використання AI для прогнозування врожаю.	Впровадження сенсорів для моніторингу ґрунтів.	Партнерство з європейськими IT-компаніями для тестування AI-рішень.

LoNG STEEPLE аналіз				
Напря́м	Рі́вень	Фактори/Ризики	Можливості	Стратегі́чні рішення
Економі́чний	Лока́льний	Низька купівельна спроможність.	Розвиток агротуризму для додаткового доходу.	Організація еко-турів з дегустаціями та майстер-класами.
		Сезонність виробництва.		
	Націо́нальний	Коливання курсу гривні.	Експорт у країни зі стабільною валютою (ЄС).	Фокус на експортній стратегії з фіксованими цінами в євро.
	Глоба́льний	Конкуренція з європейськими виробниками.	Lower-cost позиціювання як переваги.	Акцент на доступність якісного українського вина для європейського ринку.
Екологі́чний	Лока́льний	Деградація ґрунтів.	Перехід на органічні методи вирощування.	Впровадження сидерації та використання біодобрив.
		Вологість — ризик грибків.		
	Націо́нальний	Виконання еко-сертифікації.	Участь у державних програмах підтримки органічного виробництва.	Отримання сертифікату «Органік Україна».
	Європе́йський	Тренд на carbon-neutral виробництво.	Використання біорозкладної упаковки.	Перехід на пляшки з переробленого скла та картонні коробки.

LoNG STEEPLE аналіз				
Напрям	Рівень	Фактори/Ризики	Можливості	Стратегічні рішення
 Політичний	Локальний	Підтримка органічного виробництва обласними владами.	Участь у місцевих програмах розвитку сільських територій.	Співпраця з громадою для отримання земельних пільг.
	Національний	Воєнний стан.	Використання держпідтримки для відновлення інфраструктури.	Подача заявок на субсидії для малих виробників.
		Податкові пільги для аграріїв.		
	Європейський	Виконання вимог ЄС для експорту.	Гармонізація стандартів з ЄС.	Проходження сертифікації за регламентом ЄС № 848/2018.
Правовий	Локальний	Складність отримання дозволів на землю.	Лобіювання спрощення процедур через місцеву владу.	Створення робочої групи з представниками громади для вирішення правових питань.
	Національний	Суворі норми маркування алкоголю.	Розробка прозорої маркування з детальною інформацією про склад.	Впровадження QR-кодів на пляшках зі звітами про виробництво.
	Європейський	Виконання GDPR для онлайн-продажів.	Підвищення довіри європейських клієнтів.	Адаптація сайту до вимог GDPR та впровадження захисту даних.
Політичний	Локальний	Підтримка органічного виробництва обласними владами.	Участь у місцевих програмах розвитку сільських територій.	Співпраця з громадою для отримання земельних пільг.
	Національний	Воєнний стан.	Використання держпідтримки для відновлення інфраструктури.	Подача заявок на субсидії для малих виробників.



LoNG STEEPLE аналіз				
Напрям	Рівень	Фактори/Ризики	Можливості	Стратегічні рішення
Етичний	Локальний	Соціальна відповідальність — підтримка фермерів.	Створення кооперативів з місцевими виробниками.	Запуск програми «1 гривня з продажу — на розвиток громади».
	Національний	Суспільний тиск через боротьбу з алкоголізмом.	Просування культури поміркованого споживання.	Інформаційні кампанії про відповідальне вживання вина.
	Глобальний	Попит на fair-trade продукти.	Партнерство з міжнародними організаціями.	Сертифікація за стандартами Fairtrade для експортних продуктів.



Висновки

Винне підприємство «Винні таємниці» є амбітною та перспективною ініціативою, спрямованою на створення виноробної компанії, здатної успішно конкурувати на міжнародному ринку. Протягом роботи над проектом було проаналізовано різні аспекти, необхідні для успішної реалізації цієї ідеї, включаючи розробку бізнес-плану, маркетингові стратегії, аналіз ринку та конкуренції, а також питання якості продукції та соціальної відповідальності. Проект не лише відроджує українське виноробство, але й робить його частиною світової екологічної та економічної трансформації.