

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

Развитие и продвижение винного туризма на российском рынке

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 421 группы

направления 43.03.02 - Туризм
код и наименование направления

Института истории и международных отношений

Наименование факультета, института, колледжа

Мендешевой Алины Нарбулатовны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание



подпись, дата

Е.А. Фролова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2020

Введение. Винный туризм, или энотуризм – достаточно новое направление туризма, связанное с посещением предприятий винодельческой отрасли, дегустацией и покупкой их продукции, а также знакомством с винной культурой и винопроизводством в целом. Для европейских туристов энотуризм – явление знакомое, в России он только начинает набирать обороты.

Вино всегда было частью культуры различных народов. Во Франции, например, оно является предметом национальной гордости, национальным достоянием, чуть ли не объектом культа. Потребление вина считается неким ритуалом, в честь которого устраивается множество праздников.

Само вино, культура его потребления, история его создания и развития, процессы его производства от выращивания винограда до розлива в бутылки, в целом виноградарство – все это является предметами привлекательности винного туризма, способствующими его развитию.

В наши дни винным туризмом интересуется все большее число людей, поскольку он помогает изучить им все аспекты культуры той или иной страны, начиная с ее истории и заканчивая ее вкусовыми характеристиками.

Россия является одной из винопроизводящих стран, что предполагает возможность развития винного туризма на ее территории. Благоприятные условия и наличие потенциала обуславливают эту возможность. Для выработки наиболее успешной и эффективной стратегии развития энотуризма необходимо обратиться к опыту зарубежных стран, успешно реализующих его.

Актуальность бакалаврской работы обуславливается нарастающей популярностью и романтизацией винной культуры и наличием потенциала развития винного туризма. Знать, понимать, любить вино, разбираться в нем становится популярно, люди начинают воспринимать его как искусство. Эти факторы способствуют росту спроса на винный туризм, как организованный, так и самодеятельный. 10-15 лет тому назад в России не было возможности

свободно посещать предприятия винодельческой отрасли. В настоящее время это доступно каждому, как профессионалу, так и любителю.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование рынка российского винного туризма и разработка предложений по его развитию и продвижению.

Задачи:

- Изучить теоретические аспекты винного туризма, его историю и развитие;
- Выявить основные регионы винного туризма, как в России, так и в мире;
- Проанализировать зарубежный опыт винного туризма и его позиционирование на российском рынке;
- Исследовать потенциал и особенности винного туризма в России;
- Предложить инструменты развития и продвижения винного туризма;
- Разработать маршруты и путеводитель как средство продвижения винных центров России.

Практическая значимость работы состоит в предложении инструментов развития винного туризма в России и разработке туристических маршрутов и путеводителя в целях его продвижения.

Материальной базой для написания работы были статьи Балынина К.А., Калининной С. А., Мельниковой В. А., Толмачевой О.И., Козловой Ф.А., Глазырина Е.О. и др. авторов, периодические издания Simple Wine News, официальные сайты туроператоров, виноделен, различные новостные порталы и другие Интернет-ресурсы.

При написании данной работы применялись следующие общенаучные методы исследования (сравнительный анализ, синтез, аналогия, типология) и социологические методы исследования.

Данная работа состоит из введения, трех глав и заключения.

Основное содержание работы. Первая глава «Теоретические аспекты развития винного туризма» посвящена изучению теоретического материала винного туризма, его основным понятиям и особенностям, истории возникновения и становления, основным регионам возделывания винограда в России и в мире.

Винный туризм – это специальный вид туризма, подразумевающий посещение винодельни, знакомство с миром вина и его дегустацию. Его особенностью можно считать то, что он может являться подвидом гастрономического, сельского, тематического, событийного или даже лечебно-оздоровительного туризма в зависимости от условий его осуществления и входящих в программу тура составляющих.

Основными движущими мотивами осуществления винного туризма являются дегустация, покупка вина и получение новых знаний в области винного производства.

Виноградники выращиваются практически по всему миру и в связи с этим большое количество стран имеют ресурсы для развития энотуризма на своих территориях. Основными регионами возделывания винограда являются Франция, Италия, Испания, Португалия, США, Аргентина, Чили, ЮАР, Германия, Грузия, Новая Зеландия, Австралия и Россия. Мировыми лидерами являются Франция, Испания, Италия. Винодельческие хозяйства могут выступать как центры туристской привлекательности и тем самым способствовать созданию своего рода имиджа у местности в глазах туристов. Винный туризм может повести за собой увеличение продаж готовой продукции винодельческого хозяйства, положительно влиять на увеличение туристического сезона, увеличение посещаемости региона, где находится винодельческое хозяйство или их группа, объединенная в один туристический маршрут, создавать новые рабочие места в регионах, способствовать развитию инфраструктуры, т.е. винный туризм имеет мультипликативный эффект.

Виноградарство и винное производство существуют с древних времен, но винный туризм начал развиваться только в середине прошлого века в Европе, во Франции в период тяжелого кризиса винной отрасли. Развитие винного туризма Франции было связано с жесткой конкуренцией среди винодельческих хозяйств. В данном контексте винный туризм был связан с тем, что винодельческие предприятия различных регионов старались при помощи винного туризма повысить уровень продаж своей продукции в первую очередь, а во-вторых, извлечь пользу из посещения своего хозяйства туристами. В дальнейшем это привело к созданию так называемых «винных дорог» - туристических маршрутов с посещением виноделен. Первая такая «дорога» появилась в Эльзасе в 1953 году и существует до сих пор. В скором времени в Бордо, в Долине Луары, Долине Роны и Бургундии появляются дюжины подобных маршрутов. В скором времени другие страны Европы и Нового Света подхватили тенденцию создания винных туристических маршрутов и развивают их по сей день.

В рамках второй главы «Сравнительный анализ развития винного туризма на российском и французском рынках» была проведена оценка винного туризма Франции и его позиционирование на рынке России, также был проведен анализ особенностей и потенциала развития винного туризма на территории РФ.

Во Франции винный туризм имеет особую значимость, поскольку обладает огромным потенциалом для своего развития, имея большое количество винных производств, привлекательных природных ландшафтов, культурно-исторических составляющих и высокий уровень инфраструктуры. Кроме того, государство активно содействует его продвижению как на внутреннем, так и на международном уровнях, финансируя проекты по созданию «винных дорог», винных кластеров и совершенствуя качество винной продукции на законодательном уровне. В целом продвижением на

международной арене Франции как туристской страны занимается ассоциация «Maison de la France».

На российском рынке Франция позиционируется как классическое направление винного туризма. Туристам предлагаются программы как с частичным включением энологических элементов в состав туров других видов, так и полностью винные туры с проживанием на винодельнях и участием во всех процессах производства.

Согласно статистическим данным агентства «Atout France» российские туристы чаще всего осуществляют винный туризм во Франции в основном в составе культурно-познавательных (80%) и пляжно-купальных (15%) туров. Такая тенденция связана с дороговизной винных и винно-гастрономических туров. По данным того же агентства наиболее привлекательными винодельческими регионами для туристов являются Аквитания, Эльзас, Бургундия, Шампань-Арденны, Лангедок-Руссийон, Прованс - Альпы - Лазурный берег, Рона-Альпы, Долина Луары.

По данным исследования «Tourisme et vin: les clientèles françaises et internationales les concurrents de la France» («Туризм и вино: французская и международная клиентура Франции»), также проведенного агентства «Atout France», практика этотуризма въездных туристов из разных стран мира такова:

- покупка вина «на местах» (54%);
- визиты в винодельческие хозяйства, подвалы и погреба, дегустации (50%);
- знакомство с архитектурой, природой, путешествия по винным дорогам - на машине, велосипеде или лошадях (25-30%);
- визиты в специализированные музеи (15%);
- посещения гастрономических и аутентичных ресторанов с вином (9%).

Помимо организованного, во Франции популярен самостоятельный винный туризм. Существуют различные форумы, сообщества и блоги в различных социальных сетях, приложения и сайты, а также печатные и электронные путеводители, карты и другие справочные издания, которые подскажут когда и куда можно поехать, какие экскурсии можно посетить, где разместиться, где поесть и др. В Рунете одним из таких источников информации является «Блог о вине Беаты и Алекса». Это винный Интернет-журнал, содержащий обширную информацию обо всем, что связано с вином начиная с книг и фильмов, заканчивая новостями из винного бизнеса и энотуризма. На сайте собраны полезные советы по организации путешествия, приведены необходимые ссылки.

В настоящее время, Россия располагает благоприятными условиями и ресурсами для развития винного туризма. По данным аналитического агентства «ТурСтат» в России насчитывается более полумиллиона энотуристов. Самый большой спрос на винные туры приходится на Москву, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ростов-на-Дону и Челябинск. Больше всего винный туризм развит на юге страны: в Краснодарском крае, в Ростовской области, в Ставрополье и в Крыму. На российском рынке туристических предложений программы туров по винным хозяйствам России представлены в виде автобусно-экскурсионных туров, в виде отдельных экскурсий, либо в виде индивидуальных туров.

Различные маркетинговые исследования рынка винного туризма в России показывают, что достаточно большое количество потребителей заинтересованы в нем, как зарубежном, так и отечественном. На основе результатов анкетирования, направленного на выявление заинтересованности в винном туризме российских граждан, было выявлено три сегмента потребителей винного туризма:

1 – уже участвовали в винных турах;

2 – имеют опыт посещения выставок, дегустаций и прочих мероприятий винной тематики, но еще не участвовали в полноценном винном туре;

3 - никогда не участвовали в винных турах и других мероприятиях, но хотят попробовать.

Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что в России существует тенденция к увеличению спроса на винные туры и мероприятия с ними связанные.

География возделывания винограда и производства вина в России ограничивается территорией между Черным и Каспийскими морями: Кубань, Крым, Долина Дона и Нижняя Волга. Здесь расположены множество винодельческих хозяйств, гектары виноградников с привлекательными ландшафтами, объекты туристской инфраструктуры, и производятся премиальные российские вина.

В целях популяризации регионов, здесь проводятся различные фестивали и праздники, посвященные вину, виноделию и гастрономической культуре. Агентство «ТурСтат» составило рейтинг лучших эногастрономических фестивалей и праздников виноградарства и виноделия в России за прошлую осень, в который вошли: Фестиваль «Донская лоза» в Ростовской области, WineFest 2019 в Балаклаве на п-ове Крым, Фестиваль Вина в долине Лефкадия в Краснодарском крае и др.

Минсельхоз предлагает разрабатывать меры по развитию «винного туризма», в том числе разработку туристических маршрутов на основе «винной карты» отечественных производителей вина.

Однако существует ряд проблем, препятствующих развитию винного туризма в России. К ним относятся: низкий уровень инфраструктуры и качества обслуживания, низкая информированность аудитории о винных маршрутах, отсутствие жесткого контроля над качеством вина на

государственном уровне, низкий уровень инвестиций в предприятия винного производства.

В третьей главе «Рекомендуемые направления и инструменты развития и продвижения винного туризма на российском рынке» была разработана модель потенциала винного туризма и на основе исследования отдельных составляющих потенциала были предложены меры по его развитию, а также было разработано два энологических туристических маршрута и путеводитель по винодельням России в целях продвижения и популяризации винного туризма на территории РФ.

Анализируя российский и зарубежный опыт винного туризма, исследуя проблему его развития, был сделан вывод, что направления его продвижения сосредоточены в мерах по совершенствованию составляющих потенциала винного туризма. К ним относятся: известность бренда, наличие природно-климатических ресурсов, виноградников, наличие традиционных и современных виноделен, культурно-исторические ресурсы, инфраструктура, качественная продукция и сопутствующие сервисные услуги.

На основе исследования уровня развития каждой составляющей потенциала был разработан комплекс мер по развитию винного туризма:

- создание государственной программы по развитию винопроизводства как агропромышленного комплекса, привлечению новых инвестиций для технической модернизации и реконструкции предприятий и подготовке соответствующих кадров;
- создание единой терминологической базы с раскрытием основных понятий и определений, единого винного законодательства и системы контроля качества вин по происхождению;
- создание единой сети «винных дорог» между винодельнями и осуществления по ним движения транспорта;
- включение культурно-исторического аспекта в программы экскурсий;

- внедрение дополнительных сервисных услуг в процесс обслуживания на винодельнях;
- создание единого информационного центра, направленного на популяризацию брендов винопроизводящих предприятий и винного туризма в целом.

Предложенные меры требуют инвестиционные вложения и без поддержки государства их не осуществить. Необходимо создать инвестиционные стимулы для виноделов в виде льгот и субсидий, грантов и финансовой поддержки на покрытие затрат частично или полностью.

В качестве системного подхода в развитии винного туризма был предложен кластерный подход, направленный на комплексное развитие потенциала и заключающийся в создании винного кластера, основанного на взаимодействии власти и бизнеса, улучшении инвестиционного климата, кооперировании промышленных, туристических, сельскохозяйственных и маркетинговых структур, направленных на успешное производство и реализацию продукции.

В целях продвижения винного туризма на территории нашей страны было предложено создать туристические маршруты по регионам винного производства. Чтобы определить территории расположения маршрутов был проведен сравнительный анализ потенциала винного туризма Краснодарского края, республики Крым, Долины Дона и Нижней Волги, согласно его составляющим. Кроме того, было выявлено количество винодельческих хозяйств на территориях выбранных регионов, способных принимать туристов. В результате было выявлено, что Краснодарский край и республика Крым обладают наибольшим количеством ресурсов. Исходя из полученных результатов, было разработано два туристических маршрута по наиболее развитым, привлекательным и значимым винодельческим предприятиям: «Винная дорога Краснодарского Края» (Анапа-Абрау-Дюрсо-Имение Сикоры-Долина Лефкадия-Фанагория-Анапа) и «Винная

Республика» (Симферополь-Золотая Балка-Массандра-Солнечная Долина-Симферополь).

Для возможности организации самостоятельного винного туризма был разработан путеводитель по винодельням России, содержащий в себе четыре раздела согласно четырем регионам – Краснодарский край, Крым, Долина Дона и Нижняя Волга, с описанием 19 производств («Абрау-Дюрсо», «Собер Баш», «Винное подворье старого грека», «Гай-Кодзор», «Кубань-Вино», «Лефкадия», «Мысхако», «Поместье Голубицкое», «Имение Сикоры», «Фанагория», «Шато ле Гран Восток», «Alma Valley», «Золотая Балка», «Массандра», «Солнечная Долина», «Усадьба Перовских», «Новый Свет», «Винабани», «Эльбuzд», «Покровская винодельня»). Текст путеводителя содержит краткую информацию о винодельне, историческую справку, особенности и что предлагается туристам, контактную информацию, QR-коды, а также сопровождается соответствующими иллюстрациями.

Заключение. Таким образом, винный туризм – это вид туризма, зародившийся во Франции, развивающийся в регионах возделывания винограда и винопроизводства, подразумевающий под собой путешествие с целью посещения виноделен, дегустаций вин и их покупкой на месте производства, характеризующийся гибкостью и встраиваемостью в программы других видов туризма, имеющий мультипликативный эффект и обладающий потенциалом развития на территории РФ.

Классическим направлением выездного винного туризма на российском рынке является Франция, где он имеет особое место, поскольку обладает огромным потенциалом и обширными ресурсами, и государство всячески содействует его развитию. Для российских туристов и в целом для въездных туристов предлагается огромное множество туристических программ различного характера, начиная от частично винных туров, заканчивая полноценно винными, с проживанием на винодельнях и участием в производственных процессах. Также, есть возможность самостоятельной

организации энотуров во Францию посредством Интернет-ресурсов, блогов в социальных сетях, печатных и электронных путеводителей, «винных карт» и др. справочных изданий.

Россия также обладает потенциалом развития винного туризма, поскольку имеет для этого все необходимые ресурсы. Однако, при благоприятных условиях для развития, существует ряд проблем. К ним относятся: низкий уровень инфраструктуры и качества обслуживания, низкая информированность аудитории о винных маршрутах, отсутствие жесткого контроля над качеством вина на государственном уровне, низкий уровень инвестиций в предприятия винного производства и др.

Изучая эти проблемы, была разработана модель потенциала винного туризма и сделан вывод что, решение этих проблем лежит в области улучшения составляющих потенциала. К составляющим относятся: известность бренда, наличие природно-климатических ресурсов, виноградников, наличие традиционных и современных виноделен, культурно-исторические ресурсы, инфраструктура, качественная продукция и сопутствующие сервисные услуги. Согласно этим составляющим был разработан комплекс мер по развитию винного туризма на территории РФ. Также, был предложен кластерный подход как метод комплексного развития территорий.

В целях популяризации и продвижения винного туризма в России были разработаны туристические маршруты по наиболее значимым винодельческим хозяйствам - «Винная дорога Краснодарского Края» и «Винная Республика», а также путеводитель по винодельням России, способствующий возможности самостоятельного винного туризма и содержащий всю необходимую для этого информацию. По обоим винным маршрутам были составлены технологические карты туристского путешествия с подробным описанием программ.