

*Беспалова И.М.,*

*Магистрант,*

*Сочинский государственный университет, Факультет туризма и сервиса,*

*Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса*

*Романова Л.М.,*

*Доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса*

*Сочинский государственный университет*

## **ЭНОГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКА ВИНА В РОССИИ**

*Аннотация:*

*В статье рассмотрены ключевые аспекты развития рынка вина в России, представлен обзор лучших виноделен России в разрезе субъектов. Анализируются показатели производства и импорта винодельческой продукции за последние 3 года, в том числе колебания спроса на местное и импортное вино, а также показатели среднедушевого дохода населения. По результатам анализа отмечено двухкратное превышение объема внутреннего винодельческого производства от объема импортного, что свидетельствует о перспективе развития виноделия в России. Рост заинтересованности российских туристов к эногастрономическому направлению, косвенно влияет потребительские предпочтения при выборе вина, что обосновывает необходимость развития потенциала внутренней винной индустрии.*

*Ключевые слова: эногастрономический туризм, внутреннее производство, винодельческая продукция, винодельня, винные хозяйства, винное блоггерство.*

*Bespalova I.M.,  
Undergraduate,*

*The State University of Sochi, The faculty of tourism and hospitality, Department of  
hotel and restaurant business*

*Romanova L.M.,*

*Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business,  
The State University of Sochi*

## **ENOGASTRONOMIC TOURISM AS THE FACTOR OF WINE MARKET DEVELOPMENT IN RUSSIA**

*Abstract:*

*The article considers key aspects of the wine market development in Russia, the overview of the best wineries in Russia by regions is presented. The article analyzes indicators of wine production and import for the last 3 years, including demand's fluctuations in local and imported wine, the average income of the population. The analysis showed a two-fold excess of domestic wine production from imported volume, concerned the necessity of developing wine industry in Russia. The growing interest of Russian tourists in the enogastronomical direction indirectly affects consumer preferences when choosing wine, which justifies the need to develop the potential of the domestic wine industry.*

*Keywords: enogastronomic tourism, domestic production, wine production, winery, wine farms, wine blogging.*

Важную роль в развитии потребления российских вин способен сыграть энотуризм. Ориентируясь в первую очередь на собственный опыт при выборе вин, потребители более активно интересуются локальными винами, с которыми они имели возможность познакомиться, посетив винные регионы и дегустации.

В мире существуют сотни сортов винограда: «пино-нуар», «мальбек», «рислинг», «каберне-совиньон», «мерло», «шардоне», «пино-гри» и другие. Сорта бывают красными и белыми. Красное и розовое вино делают из красных сортов винограда:

«мерло», «пино-нуар». А белое и оранжевое — из белых, например, «шардоне» или «совиньон-блан». Вино из разных сортов винограда различается на вкус и запах.

Эмоции, полученные во время эногастрономического знакомства с миром виноделия, оставляют незабываемые впечатления и точно окажут влияние на выбор в пользу уже знакомого сорта.

В настоящей аналитической работе представлена современная картина винной индустрии России. Само понятие «винная индустрия» включает в себя виноградарство, виноделие, винный рынок и винный бизнес.

### *Виноградарство*

1. Виноградарство в России преимущественно развито на юге страны и в регионах Северного Кавказа. По данным Росстата, общая площадь виноградников составляет 87,7 тыс. га на 2022 год.

2. В 2022 году экспертами проекта 50 Best Tastes of Russia были отобраны 50 лучших винных хозяйств России. По версии путеводителя, 24 из 50-ти лучших винодельческих хозяйств расположены в Краснодарском крае, 20 – в Крыму, 6 – в других регионах России [3].

Доля основных винодельческих хозяйств России в разрезе регионов отображена на рисунке 1 (составлено автором по материалам [3]).



Рисунок 1 – Топ-50 лучших винных хозяйств России по регионам.

Краснодарский край занимает 1-е место в России по объемам производства в общероссийском производстве винодельческой продукции.

К основным винодельческим регионам России также относятся:

- Крым (Республика Крым и Севастополь);
- Республика Дагестан;
- Ставропольский край;
- Ростовская область;
- Волгоградская область;
- Республика Северная Осетия-Алания.

### ***Основные показатели рынка вина в России***

#### *Объем производства вина в России*

По информации Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка (далее — Росалкогольрегулирование), за три года с 2019 по 2021 г. в России произведено 2,179 млрд литров тихих вин и игристых вин. Соотношение объемов произведенного к проданному варьируется около 100%, что является доказательством активного спроса на местные вина ЗГУ. Необходимо создать все условия для наращивания производственных мощностей, чтобы предупредить перераспределение рынка в пользу импорта.

Таблица 1 - Объем производства вина в России (составлено автором по материалам [1])

показатель	произведено в России за год			из них продано в России за год, в %		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
объем винодельческой продукции, тыс. дал	87 286	70 348	60 266	102%	98%	102%

#### *Потребление вина в России*

В представленной ниже таблице приведены данные из Статистического сборника Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка за 2019-2021 годы<sup>1</sup>. Сведения за 2022 год появятся после сдачи алкогольной декларации всеми субъектами

<sup>1</sup> Статистического сборника Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка

розничной торговли, то есть не ранее конца первого квартала 2023 года. Поэтому анализ ситуации в винодельческой отрасли проводился на основании данных 2019-2021 г.

Таблица 2 - Сведения о розничной торговле винодельческой продукцией в России (составлено автором по материалам Статистического сборника ФСРАР [2])

	продано в России винодельческой продукции (всего), тыс. дал			объем проданной в России винодельческой продукции Российского производства (всего), тыс. дал			объем проданной в России (импортной) винодельческой продукции, тыс. дал		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
объем в тыс. дал	111 445	106 684	99 498	89 277	69 094	61 360	22 168	37 590	38 138
в % к общему объему проданной продукции в год	-	-5%*	-6%**	80%	65%	62%	20%	35%	38%
численность населения трудоспособного возраста, тыс. чел	81 361,7	82 677,7	82 279,4	81 361,7	82 677,7	82 279,4	81 361,7	82 677,7	82 279,4
на душу совершеннолетнего населения, литров в год (л/г) <sup>2</sup>	14	13	12	11	8	7	3	5	5

\*относительно 2019 г.

\*\*относительно 2020 г.

Потребление вина в России составляет, в среднем, от 12 до 14 литров в год на душу трудоспособного населения. Согласно отчету, в 2021 году количество выпитого вина на душу населения в России распределяется в отношении 38% к 62% в пользу российского производства.

В 2020 г. наблюдается падение продажи вина в России на 5% относительно 2019 г. Основная причина — снижение реальных доходов населения под влиянием экономического кризиса. В период пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 весомый «вклад» в сокращение продаж внесет падение спроса на вина со стороны сектора HoReCa: в течение действия карантинных мероприятий он был практически нулевым.

В 2021 г. сокращение объема продажи вина продолжилось и составило -6% относительно предыдущего 2020 г., что обосновано окончанием пандемии и резким

<sup>2</sup> численность населения РФ по полу и возрасту за 2019 год [https://gks.ru/bgd/regl/b20\\_111/Main.htm](https://gks.ru/bgd/regl/b20_111/Main.htm)

ростом занятости населения, о чем свидетельствует динамика доходов населения в России.

Таблица 3 – Сведения о доходах населения России по годам (на основании данных Росстата [1])

Показатель	2019	2020	2021
Среднедушевой денежный доход всего населения, руб.	35 506	36 240	40 040
величина прожиточного минимума, руб.	10 890	11 312	11 908
отношение среднедушевого денежного дохода к величине прожиточного минимума	3,26	3,20	3,36

На основании анализа статистических данных Росстата, приведенных в таблицах 1-3, можно сделать следующие выводы.

1. В условиях снижения доходов в 2020 году по отношению к 2019, отмечается сокращение потребления винодельческой продукции на 7% и переход части покупателей вина к более дешевому крепкому алкоголю.

2. В 2021 году прослеживается рост доходов населения в среднем на 10%, что связано с выходом России из пессимистичного пандемийного этапа. Однако несмотря на рост доходов, объем потребления вина и винодельческой продукции продолжает сокращаться, что оправдано ростом занятости населения и необходимости сохранять работоспособность.

3. Опираясь на эту информацию, можно сделать однозначный вывод — спрос на вино в России есть, и находится в перспективе.

### *Импорт вина*

Таблица 4 – Объем импорта вина в Россию (составлено автором по материалам Статистического сборника ФСРАР [2])

показатель	импортировано в Россию			из них продано в России за год, в %		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
объем винодельческой продукции, тыс. дал	44 752	35 429	37 544	50%	106%	102%

По данным отчета Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка (далее – ФСРАР), в 2019 году до закрытия границ объем импорта вина составлял двойной запас его потребления. Впоследствии, с 2020 года, импорт стал затруднен по ряду политических причин, что привело к его сокращению на 10% (соответствует двукратному сокращению запасов).

Наряду с этим, в таблице 1 отмечается давление на сегмент российских вин со стороны импортных: с 2019 по 2021 год: прослеживается рост спроса на импортные вина, обладающие разнообразием ассортимента и оказавшихся в дефиците (рисунок 2). Такое явление экономисты называют неценовым детерминантом спроса.

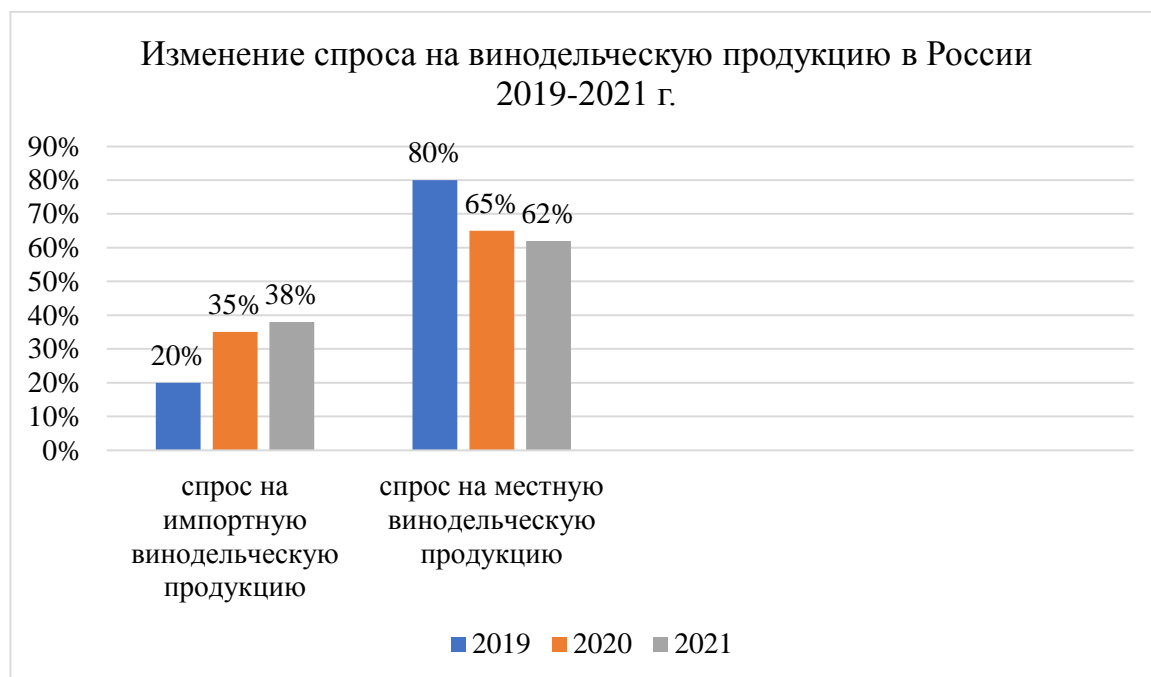


Рисунок 2 – Динамика спроса на винодельческую продукцию в России

При этом соотношение производства вина внутри страны к импорту находится в пользу внутреннего производства (таблицы 1 и 4).

По данным ФСРАР, за три года с 2019 до 2021 гг. объем производства вина в 2 раза превысил объем импорта:

- импорт - 1,117 млрд литров
- производство - 2,179 млрд литров

*Винный маркетинг в России*

Очень сложно вырастить качественный и достигший оптимальной физиологической зрелости виноград, а потом произвести из него качественное вино. Не менее сложно продать произведенное вино. Поэтому только активные и креативные производители вместе с компетентными специалистами могут добиться успеха в этом вопросе и завоевать лояльность покупателя.

К наиболее популярным маркетинговым инструментам в арсенале российских производителей для продвижения своих вин на рынке можно отнести следующие:

- участие в винных конкурсах, как в России, так и за рубежом. На сегодняшний день в России конкурсную оценку вин осуществляют 8 площадок;
- участие в винных выставках, как в России, так и за рубежом. В России ежегодно проводится порядка 9 винных выставок;
- работа с винными экспертами, сомелье, винными критиками, журналистами и блогерами (как зарубежными, так и российскими);
- развитие винного туризма;
- проведение маркетинговых мероприятий со своей продукцией (PR-дегустации, мастер-классы, эногастрономические ужины, винные фестивали и т. д.);
- открытие фирменных магазинов и винных баров;
- работа в социальных сетях;
- привлечение иностранных «летающих» энологов;
- работа со СМИ;
- реклама в специализированных журналах, на сайтах, на телевидении (в разрешенное время);
- создание винных школ и клубов;
- работа с поп-звездами и публичными личностями.

### *Винные блоггеры в России*

Винное блоггерство является весьма популярным явлением в современной России. Причем популярность винных блоггеров никак не связана с уровнем их винного образования или опытом работы в индустрии. Какой-либо цензуры по отношению к этому роду деятельности в России не существует — каждый вправе выражать свои



мысли. Наиболее популярными социальными сетями среди российских винных блогеров являются Instagram, Facebook, Telegram и видеохостинг YouTube.

### *Демографический фактор*

Выход в ближайшие 2-3 года на рынок нового поколения потребителей (поколение Z) задаст новый тренд в предпочтениях алкогольной продукции, и потребление винодельческой продукции, подобно европейским странам, покажет резкий скачок.

При этом на спрос окажет влияние демографический фактор малочисленности поколения, рожденного в 90-е годы 20 века. В перспективе 10-15 лет рынок может ожидать сокращение числа активных потребителей вина по демографическим причинам, считают эксперты BusinesStat, т.к. потребительский возраст покупателей вина начинается с 25 лет (возраст потребления пива примерно на 10 лет раньше). Аналитики BusinesStat отмечают, что с учетом падения рождаемости в конце 1990-х, рынок начнет недополучать новых покупателей.

### *Выводы*

1. Энотуризм, а именно его развитие в России, выведет потребление и производство винодельческой продукции на новый уровень - доля розничной торговли именно российских вин в ВВП страны сильно возрастет. Причина - клиент при своем выборе в первую очередь опирается на собственный опыт. Его личное знакомство с продукцией местных винодельческих хозяйств (например, дегустации, эногастрономические туры и фестивали, гастрономические массовые мероприятия, обучение в винных школах и т.д.) станет важнейшим аргументом при выборе вина.

2. За последние 3 года отношение производства вина внутри страны к импорту находится в пользу внутреннего производства и составляет двухкратный объем от импортного, что свидетельствует о перспективе развития виноделия в России, имея производственные мощности с общей площадью виноградников 87,7 тыс. га.

3. Инструменты интернет-маркетинга окажут дополнительное весомое воздействие для развития энотуризма, ведь винное блоггерство не попадает под ограничения законодательства, и расценивается как высказывание личного мнения

(свобода слова), а не рекламу. В то время, как реклама алкогольной продукции в России запрещена с 2013 года.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Росстата [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. Статистический бюллетень Росстата ко Всемирному дню туризма – 2022. URL.: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism\\_2022.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf) (Дата обращения – 20.01.2023)
2. Официальный сайт [Электронный ресурс] // Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка. Статистический сборник ФСРАР – 2022. URL.:<https://fsrar.gov.ru/industry/> (Дата обращения – 20.01.2023)
3. Официальный сайт [Электронный ресурс] // URL.: <https://www.tastesofrussia.ru/gourmet-travel-2022/> (Дата обращения - 09.12.2022)