

УДК 338.48

Ахадов Р.А.¹, Гресь-Євреїнова С.В.²

¹ студ. гр. ГФ-213м, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ГАСТРОТУРИЗМУ

UNWTO визначає винний туризм як вид туристичної діяльності, який характеризується досвідом туриста, пов'язаним із їжею і супутніми продуктами і діяльністю під час подорожі разом з автентичною, традиційною та/або інноваційною кулінарією [1]. Гастрономічний туризм може також включати інші пов'язані заходи, такі як відвідування місцевих виробників, участь у фестивалях їжі та відвідування кулінарних класів. Однак вино часто вживають і насолоджуються ним окремо від їжі під час відвідування виноробні.

Кількість туристів у світі, які бронюють винний тур з акцентом на їжу та вино, зросла на 70%, і прогнозується, що туристи зроблять їжу та вино головним пріоритетом подорожі у 2024 році. Обсяг світового ринку винного туризму оцінювався в 46,47 мільярдів доларів США в 2023 році та, як планується, зросте на 12,9% з 2024 по 2030 рр [2].

У 2023 році Європа очолила світовий ринок винного туризму, одержавши понад 51% від загального доходу, завдяки глибоко вкоріненій винній культурі регіону та привабливості дружніх до відвідувачів виноробень в Іспанії, Італії та Франції. Постійні інновації та професіоналізація в цьому секторі, підкреслені французькою маркою Vignobles & Découvertes із 72 напрямками, значно збільшили кількість відвідувачів. Крім того, за даними WineGB, індустрія винного туризму у Великій Британії, яка швидко розвивається, характеризується зростанням відвідувань виноградників на 55% у 2024 році, ще більше підкреслює зростання ринку винного туризму в Європі [3].

Внесок виноробної галузі у валовий внутрішній продукт (ВВП) ЄС становить 130 мільярдів євро. Хоча він становить лише 0,8% від загального ВВП ЄС, на його частку припадає майже половина (47,9%) усього первинного сектора ЄС, включаючи сільське господарство, лісове господарство та рибальство. Рентабельність виробників вина перевищує прибутковість інших сільськогосподарських підприємств на 15%, а загальна вартість експорту вина з ЄС до третіх країн становить майже 18 мільярдів євро [3].

Очікується, що дохід від винних фестивалів і заходів зросте на 13,7% CAGR з 2024 по 2030 рр [2]. Винні фестивалі та заходи є важливим джерелом доходу на ринку винного туризму, привертаючи великі натовпи як місцевих громад, так і іноземних відвідувачів. Ці заходи, які часто проводяться після збору врожаю винограду, відзначають регіональну винну культуру через дегустації, місцеву кухню, музику та мистецтво, покращуючи враження від відвідувачів і сприяючи значному економічному впливу. Відомі фестивалі, такі як Bad Dürkheim Wurstmarkt у Німеччині, Фестиваль вина у Бордо у Франції та La Fiesta Nacional de la Vendimia в Аргентині, приваблюють сотні тисяч відвідувачів, сприяючи розвитку місцевого бізнесу, збільшуючи продажі вина та просуваючи виноробний регіон у всьому світі, роблячи його невід'ємною частиною зростання та стійкості винного туризму.

Як це не парадоксально, але наразі дві основні винні тенденції стикаються одна з одною: з виноробних регіонів надходять окремі повідомлення про збільшення кількості відвідувачів непитущих, які хочуть дізнатися про вино та почути, як воно виготовляється, але насправді не хочуть його пити.

Нові напрямки винного туризму набувають все більшої популярності, оскільки глобальний інтерес до винного туризму зростає. Країни Центральної та Східної Європи, такі як Молдова з її великими підземними підвалами та історичною винною спадщиною, і Хорватія, відома своїм півостровом Істрія, поєднанням вина, агротуризму та гастрономії, є яскравими прикладами. Грузія з її давніми виноробними традиціями розвиває сектор винного туризму разом із підтримкою сільських громад. Болгарія та Ефіопія також демонструють потенціал: історичні виноробні підприємства Болгарії та нове підприємство Castel Group з виробництва вина в Ефіопії підкреслюють їхню привабливість для винного туризму. Ці регіони позиціонують себе як привабливі напрямки, використовуючи свої унікальні культурні та історичні надбання [1].

Міленіали, які народилися між початком 1980-х і 2000 роками, стали провідними споживачами вина, віддаючи перевагу винам, орієнтованим на

вартість, і сильним інтересом до занурювального досвіду вина. Винний туризм також приваблює людей у сільські регіони: 36 мільйонів винних туристів на рік створюють річний оборот близько 15 мільярдів євро [3].

Хоча розширення винного туризму та гастрономічних подорожей було величезним, бізнес все ще стикається зі значними труднощами. Оскільки виробництво та споживання їжі та вина може мати суттєвий негативний вплив на навколишнє середовище, стійкість є однією з найбільших проблем. Існують занепокоєння щодо впливу кулінарного туризму на місцеві громади, оскільки він іноді може призвести до конверсії культури та виселення місцевих продавців традиційних продуктів харчування та напоїв. Ще однією проблемою є можливість елітарності та культурного присвоєння в цьому секторі.

Проте, використання технологій для покращення ресторанного досвіду, розвиток сталої та відповідальної практики туризму та включення їжі та напоїв у більш широкий культурний та історичний досвід є основними тенденціями, які, ймовірно, вплинуть на галузь у наступні роки.

Поєднання винної культури та кулінарного туризму з іншими сферами інтересів, такими як пригодницький туризм і оздоровчий туризм, є цікавою сферою розвитку. Наприклад, туристи можуть поєднати поїздку на дегустацію вина з походом або, наприклад, кулінарні заняття з днем у спа.

Важливо вирішити проблеми, з якими стикаються індустрії гастрономічного туризму та винної культури в міру їхнього зростання, включаючи, але не обмежуючись, сталість та культурне присвоєння. Сприяння етичній туристичній практиці, формування партнерства з місцевими громадами та приділення більшої уваги освіті та культурному обміну можуть допомогти досягти цього.

Список використаних джерел:

1. UNWTO World Tourism Barometer. URL : https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023/UNWTO_Barom21_05_September_excerpt.pdf (дата звернення 01.10.2024 р).

2. Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 202 с.

3. Офіційний сайт Grand view research. URL : <https://www.grandviewresearch.com/> (дата звернення 01.10.2024 р).