

УДК 338.012

***ВИННЫЙ ТУРИЗМ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ В ЦЕЛОМ***

Сухолишко А.С.

Магистрант направления 38.04.01. – Экономика, ИФЭиУ,

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Севастопольский государственный университет»

Россия, г. Севастополь

Абрамова Л.С.

к.э.н., доцент кафедры «Экономика предприятия»,

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Севастопольский государственный университет»

Россия, г. Севастополь

Аннотация

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы по определению возможного взаимодействия туризма и виноделия с целью расширения, такого вида туристской услуги, как винный туризм, с перспективой повышения конкурентоспособности предприятия и отрасли в целом. Для этого были проанализированы процессы функционирования винодельческой промышленности в России и в Крыму в том числе.

Ключевые слова: конкурентоспособность, винодельческое хозяйство, рынок вина, винный туризм, перспективы развития, пути повышения конкурентоспособности.

***WINE TOURISM AS A WAY TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF
ENTERPRISES AND THE INDUSTRY AS A WHOLE***

Suholitko A.S.

Student directions 38.04.01. – Economics, Ifau,

*Federal state Autonomous educational institution of higher education "Sevastopol state
University"*

Russia, Sevastopol

Abramova L. S.

Ph. D., associate Professor, "FL",

*Federal state Autonomous educational institution of higher education "Sevastopol state
University"*

Russia, Sevastopol

Annotation

This article discusses current issues to determine the possible interaction of tourism and winemaking in order to expand this type of tourism service, like wine tourism, with the prospect of increasing the competitiveness of an enterprise and the industry as a whole. For this, the processes of functioning of the wine industry in Russia and the Crimea, including, were analyzed. The use of wine tourism is considered on the example of the agricultural cooperative of SEC “Terroir”.

Keywords: competitiveness, winery, wine market, wine tourism, development prospects, ways to improve competitiveness.

В условиях перехода к рыночной экономике развитие производства непосредственно зависит от потребительского спроса. Вследствие чего, продукция, предлагаемая на рынке, обязана быть конкурентоспособной, а,

следовательно, качественной. Присутствие конкурентоспособной среды обязывает любое предприятие уделять как можно больше внимания проблемам качества.

Невозможно обеспечить конкурентоспособность и выход продукции на международный рынок в отсутствии использования международных стандартов на системы качества. Непосредственно наличие стандартов считается одним из главных условий конкурентоспособности продукции и предприятия в целом.

Современное представление конкурентоспособности, несмотря на достаточно широкое его использование, до сих пор остается сложным и трактуется неоднозначно. Изучением конкуренции и конкурентоспособности занимались такие ученые как, Д. Рикардо, Дж. Кейнс, Дж. Робинсон, Ф. Найт, С.Л. Брю, К.Р. Макконнелл, М. Портер, а также свой вклад внесли российские ученые – Б.К. Злобин, А. В. Бусыгин, В.М. Яковлев, Р.А. Фатхутдинов и др.

Значительной проблемой виноделия в России считается низкий уровень конкурентоспособности продукции виноделия и, как следствие самих предприятий и отрасли в целом. При этом винодельческая отрасль весьма многообразна и перспективна, обладает значительным потенциалом развития, как на внутреннем рынке, так и на выходе российских производителей на международный рынок.

В России рынок винодельческой продукции достаточно широко представлен как отечественными, так и зарубежными производителями. По данным Восточно-Европейской Ассоциации Сомелье и Экспертов на российском рынке в 2017 году производилось и продавалось около семидесяти торговых марок и более двух тысяч наименований вин. В Крыму в 2017 году производством винодельческой продукции занимались 37 предприятий, из них 20 специализированных предприятий, которые занимались исключительно производством и разливом вина.

При реализации своей продукции винодельческие хозяйства постоянно сталкиваются с жёсткой конкуренцией при продвижении винной продукции к потребителям. Способы продвижения готовой продукции сводятся в основном к художественному оформлению бутылки или расширению сети магазинов. Одним из основных способов привлечения потенциальных потребителей и на основании этого увеличения конкурентоспособности винодельческих предприятий является винный туризм.

Винный туризм является основной формой маркетинга вина, сочетается со всеми видами деятельности, является продвижением виноградного сырья и виноматериалов от сельскохозяйственных до винодельческих предприятий и до конечных потребителей. Кроме того винный туризм повышает эффективность маркетинговых коммуникаций как хозяйствующего субъекта на внешних и внутренних рынках винодельческой продукции, так и в целом винодельческих регионов России и Крыма.

В винном туризме прослеживаются несколько основных принципов: аутентичность, комплексность и культура потребления. В Крыму существуют все предпосылки успешного развития винного туризма, поскольку Россия входит в состав пятнадцати мировых лидеров производства винодельческой продукции.

Развитие специализированных услуг такого вида туризма дает возможность увеличить продолжительность туристического сезона в регионе и поднять его имидж, увеличить количество туристических экскурсий, расширить и разнообразить местный туристический продукт за счет ведения винных фестивалей, туров, дегустаций и экскурсий.

Крым имеет наиболее сильную виноградарско-винодельческую базу, с всемирно известными производителями и марками вин, а так же сформированную и развитую индустрию туризма. Именно этот полуостров способен организовать наибольшее количество различных винных туров. Для этого имеется:

- существенные площади виноградников по всему Крыму;

- популярные производители винодельческой продукции, со своими дегустационными залами и подвалами;
- туристская инфраструктура и т.д.

Каждый побывавший в Крыму, обязательно слышал о живописной долине «Золотая Балка», где расположена винодельня с одноименным названием, виноградники которой занимают 1464,8 Га лучшего терруара Крыма. Именно за ценность земли «Балку» называли «золотой».

«Золотая Балка» входит в список крупнейших винодельческих хозяйств Крыма и Севастополя и единственная из виноделен Крыма, мощности которой позволяют производить игристое под одноименным брендом исключительно из собственного винограда.

Ежегодно «Золотая Балка» выступает организатором двух крупнейших фестивалей на территории Крыма, созданных с целью продвижения Крымского полуострова и популяризации винного туризма.

Если говорить о более традиционных форматах винного туризма, то Золотая Балка проводит экскурсии на виноградниках, посещение современного винного подвала сопровождается знакомством с историей виноделия в Крыму, особенностями балаклавского терруара и историей предприятия «Золотая Балка». Завершает экскурсию дегустация 6 образцов игристых вин: жемчужных вин Frizzante, базовой линейки «Золотая Балка» и премиальной линейки «Балаклава». На территории Золотой балки находится концептуальный ресторан в открытом пространстве на крыше Шампанерии «ТерруАРТ», который также является отличительной чертой Золотой Балки.

Продвижением винного туризма в Крыму занимаются не только такие крупные агрофирмы как Золотая балка, но и небольшие винодельни. Каждый, кто интересовался крымским виноделием, знает о биодинамической винодельне Urpa-winery СПК «Терруар» в селе Родное (190 км от Севастополя). На дегустацию этих вин записываются за несколько недель. Поэтому и экскурсии по Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

винодельне проводятся достаточно часто, особенно в сезон. Предприятие по производству вина было основано в 2007 году Павлом Швецом. На сегодняшний день на винодельне производится широкая линейка вин из 11 сортов винограда. Отказ от использования минеральных удобрений на виноградниках позволяет предприятию создавать терруарное вино, которое полностью сохраняет аромат и вкус винограда.

Вино Павла Швеца производится из винограда максимальной зрелости, который сортируется вручную. Склоны с виноградниками – не единственное удовольствие любого посетителя Uppa-winery. Во время экскурсии гостям показывают новейшее оборудование, проводят дегустацию в подвалах. Гости получают уникальную возможность познакомиться со многими образцами, в том числе и популярным сейчас оранжевым вином.

Особой популярностью пользуется сбор урожая, ведь это лучший способ получить максимальные знания не только о виноделии, но и виноградарстве, а, значит, и лучше понять вино. Данные мероприятия позволяют СПК «Терруар» занимать лидирующие позиции не только в Крыму, но и во многих регионах России, что делает продукцию Uppa-winery по-настоящему конкурентоспособной.

Таким образом, винный туризм – относительно новое явление на рынке туристических услуг России. Перспективы развития винного туризма в Крыму и в различных регионах России должны быть сосредоточены в определенных направлениях:

- изучением международного опыта формирования и развития винного туризма, возможного взаимодействия с лучшими производителями, такими как Испания, Швейцария, Франция и Италия в области винодельческой промышленности;

- использование современного маркетингового комплекса продвижения винной продукции отдельных центров виноделия;

- создания проектов стабильного развития регионов, государственная и муниципальная поддержка мероприятий по формированию благоприятного организационно-правового климата для развития туризма;

- создания региональных и национальных винных и гастрономических маршрутов, в рамках которых предусмотрено создание специализированных туристических объектов – дегустационных залов, ресторанов, музеев гастрономии, а так же тематических мероприятий, которые будут содействовать формированию конкурентоспособного регионального туристического продукта и повышению туристической привлекательности региона. Данная работа должна гармонично сочетаться с нормативно-правовой и институциональной поддержкой развития российского виноделия в условиях глобальной конкуренции на европейском и мировом рынках напитков;

- развитие и продвижение винных туров по Крыму и России в целом, с целью повышения внутренних и международных туристических потоков, ознакомления с качественной натуральной продукцией местных производителей, повышения культуры потребления вина.

Для популяризации национальных гастрономических традиций при поддержке Государственной службы туризма и курортов России и профессиональных объединений планируется национальный проект «Крымские винные пути» для расширения богатого и разнообразного ассортимента вин, ознакомления с историко-культурным наследием российского виноделия. В рамках проекта будет создан Национальный перечень объектов винового и гастрономического туризма, винно-гастрономический путеводитель по российским регионам, расписание фестивалей, семинаров и конференций.

Библиографический список:

1. Конкурентный анализ рынка [Электронный ресурс] / Powerbranding маркетинг. – 2017 г. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru>
2. Каталог Авторских вин [Электронный ресурс]/ Фирменный магазин «Вино & Сыр» в Крыму – 2009 г. – Режим доступа: <http://winecheese.ru>
3. Хозяйство [Электронный ресурс]/ Официальный сайт СПК «Терруар» – Режим доступа: <http://uprawine.com/ru>
4. Винный туризм [Электронный ресурс]/ Официальный сайт Севастополь Режим доступа: – <https://sevastravel.ru/>
5. Винный туризм в России [Электронный ресурс]: URL: <http://vinographia.ru/>
6. Джозеф Роберт Винный туризм. Гид путешественника, Москва, 2016г.; Винный туризм. Гид путешественника: Перевод с английского, 2015 г. стр. 384.
7. Перспективы развития туризма в Крыму. Абрамова.Л.С., Гнилицкая Т.И., Щербакова Д.А. Перспективы развития туризма в Крыму/ Абрамова Л. С., Гнилицкая Т.И., Щербакова Д.А./ Вопросы развития экономика: Материалы научно- практической конференции, 2016 г., г. Омск

Оригинальность 84%