

УДК 379.85

DOI: 10.24412/1998-5533-2025-3-378-385

Энотуризм в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития**Охрименко Е.И.**

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства Уральского государственного экономического университета (Екатеринбург)

**Радыгина Е.Г.**

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства Уральского государственного экономического университета (Екатеринбург)

В статье проведён анализ научных трудов отечественных и зарубежных авторов, рассматривающих основные проблемы и условия развития энотуризма в регионах. Актуальность исследования заключается в том, что развитие энотуризма в винодельческих российских регионах оказывает положительное влияние, прежде всего, на увеличение туристического потока. У туристов появляется возможность совмещать отдых с посещением винодельческих регионов, дегустацией винных напитков и знакомиться с винной культурой регионов. Целью данного исследования является выявление основных проблем и перспектив развития энотуризма на территории России. Основные задачи работы: определить влияние энотуризма на развитие российских винодельческих регионов; выявить основные проблемы и перспективы развития энотуризма в российских регионах; провести анализ объемов производства и розничных продаж винодельческой продукции (по отдельным субъектам Российской Федерации) за 2022–2024 гг.; разработать и обосновать рекомендации по развитию энотуризма в России.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанные рекомендации для винодельческих российских регионов могут быть применены специалистами в сфере энотуризма. Они будут способствовать не только увеличению туристического потока и повышению узнаваемости региона, но и созданию положительного эффекта для экономики региона.

Ключевые слова: энотуризм, конкурентоспособность, перспективы развития, винодельческое хозяйство, развитие туризма

Для цитирования: Охрименко Е.И., Радыгина Е.Г. Энотуризм в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития // Вестник экономики, права и социологии. 2025. № 3. С. 378–385. DOI: 10.24412/1998-5533-2025-3-378-385.

В настоящее время туризму отводится существенная роль в мировой экономике. Несмотря на то, что он относится к непроеизводственной сфере

экономической деятельности, его ежегодный прирост составляет 15 % в год [1, с. 216]. Сейчас в туристической сфере появляются новые виды от-

дыха. Одним из них стал агротуризм, который входит в группу познавательных поездок с экскурсиями. Его особенность – использование природных, исторических, культурных и сельскохозяйственных объектов деревень и сёл. На этих объектах строятся программы для туристов. Агротуризм предполагает поездки, чтобы увидеть, как работают фермы и частные хозяйства. Одним из примеров такого отдыха считается энотуризм [2, с. 245–246].

Это подчеркивает актуальность исследования вопросов, связанных с развитием энотуризма в России.

Энотуризм – это туризм, в котором «вино является неотъемлемой частью предложения. Винная культура, винная архитектура, винный ландшафт и само вино являются частью предложения, которое стремится передать сущность региона через его связь с винным продуктом» [3, с. 15].

На сегодняшний день можно отметить, что многие учёные занимаются исследованиями и определением роли и места энотуризма в России.

Л.М. Романова, Н.К. Сердюкова, С.Д. Сердюкова в своем исследовании, в отношении развития энотуризма, ссылаются на прогноз экспертов агентства *BusinesStat*, в котором указывается, что «ожидается рост производства винодельческой продукции российских производителей вина» [1, с. 216–217].

Особое внимание авторы уделяют также исследованию демографического фактора. Отмечается, что демографическая ситуация 90-х гг. XX в. окажет соответствующее влияние на формирование спроса, поскольку рождаемость в указанный период времени была очень низкой. Кроме того, по мнению авторов, «В ближайшие годы на туристический рынок выйдет потребитель «поколения Z», который задаст новый тренд в предпочтениях» [1, с. 216–217].

Б.Х. Пайзуллаев особо отмечает действие мультипликативного эффекта в отношении винного туризма. По мнению автора, в рамках мультипликативного эффекта рассматривается два важных момента: первый – разработка новых экскурсионных маршрутов и путешествий для туристов; второй – увеличение продаж вина винодельнями. Кроме того, «мультипликативный эффект выражается и в условиях роста рынка услуг, сопутствующих туризму, охватывая гостиницы, отели, туристические организации и др.» [4, с. 167].

Автор подчёркивает, что винный туризм оказывает положительное влияние не только на реализацию отечественной винной продукции и способствует развитию российского виноделия, но «...также важен с точки зрения повышения конкурентоспособности национального туристического продукта, в том числе в контексте развития культурно-познавательного туризма» [4, с. 169].

Т.А. Срибная, Н.А. Боднева, И.А. Акинина в рамках исследования отмечают, что энотуризм как особый вид туризма набирает свою популярность среди

населения не только в нашей стране, но и в странах дальнего и ближнего зарубежья [3, с. 4].

Согласно мнению авторов, важно уделять особое внимание тому, что «энотурист не только хочет попробовать вино и посетить винодельни, он также нуждается в жилье, питании и развлечениях. И чтобы иметь возможность предложить ему услугу, отвечающую всем его потребностям, важно взаимодействовать со специалистами в области виноградарства и туризма» [3, с. 40].

Авторы приходят к выводу о том, что энотуризм можно отнести к подтипу гастрономического туризма. Также ими выделена основная задача энотуризма – «посещение виноградников, виноделен, дегустация, потребление и покупка вина непосредственно на месте производства винной продукции» [3, с. 78].

Ю.В. Литвинова описывает особенности влияния энотуризма на развитие гастрономического туризма в регионе [5, с. 111].

В.С. Гречко, Д.С. Агапова считают, что «...винный туризм является одним из основных направлений, способствующих, как развитию туристической сферы, так и экономики Российской Федерации в целом» [6, с. 69–70]. Авторы убеждены в том, что на развитие российского винного туризма оказывают огромное влияние множество факторов, таких как природные, географические, исторические, производственно-технологические, экономические, социальные. Именно указанные факторы способны оказать соответствующее влияние не только на развитие винодельческого бизнеса, но и повышать узнаваемость региона, привлекая тем самым, большие потоки туристов [6, с. 69–70]. По мнению авторов, если будут созданы благоприятные условия для развития виноделия в регионе, следовательно будет успешно развиваться энотуризм [6, с. 69–70].

Подчеркнём, что именно энотуризм рассматривается в тесной связи с гастрономическим туризмом. Следовательно, необходимо своевременно анализировать состояние и условия развития российской кухни в наших регионах.

Е.И. Охрименко приходит к выводу о том, что российские регионы имеют богатую русскую кухню «с характерными ей уникальными вкусовыми качествами и большим многообразием блюд. Отличительная черта русской кухни заключается именно в многообразии, обусловленном расположением большого количества народностей на территории России, а также различными климатическими условиями в разных ее частях» [7, с. 75].

Е.И. Охрименко, А.А. Ошкордина обращают особое внимание не только на доминирующие тенденции развития гастрономического туризма и гастрономической культуры в регионах, но и определяют особую взаимосвязь гастрономического и внутреннего туризма [8, с. 129–130].

Необходимо подчеркнуть, что энотуризм способен оказать положительное влияние на развитие внутреннего туризма, поскольку является перспективным туристским направлением, набирающим всё большую популярность среди туристов.

Е.И. Охрименко особо подчёркивает, что «...для развития внутреннего туризма в России, регионам необходимо направить силы на повышение своей будущей потенциальной конкурентоспособности» [9, с. 19].

Kirschner T. в своём исследовании выявляет специфику туристических кластеров. Автор придаёт большое значение «особенностям формирования и условиям развития кластера винного туризма» [10].

Fields K. рассматривает вопросы, связанные с исследованием экономических инструментов, влияющих на динамику развития гастрономического туристического продукта. Автор подчёркивает, что спрос на гастрономический туристический продукт формируется под влиянием различных мотивационных факторов, которые необходимо своевременно анализировать [11].

Таким образом, можно отметить, что развитие энотуризма как подтипа гастрономического туризма в России является одним из актуальных направлений на современном этапе. Благодаря уникальному географическому расположению нашей страны у данного вида туризма есть все условия для дальнейшего развития. Энотуризм оказывает положительное влияние на развитие дестинаций, способствует организации разнообразных специальных праздников, фестивалей, ярмарок, посвященных виноделию и винодельческой продукции, привлекая тем самым внимание большого количества туристов.

Важно отметить, что энотуризм имеет тесную связь с другими видами туризма, такими как гастрономический, культурный, экологический. Работа в тандеме с местными партнерами и профессионалами в области туризма, своевременное выявление специфики дестинации в отношении развития энотуризма дает возможность не только быстро реагировать на запросы туристов и повышать качество предоставляемых туристических услуг, но и повысить конкурентоспособность региона.

Политика России в отношении туризма направлена на формирование условий для развития отрасли. Для этого используются разные методы поддержки бизнеса, включая гранты, выплаты и привлечение средств из других источников [6, с. 67].

Энотуризм относится к новому направлению в индустрии туризма. Более того, данное направление представляет интерес для сомелье и рестораторов. Туристы также проявляют интерес к процессу и специфике приготовления винных изделий. Дальнейшее развитие винных туров окажет положительное влияние на концептуальные средства размещения и смежные отрасли [12, с. 178].

По прогнозам экспертов Роскачества «доля России в структуре мирового производства вина продолжит расти и к 2030 г. превысит 3 %. Согласно результатам исследования «Винный гид России – 2023», 22 % граждан считают российское вино более качественным, чем иностранное, а 29 % отмечают, что большинство российских вин превосходят по качеству иностранные вина. Так, 51 % россиян отдают предпочтение качеству российских вин» [13, с. 220].

Исследование показало, что «в арсенале российских производителей для продвижения вин на рынке используют традиционные маркетинговые инструменты – винные конкурсы, выставки, винные эксперты-энологи, блогеры, соцсети, винные школы» [13, с. 227].

Важно отметить, что энотуризм оказывает огромное влияние на формирование экскурсионных маршрутов. Туристы имеют возможность не только познакомиться с особенностями виноделия в рамках дестинации, но и приобрести продукцию виноделен.

Кроме того, повышается эффективность маркетинговых коммуникаций, например, у туристических агентств появляется возможность исследовать целевую аудиторию, разработать сопутствующие услуги для туристов, организовать их отдых в гостиницах.

Сегодня российский рынок винного туризма не уступает по актуальности европейскому, этому способствует тот факт, что российское виноградарство и виноделие развивается на протяжении тысячелетия и имеет свою историю. Российские особенности природы и традиции уникальны: здесь переплетаются богатая история и особенная кухня, что помогает создавать туристические маршруты. Южные регионы России дополняют это культурными обычаями, разными национальными блюдами, местными напитками, а также виноградом как известных, так и редких сортов, что открывает широкие возможности для развития энотуризма.

Федеральный закон от 27.12.2019 г. № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в РФ» [14], помог улучшить положение в сфере энотуризма. Этому способствовала организация первого российского форума виноделов в 2022 г. во время собрания Ассоциации виноградарей и виноделов [15]. На мероприятии участники говорили о: совместной работе ученых, аграриев и производителей для увеличения выпуска вина в стране; государственной помощи деньгами; правилах для винодельческих предприятий; вложениях в производство; важности замены импортных товаров отечественными; повышении спроса на российские вина и их продаже за границей.

«Формирование винного туризма как отдельной отрасли началось в России с курортов Черноморского побережья и Краснодарского края, в частно-

сти. Возможность знакомства со всем процессом изготовления и хранения вина теперь есть не только у профессионалов, но и у любителей, что делает винный туризм особенно привлекательным для путешественников» [3, с. 16].

Туристический поток имеет важное значение для винодельческих предприятий, а также регионов, в которых развито виноделие. Туризм в винодельческих регионах создаёт новые рабочие места, оказывает положительное влияние на развитие смежных отраслей, например, таких как гостиничный бизнес и гастрономия. Кроме того, с помощью развития виноделия осуществляется процесс продвижения бренда территории: например, вина, изготовленные из сортов винограда конкретной дестинации, могут стать туристическим сувениром и визитной карточкой региона.

Но несмотря на динамично развивающуюся отрасль туризма и принятие мер для привлечения дополнительного потока туристов, можно выделить ряд проблем, к которым относятся – недостаточно развитая сопутствующая инфраструктура, удаленное расположение виноградников и виноделен, низкий уровень продвижения туристических маршрутов.

Регионы с развитой инфраструктурой, расположенные недалеко от популярных туристических зон, часто имеют привлекательные винные маршруты. Турагентства, организующие такие поездки, обычно предлагают трехдневные туры. Это необходимо для того, чтобы участники успели познакомиться с процессом изготовления вина, увидеть, как его создают, и попробовать различные виды. Кроме того социальные сети позволяют не только наладить коммуникации с потенциальными туристами, но и своевременно распространять информацию о винодельческих хозяйствах в регионах [5, с. 227].

За последние годы в России значительно увеличилось количество разнообразных вариантов винных туров. Это стало возможным благодаря совместным усилиям виноделов и туристических компаний. В результате возрос интерес как к вину, так и к путешествиям по местам его производства.

Важно обратить особое внимание на динамику роста заинтересованности энотуризмом в винодельческих регионах России (Краснодарский край, Крым, Ростовская область и Дагестан). По данным за 9 месяцев 2025 г., больше всего число энотуристов выросло в Крыму на 30–40 % и Краснодарском крае – 8 % [16]. Энотуризм в России набирает обороты. Рост интереса связан с улучшением качества услуг и разнообразием программ, такими как дегустации, мастер-классы, экскурсии.

Прирост турпотока в Ростовской области и Дагестане на данный период времени составляет всего лишь 5 % [17]. Эти регионы рискуют остаться в тени без федеральной поддержки.

Конкуренция с зарубежными направлениями требует усиления уникальности российских предложений.

Представим тройку лидеров российских регионов по объемам производства вина. «Кубань по-прежнему занимает первое место по объемам производства вина в России: за год доля региона на рынке выросла с 42,4 до 44,9 %. В тройку лидеров также входит Крым (3 млн дал) и Ленинградская область (1,5 млн дал)» [1, с. 503].

В 2024 г. Россия увеличила объем производства вина на 19,3 % по сравнению с предыдущим годом, согласно данным из отчета Международной организации винограда и вина (OIV). Это один из самых высоких темпов роста среди винодельческих стран и третий результат после Грузии (+26,6 %) и Аргентины (+23,3 %) [17].

Если сравнить со средними показателями за предыдущие пять лет, то российский объем производства в 2024 г. оказался на 17,5 % больше [17].

Представим и проведем анализ сведений об объемах производства винодельческой продукции (по отдельным субъектам Российской Федерации) за 2022–2024 гг.

Из данных представленных в таблице 1 следует, что в 2023 г. фиксируется резкий спад объемов производства винодельческой продукции на 30 %, по сравнению с предыдущим годом. К основным причинам спада можно отнести аномально дождливое лето 2023 г., спровоцировавшее грибковые заболевания (милдью, оидиум) и санкционное давление, логистические сложности, рост стоимости средств защиты растений. Хотя погодные условия 2023 г. стали причиной общеотраслевого спада, но его масштабы усугубились экономическими и инфраструктурными проблемами.

Комплексный подход, сочетающий технологическую модернизацию, господдержку и адаптацию к климатическим изменениям, позволит минимизиро-

Таблица 1
Сведения об объемах производства
винодельческой продукции
(по отдельным субъектам РФ)
за 2022–2024 гг., тыс. дал. [18]

Наименование субъекта РФ	Произведено, тыс. дал.		
	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Российская Федерация	65 161,0	45 587,2	51 540,8
Южный федеральный округ	36 370,5	32 582,3	36 491,9
Республика Крым	9 242,5	7 361,2	9 223,9
Краснодарский край	23 178,0	21 314,6	23 285,9
Ростовская область	424,4	316,0	357,4
Северо-Кавказский федеральный округ	13 318,0	6 980,7	8 438,0
Республика Дагестан	2 739,5	2 971,1	3 566,8

вать риски в будущем. На наш взгляд, такой подход окажет положительное влияние на динамику туристического потока в винодельческие регионы нашей страны, например, в Краснодарский край, Крым и т.д.

Ежегодно в Абрау-Дюрсо (городской округ Новороссийска, Краснодарский край) приезжает больше 500 тыс. чел. Около 50 % из них целенаправленно посещают исторический комплекс «Русский винный дом», чтобы посмотреть на производство и попробовать вина. Такие гастрономические туры привлекают туристов в любое время года и улучшают репутацию местных курортных зон. Центр туризма «Абрау-Дюрсо» работает над увеличением числа гостей, которые возвращаются, обновляя экскурсионные маршруты, открывая новые площадки для посещения и проведения фестивалей.

Винодельня «Мысхако» (Новороссийский округ, Краснодарский край) имеет 266 га виноградников и производственные линии, которые позволяют выпускать до 5 млн бутылок вина в год.

Винодельня «Фанагория» (Темрюкский район, Краснодарский край) имеет 3400 га виноградников. Ежегодно здесь производят около 20 млн л вина.

«Шато Пино» (город Новороссийск, Краснодарский край) – это туристический комплекс под Новороссийском, где сочетаются сельское хозяйство и отдых. На его территории есть Центр изучения виноделия и зоны для обучения сомелье. На винодельни «Шато Пино» также находится производство, где вино делают по старинным методам. В комплексе есть хранилище для вина, помещение для созревания вина. «Шато Пино» производит до 1 млн бутылок вина каждый год.

«Золотая Балка» (Балаклавский район, Крымский полуостров) предлагает маршруты для любителей энотуризма, а также комплексные туры «от лозы до бокала», которые включают участие в сборе урожая и прогулки по виноградникам. Это позволяет туристам получить новые знания или вспомнить уже знакомое, отдохнуть и ближе познакомиться с культурой.

Представим и проанализируем сведения об объемах розничных продаж винодельческой продукции (по отдельным субъектам Российской Федерации) за 2022–2024 гг.

Анализируя данные таблицы 2, можно сделать вывод, что снижение продаж на 7,84 % за 2023 г. может быть связано с экономическими санкциями и инфляцией, а также из-за снижения покупательной способности населения в связи с ростом цен на алкогольную продукцию. Положительная динамика покупательской способности в Краснодарском крае вероятнее всего связана с развитой инфраструктурой, популярностью местных брендов и оказанием ими услуг винодельческого туризма, что стимулирует сбыт продукции.

Таблица 2

Сведения об объемах розничных продаж винодельческой продукции (по отдельным субъектам РФ) за 2022–2024 гг., тыс. дал. [18]

Наименование субъекта РФ	Приобретено, тыс. дал.		
	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Российская Федерация	94 409,8	85 965,4	87 006,7
Южный федеральный округ	10 324,2	9 650,3	9 940,5
Республика Крым	1 626,9	1 390,0	1 490,5
Краснодарский край	4 389,1	4 471,3	4 526,3
Ростовская область	1 937,7	1 810,4	1 913,5
Северо-Кавказский федеральный округ	1 422,0	1 265,6	1 276,1
Республика Дагестан	155,9	167,3	146,4

В Дагестане также замечен рост покупательской способности на винодельческую продукцию региона в 2023 г. на 7,31 %, что может быть связано с развитием локальных винодельческих предприятий, маркетингом этнических брендов, поддержкой малого бизнеса.

На основании проведенного исследования авторами составлен *SWOT*-анализ, отражающий сильные стороны развития энотуризма в РФ, слабые стороны отрасли, потенциальные возможности для развития и существующие угрозы (табл. 3).

Исходя из *SWOT*-анализа следует отметить, что для продвижения энотуризма необходимо активно продвигать природные и культурные преимущества винодельческого региона через федеральные СМИ и социальные сети. Кроме того, следует создать единую базу данных по винодельческим объектам для удобства планирования поездок и разработать комплексные туры, сочетающие посещение винодельческих предприятий, отдыха и экскурсий по местным достопримечательностям. Важно привлечь частные инвестиции в инфраструктуру вокруг винодельческих предприятий.

Общенациональный спад в производстве и розничных продажах винодельческой продукции, обусловлен комплексом взаимосвязанных факторов. Экономические вызовы, такие как санкционное давление и инфляция, привели к росту себестоимости продукции и снижению покупательной способности населения. Регуляторные меры, включая ужесточение контроля за алкогольным рынком и повышение акцизов, дополнительно ограничили рентабельность малых производителей.

Несмотря на общий кризис, Краснодарский край и Дагестан демонстрируют устойчивость. В Краснодарском крае розничные продажи выросли на +1,87 % в 2023 г. по сравнению с 2022 г., успех связан с сильными локальными брендами (например, Абрау-Дюрсо), а также развитой инфраструктурой и

Таблица 3

SWOT-анализ развития энотуризма на территории РФ

Сильные стороны	Слабые стороны
Уникальные природные ресурсы; Экологически чистые территории, пригодные для агротуризма; Логистические преимущества; Близость ключевых виноделен к туристическим центрам; Образовательные курсы по виноделию и сомелье; Улучшение эмоционального состояния туристов; Формирование правильной и осознанной культуры питья алкогольных напитков; Наличие действующей туристско-рекреационной инфраструктуры; Доступная цена.	Высокая стоимость премиальных туров; Низкая конкурентоспособность туристских услуг; Дефицит инфраструктуры; Отсутствие единого онлайн-портала с актуальными данными по энотурам; Кадровый дефицит в отрасли туризма.
Возможности	Угрозы
Рост внутреннего туризма; Государственная поддержка; Повышение качества инфраструктуры энотуризма; Сезонное расширение для привлечения туристов вне летних месяцев; Внедрение VR-экскурсий на производства.	Геополитическая нестабильность; Конкуренция за счет энотуров в Армении и Грузии; Низкая покупательная способность в секторе массового туризма; Экологические вызовы из-за природных катаклизмов, например, засухи; Экономические факторы, например, рост цен на логистику.

активным продвижением энотуризма. Дагестан делает ставку на этническое виноделие и поддержку малого бизнеса, что позволило ему нарастить розничные продажи на +7,31 % в 2023 г. по сравнению с 2022 г. Оба региона эффективно используют адаптацию к рыночным условиям: внедрение цифровых платформ для продаж, участие в федеральных программах и акцент на экологическое производство.

Крым сталкивается с сильными проблемами, что обусловило снижение розничных продаж в 2023 г. на -14,56 % по сравнению с предыдущим годом. Это связано не только с внешними ограничениями, но и с климатическими рисками. Аномально дождливое лето 2023 г. спровоцировало ряд грибковых заболеваний лоз, что сократило урожай винограда. Несмотря на экстренные меры, региону требуется системная поддержка для восстановления позиций. Важно отметить, что в 2024 г. в рассматриваемых винодельческих регионах наблюдается положительная динамика по объёму розничных продаж винодельческой продукции (табл. 2), кроме Республики Дагестан (снижение объёмов розничных продаж винодельческой продукции на -12,49 % в 2024 г.).

Для возвращения к положительному росту необходимо стимулировать легальный рынок через снижение акцизов для малых производителей. А также развивать туристические винодельческие кластеры, поскольку энотуризм в России демонстрирует потенциал, но его реализация зависит от устранения региональных дисбалансов и системной поддержки отрасли. Крым и Краснодарский край могут стать

драйверами роста, в то время как другие регионы требуют точечных инвестиций и маркетинговых усилий.

Таким образом, в результате проведённого исследования нами были разработаны рекомендации по винодельческим регионам. Так, для Краснодарского края необходимо сохранять положительные тенденции и развивать образовательный кластер по обучению гидов-сомелье и проведения сертифицированных курсов по виноделию для местных жителей, чтобы сохранять лидирующие позиции.

Республика Дагестан уникальное место с семейными винодельнями, которые необходимо включить в туристические программы, что обеспечит им дополнительный доход и сохранит аутентичность.

Крым, являясь важной исторической местностью, может разработать комбинированные туры, где посещение виноделен сочетается с экскурсиями к достопримечательностям.

Для Ростовской области и Северо-Кавказского округа необходимо сделать акцент на редкие вина из автохтонных сортов винограда, произрастающих только на данной территории.

Развитие винного туризма не только увеличивает доходы производителей, но и создает положительный эффект для смежных отраслей. Для таких регионов как Крым и Дагестан, это шанс преодолеть изоляцию, а для Краснодарского края – укрепить лидерские позиции.

Создание винных маршрутов, где туристы знакомятся с традиционными методами производства вина и культурой региона, позволит продемонстрировать уникальность местных вин через экскурсии, дегустации и мастер-классы. Это положительно скажется на лояльности потребителей и будет стимулировать прямые продажи. Сочетание энотуризма с гастрономическими фестивалями, спа-отдыхом и активными видами спорта способно привлекать разнообразную аудиторию.

Литература:

1. Романова Л.М., Сердюкова Н.К., Сердюкова С.Д. Исследование перспектив развития и оценка потенциала эногастрономического туризма в Краснодарском крае // Финансовый менеджмент. 2024. № 3. С. 215–228.
2. Дембицкий Н.П. Винный туризм (энотуризм) в России: состояние и перспективы развития // Энергетическая, экологическая и продовольственная безопасность: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сб. науч. трудов Межд. науч.-практ. конф., Нальчик, 22–23 декабря 2022 г. Нальчик: Кабардино-Балкарский гос. аграрный ун-тет им. В.М. Кокова, 2022. С. 245–248.
3. Срибная Т.А., Боднева Н.А., Акинина И.А. Познавание гастрономических традиций народов мира посредством изучения винопроизводства и организации энологических туристских маршрутов. Ставрополь: ООО «Ставропольское издательство «Параграф», 2023. 96 с.
4. Пайзуллаев Б.Х. Энотуризм как способ экономического развития винодельческой отрасли России // Международные научные чтения – 2023: сб. статей Межд. науч.-практ. конф., Петрозаводск, 28 февраля 2023 г. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2023. С. 164–171.
5. Литвинова Ю.В. Перспективы развития и особенности гастрономического туризма на Северном Кавказе // Современные проблемы сервиса и туризма. 2024. Т. 18. № 2. С. 111–121. DOI: 10.5281/zenodo.14743776.
6. Гречко В.С., Агапова Д.С. Проблемы и перспективы развития винного туризма (энотуризма) в России и за рубежом // Актуальные проблемы геологии, географии, техносферной и экологической безопасности: Материалы XLV Студенческой науч. конф. института наук о Земле, Оренбург, 04–11 апреля 2023 г. Оренбург: Оренбургский гос. ун-тет, 2023. С. 66–70.
7. Охрименко Е.И. Условия и особенности развития гастрономического туризма в регионе // Актуальные вопросы развития сферы физической культуры и спорта, туризма и гостеприимства: Материалы Всеросс. заочной науч.-практ. конф., Екатеринбург, 29 апреля 2022 г. Екатеринбург: МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства» (институт), 2022. С. 74–78.
8. Охрименко Е.И., Ошкордина А.А. Гастрономическая культура в развитии регионального туризма: проблемы и перспективы // Вестник экономики, права и социологии. 2022. № 3. С. 128–132.
9. Охрименко Е.И. Перспективы и проблемы развития внутреннего туризма в России // Современные подходы к повышению качества сервиса в индустрии туризма и гостеприимства в условиях межкультурной коммуникации: материалы IV Межд. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 12 мая 2022 г. Екатеринбург: Уральский гос. эконом. ун-тет, 2022. С. 16–19.
10. Kirschner T. Tourism Clusters – a model for the development of innovative tourism products. 2012. URL: <https://www.slideserve.com/sidney/tourism-clusters-a-model-for-the-development-of-innovative-tourism-products-thor-sten-kirschner-cluster-manager>.
11. Fields K. Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors // Tourism and gastronomy. 2002. Vol. 4. Iss. 2. P. 36–50.
12. Макарова Д.Д. Российская туриндустрия: адаптация к новым реалиям и возможности для развития туристской сферы // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса: материалы V Всеросс. науч.-практ. конф., Ярославль, 22 апреля 2022 г. М.: Российский гос. ун-тет туризма и сервиса, 2022. С. 176–181.
13. Романова Л.М., Сердюкова Н.К., Сердюкова С.Д. Исследование перспектив развития и оценка потенциала эногастрономического туризма в Краснодарском крае // Финансовый менеджмент. 2024. № 3. С. 215–228.
14. Федеральный закон от 27.12.2019 г. № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации». URL: <https://bazanpa.ru/gd-rf-zakon-n468-fz-ot27122019-h4615459/?ysclid=mbozo3f981110259455>.
15. I Российский винодельческий форум – АКИТ. URL: <https://akit.ru/events/i-rossijskij-vinodelcheskij-forum/>
16. В России в 2024 году выросло число энотуристов // РБК Вино. URL: <https://www.rbc.ru/wine/news/66fb90e49a7947298dc92c51>
17. Россия вышла на третье место в мире по темпам роста производства вина // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/wine/news/67ff7c1c9a794740163df2ac?ysclid=meieik0nih903407007>.
18. Статистический сборник. Основные показатели, характеризующие рынок алкогольной продукции в 2022–2024 г. URL: https://cfo.fsrar.gov.ru/files/35713_статсборник_2022-2024.pdf?ysclid=meigx4575n394053789.

Enotourism in the Russian Federation: Problems and Development Prospects

Okhrimenko E.I., Radygina E.G.
Ural State University of Economics (Yekaterinburg)

The article analyzed the scientific works of domestic and foreign authors, considering the main problems and conditions for the development of enotourism in the regions. The relevance of the study lies in the fact that the development of enotourism in the wine-growing Russian regions has a positive impact, first of all, on increasing the tourist flow. Tourists have the opportunity to combine recreation with visiting wine regions, tasting wine drinks and get acquainted with the wine culture of the regions. The purpose of this study is to identify the main problems and prospects for the development of enotourism in Russia. The main tasks of the work: to determine the impact of enotourism on the development of Russian wine regions; identify the main problems and prospects for the development of enotourism in the Russian regions; analyze the volume of production and retail sales of wine products (by individual constituent entities of the Russian Federation) for 2022-2024; develop and substantiate recommendations for the development of enotourism in Russia.

The practical significance of the study lies in the fact that the developed recommendations for wine-making Russian regions can be applied by specialists in the field of enotourism; will not only increase the tourist flow and increase the recognition of the region, but also create a positive effect for the region's economy.

Keywords: enotourism, competitiveness, development prospects, wine industry, tourism development.

