

## **ПИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ УКРАЇНИ**

Поява феномену пивного туризму є результатом зміни загальної туристичної концепції активності та новітнім трендом – досвідом якісно іншого відпочинку. Україна має для розвитку пивного туризму значний потенціал, але він використовується не повною мірою. Актуальність дослідження визначається необхідністю формування конкурентоспроможного туристичного продукту пивного туризму в країні.

Пивний туризм – це один із видів гастрономічного туризму, пов'язаний із ознайомленням з історією, технологією виробництва і культурою споживання пива, придбанням і вживанням пива, його дегустацією безпосередньо у виробників. Окремі аспекти організації гастрономічних турів висвітлено в працях українських науковців Д.І. Басюк, Т.І. Божук, І.І. Комарницького, О.О. Любіцевої, Е.С. Маслова, О.О. Мотузенко, А.П. Пергат, І.В. Смаля, М.А. Стрельнікової, Т.І. Шпарги та ін. Проте залишається не дослідженою специфіка розвитку пивного туризму як інноваційного напрямку туристичної діяльності.

Пивний туризм належить до подорожей, у яких саме напій є основним мотивуючим фактором для здійснення туристичної поїздки. Пиво вважають третім за популярністю напоєм у світі (після води і чаю) та найпопулярнішим алкогольним напоєм у світі. Пивний туризм розглядають у складі гастрономічного туризму, проте формується він на стику різних видів туризму і, залежно від наповнення змісту програми туру, може бути покласифікований як подієвий, етнографічний, культурний, діловий, промисловий, освітній та ін. Окремими підвидами пивного туризму є наступні: 1) дегустаційний туризм – спеціальні поїздки організованих груп любителів або професіоналів – торговців, власників ресторанів та ін. (С. П. Маслов); 2) алкотуризм – туристичні подорожі з метою розпивання та придбання алкогольних напоїв; такі поїздки часто спрямовані з країн, де вживання спиртних напоїв обмежене економічними чинниками або нормами суспільної моралі, чи заборонене згідно релігійних канонів (І. В. Смаль).

Як і в інших видах туризму, до складу основних послуг турпродукту пивного туризму включають транспортне обслуговування, проживання, харчування. Однак для учасників пивних турів передбачено розміщення у спеціальних пивних готелях, гостьових віллах і будинках пивоварів, харчування у пивних ресторанах, пабах. У програми турів включено відвідування плантацій хмелю, дегустація місцевих сортів пива, ознайомлення з технологією виготовлення пива безпосередньо на виробництві, знайомство з історією пивоваріння, відвідування спеціалізованих музеїв, дегустаційних залів, ресторанів, що пропонують послуги дегустації пива, участь у пивних тематичних святах, вечірках, фестивалях, відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах. Пивні тури як правило групові (до 15 осіб). Програми побудовані так, щоб ефективно поєднувати відпочинок і пізнавальні аспекти. Упродовж пивних екскурсій туристів супроводжують експерти – працівники заводів, пивовари, пивні письменники і критики, які діляться професійними знаннями із туристами. Окремо гід групи опікується організаційними питаннями і проводить екскурсії, не пов'язані з напоєм.

Експерти пивного туризму визначають як кращі напрямки для цього виду туризму Чехію, Німеччину, Ірландію, Бельгію. За окремими містами закріпився імідж пивних столиць світу. Серед них Брюгге, Брюссель, Мюнхен, Прага, Дублін, Амстердам, Копенгаген, Краків, Сан-Франциско. Склалася традиція івент-туризму, пов'язаного з культурою споживання пива, а також існує низка цікавих атракцій та дестинацій, які орієнтовані на їхнє використання у пивному туризмі. Традиційними стали фестивалі пива: Октоберфест (Мюнхен, Німеччина), Барселонський (Іспанія), Великий британський (Лондон, Велика Британія), Чеський (Прага, Чехія). Відкритими для відвідувачів є броварні виробників відомих у світі марок пива: «Carlsberg Brewery» (Копенгаген, Данія), «Guinness» (Дублін, Ірландія), «Chodovag» (Ходова Плана, Чехія), «Red Stripe» (Ямайка). На базі виробництва створено атрактивні музеї пива. Найвідомішим з них є «Heineken Experience» (Амстердам, Нідерланди). Серед музеїв варто згадати «Sapporo Beer Museum», відкритий у 1987 році у м. Саппоро в префектурі Хоккайдо у Японії. З пивом пов'язано низку об'єктів, які стали своєрідними брендами населених пунктів, як-от: пам'ятник пиву «Tuborg» (Копенгаген, Данія), паб «Hofbräuhaus» (Мюнхен, Німеччина) тощо.

Отже, є значний цікавий зарубіжний досвід розвитку пивного туризму, який при певній адаптації може бути застосований в Україні. Адже найважливіші передумови для розвитку пивного туризму в Україні є – це давні традиції виробництва пива. Понад 85% ринку виробництва пива в Україні розподілені між трьома пивними корпораціями: «SAN InBEV Ukraine», «Carlsberg Ukraine» та «Оболонь». Решта ринку припадає на значно менші за потужністю компанії «Efes Ukraine», «Перша приватна броварня» та інші підприємства.

Малі пивоварні заводи зосереджені переважно на заході України, де ще з часів середньовіччя існували католицькі та православні монастирі, у яких варили пиво. У Волинській обл. працюють заводи у с. Павлівка Іваничівського р-ну (заснований 1904 р.) та у м. Луцьк (заснований 1888 р.). Найвідоміший виробник у Рівненській обл. – завод «Рівень» у м. Рівне (заснований 1849 р.). На Хмельниччині працюють пивзаводи: Славутський (заснований 1885 р.) та Хмельницький (побудований 1901 р.). На Житомирщині найвідоміші серед виробників пива Бердичівський пивзавод (перша згадка – у 1798 р.), завод «Житомирпиво» (працює з 1870-тих рр.). Пивзавод міста Калуш на Івано-Франківщині – один із найстаріших в Україні (броварне виробництво у місті діє від 1565 р.). На Тернопільщині лідерами є пивоварня «Опілля» в обласному центрі та Микулинецький завод, заснований 1497 р. Зауважимо, що на цих невеликих підприємствах часто збережено традиції виготовлення «живого» пива та авторських сортів напою. Це не вичерпний перелік підприємств, що вказує на значний ресурсний потенціал пивного туризму.

До 2008 р. галузь пивоваріння в Україні демонструвала стабільне зростання обсягів виробництва. Проте останні події у політичному та соціально-економічному житті країни не створюють умов для розвитку галузі. Враховуючи до того ж виражену сезонність виробництва та споживання пива, для пивоварів слід шукати додаткові стимули для розвитку своїх підприємств. Одним з таких стимулів може стати пивний туризм. Розробка та впровадження конкурентоспроможного туристичного продукту допоможе згладити сезонність у діяльності і покращить ефективність важливої для України галузі.

Приклади створення успішного вітчизняного турпродукту у сфері пивного туризму є у місті Львів. Це зумовлено як історичними факторами (перша згадка про пиво у Львові – 1384 р.), так і сучасним розвитком пивоваріння та туризму в місті. У Львові щорічно проводиться понад 100 фестивалів, з 2008 р. – фестиваль пива в форматі, характерному для традиційних пивних фестивалів Європи. У місті сформувалася мережа спеціалізованих пивних ресторанів та пабів, створено пивні туристичні маршрути. В 2005 р. відкрито перший в Україні музей пивоваріння. Значну роль в просуванні Львова як дестинації пивного туризму відіграє підприємство «Львівська пивоварня», що входить до складу «Carlsberg Group». Це найстаріша пивоварня в країні, промислові споруди якої включені в список культурних цінностей ЮНЕСКО. «Львівська пивоварня» займає активну соціальну позицію: всі кошти від продажу квитків на фестивалі пива в 2015 р. організатори передали на розвиток медицини Львова.

Діяльність «Львівської пивоварні» може бути взірцем для інших підприємств галузі в аспекті сприяння популяризації пивного туризму. Адже окрім розвитку туристичних дестинацій пивного туризму у таких великих містах як Львів, в Україні є значні можливості розвитку туризму на базі невеликих броварень, з якими пов'язана багата історична спадщина. І зараз саме на часі скористатися сприятливими трендами світового туристичного ринку, щоб ефективно залучити наявний потенціал.

Насамперед, у всьому світі зміщується сезонність і відбуваються істотні зрушення в загальній структурі туристичного попиту. Так, менеджери середньої та вищої ланок тепер готові подорожувати в бізнес-сезон. А це найкращий час для проведення пивних подій. Ще однією тенденцією у світі туризму є те, що поїздки стали коротшими, проте частішими. І це також добре узгоджується із характеристиками пивного туризму.

Наступний світовий туристичний тренд: у структурі туристичного попиту відбувається зміщення пріоритету зі «стандартних» турів на користь екскурсій та спеціальних програм, зростає популярність подієвого туризму. Саме тому такими популярними є різноманітні пивні вечірки, свята, фестивалі та карнавали, яких повинно стати більше на туристичній карті України.

Сучасний турист став більш вимогливим – як щодо матеріальних цінностей, так і власних вражень та потреб. Для цих людей важливі не п'ятизіркові готелі і готові тури, але автентичність, дотик до традицій. Саме такі потреби туристів можуть задовільнити різноманітні пивні тури територією України, яка має історичні традиції у пивоварінні і водночас може похвалитися сучасними технологіями виробництва пива. Оформився сегмент туристів, котрі самостійно влаштовують свою поїздку без покупки готового туру. Соціальні мережі та мобільні технології заявили про себе у туризмі в Україні, оскільки для пивних подорожей розпочато створення спеціальної інформаційної інфраструктури. За допомогою Інтернет-технологій турист може зорієнтуватися у світі пивних маршрутів.

У світі з'явився специфічний сегмент «здорових і багатих» туристів. Для їх позначення в англомовному середовищі використовується абревіатура LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability). Представник сегменту LOHAS любить усе свіже й натуральне. Експерти світового ринку вважають, що це – преміальний сегмент найближчого майбутнього в туристичній галузі. Зважаючи на те, що переважна більшість виробників в Україні сконцентрована на виробництві пива з натуральних компонентів, а на маленьких заводах варять живе пиво, то є всі шанси залучити в Україну цей сегмент елітних туристів.

Отже, пивний туризм – перспективний туристичний продукт, який Україна здатна запропонувати світовому туристичному ринку. Завдання подальших досліджень – розробити заходи щодо розвитку дестинацій пивного туризму на базі комплексного аналізу використання туристичних ресурсів, взаємодії підприємств пивної галузі, транспортної, комунальної, соціальної та туристичної інфраструктури регіонів України, надати пропозиції щодо створення кластерів пивного туризму.