

УДК 338.48

Гурова Д.Д.,
кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму
Запорізький національний технічний університет

Зайцева В.М.,
кандидат педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародного туризму
Запорізький національний технічний університет

Яценко Д.Я.,
магістр кафедри міжнародного туризму
Запорізький національний технічний університет

КРАФТОВИЙ ПИВНИЙ ТУРИЗМ

У статті проаналізовано розвиток крафтового пивного туризму в світі та Україні; розглянуто історію крафтового пивоваріння, головні країни пивного туризму; висвітлено розвиток фестивалів крафтового пивоваріння в Україні.

Ключові слова: пивний туризм, крафт, пивоваріння, фестивалі, Україна.

В статье проанализировано развитие крафтового пивного туризма в мире и Украине; рассмотрена история крафтового пивоварения, главные страны пивного туризма; отображено развитие фестивалей крафтового пивоварения в Украине.

Ключевые слова: пивной туризм, крафт, пивоварение, фестивали, Украина.

Gurova D.D., Zaitseva V.M., Yatsenko D.Ya. CRAFT BEER TOURISM

Beer tourism is one of the types of gastronomic tourism related to familiarizing with history, production technology and the culture of beer consumption, its tasting directly from producers.

Interest in brewing culture in Ukraine is gradually gaining momentum – more beer bars and pubs are opened, local private breweries are appearing, in some sense an audience is formed.

The beer craft revolution began in the XX century. In 1980, there were only eight craft breweries in the United States. In 1994, there were already 537 of them. In 2010 there were more than 1600. Today, it's more than five thousand. They work throughout the United States, and most Americans live on average no more than ten kilometers from the brewery.

The most attractive countries of beer tourism in the world are Belgium, Germany, the Czech Republic, as well as the USA. Given the growth and potential of the beer tourism industry, travel providers increasingly include craft beer and brewing experience in their products, even in destinations that traditionally serve mostly wine lovers.

Since brewing is popular all over the world, there is a significant international experience of beer tourism development, which can be applied in Ukraine with some adaptation. After all, the most important prerequisites for the development of beer tourism in Ukraine are the long tradition of beer production.

The overwhelming majority of producers in Ukraine are concentrated on the production of beer from natural ingredients, small factories are brewing live beer, so there is every chance of attracting segment of craft beer tourists to Ukraine. Thus, beer tourism is a promising tourist product that Ukraine can offer to the world tourist market.

Key words: beer tourism, craft, brewing, festivals, Ukraine.

Постановка проблеми. Людство насолоджується пивом уже понад п'ять тисячоліть. «Бурштиновий напій» варили стародавні ассірійці, вавилонці, китайці, народи Латинської Америки. Там, де вирощували зерно, неодмінно варили і пиво. В Америці – з кукурудзи, в Китаї – з рису, в Африці – з проса. В Європі – переважно з пшениці, рідше – з ячменю.

Інтерес до пивної культури в Україні поступово набирає обертів – з'являється все більше пивних ентузіастів та експертів, відкриваються тематичні пивні бари та паби, з'являються місцеві приватні пивоварні, в якомусь сенсі формується аудиторія. І все ж цей інтерес (інтерес саме культурний) поки ще досить малий, у всякому разі, якщо порівнювати з тим, що від-



бувається на Заході. Між тим тема пива неймовірно велика й цікава.

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. Маслової, О.О. Мотузенко, А.П. Пергат, І.В. Смаля, М.А. Стрельнікової, Т.І. Шпарги та ін. Проте залишається недослідженою специфіка розвитку пивного туризму як інноваційного напрямку туристичної діяльності.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження географії крафтового пивного туризму, а також розвитку цього виду туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У ХХ ст. почалася пивна крафтова революція. Все почалося в Америці під кінець 1970-х. Тоді американські домашні пивовари втомилася від масового ринку. Вони були розчаровані тим, що доступне в супермаркетах пиво було поганої якості, воно ставало все більш і більш позбавленим смаку і водянистим, з нього йшла гірчинка. Крім того, продаж домашнього пива був заборонений, однак це не зменшувало бажання експериментувати і намагатися достукатися до людей, щоб дати зрозуміти: їх свідомістю маніпулюють величезні корпорації [1].

На прилавках супермаркетів США панував тільки легкий світлий лагер, а кількість імпортованого пива в барах було досить незначним. Високоефективні рекламні кампанії змінили переваги американців у бік простих рідких сортів пива. І досі низькокалорійний світлий лагер є домінуючим сортом в американській пивоварній галузі. До кінця 1970-х рр. в США існувало всього 44 пивоварні компанії. Прогнози експертів того часу говорили, що скоро їх буде не більше п'яти, оскільки далеко не всі вони були успішні. Однак час від часу з'являлися ентузіасти, які струшували одноманітний пивоварний світ і надихали beer-умільців на нові пошуки.

Так, у 1965 р. Фріц Майтаг придбав пивоварню Anchor Brewing (Сан-Франциско), на

якій він «воскрешав» оригінальні пивоварні традиції, тоді як в інших місцях вони витіснялися одноманітним світлим лагером. Команда цієї пивоварні дійсно виділялася серед інших, відтворюючи сорти, які варилися ще до прийняття сухого закону в США [2].

У 1976 р. відбувається те, що потім назвуть ключовою подією ренесансу американського пивоваріння. Все почалося з появою New Albion Brewery в Сонома, Каліфорнія, відкритої домашнім пивоваром-самоучкою. Його звали Джон «Джек» Маколіфф.

Міні-завод Джека, обладнаний у гаражі, радував любителів пива класичними європейськими сортами і різними експериментами (хто б міг подумати зараз, але в кінці 1970-х було вельми сміливим кроком зробити гостре пиво, додавши стручок перцю в пляшку). Хоча ця пивоварня проіснувала всього шість років, незабаром з'явилися сотні пивоварів, натхненних цим досвідом, які, пішовши по стопах Джека, відкрили пивоварні заводи на початку 1980-х рр. [3].

Якість пива на цих невеликих пивоварнях поліпшувалося рік за роком, що стало запорукою більш широкого поширення і популярності. Порівняно з пивоварними гігантами ці хлопці змогли запропонувати покупцеві більш різноманітний вибір.

Внаслідок експериментів пивоварів з'явилися продукти, які згодом перетворилися в стовпи пивної революції – пиво, яке було зварено в не надто відомих пивоварнях, наприклад, популярний зараз Пейл-ель «American Pale Ale», або пиво з нотками цитруса, прянощів або смоли. Внутрішнє прагнення до змін призвело до остаточної перемоги. У 1979 р. президент Джиммі Картер переглянув закон у пивоварінні та дозволив невеликим пивоварням стати реальною альтернативою продукції масового виробництва. Зрозуміло, не всі штати прийняли це одночасно, і процес розтягнувся аж до 2013 р. (останніми штатами, які легалізували домашнє пивоваріння, стали Алабама і Міссісіпі) [4].

Проте домашнє пивоваріння з хобі стало перетворюватися в щось більше, як тільки стало можливим, у т. ч., звернутися до пивоварних традицій і стилів інших країн. На перших порах ентузіасти домашнього пивова-

ріння ділилися плодами своїх експериментів з друзями і сусідами на домашніх вечірках, а потім, відчуваючи затребуваність свого пива, відкривали невеликі виробництва. Це і стало основою явища, що отримало назву craft beer revolution. 1980 рік ознаменував десятиліття «піонерів мікропивоваріння».

Незважаючи на досить складні умови існування на ринку, мікропивовари того часу змогли закласти основи культури для подальшого поширення крафтового пива. З середини 1990-х крафт-пивоварів вже не можна було ігнорувати. Щорічне зростання обсягів продажів крафт-пива збільшилося до 58% на рік. Це був сніговий ком, що був змінений на лавину. Пивовари-новатори встановили тісні зв'язки зі споживачами в своїх регіонах, сформувавши свої локальні спільноти, в яких місцеве пиво було однією зі складових частин місцевої культури міста або навіть штату. Крафт-пивоварам вдалося встановити високий рівень якості, узгодженості дій і інновацій, які сприяли розширенню кругозору рядового споживача в області різноманітності пивних традицій і стилів [3].

Це був справжній прорив, який для багатьох американців є ще й предметом особливої гордості, якщо згадати передісторію. Не варто забувати, що з появою крафтового пивоваріння США вдалося повернути те, що було втрачено майже на 50 років через введення сухого закону і Другої світової війни. До початку XIX ст. в США було більше двох тисяч пивоварень, що варили самодостатнє цікаве пиво. Це була територія, на якій безліч іммігрантів – німців, англійців, ірландців, бельгійців, австрійців, російських і багатьох інших – продовжували традиції свого пивоваріння, збагачуючи один одного. Індійські світлі елі, портер, класичні та імперські стаути, вайц, пряні і фруктові елі і багато іншого були невід'ємною частиною американської культури. І все це зникло. Все це виявилось замінено на стандартний світлий лагер, основними перевагами якого були питкість і легкість. І в контексті того, що сталося з пивоварінням в США за останні 30 років, абсолютно правомірно все це називати ренесансом [1].

У 1980 р. в США налічувалося всього вісім крафтових пивоварень. У 1994 р. їх було вже 537. У 2010 р. їх налічувалося понад 1 600. Сьо-

годні – понад 5 тис. Вони працюють по всій території США, і більшість американців живе в середньому не далі десяти кілометрів від пивоварні. Можна проїхати країну вздовж і поперек, і практично в кожному містечку спробувати цікаве пиво, не схоже на пиво інших міст [5].

Незабаром пивна революція охопила й інші континенти. Ці тенденції були тією чи іншою мірою сприйняті і в європейських країнах.

Багато в чому пивний туризм йде по слідах індустрії винного туризму. Різноманітні винні регіони світу довгий час приваблювали відвідувачів у Франції, Італії, Чилі, Каліфорнії та Австралії. Також є добре сформовані маршрути, присвячені шотландському віскі та спиртним заводам із бурбону Кентуккі, які сьогодні є справжніми паломницькими маршрутами. Але пивоварні, особливо давні, які знаходяться в історичних і мальовничих місцях, здається, мають слабкішу магнітну тягу. Донедавна. Адже потенціал пивного туризму набагато перевищує потенціал винного, і ось чому: у будь-якому разі споживачі не очікують побачити поле ячменю або хмелю, коли вони підуть пити пиво, тому пивний туризм більш доступний. Багато пивоварних заводів знаходяться в урбаністичних місцях, які, природно, доступніші мандрівникові, тоді як виноробні майже завжди розташовані серед виноградників. Крафтове пиво можна варити практично в будь-якому місці, а це означає, що відомі пивоварні заводи ростуть по всій країні. Пивоварні заводи і крафтові пивоварні розвиваються в місцях, починаючи від популярних туристичних напрямків і закінчуючи набагато меншими, незаялженими доріжками, де хороше пиво має можливість залучати любителів пива з ближнього і далекого зарубіжжя [6].

Існує Міжнародний суд пива, який розташовується в Брюсселі. Тому дегустацію багато турагентів радять почати саме в цій країні. Пивні традиції добре збереглися в Бельгії, вживання пива – важлива і невід'ємна частина культури. У Бельгії виробляється близько 900 різних марок пива (етикетовано – близько 300), деяким із них по 400–500 років. У минулому в Бельгії число пивоварень не поступалася кількості церков. Кожна пивоварня мала свій сорт пива, своє джерело води і свого пивовара.



Фахівці цінують бельгійське пиво за його дивну різноманітність смаку, і дійсно – вибір величезний: фруктове пиво, шоколадне, біле, коричневе, червоне, ламбик, Гез, фаро, трапістське... Список можна продовжувати і далі. Багато сортів бельгійського пива по-справжньому унікальні, оскільки роблять їх тільки в Бельгії і дуже часто тільки в якомусь одному певному районі. Бельгійці дуже шанують своїх пивоварів, які витрачають величезні сили і засоби для відродження і збереження середньовічних пивоварних традицій.

Інший напрямок пивного туризму – Німеччина. Німецька кухня – це, перш за все, сотні сортів пива – від темного гіркуватого «пільс» і світлого з м'яким присмаком «Хеллі» до мутного пшеничного «Вайцен». Для дегустації цих сортів пива й організовуються спеціальні поїздки, які стають частиною т. зв. пивних турів. Можливість взяти участь в екскурсіях на найзнаменитіші пивоварні заводи надзвичайно приваблює любов до пива. Крім знайомства з виробництвом, пивними обрядами і традиційним пивним меню, туристи мають ще й можливість безкоштовно дегустувати різні сорти пива. Деякі з цих сортів варять у невеликих містечках і в таких маленьких кількостях, що спробувати їх можна тільки на місці. А таких пивоварень у Німеччині 1,5 тис.

Чеське пиво завоювало серця пивоманів усього світу. Чеські пивовари, як і німецькі, дотримуються закону «Про чистоту пива». За цим законом пиво слід варити тільки з чотирьох складників: солоду, хмелю, джерельної води і пивних дріжджів.

Чеське пиво є зареєстрованою географічною маркою (CHZO), що охороняється у Європейському Союзі. Право називатися чеським пивом видається після аудиту і контролю сировини, процесу готування і властивостей остаточного продукту державною сільськогосподарською та продовольчою інспекцією. Але це стосується тільки того пива, яке виробляється на території Чеської Республіки.

Пивний туризм розвивається і на батьківщині пивної крафтової революції – США. Оскільки кулінарні подорожі й основні засоби масової інформації захопили тенденцію протягом останніх кількох років, з'явилися списки, що демонструють кращі місця пива у краї-

нах – такі місця, як Портленд, штат Орегон, який став відомий як «beervana» через те, що в місті більше пивоварних заводів, ніж де-небудь ще у США.

З огляду на зростання і потенціал індустрії пивного туризму, постачальники подорожей все частіше включають крафтове пиво і досвід пивоваріння в свої продукти, навіть у місцях призначення, які традиційно обслуговують переважно любителів вина.

У долинах Напа і Сонома в Каліфорнії, можливо, в двох найвідоміших виноробних регіонах США, зростає число пивоварних заводів. У США 10 000 виноробних підприємств, в два рази більше виноробів (порівняно з пивоварнями), але більше людей п'ють пиво, і це факт [7].

Наприклад, у 2016 р. продажі пива в США, включаючи вітчизняні та імпортні сорти, склали 107 млрд доларів, порівняно із загальним продажем вина в розмірі 50 млрд доларів [8].

Одним із популярних напрямків пивного туризму є відвідування пивних фестивалів. Є два основні види фестивалів: перший – фестивалі, які ведуть освітню діяльність (де представлені різноманітні сорти, пивоварні з усього світу, часом читають лекції і проходять зустрічі з пивоварами); другий – фестивалі, які включають виключно розважальну і культурну програму.

Останнім часом в Україні проходить значна кількість пивних фестивалів (див. табл. 1) [9].

Мінуси практично всіх фестивалів в нашій країні в тому, що їх швидше можна назвати виставкою «пивної індустрії», коли люди приходять домовлятися про співпрацю, а не отримувати задоволення. Багато пивоварів «продають» свою продукцію відвідувачам і роздають візитки, а публіка на 50% складається з власників магазинів і барів або підприємців та інвесторів. Це, звичайно, не формат безтурботного фестивалю, а ярмарок продажів [10].

Зазвичай в Україні фестивалі бувають двох форматів. Перший – відвідувач купує дорогий квиток, йому дають дегустаційний келих, він ходить і пробує все безкоштовно. Зазвичай у таких випадках наливають трохи, щоб у людей був шанс спробувати якомога більше різного пива і не напиться.

Другий – відвідувач купує квиток (зазвичай недорогий), йому дають келих, він купує

Таблиця 1

Календар пивних фестивалів у 2018 р. в Україні

Назва фестивалю	Дата і місце проведення
Міжнародний форум пивоварів і рестораторів	12–13 квітня, Київ
Craft beer & vinyl music festival	4–6 травня, Львів
Фон Вакано крафт фест – 2018	12–13 травня, Тернопіль
Kyiv beer festival	19–20 травня, Київ
Craft beer fest	26–27 травня, Київ
Beermaster Day	02–03 червня, Київ
Музичний фестиваль «Стопудівка»	17–19 серпня, Дніпро
Craft beer fest 2018	1–2 вересня, Київ
Варишське пиво – 2018	14–16 вересня, Мукачеве
Індустрія пива, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв	19–21 вересня, Київ
Craft культура	22–23 вересня, Дніпро
Craft beer & vinyl music festival (fresh hop edition)	28–30 вересня, Львів
Жовтень Fest	29–30 вересня, Київ
East European beer award 2018	9–10 жовтня, Харків
Міжнародний форум пивоварів і рестораторів (осінь)	10–11 жовтня, Харків

жетони і їх уже обмінює на пиво. У таких випадках наливають більше, тому що людина, грубо кажучи, купує це пиво. Але все одно порції невеликі і коштують недорого.

На деяких пивних фестивалях є сесії. Їх суть в тому, що всі виставляють одне пиво, а на наступній сесії змінюють. Все зроблено для того, щоб відвідувачі спробували якомога більше різного цікавого пива і пивоварні показали себе у всій красі своєю різноманітністю. Майже всі фестивалі попередньо вказують розклад або публікують брошури, щоб людина могла підготуватися і вибрати пивоварні та сорти, які вона хоче спробувати.

Один з останніх пивних фестивалів відбувся у Києві на початку вересня. VII фестиваль крафтових пивоварень знову перевершив попередні за розмахом і кількістю відвідувачів. На фестивалі свою продукцію представили 40 пивоварень зі всієї України. Гості ознайомилися більш ніж зі 150 сортами хмільного напою, а пивовари довели, що пиво буває не тільки темним, світлим і нефільтрованим, а ще фруктовим, квітковим, шоколадним, із паленим солодом або молочним.

Nos Tuwyll Craft Brewery підготували до феста пиво з досить дивним фруктом – дуріаном, що вражає диким ароматом і незвичайним смаком. Ще одна новинка – чіча, схожий на пиво напій інків із кукурудзи. Рівненська пивоварня КАНТ привезла грейпфрутовий

MILKSHAKE NEIPA 100, DiD – пиво з чорною смородиною. Імпортери Крафтгараж – сезонний Nettles in the Kettles із кропивою. Серед інших смаколиків – пиво з кокосом, м'ятою, еспресо, шоколадом і різноманітними фруктами. Всього за два дні фестивалю гостями було продегустовано близько 12 тонн крафтового пива [9].

Треба відзначити, що у структурі туристичного попиту відбувається зміщення пріоритету зі «стандартних» турів на користь екскурсій і 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.

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 англomовному 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, є всі шанси залучити в Україну цей сегмент елітних туристів.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, з вищесказаного можна зробити висновок, що захоплення крафтовим пивом і пивоварінням взагалі популярне у всьому світі та продовжує зростати. У країнах, де і раніше існувала традиція домашнього пивоваріння, продовжили її підтримувати, а така держава, як Україна, де масове виробництво домінувало впродовж практично всього ХХ ст., має усі передумови для розвитку пивного туризму на своїй території.

Підґрунтя успіху крафтового пива в Україні – це результат зміни в свідомості споживача. Останнім часом українці стали все більше цікавитися тим, як була виготовлена продукція, чому товари мають ті чи інші характерні особливості, хто отримує прибуток, де вони були зроблені і ким – бездушною корпорацією або людиною, яка пристрасно захоплена своєю справою. Тобто, українцям важливий не тільки кінцевий продукт, а й процес, філософія, яка за ним стоїть. А також пивний туризм – перспек-

тивний туристичний продукт, який Україна здатна запропонувати світовому туристичному ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. A brief history of beer tourism in America. URL: <http://www.foodrepublic.com/2015/02/10/a-brief-history-of-beer-tourism-in-america>.
2. Ренді Мошер. Смак пива. К., 2018. 388 с.
3. Пивная революция: как появилось и эволюционировало крафтовое пиво. URL: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/166089-pivo>.
4. Beer-trail Maps and the Growth of Experimental Tourism. URL: <http://www.cartographic-perspectives.org/index.php/journal/article/view/cp87>.
5. Travel on Tap: The Rise of Craft Beer Tourism. URL: <https://skift.com/2016/07/28/the-rise-of-craft-beer-tourism>.
6. Beer tourism: an idea whose time has come. URL: <https://www.stuff.co.nz/travel/themes/food/106132270/beer-tourism-an-idea-whose-time-has-come>.
7. Аналитика мирового рынка пива: новые возможности для отрасли. URL: <http://beertechdrinks.com/business/analitika-mirovogo-rynka-piva>.
8. Understanding beer tourist motivation. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973614>.
9. Пиво: технологи и инновации. URL: http://beertechdrinks.com/en_GB/sobytiya.
10. Пивной туризм. Зачем ездить на пивные фестивали по всему миру. URL: <https://perito-burrito.com/posts/beerfestivals>.