

ЭНОЛОГОПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРОДУКЦИИ ВИНОДЕЛИЯ

Хорошун Н.В., к.э.н.

*УО «Белорусский государственный технологический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: садоводство, энология, винодельческая отрасль, маркетинг, туризм, культура.

Keywords: gardening, oenology, wine industry, marketing, tourism, culture.

Аннотация: в статье рассматривается садоводство, плодородство, виноградарство и виноделие в Республике Беларусь как базис для формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) национального виноделия. Предложен вектор формирования ИМК с точки зрения энологии. Сделан вывод о необходимости в реализации энологопедагогического подхода в виноделии через создание собственных образовательных программ и/или специализированных малых учебных заведений.

Summary: the article examines the history and culture of gardening, fruit growing, viticulture and winemaking in the Republic of Belarus as a basis for the formation of IMC for national winemaking. The vector of formation of IMC from the point of view of oenology is proposed. The conclusion is made about the need to implement an oenological pedagogical approach through the creation of educational programs and/or specialized small educational schools.

С древних времен садоводство и виноградарство прочно заняли свое место в истории и культуре на белорусских землях. Источников об истории садоводства, плодородства и виноградарства на территории современной Беларуси очень скудное количество. Вместе с тем, в мифологии и этносе довольно часто используются изображения плодов, ягод и винограда и использовалась белорусами в сказаниях, фольклоре, отражалась в обрядах, поэзии и музыке. Среди божеств исследователи славянской мифологии выделяют Богиню плодородия, семейного благополучия, любви и веселья – Ладу, Живу – Богиню жизни, дочь Богини Лады, которая изображается держащей в одной руке яблоко, в другой – кисть винограда и Мокошь – Богиню земли, вод и плодородия, получившей отражение в былинах и заговорах как «Маці – сырая зямля» [3].

Первое письменное свидетельство о винограде упоминается в XI в. и относится к г. Турову, где киевский князь Владимир Святославович обра-

зовал новый епископат. Сохранилось датированное XVI веком письменное распоряжение епископа Игумену Туровского монастыря об укрытии виноградников на зиму. Польские хроники свидетельствуют, что большое влияние на развитие виноградарства в Речи Посполитой оказала королева польская и великая княгиня литовская Бона Сфорца д'Арагона. Она в 1518 – 1556 годах владела Городненским, Клецким, Давид-Городокским и Пинским староствами, Рогачевской и другими волостями, многочисленными именьями. Во многих местах ее владения появились сады и виноградники. Заложенные в это время виноградники в окрестностях Берестя просуществовали до середины XVII в. В имении Радзивиллов в Альбе возле Несвижа было три итальянских сада. Их описание сохранилось в инвентарях, являющимися наиболее достоверными источниками аграрной истории Беларуси XVII–XVIII вв. Согласно инвентарю 1758 г. в парке имения Альба среди других растений имелся виноград на возвышении, огороженный деревянными планками, виноград возле погреба и в помаранчарне (оранжерее), всего 47 кустов. В XVIII в. виноград уже выращивали в оранжереях и парках и других имений в местечках Ивье, Прилуках Минского, д. Большие Ситцы Докшицкого, д. Воропаево Поставского уездов, а также в г. Высоком, г. Слониме, г. Молодечно, г. Кореличах и др. [1].

В 1840 г. в Могилевской губернии была организована Горы-Горецкая земледельческая школа, которая в 1848 г. была преобразована в институт. Здесь организовали плодовой питомник и собрали богатые коллекции плодовых растений, которые получали из питомников Кенигсберга, Берлина, Риги, Вильно. В архиве хранился сортимент плодового питомника за 1862 г., в котором упоминается и 6 сортов винограда.

Распространению садовых культур и садоводческих знаний способствовало учрежденное в 1858 г. Императорское российское общество садоводства, при котором существовало 27 отделов и 22 самостоятельных общества. Самое непосредственное влияние на развитие садоводства в белорусских губерниях оказали Минский (образован в 1879 г.) и Виленский (1898 г.) отделы, а также Варшавское общество садоводства (1884 г.).

Начало научному сортоизучению винограда в Беларуси было положено в 1935 г. в Центральном ботаническом саду АН БССР. В 1937 г. В.В. Бродский начал сортоизучение винограда в Белорусской плодово-овощной опытной станции в Лошице 1-й. Долгое время культура винограда имела характер любительский, но уже к 1941 г. в ряде районов Беларуси (Рогачевском, Гомельском, Минском, Хойникском, Давид-Городокском, Витебском, Бобруйском и др.) стали заниматься виноградарством. В колхозах Хойникского района было 6 га плодоносящих виноградников [1, 2].

С распадом СССР рынок Беларуси стихийно был заполнен импортной винодельческой продукцией, по различным критериям более конкуренто-

способной по отношению к отечественной продукции. Обычный потребитель в силу предшествующего уничтожения культуры и знаний потребления винодельческой продукции не может и в настоящее время качественно оценить продукцию зарубежных производителей.

В настоящее время виноград, наряду со значительным количеством сортов плодов и ягод, можно возделывать по всей территории Беларуси. В РУП «Институт плодоводства» собрана коллекция из 500 сортов винограда, выращиваемых в Беларуси. На приусадебных участках белорусских любителей виноградарства сегодня растет уже 800 сортов. Наиболее ценные сорта винограда в основном выращивают в теплицах. Преимущественно возделывают столовые сорта российской и украинской селекции. Винные сорта требуют открытого грунта и площади.

По вкусовым и потребительским качествам белорусский виноград натуральнее, обладает разнообразием богатых вкусов. Как правило, белорусский виноград сегодня срезают, а завтра он уже в продаже. Импортный виноград снимается в стадии недозрелости и дозревает уже в пути. Кроме того, он обрабатывается препаратами для предотвращения гниения и замедления жизнедеятельности бактерий.

Отечественный виноград – это фермерский органический продукт с энологическим и экологическим чистым производством и высокими вкусовыми качествами. Этим и объясняется разнообразие выращиваемых в Беларуси столовых сортов винограда – от молочно-белого, зеленого, нежно- и ярко-розового до вишневого, бордового, фиолетового и иссиня-черного, с косточками и без косточек.

Следует подчеркнуть, что успешное развитие садоводства, плодоводства и виноградарства и продуктов переработки выращенного сырья определяется особенностью терруара (фр. *terroir* от *terre* – земля), представляющего собой совокупность почвенно-климатических факторов, особенностей и характеристик местности (климат, сумма температур, количество осадков, рельеф, роза ветров, водоёмы, лесные массивы и др.), сортовые характеристики выращиваемой продукции растениеводства (в нашем случае – это плоды, ягоды и виноград) и, работающих в этих отраслях и на этой местности, специалистов, включая их этнос, культуру, нравственность, совесть и др. Следует подчеркнуть, что в маркетинге отмечается, что терруарный продукт – это продукт, изготовленный из сырья, выращенного в определённой местности, в контролируемых условиях.

Одновременно, развитие индустрии туризма поспособствовало появлению гастротуризма, включая винного. Погрузиться в культуру виноделия региона, сочетая красоты местности выбранной географической местности – основная цель данных туров. Среди отличительных особенностей гастротуризма выделяют особую заинтересованность в дегустации, приоб-

ретении продукции и получении новых знаний. Поэтому могут быть не только туристы-любители, коллекционеры, но и специалисты, по роду деятельности, связанные с садоводством, плодоводством, виноградарством и виноделием. Желание туриста объективно оценить настоящий продукт в последнее время стало пользоваться большим спросом, а также возможность приобретения элитного экземпляра дерева, куста или лозы в коллекцию. Каждое хозяйство уникально в своем роде и по сортам выращиваемого посадочного материала, в особенностях того или иного терруара, агротехникой, технологией производства, перспективами и опытом.

Можно сделать заключение, что жажда получения необходимой информации в данной области обращены к возрождению и/или созданию соответствующих туристических маршрутов и учебных заведений. Вектор ИМК и познаний в данной области должен быть повернут на следующие главные направления:

1. Потребителю и/или туристу недостаточно дегустации, поэтому необходимо приобщение к агрономической и/или технологической составляющей выращивания/изготовления продукта и организация промышленного, гастро-, эко-, агротуризма с возможностью участия потребителя, туриста или будущего специалиста в сборе урожая или приготовлении продукта;

2. Популярность организации фермерских хозяйств, агроусадьб, дач, способствует возникновению необходимости получения знаний, умений и навыков для дальнейшего управления потенциальным собственным хозяйством, садом и/или минипроизводством;

3. Развитие event-, NoReKa-, туристической индустрии внутри страны, а также гурмэ-бутиков, магазинов деликатесов, рынков органических продуктов питания и напитков дает толчок созданию специализированных учебных заведений;

4. Формирование и развитие инструментария ИМК продукции отечественного виноделия должно основываться на энологопедагогический подходе.

На получение данных специфических знаний от части направлена энология – наука о виноделии и винах, изучающая множество процессов – от садоводства, плодоводства, виноградарства до правильного хранения готовых вин. Энолог – специалист, владеющий в т.ч. специфическими знаниями, а именно:

- проектирование будущего сада, виноградника;
- анализ проб почвы, подбор сортов деревьев, кустов, лоз;
- агротехника выращивания, внесения удобрений и уход;
- проведение технологических исследований (микробиологические, химические и органолептические);

- подбор ассамбляжей и купажей для будущего вина;
- консультация по бутилированию и его срокам;
- участие в техническом и технологическом оснащении производства;
- оценка качества готовой продукции;
- продвижение готовой продукции на рынке и организация ее продаж.

Специалисты, получившие такое специализированное обучение обладают специальными знаниями и являются основой профессии в различных бизнес – процессах, так они способны осуществлять:

- проведение анализа и формирование ассортиментного портфеля субъекта винного бизнеса;

- создание, управление и расширение брендов, выведение бренда на рынок, обучение персонала торговли, организация обучающих семинаров и дегустаций;

- организация эффективного взаимодействия с поставщиками;

- разработка, планирование, организация и контроль проведения программ маркетинговой поддержки;

- анализ и формирование эффективного процесса продаж по всем каналам продаж;

- разработка, планирование, организация и контроль политики ценообразования и анализ ценовых сегментов, их емкости, динамике цен на готовый продукт и сырье и пр.;

- позиционирование продукции региона;

- формирование стратегии тактики реализации КИМК;

- участие в организации международных мероприятий, которые требуют участия профессионалов ресторанного бизнеса для консультирования по различным инициативам, связанным с продвижением национальной белорусской культуры и кухни;

- организация и проведение выставок и ярмарок предприятий винного бизнеса, направленных на эффективное продвижение их продукции на рынок;

- определение, защита и продвижение национальных продуктов самого высокого качества за рубежом, защите продуктов ручной работы, а также защите потребителей от фальсификаций и распространении знаний о настоящих белорусских продуктах среди ритейла, шефповаров и рестораторов во всем мире.

Таким образом, профессия подразумевает широкую область знаний, включающую в себя информацию о сортах плодовых деревьев и кустарников, винограда, их выращивании и культивировании, о технологиях винного производства, а также знания по основам маркетинга и ИМК.

Энологопедагогический подход в настоящее время в Республике Беларусь, от части, реализуется филиалом «Молодечненский государственный

политехнический колледж» УО РИПО и Белорусским государственным университетом пищевых и химических технологий. Указанный ССУЗ готовит техников-технологов для предприятий, выпускающих алкогольную и безалкогольную продукцию по специальности 5-04-0721-03 «Производство продукции длительного хранения и напитков». Учащиеся изучают технологию изготовления водок, тихих и игристых вин, получают навыки дегустатора алкогольной и безалкогольной продукции. Указанный ВУЗ готовит по специальности 1-49 01 01 «Технология хранения и переработки пищевого растительного сырья» на кафедре «Технологии пищевых производств» проводит подготовку инженеров-технологов по специализации 1-49 01 01 04 «Технология бродильных производств и виноделия». Обучение студентов, в большей степени, направлено на изучение технологических процессов и ведение подготовительных работ и технологических процессов производства виноматериалов, а также готовой продукции виноделия: виноградных, шампанских и плодово-ягодных вин, коньяков, соков, их концентратов и др. Инженер-технолог бродильных производств и виноделия – это специалист, владеющий методами и способами организации производства в ликероводочной, винодельческой, пивоваренной и безалкогольной промышленности.

Обобщая вышеизложенное, можно констатировать, что назрела необходимость в реализации энологопедагогического подхода в полной мере через создание в Республике Беларусь образовательных программ и/или специализированных малых учебных заведений, в т.ч. винных школ, по аналогии с зарубежными странами. Отличие предполагаемых образовательных программ и/или специализированных малых учебных заведений от ССУЗа или ВУЗа, включая туризм, заключается в получении новых специфических знаний и новой профессии – виноградаря, винодела, кависта, сомелье и др., с получением удостоверения о повышении квалификации, сертификата или диплома с присвоением соответствующей квалификации, что очень важно для рынка труда агро-, event-, HoReKa и туристической индустрии Беларуси. Данный подход обеспечит сбалансированность внутреннего рынка вин и продвижение аграрной, туристической, алкогольной и иной отечественной продукции.

Таким образом, энологопедагогический подход в формировании профессионалов, однозначно будет способствовать развитию и продвижению садоводства, плодородства, виноградарства и винной отрасли в Республике Беларусь. У многих агро- и пищевых предприятий есть свое узнаваемое имя, товарный знак или бренд, своя история, винодельческий стиль и винная линейка, что необходимо позиционировать и передавать эти знания.

В настоящее время меняется подход к виноградарству и виноделию в Республике Беларусь. Данным субъектам хозяйствования нужны не только специалисты по садоводству, виноградарству и виноделию, но и в торговле, маркетинге, управлении бизнес-процессами. Нужны специалисты, владеющие специфическими знаниями в области экономики, организации, управления и маркетинга, имеющие компетенции не только в аграрной, технологической составляющей функционирования субъекта виноградарства и виноделия, но и способные прогнозировать перспективы развития винного бизнеса, понимающие бизнес-процессы, присущие современной организации, способные решать вопросы стратегического и оперативного менеджмента и маркетинга, организации и функционирования предприятий и субъектов винного бизнеса и продуктов его переработки, осуществлении долгосрочных программ и проектов в данном секторе.

Кроме того, реализация энологопедагогического подхода в формировании профессионалов сформирует современные знания не только о культуре садоводства, плодородства, виноградарства и виноделия, но и послужит росту культуры потребления, сбережению валютных средств и росту доходов бюджета страны. Также указанный подход будет способствовать продвижению белорусской винной продукции и формированию интереса к садоводству, плодородству и виноградарству. Развитие фермерских хозяйств и виноделия будут способствовать вовлечению в оборот пустующих земельных участков, что для Республики Беларусь положительным образом скажется на укреплении населения на сельских территориях. Кроме того, данный подход будет направлен на производство исключительно качественной отечественной продукции, разовьет на рынке здоровую конкуренцию для плодов, ягод и продукции виноделия зарубежных производителей, и, в конечном итоге, позволит обыгрывать их за счет креативного формирования инструментария ИМК для собственной белорусской продукции.

Список использованной литературы

1. Мельник, Н.М. Выращивание винограда в Белоруссии / Н.М. Мельник // Колхозник Белоруссии. – 1955. – № 9. – С. 21–22.
 2. Леонович И.С., Устинов В.Н. История развития виноградарства и виноделия / И.С. Леонович // Плодородство. – 2015 – Т. 27. – С. 421–436.
- Зубов Н.И. О теониме Мокошь / Н.И. Зубов // Этимологические исследования. – 1981. – Вып. 2. – С. 149–160.