

Оригинальная статья  
Original article

УДК 338.48-6:663.4(470.334)

DOI: 10.18413/2408-9346-2026-12-2-0-4

Краснова М.Н.<sup>1</sup>  
Казаков Н.А.<sup>2</sup>  
Ростовцева М.М.<sup>3</sup>  
Доронина К.А.<sup>4</sup>

К вопросу о развитии пивного туризма  
в Чувашской Республике

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»,  
Московский проспект, 15, Чебоксары, 428015Россия

<sup>1</sup>*e-mail: makrasnova@mail.ru*

<sup>2</sup>*e-mail: kzkv75@mail.ru*

<sup>3</sup>*e-mail: mariyatrifonova@list.ru*

<sup>4</sup>*e-mail: kseniya\_do@list.ru*

<sup>1</sup>ORCID: 0000-0002-2355-8811

<sup>2</sup>ORCID: 0000-0003-0764-5891

<sup>3</sup>ORCID:0000-0002-4158-3762

<sup>4</sup>ORCID: 0000-0002-9967-9441

*Статья поступила 10 марта 2026 г.; принята 15 июня 2026 г.;*  
*опубликована 30 июня 2026 г.*

**Аннотация.** В Чувашской Республике хмелеводство прочно закреплено в традициях – пиво является национальным напитком и частью местной культуры и имеет многовековую историю. В регионе имеются все предпосылки развития гастрономического туризма, в частности, его разновидности – пивного. Пиво и хмель могут стать полноценным туристским брендом в сегменте гастрономического туризма, что подтверждает популярность фестиваля «Зелёное золото России». Цель – изучение предпосылок развития пивного туризма как сочетания таких направлений, как гастрономическое, этническое и агропромышленное. В качестве материалов исследования были проанализированы понятия и определения «гастрономического туризма», предложенные как Всемирной туристской организацией, так и в материалах исследователей, посвященных гастрономическому туризму. В исследовании проводится анализ стран и регионов, специализирующихся на данном виде туризма, а также выявлены основные факторы, способствующие становлению и росту пивного туризма, который является не только инструментом экономического роста, но и способом сохранения самобытности в Чувашской Республике. Внимание в исследовании также уделено анализу тенденций развития гастрономического туризма в Чувашии, а также перспективам организации проекта пивного туристического маршрута. Пивной туризм может стать не просто одним из брендов Чувашии, но и сделать республику центром притяжения ценителей продукции пивоваренной отрасли, при условии преодоления ряда препятствий и привлечения должных инвестиций. Результаты исследования могут быть полезны для представителей малого и среднего бизнеса.

**Ключевые слова:** пивной туризм; гастрономический туризм; Чувашия; хмелеводство; туристскоориентированный агропромышленный пивоваренный комплекс (усадыба)

**Для цитирования:** Краснова М.Н., Казаков Н.А., Ростовцева М.М., Доронина К.А. К вопросу о развитии пивного туризма в Чувашской Республике // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2026. Т. 12. № 2. С. DOI: 10.18413/2408-9346-2026-12-2-0-4

UDC 338.48-6:663.4(470.334)

Maria N. Krasnova<sup>1</sup>  
Nikolay A. Kazakov<sup>2</sup>  
Maria M. Rostovtseva<sup>3</sup>  
Ksenia A. Doronina<sup>4</sup>

**On the development of beer tourism  
in the Chuvash Republic**

Ulyanov Chuvash State University,  
15 Moskovsky Ave., Cheboksary, 428015, Russia

<sup>1</sup>*e-mail: makrasnova@mail.ru*

<sup>2</sup>*e-mail: kzkv75@mail.ru*

<sup>3</sup>*e-mail: mariyatrifonova@lisl*

<sup>4</sup>*e-mail: kseniya\_do@list*

<sup>1</sup>ORCID: 0000-0002-2355-8811

<sup>2</sup>ORCID: 0000-0003-0764-5891

<sup>3</sup>ORCID:0000-0002-4158-3762

<sup>4</sup>ORCID: 0000-0002-9967-9441

**Abstract.** Hop-growing is deeply rooted in tradition in the Chuvash Republic, where beer is the national drink and an integral part of local culture. Its history dates back centuries. The region has all the prerequisites for the development of gastronomic tourism, in particular, its variety – beer. Beer and hops can become a full-fledged tourist brand in the segment of gastronomic tourism, which confirms the popularity of the Green Gold of Russia festival. The goal is to study the prerequisites for the development of beer tourism, as a combination of such areas as gastronomic, ethnic and agro-industrial. The concepts and definitions of 'gastronomic tourism' proposed by the World Tourism Organization and researchers specialising in gastronomic tourism were analyzed as research materials. The study analyzes countries and regions specializing in this type of tourism, and also identifies the main factors contributing to the formation and growth of beer tourism, which is not only an instrument of economic growth, but also a way to preserve identity in the Chuvash Republic. Attention in the study is also paid to the analysis of trends in the development of gastronomic tourism in Chuvashia, as well as the prospects for organizing a beer tourist route project. Beer tourism can become not just one of the brands of Chuvashia, but also make the republic a center of attraction for connoisseurs of brewing industry products, provided that a number of obstacles are overcome and proper investments are attracted. The results of the study can be useful for representatives of small and medium-sized businesses. Beer tourism has the potential to become not just one of Chuvashia's brands but also a magnet for brewing enthusiasts, provided several obstacles are overcome and adequate investment is attracted. The study's results may be useful for small and medium-sized businesses.

**Keywords:** beer tourism; gastronomic tourism; Chuvashia; hop growing; tourist-oriented agro-industrial brewing complex (estate)

**For citation:** Krasnova, M. N., Kazakov, N. A., Rostovtseva, M. M., Doronina, K. A. (2026), "On the development of beer tourism in the Chuvash Republic", *Research Result. Business and Service Technologies*, 12 (2), pp. DOI: 10.18413/2408-9346-2026-12-2-0-4

**Введение (Introduction).** Власти и общественность многих субъектов Российской Федерации видят в поступательном развитии туристской отрасли одну из возможностей для ускорения развития региональной экономики. Субъекты, если им не повезло унаследовать уникальные природные и/или антропогенные туристские ресурсы, работают над тем, как и чем им привлечь туриста, сориентировать на себя крупные межрегиональные туристские и, сопутствующие им, финансовые потоки. Не является здесь исключением и Чувашская Республика. В «Концепции развития туризма в Чувашской Республике до 2030 года» и в «Государственной программе Чувашской Республики «Развитие туризма и индустрии гостеприимства» говорится о создании «качественного и конкурентоспособного» регионального туристского продукта, «востребованного в России и за рубежом». Тема брендинга и брендирования республиканского туристского продукта проходит красной нитью через оба документа. В том числе, в тесной увязке с национальной кухней, говорится о создании гастрономического бренда Чувашии, развитии гастрономического туризма.

**Цель исследования (The aim of the work).** Одним из значимых компонентов чувашской национальной гастрономической культуры является пиво и пивоварение. Развитие пивного туризма в Чувашской Республике, как сочетания гастрономического, этнического, агропромышленного направлений в туризме могло бы стать той уникальной чертой, которая бы и привлекла в республику межрегиональные туристские потоки.

Целью исследования является изучение ресурсов и современного уровня развития пивного туризма в Чувашской Республике как взаимосвязанного сочетания гастрономического, этнического и агро-

промышленного направлений в туризме и выработка общих рекомендаций для совершенствования деятельности в сфере пивного туризма в регионе.

**Материалы и методы исследования (Materials and Methods).** Всемирная туристская организация (UNWTO) определяет «гастрономический туризм» как одно из направлений туристской деятельности, связанное с получением впечатлений от еды, сопутствующих продуктов и мероприятий во время путешествия (UNWTO, 2025). Несмотря на наличие данного определения, предложенного такой авторитетной организацией, как UNWTO, единого общепринятого понятия и даже устоявшегося термина, обозначающего туристскую деятельность в пищевкусовой сфере не выработано, в т. ч. и по причине языковых различий (Морозов, 2019). Наряду с термином «гастрономический туризм» используются термины «продовольственный туризм» и «кулинарный туризм». Одни считают их синонимами, другие различными направлениями в туризме, третьи определяют как подвиды гастрономического туризма.

Президент Международной ассоциации кулинарного туризма (ICTA), автор труда «Что такое гастрономический туризм» Э. Вольф считает, что «... гастрономический туризм – это поиск и наслаждение уникальной, незабываемой едой и напитками как на другом конце Земли, так и на соседней улице...» (Драчёва, 2015). Линькова А.А. и Максименко А.Г. в статье «Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий» дают следующее определение гастрономическому туризму: «...гастрономический туризм – это путешествие по странам для знакомства с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальные

для туриста блюда или продукты...» (Линькова, 2014). В статье Тереховой Ю.С., Нехаевой Н.Е. «Понятие гастрономического туризма и его роль в развитии территорий» в качестве цели гастрономического тура указывается знакомство «...с особенностями кухни той или иной страны...» (Нехаева, Терехова, 2016).

Позволим и мы предложить собственное определение термина «гастрономический туризм», в котором, опираясь на понятие «гастрономия», постараемся уйти от желания считать любое механическое перемещение человека в географическом пространстве туризмом, а также от излишней привязки к традиционной культуре и территориальным таксонам, характеризуя гастрономический туризм как туристское путешествие, первостепенной целью которого является получение удовольствия от новых или уже пережитых пищевкусовых ощущений. «Кулинарный» и «продовольственный» туризм скорее следует считать разновидностями «гастрономического туризма» (а возможно, наряду с «гастрономическим»), разновидностями некоего более обширного понятия – «пищевкусовой туризм») (Mulcahy, 2019). В кулинарном туризме особое значение получают впечатления от знакомства с приёмами и методами кулинарного, поваренного искусства, а в продовольственном туризме – приобретение «съедобных сувениров» (Национальная ассоциация гастрономического туризма, 2025), в последнем случае мы оставляем за скобками квазитуристические, квазиэкскурсионные поездки с целью «достать» (как было в советское время) или подешевле купить продукты питания, в т. ч. повседневного спроса. Разделение гастрономического (пищевкусового) туризма на подвиды также может быть основано на выделении центральных продуктов питания, блюд (групп продуктов питания, блюд): сырный туризм, медовый туризм (апитуризм), алкогольный туризм, винный туризм (энотуризм), пивной туризм и т.д.

Пивной туризм – разновидность гастрономического (пищевкусового) туризма, туристское путешествие, главной целью которого является получение удовольствия от употребления такого напитка, как пиво, а также участие в различных сопутствующих мероприятиях (Гусихина, 2018). Он может быть объединён с винным, ликёро-водочным и рядом прочих соответствующих подвидов гастрономического (пищевкусового) туризма в алкогольную группу (Казаков, Ялтаев, 2019).

По примеру винного или энотуризма туризма, для использования в научной литературе в качестве синонима термина пивной туризм может быть использовано прямое заимствование, но не из латинского, а из германских языков, английского, немецкого или исландского. Звучать термин пивной туризм в исландском языке будет приблизительно как «биортуризм», что нам кажется предпочтительным, так как не будет созвучия с биотуризмом, что происходит при заимствовании из английского или немецкого языков.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Среди алкогольных подвидов гастрономического (пищевкусового) туризма самым благородным, разрекламированным, развитым считается винный туризм. Пивной туризм не так благороден, но также довольно популярен и развит в странах и регионах пивоваренной, пивной культуры (Чехии, Германии, Бельгии, Великобритании и др.), особой любовью пользуется организационный формат пивных фестивалей (Октоберфест (Мюнхен, Германия), международные пивные фестивали (в Портленде и Сиэтле США, в Циндао в Китае), фестиваль хмеля и пива (Жатец, Чехия) и т.д.). В России в винодельческих регионах активно развивают винный туризм, а в регионах, где промышленное производство вина невозможно, но может производиться пиво, задумались и начали работу по развитию пивного туризма. В Калининграде, эксплуатируя воспоминания о своём прусско-германском прошлом, организовали экскурсионный маршрут

«Пивной Кёнигсберг» с дегустацией крафтового пива, пивные экскурсии проводятся в Санкт-Петербурге, фестивали крафтового пива и пивных напитков проводятся в Нижнем Новгороде («Горький крафт»), в Москве (Тоннафест), в Иркутске (Baikal Craft Fest), а также в других городах и регионах России. В Чувашской Республике стремятся не отстать и ведут работу по развитию пивного туризма.

Следует отметить, что для развития пивного туризма Чувашская Республика обладает всеми необходимыми ресурсами. Пиво и пивоварение – важный компонент этнической культуры чувашского народа, в некоторых чувашских и этнически смешанных домохозяйствах традиционное пивоварение сохраняется и в настоящее время. Кроме того, сегодня в Чувашии, как и в других регионах России, образовалась группа людей, увлечённых изготовлением домашнего пива, правда уже на основе современных технологий и новых рецептов. В Чувашской Республике, в Чебоксарах работает один из лидеров российской пивоваренной отрасли – пивоваренная компания «Букет Чувашии». По данным «TestFirm» (Былынин, 2017) предприятие входит в топ-20 пивоваренных компаний России по объёму выручки, занимая 14 строчку в рейтинге. По данным РБК за 2024 год объем выручки компании достиг 3,5 миллиарда рублей. В 2025 году продукция компании получила три золотых медали на 32-й Международной выставке «Продэспо-2025».

При участии пивоваренной компании «Букет Чувашии» в Чебоксарах в 1997 году был открыт «Музей пива», сегодня он составляет единый комплекс с рестораном, что позволяет не только познакомиться с историей пивоварения, в т. ч. и чувашского, но и продегустировать различные сорта и марки пива. Ресторанно-музейный комплекс пользуется неизменной популярностью у гостей и жителей Чебоксар.

В июне 2022 года, в туристский сезон, в рамках празднования «Дня Республики» в Чебоксарах был проведён первый

(давно планировавшийся) всероссийский фестиваль пива «Зелёное золото России», собравший более 10 тысяч человек. В 2025 году чебоксарский фестиваль, посвященный пивоваренной культуре и развитию хмелеводства, проводился уже четвертый раз. На фестивале была представлена продукция более чем 20 пивоваренных марок из Чувашии, регионов России и Ближнего Зарубежья. Он собрал более 50 тысяч человек, его посетили представители 70 регионов России. Общее количество гостей выросло в сравнении с фестивалем 2022 года в пять раз и на 10% по сравнению 2024 годом. 85% посетителей – жители Чувашии. В топ-5 регионов, сформировавших туристско-экскурсионные потоки, направленные в Чебоксары на фестиваль «Зелёное золото России», вошли Татарстан, Марий Эл и Нижегородская область, Москва с Московской областью и Санкт-Петербург. Очевидно, что данное событийное мероприятие, ежегодно проводимое в Чебоксарах, всё больше способствует привлечению туристско-экскурсионных групп в Чувашскую Республику. Если в 2022 году инорегиональные посетители проводимого в Чебоксарах всероссийского фестиваля пива «Зелёное золото России» составили лишь 0,2% годового туристского потока, направленного в республику, то в 2025 году этот показатель достиг почти 1,5%.

Чебоксарский пивной фестиваль «Зелёное золото России» к 2025 году вышел на третье место по посещаемости (разделив его с нижегородским фестивалем «BrewFest») среди пивных фестивалей, проводимых в регионах Приволжского федерального округа, уступив первое и второе места Большому Казанскому празднику пива (около 100 тыс. посетителей) и самарскому «Samara Beer Fest» (около 90 тыс. посетителей), и опередил уфимский (около 30 тысяч) и ижевский фестиваль «Idni Brewfest» (около 20 тысяч).

Действующие в республике этнокультурные парки всё чаще включают в свои туристско-экскурсионные программы

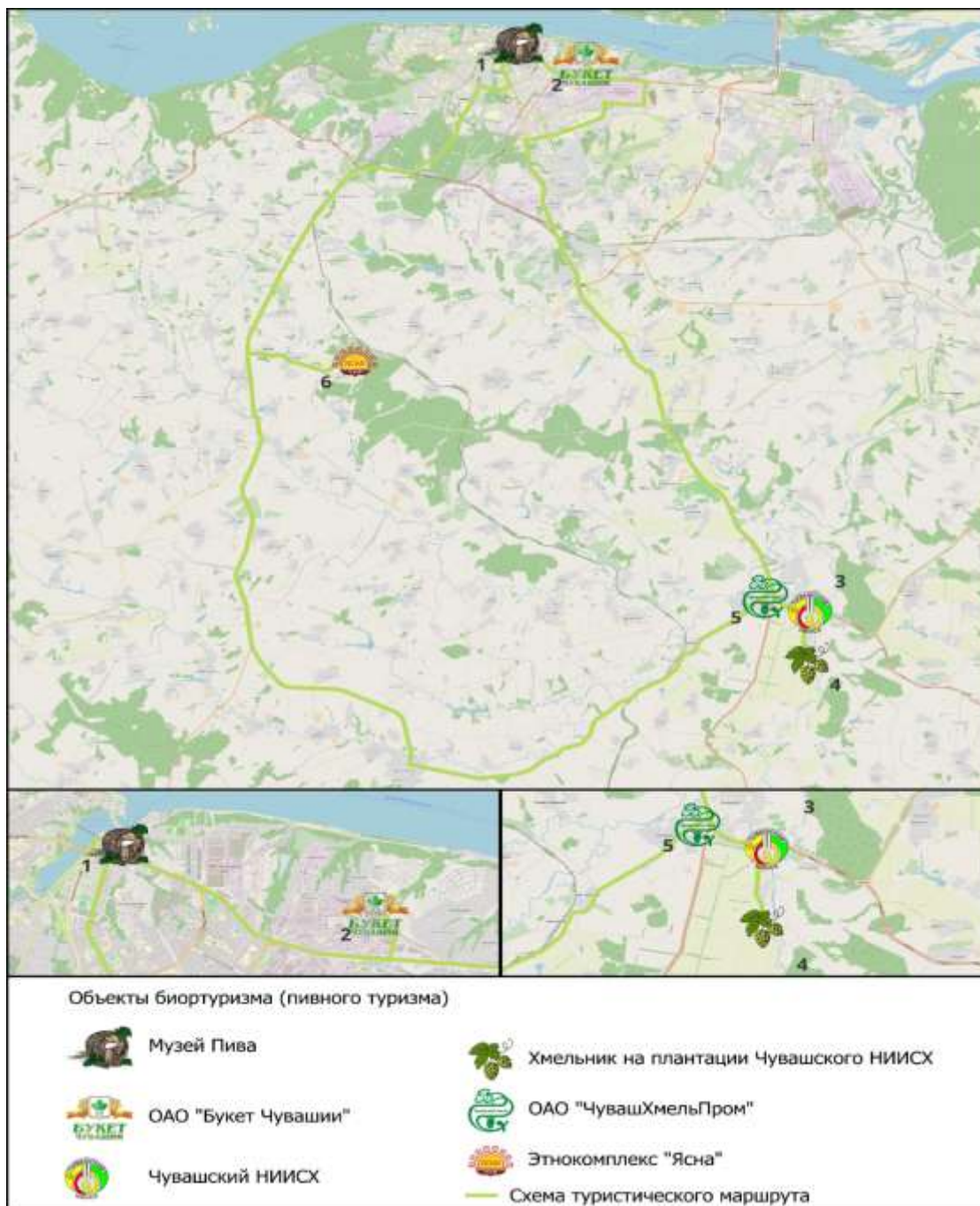
знакомство гостей с традиционным чувашским пивоварением («Этноприродный парк Чувашской Республики имени А.П. Айдака» (Ядринский муниципальный округ), «Этноэкологический комплекс «Ясна» (Чебоксарский муниципальный округ) и др.).

Однако главным преимуществом Чувашской Республики в развитии пивного туризма является то, что регион остаётся абсолютным лидером России по производству такого важного ингредиента пива, как хмель (90% общероссийского производства). Сортовыми хмельниками в республике занято более 100 га. По данным Минсельхоза РФ в 2020 году было произведено 185,1 тонн хмеля, в 2022 году – 217,6 тонн, в 2024 – 218 тонн. Научно-исследовательскую деятельность в области хмелеводства ведут Чувашский государственный аграрный университет и филиал ФГБНУ ФАНЦ Северо-Востока «Чувашский научно-исследовательский институт сельского хозяйства» (посёлок Опытный Цивильского муниципального округа), последний имеет уникальную коллекцию семян хмеля (250 сортов, столь богатые коллекции имеются только в США и Чехии). Выращиванием и переработкой хмеля заняты несколько предприятий, в т. ч. такие крупные, как «Чувашхмельпром» (г. Цивильск) и «АгроРесурсы» (посёлок Урмары).

Уже сегодня, собрав все вышеперечисленные туристскоразобщённые элементы в единый комплекс, можно построить не один многодневный пивной туристско-экскурсионный маршрут по Чувашии, в котором окажутся сплетены пивной (гастрономический), сельскохозяйственный, промышленный (производственный), этнокультурный и другие виды туризма (рисунчок).

Обладая данными элементами, собранными на относительно небольшой территории, в т. ч. и таким достаточно уникальным для России, как выращивание и переработка хмеля, есть возможность выйти за рамки ставшей традиционной для пивного туризма фестивальной формы, и попытаться создать пивной аналог классического винного тура, в который будет включено не только посещение участков показательного производства пивоваренного предприятия с дегустацией его продукции, но и «терруаров» произрастания хмеля, а также зерновых культур, используемых для производства солода (ячменя, ржи, пшеницы). При должном ландшафтно-архитектурном подходе по эстетической привлекательности хмельники, ячменные, ржаные, пшеничные поля и поля других сельскохозяйственных культур, включённые в севооборот, ничем не уступят виноградникам.

Особый эффект могло бы дать, как и в ряде винодельческих усадеб, объединение на одной территории, в одном хозяйственном комплексе выращивания и переработки хмеля, зерновых солодовых культур, пивоваренного производства с дегустационными залами, объектов общественного питания, торговли и гостевых домов для туристских групп. Несмотря на то, что данное предприятие следует сделать туристскоориентированным, основная доля его доходов, как и у большинства современных виноделен, должна идти не от туристской деятельности, а от реализации на рынке произведённой им сельскохозяйственной и промышленной продукции (хмеля, зерна, солода, пива и сопутствующих продуктов) (Официальный сайт Минсельхоза, 2025).



**Рис. Проект пивного туристского маршрута  
(составлено авторами по результатам исследования)**

**Fig. Project of beer tourism route (compiled by the authors based on the research results)**

Современный авторский пивной туристский маршрут по Чувашии, формирование которого не потребует существенных материальных вложений, создания новых основных фондов, может включить в себя следующие локальные дестинации и объекты показа:

1. Отправной точкой выступит «Музей пива» г. Чебоксары, в котором туристы знакомятся с историей чувашского пивоварения и принимают участие в дегустации (специально для музея пиво варят по старинным рецептам). В музее пива представлена экспозиция с предметами быта,

посудой и оборудованием, использовавшимися ранее для приготовления хмельного напитка;

2. Пивоваренное предприятие «Букет Чувашии», расположенное на территории города Чебоксары, где гости смогут познакомиться с полным циклом производства пива: от подбора сырья и варки до розлива и упаковки. Может быть организована и дегустация свежесваренного пива;

3. Чувашский НИИСХ (научно-исследовательский институт сельского хозяйства) в посёлке Опытный Цивильского муниципального округа. В данном институте были выведены сорта хмеля, внесённые в реестр селекционных достижений, допущенных к использованию. Экскурсия предполагает посещение хмельника на плантации Чувашского НИИСХ;

4. Предприятие «ЧувашХмельПром», которое является одним из старейших в АПК республики и расположено в Цивильском муниципальном округе. Предприятие изготавливает гранулированный хмель мирового качества. Посетители смогут увидеть процесс подготовки сырья, измельчения и прессования хмеля, ведущего компонента многих сортов пива;

5. Туристский маршрут завершит посещение Этнокомплекса «Ясна» (Чебоксарский муниципальный округ, деревня Кшауши), в котором разработана программа, посвященная пивоварению – «Театр пивоварения». Туристы знакомятся с особенностями пивоваренного ремесла, а также принимают участие в приготовлении и дегустации напитка Сара.

Предполагаемая продолжительность маршрута – два дня. Целевая аудитория – лица старше 18 лет, любители пива, гастрономического туризма, а также профессионалы, интересующиеся агротехнологиями. Можно предложить две ценовых категории: «базовая» – предполагающая минимальную дегустацию и «премиум» – расширенная программа дегустаций, сувенирная продукция, обеды и ужин в аутентичной атмосфере.

Данный экскурсионный маршрут имеет достаточно ярко выраженную сезонность. Однако в отличие от фестивально-событийной формы развития пивного туризма, которая ограничена одной, двумя неделями, движение по пивному туристско-экскурсионному маршруту может продолжаться почти весь туристский сезон, с конца мая по конец сентября, т.е. 8 – 16 раз дольше (для Чувашии в 16). Соответственно, за это время по маршруту пройдёт существенно больше людей, чем может пропустить за время своей работы пивной фестиваль. Не стоит ждать (как минимум, сразу) объёма межрегионального туристско-экскурсионного потока, сопоставимого с тем, что направлен в Абрау-Дюрсо (до 600 тысяч человек в год). Однако, ориентируясь на данные о посещаемости туристами менее известного винодельческого предприятия «Шато де Талю» (около 30 тысяч человек в год (Геленджик)), количестве принятых гостиничными предприятиями Чувашии туристов (370 тысяч человек), проследовавшего через Чувашию (с заездом в Чебоксары) потока туристов Волго-Камского речного круизного маршрута (более 100 тысяч человек) и экстраполируя среднесуточную посещаемость межрегиональными туристами пивного фестиваля «Зелёное золото России», можно предположить, что объём только межрегиональных туристов, проследовавших по пивному туристско-экскурсионному маршруту, может составить от 20 до 30 тысяч человек за сезон.

Производственно-гастрономический туризм в рамках рассматриваемого хозяйственного комплекса может быть дополнен другими видами туризма, в частности природоориентированными видами хобби-туризма (рыболовным, промыслово-прогулочным туризмом). Для повышения экономической отдачи и туристской привлекательности производства наряду с пивоварением допустима организация технологически близкого винокурения и производства ликёроводочной продукции на основе зерновых (а возможно и плодово-

ягодных) дистиллятов. Промышленное зерновое винокурение, ставшее возможным в нашей стране с принятием национального стандарта Российской Федерации ГОСТ Р 55799-2013 «Дистиллят зерновой. Технические условия» (введён в действие с 1 июля 2015 года) и межгосударственного стандарта ГОСТ 33723-2016 «Дистиллят зерновой. Технические условия» (ГОСТ), несмотря на большие ожидания, пока не получило особого развития, а история промышленного и бытового винокурения в России и в Чувашии не менее богата, чем история пивоварения.

Туристскоориентированные агропромышленные пивоваренные усадьбы могут быть локализованы в разных местах республики, в зависимости от выбранных организатором терруаров произрастания хмеля, зерновых солодовых культур, с учётом социально-экономического положения площадки. В Чувашии принято размещать хмельники в низинах и поймах рек, это позволяет не прибегать к искусственному орошению и снижает использование химических средств защиты растений, делая продукцию потенциально более «экологически чистой», однако, выбираемые терруары, да и сам климат Чувашской Республики (республика – один из самых северных регионов промышленного хмелеводства) существенно затрудняют выращивание сортов, отличающихся повышенным содержанием альфа-кислот, особенно востребованных крупной пивоваренной промышленностью, зато позволяют работать с ароматными сортами хмеля, которые ценятся у производителей крафтового пива (Мой город онлайн, 2025). В настоящее время большая часть хмеля производится хозяйствами муниципальных округов севера и центра республики: Ядринского (44,8%), Урмарского (27,2%), Вурнарского (21,6%), Цивильского (6,4%) (Агропромышленный портал, 2025). Наличие в данных округах людей, увлечённых хмелеводством, специалистов хмелеводов, в т. ч. в составе специализированного научного центра (Цивильский муниципальный округ),

технических средств уборки хмеля, мощностей по его переработке, производства солода, близость к Чебоксарской агломерации – научно-промышленному сердцу региона, точкам входа туристских потоков в Чувашскую Республику (Чебоксарский речной порт, Чебоксарский аэропорт, Чебоксарский и Канашский железнодорожные вокзалы, скрещение широтных и меридиональных федеральных автомобильных трасс) позволяет считать Ядринский, Урмарский, Вурнарский и Цивильский округа наиболее перспективными для реализации пилотного проекта по созданию туристскоориентированного агропромышленного пивоваренного комплекса.

На сегодняшний день объекты пивоваренной отрасли в регионе сконцентрированы преимущественно в городе Чебоксары.

Желательным было бы, если в основе организации туристскоориентированных агропромышленных пивоваренных усадеб в Чувашии, да и в других регионах России, лежала бы частная инициатива юридических и физических лиц, как при создании многих виноделен, например, таких, как «Константин Дзитоев KD Konstantin Dzitoev», «Имение Сикоры Sikory Winery», «Винодельческий Дом Каракезиди», «Галицкий и Галицкий Galitskiy & Galitskiy», «Усадьба Дивноморское» и т.д. Однако, в пивоваренном бизнесе, в т. ч. и в работе небольших (крафтовых) пивоварен сложилось географическо-стадийно-технологическое разделение труда, одни выращивают хмель, зерновые солодовые культуры, другие их перерабатывают, третьи производят пиво (Егоров, 2019). Хотя нередко первые две стадии, выращивание и переработка территориально едины. Остаётся присовокупить к ним само пивоварение.

В Чувашской Республике в качестве учредителей пилотного туристскоориентированного агропромышленного пивоваренного комплекса могли бы выступить крупные производители и переработчики сырья для пивоварения, компании «Чу-

вашхмельпром» (Официальный сайт Чувашхмельпром), «АгроРесурсы» и один из лидеров пищевой промышленности региона – пивоваренная компания «Букет Чувашии». Для производителей, переработчиков сырья и пивоваров это возможность расширить, диверсифицировать производство. Кроме того, для первых это надёжный сбыт своей продукции, а для вторых – укрепление сырьевой базы, что особенно важно в период, когда хозяйственные связи с зарубежными партнёрами затруднены (проблемы в транспортной, финансовой логистике). Уже довольно давно многие успешно работающие пищевые предприятия республики организовали дочерние сельскохозяйственные производства (кондитерская фирма «Акконд», «Вурнарский мясокомбинат»), а сельхозпроизводители – свои перерабатывающие предприятия (ОАО «Юрма»). Туристскоориентированный агропромышленный пивоваренный комплекс мог бы стать одним из звеньев вертикально интегрированной пивоваренной компании региона. В случае комбинирования в комплексе пивоварения и винокурения, соучредителями могли бы выступить ликёроводочные предприятия («Спиртовой завод «Ядринский» и/или Чебоксарский ликёроводочный завод). Организация пилотного туристскоориентированного агропромышленного пивоваренного комплекса невозможна без деятельного участия органов власти Чувашской Республики, производителей и продавцов туристского продукта, а также без научного сопровождения.

**Заключение.** В настоящее время, когда перед Россией страны западного мира опустили «железный занавес», в том числе существенно ограничивая (визово и валютно) направленный в них поток российских туристов, перед Чувашской Республикой открывается «окно возможностей» перехватить значительную часть потока отечественных пивных туристов, перенаправив его, с сопутствующими финансами в республику. Для этого следует:

на первом этапе, под эгидой Министерства экономического развития и имущественных отношений Чувашской Республики (в частности, отдела по развитию туризма и ремёсел, Агентства по развитию туризма Чувашской Республики) объединить усилия региональных туроператоров, организаций и предприятий, работающих на уровне пивоварения (от производителей сырья до пивоваров), организаций и предприятий общественного питания (особенно ресторанный-музейного комплекса «Музей пива»), гостиничной индустрии, этнопарков, эксплуатирующих тему традиционного чувашского домашнего пивоварения, любителей пивоваров, органов государственного и муниципального управления и разработать региональный модульный многодневный туристский пивной маршрут или маршруты (линейный, кольцевой, радиальный), в котором (в которых) бы соединились гастрономический, производственный, этнокультурный виды туризма;

на втором этапе – начать продвижение и реализацию данного туристского продукта на туристском рынке России и зарубежных стран;

на третьем этапе, объединив усилия производителей и переработчиков сырья для пивоварения, пивоваренной компании «Букет Чувашии», специализированных научных организаций, гостиничной индустрии, туроператоров, создать пилотный туристско-ориентированный агропромышленный пивоваренный комплекс (усадыбу), встроив её посещение в региональный модульный многодневный туристский пивной маршрут или маршруты, тем самым укрепив и выведя на новый уровень и пивоваренную промышленность, и систему пивного туризма республики.

Пивной туризм может стать не просто одним из брендов туристской отрасли Чувашии, а сделать республику «Меккой» пивного туризма, как минимум, в России, привести и удержать в небогатом эксклюзивными природными и антропогенными туристскими ресурсами регион туристские и сопутствующие им денежные потоки.

Сегодня ни один из регионов России не имеет таких перспектив в синергии развития пивоваренной отрасли и пивного туризма, как Чувашская Республика.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interests to declare.

#### Список литературы

Былынин К.А. Региональные традиции производства и потребления алкогольной продукции: вовлеченность в туризм // Региональные проблемы развития туристского сервиса. 2017. Т. 11. № 1. С. 50-60. DOI: 10.22412/1995-0411-2017-11-1-50-61.

Вторая попытка: сможет ли Чувашия, как 30 лет назад, обеспечить хмелем всю страну // Мой город онлайн. URL: [https://moigorod.online/economic/economic\\_53386.html](https://moigorod.online/economic/economic_53386.html) (дата обращения: 20.10.2025).

ГОСТ 33723-2016. Дистиллят зерновой. Технические условия. URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/63317/> (дата обращения: 20.10.2025).

Гусихина С.Р. Проблема развития гастрономического туризма в России // Современные проблемы туризма и сервиса: Сборник статей научных докладов по итогам Всероссийской научной конференции (Москва, 24 апреля 2018 года) / Под редакцией Н.А. Платоновой, О.Е. Афанасьева. М.: РУСАЙНС, 2018. С. 74-80. EDN YUMMTJ.

Драчёва Е.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. Т. 2. № 3. С. 36-50.

Егоров Р. Российский крафт. Великая крафтовая революция. М.: ХлебСоль, 2019. 283 с.

Казаков Н.А., Ялтаев Д.А. Этногеография с основами религиоведения и физической антропологии. Чебоксары: Издательский дом «Среда», 2019. - 112 с. ISBN 978-5-6043214-3-0. DOI: 10.31483/a-87. EDN NCHGRE.

Линькова А.А. Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2014. № 1. С. 187-190. EDN SGPEN.

Морозов А.А. Гастрономический туризм: к истории понятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 2. С. 87-92. DOI: 10.24411/2411-0450-2019-10373. EDN CVWITJ.

Национальная ассоциация гастрономического туризма. Определение гастрономического туризма. URL: <https://агтр.рф/opredelenie-gastronomicheskogo-turiz/> (дата обращения: 29.10.2025).

Нехаева Н.Е., Терехова Ю.С. Понятие гастрономического туризма и его роль в брендинге территорий // Огарёв-Online. 2016. № 1 (66).

Одна из трех мировых «золотых коллекций» сортов хмеля находится в Чувашской области // Агропромышленный портал. URL: <https://www.agroxxi.ru/zhurnal-agromir-xxi/stati-rastenivodstvo/odna-iz-treh-mirovyh-zolotyh-kollekcii-sortov-hmelja-nahoditsja-v-chuvashskoi-oblasti.html> (дата обращения: 20.10.2025).

Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Чувашской Республики. URL: <https://agro.cap.ru/news/2025/05/28/pri-podderzhke-glavi-chuv> (дата обращения: 28.10.2025).

Официальный сайт Чувашхмельпром. URL: <https://xn--80adkydcnhjxyuq4d.xn--plai/> (дата обращения: 25.10.2025).

Постановление от 22 декабря 2021 года № 695 «О государственной программе Чувашской Республики "Развитие туризма и индустрии гостеприимства"» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/578047148> (дата обращения: 26.10.2025).

Распоряжение от 22 июля 2021 года № 619-р «Об утверждении Концепции развития туризма в Чувашской Республике до 2030 года» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/574815629> (дата обращения: 20.10.2025).

Mulcahy, J. (2019), "Historical Evolution of Gastronomic Tourism", *Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, pp. 24-31, URL: [https://www.researchgate.net/publication/340183656\\_Historical\\_Evolution\\_of\\_Gastronomic\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/340183656_Historical_Evolution_of_Gastronomic_Tourism) (дата обращения: 29.10.2025).

UNWTO. Gastronomic and wine tourism. URL: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (дата обращения: 28.09.2025).

## References

- Bylinin, K.A. (2017), "Regional traditions of production and consumption of alcoholic beverages: involvement in tourism", *Regional Problems of Development of Tourist Services*, 1, pp. 50-60. (In Russ.).
- Dracheva, E.L. and Khristov, T.T. (2015), "Gastronomic Tourism: Current Trends and Prospects", *Russian Regions: A Look into the Future*, T. 2, 3, pp. 36-50.
- Egorov, R. (2019), "Russian Craft. The Great Craft Revolution", Moscow, KhlebSol, 283 p. (In Russ.).
- GOST 33723-2016, Grain distillate. Specifications. Internet and law. (In Russ.).
- Gusikhina, S. R. (2018), "The Problem of Development of Gastronomic Tourism in Russia", *Modern Problems of Tourism and Service*, Collection of Articles and Scientific Reports Following the Results of the All-Russian Scientific Conference, pp. 74-80. (In Russ.).
- Kazakov, N.A. and Yaltayev, D.A. (2019), *Ethnogeography with the Basics of Religious Studies and Physical Anthropology*, Cheboksary, Sreda Publishing House, 112 p. ISBN 978-5-6043214-3-0. DOI 10.31483/a-87. EDN NCHGRE. (In Russ.).
- Linkova, A. A. (2014), "Relevance of including gastronomic tours in the program of tourist travel", *Resort and Recreational complex in the System of Regional Development: Innovative Approaches*, 1, pp. 187-190. EDN SGPEN. (In Russ.).
- Morozov, A. A. (2019), "Gastronomic Tourism: On the History of the Concept", *Economics and Business: Theory and Practice*, 2, pp. 87-92. (In Russ.).
- Mulcahy, J. (2019), "Historical Evolution of Gastronomic Tourism", *Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, pp. 24-31.
- National Association of Gastronomic Tourism. Definition of Gastronomic Tourism, [Online], available at: <https://artr.pf/opredelenie-gastronomicheskogo-turiz/> (Accessed 29 October 2025). (In Russ.).
- Nekhaeva, N. E. and Terekhova, Yu. S. (2016), "The concept of gastronomic tourism and its role in territory branding", *Ogarev-Online*, 1 (66). (In Russ.).
- One of the world's three "golden collections" of hop varieties is located in the Chuvashia region, Agro-industrial portal, [Online], available at: <https://www.agroxxi.ru/zhurnal-agromir-xxi/stati-rastenievodstvo/odna-iz-treh-mirovyh-zolotykh-kollekcii-sortov-hmelja-nahoditsja-v-chuvashskoi-oblasti.html> (Accessed 20 October 2025). (In Russ.).
- Official website of the Ministry of Agriculture of the Chuvashia Republic, [Online], available at: <https://agro.cap.ru/news/2025/05/28/pri-podderzhke-glavi-chuv> (Accessed 28 October 2025). (In Russ.).
- Official website of Chuvashia Melprom, [Online], available at: <https://xn--80adkydcnhjxyuq4d.xn--plai/> (Accessed 28 October 2025). (In Russ.).
- Order No. 619-r of July 22, 2021 [On approval of the Concept for Tourism Development in the Chuvashia Republic until 2030], Electronic collection of legal and regulatory documents, [Online], available at: <https://docs.cntd.ru/document/574815629> (Accessed 28 October 2025). (In Russ.).
- Resolution of December 22, 2021 N 695 On the state program of the Chuvash Republic "Development of tourism and the hospitality industry", Electronic fund of legal and regulatory documents, [Online], available at: <https://docs.cntd.ru/document/578047148> (Accessed 26 October 2025). (In Russ.).
- Second Attempt: Will Chuvashia, Like 30 Years Ago, Be Able to Provide the Entire Country with Hops? My City Online [Online], available at: [https://moygorod.online/economic/economic\\_53386.html](https://moygorod.online/economic/economic_53386.html) (Accessed 20 October 2025). (In Russ.).
- UNWTO, Gastronomic and wine tourism, [Online], available at: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (Accessed 28 September 2025).

## Данные об авторах:

**Краснова Марина Николаевна**, к.ф.н., доцент кафедры истории и культуры зарубежных стран

**Казakov Николай Александрович**, к.г.н., заведующий кафедрой социально-экономической географии и туризма

**Ростовцева Мария Михайловна**, старший преподаватель кафедры социально-экономической географии и туризма

**Доронина Ксения Андреевна**, старший преподаватель кафедры социально-экономической географии и туризма

**Information about the authors:**

**Marina N. Krasnova**, Ph.D. in Philosophy, Associate Professor, Department of History and Culture of Foreign Countries

**Nikolay A. Kazakov**, Ph.D. in Geography, Head of the Department of Social and Economic Geography and Tourism

**Mariya M. Rostovtseva**, Senior Lecturer the Department of Socio-Economic Geography and Tourism

**Kseniya A. Doronina**, Senior Lecturer at the Department of Socio-Economic Geography and Tourism