

DÜNYADA ŞƏRABÇILIQ VƏ ŞƏRAB TURİZMİ

C.V.ZEYNALOVA

AKTN Üzümçülük və Şərabçılıq Elmi Tədqiqat İnstitutu

Məqalədə dünyada şərabçılığın vacibliyi, əsas istehsalçıları, istehlakçıları, ölkəsinə verdiyi iqtisadi və sosial səmərəliliyi, həmçinin marketinqi haqqında məlumat verilmişdir. Məqalədə həmçinin şərab istehsalında lider ölkələr, onların şərab satışından əldə etdiyi gəlirlər, istehsal etdikləri şərab miqdarı da qeyd edilmişdir. Digər tərəfdən şərabçılıqda dünya üzrə ən çox yayılmış üzüm sortları, qırmızı və ağ şərab istehsalında qarışdırılan və ya qarışdırılmayan üzüm sortları haqqında da məlumat verilmişdir.

Açar sözlər: Şərab, turizm, istehsal, istehlak, iqtisadi

Şərab, təzə üzümün tamamilə və ya qismən alkoqollu mayalanmasından əldə edilən alkoqollu içki növü olaraq kənd təsərrüfatı məhsuludur. İstehsalına üzüm bağlarından başlayaraq istehlakçıya qədər, torpaq və əkin sahələri, şərab növləri və şərabçılıq da daxil olmaqla şərab istehsalı sahələrini əhatə edən hərtərəfli və xüsusi standartlar vasitələrlə ciddi nəzarət edilir.

Hər bir şərab, müxtəlif üzümçülük (və ya şərabçılıq) üsulları ilə birlikdə üzümlərin böyüdüüyü müxtəlif torpaq və iqlim şəraiti baxımından unikaldır və şərabçılıqda ümumiyyətlə razılaşıdırılmış “düzgün” üsul yoxdur. Şərab üzümləri yemək süfrə sortu üzümlərdəndən daha kiçik olur və minlərlə müxtəlif çeşidləri vardır. Bunlardan ən çox yayılanı Cabernet Sauvignondur. Üzümün istehsalı üçün tam bir il çəkdiyindən şərab ildə bir dəfə istehsal olunur və “üzüm” termini hazırlanma (vint) və il (age) anlamına gəlir. Tez-tez “NV” ilə işarələnən “Üzüm olmayan şərablar” (Non Vintage wines) məhfumunu da əşidirik.

Qarışdırma, bir neçə üzüm növünün istifadəsi ilə texnikası şərabçılığın ənənəvi üsuludur və bu cür şərablar şərabçılığın böyük əksəriyyətini təşkil edir; klassik qarışıqlardan bir çox nümunə mövcuddur. Dünyanın ən məşhur qarışdırılan və qırmızı şərabların istehsalında istifadə olunan üzüm sortlarına Bordo, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Malbec və Petit Verdot kimi üzümləri misal göstərmək olar. Ağ şərab istehsalında qarışdırılan üzüm sortlarına isə Bordo Semillon, Sauvignon Blanc və Muscadelle üzümlərini misal göstərmək olar. Bordo üzüm sortunun qarışığının yetişdirildiyi yerdən asılı olaraq çoxlu sayda müxtəlifliyi mövcuddur. Bordo üzümü Toskanada Sangiovese, Cabernet Sauvignon və Merlot ilə qarışdırılır, Argentinada Malbec başqa bir variant olaraq Cabernet Sauvignon ilə qarışdırılır.

Tək çeşidli şərablar Chardonnay üzümündən, Pinot Noir və Rieslingdən, Chablis kimi tək və ya dominant üzüm çeşidlərindən hazırlanır. Bir növ çeşidlə markalaşmaq üçün şərab, təyin olunmuş

ixrac bazarına görə dəyişən üzümün minimum faizini təşkil etməlidir. ABŞ, Cənubi Afrika və Avstraliya qeyd olunan üzümün 75% -ni, Yeni Zelandiya ilə birlikdə İtaliya, Fransa, Almaniya və İspaniya da daxil olmaqla bir sıra Avropa ölkələrində bu nisbət 85% -lə tələb olunur.

Məlum olduğu kimi Azərbaycan regionda turizm potensialı olduqca yüksək ölkələrdən biridir. Burada turizmin müxtəlif formalarını inkişaf etdirmək imkanları mövcuddur. Həmçinin turizm mərhum Türkiyə prezidenti Turgut Özalın da dediyi kimi, “Bacasız zavod”du. Yəni ölkəmizdə iqtisadiyyatın inkişafı baxımından qeyri neft sektoru sahəsi kimi ən çox potensiala sahib ikinci sahədir.

Ölkədə turizmin inkişafı, həm ölkənin beynəlxalq nüfuzda tanınmasına, həm də çoxlu iş yerlərinin açılmasına, gəlir mənbələrinin mövcudluğuna, insanların rifah halının yüksəlməsinə, müxtəlif sahələrdə infrastrukturun məcburi olaraq bərpasına səbəb olacaqdır.

Turizmin ən maraqlı sahəsi kimi şərab turizmi dünyanın müxtəlif inkişaf etmiş ölkələrində turistlərin ən çox diqqətini çəkən turizm növlərindən biridir. Məlum olduğu kimi bir çox ölkələrin bu sahədən götürdükləri gəlir olduqca böyük məbləqlərlə hesablanır.

Dünyada aparılmış statistik məlumata əsasən 2017-ci ildə bu ölkələr şərab satışından aşağıda qeyd edilən miqdarda gəlir əldə etmişdir: (ABŞ dolları ilə)

- Fransa -10,3 mlrd
- İtaliya – 6,8 mlrd
- İspaniya 3,3 mlrd
- Avstraliya -2,1 mlrd
- Çili -2,2 mlrd
- ABŞ -1,5 mlrd
- Yeni Zelandiya-1,2 mlrd
- Almaniya-1,1 mlrd
- Portuqaliya-879,3 mln
- Argentina-806,9 mln

Ən çox şərab istehsalı edən ölkələr aşağıdakı kimidir: (1hekto litr-100litr)

- İtaliya-42.5 mln hl
- Fransa-36 mln hl
- İspaniya-32.1 mln hl
- ABŞ-23.3 mln hl
- Avstraliya-13.7 mln hl
- Argentina-11.8 mln hl
- Çin-10.8 mln hl
- Cənubi Afrika-10.8 mln hl
- Çili-9.5 mln hl
- Almaniya-7.7 mln hl
- (Azərbaycan 2017ci ildə-10 milyon litr (0.1 mln hl))

Ən çox şərab istehlak edən ölkələr aşağıdakı kimidir:

- ABŞ- 32.6 mln hl
- Fransa-27 mln hl
- İtaliya-22.6 mln hl
- Almaniya-20.2 mln hl
- Çin-17.9 mln hl
- İngiltərə-12.7 mln hl
- İspaniya-10.3 mln hl
- Argentina-8.9 mln hl
- Rusiya-8.9 mln hl
- Avstraliya-5.8 mln hl

Beynəlxalq Turizm Təşkilatı (UNWTO), şərabcılıq sahəsinin yerli və regional mühitə sosial-iqtisadi və mədəni təsirlərinin əlaqələrini müəyyənləşdirmək üçün yeni metodologiyaların tətbiqi üçün "Wine Tourism Product Development Project" (Şərab Turizminin İnkişafı Layihəsi) layihəsi hazırlamışdır.

İspaniyada həyata keçirilən pilot layihənin ilkin nəticələri ilk olaraq Gürcüstan respublikasının Kaxeti regionunda (7-9 sentyabr 2016-cı ildə) Dünya Turizm Təşkilatı tərəfindən "Şərab Turizminin Qlobal Konfransında" təqdim edildi. Konfrans Şərab Turizminin inkişafını əsaslandırmaq üçün bir sıra tövsiyələri təsvir edən şərti tədbirlərin həyata keçirilməsinə istiqamətlənən destinasiyalara kömək edəcək sənəd olan Gürcüstan Turizm Bəyannaməsi layihəsində təsdiq edildi.

Bu günə qədər "UNWTO Wine Tourism Product Development Project" (Şərab Turizminin İnkişafı Layihəsi) aşağıdakı bölgələrdə həyata keçirilmişdir:

- İspaniya: Layihə İspaniyanın aparıcı markası və əsas İspan şərabcılarınin iştirakı ilə həyata keçirilmişdir..
- Argentina: Argentinanın Turizm Nazirliyinin tələbi ilə hazırda Mendoza Turizm İdarəsi tərəfindən Mendoza bölgəsində tətbiq olunur.

Bu layihə hazırda digər istiqamətlərdə təşəbbüsün inkişafına açıqdır. Ölkəmiz Azərbaycan da ölkəmizdə Şərab Turizminin inkişafı, dünya bazarlarında

tanınması məqsədi ilə bu layihəyə qoşulub ölkəmizi bu nüfuzlu qurumda tanıda bilər.

Həmçinin "Business Service Network" şirkəti "Great Wine Capitals" hesabatında " Wine Tourism International Figures" (Şərab Turizminin Beynəlxalq Rəqəmləri) mövzusunda bəzi detalları araşdıraraq olduqca yararlı məlumatlar vermişdir.

Öz istehsal etdiyiniz məhsulları yerli və xarici bazarlarda necə təqdim edə bilərsiniz?

- Direct promotion- Birbaşa təşfiq
- Website-website
- Mailing / Newsletter- Mail göndərərək / Bülleten

- Professional fairs-Professional yarmarkalar
- Town fairs / local markets-Şəhər yarmarkaları / Yerli yarmarkalar

- Wine tasting events - Şərab dadma tədbirləri
- Social networks - Sosial şəbəkələr
- Traditional advertising- Ənənəvi reklam
- Specialized media –Xüsusi media

Şərabcılığınızı turizm şirkətlərinə necə təbliğ etmək olar?

- Incoming tourism agencies / Tour...-Daxili turizm agentliklər/ Tur

- Tourist Information office- Turist İnformasiya ofisi

- Participation in tourism exhibitions- Turizm sərgilərində iştirak

- Participation in wine fairs-Şərab yarmarkalarında iştirak

- Specialized media- Xüsusi media
- Wine tasting events-Şərab dadma tədbirləri
- Traditional advertising-Ənənəvi reklam
- Social networks(facebook, other)-Sosial şəbəkələr (facebook, digər)

- Mailing / Newsletter- Mail göndərərək / Bülleten

Həmçinin bu hesabatda dünyada şərab turizminə ən çox pul xərcləyən ölkələrin də adları qeyd edilmişdir. Bu işə təşviqat kompaniyası aparıldığı zaman olduqca istiqamətin düzgünlüyünü təyin etmək üçün olduqca vacib məqamdır.

Hesabata görə şərab turizminin inkişafı əsasən xarici turistlərin bu istiqamətdə maraqların olmasıdır. Yerli turistlər də ölkədə şərab turizminin inkişafına öz töhvəsini verməkdədir, lakin xarici qonaqların olması çox vacib faktordur. Şərabcılıq turizmi üzrə dünyada ən çox səyahət edən insanlar Avropa Birliyi ölkələrindən, Amerika Birləşmiş Ştatlarından, Niderlanddan, Birləşmiş Krallıqdan və Kanadadandır.

Digər bir maraqlı statistik məlumat isə şərab turizmi əsasən 36-55 yaş arası və çoxluq olaraq da kişi turistlər tərəfindən seçilməsidir. Şərab turizmi əsasən 90-cı ildən öz inkişafının yüksəlişinə başlamışdır.

Aparılmış tədqiqatlara əsasən dünyada şərab paytaxtları olaraq ilk onluqda olan bölgələr bunlardır

- Cape Town
- Mendoza
- Florensiya
- Porto
- Bordo
- Napa
- Mainz
- Bilbao-Rioja

2017-ci ildə turistlər ən çox Napa(ABŞ), Florensiya (Fransa) və Portoda (Portuqaliya) şərab turizminə pul xərcləmişdir.

- Florensiya-bir nəfərə görə-201 ABŞ Dolları
- Napa –bir nəfərə görə-188 ABŞ Dolları

- Porto-bir nəfərə görə-108 ABŞ Dolları
 - Mendoza-bir nəfərə görə-94 ABŞ Dolları
 - Bordo-bir nəfərə görə-75 ABŞ Dolları
 - Cape Town-bir nəfərə görə-41 ABŞ Dolları
 - Mainz-bir nəfərə görə-40 ABŞ Dolları
 - Bilbao-Rioja-bir nəfərə görə-30 ABŞ Dolları
- Şərab turizmi şərab istehsalımıza və cəmiyyətimizə gətirdiyi əsas üstünlükləri hansılardır?

- Gəlir
- İmicin yaxşılaşdırılması
- Şərabçılıq üzrə brend markaların yaranması
- Sosial məsuliyyət
- İş yerlərinin açılması
- Turizm potensialının güclənməsi

ƏDƏBİYYAT

1.Pənahov T.M., Səlimov V.S. Azərbaycanın üzüm sortları. Bakı: Müəllim, 2012, 288 s. 2.Pənahov T.M., Səlimov V.S., Zari Ə.M. Azərbaycanda üzümçülük. Bakı: Müəllim, 2010, 224 s. 3.Rəsulov Ə.T. Üzümçülük. Bakı: Yeganə NP, 2011, 396 s. 4.Səlimov V.S. Azərbaycan üzümçülüğündə seleksiya işinin müasir istiqamətləri // Azərbaycan Aqrar Elmi, 2008, №6, s.55-58 5.Səlimov V.S. Üzüm genotiplərinin ampelografik tədqiqat üsulları. Bakı: Müəllim, 2014, 184 s. 6.Səlimov V.S. Üzüm genotiplərinin əlamət və xüsusiyyətlərinin ampelodeskriptorlar əsasında öyrənilməsi və təsviri // AZET Əkinçilik İnstitutunun elmi əsərləri məcmuəsi. Bakı, 2014, XXV cild, s. 106-116. 7.Səlimov V.S., Musayev M.K. Üzüm sortlarının fenologiyasının öyrənilməsinin müasir üsulları // AMEA Mərkəzi Nəbatat Bağının Elmi Əsərləri, Bakı, 2014, XI cild, s. 275-287

Виноделия и винный туризм в мире

Дж. В.Зейналов

В статье раскрывается важность виноделия, основные производители и потребители, оказанная стране экономическая и социальная эффективность, а также дается информация о маркетинге виноделия. Также в статье отмечены страны лидеры по производству вина, доходы этих стран от продажи вина и количество производимого вина. Также дана информация о наиболее распространенных сортах винограда в виноделии всего мира, о смешиваемых и несмешиваемых сортах винограда в производстве красных и белых вин.

Ключевые слова: вино, туризм, производство, потребление, экономической

Winery and wine tourism in the world

J. V.Zeynalov

The article highlights the importance of wine making in the world, main producers, consumers, their economic and social effectiveness, as well as marketing. The article also states wine-producing countries, their revenue from the sale of wine, and the amount of wine they produce. On the other hand, wine has also been reported on the most widespread grape varieties in the world, with grapes mixed or not mixed in red and white wines.

Key words: Wine, tourism, production, consumption, economical