

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ПЕРСПЕКТИВА ТА ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ВИННОГО
ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ
Кваліфікаційна робота**

на здобуття ступеня вищої освіти магістр

Виконала: студентка 261-М групи
Спеціальності: (Туризм)
Павлик Ірини

Керівник
Орленко О.В.

Херсон, 2022

ЗМІСТ	
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. <u>НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ</u>	5
1.1 <u>Поняття, види та сутність винного туризму</u>	5
1.2. <u>Методика дослідження винного туризму</u>	
1.3. <u>Перспектива розвитку та шляхи вдосконалення винного туризму в Україні</u>	
РОЗДІЛ 2. <u>СУЧАСНИЙ СТАН ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ</u>	
2.1. <u>Світовий досвід розвитку винного туризму</u>	
2.2. <u>Особливості розвитку винного туризму в Україні</u>	
2.3. <u>Провідні винні господарства України</u>	
<u>РОЗДІЛ 3.</u>	
<u>3.1. Винні тури країнами Європи</u>	
<u>3.2. Винний туризм як інноваційний напрямок туристичного ринку</u>	
<u>3.3. Організація проведення винного туру в Україні</u>	
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасний туризм є самостійним, потужним сектором економіки та займає одне з провідних місць серед головних сфер діяльності, але у багатьох випадках розвиток туризму відбувається без урахування екологічного стану природних комплексів та впливу туристичної діяльності на довкілля. Останнім часом, у зв'язку з широким використанням міжнародної концепції сталого розвитку, зростає роль екологічно стійких видів природокористування, серед яких вагомим видом діяльності є гастрономічний туризм, що виступає в якості синтезу екологічного туризму, технологій виробництва і споживання.

До одного з найбільш популярних напрямків гастрономічного туризму відноситься тематична форма туризму, в межах якої здійснюється ознайомлення із процесами виробництва, традиціями споживання, дегустуванням та придбанням алкогольних напоїв безпосередньо у виробників, який отримав назву «винний туризм». Херсонська область, як і південний регіон України в цілому, – один із перспективних регіонів нашої держави у сфері розвитку національного та міжнародного винного туризму. У цьому зв'язку достатньо логічною визнається актуальність та потреба у проведенні наукових досліджень, спрямованих на вивчення та вдосконалення організаційного механізму винного туризму, що забезпечує найповнішу реалізацію потенціалу екотуристичної діяльності Херсонської області та південного регіону України.

Окремі аспекти та специфіка винного туризму в Україні та світі виступали предметом дослідження у працях великої кількості вітчизняних науковців. Серед них пропонуємо виділити праці Д. Баглея, Д. Басюка, Т. Божук, Л. Горшкової, С. Іванов, О. Любіцевої, В. Матвєєва, О. Михайлюка, С. Нездоймінова, В. Патійчука, М. Рудневої та інших, у зв'язку із чим висловлювалися різні точки зору.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Тема магістерського дослідження узгоджується із науковим напрямком кафедри

Метою даного дослідження є комплексний аналіз сучасного стану та виявлення перспектив подальшого розвитку винного туризму в Україні.

У відповідності до поставленої мети ***завданнями*** роботи є:

- Визначити поняття, види та сутність винного туризму;
- Проаналізувати методика дослідження винного туризму;
- Визначити перспективи розвитку та шляхи вдосконалення винного туризму в Україні;
- Дослідити світовий досвід розвитку винного туризму;
- Охарактеризувати особливості розвитку винного туризму в Україні;
- Провести аналіз провідних винних господарств України;
- Визначити особливості винних турів країнами Європи;
- Дослідити винний туризм як інноваційний напрямок туристичного ринку;
- Здійснити розробку та визначити шляхи організація проведення винного туру в Україні.

Об'єктом дослідження є винний туризм як один із напрямів туристичної діяльності в Україні.

Предметом дослідження є процес перспективи та потенціал розвитку винного туризму в Україні.

Методи дослідження. Вибір методів і конкретних методик дослідження для отримання необхідної інформації здійснювався відповідно до поставлених цілей та завдань. У дослідженні використовувалися теоретичні методи: діалектичний, узагальнення і порівняння, структурування; емпіричні методи: системного аналізу, інформаційного моделювання та абстрагування. Так, у процесі вивчення

науково-теоретичних основ дослідження винного туризму в Україні нами було використано діалектичний метод пізнання, методи аналізу та структурування. При визначенні сучасного стану винного туризму в Україні нами використано методи системного аналізу, структурування та абстрагування. Для визначення потенціалу розвитку винного туризму в Україні використовувалися методи системного аналізу та інформаційного моделювання.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у проведенні комплексного дослідження загальнотеоретичних та практичних аспектів винного туризму в Україні. Особливу увагу звернуто на особливості розвитку винного туризму в Україні та Європі. За результатами проведеного дослідження було запропоновано авторський винний дводенний тур «Винна краса Миколаївщини».

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що результати проведеного дослідження можуть використовуватися при підготовці подальших наукових досліджень питань винного туризму. До того ж, інформація, викладена у даному дослідженні може бути використана у процесі розробки і складання навчальних планів та спеціальних курсів при підготовці фахівців у галузі туризму та організації туристичних турів.

Апробація результатів роботи.

Приймала участь онлайн у

1) Павлик І. Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів / Ірина Павлик, Олена Орленко // Світовий досвід розвитку винного туризму : зб. тез. Міжнар. наук.- практ. конф. (03-04 листопад 2022 р.). – м. Івано-Франківськ, 2022. – С. 317-322. (Додаток)

2) Павлик І. ПЕРСПЕКТИВА ТА ПОТЕНЦІАЛ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ / Ірина Павлик, Олена Орленко // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез. III Міжнар. наук.- практ. конф. (06 жовт. 2022 р.). - Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2022. – С. 270-273. (Додаток)

3) Міжнародне онлайн стажування з 1 лютого по 5 березня 2022 року на базі суб'єктів туристичного бізнесу республіки Болгарія. Тема: «Сучасні методи та тенденції управління туристичними комплексами: європейський досвід». За результатами стажування отримали сертифікат про проходження міжнародного стажування в готельній мережі HVD (республіка Болгарія).

Структура кваліфікаційного дослідження. Робота складається з вступу, трьох розділів основної частини, які включають дев'ять структурних підрозділів, висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи становить 55 сторінок, перелік посилань налічує 41 джерло.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1. Поняття, види та сутність винного туризму

Винний туризм виступає в якості окремого виду спеціалізованого гастрономічного туризму, будучи одним із ключових елементів сталого розвитку туристичної галузі держави, що обґрунтовує зацікавленість великої кількості науковців у даному питанні. Так, у відповідності до позиції В.А. Рибінцева, винний туризм є однією із форм екологічного туризму, який на сьогоднішній день набуває все більшої популярності у світі, проте перебуває на етапі становлення в Україні [32, с. 98].

У публіцистичній літературі зустрічаються наступні назви винного туризму: «алкотуризм» та «п'яний туризм», під якими розуміється подорож до будь-якої географічної місцевості для розпивання алкогольних напоїв. Відповідно до позиції Т.І. Божук та Л.А. Прокопчук, винним туризмом є один із спеціалізованих різновидів туризму, метою якого виступає дегустація, споживання та придбання винної продукції безпосередньо у виробника [6].

У свою чергу, Є.П. Маслов пропонує розглядати винний туризм як окремий напрямок дегустаційного туризму, оскільки він фактично є спеціальними подорожами організованих груп людей, у тому числі торговців винами, власників ресторанів тощо. З цього приводу І.В. Комарницьким зауважено, що у рамках винного туризму передбачено не лише проведення дегустації напоїв, але й ознайомлювальні заходи з традиціями виноробства [5].

У відповідності до позиції З.С. Канонистосові, винним туризмом є здійснення туристичних подорожей, які пов'язані з відвідуванням місць фактичного виробництва винних напоїв. До того ж, А.П. Пергат розглядає винний туризм в якості логічного поєднання пізнавальної

програми, присвяченої вивченню специфіки вирощування та збирання винограду, процесів його перероблення, подальшої дегустації отриманого продукту, а також відвідування регіонів – пам'яток виноробного мистецтва [29, с. 86].

У системі винного туризму прийнято виділяти окремі складові, до яких віднесено наступні:

— відвідування виноградників, територій сільськогосподарських виновиробників, дегустація сортів винограду, які вирощуються в конкретному регіоні;

— ознайомлення з технологічним процесом виготовлення алкогольної продукції безпосередньо на місці її виготовлення;

— ознайомлення з історичними аспектами розвитку виноробства, традицій вживання різних сортів вина, відвідування тематичних заходів та музеїв;

— відвідання дегустаційних заходів, що організуються у спеціалізованих приміщеннях, наприклад, залах або підвалах;

— відвідування ресторанів, у яких відвідувачам пропонуються послуги дегустації різних сортів вин;

— прийняття участі у фестивалях та святах, присвячених винній тематиці;

— прийняття участі у тематичних виставках, форумах, конкурсах, конференціях, аукціонах тощо [15, с. 212].

Положеннями Закону України «Про туризм» передбачено виокремлювати дві основні форми організації туристичної діяльності, якими є внутрішній та міжнародний. Так, в залежності від критеріїв спрямування туристичного потоку форми туризму можливо поділити на: внутрішній – здійснення подорожей громадянами на території власної держави; виїзний – виїзд громадян за межі власної країни з метою відвідування туристичних місць в інших країнах; в'їзний (іноземний) – прибуття до країни іноземців з метою відвідування туристичних місць.

Внутрішній та виїзний різновиди туризму здійснюються туристами-громадянами конкретної країни та об'єднуються законодавцем під категорією «національний туризм». Внутрішній та виїзний (іноземний) види туризму поєднані провадженням туризму на території країни. У контексті планети та відвідування окремих туристичних регіонів прийнято використовувати поняття «міжнародний туризм» [31]. При цьому, на законодавчому рівні не закріплено визначення такої категорії як «винний туризм».

У цьому зв'язку в науковій літературі пропонують виокремлювати внутрішній та міжнародний туризм. Особливої значимості надають саме внутрішнім та виїзним турам, у процесі яких туристів залучають до відвідування українських центрів винного туризму. У той же час, в залежності від технологічних аспектів організації винного туризму та мети подорожей прийнято виділяти наступні види винних турів: пізнавально-культурні, рекреаційно-оздоровлювальні та лікувальні, винний сільський екотуризм та агротуризм, винно-розважальні, навчальні та наукові [10].

Враховуючи те, що винний туризм виступає в якості комплексного туристичного продукту, то для нього є характерною наявність основних, додаткових та супутніх послуг. До того ж, оскільки винний туризм є самостійною формою туризму, то для нього є притаманним існування традиційних та специфічних послуг, до яких віднесено наступні:

1 Традиційні послуги:

— основні: надання послуг транспортного обслуговування, проживання та харчування;

— додаткові: організація екскурсійного супроводу до місця знаходження туристичного об'єкта; участь гідів, перекладачів; надання прокатних послуг різноманітного спорядження; надання лікувально-профілактичних та косметологічних послуг;

— супутні: використання можливостей місцевих

інфраструктурних об'єктів.

2 Специфічні послуги:

— основні: розміщення для проживання у спеціальних тематичних готелях, гостьових виноробних будинках; організація харчування у спеціалізованих винних закладах; проведення еногастрономічних заходів;

— додаткові: відвідування виноградних плантацій та прийняття участі у дегустації різних сортів винограду; ознайомлення із технологічними особливостями вироблення різноманітних видів винної продукції на місці виготовлення; ознайомлення з етапами розвитку виноробства, у тому числі й шляхом відвідування музеїв; прийняття участі у дегустаційних заходах; лікувально-профілактичне обслуговування на основі винотерапії; відвідування спеціалізованих виставок, конференцій, форумів тощо;

— супутні: можливість придбати традиційні харчові продукти, устаткування та обладнання для проведення дегустації; збереження і транспортування винної продукції, організація доставки винної продукції [10].

У зв'язку із вищевикладеним можливо стверджувати, що винний туризм є спеціалізованим різновидом туризму, сутність якого полягає в ознайомленні з історичними подіями, технологічними та культурними аспектами вживання винної продукції у різних регіонів та їх дегустацією безпосередньо у місці виготовлення. Досліджуваний різновид туризму передбачає реалізацію цілої низки заходів, серед яких нами виділено наступні: відвідування виноградних плантацій, участь у дегустації місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологічними особливостями виготовлення винної продукції, а також прийняття участі у різних заходах, пов'язаних із виноробством.

1.2. Методика дослідження винного туризму

Проведення аналізу та дослідження будь-якого різновиду туризму, в тому числі й винного, ґрунтується на визначенні показників ефективності ресурсного використання, визначення потенційної можливості конкурувати на ринку послуг, одночасно розуміючи показники попиту на такі пропозиції. Навіть у випадку повної відповідності природно-кліматичних та культурно-історичних умов можу спостерігатися незначний рівень попиту, що може бути підтвердженням відсутності чітко визначеної стратегії розвитку винного туризму в умовах конкретного регіону [36, с. 54-55].

Окрім цього, на конкурентоспроможність ринку винного туризму здійснює вплив рівень попиту на відповідні послуги, сезонний характер, наявність конкурентів у регіоні, кваліфікація співробітників тощо. У цьому зв'язку в науковій літературі прийнято виокремлювати наступні фактори, аналіз яких дозволяє визначити привабливість та перспективи розвитку окремих тематичних різновидів туризму, в тому числі й винного:

- екологічні: загальні екологічні показники, наявні природні ресурси, кліматичні умови, показники розвитку сфері сільського господарства, рівень очищення поверхневих водних об'єктів та викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря;

- економічні: показники, у яких відображено рівень безробіття місцевого населення, інфляції, прибутковості та вартості туристичних послуг, інвестиційний клімат в регіоні, місце туристичної галузі у загальній економічній системі регіону;

- політичні: інформація стосовно особливостей нормативного регулювання окремих сфер туристичної діяльності;

- інфраструктурні: показники якості та розгалуженості автошляхів, логістики, зв'язку, готелів, закладів харчування та дозвілля,

використання комп'ютерних та комунікаційних технологій тощо;

— соціальні: демографічні показники певного регіону, рівень безробіття та зайнятості населення, розподіл населення на працездатне та непрацездатне;

— культурні: наявність різноманітних музеїв, закладів для організації заходів, проведення фестивалів тощо [36, с. 55].

На сьогоднішній день сформовано цілу низку різноманітних підходів до вивчення тематичних форм туризму, одним із видів якого є винний туризм, які пропонуємо дослідити більш детально. Так, у відповідності до інституційного методологічного підходу має місце вивчення туристичних інститутів та організаційних аспектів туризму, у тому числі готелів, ерсторанів, туроператорів тощо. До того ж, звертається увага на існуючі форми організації винного туризму, операційні методики, здійснюється оцінка економічного середовища тощо. При цьому, зазначена методика передбачає ґрунтовне вивчення пропонованого продукту, тобто конкретного винного туру, специфіки виробничого процесу, іміджу на ринку та можливостей практичної реалізації [18].

Основою економічного підходу виступає сприйняття винного туризму в якості основного чинника розвитку національної та світової економіки. Активне вивчення туризму економістами-практиками пов'язано із потребою проведення аналізу та планування можливих показників формування попиту та пропозиції, їх впливу на економічні показники регіону та рівень життєзабезпечення населення тощо. Зазначений метод передбачає розробку спеціальних суспільно-економічних аналітичних схем винного туризму та його впливу на економіку.

Соціологічний підхід побудовано на основу розуміння туристичної діяльності як одного із специфічних напрямів дозвілля. Увага спеціалістів у даному випадку спрямовується на дослідження

індивідуальних та групових поведінкових характеристик індивідів, які є прихильниками виноного туризму; впливу досліджуваної форми туризму та суспільство та довкілля. До того ж, звертається увага на дослідження сутності розподілу населення на окремі соціальні групи, навички та звичаї місцевого населення, особливості їх взаємодії з туристами тощо. Соціальні чинники винного туризму та дозвілля. Проте, зазначений підхід прийнято вважати недостатньо вивченим, у зв'язку із чим висловлюються пропозиції стосовно потреби його удосконалення [28, с. 98-99].

Використання географічного підходу характеризується високим рівнем інтегральності, оскільки крім охоплення природно-географічних аспектів, його дія поширюється на соціальні та економічні, переважно маркетингові, етнічні, культурні та інші питання. Важливу роль відіграє міждисциплінарний метод дослідження винного туризму, оскільки його застосування передбачає аналіз цілої низки різноманітних туристичних елементів, які впливають на усі галузі соціально-економічного розвитку регіонів та держави у цілому.

У процесі вивчення культурних аспектів винного туризму можливо використовувати антропологічні методики. Це пов'язано із тим, що у процесі провадження туристичної діяльності спостерігається перетинання державних кордонів, у тому числі й іноземними громадянами; організацією роботи та функціонування урядових інститутів розвитку туристичної сфери, що вимагає наявності відповідної нормативно-правової бази [12].

Системний метод до вивчення винного туризму передбачає інтегрування усіх вищепредставлених методик в одну, використання якого на мікрорівні передбачає аналіз практичної діяльності туристичних операторів та посередників в умовах конкурентного середовища, туристичних ринків, а також їх взаємозв'язків між собою та іншими суб'єктами; на макрорівні має місце формування цілісної

системи національного чи регіонального туризму, а також його взаємодії з юридичною, економічною та соціальними сферами.

Актуальним є використання методу районування у процесі вивчення винного туризму, під яким варто розуміти територіальну систематизацію, в якій проявляється розподіл обраних територій на менші об'єкти. Метод районування передбачає існування двох ключових елементів, якими є дедуктивні та індуктивні. Також передбачається використання більш точних кількісних методик районування, серед яких популярними є методика «зважених балів», мінімізації віддалі та дистанційних коефіцієнтів [12].

Метод парадигми являє собою модель виокремлення проблемних питань, що використовується в якості прикладу вирішення дослідницьких задач; переважна методика наукового мислення, що проявляється у певних показниках закінченості та відносної узгодженості між позиціями відносно навколишніх явищ і речей. І наостанок варто звернути увагу на картографічний метод, який виступає в якості найважливішого інструмента дослідження соціально-економічних характеристик туристичних територій. Ключовим інструментом при використанні картографічного методу є створення карт, що вимагає запровадження новітніх технологій та засобів автоматизації при створенні та використанні карт. За допомогою таких методів є можливим підвищення точності та об'єктивності досліджень винного туризму [12].

У зв'язку із вищевикладеним можливо зробити висновок, що комплексні характеристики винного туризму зумовлюють потребу у використанні різноманітних системних підходів до вивчення зазначеної галузі. Серед ключових методів дослідження винного туризму нами виокремлено наступні: інституційний, економічний, соціологічний, географічний, міждисциплінарний, методики районування та парадигми.

1.3. Перспектива розвитку та шляхи вдосконалення винного туризму в Україні

Одним із самостійних ринків туристичних послуг виступає гастрономічний туризм, зокрема його вид – винний туризм. Зазначений різновид на сьогоднішній день є достатньо популярним у світі, оскільки мотивацією виступає бажання спробувати різні сорти вин у місці безпосереднього вирощування винограду, виготовлення продукції, внаслідок чого мова йде про можливість доручення до культури споживання даного напою. Отже, велика кількість країн, у яких достатньо розвинута галузь виноробства, намагаються активно просувати власний продукт у світовому масштабі. Отже, саме за допомогою туризму існує можливість для популяризації винної культури конкретного регіону, а також поширення виробничого бренду.

Процес розвитку винного туризму в Україні зумовлений наступними чинниками:

1 Існування культури споживання винної продукції, що виступає одним із складових елементів харчової культури населення. У межах територій зайняття виноробством, показники культури споживання є традиційною, проте в інших областях існує додаткова необхідність у запровадженні шляхом реалізації комплексу заходів, у тому числі й пропаганди культурного споживання винної продукції.

2 Специфіка технологій, що використовуються у процесі виробництва, за допомогою якої можливо обумовити рівень складності та ризикованості виноробства. Це пов'язано із тим, що процес вироблення винної продукції можливо віднести до ресурсноорієнтованої галузі агропромислового комплексу, оскільки виноград є низько транспортабельним продуктом.

3 Еногастрономія, тобто один із напрямів розвитку туристичної діяльності, метою якого виступає пропаганда продукції, що

є традиційною для певного регіону, та вирощується із обов'язковим додержанням конкретних технологій. В даному випадку передбачається наявність комплексного споживання винної продукції у поєднанні з іншими поширеними у регіоні продуктами, наприклад, фрукти, сири, м'ясо тощо. Отже, еногастрономія спрямована на презентацію не лише кулінарного мистецтва певного регіону, оскільки характеризується локальністю та прив'язкою до конкретного об'єкта, наприклад, виноробного підприємства.

4 Ампелотерапія, що передбачає споживання винної продукції з метою лікування. Доцільно зауважити, що найбільш яскраво лікувальні властивості вина проявляються у поєднанні з бальнео- та кліматотерапією [19].

За своєю сутністю винний туризм має на меті споживання винної продукції безпосередньо у місцях вирощування винограду. У цьому зв'язку основою пропаганди туристичних потужностей винного туризму виступає саме локалізаційна специфіка сільських місцевостей, «туристичної глибинки» та окремих регіонів вироблення вина. До дегустації винної продукції прийнято пропонувати страви національної кухні, проведення оглядових екскурсій, «знайомство» з архітектурними, культурними, історичними та природними характеристиками виноробного регіону. У той же час, існує можливість для збору врожаю винограду та продовження виробництва і після закінчення «піку» туристичної активності, що свідчить про подовження туристичного сезону та популяризації винного туризму [19].

На сьогоднішній день винний туризм в Україні є недостатньо поширеним способом організації дозвілля у межах національної туристичної діяльності, проте має реальний потенціал розвитку в майбутньому. У відповідності до позиції, що висловлюється у науковій літературі, винний туризм використовує лише четверту частину від загального обсягу, у зв'язку із чим акцентується увага на збільшення

оборотів у найближчому майбутньому.

Україна входить до переліку п'яти найбільш перспективних держав у сфері розвитку виноробства, оскільки соціальні, економічні, природно-кліматичні умови сприяють можливості реалізації всесезонної програми турів. Так, якщо в Європі одним із найдешевших винних турів вважається вартість 650 євро з однієї особи, то в Україні можливо обмежитися 90 євро. За загальним правилом прийнято виділяти дві основні локації для розвитку національного винного туризму – Південний регіон (Одеська, Миколаївська та Херсонська області), а також Закарпаття [16].

Винний туризм в Україні можливо сприймати в якості потужного драйвера для підвищення економічних показників, розвитку соціальної сфери та реалізації туристичного потенціалу вищепредставлених регіонів, на території яких є достатньо поширеним виноробство. Враховуючи відомості, представлені на веб-сайті «Виноградарі та винороби України», основними центрами розвитку винного туризму в Україні є наступні:

- Закарпатський регіон (міста Ужгород, Виноградово, Хуст);
- Причорноморський регіон (Одеська, Миколаївська та Херсонська області) [8].

У той же час, потенційні можливості розвитку зазначеного напряму туристичної діяльності не викликають значної зацікавленості з боку органів державної влади та місцевого самоврядування, внаслідок чого не здійснюється додаткове сприяння підвищення рівня вітчизняних виробників винної продукції, туристичного іміджу регіонів, у яких вона виробляється. Як з цього приводу зауважено у науковій літературі, ефектом від організації та проведення екскурсій та дегустацій, які є основними заходами винного туризму, виступає підвищення обсягів продажу продукції виноробства на 30 % [20].

У сфері винного туризму має місце поєднання двох сфер

провадження бізнесу, а саме винного і туристичного. Ключовими завданнями розвитку винного туризму в Україні виступає практична реалізація заходів сприяння у процесі організації та підвищення рівня зацікавленості у долученні громадян до винних турів; покращення якості сервісу надання послуг, зокрема шляхом надання готелями та закладами харчування повноцінних послуг обслуговування; покращення транспортного сполучення та логістичної інфраструктури в регіоні [14].

У зв'язку із вищевикладеним можливо зробити висновок, що можливість досягнення позитивних результатів у процесі розвитку винного туризму є можливим виключно при ефективному використанні виробничого, ресурсного, інвестиційно-інноваційного та туристично-рекреаційного потенціалу окремих регіонів. До того ж, звернуто увагу на те, що найбільш перспективними регіонами для зайняття винним туризмом є Закарпатська область та Південний регіон, на території яких розташовані найбільші виробники винної продукції в Україні, внаслідок чого існує потреба у надання сприяння з боку владних інституцій у напрямку розвитку вітчизняного бренду та його представлення на світовому ринку.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ

2.1. Світовий досвід розвитку винного туризму

На сьогоднішній день туризм виступає в якості невід'ємної складової частини економічного розвитку будь-якого регіону та держави в цілому. Сталий розвиток у сфері туризму забезпечується шляхом реалізації відповідної доктрини сталого розвитку, ключовою метою якої є зміна відносин між людиною та навколишнім середовищем для розширення можливостей економічного зростання, формування єдиної координаційно побудованої стратегії існування людства, що спрямована на збереження та відновлення природних ресурсів у межах, що є необхідними для повернення до кордонів господарської місткості біосфери [24, с. 29].

Найбільш популярним регіоном виноробства у світі прийнято вважати Європу, оскільки лідируючі позиції у даній сфері займають Франція, Італія, Португалія, Іспанія та Угорщина. Набуваючи все більшої популярності, винний туризм поширюється не лише на території окремих держав, але й характеризується масштабністю, оскільки до зайняття даним видом туризму залучено держави Північної та Південної Америки, Африки та Австралії. Активізація розвитку винного туризму в світовому масштабі підтверджує факт того, що у межах виноробних регіонів провадиться не лише розвиток зазначеного різновиду туризму, але й спостерігається одночасне просування місцевої туристичної продукції, внаслідок чого забезпечується отримання додаткових економічних та соціальних переваг [23, с. 47].

У відповідності до інформації, представленій на офіційному веб-порталі Всесвітньої туристичної організації (далі – WTO), одним із найбільш популярних різновидів міжнародного туризму виступає

тематичний, підвидом якого є саме винний туризм. Фактично винні тури є симбіозом пізнавальних програм, що перебувають у тісному взаємозв'язку із вивченням процесів вирощення та збору винограду, технологічних аспектів його переробки, проведення дегустаційних заходів, а також відвідування туристичних пам'яток відповідного регіону. Винний туризм є новою формою спеціалізованого тематичного туризму, що поєднує в собі ознаки способу організації дозвілля та екотуризму [41]. У цьому зв'язку пропонуємо виокремити різновиди винних турів за ознакою їх функціонального призначення, якими є наступні:

- рекреаційно-оздоровлювальні, у тому числі лікувальні, профілактичні та косметологічні;
- агротури та екотури;
- культурно-пізнавальні та технологічні;
- розважальні, наприклад організація та проведення ярмарок, шопінгу, гастрономічних заходів тощо;
- освітні, наукові та ділові [32, с. 119].

Відповідно до інформації Міжнародної організації виноградарства і виноробства (далі – МОВВ), протягом 2020 року спостерігалось скорочення світового виробництва винної продукції на 3 %, порівняно із 2019 роком. Доцільно зауважити, що одночасно із формуванням тенденції до зменшенні об'єктів вироблення винної продукції одночасно спостерігалось збільшення обсягів її споживання. Лідруючі позиції за показниками споживання винної продукції зайняли Сполучені Штати Америки із показниками 32,6 млн.гл., якими не поступається починаючи з 2014 року. Одночасно має місце зниження показників споживання винної продукції у країнах виробництва вин, зокрема у Франції; збільшення обсягів споживання вина має місце у Німеччині, Італії та Іспанії [41]. Більш детально обсяги порівняння показників споживання вина в інших країнах представлено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Обсяги споживання вина у світі в розрізі окремих держав у 2020 році

Країна	2020 (млн..гл)
Сполучені Штати Америки	32,6
Франція	21,8
Італія	18,6
Іспанія	17,4
Німеччина	12,8
Угорщина	10,1
Україна	6,8
Австралія	5,8
Загальний обсяг (млн..гл)	262,1

Джерело: складено автором на основі [41]

Стосовно світових обсягів виробництва винної продукції можливо зазначити, що у 2020 році спостерігається його зменшення на 23,6 млн.гл. доцільно зауважити, що такі показники розцінюються МОВВ як історично низькі та обґрунтовуються складними природними умовами у країнах-виробниках [41]. Більш детально зазначену інформацію представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Обсяг виробництва вина у світі в розрізі окремих держав протягом 2020-2021 років

Країна	2020 (млн..гл)
Італія	54,8
Франція	48,6
Іспанія	44,4
Сполучені Штати Америки	12,6
Австралія	10,4
Угорщина	9,2
Німеччина	9,0
Україна	1,0
Загальний обсяг (млн..гл)	258,0

Джерело: складено автором на основі [41]

Протягом останніх років спостерігається тенденція до стабілізації загального обсягу площ, призначених для вирощування винограду, на

території Франції, Німеччини, Румунії та Греції. Проте, в Італії такі площі у 2020 році було зменшено на 8000 га, порівняно з 2019 роком, а в Італії – у 2020 році збільшено на 5000 га, у порівнянні з 2019 роком [41].

Активні темпи розвитку винного туризму вплинули на показники розвитку туристичної галузі в цілому. Наприклад, лише в Італії на протязі останнього десятиліття кількість туристів з інших держав збільшилася майже у два рази. До того ж, значне збільшення кількості туристів спостерігалось у сфері організації гастрономічних турів, внаслідок чого можливо стверджувати про зростання зацікавленості у винному гастротуризмі.

Зростання уваги туристів саме до Італії прийнято пов'язувати із цілою низкою різноманітних факторів, у тому числі й з давньовіковою історією винної продукції цієї країни. Природно-кліматичні умови Апеннінського півострову вважаються ідеальними для зайняття вирощування винограду та виноробства [41].

На сьогоднішній день туристичними операторами пропонується велика кількість винних турів саме до Італії, особливе місце в яких займають такі міста як Тоскана, Венеція та Рим. У цілому такі тури є дещо подібними один до одного, проте їх різниця полягає у кількості днів перебування у країні та вартістю. Так, за інформацією, представленою ВТО середній винний тур до Італії триває п'ять днів та коштує від 2000 євро, включаючи переліт та проживання. У програму входить дегустація елітних сортів вин та вживання страв італійської кухні [41].

Результати досліджень сучасних фахівців свідчать, що загальний обсяг світової винної промисловості складає 180 млрд. дол. США [41]. Виробництво винної продукції є сектором, який набуває все більшого значення у таких країнах як Італія, Франція, Іспанія, Греція, Молдова, Румунія, Грузія, Болгарія тощо. На сьогоднішній день у світі набуває актуальності такий напрямок туризму як енагастрономія, який полягає у

підборі та поєднанні вин з кулінарними стравами та харчовими продуктами. Зазначений напрямок туризму з кожним роком набуває популярності у різних світових країнах, позитивно впливаючи на кількість туристів [22, с. 40].

У зв'язку із вищевикладеним можливо зробити висновок, що винний туризм є достатньо поширеним у світі, проте його центром прийнято вважати Європу. Це обгрунтовується тим, що саме європейські країни визнані одними із найбільших у світі виробників та експортерів винної продукції, у зв'язку із чим займає лідируючі позиції за кількістю туристів. Україна також є однією із європейських держав, яка володіє достатньо розвиненим виноробним комплексом, що дозволяє виробляти різні види винної продукції.

2.2 Особливості розвитку винного туризму в Україні

На сьогоднішній день в Україні прийнято виділяти окремі регіони, на території яких ідеально поєднуються кліматичні, географічні, культурні та екологічні умови для вирощування винограду та подальшого виготовлення винної продукції. Саме в таких регіонах й організовуються винні тури.

Не зважаючи на те, що виноград можливо вирощувати на усій території України, за виключенням північних та високогірних районів Карпат, проте виноградарство розвинуто виключно в Херсонській, Миколаївській, Одеській, Запорізькій та Закарпатській областях. До того ж, позитивним чинником конкурентоспроможності вітчизняного винного продукту на світовому ринку можливо визнати сукупність цілої низки факторів, зокрема через низьку вартість робочої сили. До того ж, українські вина є значно дешевшими за світові аналоги, при цьому

будучи високої якості, оскільки в деяких випадках навіть перевершують світові бренди [27, с. 28].

На території України прийнято виділяти дев'ять основних виноградних макрозон та 46 мікрозон, внаслідок чого можливо стверджувати, що наша держава має промисловий потенціал до вироблення великих обсягів вина, у тому числі й ексклюзивних марок, оскільки вина прийнято називати на честь регіону, в якому вирощено виноград та його виготовлено. Так, виноградні макро- та мікрозони на території України розподілено наступним чином: 1) Одеська область – 3 макро- та 16 мікрозон; Херсонська область – 2 макро- та 10 мікрозон; Миколаївська область – 2 макро- та 12 мікрозон; Запорізька область – 1 мікрозона; Закарпатська область – 1 макро- та 12 мікрозон. Якщо ж визначити показники розподілу виноробних підприємств на території України у відсотковому співвідношенні, то на Одеську область припадає 55 % винних господарств, на Херсонську та Закарпатську – по 15 %, на Миколаївську область – 5 %, а інші регіони – 10 % у сукупності [8]. Більш детально розподіл винних виробництв на території України представлено на Рис. 2.1.

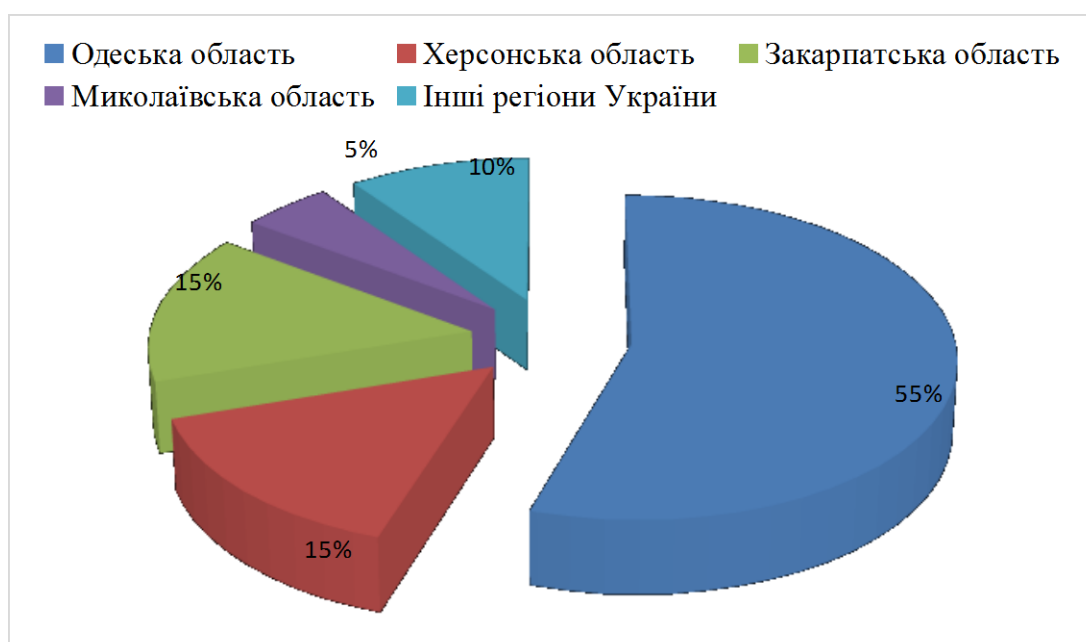


Рис. 2.1. Розподіл винних господарств у розрізі регіонів України [8].

У той же час, українські виробники вин не мають значних рекламних можливостей у порівнянні зі світовими брендами, у зв'язку із чим їх конкурентоспроможність значно знижується. Доцільно зауважити, що у категорії «дешевих вин» спостерігається ще більш жорсткіша конкуренція, оскільки має місце переповнення подібними брендами, які виробляються у Чилі, Австралії, Південній Африканській Республіці та Сполучених Штатах Америки. У перелічених країнах активно використовується методика «інтенсивного» виноробства, що полягає у масовому використанні добрив та виведенні нових «надродючих» сортів винограду [41]. Отже, саме внаслідок популяризації винного туризму в Україні існує можливість для підвищення конкурентоздатності вітчизняних виробників на світовому ринку.

Мета та цілі винного туризму в повному обсязі відповідають соціально-гуманітарному спрямуванню туристичної діяльності в цілому, оскільки саме вона виступає в якості ключового критерію налагодження міжкультурної комунікації, поваги до культурних цінностей, толерантності до світогляду та традицій іншого народу. Реалізація вищезазначених завдань є можливою саме завдяки розвитку винного туризму, оскільки виноробство визнається одним із ключових елементів соціальної та культурної спадщини будь-якої нації [6, с. 172].

У сфері винного туризму прийнято виокремлювати цілу низку основоположних засад, якими є наступні: комплексний характер, культура споживання та автентичність. Враховуючи те, що Україна входить до числа двадцяти світових лідерів у сфері виробництва вина, то існує реальна можливість для розвитку винного туризму. Ключовим аспектом у сфері розвитку винного туризму в Україні є існування підприємств, що провадять діяльність у сфері виробництва та реалізації

алкогольної продукції. Їх загальна частка у загальному обсязі продовольчого товарного обігу країни складає приблизно 20 %, що визнається досить високим показником для економічного сектору [20, с. 29].

Винний туризм є одним із найпотужнішим маркетинговим інструментом для просування вітчизняного продукту на світовий ринок, а також популяризації не лише винної, але й іншої алкогольної продукції. Традиційними центрами вітчизняного винного туризму є Херсонська, Одеська, Миколаївська та Закарпатські області, популярність яких з кожним роком зростає.

З метою підвищення уваги та зростання обсягів реалізації винної продукції, на великих заводах-виробниках створено спеціальні дегустаційні та експозиційні зали. Серед таких заводів-виробників можливо виділити наступні: ТОВПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винний завод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винні заводи «Інкерманський» та «Коктебель». До того ж, на такому відомому винному заводі як «Массандра» функціонує Музей виноробства та облаштовано дегустаційну залу. У колекції підприємства налічується понад мільйон пляшок вина, що вважається рекордом та внесено до Книги рекордів Гіннеса. Під час екскурсійної подорожі туристи мають можливість відвідати вражаючі своєю унікальністю Голіцинські підвали, в яких у дубових бочках на витримці знаходяться міцні, десертні, сухі та лікерні вина. До того ж, туристи мають можливість придбати колекційні та марочні вина бренду «Массандра» [25].

Достатньо популярним туристичним місцем є «Центр культури вина Шабо», що розташований у Білгород-Дністровському районі Одеської області. На сьогоднішній день він є єдиним українським освітнім комплексом, в якому знайшли своє поєднання унікальні музейні лабіринти, оригінальні об'єкти культурної значимості, історичні винні підвали та сучасне технологічне підприємство.

Зазначений центр є одним із соціальних проектів компанії «Шабо», який також включено до Європейської карти музеїв вина. Його основною метою виступає підвищення вітчизняної культури споживання винної продукції, яке сприймається в якості мірила цивілізації та є надбанням культури усієї нації.

Значну увагу компанія приділяє якості власного продукту. Це обґрунтовується тим, що в сучасних умовах виробництва зростає обсяг використання заміників, зокрема, домішок, концентратів та порошків. У цьому зв'язку, одним із завдань вищепредставленого соціального проекту компанії «Шабо» виступає саме ознайомлення споживача із справжнім смаковим різноманіття вина, навчити їх відрізнити натуральний продукт від підробки тощо [3, с. 28].

Туристичними компаніями та спеціалістами-етнологами також здійснюється розробка тематичних винних маршрутів. У цьому зв'язку можливо звернути увагу на спільно розроблений Інститутом туризму ФПУ та школою сомельє «Мастер-клас» винний тури «Винні перлини України». В рамках зазначеного туру подорожуючі матимуть змогу протягом дванадцяти днів відвідати найкращі виноробні та коньячні підприємства України.

Асоціацією приватних виноробів краю також було запропоновано туристичний продукт «Винний шлях Закарпаття», який на замовлення розроблено Туристичним інформаційним центром Закарпаття. З метою ефективної реалізації зазначеного проекту було здійснено підготовку екскурсоводів за визначеним маршрутом, розробку анімаційних програм, що дозволить трансформувати виноробні об'єкти на туристично привабливі об'єкти. У рамках запропонованого туру здійснюється ознайомлення із процесом збору винограду, дотримання гастрономічних традицій та культури виноробства, а також пропонується дегустація вин та придбання традиційної сувенірної продукції [23, с. 51].

У контексті досліджуваного питання на особливу увагу заслуговують наслідки ведення воєнних дій на розвиток винного туризму в Україні. Так, внаслідок збройної агресії Росії проти України, вітчизняна галузь виноробства знизилася обсяг виробництва на 64 % у порівнянні з 2021 року. Зокрема, було спричинено збитки таким виноробним господарствам як «Коблево», «Радсад», «Князя Трубецького», «Таврія» тощо.

У березні 2022 року винне господарство «Шато Курінь», що розташоване в Херсонській області, була пограбована окупантами, а потім взагалі зруйнована. Не зважаючи на це, все ж це, власники все ж таки вирощують виноград, проте планують його продати, а не виготовляти готове вино. Аналогічна ситуація склалася із сімейною виноробнею «Cassia» (виробничі потужності знаходяться у Київській області, а виноградники – в Одеському регіоні), яку було обстріляно з мінометів та зруйновано.

Майже на лінії фронту розташована виноробня «Beukush Winery», що знаходиться у с. Чорноморка Миколаївської області. Не дивлячись на можливість обробляти та доглядати за майбутнім урожаєм винограду, існують проблеми з печатками етикеток, логістичним сполученням та доставкою тари для готового вина. До того ж, на підприємстві майже не залишилось працівників, оскільки деяких із виноробів забрали на фронт. При цьому, підприємство планує випустити готову продукцію вина з врожаю 2022 року [7].

Одним із найбільш унікальних місць для винного туризму на півдні України є виноробня «Князь Трубецькой», яка має багатовікову історію. Винне господарство розташоване у с. Веселе Херсонської області, проте на сьогоднішній день перебуває в окупації, у зв'язку із чим не працює взагалі. Було частково пошкоджено ресторан, магазин та приміщення виноробної лабораторії, проте виробничі цехи залишилися цілими [7].

Найбільшим виноробним підприємством у Закарпатському регіоні є «Сонар». Внаслідок повномасштабного вторгнення Росії на території нашої держави, виробництво не було припинено, оскільки це жодним чином не вплинуло на цілісність виробничих потужностей та доступу до виноградників. До того ж, після початку війни керівництво підприємства було прийнято рішення про виробництво вина із ексклюзивними назвами, наприклад, «Наше Сонце Херсону», «Кров Орків», «Сльози Волонтерів» та «Спокуса Джавеліні» [7].

Не зважаючи на вищевикладене, вітчизняні виробники прийняли участь у міжнародному заході, який проведено у Великій Британії, на якому представили публіці українську продукцію. До того ж, українська школа сомельє «Мастер-клас» отримала перемогу в номінації «Освіта в екотуризмі». Це позитивно сприятиме нарощуванню обсягів експорту вітчизняної винної продукції до європейських держав та підвищенню інтересу до українського продукту [34].

У зв'язку із вищевикладеним можливо зробити висновок, що винний туризм можливо розглядати в якості потужного маркетингового інструменту просування винної продукції вітчизняних виробників та світовий ринок. Українська виноробна продукція є цілком конкурентоспроможною на світовому ринку, оскільки характеризується смаком та низькою вартістю. Традиційними центрами винного туризму в Україні виступають Херсонська, Миколаївська, Одеська та Закарпатська області, оскільки саме в цих регіонах виготовляється найбільша кількість винної продукції. З метою підвищення обсягів реалізації продукції та зростання зацікавленості у винному туризмі найбільшими заводами-виробниками створено дегустаційні та експозиційні зали. Такі зали існують при наступних завода-виробника вина в Україні: ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винні заводи «Інкерманський» та «Коктебель» тощо.

2.3. Провідні винні господарства України

Як вже було зазначено у попередніх розділах даної роботи, найперспективнішими регіонами України для зайняття винним туризмом є Херсонська, Миколаївська, Одеська та Закарпатська області. Це пов'язано із тим, що на території кожного із представлених регіонів має місце високий рівень туристичної інфраструктури та виноградно-виноробного комплексу, наявні власні виробники, марки та бренди. Карту виноградних зон на території України представлено на Рис. 2.2.



Рис. 2.2. Карта виноградних зон на території України [9]

У зв'язку із вищезазначеним пропонуємо проаналізувати провідні винні господарства України у розрізі кожного із вищепредставлених регіонів. Так, у відповідності до інформації, представленої асоціацією «Виноградари і винороби України», на території Одеської області вирощується майже половина від загальнодержавного обсягу врожаю винограду. До того ж, саме в Одеській області розташовано більше половини виробників вітчизняних марок вина.

Найбільш відомими винними підприємствами Одеського регіону є «Одессавинпром» та «Одеський коньячний завод». При цьому, за обсягом виробництва винної продукції лідируючу позицію в Одеській області займає «ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо». Як

було зазначено Українською торгово-промисловою конфедерацією, лише у 2019 році частка продукції «Шабо» на ринку вина становила 5,4 %. Кожного місяці «Шабо» виготовляє майже мільйон пляшок вина. Особливістю даного винного господарства є те, що воно працює на власній сировині, проте у випадку необхідності може закуповувати виноград у місцевих дрібних фермерів [33]. Більш детально основні винні господарства Одеського регіону представлено на Рис. 2.3.



Рис. 2.3. Основні винні господарства Одеської області, пов'язані із винним туризмом [13]

Наступним винним регіоном України є Херсонщина, яка характеризується достатньо сприятливими природно-кліматичними умовами для вирощення винограду, виробленню тонких, ніжних, свіжих столових та екстрактивних десертних вин. Найбільшими виробниками вина у Херсонській області є АТ «Князь Трубецький» і «Київ», які виготовляють марочні сухі таврійські вина.

Ще одним великим виноробним підприємством є ВАТ «Цюрупинське», який володіє унікальною сировинною базою, а саме виноградними плантаціями площею 768 га, що розташовані на лівому березі річки Дніпро. На підприємстві виготовлення продукції здійснюється із використанням сучасного обладнання та значних виробничих потужностей, завдяки чому гарантується висока якість продукту під маркою «Вина Олешня» [29].

На узбережжі Дніпра поблизу міста Нова Каховка розташоване ще одне підприємство по виробництву коньяків – агрофірма «Таврія». Підприємство також має власні виноградники, в яких вирощуються виключно його елітні сорти із використанням новітньої системи технологічно-комп'ютеризованого крапельного зрошення та фіто моніторингу [35]. Більш детально основні винні господарства Херсонського регіону представлено на Рис. 2.4.



Рис. 2.4. Основні винні господарства Херсонської області, пов'язані із винним туризмом [13]

Найвідомішим у Миколаївській області виробником винної продукції є завод «Коблево», який вважається одним із найбільших та найпотужніших виробництв на території України. Завод було побудовано на території Тилігульського регіонального ландшафтного парку. Поблизу заводу розташовані більш ніж 2500 га винограду. Компактне розміщення заводу та виноградників дозволяє доставляти ягоди для первинної переробки протягом декількох годин, що виступає в якості ідеальної умови для забезпечення технологічного циклу.

У контексті даного питання варто звернути увагу на те, що на сьогоднішній день вже наявні розроблені винні тури до заводу «Коблево», що включають дегустації. Вартість дегустаційної програми становить від 50 до 70 гривень. В програму туру входить ознайомлення

із технологічним процесом виготовлення вин, а також дегустація таких марок як «Совіньон», «Аліготе», «Шардоне», «Сапераві», «Мерло» або «Каберне», протягом якої відвідувачів ознайомлюють з історичними аспектами виноробства та культури споживання вина.

На території Миколаївської області вина також виготовляє підприємство «Радсаду», яке відоме не лише в Україні, але й за її межами. За своїми якісними характеристиками вона нічим не гірша за відомі українські марки. Підприємство займається виготовленням більш ніж 25-ти марок вина, сировина для яких вирощується у власних виноградниках [27]. Більш детально основні винні господарства Миколаївського регіону представлено на Рис. 2.5.



Рис. 2.5. Основні винні господарства Миколаївської області, пов'язані із винним туризмом [13]

Одним із найбільш традиційних регіонів України щодо виробництва вин вважається Закарпаття. При цьому, особливістю даного регіону у порівнянні з південними територіями є те, що практично відсутні великі підприємства. Більша частина виробничих потужностей розташовується у приватних домоволодіннях чи колишніх радгоспах. Щорічний обсяг виробництва вина такими підприємствами складає від однієї до декількох десятків тисяч літрів вина [21, с. 878].

Географічне розташування винних господарств на території

Закарпаття свідчить про існування таких об'єктів майже в кожному районі, проте на сьогоднішній день вони не функціонують взагалі чи виготовляють символічні обсяги вина. Найвідомішими виродниками вина на Закарпатті можливо віднести наступних: орендне підприємство «Ужгородський коньячний завод», АПТП «Бобовище», АПТП «Мукачівський», АПФ «Леанка» та інші [6]. Більш детально основні винні господарства Миколаївського регіону представлено на Рис. 2.6.



Рис. 2.6. Основні винні господарства Закарпатської області, пов'язані із винним туризмом [13]

У зв'язку із вищевикладеним можливо зробити висновок, що Україна є багатою на регіони, в яких можливо розвивати винний туризм. Туристи можуть насолоджуватися українським винним різноманіттям у Херсонській, Миколаївській, Одеській та Закарпатській областях. Не зважаючи на те, що південним винним центром прийнято вважати Одеський регіон, проте на території Херсонської та Миколаївської областей також існують великі виноробні підприємства, які заслуговують на увагу з боку туристів. Це зумовлено значним ресурсним потенціалом, значними площами виноградників, а також красою місць, в яких вони розташовані. Значні туристичні перспективи для розвитку винного туризму також має і Закарпаття, оскільки існує можливість для їх поєднання із різноманітними культурними програмами.

РОЗДІЛ 3

ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Винні тури країнами Європи

На сучасному етапі економічного розвитку європейських країн, все більшої популярності набуває винний туризм. Він сприяє отриманню високих доходів, оскільки поєднується з іншими формами туризму, слугуючи додатковим елементом до основних туристичних програм та маршрутів. До того ж, його значимість обумовлюється різноманітними культурно-пізнавальними та гастрономічними чинниками, оскільки саме виноробство визнається однією з найдавніших традицій народів. Отже, саме завдяки винному туризму можливо підвищити зацікавленість до культури певної нації, звичаїв, національної специфіки господарства та гастрономічних вподобань. Також, винний туризм позитивно впливає на розвиток недостатньо розвинутих аграрних регіонів Європи та світу в цілому, підвищуючи обсяги надходжень до місцевих бюджетів.

Винні тури, що пов'язані із культурно-пізнавальною діяльністю, мають на меті ознайомлення із традиційними аспектами зайняття виноробством, використання оригінальних технологій, асортиментом місцевих сортів вин та їх дегустацією, а також пізнання історичних етапів розвитку виноробства [22]. Переважно до туристичних програм віднесено проведення пізнавальних екскурсів по виноградним плантаціям та винному виробництву, а також прийняття участі у тематичних культурних заходах.

Подорож по національним «винним стежкам» з екскурсіями по виноградникам, центрам виноробства, «столиць вина», погребів та ресторанів, позитивно впливає на підвищення зацікавленості туристів з усього світу та є поширеними у таких країнах як Греція, Німеччина, Італія, Франція, Португалія, Іспанія тощо. У більшості виноробних країн

вже давно сформовано «винні шляхи», початком яких є виноградники, потім виноробне підприємство та складські приміщення, та закінчуються центрами продажу. З метою підвищення туристичної привабливості винного регіону, до них практикується включення старовинних замків, фортець та інших пам'ятних місць. В якості прикладу можливо звернути увагу на туристичні маршрути, які є популярними в Італії та називаються ««Strada di Chianti» та «Strada del Vino». Проте, найбільш відомим є винний маршрут, що отримав назву «Castello di Volpaia», що проходить через виноробню, розташовану в центрі Тоскани, будівництво якої датується XI століттям [38].

На сьогоднішній день туристичний ринок в Європі пропонує надання великої кількості послуг, спостерігається запровадження інноваційних технологій та формування нових галузей. Актуальним питанням є доповнення нових туристичних турів спеціальними програмами. Ще у 2010 році у Лісабоні при проведенні конференції Всесвітньої туристичної організації було представлено результати дослідження «Tourism 2020 Vision», у відповідності до якого саме винний туризм стане одним із найбільш популярним різновидом туризму в майбутньому [40].

Розширення спектру туристичних послуг є можливим шляхом проведення тематичних фестивалів чи інших заходів, що приваблює ще більшу кількість туристів та виступає в якості засобу забезпечення туристичного сезону протягом цілого року. На території Європи протягом багатьох років організуються та проводяться різноманітні винні фестивалі та свята. До найбільш відомих серед них можливо віднести наступні: Bordeaux fete le vin (винний фестиваль Борд); Madeira Wine Festival (винний фестиваль Мадейри); Beaujolais Nouveau (Божоле Нуво); Cantine Aperte (День відкритих винних льохів в Італії); Moselweinfeste (Мозельський винний фестиваль); Stuttgart Wine Village (винний фестиваль у Штуттгарті); Tokaji Borok Fesztiválja (Токайський

винний фестиваль); Rioja Harvest Festival (Свято збирання врожаю в Ріоці); Neustadt Grape Harvest Festival (Фестиваль врожаю в Нойштадт); Prague Wine Week (Празький тиждень вина) та інші [38]. Специфіка будь-якого із вище представлених заходів полягає у тому, що вони організовуються окремими виноробними регіонами. Подібні заходи організовуються і в Україні, наприклад, на території Закарпаття існують такі фестивалі на честь «Червоного вина», «Французького Божоле», «Білого вина» тощо [6].

У відповідності до оцінок фахівців, на сьогоднішній день обсяг виробництва винної продукції складає 180 млрд. дол. США [41]. До того ж, винний туризм починає сприйматися в якості сектора економіки, значення та роль якого зростає в аграрних регіонах наступних європейських держав: Італія, Румунія, Болгарія, Угорщина, Франція, Іспанія, Греція та інші. До того ж, саме зростання кількості туристів забезпечує загальний розвиток сільських регіонів, оскільки збільшується кількість робочих місць та обсяг доходів.

Спостерігається активний розвиток нових туристичних регіонів європейського континенту, зокрема таких держав як Болгарія, Румунія, Угорщина та Хорватія. Так, у 2011 році завдяки залученню австрійських інвестицій у Румунії було відкрито виноробний центр «Lacerta»; у 2012 році урядом Румунії було виділено кошти на реалізацію туристичних винних маршрутів [37].

На підтвердження зростання зацікавленості у винному туризмі в Європі можливо привести той факт, що було створено наступні інституції з питань розвитку та співробітництва у виноробній сфері як Асамблея європейських виноробних регіонів, Європейської Ради винних регіонів та Конференція європейських виноробних регіонів. Ключовим завданням зазначених інституцій виступає розробка та практична реалізація стандартів проведення дозвілля туристами, а також підвищення рівня винної культури та зазначеного напрямку туризму в

цілому.

У системі Європейської Ради винних регіонів здійснює діяльність мультимедійна мережа «Dionysus», діяльність якої спрямована на популяризацію місцевих європейських виробників винної продукції. У 2016 році в Грузії було проведено Всесвітню конференцію з винного туризму, метою якої виступала координація усіх напрямів розвитку винного туризму на європейському континенті, а також залучення до участі у цьому процесі нових виноробних країн [30]. Саме завдяки створенню подібних міжнародних інституцій та проведення таких заходів можливо стверджувати про активізацію розвитку винного туризму як однієї з ключових галузей. У процесі роботи зазначених структур формуються нові стандарти якості обслуговування, у тому числі й туристичного, а також вивчаються перспективи розвитку винного туризму [27].

У зв'язку із вищевикладеним можливо зробити висновок, що винний туризм визнається однією із найперспективніших сфер туристичного обслуговування на європейському континенті, в основу якого покладено поєднання винного виробництва та інших сфер досліджуваної індустрії. Значення винного туризму зростає з кожним роком, що пов'язано із розширенням географії та спектру пропонованих послуг. Лідируючі позиції на ринку винного туризму займають Італія, Франція, Іспанія, Греція, Німеччина та Португалія. При цьому, спостерігається нарощування туристичного потенціалу в даній сфері Хорватією, Болгарією, Словенією, Румунією та Угорщиною. Додатково має місце об'єднання зусиль у напрямку стандартизації винного туризму в Європі та створення спеціалізованих міжнародних інституцій.

3.2. Винний туризм як інноваційний напрямок туристичного ринку

Виноробна економіка зазнає серйозних змін та постійно зосереджена на пошуку нових шляхів виділитися серед конкурентів і забезпечити успіх. Конкурентна боротьба посилюється шляхом виведення на ринок вин з-за кордону, зростання комерційного тиску і зростання значення Інтернету як платформи для інформації та каналу для комерційної діяльності. До того ж спостерігаються зміни у клієнтських вимогах, у зв'язку із чим винороби повинні спрямовувати власні зусилля на нові напрями діяльності [39].

На сьогоднішній день до категорії інноваційних різновидів туризму прийнято відносити такі як: діловий (корпоративний чи бізнес-туризм, навчальний або освітній, подієвий, екотуризм, агротуризм, активний та екстремальний, екзотичний чи пригодницький, нові різновиди культурно-екскурсійного туризму, хобі-туризм, шопінг-туризм, таймер та комбіновані тури [17, с. 39]. У контексті досліджуваного питання, на особливу увагу заслуговує саме комбінований туризм, який визнається формою інноваційного туризму.

Винний туризм можливо поєднувати із подієвим, оскільки мова йде про відвідування різноманітних свят, карнавалів та фестивалів. Такий вид туризму прийнято поєднувати із весіллям, днем народження чи різноманітними святами. Враховуючи те, однією із форм родієвого туризму виступає театральне дійство, що присвячене певним історичним подіям чи організовується в художньому осмисленні, то є можливим його поєднувати із дегустацією вина. Так, екскурсію на виноробному підприємстві чи дегустацію можливо поєднати з представленням певної художньої постановки, зобов'язуючи туристів приймати активну участь у таких діях.

В сучасному суспільстві є актуальним питання поширення екотуризму, в рамках якого об'єднуються люди, метою подорожей яких виступає наукове пізнання наукового і природнього середовища, що приносить прибуток місцевим жителям. Найбільш популярним зазначений різновид туризму є в Європі та Америці, набуваючи поширення й в Україні. У цьому зв'язку є можливим поєднати винний туризм з відвідуванням об'єктів природно-заповідного фонду, у процесі чого винні дегустації проводити на території природних територій, наприклад, заповідників, ботанічних садів чи національних парків.

Специфіка винного туризму як інноваційного напряму туристичної діяльності полягає у тому, що він вимагає забезпечення цілої низки умов його ефективного провадження. До таких умов можливо віднести наступні: пропозиція оригінальної продукції, її різноманіття та диференціація; розумне співвідношення між критеріями ціни та якості; забезпечення інформаційної та маркетингової підтримки; забезпечення високого рівня кваліфікації персоналу; розвиток місцевої та загальнодержавної інфраструктури; здійснення позитивного впливу на культуру споживання та дотримання здорового способу життя; підвищення показників притоку туристів у регіоні; розвиток виноробних підприємств, підвищення обсягів прямого та оптового продажу [2].

У науковій літературі зазначається, що найбільш перспективними різновидами винного туризму є наступні: культурно-пізнавальний, рекреаційно-оздоровчий, винний сільський зельний та агротуризм, винно-розважальний, діловий (освітчий чи науковий). Так, одним із інноваційних напрямів винного туризму визнається енагастрономічний, сутність якого полягає у підборі вина до конкретної страви для отримання приємного смакового поєднання. У процесі таких подорожей туристи мають змогу ознайомитися із культурними аспектами споживання винної продукції та специфікою його поєднання з іншими харчовими продуктами, зокрема м'ясом, рибою чи сиром [10].

Наступним інноваційним напрямом винного туризму є рекреаційно-лікувальний, що полягає у наданні послуг лікувального, профілактичного або косметологічного спрямування, використанні вина та винограду з метою лікування, наприклад, проведення винотерапії, енотерапії та ампелотерапії). Винотерапія полягає у реалізації комплексу заходів лікувального, оздоровчого або косметологічного характеру, що ґрунтуються на цілющих властивостях вина. У свою чергу, ампелотерапія передбачає використання виноградних кісточок та листя для досягнення лікувальних та косметологічних цілей [4, с. 17].

У відповідності до позиції Т.І. Божук і Л.А. Прокопчук, найбільш ефективною формою виступає співвідношення винного та сільського туризму. Забезпечення можливості проживати туристам у сільському регіоні сприяє можливості долучатися до процесів вирощування та збирання виноградної продукції, виробництва вин та навчання культури його споживання. До того ж, реалізація екскурсійної програми, що простягається через регіональні туристичні маршрути, відвідуванням музеїв та замків, достатньо вдало поєднується із вечірніми дегустаціями вина та придбанням сувенірної продукції [6, с. 175].

Наступним підвидом винного туризму є ділові винні тури, які мають за мету участь у професійних зібраннях, конкурсах, конференціях з енології та виноробства, а також у винних аукціонах, які є своєрідним дзеркалом розвитку галузі, джерелом інформації, барометром цін, засобом прогнозування кон'юнктурних змін, як у туризмі, так і у виноробній галузі [10, с. 70].

У системі сучасної маркетингової стратегії особливу роль відведено організації та проведенню виставкових заходів. Саме прийняття участі у процесі функціонування виставок та ярмарок визнається ефективним і потужним інструментом для формування комунікаційних стратегій та іміджу підприємства у цілому. У контексті

досліджуваного питання найбільш популярними виноробними виставковими заходами виступають наступні:

- VINITALY (Італія) – міжнародний виставковий захід, присвячений винам та спиртним напоям;
- ProWein (Німеччина) – міжнародний виставковий захід, присвячений рекламі вин та інших спиртних напоїв;
- Gourmet Selection (Франція) – виставковий захід, присвячений гастрономічним товарам та винам;
- Unified Wine & Grape Symposium (США) – виставковий захід та проведення симпозіуму, присвячених виноробству;
- InterWine China (Китай) – міжнародний виставковий захід, присвячений винам, пивоварінню та технологіям їх виготовлення [1, с. 8].

Враховуючи те, що винний туризм виступає в якості одного з інноваційних видів туристичної діяльності, доцільно виділити ключові напрями його розвитку, що спрямовані на підвищення уваги до такої сфери. До таких напрямів прийнято відносити наступні:

проведення інвентаризаційних заходів та створення опису винних шляхів на території України;

формування стандартизованих систем піктографічних відомості протягом винних маршрутів та в межах окремих об'єктів винного туризму;

забезпечення консалтингової підтримки новостворених винних шляхів, їх розвитку та ефективного функціонування;

розвиток маркетингу винного туризму, поширення відомостей про особливості винних турів, фестивалів, створення нових об'єктів;

інформаційне забезпечення розвитку винного туризму із використанням мережі Інтернет, налагодження співпраці між державами у зазначеній сфері, проведення наукових досліджень, створення фахових видань та взаємодія із засобами масової інформації [2].

У зв'язку із вищевикладеним можливо зробити висновок, що на сьогоднішній день винний туризм надає можливість для реалізації достатньо широкого спектру туристичної діяльності, зокрема, відвідування виноградників, дегустація різноманітних сортів вина на місці їх безпосереднього виготовлення; ознайомлення з історичними етапами розвитку виноробної діяльності; прийняття участі у майстер-класах та виставках; відвідування ресторанів, у яких пропонуються послуги з дегустації тощо. Отже, більшість виноробних регіонів повинні активізувати подальший розвиток винного туризму та посилювати зацікавленість потенційних споживачів. Цього можливо досягти завдяки організації подорожей до історичних місць та виноробних підприємств, розширення туристичної інфраструктури та використання спрощених візових систем (для іноземних відвідувачів), а також організації спеціальних тематичних заходів.

3.3. Організація проведення винного туру в Україні

Практична можливість для розробки та реалізації на практиці цікавого та якісного туристичного продукту перебуває у залежності від існування та фактичного стану туристичних ресурсів, що полягає в існуванні цілої сукупності туристично-рекреаційного потенціалу регіону, який відіграє мотиваційне значення у процесі прийняття рішення про здійснення такої подорожі, а також при використанні у туристичній діяльності для створення конкретного туру, що безпосередньо пов'язано із об'єктами природного та культурного надбання. Зайняття винним туризмом на півдні України є можливістю для подальшого інноваційного розвитку туристичної діяльності, для якого характерні специфічні туристичні ресурси. Найбільш цікавими у контексті даного питання можливо визнати територію заводу «Коблево»

у Миколаївській області, оскільки він розташований на території Тилігульського регіонального ландшафтного парку.

У цьому зв'язку пропонуємо спеціальний дводенний винний тур «Винна краса Миколаївщини» за маршрутом, представленим на рис. 3.1.

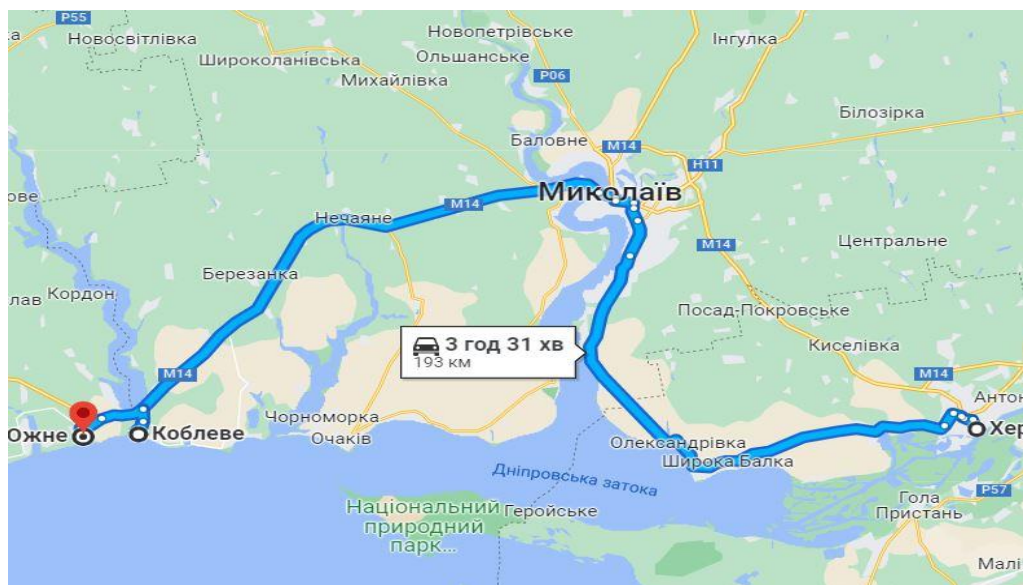


Рис. 3.1. Маршрут дводенного винного туру «Винна краса Миколаївщини»

Початком маршруту є м. Херсон, потім винний завод «Коблево», дегустаційна програма, екскурсія по території Тилігульського регіонального ландшафтного парку, м. Южне та повернення групи м. Херсона. Запропонований маршрут розрахований на молодь, людей середнього та похилого віку. При цьому, такий тур не рекомендовано пропонувати родинам із дітьми, оскільки для них така подорож може бути достатньо складною.

Тривалість запропонованого винного туру становить 2 дні/1 ніч, вартістю 1 225,72 грн. на одну особу. Програма передбачає відвідування окремих локацій. Винний тур «Винна краса Миколаївщини» передбачає проведення екскурсії на заводі «Коблево», прийняття участі у дегустації вина, прогулянка по території Тилігульського регіонального ландшафтного парку, а також відвідування м. Южне. Більш детально програму винного туру «Винна краса Миколаївщини» представлено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Програма винного туру «Винна краса Миколаївщини»

Час	Вид діяльності	Примітки
День 1		
4:30	Збір групи у м. Херсон на автовокзалі	
5:00	Відправлення	
7:30	Зупинка на 15 хвилин	
8:30	Прибуття на завод «Коблево»	Прогулянка по виноградникам; ознайомлення із сортами вирощуваного винограду; екскурсія на підприємстві; отримання інформації про історичні аспекти створення та розвитку заводу, а також технологічні особливості виготовлення готової продукції.
9:30	Дегустація	Дегустація вин наступних марок: Кагор Кара-Баш, Совіньйон, Сапераві, Шато Ларош та Мускат напівсолодкий
10:30	Вільний час	Можливість придбати продукцію заводу-виробника
11:00	Прибуття та прогулянка у парку	Екскурсія по території Тилігульського регіонального ландшафтного парку
13:00	Обід у ресторані «Фест»	Не входить у вартість туру
Час	Вид діяльності	Примітки
День 1		
14:00	Відправлення до м. Южне	
15:30	Прибуття до м. Южне	Вільний час
20:00	Поселення у готель. Вечеря	Вечеря не входить у вартість туру
День 2		
7:00	Сніданок. Виселення	Сніданок не входить у вартість туру
8:00	Відправлення до м. Херсон	
11:00	Прибуття до м.Херсон (автовокзал)	

Вартість запропонованого туру включає в себе наступні витрати та відвідування таких локацій: проїзд за маршрутом, відвідування заводу «Коблево», відвідування території Тилігульського регіонального ландшафтного парку, проживання в готелі. Більш детально розрахунок вартості туру представлено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Розрахунок вартості туру «Винна краса Миколаївщини» (10 осіб та 2 гіда)

Собівартість послуг	
Транспортні послуги	367,2 км (відстань з Херсона до м. Южне та назад + маршрут) * 10 грн. = 3 672,00 грн.
Проживання в отелі «Комфорт»	750,00 грн. (вартість одного двохмісного номеру категорії стандарт) * 6 = 4 500,00 грн.
Загальна вартість послуг	3 672,00 + 4 500,00 = 8 172,00 грн.
Податки та винагорода співробітників	
Розмір адміністративних витрат і податкових платежів 20 %	30 060,00 * 0,2 = 1 634,40 грн.
Вартість послуг гіда 10 %	30 060,00 * 0,1 = 817,20 грн.
Винагорода туроператора 20 %	30 060,00 * 0,2 = 1 634,00 грн.
Вартість туру на 1 особу	(8 172,00 + 1 634,00 + 817,20 + 1 634,00) / 10 = 1 225,72 грн.

У зв'язку із вищевикладеним можливо стверджувати, що винний туризм виступає в якості одного із найбільш перспективних напрямів розвитку екологічного туризму, а також даного напрямку на території південного регіону в цілому. Запропонований вище винний тур сприятиме зацікавленню у майбутньому не лише до зайняття таким видом туризму не лише населення нашої держави, але й залученню іноземних туристів.

Оскільки для Миколаївської області є притаманним достатньо велике різноманіття підприємств виготовлення вина, наявність великої кількості локацій з різними туристичними пам'ятками, зазначений регіон володіє потужною базою та потенціалом для популяризації винних турів в якості інноваційних та перспективних векторів диверсифікації туристичної галузі на цих територіях через призму сталого розвитку туристичної діяльності. Винний туризм, який не вимагає додаткового будівництва дороговартісних інфраструктурних об'єктів, сприяє оздоровленню туристів, їх духовному розвитку та

зростанню рівня екологічної культури не лише останніх, але і місцевого населення.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження можливо сформулювати наступні висновки.

1 Винний туризм є спеціалізованим різновидом туризму, сутність якого полягає в ознайомленні з історичними подіями, технологічними та культурними аспектами вживання винної продукції у різних регіонів та їх дегустацією безпосередньо у місці виготовлення. Досліджуваний різновид туризму передбачає реалізацію цілої низки заходів, серед яких нами виділено наступні: відвідування виноградних плантацій, участь у дегустації місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологічними особливостями виготовлення винної продукції, а також прийняття участі у різних заходах, пов'язаних із виноробством.

2 Комплексні характеристики винного туризму зумовлює потребу у використанні різноманітних системних підходів до вивчення зазначеної галузі. Серед ключових методів дослідження винного туризму нами виокремлено наступні: інституційний, економічний, соціологічний, географічний, міждисциплінарний, методики районування та парадигми.

3 Можливість досягнення позитивних результатів у процесі розвитку винного туризму є можливим виключно при ефективному використанні виробничого, ресурсного, інвестиційно-інноваційного та туристично-рекреаційного потенціалу окремих регіонів. До того ж, звернуто увагу на те, що найбільш перспективними регіонами для зайняття винним туризмом є Закарпатська область та Південний регіон, на території яких розташовані найбільші виробники винної продукції в Україні, внаслідок чого існує потреба у надання сприяння з боку владних інституцій у напрямку розвитку вітчизняного бренду та його представлення на світовому ринку.

4 Винний туризм є достатньо поширеним у світі, проте його

центром прийнято вважати Європу. Це обґрунтовується тим, що саме європейські країни визнані одними із найбільших у світі виробників та експортерів винної продукції, у зв'язку із чим займає лідируючі позиції за кількістю туристів. Україна також є однією із європейських держав, яка володіє достатньо розвиненим виноробним комплексом, що дозволяє виробляти різні види винної продукції.

5 Винний туризм можливо розглядати в якості потужного маркетингового інструменту просування винної продукції вітчизняних виробників та світовий ринок. Українська виноробна продукція є цілком конкурентоспроможною на світовому ринку, оскільки характеризується смаком та низькою вартістю. Традиційними центрами винного туризму в Україні виступають Херсонська, Миколаївська, Одеська та Закарпатська області, оскільки саме в цих регіонах виготовляється найбільша кількість винної продукції. З метою підвищення обсягів реалізації продукції та зростання зацікавленості у винному туризмі найбільшими заводами-виробниками створено дегустаційні та експозиційні зали. Такі зали існують при наступних завода-виробника вина в Україні: ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винні заводи «Інкерманський» та «Коктебель» тощо.

6 Україна є багатою на регіони, в яких можливо розвивати винний туризм. Так, туристи можуть насолоджуватися українським винним різноманіттям у Херсонській, Миколаївській, Одеській та Закарпатській областях. Не зважаючи на те, що південним винним центром прийнято вважати Одеський регіон, проте на території Херсонської та Миколаївської областей також існують великі виноробні підприємства, які заслуговують на увагу з боку туристів. Це зумовлено наявністю значного ресурсного потенціалу, тобто великих площ виноградників, а також красою тих місць, в яких вони розташовані. Значні туристичні перспективи для розвитку винного туризму також має

і Закарпаття, оскільки існує можливість для їх поєднання із різноманітними культурними програмами.

7 Винний туризм визнається однією із найперспективніших сфер туристичного обслуговування на європейському континенті, в основу якого покладено поєднання винного виробництва та інших сфер досліджуваної індустрії. Значення винного туризму зростає з кожним роком, що пов'язано із розширенням географії та спектру пропонованих послуг. Лідуючі позиції на ринку винного туризму займають Італія, Франція, Іспанія, Греція, Німеччина та Португалія. При цьому, спостерігається нарощування туристичного потенціалу в даній сфері Хорватією, Болгарією, Словенією, Румунією та Угорщиною. Додатково має місце об'єднання зусиль у напрямку стандартизації винного туризму в Європі та створення спеціалізованих міжнародних інституцій.

8 На сьогоднішній день винний туризм надає можливість для реалізації достатньо широкого спектру туристичної діяльності, зокрема, відвідування виноградників, дегустація різноманітних сортів вина на місці їх безпосереднього виготовлення; ознайомлення з історичними етапами розвитку виноробної діяльності; прийняття участі у майстер-класах та виставках; відвідування ресторанів, у яких пропонуються послуги з дегустації тощо. Отже, більшість виноробних регіонів повинні активізувати подальший розвиток винного туризму та посилювати зацікавленість потенційних споживачів. Цього можливо досягти завдяки організації подорожей до історичних місць та виноробних підприємств, розширення туристичної інфраструктури та використання спрощених візових систем (для іноземних відвідувачів), а також організації спеціальних тематичних заходів.

9 Оскільки для Миколаївської області є притаманним достатньо велике різноманіття локацій виготовлення вина, наявність великої кількості локацій з різними туристичними пам'ятками, зазначений регіон володіє потужною базою та потенціалом для

популяризації винних турів в якості інноваційних та перспективних векторів диверсифікації туристичної галузі на цих територіях через призму сталого розвитку туристичної діяльності. Винний туризм, який не вимагає додаткового будівництва дороговартісних інфраструктурних об'єктів, сприяє оздоровленню туристів, їх духовному розвитку та зростанню рівня екологічної культури не лише останніх, але і місцевого населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1 Баглей Д.В., Мотузенко О.О. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях. Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. 2014. № 10. С. 3–15.
- 2 Басюк Д.І. Інноваційні принципи розвитку винного туризму в Україні. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:39BdGIB1x6gJ:www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/econrig_2014_5_15.pdf&cd=18&hl=uk&ct=clnk&gl=fr. (дата звернення: 21.09.2022).
- 3 Басюк Д.І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму. Географія та туризм. № 19. 2012. С. 28-37.
- 4 Басюк Д.І. Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні: автореф. дис... д-ра екон. Наук: спец.: 08.00.03 «Економіка і управління національним господарством». Київ: НУХТ. 2015. 42 с.
- 5 Басюк Д.І., Бедещенкова К.С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer34/435.pdf>. (дата звернення: 12.09.2022).
- 6 Божук Т.І., Прокопчук Л.А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку. № 6. 2011. С.171-177.
- 7 Війна з виноробством: частина 2. URL: <https://nataliiawines.com.ua/ua/voyna-s-vinodeliyem-chast-2>. (дата звернення: 17.09.2022).

- 8 Виноградарі та винороби України. URL: <http://awwu.com.ua/>. (дата звернення: 12.09.2022).
- 9 Головне управління статистики України. URL: (дата звернення: 06.09.2022).
- 10 Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gorshkova.htm. (дата звернення: 11.09.2022).
- 11 Губська А.В. Новітні різновиди туризму в Україні: винний туризм. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilovepdf>. (дата звернення: 05.09.2022).
- 12 Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2004. 192 с. URL: <https://buklib.net/books/30426/>. (дата звернення: 11.09.2022).
- 13 Дорога вина на смаку. URL: <https://www.mandria.ua/bosniahrz/delicious/97685>. (дата звернення: 06.09.2022).
- 14 Жданова Л., Чернявська Т. Стратегічні перспективи регіонального розвитку виноробства та енотуризму в Україні. URL: http://eprints.kname.edu.ua/60651/1/%D0%A0%D0%9C%D0%92_2021-128-130.pdf. (дата звернення: 12.09.2022).
- 15 Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін.. Винний туризм. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В. 2012. 472 с.
- 16 Ковешніков В.С., Гармаш В.В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2017. №4. С. 32-37.
- 17 Ковешніков В.С., Ліфіренко В.С., Стукальська Н.М. Інноваційні види туризму. Інвестиції: практика та досвід. № 4. 2016. С. 38-44.
- 18 Коцан Н., Коцан Р., Сахнюк А. Методологічні основи дослідження туризму в регіоні. URL:

https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IgaT92m_8pgJ:http://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/download/183/176&cd=6&hl=uk&ct=clnk&gl=fr. (дата звернення: 11.09.2022).

19 Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva10.htm. (дата звернення: 12.09.2022).

20 Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/matveev.htm. (дата звернення: 12.09.2022).

21 Машіка Г. Теоретичні підходи до розвитку винного туризму Закарпатської області. Економіка і суспільство. № 3. 2017. С. 878-881.

22 Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Науковий вісник ОНЕУ. № 1. 2013. С. 29-41.

23 Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України. Агросвіт. 2013. № 22. С. 46-52.

24 Осипов В. Виноградарство та виноробство України. Сучасний стан, проблеми, тенденції розвитку. Економіст. 2015. № 5. С. 28-31.

25 Офіційний сайт асоціації виноградарів і виноробів України. URL: <http://awwu.org.ua> (дата звернення: 13.09.2022)

26 Патійчук В.О., Оболончик А.В. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/29/1242/>. (дата звернення: 12.09.2022).

27 Патійчук В.О. Особливості організації гастрономічних турів. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. № 4. 2017. С. 26-34.

28 Патійчук В., Кирик А. Особливості сучасного розвитку

винного туризму в Молдові. Науковий вісник східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. № 1. 2019. С. 97-105.

29 Пергат А.П. Винный туризм Украины, как составляющая винных туров Европы. Культура народов Причерноморья. № 7. 2012. С. 85-89.

30 Петліна Д.В. Аналіз міжнародного досвіду розбудови еногастрономічного туризму (освітній та організаційний аспекти) у контексті розвитку виноградарських та виноробних територій України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/petlina.htm. (дата звернення: 13.09.2022).

31 Про туризм: Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995 року. ВВР, 1195, № 31, ст. 24.

32 Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред.. В.Г. Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.

33 Саламатіна С. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на Півдні Одещини. Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. № 46. 2014. С. 325-329.

34 Стало відомо, як виноградарська галузь України адаптувалась до умов війни. URL: <https://agrotrend.com.ua/stalo-vidomo-yak-vynogradarska-galuzi-ukrayiny-adaptuvalas-do-umov-vijny/>. (дата звернення: 17.09.2022).

35 Ткаченко О. Інноваційні складові стратегічного розвитку виноробних підприємств України. Економіка харчової промисловості. 2016. № 1. С. 55-61.

36 Юхновська Ю.О. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу України та регіонів. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: економіка і управління. № 4. 2019. С. 54-59.

37 Hall M. Wine Tourism Around the World. Camboune Brock, Macionis Nik. Winepress Ltd., 2011. 312 p.

38 Peoples Niche Trend in the Tourism Market: Wine Tourism in

Italy. URL: https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peeples_Sarah_WineTouris.mItaly.pdf?sequence=7. (дата звернення: 13.09.2022).

39 Ratz J., Dreyer A. Major Attributes of Tourism Attractiveness of Wineries and Their Influence on Direct Sales. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XJIIb-DqF54J:academyofwinebusiness.com/wp-content/uploads/2014/07/TE03_Ratz_Juliane.pdf&cd=6&hl=uk&ct=clnk&gl=us. (дата звернення: 13.09.2022).

40 Tourism: 2020 Vision. Executive Summary Updated. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284403394>. (дата звернення: 12.09.2022).

41 World Tourism Organization. URL: <http://www2.unwto.org/ru>. (дата звернення: 12.09.2022).