

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.,
«____» _____ 2021 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

Винний туризмв Україні – регіональний аспект

Виконавець: студент 414 групи Шуляк Денис Анатолійович

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства **Руднева Марина Григорівна**

Нормоконтролер: _____ **Борисюк Оксана Анатоліївна**
(підпис) (П.І.Б.)

КИЇВ - 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Шуляка Дениса Анатолійовича
(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Винний туризм в Україні – регіональний аспект»,
затверджена наказом ректора № 688 /ст від «29» квітня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «17» травня 2021 р. по «20» червня 2021 р..

3. Вихідні дані роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу законодавчих актів з питань туристичної діяльності, наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували винний туризм, матеріалів періодичних видань, статистичних даних, інформаційних ресурсів мережі Інтернет.

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Науково-теоритичні основи дослідження винного туризму.

РОЗДІЛ 2. Аналіз сучасного стану винного туризму в Україні.

РОЗДІЛ 3. Перспективи розвитку винного туризму в Україні.

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу:

Рис. 1.1. Складові винного туризму; Рис.1.2. Специфіка обслуговування туристичного продукту винного туризму; Рис.1.3. Основні види винного туризму;

Рис. 1.4 Загальний обсяг споживання вина у світі в 2008–2020 рр; Рис1.5 Порівняльна характеристика обсягів виробництва вина України та Італії, млн. гектолітрів; Рис. 2.1. Динаміка обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2012–2019 рр.; Рис. 2.2. Карта виноградних зон України; Рис. 2.3. Розподіл виробництва виноробної продукції за регіонами України в 2019 році; Рис. 3.1. Проблеми в просуванні українських винних турів; Рис. 3.2. Перспективи розвитку винного туризму в Україні; Рис. 3.3. Напрями підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні; Рис. 3.4. План винного туру «Виноробнями Півдня»; Рис. 3.5. Карта туристичного маршруту;

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04 - 02.05 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05 – 07.05 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основи винного туризму. Написати першій розділ.	08.05 - 10.05 2021 р.	Виконано
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку винного туризму в Україні. Написати другий розділ роботи.	11.05 - 15.05 2021 р.	Виконано
5.	Виявити проблеми і перспективи розвитку винного туризму в Україні. Написати третій розділ роботи та висновки.	16.05 - 22.05. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	23.05 - 28.05 2021 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	29.05 - 01.06 2021 р.	Виконано

8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	02.06 - 06.06. 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	16.06.2021	

7. Дата видачі завдання: «29» квітня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Руднєва М.Г.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Шуляк Д.А
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Винний туризм в Україні – регіональний аспект»: 53 с., 8 рис., 5 графіків, 47 літературних джерела.

Об'єкт дослідження: винний туризм.

Мета роботи: обґрунтування напрямів розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні.

Методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; системний аналіз; синтез; інформаційне моделювання; абстрагування.

Результати бакалаврської роботи можуть бути використані при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей міжнародного туризму, міжнародних відносин, країнознавства, а також як пропозиції щодо розробки стратегії розвитку винного туризму в Україні.

ВИНОРОБНІ ПІДПРИЄМСТВА, ВИННИЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ВИННИЙ ТУР, ТУРИСТИЙ КЛАСТЕР, РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИЗМ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Поняття винного туризму	9
1.2. Особливості розвитку винного туризму в Україні	12
1.3. Світовий досвід розвитку винного туризму	15
Висновки до першого розділу	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	22
2.1. Сучасний стан винного туризму в Україні	22
2.2. Дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні	26
2.3. Організація і особливості проведення винних турів на території України.....	29
Висновки до другого розділу	32
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	33
3.1. Шляхи вдосконалення винних турів в Україні.....	33
3.2. Розробка нового винного туру.....	41
Висновки до третього розділу	44
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	54

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Одним з перспективних напрямків розвитку сучасного ринку туристичних послуг є винний туризм – тематичний вид туризму, який передбачає ознайомлення з виробництвом, традиціями споживання, дегустацію і придбання алкогольних напоїв безпосередньо у виробника в конкретному регіоні. Тому дослідження теми обґрунтування розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні є надзвичайно актуальною.

Стан наукової розробки проблеми полягає у розкритті теоретичних та практичних щодо розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні віднесено праці таких дослідників як: Баглей Д. В., Басюк Д. І., Басюк Д. І., Божук Т. І., Горшкова Л. О., Іванов С. В., Любіцева О. О., Матвеев В. В., Михайлюк О. Л., Нездоймінов С. Г., Патійчук В. О., Руднева М. Г. Винний туризм та ін. Варто відзначити, що вітчизняними авторами були досягнуті наукові результати в галузі теоретичних основ вирішення проблем вдосконалення процесу розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні.

Об’єктом дослідження є винний туризм.

Предметом дослідження є сучасний стан та перспективи винного туризму України в регіональному аспекті.

Метою дипломної роботи є обґрунтування напрямів розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні.

Реалізація мети дослідження обумовила постановку та вирішення наступних завдань:

- визначити поняття винного туризму;
- дослідити особливості розвитку винного туризму в Україні;
- провести дослідження світового досвіду розвитку винного туризму;
- проаналізувати сучасний стан винного туризму в Україні;
- провести дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні;
- дослідити особливості організації процесу проведення винних турів на території України;

- обґрунтувати шляхи вдосконалення винних турів в Україні;
- розробити новий винний тур.

Теоретичною і методичною основою дослідження є законодавчі та нормативні акти України, наукові розробки вітчизняних та зарубіжних економістів щодо вдосконалення процесу розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні, інструктивні матеріали, інші періодичні видання, науково-дослідні розробки вищих навчальних закладів, тощо.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання для вивчення закономірностей розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні. Крім цього, використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; системний аналіз; синтез; інформаційне моделювання; абстрагування.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що у роботі сформульовані і обґрунтовані в дослідженні висновки і пропозиції можуть бути використані в подальших теоретичних дослідженнях підвищення розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні.

Апробація результатів дослідження. Результати наукового дослідження апробовано на міжнародній науково-практичній конференції.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття винного туризму

Винний – це окремий вид спеціалізованого (гастрономічного) туризму [7, с. 98]. Винний туризм, є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, що здатні генерувати істотні економічні і соціальні виплати для учасників туристичного ринку та місцевих виробників харчової продукції та напоїв [9, с. 69]. Винний туризм включає в себе:

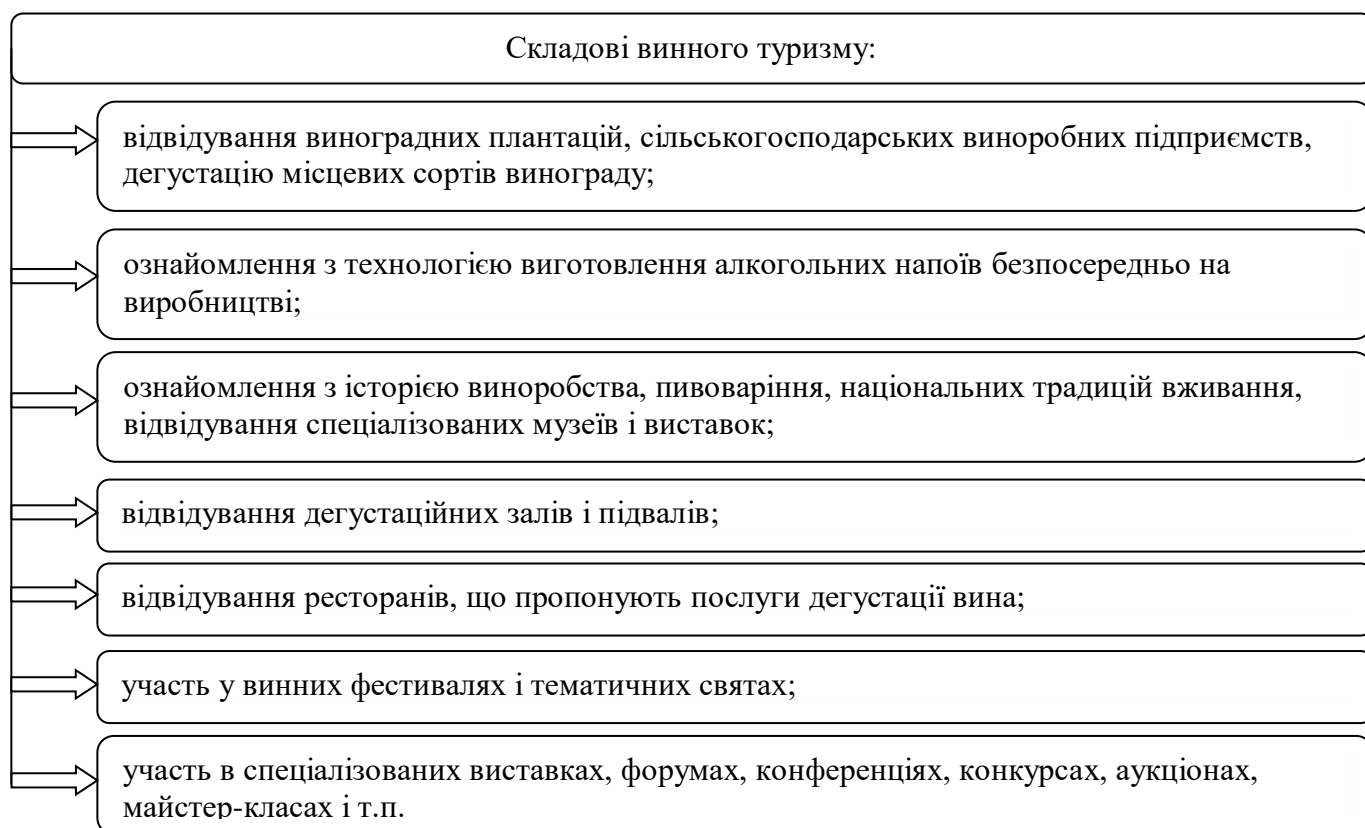


Рис. 1.1. Складові винного туризму

Джерело: [12, с. 212]

Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий і європейський ринок різними методами, в тому числі за допомогою винних турів всередині самої країни, які будуть розширювати уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних так і для іноземних

туристів (споживачів). З іншого боку винний туризм може стати додатковою статтею доходів для місцевих і державного бюджетів України [12, с. 213].

На жаль, на сьогодні винні тури недостатньо широко представлені на українському туристичному ринку, і далеко не всі туристичні компанії і туроператори можуть надати даний турпродукт по території України. Що стосується фундаментальних наукових досліджень українських авторів, з даної проблематики, то вони практично не ведуться. Було знайдено незначної кількості публікацій з цього питання. Більшість авторів не згадують в своїх роботах даний вид туризму взагалі, або коротко розглядають його в контексті зеленого туризму [2, с. 4]. У своїх роботах В. А. Рибінцев і Д. Хоффман стосуються цієї проблеми [28, с. 97]. Вони говорять про винному туризмі як інструменті пожвавлення господарської діяльності за рахунок припливу іноземних туристів, зокрема німців, до Криму на винні тури.

У своїх дослідженнях В. А. Рибінцев [28, с. 98] розглядає винний туризм як частину зеленого туризму, який сьогодні користується великою популярністю в світі, але в нашій країні починає тільки зароджуватися. Також В. А. Рибінцев пропонує приблизну програму такого туру, порівнюючи її з аналогами в Західній Європі. В результаті дослідження автор приходить до висновку, що відпочинок такого плану в Криму для іноземних туристів менш привабливий, ніж в Західній Європі [28, с. 98].

Принципова відмінність даного дослідження від проведених раніше полягає в тому, що ми пропонуємо виноробні тури по Україні для всіх туристів, як іноземних, так і вітчизняних, а також розглядаємо такий туризм не як частина зеленого, а як принципово новий напрямок в туризмі України. Виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства і заводи, що спеціалізуються на випуску виноградарсько-виноробної продукції.

Саме поняття «винний тур» пов'язано з відвідуванні виноробних регіонів, де в залежності від програми туру, подорож можуть супроводжувати цікаві події та

екскурсії. Це може бути участь у винних фестивалях, огляд древніх замків, відвідування багатовікових виноградників, погребів, дегустація місцевих вин, спілкування з майстрами-виноробами, вечерея за стародавніми традиціями, відвідування центрів винотерапії і навіть театралізовані дійства у винних підвалах.

Винний туризм як комплексний туристичний продукт включає набір основних, додаткових і супутніх послуг. З огляду на особливості кожного виду туризму, вони можуть бути традиційними і специфічними (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Специфіка обслуговування туристичного продукту винного туризму
Джерело: [10, с. 67]

Основний сенс винного туризму – простий, захоплюючись темою вина, людина акцентує увагу на нюансах: спостереження за дозріванням винограду, як місцеві жителі, того чи іншого регіону, доглядають за лозою і гронами, як збирають виноград, як з нього виробляють вино.

Осінь є найкращою порою року для винного туризму, адже саме восени, з кінця вересня по початок листопада, йде збір врожаю винограду. Саме в цей період року, можна взяти участь у зборі врожаю, так як виноград збирають в основному вручну, спробувати придушити виноград або ж зробити своє вино з особливим букетом, який придумаєте самі [24, с. 27].

Отже, сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо. Тому в усіх виноробних регіонах світу зараз намітилися тенденції щодо посилення та активізації подальшого розвитку винного туризму завдяки поширенню рекламної продукції місцевих виробників вина, залучаючи у цей процес усі наявні ресурси території – відвідування історичних пам'яток та виноробних заводів, розширення інфраструктури обслуговування туристів й запровадження спрощеної системи надання туристичних віз та організації ярмарок і виставок із продажу вина.

1.2. Особливості розвитку винного туризму в Україні

В Україні є ряд регіонів, в яких вдало поєднується географічні, екологічні, кліматичні, культурні та політичні умови для вирощування винограду та виробництва вин. У цих регіонах повинні бути організовані винні тури. Виноград теоретично може вирости на більшій частині території України за винятком крайніх північних і високогірних Карпатських районів (52-га паралель, що проходить трохи північніше Києва, вважається в Європі північною межею виноградарства), реально промислове виноградарство в Україні розвинене тільки в

Одеській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій та Закарпатській областях. Ми маємо позитивні чинники конкурентоспроможності українського виноробства, зокрема, низька вартість робочої сили в традиційних виноградарських районах. Українські вина значно дешевше аналогічних вин Європи, при цьому високої якості, а іноді і перевершують мирове аналоги.

Однак, на відміну від західно- і південно-європейських країн, в українських виноробів немає розкручених «брендів» тому серед «марочних» вин на світовому ринку вони конкурувати не в змозі. Серед «дешевих вин» конкуренція ще жорсткіша – світовий ринок переповнений вином з Чилі, ПАР, Австралії і США, де активно впроваджується «інтенсивне» виноробство, засноване на масованому застосуванні добрив і виведенні нових «сверхурожайних» сортів [46]. Саме винний туризм сприятиме рекламі українських вин, що так необхідно для вітчизняної виноробної продукції.

Цілі і методи винного туризму в повній мірі відповідають соціально-гуманітарних місії туристичної діяльності як найважливішого чинника діалогу культур, поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій інших народів, оскільки виноробство виступає невід’ємною частиною соціально-культурного спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу [6, с. 172].

У винному туризмі можна визначити кілька фундаментальних принципів: автентичність, атрактивність, культура споживання, комплексність. В Україні існують передумови для успішного розвитку винного туризму, оскільки держава входить в двадцять світових лідерів виробництва цього сонячного напою.

Ключовим фактором розвитку ринку винного туризму в Україні виступають підприємства і структури, пов’язані з виробництвом і продажем алкогольної продукції. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України становить в межах 20%, що є досить високим показником для економіки (для порівняння внесок туризму у ВВП України становить близько 1%) [15, с. 29].

Виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на

європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотурізм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винзаводу «Інкерманський», «Коктебель» і ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали. Так, при знаменитому винзаводі «Массандра» діє Музей виноробства і дегустаційний зал. Енотека підприємства включає більше 1 мільйона пляшок колекційних вин і занесена в Книгу рекордів Гіннеса. Під час екскурсії туристи відвідують унікальні Голіцинські підвали, де в дубовій тарі на витримці перебувають сухі, десертні, міцні і лікерні вина. Тут також можна придбати марочні і колекційні вина Масандри [42].

Популярністю серед туристів користується «Центр культури вина Шабо» (с. Шабо, Білгород-Дністровський район, Одеська область), розташований в 70 кілометрах від Одеси. Це перший і поки єдиний освітній комплекс в Україні, який об'єднує в собі унікальний музейний лабіринт, оригінальні культурні об'єкти, історичні винні підвали і сучасне високотехнологічне виробництво. «Центр культури вина Шабо» – це соціальний проект компанії «Шабо», включений до Європейської карту музеїв вина. Його головна мета – підвищення в Україні культури споживання вина, яке є мірилом цивілізації і надбанням національної культури, також підвищена увага до якості продукту. При сьогоdnішній практиці використання заміників – різноманітних домішок, концентратів, порошоків важливо ознайомити споживачів з справжнім смаковим багатством вина, навчити відрізняти натуральне вино від підробки [3, с. 28].

Практиками туристичного бізнесу і фахівцями – енологами розробляються тематичні винні маршрути. Зокрема, слід відзначити оригінальну туристичну поїздку «Винні перлини України» (Інститут туризму ФПУ, школа сомельє

«Мастер-клас»). Туристам пропонується 12-денний тур по найкращим виноробним і коньячним підприємствам України [19, с. 51].

Туристичним інформаційним центром Закарпаття на замовлення Асоціації приватних виноробів краю розроблений унікальний турпродукт «Винний шлях Закарпаття» та підготовлено екскурсів за маршрутом, розроблені анімаційні програми, щоб перетворити виноробні господарства в туристичні об'єкти підвищеної привабливості і продемонструвати збір винограду, гастрономічні традиції, культуру виноробства а також запропонувати дегустацію вина і традиційні сувеніри.

1.3. Світовий досвід розвитку винного туризму

Туризм в сучасному світі є невід'ємною складовою сталого розвитку будь-якого регіону. Сталий розвиток туризму базується на доктрині сталого розвитку, яка спрямована на зміну відносин людини і природи заради розширення можливостей економічного зростання, і на створення скоординованої глобальної стратегії виживання людства, орієнтованої на збереження і відновлення природних спільнот в масштабах, необхідних для повернення до меж господарської місткості біосфери [22, с. 29].

Найбільш відомим виноробним регіоном світу вважається Європейський. Серед лідерів цього напрямку є такі країни як Італія, Франція, Іспанія, Португалія та Угорщина. Користуючись все більшою популярністю винний туризм охоплює не лише окремі країни, але набуває масштабного характеру охоплюючи країни Африки Австралії Північної та Південної Америки. Бурхливий та стрімкий розвиток винного туризму у світі підтверджують той факт, що виноробні регіони не лише намагаються розвивати даний тематичний вид туризму, але її просувають поряд з ним місцеві туристичні продукти, тим самим отримуючи додаткові економічні та соціальні вигоди [19, с. 47].

За даними Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization) до 2022 року одним з найпопулярніших видів міжнародного туризму стануть

тематичні тури, одним з яких є винні тури. Виноробний туризм являє собою симбіоз пізнавальної програми, пов'язаної з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшої дегустацією готової продукції, а також відвідуванням визначних пам'яток даного регіону. На наш погляд, це новий вид спеціалізованого тематичного туризму, що стоїть на стику розважального та зеленого туризму [42].

За функціональною ознакою винні тури бувають: культурно-пізнавальні та технологічні; рекреаційно-оздоровчі (лікувальні, косметичні та профілактичні); винний сільський зелений туризм та екотуризм; винно-розважальні (ярмаркові, шопінгові, подієво-гастрономічні тощо); освітні (школи виноробів, сомельє), науково-ділові та ін. (рис. 1.3).

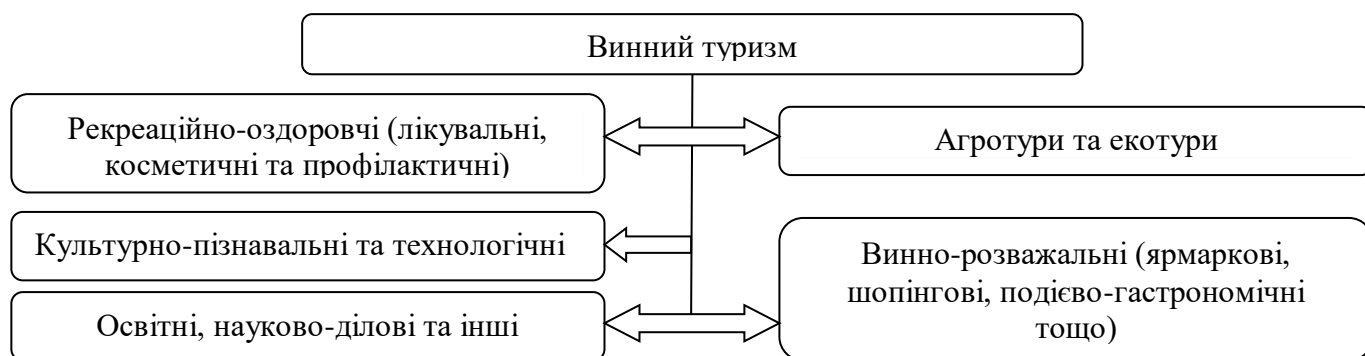


Рис. 1.3. Основні види винних турів

Джерело: [28, с. 119]

Винні тури культурно-пізнавального спрямування передбачають ознайомлення з традиціями виноградарства, оригінальною технологією виноробства, асортиментом вин місцевого виробництва та їх дегустацією, вивчення історії винного промислу, пам'яток життя й діяльності видатних виноробів [9, с. 69].

За даними Міжнародної організації виноградарства та виноробства у 2019 році спостерігалася світове виробництво вина скоротилися на три відсотки в порівнянні з 2018 року. Слід зазначити, що при зменшенні об'єму виноробства спостерігалася тенденція до збільшення споживання вина. Лідерами по споживанню вина у 2020 році стали США – 32,6 млн. гл. Країна утримує цю

позицію з 2014 року [46]. Невеликий перепочинок в зниженні споживання вина в традиційних виноробних країнах. Помірне зниження у Франції, збільшення споживання в Італії, Іспанії та Німеччині. Великобританія повернулася до рівня 2018 року [46].

У Китаї споживання вина в 2020 році збільшилася на 3.5% у порівнянні з 2019. В Австралії – збільшення споживання (5.8 млн. гл), в Новій Зеландії – невелике зменшення (0.9 млн. гл). У Південній Африці споживання вина між 2019 і 2020 р знову зросла – 4,5 млн. гл. У Південній Америці в 2020 році споживання вина було нижче, ніж в 2019 р, особливо в Аргентині (-5%) і в Чилі (-10%). У Бразилії, навпаки, споживання вина збільшилося на 6% [46].

В свою чергу, світовими лідерами з виробництва вина найвищої якості вважаються Італія і Франція. У 2018 році Міжнародна організація виноградарства та виноробства опублікувала доповідь про стан світового ринку вина [46].

Останні дані показують тренд до стабілізації загальної кількості площ під виноградниками – як у Франції, так і в Румунії, Німеччині та Греції. Є країни, що вибиваються з тренда – в Іспанії площі скоротилися на 8 000 га (2020 рік порівняно з 2019 р.), в Італії відбулося збільшення на 5000 га.

Площі виноградників за межами Європи залишилися стабільні між 2019 і 2020 роками – загальна площа виноградників склала близько 3.6 млн. га. У Китаї, після десяти років цілеспрямованого зростання, намітилося зниження темпів збільшення площ виноградників – на 2020 рік налічується 870 000 га. У Туреччині – зменшення площ на 19 700 га з 2019 року.

Ніяких значних змін за площами виноградників в Південній Америці і Океанії. З 2015 року відбувається повільне зменшення площ в Південній Африці – в 2020 р. налічується 125 000 га [46]. Що стосується виробництва вина, то у 2020 році світове виробництво вина (не включаючи виноградний сік і сусло) впало до 250 млн. гл – в порівнянні з 2019 роком виробництво знизилося на 23,6 млн. гл. Таку цифру можна розцінювати як історично низьку.

У країнах Євросоюзу обсяг виробництва в 2020 році склав 141 млн. гл. - на 14.6% менше, ніж в 2019 р. Це на 4.5% менший результат, ніж у 2015 році, коли був

вироблений дуже низький обсяг вина (147 млн. гл). До такої ситуації призвели складні погодні умови в основних країнах-виробниках вина в Європі.

У порівнянні з 2019 роком, виробництво в Італії, Франції, Іспанії та Німеччині впало на 17%, 19%, 20% і 15% відповідно. У 2020 році в США виробництво вина збереглося на досить високому рівні – близько 23,3 млн. гл.[46].

Після значного впливу Ель-Ніньо в 2019 році виробництво вина в Південній Америці в різних країнах проявилось по-різному. В Аргентині – збільшилося виробництво в порівнянні з 2019 р., але не повернулося до того рівня, який був на початку декади. У Бразилії – повернення до нормальних показників. У Чилі обсяг виробництва знову знизився, навіть після 2019 року. В Австралії обсяг виробництва вина продовжує збільшуватися і повертатися до рівня 2005 року [46].

Оскільки Італія тримає гілку першості у виробництві та споживанні вина, а отже є одним з лідерів винного гастрономічного туризму, вважаємо доцільним більш детально дослідити розвиток даного виду туризму та його особливості в Італії.

Стрімкий розвиток винного туризму суттєвою відзначався і на розвитку туризму в цілому. Так, в Італії протягом останніх 10 років кількість туристів подвоїлася. Особливо збільшилася кількість відвідувачів гастрономічних турів розвитку винного гостротуризм. Цьому сприяло багато факторів, зокрема, вина на території Італії мають довгу історію. Сприятливі природні умови Апеннінського півострова ідеально підходили для виноградарства та виноробства ще з найдавніших часів [46]. Якщо головними умовами для виноробства хороших вин вважати наявність гірських схилів, сонце і жаркий клімат, то Італія якнайкраще відповідає цим умовам.

В Італії існують та успішно функціонують безліч турів винного характеру. Особливо це стосується таких популярних міст як Тоскана, Рим, Венеція. Тури, в принципі, є схожими, однак різняться кількістю днів перебування в країні та ціною. Вартість туру від п'яти днів буде коштувати від двох тисяч євро (разом з перельотом та проживанням), з обов'язковим дегустацією дорогих сортів вин, а також куштування смачної італійської їжі [46].

Для порівняння розвитку винного туризму в Україні проаналізуємо обсяги виноробства двох країн України та Італії (рис. 1.4).

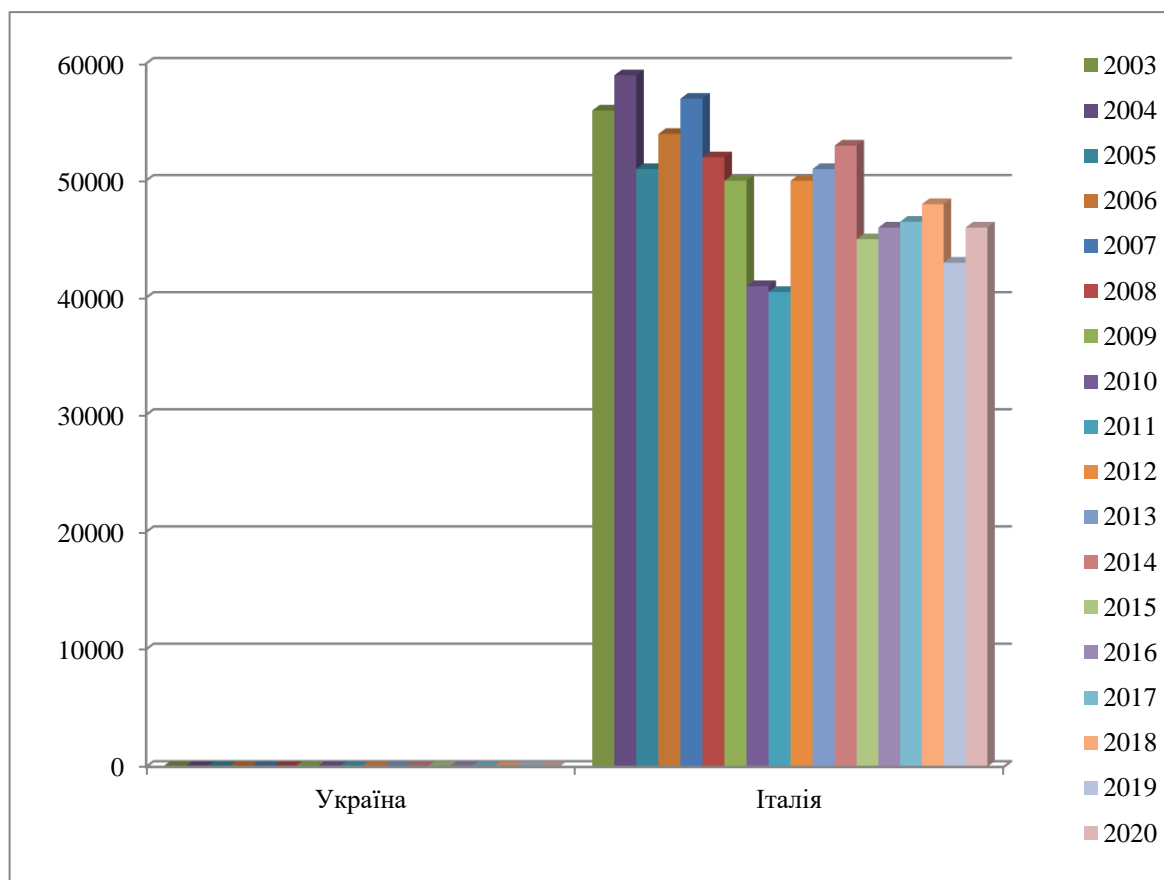


Рис. 1.4. Порівняльна характеристика обсягів виробництва вина України та Італії, млн. гектолітрів

Джерело: [46]

За оцінками фахівців, на сучасний міжнародний ринок виноробної промисловості припадає 180 млрд дол. США [42]. Він оцінюється як сектор, роль якого зростає у розвитку сільських районів у таких країнах, як Франція, Італія, Іспанія, Греція, Угорщина, Румунія, Молдова, Болгарія та ін. Зараз досить популярним заняттям у Європі є еногастрономія – мистецтво підбору та поєднання вин до певних кулінарних страв та продуктів харчування. Від латинського «ено» – вино, «гастроном» – комплекс правил із приготування їжі [6, с. 173]. У багатьох регіонах світу це заняття стало досить популярним і тим самим сприяє припливу туристів, які подорожують країнами у пошуках нових гастрономічних відкриттів [16, с. 40].

Практично в усіх країнах, провідних виробників вина, є «винні шляхи», що розпочинаються від виноградника, виноробного підприємства, складських приміщень і до центрів продажу [7, с. 221]. Проте зараз його старовинні будівлі й підземелля прилаштовані під винні магазини, склади й погребі, а також дегустаційні зали, які зачаровують відпочивальника своєю таємничістю та надають відомим винним брендам ще більшої привабливості й популярності, що є чистим піарним продуктом туристично-винної індустрії [15, с. 30].

Отже, винний туризм зародився і найбільш розвинений в Європі. Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим в світі виробником і експортером вин і лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини. Україна є європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. На європейський і світовий ринок українська виноробна продукція просувається повільними темпами, в силу ряду об'єктивних економічних і політичних причин.

Висновки до першого розділу

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

1. Визначено, що сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують

послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо.

2. Досліджено, що виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотурізм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винзаводу «Інкерманський», «Коктебель» та ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали.

3. Обґрунтовано, що винний туризм зародився і найбільш розвинений в Європі. Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим в світі виробником і експортером вин і лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини. Україна є європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. На європейський і світовий ринок українська виноробна продукція просувається повільними темпами, в силу ряду об'єктивних економічних і політичних причин.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан винного туризму в Україні

Нині індустрія гостинності перебуває в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Підприємства готельного господарства змушені доволі стрімко реагувати на зміни зовнішніх умов господарювання. Проте, незважаючи на нестабільну економічну та політичну ситуацію у світі, готельна індустрія продовжує активно розвиватися. Це зумовлено зростанням світового туризму та розширенням послуг, що пропонуються закладами готельного господарства.

За даними Всесвітньої туристичної організації, починаючи з 2021 р. одним із найпопулярніших видів міжнародного туризму стануть тематичні тури, зокрема винні. Винний туризм являє собою пізнавальну програму, пов'язану з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, а також відвідуванням визначних пам'яток даного регіону [42].

Винний туризм зародився і найбільш розвинений у Європі (рис. 2.1).

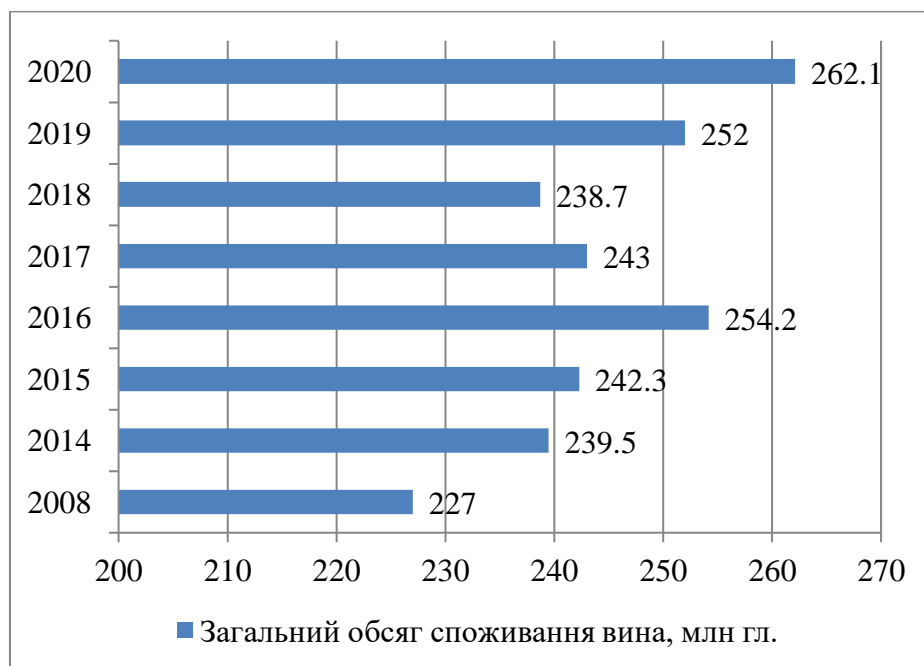


Рис. 2.1. Загальний обсяг споживання вина у світі в 2008–2020 рр.

Джерело: [42]

Варто відзначити, що Європа є найбільшим у світі виробником і експортером вин та лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності становлять досить значну статтю доходу в бюджетах Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини.

Споживання вина у світі [42] з 2008 по 2019 р. має тенденцію до зростання – з 227,0 до 252,0 млн гл. (рис. 2.1). Пік споживання припав на 2016 р. – 254,2 млн гл. Статистичні дані виробництва вина у світі за 2008–2020 рр. показують, що за кордоном ідеально сформоване підґрунтя для розвитку винного туризму. Проте найпопулярніші винні готелі світу розташовані у найрозвиненіших виноробних регіонах Європи: Франції, Італії, Іспанії. Саме тому винні тури по цих країнах користуються високим попитом серед туристів із різних країн світу. Також для туриста, який подорожує виним маршрутом, пріоритетною є якість цих маршрутів, а отже, і зупинятиметься він у готелях, які розташовані поблизу виноробних господарств із найкращим рейтингом [43]. Нині винні готелі перетворюються на багатофункціональні винні курорти: льохи і дегустаційні зали, басейни і кабінети для енотерапії (лікування хронічних захворювань за допомогою вина), екскурсійні програми та лекції, музеї та тематичні виставки, майстер-класи і навчальні курси [43]. В Україні такий напрям діяльності, як винний туризм, лише починає поширюватися, тому європейський досвід функціонування винних готелів може бути корисним для українських готельєрів, тим паче, що, за прогнозами деяких спеціалістів у цій галузі, за сприятливих факторів через кілька десятків років український винний туризм може досягти європейського конкуруючого рівня [44].

Про значення, яке для деяких районів виноградарства і виноробства має енотуризм, може свідчити такий факт: в Ельзасі близько 23% виробленого вина купують туристи, а в Бургундії ці показники становлять 12%. Подібні тенденції спостерігаються і в інших країнах. Дослідження, проведені в Італії, показали, що 80% охоплених аналізом господарів виноградників дозволяли туристам купувати тут же вироблене ними вино. Більше того, у 95% випадках турист мав можливість

придбати, крім вина, й інші продукти. Районом Італії, в якому можна спостерігати швидкий розвиток енотуризму, є Ломбардія, де організовано 15 винних маршрутів. Подорожуючи ними в 2015 р., можна було відвідати 207 винних ресторанів зі спеціально підготовленою для туристів «культурно-гастрономічною» програмою, а також переночувати в 275 агротуристських господарствах, спеціалізованих на вирощуванні винограду та виробництві вина. У виноробному районі Ваполіселла (провінція Верона) туристи можуть відвідати 78 виноградників і 13 винних ресторанів. Винний туризм пропагується також у відомому виноробному районі Соаве (також розташованому в провінції Верона). Тут свої послуги пропонують 24 господарства, які спеціалізуються на виноградарстві та виробництві вина. У всіх із них можна проводити закупівлю вина, крім того, в деяких можна купити масло, сири, овочі та ін. Вищенаведені приклади свідчать про те, що винний туризм володіє мультиплікативним ефектом та не обмежується лише споживанням вина. Так, винороби і власники винних ресторанів та будинків пропонують туристам не лише відвідати винні погребі та провести дегустацію різних вин, а й послуги харчування, ночівлі, придбання сувенірів (найчастіше пов'язаних із виноградом і вином), різних продовольчих товарів і виробів їх переробки, а іноді навіть прогулянки на конях, велосипедні прогулянки, екскурсії по території. У підсумку найчастіше туристи виноробних господарств значну частину своїх коштів витрачають не на покупку винних виробів та їх дегустацію, а на туристично-рекреаційні послуги. Існує також імовірність споживання туристами вина, яке вони скуштували під час винного туру, на постійній основі, тобто прихильності туристів до певного типу вина, виробленому в певному місці, що підвищує доходи винних господарств у разі і встановлює безпосередній контакт виробників і туристів [42].

Також зазначається істотний вплив енотуризму на локальний ринок, що проявляється у зростанні податкових відрахувань, що сприяють розвитку інших видів послуг. Україна вважається європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. Проте на європейській і світовий ринки наша виноробна продукція просувається повільними темпами в силу низки об'єктивних

економічних і політичних причин, серед яких: недостатнє фінансування виноробства з боку держави, відсутність податкових пільг, високі акцизні ставки, скорочення площ виноградників та обсяги виробництва виноматеріалів.

Незважаючи на це, розвиток винного туризму суттєво впливає на рівень соціально-економічного розвитку виноробних регіонів і країни у цілому, є важливим складником агропромислового комплексу України. Виноробство на території сучасної України з'явилося ще в XI столітті в північній частині країни (навколо Києва і Чернігова), де вино почали виробляти. Починаючи з 2000 року обсяги виноробства в Україні почали зростати. Зокрема, виробництво вина мало тенденцію до зростання починаючи з 2003 року і до 2013 року. Але вже у 2014, враховуючи політичну та економічну ситуацію відбулося скорочення обсягів виноробства на 46% у порівнянні з 2013 роком. В першу чергу, це сталося через втрату Криму [46]. Втрата Криму погано відбилася на українському виноробстві, але не загубила його. Хоча, після 2014 року кількість виробленого вина впала ще більше – з 1,5 до 1,2 га за два роки, і зараз продовжує триматися на тому ж рівні (додаток А). Ключовою умовою розвитку винного туризму в Україні є ефективне функціонування підприємств виноградарського комплексу. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України оновить близько 20% [44], що є досить високим показником для національної економіки. Динаміку обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2012–2019 рр. наведено на рис. 2.2.

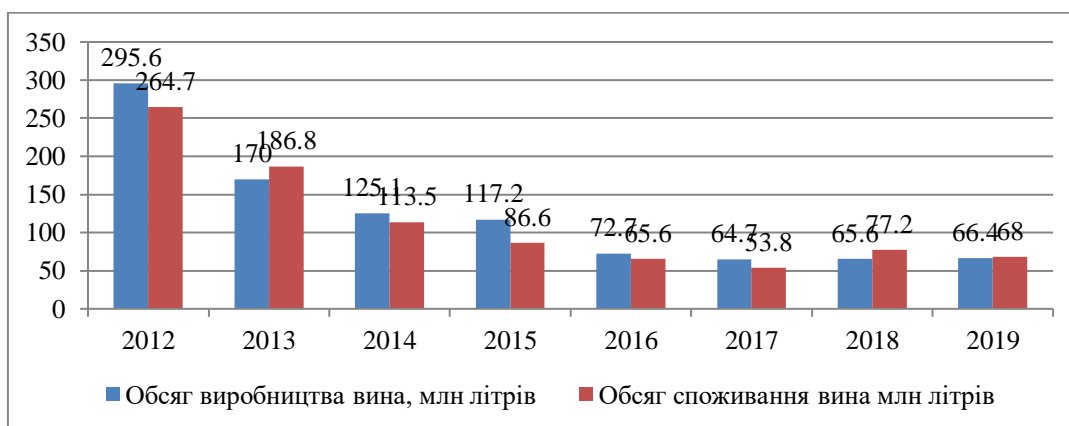


Рис. 2.2. Динаміка обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2012–2019 рр.

Джерело: [44]

Згідно з даними рис. 2.2, починаючи з 2012 р. зменшуються обсяги виробництва вина. У 2013 р. було вироблено 170 млн літрів вина, а це майже вдвічі (42,5%) менше порівняно з 2012 р. Станом на 2019 р. цей показник становить лише 66,4 млн літрів, тобто 22,5% від загального обсягу за 2012 р. Ми вважаємо, що такий різкий спад обсягу виробництва винної продукції пов'язаний з анексією Криму, оскільки на території АРК до 2013 р. вироблялося до 35% від загального обсягу по Україні. Причиною скорочення обсягів виробництва вина, на нашу думку, може бути імпорт дешевої продукції з невисокими показниками якості, оскільки вона стала серйозним конкурентом вітчизняного винного бізнесу [44].

Отже, виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції.

2.2. Дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні

Україна входить в найпродуктивніших європейських регіонів. Найпродуктивніший – тому що саме тут клімат найкраще підходить для винограду: йому завжди було «комфортно» в помірному континентальному і теплом субтропічному кліматі Європи (рис. 2.3).

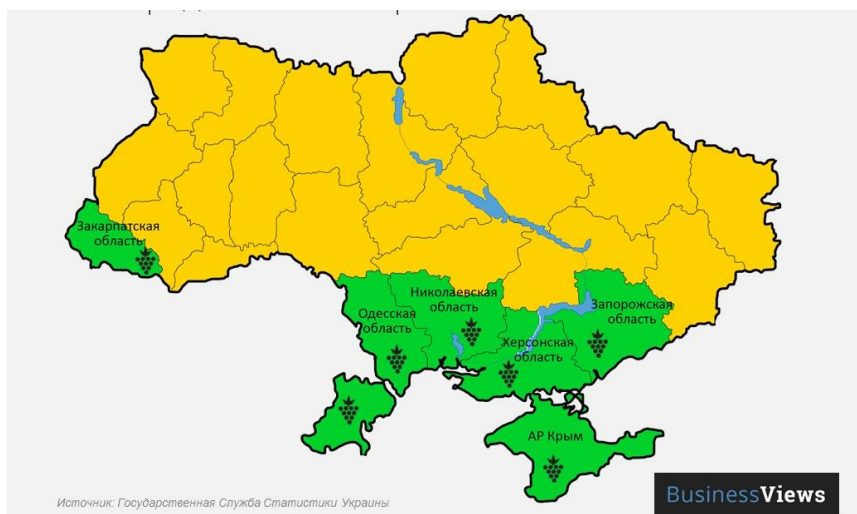


Рис. 2.3. Карта виноградних зон України

Джерело: [44]

Наявність в Україні 9 виноградних макрозон і 46 мікрозон дозволяє стверджувати, що Україна – країна, здатна виробляти вина у великій кількості і представляти на ринку багато ексклюзивних торгових марок, адже вина називаються переважно за місцем їх походження. На наступній карті (рис. 2.2) виділені макрозони, які, як і на світовій мапі виноградарства, тісняться поруч: в Одеській області 3 макрозони і 16 мікрозон, в Херсонській – відповідно 2 і 10, в Миколаївській – 2 і 12, одна макрозона в Запорізькій області; окремо в цій компанії розташувалася Закарпатська область, в якій 1 макрозона і 12 мікрозон [44].

Якщо розглянути виробництво вина в Україні у процентному співвідношенні (рис. 2.4), то основні виноробні підприємства розташовані у Одеській (55%), Закарпатській (15%), в Херсонській (15%) областях, і відповідно ці регіони є центрами розвитку винного туризму в Україні [44].

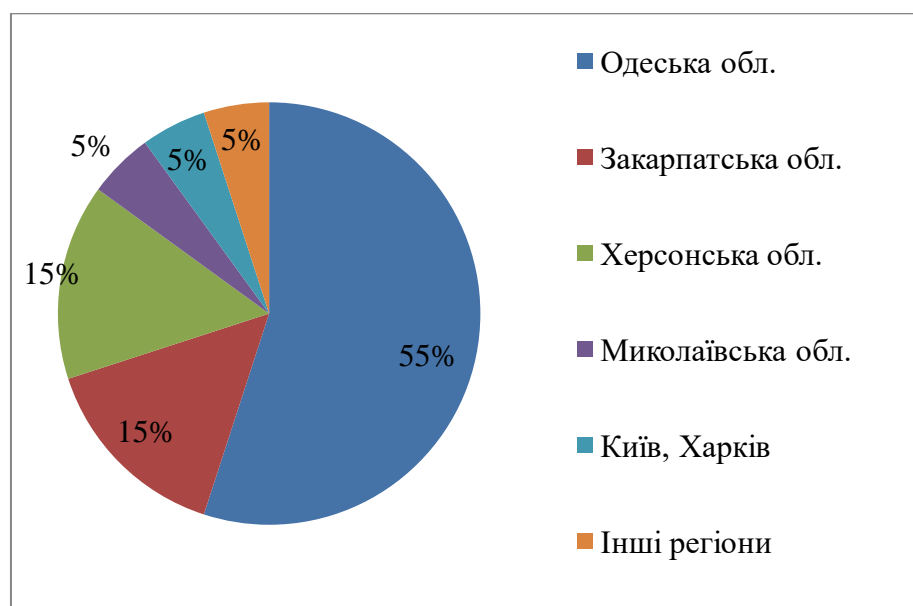


Рис. 2.4. Розподіл виробництва виноробної продукції за регіонами України в 2019 р.

Джерело: [44]

В Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організувати енотури. Розглядаючи виноробну сферу України

за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні, можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами.

За даними асоціації «Виноградарі і винороби України» [44], в Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомими виноробними підприємствами Півдня України вважаються «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод». Більша частина продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких – ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо». Щомісяця «Шабо» випускає близько 1 млн пляшок вина та 1,6 млн пляшок коньяку. Підприємство працює переважно на власній сировині, а в разі нестачі закуповує виноград у місцевих фермерів.

Херсонщина – благодатна і своєрідна виноробна область України. Природні умови тут дуже сприятливі для обробки виноградної культури, а специфічні ґрунтово-кліматичні умови місцевості дають змогу виробляти як тонкі, ніжні, свіжі столові, так і досить екстрактивні десертні вина [44]. Основним винним виробником Херсонської області є АТ «Князь Трубецькой», що виробляє марочні сухі таврійські вина.

Миколаївська область представлена заводом «Коблево», який вважається одним із потужних виноробних підприємств України. Завод був побудований у 1982 р. та налічує у своєму володінні понад 2 500 га виноградних плантацій [44]. Також у Миколаївській області випускається винна продукція АТ «Радсад», добре відома як в Україні, так і за кордоном.

Отже, регіоном із найбільш стійкими традиціями виноградарства та виноробства є Закарпаття. Тут на відміну від південних регіонів практично немає

великих підприємств. Велика частина виробних потужностей розташована у радгоспах або приватних садибах. У рік такі підприємства виробляють від 1 тис до 25–30 тис літрів вина, а площі, які задіяні під виноградні плантації, становлять від 0,2 до 7 га. Серед відомих виноробних господарств – орендне підприємство «Ужгородський коньячний завод», АПТП «Бобовище», ДП АПФ «Леанка».

2.3. Організація і особливості проведення винних турів на території України

До числа найбільших виробників виноробної продукції за регіонами України входять «Шабо» (Одеська область), агрофірма радгосп «Білозерський» (Херсонська область), Одесавинпром (торгова марка «Французький бульвар»), Французькі виноградні технології тощо. Чудовим прикладом є також «Артвайнері», який зовсім нещодавно дебютував у якості найбільшого виробника ігристих вин у Східній Європі. Завод взяв за основу традиції французького регіону Шампань і виробляє своє ігристе вино на глибині 72 м під землею у вже покинутих гіпсових шахтах XVIII століття [44].

На Закарпатті хоч вино продають і повсюди, у більшості своїй це вина із приватних запасів місцевих господарств. Найбільш відомими є такі винні марки як «Чизай», «Контар».

Найвідомішими виноробнями південної України вважаються Шабо, Одесавинпром, Одеський коньячний завод «Шустов», Бейкуш, Коблево, «Вина князя Трубецького», сімейна виноробня «Курінь».

Проаналізуємо стан популярних виноробних господарств Причорноморського регіону України. 6 виноробень, серед яких ТОВ «Шабо», ПрАТ «Одесавинпром», Бейкуш, ПАТ «Коблево», ПАТ «Князя Трубецького», КП «Курінь», досліджено за такими критеріями: розміщення, площа виноградників, сорти винограду, що вирощуються, кількість виготовлених пляшок на рік, чистий дохід від реалізації за 2017 рік та чистий прибуток за 2017 рік. Таким чином маємо, що Коблево є найбільшою за площею виноробнею Півдня (2450 га), проте вона має

не найбільший дохід. Найбільшими ж за чистим доходом від реалізації є Одесавинпром, Шабо, площа виноградників яких є меншою за площу виноградників Коблево більш ніж у два рази. Це підприємства, які випускають мільйони пляшок на рік. Що стосується виноробень із меншими виробничими потужностями – менше мільйону пляшок на рік, то в цьому випадку ситуація гірша. Так, Виноробня князя Трубецького взагалі має збиток у розмірі 723 тис.грн.

Зауважимо, що виноробня Бейкуш не має ліцензії на виробництво та продаж вина, тому фактично є незаконною. Керівництво виноробні пояснює відсутність ліцензії так: «Зараз ми намагаємося зібрати документи для подачі їх на ліцензування. Я хотів було викласти списки всіх документів необхідних насправді. Однак ми тільки почали цей шлях, і кожен раз список документів зростає і зростає» [44].

Розглянемо негативні фактори, що стримують розвиток виноробної галузі. Серед таких факторів [44]:

1. Практика виробництва знеособлених вин високої якості великими компаніями-монополістами ринку, що значно стримує процес переорієнтації зовнішнього ринку збуту з північного на західний та південний.

2. Зрегульовані системи отримання ліцензії на право виробництва алкогольних виробів.

3. Припинення фінансової державної підтримки галузі, як наслідок припинення закладення молодих виноградних насаджень та нерівні умови конкуренції з іноземними виробниками вина.

4. Відсутність пільгових довгострокових кредитів на закладання виноградних насаджень, будівництва об'єктів для зберігання та переробки винограду, модернізації обладнання на заводах первинного та вторинного виноробства, відсутність податкових преференцій на виробництво коньяку, вин, кріплених спиртом виноградного походження, а також нормативно правових вимог щодо обов'язкового використання частки вітчизняної сировини при виробництві коньячної продукції.

5. Заборона реклами вина і, як наслідок, низький рівень культури споживання винопродукції у населення.

6. Відсутність преференції для вітчизняної продукції у торгівельних мережах та закладах харчування в частині скорочення термінів розрахунків з виробником та розміщення товару на полицях і пропозиціях в меню.

7. Непомірні ставки орендної плати на землі сільськогосподарського призначення під багаторічними насадженнями, які ще не вступили у плодоношення.

8. Не імplementовані до регламентів ЄС законодавчі акти що регулюють використання і захист найменувань продукції з використанням географічних зазначень та процеси виробництва садивного матеріалу винограду і винопродукції.

Значно менше можна навести позитивних факторів, що сприяють розвитку виноградного-виноробної галузі в Україні [44]:

1. Значне збільшення врожайності виноградних насаджень за рахунок нових посадок із запровадженням новітніх технологій.

2. Початок процесу періодизації провідних підприємств та фермерських господарств на виробництво вин та органічного винограду і виноробної продукції.

3. Активізація Мінагрополітики України та громадських галузевих організацій в частині законодавчої ініціативи щодо дерегуляції чинних законодавчих актів.

Отже, для України винний туризм поки що не типове явище. Відсутність значної кількості заводів які готові розкривати свої двері та секрети перед туристами, відсутність належної інфраструктури, низький рівень державної підтримки та недосконалість законодавства – основні, але не єдині, причини які гальмують розвиток не лише винного гастрономічного туризму, але і туризму в цілому.

Висновки до другого розділу

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

1. Досліджено, що ключовою умовою розвитку винного туризму в Україні є ефективне функціонування підприємств виноградарського комплексу. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України оновить близько 20% , що є досить високим показником для національної економіки. Варто відзначити, що виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції.

2. Проналізовано, що в Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури. Розглядаючи виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні, можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами.

3. Виявлено, що для України винний туризм поки що не типове явище. Відсутність значної кількості заводів які готові розкривати свої двері та секрети перед туристами, відсутність належної інфраструктури, низький рівень державної підтримки та недосконалість законодавства – основні, але не єдині, причини які гальмують розвиток не лише винного гастрономічного туризму, але і туризму в цілому.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Шляхи вдосконалення винних турів в Україні

Енотуризм – новий вид спеціалізованого тематичного туризму, який є конкурентом розважального та зеленого туризму. Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий і європейський ринки різними методами, у тому числі за допомогою винних турів усередині самої країни, які розширюватимуть уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних, так і для іноземних туристів (споживачів). З іншого боку, винний туризм може стати додатковою статтею доходів для місцевих і державного бюджетів України. Слід також зауважити, що серед безлічі вигід, які несе енотуризм виробникам вина, на особливу увагу заслуговує виникнення у туристів (споживачів вина) прихильності до певного виду вина, виробленого в конкретному місці. Це сприяє не лише зростанню продажу вина і, відповідно, зростанню доходів виробника, а й дає можливість виникнення безпосереднього контакту між туристом і виробником (минаючи численних посередників), можливість отримання від туриста важливої інформації, що стосується оцінки пропонованого вина [21, с. 350]. Основними проблемами в просуванні українських винних турів є:

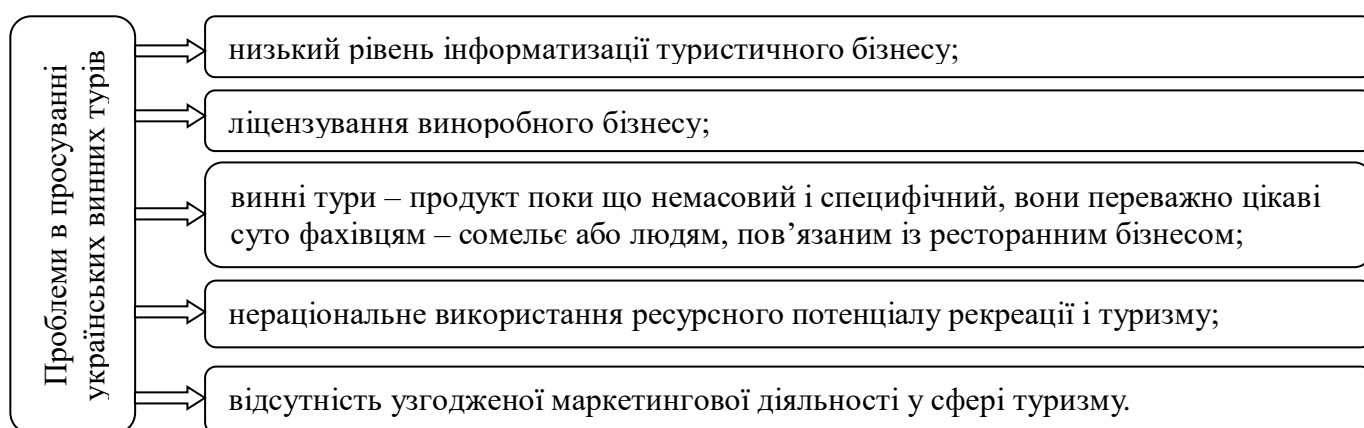


Рис. 3.1. Проблеми в просуванні українських винних турів

Джерело: [36, с. 9]

Для вирішення наведених вище проблем необхідно пропонувати винні тури по Україні для всіх туристів, як іноземних, так і вітчизняних; розробляти інноваційні підходи до організації еотурів, налагодити маркетингову діяльність у сфері туристичного бізнесу; належно оцінювати ресурсний потенціал рекреаційних регіонів України, а також розглядати винний туризм як принципово новий напрям туристичної галузі України.

Перспективи розвитку винного туризму в Україні, на нашу думку, повинні бути зосереджені в наступних напрямках:

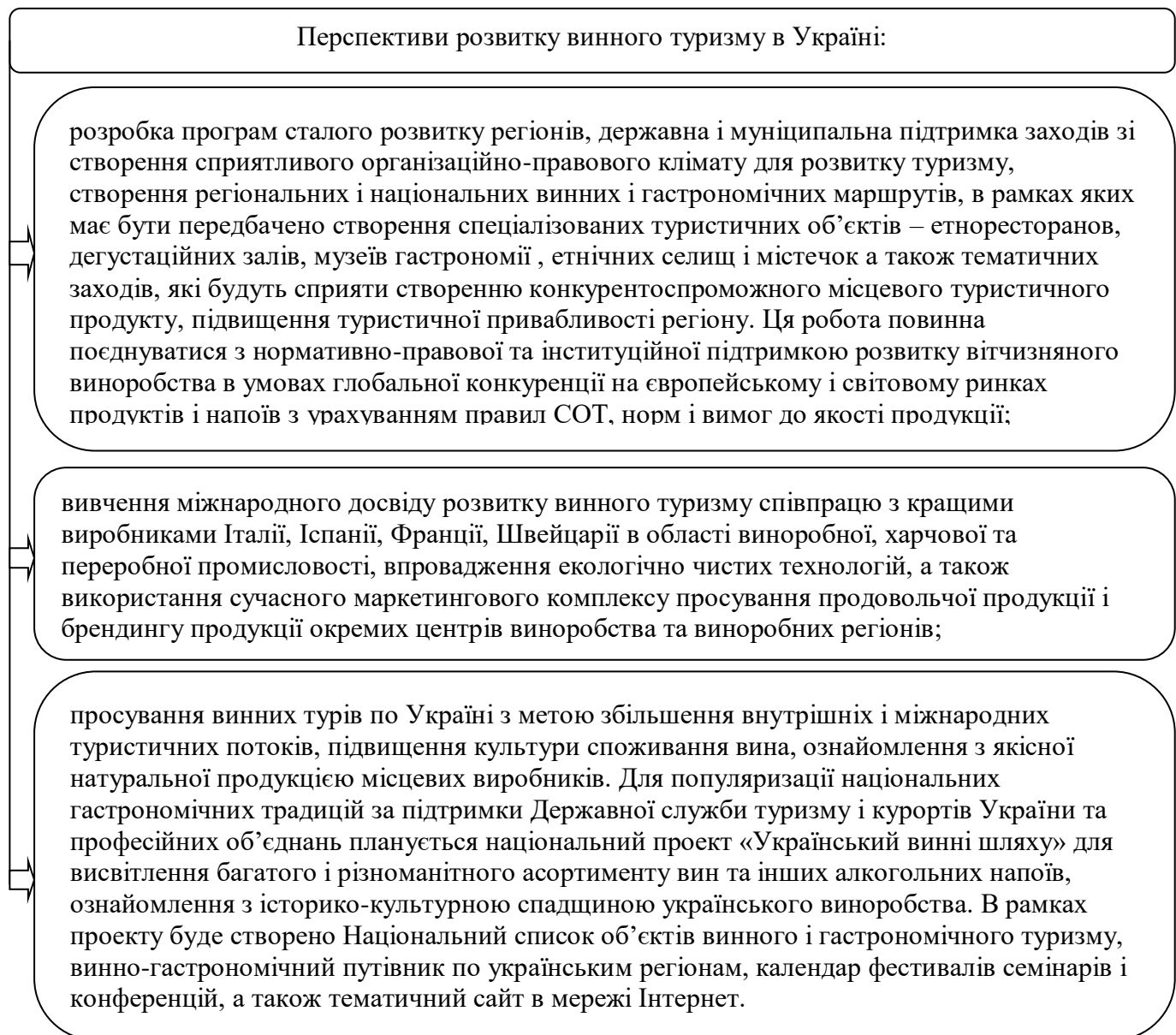


Рис. 3.2. Перспективи розвитку винного туризму в Україні

Джерело: [16, с. 40]

Енотуризм має також певне культурне значення. З точки зору туриста такий вид подорожей дає йому змогу пізнати традиції виноробства, які сягають корінням в античні часи. Стосуються вони не тільки способів обробітку винограду і виробництва вина, а й різних звичаїв, пов'язаних зі збором винограду, його переробкою на сік і т. д. Своєю чергою, з погляду регіонів і місцевостей, в яких вирощується виноград, інтерес туристів до вина і виноробства дає змогу зберегти ці звичаї. Не слід забувати, що з вирощування винограду пов'язаний характерний тип «культурного пейзажу», на який накладаються не тільки виноробство, а й певний тип міської забудови, планування споруд і будівель.

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що Україна володіє чималими туристичними можливостями і ресурсами для організації виноробного туризму. Для підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні необхідно [6, с. 175]:

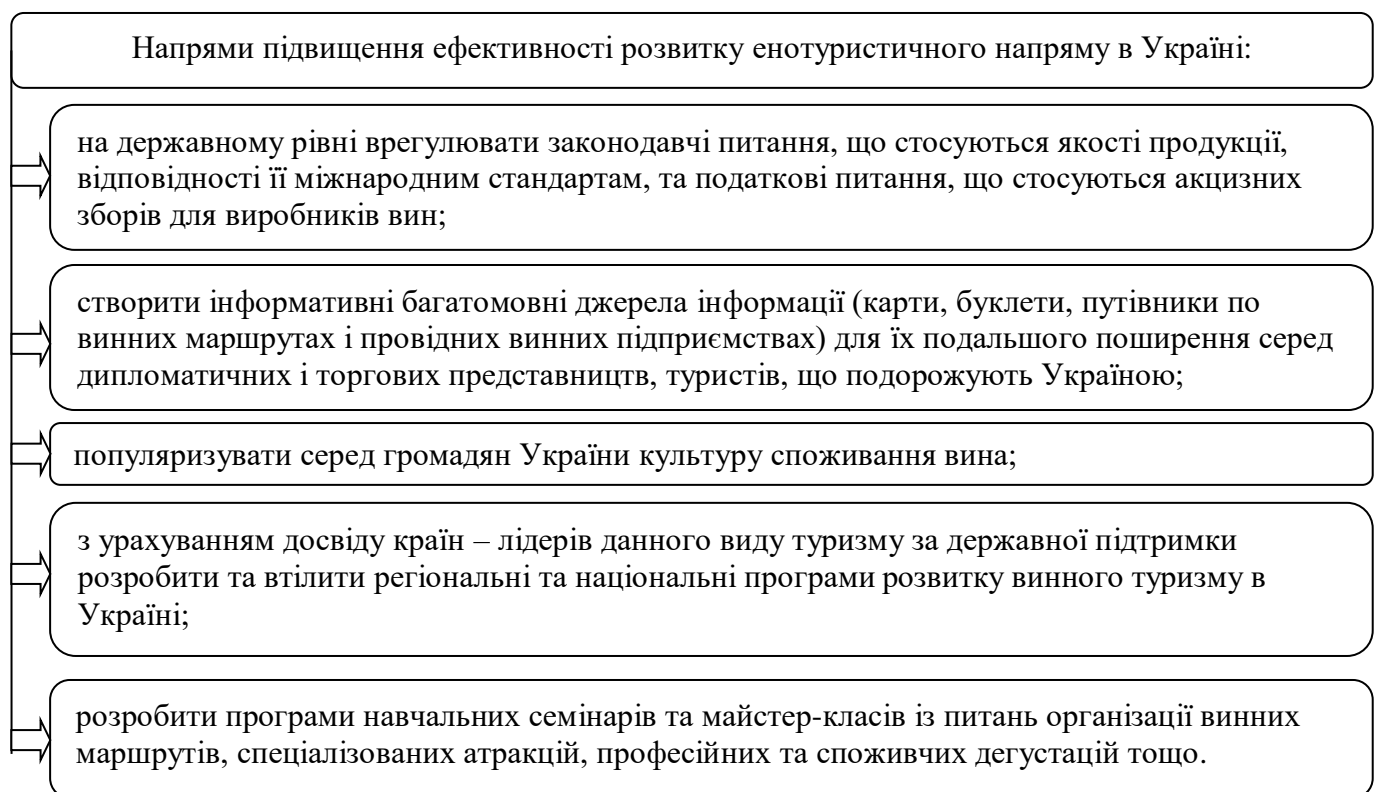


Рис. 3.3. Напрями підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні

Джерело: [6, с. 176]

Однією з перспективних форм економічної інтеграції та розвитку туристичної галузі України є формування інноваційних кластерів, які являють собою групи підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній (чи споріднених) сферах бізнесу за економічними інтересами та регіональною ознакою. Перевага і новизна кластерного підходу полягають у тому, що він надає високої значущості мікроекономічній складовій, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку.

Таким чином, утілення всіх пропозицій щодо розвитку винного туризму в Україні сприятиме кількісному та якісному зростанню країни, забезпечуючи стимулювання економічного розвитку виноробних регіонів, підвищення економічної ефективності діяльності виноробних підприємств, зростання соціально-культурного рівня суспільства.

На основі проведеного дослідження варто зазначити, що Україна має у своєму розпорядженні значні ресурси для організації та розвитку енотуризму. Кожен виноробний район виділяється своїми природними і соціально-економічними умовами формування. У чотирьох виноградарсько-виноробних регіонах України (Одеська, Миколаївська, Херсонська і Закарпатська області) є об'єкти, що відрізняються своєю індивідуальністю і виробляють певні марки вин. Для якнайшвидшого та ефективного розвитку винного туризму необхідне створення інституційних важелів формування конкурентних переваг винних турів на рівні регіонів, областей і держави у цілому, а також упровадження кредитно-фінансових механізмів підтримки малого і середнього бізнесу як у сфері виноградарства та виноробства, так і у сфері туристичних і готельних послуг.

Європейський досвід функціонування винних готелів може бути корисним для українських готельєрів, і за сприятливих факторів український винний туризм може досягти європейського конкуруючого рівня. Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий та європейський ринки різними методами, у тому числі за допомогою винних турів усередині самої країни, які розширюватимуть уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних, так і для іноземних туристів (споживачів). Енотуризм як інновація

в готельному бізнесі може стати додатковою статтею доходів для місцевих та державного бюджетів України [19, с. 47].

У стратегії підвищення конкурентоспроможності економіки України, її регіонів передбачено формування ефективних мережевих виробничих систем, широке поширення кластерних принципів організації виробничої взаємодії на регіональному рівні, що надасть значні можливості для підвищення конкурентоспроможності місцевого, зокрема туристичного бізнесу. Має бути задіяний механізм транскордонного співробітництва та досвід реалізації кластерних моделей розвитку туризму та виноробства у країнах з перехідною економікою, наприклад, Болгарії, де сім виробників вина створили регіональний кластер «Danube wine» для розвитку регіонального ринку винного туризму, а також оптимізації виробничих зв'язків і відносин між партнерами. Досвід Молдови свідчить, що для розвитку туристичного потенціалу територій, було проведено опитування виноробів і зібрана інформація з 40 винних льохів із 170 існуючих в Республіці Молдова. За результатами маркетингового дослідження був розроблений проект туристичного продукту винного туризму, який підтримали і реалізують 11 господарств, пов'язаних з виробництвом вина або мерчандайзингом [20, с. 140].

Нами розглядається «локальний кластер» як сукупність географічно сусідніх, взаємопов'язаних територіальною спеціалізацією суб'єктів господарської діяльності. Функціонування підприємств локального кластеру також створює умови для розширення сфери діяльності в туристичному секторі регіону, внаслідок цього значно збільшуються бюджетні надходження та кількість робочих місць. У країнах ЄС, а також ПАР, Чилі, Аргентині, Австралії, Новій Зеландії тощо створені багаточисельні сучасні виноробні шато, які виробляють ексклюзивну виноробну продукцію, що користується значним попитом у споживачів та туристів. У той же час, з понад 400 виноградарських підприємств в Україні практично відсутні господарства такого типу. В Україні 40% фермерів та 30% особистих селянських господарств розташовані в зонах сприятливих для виробництва виноградної та садівничої продукції. Тобто, при створенні сприятливих умов з боку держави щодо

розвитку кластерних моделей, регіональні бюджети отримали би додаткові кошти, при тому значно більші ніж вони отримують від цих виробничих секторів сьогодні, а споживачі широкий спектр різноманітної та якісної винопродукції та туристичних послуг [20, с. 140].

На наш погляд, формуванню локального кластеру винного туризму в регіоні, поширенню державно-приватного партнерства буде сприяти діяльність Асоціації виноградарів та виноробів «Придунайська Бессарабія», яка створена в 2019 році у Болградському районі. Вона опікуватиметься розвитком виноробства, а також реєстрацією та контролем географічних зазначень виробленого вина. Першим місцевим вином з географічним зазначенням стане «Ялпуг», на якість якого насамперед впливають мікроклімат і природні фактори місцевості. Відзначимо, в Одеській області було завершено складання першого в Україні кадастру виноградників. Він містить повну інформацію про місце та площу насаджень, статус земельних ділянок, особливості ґрунту та мікроклімату, а також сорт і яке саме вино з нього виробляється. Такий реєстр ефективно працює в усіх виноробних країнах ЄС. Наразі до бази даних Одеської області внесено повну інформацію про понад 1600 земельних ділянок під виноградними насадженнями різних сортів. Перелік включає 40 найменувань технічних сортів, 56 столових і 4 підщепних [3]. Найбільші площі збирання винограду від загальної кількості показників розташовані у межах таких районів: Болградського – 21,3 %; Тарутинського – 16,6%; Білгород-Дністровського – 14,5%; Саратського – 8,8%; Татарбунарського – 7,3%; Овідіопольського – 7,1%, Арцизького – 6,6% [44].

Отже, сутність кластерної моделі – це поєднання зусиль управління та можливостей підприємств певного технологічного процесу в регіоні для досягнення конкурентних переваг, формування економічного ресурсу розвитку. Як підкреслюють В. Осипов та Л. Осипова, реалізація цих дій вимагає значних інвестицій і високої інноваційної активності підприємств кластеру [22, с. 31]. Дослідники вважають, що визначення ефективності функціонування кластеру у вигляді синергетичного ефекту потребує належної методики його оцінки. При цьому доцільно враховувати фінансово-економічні, екологічні, соціальні

компоненти синергії, а також складові наукової обґрунтованості, рекреаційної привабливості та міжнародної інтеграції. На наш погляд, досягнення синергетичного ефекту залишається одним із ключових завдань функціонування кластерного механізму співробітництва у сфері винного туризму регіону.

Сучасні проблеми функціонування сільських територій та наукового супроводу розвитку винного туризму привертають увагу закардонних науковців. Так, наприклад, у Північній Греції, більшість винних заводів невеликі, діють сімейні підприємства, які зосереджені на виробництво високоякісних вин. Багато виробників почали виноробство як хобі, проте, частково через економічну кризу, винороби звернулися до трансформації їх виноробних домогосподарств в бізнес. Як визначають дослідники, розвиток туризму може в кінцевому підсумку призвести до зростання обсягів продажів, виробництва, винний туризм може підвищити шанси на виживання для малих і середніх винних заводів і малих туристичних підприємств, які обслуговують туристів. З метою розробки механізму розвитку винного туризму у Північній Греції та просуванню регіонального туристичного продукту, фахівці Worcester Polytechnic Institute запропонували проєкт «Розвиток винного туризму в Північній Греції». Ці комбіновані зусилля включають дії виноробів, туристичних агентств, готелів, учбових закладів та місцевих органів влади, спрямованих на просування турпродукту дестинації винного туризму [37]. У цьому контексті, на думку закордонних науковців, мікрокластеризація сільських виробників вина та підприємців сфери туризму зможе запропонувати підхід, який допомагає створювати нові туристичні напрямки або розширювати існуючі [39].

Звернемо увагу на досвід просування регіонального туристичного продукту винного туризму в Україні. Так, наприклад, туроператори, винороби та місцеві органи самоврядування Закарпаття розробили регіональний туристичний продукт та туристичну карту «Закарпатський туристичний винний шлях», що об'єднав 12 винних підвалів та дегустаційних залів кращих виноробів, де приймають відвідувачів з метою популяризації закарпатських вин. Туристи мають можливість дегустувати від 6 до 12 найменувань вина, скуштувати страви місцевої кухні, адже

в кожному іншому закладі вони різні, і в жодному винному підвалі та залі не повторюються. 5 винних господарств вже отримали сертифікати Інституту виноградарства та виноробства імені В.Є. Таїрова та пропонують на туристичному ринку власні тури вихідного дня.

Дослідження динаміки розвитку туристичної індустрії Одеського регіону свідчить про потенціал розвитку регіонального продукту кластеру винного туризму. Регіон в 2018 році зайняв третє місце в державі за надходженнями від сплати туристичного збору, до місцевого бюджету надійшло 11,5 мільйонів грн., що майже на 26% більше, ніж у 2017 році. За даними обласної державної адміністрації, в 2018 році регіон відвідали 6,2 мільйонів туристів. Основними сегментами серед іноземних гостей є туристи з Молдови, Ізраїлю, Румунії, Білорусі та Польщі. За даними ДП «Украерорух» Одеський аеропорт увійшов у трійку лідерів за кількістю злетів та посадок, здійснених українськими та зарубіжними авіакомпаніями у 2018 році [44]. До потенційних учасників локального кластеру винного туризму можна віднести підприємства туристичного бізнесу регіону, що позиціонують винні тури до Бессарабії як власний турпродукт, серед яких: ТТР «Тур Одеса», «Л-Тур Одеса», «Веселка Тур», «Авеста тур», Бюро Подорожей «Ван Дер Тур», «Вилкове Пелікан Тур», «Вилкове Тур», «Бессарабія Тур».

У квітні 2019 року, в рамках проекту Євросоюзу «Підтримка системи географічних зазначень в Україні» започаткували перший в Україні пілотний проект еногастрономічного туризму «Дороги вина та смаку». Для реалізації проекту міжнародні експерти обрали Одеську область саме тому, що в регіоні побудовано сучасний автобан – Одеса-Рені, на півдні області згуртовані національні виновиробники та інфраструктура сфери гостинності. Туристичний продукт «Дорога вина та смаку» спрямовано на впровадження кращого досвіду Євросоюзу в сфері диверсифікації послуг аграрного туризму і розвитку сільських територій.

У регіоні розпочалися роботи з ознакування туристичного маршруту «Дороги вина та смаку Української Бессарабії». Згідно з заходами проекту Євросоюзу «Географічні зазначення в Україні» перші відповідні дорожні знаки встановлять в

Ізмаїльському районі [44]. Вагомим креативним ресурсом локального кластеру винного туризму має бути міжнародний фестиваль вина «Bolgrad Wine Fest», який проходить щорічно, 11-12 листопада в Болграді та збирає кілька десятків учасників (додаток Б). Серед них – винороби самого різного масштабу – від фермерів до великих промислових підприємств з усієї Одеської області, з інших областей України та сусідньої Молдови. Тільки фермерів-виноробів представлено більше трьох десятків. І це не рахуючи родинних за духом виробників сиру, бринзи та різних болгарських національних страв. З огляду на те, що місто Болград вважається неофіційною столицею болгарської діаспори в Україні, культурна програма переважно представляє собою традиційну болгарську народну творчість [44].

Отже, винний туризм, – це одна з форм спеціалізованого регіонального туризму, що заснована на відвідуванні різних винних регіонів, виноробних підприємств, а також дегустації продукції виноробів. Для регіональних програм розвитку територій винний туризм є продуктом інтеграції у рамках єдиної концепції креативних ресурсів і туристичних послуг, існуючих або потенційних в сфері виноробства, одним із напрямів стратегії економічного зростання регіону. Трендом сучасних подорожей є зростання сегменту туристів, які шукають можливість додати своєму відпочинку більше яскравості в сфері місцевої гастрономії, як у відчуттях, так і в якості послуг та придбаних товарів. Туристи, які відвідують виноробні регіони України, стимулюють синергічний ефект щодо розвитку інших секторів економіки територій.

3.2. Розробка нового винного туру

Відповідно до проведеного аналізу розвитку винного туризму в Україні, варто відзначити, що найвідомішими у сучасних умовах є виноробні підприємства в Причорноморському регіоні України (Одеська, Миколаївська, Херсонська області). Для розробки новго винного туру було обрано 4 виноробні господарства (виноробне господарство князя М. П. Трубецького (с. Веселе, Херсонська область);

Коблево (с. Виноградне, Миколаївська область); Центр культури вина Шабо (с. Шабо, Одеська область); Бейкуш (с. Чорноморка, Миколаївська область).

Пропонуємо розробити план 2-го туру «Виноробнями Півдня» (рис. 3.4).

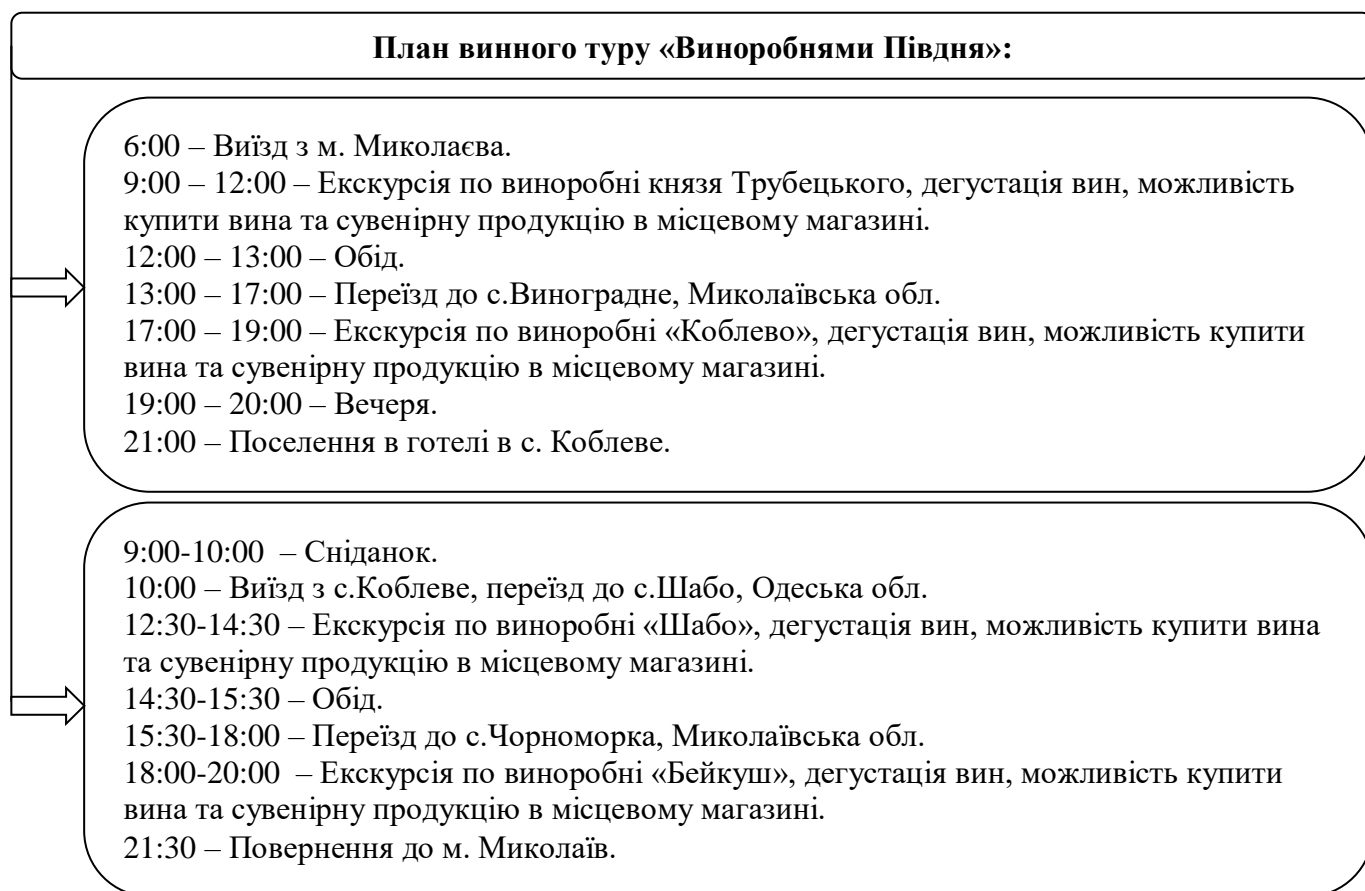


Рис. 3.4. План винного туру «Виноробнями Півдня»

Також на карті Південного регіону графічно зображено маршрут винного гастрономічного туру (рис. 3.5).

Новий туристичний кластер винного гастротуризму Причорноморського регіону представлений в додатку В.

Локальний кластер винного туризму – це добровільне територіальне об'єднання підприємств виноробного підкомплексу АПК, підприємців та підприємств туристичного бізнесу, сфери гостинності з метою забезпечення конкурентоспроможності виробництва та турпослуг за рахунок формування ефективних внутрішньо-секторних зв'язків, диверсифікації каналів збуту, створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій, а також адаптації сектору до вимог світового ринку. За умов дотримання класичних

технологій виробництва вина та промоції своєї продукції на ринку, виноробні підприємства стають потужним фактором розвитку в'їзного та внутрішнього туризму. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, туроператорів та підприємців сфери туризму, в Одеському регіоні можна створити локальний кластер винного туризму. Очікується, що такий бізнес-кластер з його унікальною продуктовою лінійкою здатен зайняти гідне місце у винній туристичній карті Європи.

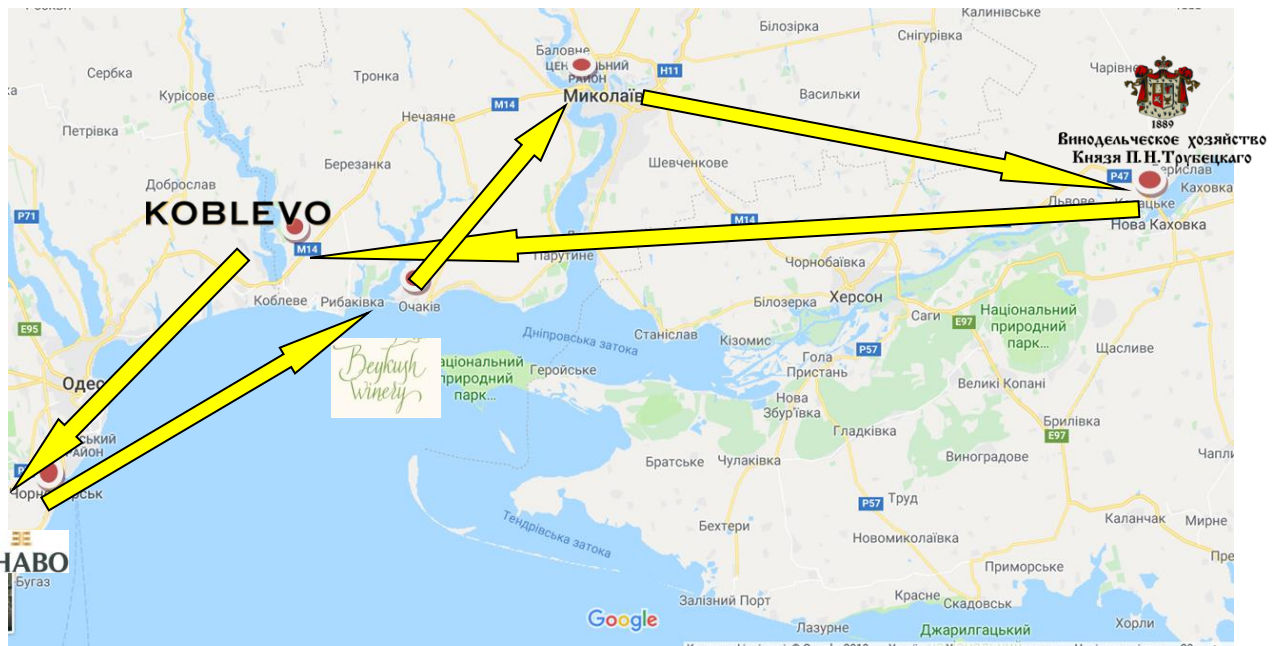


Рис. 3.5. Карта туристичного маршруту

Перш за все, утворення даного кластеру залежить від місцевої влади даних областей: Миколаївської, Одеської і Херсонської облдержадміністрацій. Без їх сприяння утворення кластеру неможливе. Також в основі закладені виноробні південного регіону України, в даному конкретному випадку при даному туристичному маршруті – це Шато, Бейкуш, Коблево, Виноробня князя Трубецького.

Під час туру харчування буде відбуватися у трьох місцях: у перший день обід у ресторані Трубецького на Виноробні князя Трубецького, вечерея та сніданок наступного дня запланована у готелі, де зупиняться туристи – це еко-готель «Vita Park», що знаходиться у с. Коблево Миколаївської області. Обід другого дня

запланований у ресторані с. Шабо «Шабський дворик». Що стосується розміщення туристів, то, як зазначено раніше, туристи розміщуються у готелі «Vita Park» у с. Коблеве. Звичайно, не можна забувати і про виробників сувенірної продукції. На кожній виноробні туристи матимуть змогу купити сувеніри. Кожна виноробня співпрацює із різними підприємствами з виробництва сувенірів. Прикладом може бути виробник рекламних сувенірів «Еней». І останнім елементом кластеру є туристичний оператор та перевізник. В нашому випадку це одна компанія – «Лідер-тур».

Отже, для розвитку туристичної галузі південного регіону України існує необхідність створення туристичного кластеру, який забезпечить інтеграційні процеси підприємств суміжних галузей. В Одеській, Миколаївській та Херсонській областях є великий потенціал для спільної роботи у цьому напрямку і достатня кількість підприємств, які готові співпрацювати. Проте слід зазначити, що без сприяння місцевої влади така кооперація є майже неможливою.

Висновки до третього розділу

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

1. Обґрунтовано, що локальний кластер винного туризму – це добровільне територіальне об'єднання підприємств виноробного підкомплексу АПК, підприємців та підприємств туристичного бізнесу, сфери гостинності з метою забезпечення конкурентоспроможності виробництва та турпослуг за рахунок формування ефективних внутрішньо-секторних зв'язків, диверсифікації каналів збуту, створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій, а також адаптації сектору до вимог світового ринку. За умов дотримання класичних технологій виробництва вина та промоції своєї продукції на ринку, виноробні підприємства стають потужним фактором розвитку в'їзного та внутрішнього туризму. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, туроператорів та підприємців сфери туризму, в Одеському регіоні

можна створити локальний кластер винного туризму. Очікується, що такий бізнес-кластер з його унікальною продуктовою лінійкою здатен зайняти гідне місце у винній туристичній карті Європи.

2. Розроблено інноваційний винний тур. Пропонуємо для розвитку туристичної галузі південного регіону України існує необхідність створення туристичного кластеру, який забезпечить інтеграційні процеси підприємств суміжних галузей. В Одеській, Миколаївській та Херсонській областях є великий потенціал для спільної роботи у цьому напрямку і достатня кількість підприємств, які готові співпрацювати. Проте слід зазначити, що без сприяння місцевої влади така кооперація є майже неможливою.

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

1. Визначено, що сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо.

2. Досліджено, що виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотуризм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винзаводу «Інкерманський», «Коктебель» та ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали.

3. Обґрунтовано, що винний туризм зародився і найбільш розвинений в Європі. Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим в світі виробником і експортером вин і лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та

Угорщини. Україна є європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. На європейській і світовий ринок українська виноробна продукція просувається повільними темпами, в силу ряду об'єктивних економічних і політичних причин.

4. Досліджено, що ключовою умовою розвитку винного туризму в Україні є ефективне функціонування підприємств виноградарського комплексу. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України становить близько 20%, що є досить високим показником для національної економіки. Варто відзначити, що виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції.

5. Проналізовано, що в Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури. Розглядаючи виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні, можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура та гарно розвинений виноградарсько-виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами.

6. Виявлено, що для України винний туризм поки що не типово явище. Відсутність значної кількості заводів які готові розкривати свої двері та секрети перед туристами, відсутність належної інфраструктури, низький рівень державної підтримки та недосконалість законодавства – основні, але не єдині, причини які

гальмують розвиток не лише винного гастрономічного туризму, але і туризму в цілому.

7. Обґрунтовано, що локальний кластер винного туризму – це добровільне територіальне об'єднання підприємств виноробного підкомплексу АПК, підприємців та підприємств туристичного бізнесу, сфери гостинності з метою забезпечення конкурентоспроможності виробництва та турпослуг за рахунок формування ефективних внутрішньо-секторних зв'язків, диверсифікації каналів збуту, створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій, а також адаптації сектору до вимог світового ринку. За умов дотримання класичних технологій виробництва вина та промоції своєї продукції на ринку, виноробні підприємства стають потужним фактором розвитку в'їзного та внутрішнього туризму. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, туроператорів та підприємців сфери туризму, в Одеському регіоні можна створити локальний кластер винного туризму. Очікується, що такий бізнес-кластер з його унікальною продуктовою лінійкою здатен зайняти гідне місце у винній туристичній карті Європи.

8. Розроблено інноваційний винний тур. Пропонуємо для розвитку туристичної галузі південного регіону України існує необхідність створення туристичного кластеру, який забезпечить інтеграційні процеси підприємств суміжних галузей. В Одеській, Миколаївській та Херсонській областях є великий потенціал для спільної роботи у цьому напрямку і достатня кількість підприємств, які готові співпрацювати. Проте слід зазначити, що без сприяння місцевої влади така кооперація є майже неможливою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом: монографія; за заг. ред. П.Л. Шияна, Д.І. Басюк. К.: Видавець ПП Д.Г. Зволейко, 2014. 252 с.
2. Баглей Д. В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях. Конструктивна географія та раціональне використання при-родних ресурсів. 2014. № 10. С. 3–15.
3. Басюк Д. І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму. Географія та туризм: науковий збірник. К.: Альтерпрес, 2012. Вип. 19. С. 28-37.
4. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435> (дата звернення: 25.05.2021)
5. Басюк Д. І., Бадещенкова К. С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. Сборник научных трудов «SWORLD». 2014. №1. Т.37. С.48-56.
6. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 квітня 2011 р. Луганськ, 2011. Том 2. № 6. С. 171–177.
7. Винний туризм: підручник для студентів ВНЗ. С. В. Іванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк та ін. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. 472 с.
8. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія; за наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.
9. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Випуск 17. Частина 1. С. 68-71.
10. Іванов С. В. Винний туризм : підручник для студ. вищ. навч. закл. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О. В., 2012. 472 с.

11. Іванов С. В. Підготовка фахівців для винного туризму в Національному університеті харчових технологій: традиції та перспективи. Вища школа. 2012. № 6. С. 7-15.

12. Іванов С. В., Домарецький В. О., Басюк Д. І. та ін. Винний туризм. Кам'янець Подільський.: ФОП Сисин О. В., 2012. 472 с.

13. Иванова-Тонева П. Виненият туризъм елемент от пазарната стратегия на винопроизводителите. Винен туризъм: традиция и съвременност: Черноморски туристически форум, 15-17 октомври 2009, Варна 2009; ред. кол. Марин Нешков и др.; [предг. Марин Нешков]. Варна: Славена, 2009. С. 87-94.

14. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий аспект. Географія і туризм: зб. наук. пр.; за ред. Б.Я. Олійника. К.: Альтер прес, 2012. Вип. 24. С. 93 – 99.

15. Матвеев В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Х. : ХДУ, 2015. № 10, Ч. 4. С. 29–31.

16. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Наук.вісн. ОНЕУ. 2013. № 1. С. 29–41.

17. Москаленко Д. М., Сильчук Т. А., Зуйко В. І. Розширення інноваційних послуг у сфері гостинності. Економіка та управління підприємствами. 2020. Випуск 58-2. С. 33-38.

18. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти: підручник. К.: Кондор, 2011. 430 с.

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

20. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 8. Частина 1. 2014. С.136-141.

21. Нездоймінов С. Г. Локальний кластер винного туризму як фактор територіального розвитку. Матеріали Міжнародної науково-практичної

конференції «Адміністративно-територіальні та економічно-просторові кордони регіонів», КНЕУ, 19-20 березня 2020 р. С. 350-354.

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

23. Патійчук В. О. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали III міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 15–16 грудня 2015 р.); за ред. В. Й. Лажніка. Луцьк: Вежа-Друк, 2015. С. 162–167.

24. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 30–31 березня 2017 р.). Луцьк : Терен, 2017. С. 26–34.

25. Патійчук В., Кирик А. Особливості сучасного розвитку винного туризму в Молдові. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2019. № 1 (385). С. 97-105.

26. Петрусенко О. Молодая лоза винного туризму. Мир продуктов. 2013. Июнь. С. 48–49.

27. Пергат А.П. Винный туризм Украины, как составляющая винных туров Европы. Географические науки. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/91211/22-Pergat.pdf?sequence=1> (дата звернення: 25.05.2021)

28. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія; за заг. ред. професора В. Г. Герасименка; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов, І.В. Давиденко та ін. Одеса: «Астропринт», 2013. 304 с.

29. Руднева М. Г. Винный туризм Молдовы. Наук. праці Нац. ун-ту харчових технологій. 2015. Т. 21, № 2. С. 176–182.

30. Шольц-Куликов Е. П. Маршруты винного туризма в Крыму. Крымские каникулы. 2011. № 1 (12) . С. 48-50.

31. Diduh M. The Perspective of the Development of the Vinous Tourism in the Ukrainian Danube. *Journal of Danubian Studies and Research*. 2013. Vol. 3, № 2. P. 340-350.
32. Hall M., Johnson G., Cambourne B., Macionis N., Mitchel R., Shaples L. *Wine tourism around the world: development, management and markets*. London: Butterworth#Heinemann, 2002. P. 1-24.
33. Hall M. *Wine Tourism Around the World*. Camboune Brock, Macionis Nik. Winepress Ltd., 2011. 312 p.
34. Olaru O. *Wine Tourism – An Opportunity For The Development Of Wine Industry*. Olaru. URL: http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari_2012_2/AnaleFSE_2012_2_024.pdf (дата звернення: 25.05.2021)
35. Peeples Niche Trend in the Tourism Market: Wine Tourism in Italy. URL: https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peeples_Sarah_Wine_TourismItaly.pdf?sequence=7 (дата звернення: 25.05.2021)
36. Storchmann K. *Wine Economics*. *Journal of Wine Economics*. Vol. 7. № 1. 2012. P. 1-33.
37. *Wine Business Online*. URL: <http://www.winebusiness.com> (дата звернення: 25.05.2021)
38. «Wine Curmudgeon». URL: www.winecurmudgeon.com (дата звернення: 25.05.2021)
39. *Wine Tourism Development in Northern Greece*. URL: https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-042816-042630/unrestricted/Wine_Tourism_Development_in_Northern_Greece.pdf (дата звернення: 25.05.2021)
40. Tapachai N. Applying a tourism micro cluster model to rural development planning: a case study of Kaeng Ruang village in Thailand, *Часопис соціально-економічної географії*, 2019, 26, pp 45-54.
41. *World Tourism Organization*. URL: <https://www.wto.org> (дата звернення: 25.05.2021)

42. Офіційна статистика Всесвітньої туристичної організації. URL: www.unwto.org (дата звернення: 25.05.2021)

43. Офіційний сайт Євростату. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/> (дата звернення: 25.05.2021)

44. Офіційний сайт асоціації виноградарів і виноробів України. URL : <http://awwu.org.ua> (дата звернення: 25.05.2021)

45. Офіційний сайт туристичної агенції «ВОЯЖ.UA». URL: <http://voyageua.com/pro-nas/> (дата звернення: 25.05.2021)

46. Офіційний сайт World Tourism Organization. URL: <http://www2.unwto.org/ru> (дата звернення: 25.05.2021)

47. Офіційний сайт International Organization of vine and wine. URL: <http://www.oiv.int/> (дата звернення: 25.05.2021)

ДОДАТКИ

Додаток А

Порівняльна таблиця виноробень Причорноморського регіону України [42]

Назва	Адреса	Площа виноградни ків, га	Сорти виногра ду	Кількість пляшок на рік, шт	Чистий дохід від реалізації (2019 р.), тис.грн.	Чистий прибуток (2019 р.), тис.грн.
ТОВ «Шабо»	с.Шабо, Одеська обл.	1100	30 сортів	Більше 50 млн	552300	30200
ПАТ «Одеса- винпром»	м.Одеса, Одеська обл.	1150	Більше 20 сортів	15 млн	666542	10741
Бейкуш	с.Чорноморка, Миколаївська обл.	11	6 сортів	30 тис	-	-
ПАТ Коблево	с.Виноградне, Миколаївська обл.	2450	14 сортів	45 млн	439388	25700
ПАТ Князя Трубець- кого	с.Веселе, Херсонська обл.	200	9 сортів	550 тис	407329	-723
КП «Курінь»	с.Степанівка, Херсонська обл.	40	9 сортів	50-60 тис	330	1.5

Туристичне маркування маршруту подорожі «Дороги вина та смаку Української Бессарабії» [20, с. 139]



**Підприємства та державні структури, залучені до винного
гастрономічного кластеру Причорноморського регіону України**

