

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра психології, педагогіки і туризму**

**Кваліфікаційна робота бакалавра**

**на тему:**

**«Світовий досвід енотуризму і перспективи його розвитку в Україні»**

*Допущено до захисту*

*«\_\_\_» травня 2021 року*

студента групи Т 03-17

факультету перекладознавства  
освітньої програми

Туристичне обслуговування  
за спеціальністю 242 Туризм

Бачуріна Олександра Івановича

Завідувач кафедри

психології, педагогіки і туризму  
доктор педагогічних наук, проф.

Матвієнко Ольга Василівна

Науковий керівник:

кандидат історичних наук, доцент

Лебедева І. М.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

КИЇВ – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕНОТУРИЗМУ .....	6
1.1. Понятійно-термінологічний апарат дослідження.....	6
1.2. Історія зародження і розвитку енотуризму .....	10
1.3. Енотуризм як сектор спеціалізації в туризмі .....	16
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ГЕОГРАФІЯ ЕНОТУРИЗМУ .....	21
2.1. Місце енотуризму у світовій туристичній галузі .....	21
2.2. Характеристика світових країн-лідерів енотуризму .....	23
2.3. Аналіз розвитку винного туризму у Франції та США .....	32
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕНОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	38
3.1. Розвиток енотуризму в Україні на сучасному етапі .....	38
3.2. Авторський тур енотуристичного маршруту в Україні .....	49
ВИСНОВКИ .....	59
РЕЗЮМЕ/ RESUME.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	64
ДОДАТКИ.....	70

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** В останні десятиліття, туризм почав сильно розвиватися і став масовим соціально-економічним явищем світового значення. Цьому стану сприяло поширення міжнародних економічних, політичних та культурних зв'язків. Також розвиток туризму дав змогу сотням мільйонам людей познайомитись з історією і культурою своєї країни, познайомитися з визначними пам'ятками людства, дізнатися про культуру та традиції інших регіонів та країн.

Одним з наслідків розвитку туризму стала поява спеціалізованого туризму, орієнтованого на окремі групи туристів із спільними інтересами, наслідком чого стала поява оригінальних туристичних продуктів. Серед таких видів туризму, орієнтованого на вузькі сегменти споживачів, в останні роки все більшою популярністю користується енотуризм (винний туризм).

Щорічно до енотуристичних подій долучаються понад 20 млн. людей, згідно з даними, опублікованими Всесвітньою туристською організацією. Оцінки експертів свідчать, що цей вид туризму щорічно збільшується на 4-7%. Отже, винний туризм за темпами розвитку випереджає всі інші види туризму і потребує ретельного вивчення. Розвиток винного туризму має бути направлений на забезпечення доступності складових індустрії туризму для кращого пізнання не тільки своєї країни, але і всього світу, а також реалізувати право кожної людини на відпочинок.

**Постановка проблеми та ступінь розробленості теми в туристознавчій літературі.** Процес розвитку винного туризму потребує систематизації досліджень, всебічного вивчення та аналізу актуальних проблем та тенденцій його розвитку. Винний туризм уже певний час перебуває у центрі уваги науковців, і на сьогоднішній день у туристознавчій літературі вже напрацьована значна теоретична база з цього питання. Зокрема, проблематикою винного туризму займалися Деборг М. П., Горшкова Л. О., Божук Т. І., Прокопчук Л. А., Іванов С. В., Домарецький В. О., Басюк Д. І., Блумер А., Прохорова А., та інші. Водночас, незважаючи на

велику кількість досліджень, узагальнюючого дослідження особливостей, проблем та перспектив розвитку винного туризму в нашій державі досі немає, а тому існує велика кількість проблемних питань, які потребують більш детального вивчення.

**Мета дослідження** полягає у характеристиці сучасного стану, проблем та тенденцій розвитку енотуризму у світі та в Україні.

Відповідно до мети було визначено такі **завдання**:

- розкрити зміст поняття «енотуризм» (винний туризм);
- висвітлити історію розвитку світового енотуризму;
- дослідити місце енотуризму у світовій туристичній галузі;
- охарактеризувати особливості організації та географії енотуризму у світі;
- дослідити сучасний стан та тенденції розвитку енотуризму в Україні;
- розкрити особливості організації енотуристичного туру та розробити авторський енотур в Україні.

**Об'єктом дослідження** є енотуризм у світі та Україні.

**Предметом дослідження** є актуальні проблеми, тенденції та перспективи розвитку енотуризму у світі та в Україні.

**Методи і прийоми дослідження.** Теоретичною і методологічною основою дослідження є фундаментальні положення туризмознавчих дисциплін, зокрема географії туризму та туристичних ресурсів світу, рекреології та історії енотуризму.

У роботі використано системний підхід для дослідження туристичних еноресурсів України як цілісної системи в її динамічному розвитку та сукупність методів, які забезпечують його реалізацію, такі як:

- метод логічного узагальнення був використаний для забезпечення послідовності проведення наукового дослідження;
- історичний метод використовувався при дослідженні історії становлення і розвитку енотуризму;

- методи спостереження та порівняння були використані для аналізу розвитку туристичної діяльності, зіставленні туристичних ресурсів та динаміки туристичних потоків за останні роки;
- індукція та дедукція використовувалися для аналізу енотуристичних ресурсів та інфраструктури енотуризму в Україні;
- метод опису використовувався при дослідженні провідних регіонів поширення енотуризму;

**Джерельною базою дослідження** слугували статистичні дані Міністерства культури і туризму України та Центрального управління статистики України, матеріали преси «Journal of Modern Literature», «Travelireland» та «Travel Magazine», матеріали з веб-ресурсів організацій Tourism in Ukraine. Крім того, у роботі використовувалась інформація українських туристичних агентств та компаній, а також відомості з баз даних комерційних організації. Також до дослідження було залучення документи організації ВТО та ООН.

**Практичне значення отриманих результатів.** Результати дослідження можуть бути використані туристичними операторами України для популяризації енотуризму в Україні, а також при розробці винних турів. Теоретичний матеріал може бути використаний у процесі підготовки лекційних курсів та навчально-методичної літератури з туризмознавчих дисциплін.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи** відбулася під час виступу на Міжнародній науково-практичній конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови» (Київ, 13–14 травні 2021 року) на тему «Перспективи розвитку винного туризму в Україні».

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 71 сторінки, з них 60 сторінки основного тексту.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДСЛІДЖЕННЯ ЕНОТУРИЗМУ

### 1.1. Понятійний апарат і методологія дослідження

Енотуризм, або винний туризм, відноситься до туризму, метою якого є або включає дегустацію, споживання або придбання вина, часто біля виноробень або поблизу. Там, де інші види туризму часто мають пасивний характер, енотуризм може складатися з відвідування виноробних заводів, дегустації вин, прогулянок виноградником або навіть активної участі у збиранні врожаю.

Огляд наявної наукової літератури показує, що більшість дослідників туристичного ринку погоджуються з тим, що винний туризм є новою галуззю туристичної галузі [1]. Слід зазначити, що в українських дослідженнях туризму не існує сталого визначення цього виду туризму; терміни «винний туризм», «енотуризм» не використовуються, частіше використовують терміни «виноробний туризм», «винно-харчовий туризм» та «еногастрономічний туризм». Іноді використовується поняття «алкотуризм» для позначення поїздки на виноробню для споживання алкогольних напоїв. Примітно, що винний туризм охоплює досить широкий спектр туристичної діяльності [2].

Енотуризм це означає побачити, що знаходиться за зачиненими дверима винного погребу. Екскурсія дає доступ до виноробні, щоб дізнатись, що вони роблять, як і чому вони роблять, закінчуючи візит дегустацією вина. Ці візити можуть поєднуватися з культурною програмою або дозвіллям (наприклад, піші прогулянки або їзда на велосипеді) та поєднуватися з гастрономією.

Енотуризм як невід'ємна частина сільського туризму та альтернативного туризму є загальновизнаною частиною туризму яка пов'язана із сільським ландшафтом. У наш час туризм, пов'язаний з вином, стає все більш важливим для ряду сільських районів світу. Енотуризм

визнаний важливою складовою як виноробної, так і туристичної галузі є також цінним активом для країни в якій він знаходиться.

Найпопулярніші напрямки енотуризму у всьому світі можна розсортувати по країнам і регіонам, таких як Італія (Тус-Кань), Франція (Бордо), Іспанія (Ла-Ріоха), США (Долина Напа), Португалія (Долина Дору), Німеччина (Мозель), Південна Африка (Кейптаун), Нова Зеландія (Отаго), Австралія (долина Баросса). Аналізуючи розвиток винного туризму у всьому світі, можна визначити, що більшість виноробних країн є європейськими, на які припадає понад 70% світового виробництва. Європа має довгу і багату історію винної галузі порівняно з країнами Нового Світу; виноградник є дуже важливою складовою європейської спадщини, і енотуризм в Європі спирається на розвиток сільського туризму [3].

Хоча в винному туризмі не можемо обійтися без гастрономії так як енотуристи це дуже неоднорідний сегмент споживачів з різноманітними соціально-демографічними, психографічними особливостями та різною поведінкою щодо вина як продукту та винного туризму як вибіркової форми туризму.

З розвитком глобального туризму посилюється конкуренція між напрямками, отже унікальна місцева та регіональна нематеріальна культурна спадщина стає дедалі важливішим фактором для залучення туристів. Для багатьох напрямків виробництво їжі, а також виноробство є невід'ємною частиною їх історії та самобутності це стало ключовим елементом в іміджі національної торгової марки. Гастрономія та винний туризм - це можливість поживати та урізноманітнити туризм, сприяти місцевому економічному розвитку, залучити безліч різних професійних секторів та запропонувати нові види діяльності. Отже, гастрономія та винний туризм сприяють просуванню та фірмовому визначенню напрямків, підтримці та збереженню місцевих традицій і різноманітності.

Комітет з туризму та конкурентоспроможності (КТК) ЮНВТО визначає гастрономічний туризм як вид туристичної діяльності [4], який

характеризується досвідом відвідувача, пов'язаного з продуктами харчування та супутніми товарами і видами діяльності під час подорожі. Поряд з автентичним, традиційним та інноваційним кулінарним досвідом, гастрономічний туризм може також включати інші пов'язані з цим заходи, такі як відвідування місцевих виробників, участь у харчових фестивалях та відвідування уроків кулінарії. Енотуризм (винний туризм), як підвид гастрономічного туризму, відноситься до туризму, метою якого є відвідування виноградників, виноробних підприємств та дегустацій.

Зв'язок між винним туризмом та культурою, історією та способом життя та внеском цього сегменту у розвиток сектору широко обговорювались під час 1-ї Глобальної конференції ЮНВТО з винного туризму в 2016 році, що відбулася в регіоні Кахеті в Грузії [5]. Протягом двох днів (7-9 вересня) подія зібрала понад 200 учасників, включаючи політиків та експертів з туризму з майже 50 країн.

В останнє десятиліття винний туризм став ключовим компонентом гастрономічного туризму та важливим чинником у стратегіях диверсифікації багатьох напрямків. Форум став унікальною можливістю відкрити багатство місцевої грузинської культури та обмінятися інноваційними ідеями для просування винного туризму між напрямками, які вже мають досвід винного туризму, з іншими, що мають великий потенціал у цьому сегменті. Серед учасників були міністерства, організації управління напрямками (DMOS) та національні туристичні організації (NTO), університети, туроператори та винні спеціалісти.

«Винний туризм тісно пов'язаний з ідентичністю напрямків і включає культурні, економічні та історичні цінності. Крім того, він є головним рушієм у стратегіях диверсифікації, що допомагає напрямкам збагатити туристичну пропозицію та залучити різну публіку. «Ця конференція намагається не лише наголосити на цьому, але також сприяти обміну та розвивати співпрацю між напрямками, що мають потенціал у цій галузі» сказав Генеральний секретар ЮНВТО Талеб Ріфаї на відкритті конференції.



«Конференція висвітлює одну з найзаповітніших і найстарших традицій нашої культури. Вино та виноробство є невід'ємною частиною нашої історії та самобутності і стало ключовим елементом в образі бренду країни. Завдяки цьому можливість проведення 1-ї Глобальної конференції ЮНВТО з винного туризму знову поставила Грузію в серця світових винних експертів, професіоналів та ентузіастів», сказав Дмитро Кумсішвілі, перший віце-прем'єр-міністр, міністр економіки та сталого розвитку Грузія.

Харчування, яке є однією з фізичних потреб, у зв'язку із розвитком туризму та харчової промисловості, призвело до появи сектору, який став розглядатися як дозвілля та бажаний для задоволення. Майже всі туристи під час подорожі прагнуть познайомитись з місцевою кухнею. У цьому контексті місцеві страви регіону стали важливим засобом для пізнання та вивчення іншої культури. Турист може захотіти відвідати район, щоб отримати якийсь новий культурний досвід, або він просто хоче спробувати місцеві страви та напої, що належать до цієї області. Як результат цього, такі причини, як випробування місцевих страв і напоїв певної місцевості та спостереження за фазами виробництва та дегустація місцевого вина, виготовленого із сировини, доступної лише в цьому конкретному регіоні, зараз стали однією з основних причин, що вибір туристами напрямків для відвідування. Більше того, це сприятиме сталості ресурсів регіонів, а також альтернативним об'єктам туризму, які можуть бути структуровані в регіонах, де культура напоїв набуває важливого значення [6].

Зараз гастрономія розглядається як визначальний фактор залучення туристів під час вибору напрямків. Гастрономічний туризм, а отже і винний туризм як його сегмент, може стати альтернативним видом туризму, а також може слугувати видом діяльності, що підтримує ці напрямки.

## 1.2. Історія зародження і розвитку енотуризму

Винна культура існувала в сучасній Україні вже в 4 столітті до нашої ери на південному узбережжі Криму. З цього періоду були знайдені преси та амфори. Вирощування вина у північній частині країни (навколо Києва та Чернігова) розпочали монахи лише в XI столітті.

За імператриці Катерини Великої (1729–1796) у 1783 р. Крим увійшов до складу Російської імперії. Граф Михайло Воронцов посадив перші винні сади в 1820 році і створив великий виноробний завод поблизу Ялти. Дослідницький інститут виноградарства Магарах був заснований у 1828 р. У 1822 р. За схваленням царя Олександра I швейцарські виноградарі з кантону Во створили колонію в Шабо. Згодом вони заснували дочірні колонії на Дніпрі та в Криму. Вино з Чабага було показано на Всесвітній колумбійській виставці 1893 року в Чикаго і отримало медаль визнання. [7]

Засновником знаменитих ігристих вин є князь Лев Голіцин, який вперше виготовив російський «Шампань» після Кримської війни (1854-1856) у своєму володінні «Новий Світ» поблизу Ялти. Пізніше, за останнього царя Миколи II (1868–1918), була заснована попередниця Массандри, сьогоденній державний виноробний завод. За радянських часів Україна з була найбільшим постачальником вин в СРСР. Через катастрофі яка відбулося в 1986 році: близько половини виноградників було знищено, коли генеральний секретар СРСР Михайло Горбачов розпочав кампанію проти надмірного споживання алкоголю в СРСР. З 2000 року виробництво, а також експорт вин швидко почав стрімко зростати.

Винний туризм активно розвивається. Енотуризм зарекомендувала себе у всьому світі як рушій зростання. Як для виноробного сектора, так і для туристичної галузі.

Оскільки зростання споживання вина у світі має тенденцію до уповільнення, сектор повинен знайти нові торгові точки. Нові джерела доходу, нові цілі споживачів.

Що стосується класичного туризму, то він втрачає популярність по причині відсутності новизни. Все більше туристів намагаються надати сенс своїм подорожам.

Сучасна історія винного туризму порівняно недавня. Саме в Парижі в 1976 році вперше було названо туристичну поїздку «енотуром». Також історія сильно варіюється від регіону до регіону, але в таких місцях, як долина Напа, там було зафіксовано значний ріст після того, як у 1975 р. Було реалізовано злагоджені маркетингові зусилля, що отримало подальший поштовх рішенням Парижа 1976 р. [8].

Інші регіони, такі як Каталонія, Іспанія, розпочали маркетинг енотуризму лише з середини 2000-х, головним чином зосередившись на тому, як ця форма туризму набуває популярності, саме вином яким Іспанія загалом відома [9].

Також відбулося зростання популярності енотуризму серед англомовних з випуском фільму «Набік» у 2004 і «Хороший год» в 2006 році популяризували концепцію винних поїздок, і вже з 2006 року енотури почали користуватися попитом. Сьогодні на винний туризм припадає понад 50 мільярдів євро прямих доходів у світовій економіці [10]. В фільмі «Набік» де двоє головних героїв відвідують виноробні в регіоні Санта-Барбара в Південній Каліфорнії [11]. Цей фільм став знаковий в розвитку енотуризму як найкраща реклама.

Не існує єдиного визначення винного туризму, яке було б одностайно прийняте у всіх країнах, тому на протязі всієї роботи є вживані визначення енотуризму від різних авторів, наприклад моє дослідження пропонує таке визначення: енотуризм, або винний туризм, визначає всю туристичну діяльність, усі формати, поєднані, організовані з метою відвідання

виноградної лози, регіону виноробства, професії виноградаря, вина та дегустації вин.

Деборг М.П. згадував, що «туризм це дія, бажання, мистецтво подорожувати заради власного задоволення». У 1880 р. Е-Гай Френлер заявив, що "туризм у сучасному розумінні цього слова - явище сучасності, засноване на знанні про необхідність відновлення здоров'я та зміни навколишнього середовища, виховання настроїв до природної краси як результат розвитку торгівлі, промисловості, а також вдосконалення транспортних засобів» [12]. Туризм вважається однією з найважливіших, прибуткових та процвітаючих галузей економіки для багатьох держав світу. Країни з туристичним напрямком прагнуть просувати туристичні пам'ятки, що мають культурні та туристичні цінності, визнані у всьому світі та представляють візитну картку країни. Розвиток "винного туризму" став основним завданням для тих, хто займається туризмом, так і тих, хто займається виноробством [13].

Найбільш ранні відомі дані про виноробство у відносно великих масштабах, були знайдені на Близькому Сході. У 2011 році команда археологів виявила в печері в районі Арени Вірменії 6000-річний винний прес [14] і визначила це місце як невелику виноробню. Раніше в північних горах Загрос в Ірані було виявлено, що банки віком понад 7000 років містять кристали винної кислоти (хімічний маркер вина), що свідчить про виноробство в цьому регіоні. Під час археологічних розкопок у південно-грузинському регіоні Квемо-Картлі було виявлено свідчення про виноробне обладнання, датоване VI тис. до н. е. [15]. У 2017 році залишки 8000-річної установки для великого виробництва були знайдені в 20 милях на південь від Тбілісі, Грузія. [16]

Сама природа виноробної промисловості бажає представляти туристичну сферу. Вино це напій, який асоціюється з відпочинком, спілкуванням з іншими, доповнює споживання їжі та гостинності. Туристи часто шукають деякі або всі ці речі, перебуваючи у русі чи в відпустці [17].

Винний туризм є формою туризму з особливим інтересом [18]. Насправді, аспект винного туру є прикладом туристичного продукту, що цікавить особливі інтереси [19]. Винний туризм та активний розвиток маркетингу винного туристичного продукту є відносно недавнім явищем. У Європі винний туризм значною мірою розвивався у формі офіційних винних доріг або винних маршрутів [20].

Визначень винного туризму існує в міру того, як ця дисципліна продовжує розвиватися. На жаль, винний туризм до цього часу особливо не відокремлювали, а рахувався він як підрозділ гастрономічного туризму й тому йому не приділяли особливої уваги в літературі [21].

Винний завод або виноробня це будівля чи устаткування, що виробляє вино, або бізнес, що займається виробництвом вина [22]. Деякі винні компанії володіють багатьма винними заводами. Окрім виноробного обладнання, великі виноробні можуть також мати склади, лінії розливу, лабораторії та великі простори цистерн, відомих як резервуарні ферми. Виноробні могли існувати ще 8000 років тому.

Виноробні, як правило, наймають виноробів для виробництва різних вин з винограду, дотримуючись процесу виноробства. Цей процес включає бродіння фруктів, а також змішування та витримку соку. Виноград може бути з виноградників, що належать виноробні, або може бути завезений з інших місць. Багато винзаводів також проводять екскурсії та мають двері льоху або дегустаційні зали, де клієнти можуть продегустувати вина перед тим, як зробити покупку. Архітектура виноробні дуже різноманітна і багата, і вона використовується виноробнями як спосіб просування своїх вин.

Види та місця розташування виноробень. Хоча деякі виноробні асоціюють з великими виноробними регіонами, такими як Долина Напа та Долина Сонома в Каліфорнії, долина Баросса в Австралії або легендарні виноробні регіони Франції (Бордо, Бургундія, Шампань) та Італії, винні заводи можна знайти майже скрізь. На східному узбережжі Сполучених Штатів також є виноробні регіони, такі як регіон Finger Lakes, острів

Aquidneck, RI та Лонг-Айленд, штат Нью-Йорк, та Cape May, NJ. Винні заводи не обов'язково повинні розташовуватися поруч з виноградниками; виноград можна відправити куди завгодно. Крім того, люди роблять вино з інших фруктів і рослин (кульбабове вино, яблучне вино, полуничне вино, медове вино), тому ці спеціальні винні заводи, як правило, будують у різних місцевостях. Наприклад, під Києвом можна згадати виноробню Біологіст, і хоча невелика плантація винограду є при виноробні, але основну масу сировини вони завозять з Одеси. Виноробний завод на Гавайях виробляє ананасове вино - в цьому випадку виноробня вже тяжіє до сировини.

Винний туризм переживає бурхливий розвиток із середини 1990-х років. Проведення першої Австралійської конференції винного туризму в 1998 році [23] стало першим форумом, на якому дослідники винного туризму з державного та приватного сектору мали змогу представити свої роботи своїм колегам. Важливо, що значна частина виноробної та туристичної галузі була залучена до цієї конференції і послужила головним напрямком досліджень винного туризму з цього моменту. Отже, значна частина наукових досліджень, що є в даний час, є прикладними та практичними та включає сукупність робіт з концептуалізації винного туризму, винних туристів та напрямків винного туризму.

Багато винних регіонів та туристичних напрямків зрозуміли, що переваги винного туризму сягають далеко за межі дверей льоху практично у всі сфери регіональної економіки та в міські райони, що приносять більшість винних туристів. Вино, їжа, туризм та мистецтво в сукупності складають основні елементи продукту винного туризму та забезпечують такий спосіб життя, до якого прагнуть і прагнуть винні туристи. Цей підхід, заснований на продуктах, ілюструється визначенням, даним у Національній стратегії винного туризму Федерації виноробів Австралії (1998): «відвідування виноробних підприємств та виноробних регіонів, щоб випробувати унікальні якості сучасного австралійського способу життя, пов'язаних із насолодою вином біля його джерела - включаючи вино та їжу, ландшафтну та культурну

діяльність» [24].

На першій австралійській конференції винного туризму, що відбулася в 1998 р., було встановлено параметри досліджень винного туризму та досліджено потенційну енергію двох дуже успішних секторів виноробства та туризму. Ці ефекти включають просування винних регіонів та подій за допомогою туризму, збільшення продажів вина для туристів, додану вартість для регіонального виробництва та нові можливості для бізнесу у винному туризмі. Однак також були виявлені деякі потенційні конфлікти, не останнім з яких було переконання, що винний туризм приносить користь операторам туризму більше, ніж виноробням. Деякі винні заводи боялися туристів, котрим було просто цікаво пити вино, а не дегустувати вино, які прагнули сп'яніння, а не вчитися. Були також проблеми, пов'язані з суперечливими варіантами землекористування, пов'язаними зі швидким зростанням винного туризму у виноробних регіонах, оскільки тиск на розвиток туризму загрожував зануренням земель під виноградні лози.

В Європі енотуризм добре розвинений і підтримується державою, що робить його важливим джерелом доходу для туристичної діяльності та виноробної галузі. Винний сектор, включаючи винний туризм, стикається з декількома проблемами, такими як: зміна клімату та його вплив на якість вина є однією з найсерйозніших екологічних проблем; зростання конкуренції, консолідація дистриб'юторів та імпортерів; консолідація ролі мережевих магазинів, а іноді і несподівані зміни споживчого попиту; активація антиалкогольного лобі в деяких країнах; суворий візовий режим для деяких країн; створення позитивного іміджу країни; небагато туристичних маркетингових заходів, виставок, рекламних матеріалів тощо. Для вирішення цих питань, як і багатьох інших, в деяких країнах існують державні програми та конкретні механізми підтримки та розвитку виноробного сектору загалом та винного туризму зокрема. Наприклад, для розширення винного туризму багато країн вимагають звільнення найкращих вин від податків, що дозволяє дегустувати певний вид вина лише на території

держави, в якій воно було вироблено [25]. Це пояснюється тим, що вино, яке «пішло» з місця вирощування і дозріло, втрачає справжній смак. Звідси висновок, що французькі вина можна скуштувати лише у Франції. У той же час у країнах ЄС посилення винного сектору фінансується державою, також існують спеціальні гранти, які не відшкодовуються, але управління ними суворо контролюється [26].

Отже опираючись на історію можна сказати що енотуризм зовсім молоде направлення і його розквіт ще тільки чекає в майбутньому. І хоча в різних регіонах він розвивається з різною швидкістю, але глобально він тільки зростає і набуває популярності. Вже зараз є можливим зайти в цю сферу і бути першовідкривачем.

### **1.3. Енотуризм як сектор спеціалізації в туризмі**

На думку Горшкової Л.О., винний туризм є спеціалізованим видом туристичної галузі, який передбачає ознайомлення з історією, технологією та культурою споживання вина в певному регіоні та дегустації вин відразу на виноробні [27]. Зараз винний туризм переживає інтенсивний розвиток по всьому світу. Оскільки його можна поєднати з усіма іншими видами туризму або включити в тур як доповнення туристичних програм і маршрутів, це може принести значний прибуток. Крім того, значення галузі також посилюється завдяки її культурним та гастрономічним цінностям. Враховуючи, що виноробство - це давня справа та етнічна традиція, кожній країні може сприяти культура виноробства, звичаїв і національна ділова практика через винний туризм. Це також стимулює розвиток відсталих сільськогосподарських районів та генерує грошовий потік до місцевих бюджетів, що є надзвичайно актуальним для деяких областей України, зокрема для Закарпатського регіону.

У своїх публікаціях Божук Т.І. та Прокопчук Л.А. визначають винний туризм як «спеціалізований вид туризму, пов'язаний з дегустацією,



споживанням та придбанням вина безпосередньо від виробника» [28]. Ряд доступних публікацій пропонує дещо інше трактування винного туризму як діяльності, що має значний вплив на розвиток конкретного регіону. У багатьох виноробних регіонах існує тісний взаємозв'язок між винним туризмом доходів та зростання прибутку в інших сферах бізнесу. Зростання прибутку безпосередньо пов'язана зі збільшенням кількості туристів, зацікавлених вином [29].

Таким чином, можна стверджувати, що ядром винного туризму як продукту є не стільки саме вино, скільки інші компоненти туристичної пропозиції, такі як регіональна кухня, матеріальна та духовна культура, які існують всюди перекриваються, щоб сформувати особливу культуру життя, яку винні туристи прагнуть. Винний туризм включає подорожі туристичного характеру, мотивовані бажанням дізнатись про історію і традиції місцевостей, пов'язаних із вирощуванням винограду та виробництвом вина, можливість скуштувати та придбати місцеві вина безпосередньо у виноробів, участь у культурних заходах діяльності та досвід занурення в особливе середовище, властиве територіям з багатою туристично-рекреаційною інфраструктурою. Це дозволить малому бізнесу створювати унікальні вина в районі, організувати нові робочі місця та збільшувати доходи до державного та місцевих бюджетів [30].

Отже, винний туризм має такі ознаки:

- він становить відчутний компонент матеріальної та духовної культури,
- це дозволяє отримати досвід певного способу життя,
- він врахований як у пропозиції (власники винних погребів, туристичних підприємств тощо), так і у факторах попиту (поведінка споживачів),
- він є елементом туристичної пропозиції регіону (найчастіше поєднується з кулінарною спадщиною, культурою, мистецтвом та народними ремеслами),

- він служить маркетинговим інструментом для просування регіону та виробників вина,

- посилює економічні, культурні та соціальні переваги для регіону,
- може бути частиною національного та міжнародного іміджу регіону.

На думку польських дослідників, винний туризм є суміжним різновидом культурного та продовольчого туризму, як це видно з місцевого фольклору чи назв [31]. Наприклад, одне із найбільші міст Закарпаття назвали Виноградів, назви багатьох вин походять від місця їх виробництва (Середнянське, Берегівське, Іршавське, Троянда Закарпаття та ін.).

Оскільки виноробство є невід'ємною частиною соціокультурної спадщини багатьох нації, то цілі та методи винного туризму повністю відповідають соціальній місії туризм як ключовий двигун у діалозі між культурами, повага до загальнолюдських культурних цінностей, толерантність до способу життя, мислення та традицій інших народів [32]. Спокій, повага та розуміння, ось що означає винний туризм.

Швидкий розвиток винного туризму можна відзначити в регіонах із сприятливими умовами для вирощування винограду. Привабливість цього виду туризму залежить від ряду причин, включаючи інтерес до культури, історії, архітектури та способу життя місцевого населення. Вино сприймається як продукт, пов'язаний з культурно-кулінарними традиціями районів, населених українською, угорською, румунською, словацькою та іншими меншинами громади.

Туристи, які цікавляться виноградарством та споживанням вина, часто люблять цей напій у дегустаційних залах чи підвалах, на культурних заходах, фестивалях, ярмарках або імпровізованих місцевих подіях, а також в ресторанах. Часто винні туристи вважають за краще купувати вино безпосередньо у виробників у місці з унікальною атмосферою, відповідною інфраструктурою та можливостями дізнатись більше про продукт.

Статистичні дані свідчать, що тенденція розвитку винного туризму на Україні зазнає зростання, залишаючись стабільним та перспективним

бізнесом. Винний туризм може стимулювати збільшення доходів на місцевому та регіональному рівнях. Промисловість демонструє потужний потенціал, який дозволяє забезпечити конкурентні переваги для регіону, де знаходиться підприємство та приватні винні погребі місцевих виноградарів.

Винний туризм привабливий також для компаній і організацій, що беруть участь у наданні послуг, пов'язаних з туристичним перевезенням. У зв'язку з цим багато власників бізнесу почали займатися виноробством як основною діяльністю. Розвиток малого виноробного бізнесу, заснованого на власності фермерів або приватних селянських фермерських господарствах можуть генерувати енергію у вигляді збільшення туристичного обсягу та масштабів послуг, що надаються туристам. Такі перспективи можуть змінити несприятливі тенденції у місцевій економіці та сприяти збільшенню фінансових надходжень до місцевого бюджету, що, в свою чергу, покращить рівень життя місцевих громад. Можна навести багато прикладів у всьому світі, де розвиток винного туризму входить до політики стратегічного планування.

В Австрії та Іспанії з місцевих бюджетів виділяються кошти на будівництво винних центрів за спеціальною статтею витрат, і створюються сприятливі умови для стимулювання внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури (розміщення, харчування, розробка маршрутів, інформаційні центри) [33]. Винні поціновувачі розглядають винні екскурсії як шанс увійти в контакт із традиціями та мистецтвом виноробства та поринути у особливий контекст спілкування про смак та аромат вина. Однак туристам також пропонується спробувати інші продукти, наприклад, вони можуть вибрати розваги на тематичному закарпатському бенкеті, де будуть представлені національні страви та ексклюзивні страви, відвідувати фестивалі, урочистості, академічні та ділові форуми, відвідати майстер-класи і інше.

Вино є важливим фактором привабливості, привід для спеціальної поїздки та елемент харчування, лікування та розваги [34]. Для винзаводів

винний туризм є одним із способів підвищити популярність їх бренду, а також збільшення прямих продажів у дегустаційних залах та погребах.

Згідно з прогнозом Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у їх дослідженні «Бачення туризму на 2022 рік» одним з найпопулярніших видів туризму на 2022 рік буде тематичний туризм. Винний туризм як «якісний туризм».

Отож розуміючи що енотуристична галузь виступає як сектор спеціалізації в туризмі можна ставити енотури на один рівень з зеленими, спортивними і іншими турами. Також вже в найближчому майбутні завдяки роботі на розвиток виноробної справи і енотуризму від АСУ і Reikartz можна створювати свої енотури по Україні, так як вони будуть на піку популярності.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ГЕОГРАФІЯ ЕНОТУРИЗМУ

### 2.1. Місце енотуризму у світовій туристичній галузі

Винний тур це вид туристичної програми, основною метою якої є ознайомлення туриста з виноробством даної країни чи регіону. Такі маршрути розраховані на любителів вина та поціновувачів, як початківців, так і досвідчених. Під час поїздки гості знайомляться з винною картою країни, насолоджуються сільськими ландшафтами виноробних районів, відвідують замки та ферми, беруть участь у сільськогосподарських заходах (наприклад, обрізка чи збір винограду), оглядають винні погребі. Крім того, багато програм включають приємні бонуси: можливість зробити власну суміш і отримати пляшку вина з індивідуальною етикеткою.

Особливий інтерес викликала презентація прототипу винного туризму ЮНВТО, інструменту, розробленого Організацією, яка впроваджує інноваційну методологію для виявлення існуючих взаємозв'язків винзаводів та їх оточення. Це включає їх вплив на місцеву та регіональну історію, соціально-економічну сферу та культуру. Ці відносини створили основу для того, щоб продукт відчувався через країну в розрізі її виноробень та середовища, в якому вони розвивались. Як пояснила Йоланда Пердомо з Програми приєднаних членів ЮНВТО "цей методологічний інструмент, який може бути адаптований і тиражований у різних регіонах, допоможе просувати місця призначення за допомогою їх енологічних рамок, що також допоможе підкреслити інші аспекти, такі як культура, історія та традиції [35].

«Винний туризм це постійно зростаючий сегмент постійного оновлення, який пропонує надзвичайну різноманітність для споживача, і також можливості для бізнесу для виробників», сказав Густаво Сантос, міністр туризму Аргентини [36]. Винний туризм вважається вирішальним елементом для туристичної галузі та сектору виноградарства та виноробства

[37].

А ось вже на 4-ій глобальній конференції винного туризму (4-6 грудня 2019, Valle De Colchagua, Чилі) підводила самі свіжі світові погляди на енотуризм.

Долина Кольчагуа в Чилі це історичне сільськогосподарське вогнище, розташоване приблизно за 100 миль на південь від столиці міста Сантьяго, починаючи з передгір'я Анд та виходячи на захід до Тихого океану. Різноманітні ґрунти та мікроклімат долини ідеально підходять для різноманітного асортименту якісних сортів винограду. Бажаний номер найвідоміших вин Чилі, бажаний теруар у регіоні, у поєднанні з наполегливим, цілеспрямованим маркетингом успішно вивели Долину Колчагуа на рівень міжнародного визнання. З точки зору інновацій, незалежні винороби у Чилі продовжують кидати виклик нормам більш традиційного виноробства, починаючи від створення нових сумішей та відродження старого винограду до впровадження сухих та органічних біодинамічних методів землеробства.

Конференція включала семінари-практикуми з чотирьох різних тем, що дають учасникам можливість подальшого вивчення питань, що розглядаються на сесіях, та інтерактивного обміну та обміну ідеями, що, в свою чергу, стало частиною висновків конференції. Захід розпочався майстер-класом про те, як розвивати конкурентоспроможні та стійкі напрямки винного туризму, а також досвід винного туризму.

Також на цій конференції було піднято питання і про взаємодії енотуризму з іншими сусідами по роботі, а саме з індустрією гостинності яка містить у собі і послуги підприємств суспільного харчування та послуг ігрових комплексів. Всі ці галузі народного господарства будь-якої країни дають величезну кількість робочих місць та приносять прибуток.

В нашій країні до індустрії гостинності, а саме організації дозвілля, приділяється не найпильніша увага з боку влади. Можна сказати, що ця галузь була розвинута недостатньо. Але з переходом країни на рейки

ринкової економіки саме ця галузь почала бурхливо та стрімко зростати. В країні з'явилася величезна кількість туристичних агентств, бюро і компаній. Також з'явилася велика кількість знову відбудованих і відреставрованих готелів і мотелів, ресторанів та ігрових комплексів.

Отож в туризмі неможна без співпраці: готелі, ресторани і туризм це фактично одне єдине. Саме ця істина стоїть в основі всіх конференцій, а саме співпраця, відкриття кордонів і суцільний розвиток туристичної галузі загалом. Проблем вистачає, але не дивлячись на це конференції проводяться, проблеми вирішуються і прогрес в туристичній галузі прогресує.

## **2.2. Характеристика світових країн-лідерів енотуризму**

Хоча виноробство розвинуте у багатьох країнах світу, де є для цього сприятливі умови, проте виділяються декілька регіонів, в яких винний туризм отримав найбільший розвиток: Європа, США, Південна Африка, Австралія та Китай (Рис. 2.1.). Енотуризм можливий лише там де я єноресурси, тому і центри енотуризму тяжіють до тих місць де ці ресурси є.

Виноградники Нового Світу, як правило, розташовані у зоні з жарким кліматом, насправді деякі великі регіони Нового Світу є зрошуваними пустелями, виноград Нового Світу, як правило, стигліший і повноцінний. Такі критики, як Роберт М. Паркер-молодший, вплинули на виробників та споживачів Нового Світу у напрямку фруктового стилю, з більшим використанням нового дуба. Однак останніми роками спостерігається реакція на деякі дуже дубові, алкогольні стилі, що були типовими, наприклад, австралійські шардоне наприкінці 1980-х років, оскільки були визначені більш прохолодні виноградники, а винороби стали більш витонченими та стриманими. Новий світ це пряності, свіжість і кава з небагатою історією і неосяжними просторами, а Старий це багатство смаків, шерсть, м'ясо і неймовірна архітектура з дуже довгою історією. Саме після такої короткої характеристики ми вже розуміємо на що орієнтуватися, і так це були

характеристика як вина так і енотуризму в двох світах

Традиційно у назвах вин Нового Світу використовували імена відомих європейських регіонів, таких як Бургундія, Шампанське, Шеррі, Порт та Хок. Це дало споживачам загальне уявлення про те, яким може бути вино на смак. Європейські виробники були проти використання їх регіональних назв, а письменники, такі як Френк Шунмейкер у США, заохочували використовувати сортові назви, як їх використовують на виноробнях Ельзаса. Однією з причин було те, що на відміну від Європи, в історії не було визначених місцевостей, пов'язаних з певними стилями вина, і винороби могли купувати виноград із багатьох місць. Дійсно, такі вина, як Grange, спеціально ігнорували походження винограду, щоб досягти більш послідовного стилю. Під керівництвом таких виноробів, як Роберт Мондаві, маркування сортів стало звичним протягом 1960-х та 1970-х років, і відтоді поширилося на більшу частину Східної Європи та більшу частину Західної Європи.

Згодом винороби Нового Світу "наново відкрили" мистецтво купажування вин, такі суміші, як Шираз або Каберне Совіньйон, Совіньйон блан і поєднання Рона Гренаш, Шираз та Мурведре ("GSM"), стають все більш поширеними. І оскільки виноградарі Нового Світу краще зрозуміли ґрунти та клімат своїх виноградників, вони експериментують з теруаром.

Будучи менш залежними від географії, вина Нового Світу роблять більший акцент на брендингу як маркетинг в новому інструменті, за прикладом компаній як: німецька Blue Nun та португальська Mateus Rosé, торгових марок, створених у 1927 та 1942 роках відповідно. Одним із особливих стилів брендингу є «криттери», що використовують тварин на своїх ярликах. Виноградники Нового Світу, як правило, набагато більші, ніж, наприклад, у Бургундії, що дозволило отримати економію від масштабу та кращу можливість вести переговори з роздрібними продавцями на масовому ринку і можливість більше показати для туристичних груп як краєвидів так і вин. Оскільки супермаркети продають дедалі більшу частку вина на багатьох



ринках, вироби Нового Світу можуть краще скористатися цією тенденцією до великих обсягів та низької націнки, а їх тури по виноградникам на локальному рівні мають великий попит.

Більший розмір винних компаній Нового Світу зробив їх привабливими цілями для транснаціональних напоїв, які прагнуть використати тенденцію до вживання вина, а не пива та міцних напоїв. Це лише результат глобалізації і як ми знаємо розвиток це завжди добре і для туризму зокрема.

Клас ліцензії на виноробню, відомий як фермерський винзавод, дозволяє фермам виробляти та продавати вина на місці. Виноробні відрізняються від комерційних винних заводів тим, що фрукти, що є джерелом вина, зазвичай виробляються на фермі, а кінцевий продукт також продається на фермі. Такі штати, як Нью-Йорк, дали спеціальний дозвіл на відкриття супутникового магазину в туристичній зоні. Прийняття в Нью-Йорку закону про фермерські господарства 1976 року стало прикладом для прийняття іншими штатами подібних законів.

Фермерські виноробні зазвичай працюють у менших масштабах, ніж комерційні. Фермерські виноробні це форма маркетингу з доданою вартістю, відома як агротуризм, для фермерів, які в іншому випадку будуть боротися, щоб отримати прибуток.

Мікро-виноробня може бути або на невеликому фермерському винограднику, що є невеликим виробником вина, або може не мати власного винограднику, а замість цього отримує свій виноградний продукт від зовнішніх постачальників. Концепція подібна до мікропивоварні, оскільки невеликі партії продуктів виготовляються переважно для місцевого споживання [38]. Виноробня або шато використовує подібне виноробне обладнання як основний комерційний винороб, лише в менших масштабах. Складні бутлі та санітарно-гігієнічні пластикові відра часто можна побачити у приміщеннях мікрозаводу. Однією з основних відмінностей мікро-виноробні порівняно із типовою виноробнею є те, що мікро-виноробня зазвичай може запропонувати ширший асортимент вин, оскільки він не прив'язаний до

винограду, який він вирощує.

Міський винзавод це недавнє явище, коли виробник вина вирішив розмістити свій завод з виробництва вина в місті, а не в традиційних сільських районах поблизу виноградників. З розвитком технологій та транспортування для міських виноробних підприємств не проблема вирощувати виноград у віддаленому місці, а потім транспортувати його до міського об'єкту для дроблення, бродіння та витримки. Міські виноробні були відкриті в містах по всій території США, а з часом ця мода прийшла в Європу. Виноробний завод Wilridge був першим міським винним заводом у Сіетлі. А ось в Одесі вже зараз добудовується міська виноробня від компанії Reikartz Hotels & Resorts. І вже цим літом її можна буде відвідати.

Одним з найбільш успішних проектів з просування винного туризму у Франції, регіоні Бордо, можна назвати «Le Center Culturel et Touristique du Vin». Франція посідає сьоме місце в рейтингу із 140 країн, втративши з 2011 року 4 позиції, четверте за обсягами об'єктів світової культурної спадщини та п'яте за кількістю тематичних заходів, що проводяться в країні (виставки, ярмарки) за даними «Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму», ТТСІ, які були представлені на Всесвітньому економічному форумі в Давосі (Швейцарія) в 2016 році. Завдяки своїй багатій культурній спадщині (включаючи виноробні заводи та енотуризм) Франція продовжує залучати туристів з усього світу.

В Італії, крім державних програм підтримки виноробної галузі, існують також різні програми розвитку туризму, в тому числі для винного туризму. Як приклад, державна організація ENIT (Ente Nazionale Italiano per il Turismo, сьогодні перейменована в Національне агентство з питань туризму), яка має офіси в усіх регіонах країни, та має на меті просувати туристичні можливості в Італії, виробляючи та розповсюджуючи безкоштовно брошури, беручи участь у всіх міжнародних туристичних виставках, відмічаючи всі туристичні точки на спеціалізованих брошурах, картах, листівках, рекламних матеріалах. У той же час у кожному місті є безкоштовні туристичні інформаційні бюро,

де можна отримати інформацію про бронювання готелю, бронювання туру, опис винних маршрутів тощо. В Італії щорічно проходить один з чотирьох найбільших туристичних форумів ВІТ (Borsa Italiano Turismo) [39]. Більше того, у деяких сферах надається фінансова підтримка для посилення туристичної галузі, наприклад: на Сицилії, Кампанії, Калабрії, Фріулі-Венеції Джулії. Організуються спеціальні тури для журналістів, для співробітників туристичної галузі з-за кордону (потенційні туристичні провайдери), є реклама на телебаченні, радіо, за межами країни, публікація рекламних матеріалів, організація виставок та майстер-класів, участь у туристичних виставках, спеціальні акції, такі як тиждень музеїв, куди вхідні квитки безкоштовні.

У Болгарії виноробний сектор є одним з основних стовпів сільського господарства. Останнім часом виноробний сектор залучає більше інвестицій, ніж інші галузі сільського господарства. Виноробство Болгарії має давні традиції. У 1980 р. Болгарія була другим за величиною експортером пляшкового вина у світі, виробництво якого здійснювалось у великому виноградарському підприємстві, яке керувало всіма виноградниками країни [40]. Однак через слабку рекламу та ранню стадію розвитку винного туризму Болгарія не згадується на таких популярних винних сайтах, як: World Wines (винний клуб) сайт, де можна знайти інформацію про вино світу, правила дегустації, винні історії тощо [41].

Румунія важлива європейська країна-виробник вина з великим історичним минулим та багатими культурними традиціями, більшість з яких пов'язані з цим напоєм. З 1927 р. Румунія є членом Міжнародної організації винограду та вина. За даними Міжнародної організації виноградарства та вина (OIV), Румунія посідає 13 місце у провідних світових виробниках вина та шосте місце в європейському рейтингу [42]. Захід просування вина є інструментом спільної сільськогосподарської політики (ССП), що реалізується через Національну програму підтримки Румунії (NSP) у виноробному секторі 2014-2018 рр., Що фінансується з бюджету

Європейського фонду гарантування сільського господарства (ЄФГВ), який стосується дій, загальною метою яких є підвищення обізнаності про румунські вина із захищеним позначенням походження (PDO) та географічним зазначенням (GI) на внутрішньому ринку та в третіх країнах щодо виходу на нові ринки, що в кінцевому підсумку призведе до поліпшення конкурентоспроможності і збільшення експорту вина із ЗНП / ГІ або для тих вин, для яких вказані сорти виноградної лози [43]. Через вплив Національної програми підтримки з 2009 і до 2017 років на виноробний сектор, який поглинув, пропорційно 100%, коштів Е.А.Г.Ф. які були надані Європейською Комісією.

Відкрити для себе румунські вина (захід у формі спеціалізованого винного салону, що проходить з 14 по 16 травня в Novotel Bucharest та привертає увагу любителів вина, малих та середніх винних погребів в Румунії, щоб повідомити про виноградники, яким вони належать, про унікальні місцеві сорти та підвищити інтерес до відкриття винного туризму). Платформи, що просувають винний туризм та організують екскурсії та дегустації підвалів, показують, що кількість активних винних погребів, які виробляють та продають вино в пляшках, досягла понад 140, і з них близько чверті може підтримати винний туризм.

Наступний світовий центр енотуризму це Південна Африка яка має багату історію виноробства, яка охоплює понад 400 років, і можна дізнатись все про це під час одного з численних винних турів у Південній Африці, які розробили місцеві туристичні експерти.

Південна Африка є туристичним напрямком, і на галузь припадає значна частина доходу країни. Офіційне маркетингове агентство країни Південноафриканський туризм відповідає за маркетинг Південної Африки у всьому світі. Південна Африка пропонує як внутрішнім, так і міжнародним туристам широкий вибір варіантів, серед яких мальовничий природний ландшафт та заповідники, різноманітна культурна спадщина та високоповажні вина. Деякі з найпопулярніших напрямків включають кілька

національних парків, такі як експансивний національний парк Крюгера на півночі країни, узбережжя та пляжі провінцій Квазулу-Натал та Західна Капська провінція, а також такі великі міста, як Кейптаун, Йоганнесбург та Дурбан .

За даними останнього опитування туризму та міграції в Південно-Африканській Республіці, у серпні 2017 року через в'їзні порти країни пройшло майже 3,5 мільйона подорожуючих [44].

Але в цій країні є теж свої особливості, наприклад середній винний маєток у Південній Африці, як правило, викликає більшу стурбованість, ніж, наприклад, в Австралії. Однак, не дивлячись на те, що перший південноафриканський винний шлях був уже встановлений в 1971 р., На сьогодні асоціативні мережі або не існують, або не сильно розвинені. Конкретні мотивації відвідувачів для відвідування винного маршруту є функцією «винного пейзажу», тобто її виноградників, виноробних підприємств та вин. Окрім загальних основних мотивів придбання вина та дегустації вин, величезна краса та пишність винної промисловості Південноафриканської Республіки виявляється у високому рейтингу довіри серед ентузіастів.

Цікавим є високий рівень винних садиб, пов'язаних з експортом вина, хоча 20% усіх продажів їх вина здійснюється через двері льоху, що, у свою чергу, дорівнює 78% їхнього загального доходу, отриманого від винної туристичної діяльності. Також можна сказати що Африканська індустрія виноробного туризму має добре розвинену інфраструктуру і є досить прогресивною у пропонуванні різноманітних товарів для виноробства. Фігури відвідувачів винних туристів на винних маршрутах високі і представляють чудову можливість для окремих винних садиб продавати свої вина та формувати лояльність до бренду серед відвідувачів. У той же час можливостей для регіонального брендуння та створення іміджу «винного бренду Південної Африки» безліч.

На відміну від європейських колег, південноафриканські виноробні не

завжди включають відвідування своїх підвалів під час екскурсій. Зазвичай показують виноградники та закінчують дегустацією вин в, як правило, найсучасніших дегустаційних залах.

Деякі винні заводи не працюють у неділю, а інші лише в певні дні тижня. За інформацією завжди краще звертатися до місцевих туристичних агентств.

Хороша новина полягає в тому що немає поганого часу для відвідування південноафриканського винного маршруту та його виноробних районів, оскільки клімат середземноморський, країна отримує близько 300 сонячних днів на рік.

Наступний еноцентр це Китай. Туризм у Китаї це зростаюча галузь, яка стає значною частиною китайської економіки. Темп туризму значно розширився за останні кілька десятиліть з початку реформ. Поява нового багатого середнього класу та послаблення обмежень на пересування з боку китайської влади сприяють цьому буму подорожей. Китай став одним із найбільших у світі туристичних ринків виїзду. На думку Сінхуанета, світ перебуває на порозі стійкого китайського туристичного буму [45].

Вино має давню історію в Китаї. Незважаючи на те, що давно затьмарене хуанцзю (іноді перекладається як «жовте вино») та набагато сильнішим дистильованим спиртом байцзи, споживання вина різко зросло з моменту економічних реформ 1980-х років. Зараз Китай входить до десятки світових ринків вина і енотуризму. Особливо міцні зв'язки з французькими виробниками.

Китай зараз входить у всі списки по всім галузям, і логічно що і в енотуризмі Китай хоч і не лідер, але в топ входить, хоча територія і дуже підходить для виноробства, але в силу історії і ряду факторів виноробство не є в пріоритеті країни як у Франції наприклад.

Наступний еноцентр це Аргентина яка стала одним із найважливіших туристичних напрямків у Латинській Америці. Починаючи з аргентинської економічної кризи 2002 року, девальвація песо дозволила багатьом

міжнародним туристам насолоджуватися такими рівнями комфорту, як вишукані готелі, висококласні ресторани та інша розкіш, немислима в інших світових винних центрах. Згідно з дослідженням 2006 року, приблизно мільйон туристів щороку подорожують по винному маршруту [46]. Тільки в 2006 році винний туризм в Аргентині зріс на 45 відсотків. Для зростаючого числа вітчизняних та іноземних туристів винні заводи почали наймати спеціальних співробітників, проводити спеціальні музичні та мистецькі заходи та будувати на території ресторани та невеликі готелі. Виробники вина спочатку розглядали туризм як спосіб підвищення впізнаваності торгової марки; однак це також стало засобом для збільшення продажів вина, оскільки з бутікових вин заводи отримують до 50 відсотків доходу від цього джерела прибутку, і прямі продажі більших винзаводів також зросли.

І останній світовий еноцентр туризму виступає Австралія. Австралія велика, і виноробство відповідно різноманітне. Австралійське вино процвітає, і завдяки незмінному успіху виноградники зростають рік від року. Місцеві вина переважно фруктові, тобто на фруктовій стороні ароматичного спектра.

Найбільші площі виноробних угідь ростуть біля Вікторії, Нового Південного Уельсу, на півдні Австралії та на заході континенту), оскільки клімат тут не такий жаркий і сухий, як у решти Австралії. Без сумніву, найвідоміші райони вирощування винограду і лідерами серед енотуристів це виноробні регіони річки Маргарет, долини Баросса, долини Макларен, долини Клер та долини Лебеда поблизу Перту.

Майже все вино вироблене в країні йде на експорт, но відвідавши Австралію неможна пропустити її енотуристичний сектр.

Отож в світі багато виноробних країн, але далеко не всі використовують потенціал повністю. Більшість країн є недостатньо розвинутими для реалізації повного потенціала своїх туристичних ресурсів. Але і енотуристичний напрямок є ще досить молодим і недостатньо відомим. Повна реалізація всього світового потенціалу енотуристичних ресурсів займе

ще багато часу, але розвиток буде завжди і в такому випадку виставлення еготуризму в топ туристичних напрямків є лише питанням часу.



### 2.3. Аналіз розвитку винного туризму у Франції та США

В світі немало енотуристичних центрів, але серед них є два лідери які на фоні інших перемагають у всіх статтях. Франції та США, Франція уявляє собою абсолютну королеву в Європі серед винного туризму, французькі вина відомі у всьому світі, і любий сомільє знає хоча б 10 апелласьону з Франції, ані Італія, ані Іспанія не можуть забрати лідерство у Франції.

Франція вважається світовим лідером у виробництві вина. Винний туризм у Франції в даний час переживає значне зростання. У вихідні дні модно проводити час на виноробні з їх власниками або винними гідами. Ця особлива форма агротуризму дозволяє ще більше оцінити один із найбільших французьких продуктів: «найважливіша частина нашої спадщини та культури це вино». Однак енотуризм, мабуть, це той аспект індустрії, над яким Франція має найбільший контроль порівняно з іншими країнами. Дійсно, ті, кого можна назвати «новим світом», дуже швидко змогли скористатися можливістю винного туризму. Ще в 1970-х роках ці виноградники почали професіоналізувати та систематизувати свої пропозиції. У Франції перші винні маршрути були створені в 1937 році! Але туристична пропозиція насправді не розвинулась і не професіоналізувалася навколо виноградників, лише набагато пізніше енотуризм став тим чим він є зараз і це логічно бо ніщо не з'являється просто так, над любим продуктом проходить багато роботи, спроб і помилок перед тим як він нарешті стає хоча б нормальної якості.

Винний туризм активно розвивається у всіх країнах світу, особливо у Франції, одній із лідерів в сфері туризму. Сприяння енотуризму у Франції є важливим елементом державної програми підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. У стратегічному плані на 2010-2020 роки винний туризм є одним з основних напрямків. Комітет винного туризму прагне встановити міцні відносини між виноробами,

туроператорами, готельєрами та ресторанами в країні. Франція це країна, де за визначенням вино було піднято до рангу мистецтва, культури, туристичного найвищого рівня, а в деяких випадках навіть релігії. Франція приділяла особливу увагу виноробству не лише як галузі напоїв, але і як особливу традицію, як невід'ємну частину багатовікової історії, культури, способу життя та самобутності французького народу. Якість та смак французьких вин стали еталоном (стандартом) серед інших винних регіонів світу, таких як Італія, Греція, Іспанія та ін.

Французькі дослідники перерахували низку рекомендацій щодо розвитку винного туризму, залучення туристів до виноробних регіонів. На їхню думку, для сталого розвитку цього сектору туристичної галузі, необхідно:

- удосконалення транспортної проблеми (активне використання поїздів, автобусів, велосипедів та круїзних суден);
- розширити потенційну аудиторію, залучаючи сім'ї, а також жінок (СПА з нотами "винної терапії");
- зниження дорожніх витрат (ціна за три дні в середньому коштує 350-600 євро);
- посилення інтересу до культурних заходів та винних фестивалів;
- розширення кількості закладів розміщення, особливо на винних маршрутах (кемпінги, мотелі, наприклад туристичні каюти у вигляді винних бочок);
- поширення інформації, як приклади: веб-сайти винзаводів, віртуальні путівники по регіону, журнали, буклети з пунктами призначення виноробства, а також спеціальні регіональні навігатори, які зараз перебувають на винних маршрутах Божоле та Бордо в різних ЗМІ, щоб надати туристам доступ до туристичних агентств, комітетів.

Французький винний туризм розпочався як сільський туризм. З винними дорогами перші ентузіасти почали відвідувати виноградники.

Розподіл апелласьону (державний стандарт, який визначає умови

винощування винограду і виробництва вина на певній території), проведений INAO (Institut National des Appellations d'Origine), спонукав любителів вина відвідувати їх усіх та виявляти їхні особливості. Кожен теруар (сукупність природних факторів, що впливають на властивості сільськогосподарських культур, вирощених на цій території) є особливий, і винороби повинні передати відвідувачам свою пристрасть та знання. Бургундія була першим винним регіоном, який провів свій винний шлях. Це може здатися логічним, враховуючи важливість та репутацію цього виноробного регіону. Мається на увазі такі конкретні умови, як місцевий мікроклімат та, мінералогічний склад ґрунтів, довгий і тернистий шлях по створенню вина і такий же шлях що до його реалізації.

Передові позиції Франції у галузі виноробства відобразилися навіть у термінології, якою послуговуються фахівці усього світу. Це ключове поняття в системі контролю походження і якості вина, теруар це ділянки землі, що впливають на властивості вирощених сільськогосподарської продукції, поняття походить з галузі французького виноробства і в першу чергу воно стосується продуктів, на якість котрих має великий вплив місцевість їх походження, як вино, кава, чай, шоколад, томати, сортова пшениця.

Це все є особливостями Французького енотуристичного шляху, без цих слів в французькій термінології не розібратися.

Сенс використання апелласьона полягає, перш за все, в закріпленні на законодавчому рівні правил і обмежень, при яких на даній території виходить найбільш цікаве чи вдале з точки зору успіху у споживачів вино.

Однак саме в Бордо діяльність взяла перший подих. Дійсно, комерційна та фінансова потужність замків Бордо залишила свій слід. Завдяки міжнародній назві та значним ресурсам, вони першими представляють справжню пропозицію відпочинку, наприклад. Французький винний туризм був побудований навколо цього виду діяльності. Туристичні бюро, які колись контактували з любителями вина, витісняються онлайн-платформами, як Wine Tour Booking, Oenotourisme.com, Winalist та інші.

За змістом французький винний туризм сьогодні характеризується своїм дидактичним та культурним аспектом. Винороби та гідри часто бувають там, щоб передавати знання та пристрасть. Часто акцент робиться на понятті теруар що є дуже важливий у структурі виноробного сектору Франції. Це часто залишає місце для красивих обмінів між пристрастними виноробами та туристами.

Нещодавня професіоналізація цього сектору демонструє нові тенденції. Зокрема, прийом компаній на виноградниках, які приїжджають на дегустацію вина або екскурсію. Запропоновані для них семінари дуже динамічні: кулінарні курси, майстер-клас, створення власного вина. Тож все більше і більше компаній дозволяють собі спокуситися цими формулами. Нарешті, дуже висококласна ніша приваблює зростаючу клієнтуру. Деякі помешкання пропонують надзвичайно ексклюзивні пропозиції: рейс на вертольоті, 5-зірковий відпочинок, спа-центр або приватні екскурсії та дегустації у господаря льоху. Цей винний туризм високого класу в основному орієнтований на іноземну клієнтуру.

Можна зрозуміти що гість не проводить один день, відвідуючи виноградник. Однак можна побачити поєднання жанрів, яке досить добре видно протягом багатьох років. Європейський сектор стає більш професійним, пропозиції розширюються та стають більш різними. Більше того, принципи американської сучасності починають формуватися аж до найдавніших бастіонів. Наприклад, місто-виноробня, символ французького винного туризму, демонструє сміливу архітектуру. Його форма викликає естетичне задоволення, звичайно, інтер'єр пропонує дуже передбачуваний візит, який закінчиться дегустацією. У ланцюзі, який починається в льоху і закінчується дивовижним панорамним видом, можна відкрити для себе історію вина починаючи з античності. Ця структура є образом майбутнього споживання вина, а отже, і винного туризму.

Це в Європі, а що до світу то тут вже не абсолютним, але все таки лідером є США, країна з якої і почався енотуризм в Новому Світі.

Історія американського виноградарства не така довга, як у Франції. Вона бере свій початок невдовзі після колонізації континенту європейцями, які привезли з собою виноградарство. Каліфорнія, яка є першим штатом де розбили виноградник у США, тільки наприкінці XVIII століття почала засновувати вже повноцінні виноробні.

Останнім часом як виноробство, так і винний туризм швидко зросли, особливо в районах за межами традиційних винних регіонів Старого Світу. Процеси, якими керується прогрес, є складними та синергетичними. Глобальна популярність винного туризму може бути пов'язана із зростанням популярності культурного туризму і акуратно потрапляє в культурні галузі та економіку [47]. Винний туризм забезпечує ідеальну обстановку для «поштових туристів» [48], часто представлених старінням, освіченістю та впливом покоління бекі-бумерів. Такі туристи часто шукають освіти та прихильність до краси, пов'язані з відкриттям нових напрямків.

Холл і Макіоніс визначають винний туризм «як відвідування виноградників, виноробних підприємств, винних фестивалів та винних шоу, для яких дегустація виноградних вин та випробування атрибутів виноградно-виноробного регіону є основними мотиваціями для відвідувача [49]. Більш широким визнанням винного туризму є «досвідчений туризм, що відбувається у винних регіонах, забезпечуючи унікальний досвід, який включає вино, гастрономію, культуру, мистецтво, освіту та подорожі» [50]. Ці дефініції припускають, що відвідування може бути мотивоване як «виноградним вином», зокрема, так і в цілому атрибутами регіону «виноградного вина», який іноді називають «винними пейзажами» [51] або винним туризмом «теруар» [52].

Таким чином, цей виноградник не мав багато історії для продажу, лише кілька сімейних саг все ще повторюються. Американці також звільнилися від поняття теруар, яким ми його знаємо. Дійсно, вони вважають за краще виділяти сорт винограду, присутній у вині, як пункт продажу. Все це змусило їх розвивати винний туризм, відмінний від європейського. Перш за все, слід

сказати, що американські багатії зрозуміли набагато швидше, ніж ми, комерційний профіт, який представляла ця діяльність. Енотуризм збільшує продажі вин і забезпечує дуже високу лояльність споживачів. Тим більше, що спілкування з атлантичними компаніями має суттєвий вплив на продажі через Атлантику. Тому локальні підприємці не втрачали часу і робили те що і завжди, а саме бізнес, заграючи з всіма до кого могли дістатися.

У долині Напа американці прийняли тверде рішення, що винний туризм буде невіддільним від виробництва вина. Таким чином, від початку заснування виноробних підприємств виноградники вважалися туристичними локаціями, щоб туристи могли відчувати атмосферу регіону. Більше того, більшість будівель в регіоні дуже сучасні; вважається частиною природного ландшафту.

До того ж мета там інша. Основною метою виноградників є надання досвіду своїм гостям. Потім вони житимуть під брендом, отримуючи чисті прибутки від нього. Є багато шоу, виняткових екскурсій та художніх виставок; дегустація також є повсюди. Мета полягає у тому, щоб виноградники створили враження, яке надовго залишиться в пам'яті відвідувачів. І недарма структура американського винного туризму змушує США завжди бути на висоті! Насправді більшість із цих виноградників відвідують на екскурсіях, куди туристів привезуть відвідати 4 чи 5 виноробні в той же день. Тому для них важливо запропонувати найкращий можливий досвід, тобто виходить здорова конкуренція в плані боротьби за туриста, і це було тільки на руку самому туристу, бо сервіс і якість росла.

Отож ті риси які відрізняють енотуризм в різних країнах робить його ще цікавішим і більш привабливим для туристів по причині своєї унікальності, своєї новизни, а зрівняння двох найбільших світових еноцентри в світі дає можливість зрозуміти првильність цього твердження. Хоча і в незалежності від частини світу чи країни енотуризм залишає при собі характерні риси як для особливого виду туризму.

## РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕНОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 3.1. Загальна оцінка стану енотуризму в Україні

Винний туризм або енотуризм це молодий напрям на туристичному ринку України, який представлений дотепер незначною мірою. Винний туризм, що існує на національному ринку, можна розділити на три групи:

- економ-тури, що включають дегустації вин, відвідування винних заводів чи винних фестивалів, але не вважаються винятковими винними турами. Вартість індивідуальних екскурсій може становити від 400 до 3000 гривень;

- тематичні екскурсії, вони включають поїздки до відомих виноробних підприємств певного регіону. Вартість таких турів набагато вище, це близько 50000 гривень за 4-5 днів туру;

- третя група турів включає тури, основною аудиторією яких є люди, чий професійні інтереси лежать у галузі вина чи гастрономії, та просто вимогливі клієнти. Такі туристи віддають перевагу індивідуальним маршрутам: вони готові платити за ексклюзивність. Вартість таких турів розраховується індивідуально [53].

Практично всі туристичні експерти сходяться на думці, що в Україні немає іншого регіону, який міг би похвалитися різноманітність сортів винограду на зразок українського Закарпаття. За даними Закарпатського туристичного інформаційного бюро, на Закарпаття приїжджає близько 150.000 тис. туристів на місцеві винні фестивалі щорічно [54]. Рельєф з особливим кліматом, який склався у цьому регіоні, є унікальним в країні. Мінеральні джерела, швидкі річки, гірські хребти та рідкісні види флори та фауни представляють багатства регіону. Географія українського Закарпаття також унікальна тим, що вона межує з чотирма країнами одночасно, що також сприяє економічному та перспективному розвитку туризму. Зростання

туристичного руху в українському Закарпатті в останні роки породжував попит на місцеві продукти харчування, включаючи вино.

У кваліфікаційній роботі запропоновано огляд географічних, туристичних та рекреаційних, виробничих та економічних умов, що впливають на соціально-економічну ситуацію на Україні з акцентом на розвиток винного туризму для оцінки потенціалу винного туризму в конкретних напрямках та обґрунтування методів його ефективною роботи. Також запропоновано розподілити ринок енотуризму на сегменти та визначити фактори, що заохочують або стримують розвиток учасника туристичного руху відвідати операторів винного туризму.

Також представлено потенціал енотуристичної галузі та виноробного сектору на Україні з точки зору перспектив розвитку винного туризму та оцінки попиту на її продукцію, і представлено кількість виноробчих земель та їх посадки в Україні (Рис. 2.3.).

Можна з упевненістю сказати що туризм має прямий вплив на розвиток виноробної галузі та підтримує оновлення культурних та кулінарних традицій конкретних областей. Особливо це стосується трьох основних еноцентрів України: Закарпаття, південь України та Крим (Рис. 2.2.) де переважають дрібні товаровиробники. Ці області наполягають на розвитку місцевої економіки, а їх метою є збереження місцевих традицій та культури, пов'язаних з виробництвом вина, а не конкуренцією на глобального масштабі.

Огляд наявної наукової літератури показує, що більшість дослідників туристичного ринка погоджується, що винний туризм є новою галуззю туристичної галузі, який виділяється як один з пріоритетних напрямків розвитку. У виноградарських регіонах України розвинена туристична інфраструктура, наявні туристичні властивості, а також багата історична та культурна спадщина. Примітно, що винний туризм охоплює досить широкий спектр туристичної діяльності [55], включаючи:

- відвідування виноградників, дегустація місцевих сортів винограду;



- розуміння технології, що використовується у виробництві різних видів алкогольних напоїв на виробничих майданчиках;
- ознайомлення з історією виноробства, відвідування промислових музеїв та виставок, фестивалі;
- відвідування дегустаційних залів та винних погребів;
- відвідування ресторанів, де проводяться дегустації вин та майстер-класи сомельє;
- участь у винних фестивалях та тематичних заходах;
- відвідування та участь у галузевих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах.

Можна стверджувати, що винний туризм є суміжним різновидом культурного та продовольчого туризму, як це видно з місцевого фольклору чи назв. Наприклад, один із найбільших міст Закарпаття називаються Виноградів, тоді як комерційні позначення Росії багато вин походять від місця їх походження (Середнянське, Берегівське, Іршавське, Троянда Закарпаття та ін.). Оскільки виноробство є невід'ємною частиною соціокультурної спадщини кожної нації та оригінальним активом певної етнічної групи. Цілі та методи винного туризму повністю відповідають соціальній та гуманітарній місії туризму як ключовий двигун у діалозі між культурами, повага до загальнолюдських культурних цінностей, толерантність до способу життя, мислення та традицій інших народів [56].

Серйозною проблемою для розвитку енотуризму в Україні є також недостатня кількість реклами. Наприклад у 1980 р. Болгарія була другим за величиною експортером пляшкового вина у світі, проте через недостатню рекламу не увійшла до групи країн-лідерів європейського енотуризму, не була представлена на провідних винних сайтах, які містили інформацію про світові вина та інші дані [57]. Україна має докладно вивчити досвід розвитку енотуризму в інших країнах, у тому числі у державах колишнього соціалістичного табору. Дуже важливо звернути увагу на проблему широкої реклами вітчизняного виноробства та енотуризму: «ніякого сучасного

мистецтва немає. Є тільки мистецтво і реклама», реклама зайняла провідну роль в нашому житті, вона повсюду, і тільки завдяки рекламі можливий прогрес, бо не важливо що в тебе є, важливо вміти це продати.

Хоча в Україні законодавство в винній сфері розвивається, але часу на це витрачається занадто багато. В Італії наприклад, крім державних програм підтримки виноробної галузі, існують також різні програми розвитку туризму, в тому числі для винного туризму. Як приклад, державна організація ENIT (Ente Nazionale Italiano per il Turismo, сьогодні перейменована в Національне агентство з питань туризму), яка має офіси в усіх регіонах країни, має на меті просувати туристичні можливості в Італії, виробляючи та розповсюджуючи безкоштовно країну, на всіх міжнародних туристичних виставках, спеціалізованих брошурах, картах, листівках, рекламних матеріалах. У той же час у кожному місті є безкоштовні туристичні інформаційні бюро, де ви можете отримати інформацію про бронювання готелю, бронювання туру, опис винних маршрутів тощо.

Швидкий розвиток винного туризму можна відзначити в регіонах зі сприятливими умовами для вирощування винограду, такого як Українське Закарпаття, південна Україна і Крим. Привабливість цього виду туризму залежить від ряду причин, включаючи інтерес до культури, історії, архітектури та способу життя місцевого населення. Вино сприймається як продукт, пов'язаний з культурно-кулінарними традиціями районів, населених українською, угорською, румунською, словацькою та іншими меншинами та громадами. Туристи, які цікавляться виноградарством та споживанням вина, часто знаходять цей напій у дегустаційних залах чи підвалах, на, фестивалях, ярмарках чи підручних місцевих події, а також ресторани. Часто винні туристи воліють купувати вино безпосередньо у виробників у місці з унікальною атмосферою, відповідною інфраструктурою та можливостями, щоб дізнатись більше про продукт. Отже, розвиток винного туризму сприяє ряд причин.

По-перше, територія є багата за кількістю відвідування туристів: саме в

таких місцях зосереджена величезна кількість культурних та історичних пам'яток, в той час як галузь послуг переживає динамічний розвиток.

По-друге, історично склалося так по географічних, кліматичних, екологічних, культурних та соціально-політичних причинах, що ці три райони є одними з найбільших в Україні виробників та експортерів високоякісних вин. Туристів приваблюють ці регіони не тільки через місцеву кухню, а й вибір місцевих вин, а також багатьох фестивалів та національних свят, пов'язаних із збиранням винограду та визрівання вина як напою. Багато вин можуть бути доступні для дегустації лише безпосередньо від виноробів, що виховують виразну винну культуру з її особливостями та ритуали споживання. Туристичні фахівці та статистичні дані, зібрані туристичним бізнесом підтвердити, що тенденція розвитку винного туризму зазнає зростання, залишаючись стабільним та перспективним бізнесом. Винний туризм може породжувати значні доходи на місцевому та регіональному рівнях.

Промисловість демонструє потужний потенціал, який дозволяє забезпечити конкурентні переваги для регіону, де проживає вино підприємства та приватні винні погребі місцевих закарпатських виноградарів. Винний туризм тримає багато економічної привабливості не тільки з точки зору перспектив постачання, але і для компаній і організації, що беруть участь у наданні послуг, пов'язаних з туристичним перевезенням. У зв'язку з цим багато власників бізнесу почали займатися виноробством як основною діяльністю. Розвиток малого виноробного бізнесу, заснованого на власності фермерів або приватних селянські фермерські господарства можуть генерувати синергію у вигляді збільшення туристичного обсягу та масштабів послуги, що надаються туристам. Такі перспективи можуть змінити несприятливі тенденції у місцевій робочій силі ринку та сприяти збільшенню фінансових надходжень до місцевого бюджету, що, в свою чергу, покращить рівень життя місцевих громад. Можна навести багато прикладів у всьому світі, де розвиток винного туризму входить до політики стратегічного

планування. Можна зробити висновок що Україна багата на еноресурси, і це багатство можна і потрібно показувати. Україна не з тих країн, яка одразу виникає в пам'яті, коли ти думаєш про виробництво. Натомість Україна є однією з тих винних країн, про яку слід думати як про «приховану перлину».

Україна має велику територію з різноманітним кліматом та культурним середовищем. У багатьох районах країни вино не є традиційним компонентом його культури. Але історія виробництва вина в Південній Бессарабії чи Закарпатті, наприклад, має історію, яка сягає понад століття.

Де шукати виноград? Хоча всі традиційні виноградарські країни страждають від глобальних кліматичних змін, Україна отримала великий бонус. Сьогодні виноградники можна знайти не лише в південних регіонах країни - Одесі, Криму, Миколаєві чи Херсоні, але ряд експериментальних плантацій успішно існує в північних регіонах у Чернігові, Львові, Києві та Тернополі. Наприклад Біологіст на півдні Києва або Chateau Vachurin & Sons в Макарівському районі Київська область.

В Україні вирощують багато міжнародних сортів винограду, таких як Каберне Совіньйон, Мерло, Шардоне та Рислінг. Однак деякі місцеві сорти перемагають не лише на своїх місцевих ринках, а й у міжнародних поціновувачів. На деякі з них слід звернути увагу.

Телті Курук це білий сорт винограду, який дає надзвичайно потужні вина з ароматом білих квітів та освіжаючою кислотністю. Одеський чорний (він же Aliberne) ще називають «мустангом» серед червоних сортів. Завдяки своєму насиченому кольору та буйству спецій, вина з цього сорту неодноразово називали «майбутньою ідентичністю України». Сухолиманський це білий сорт винограду, що дає вишукані ароматичні вина, ідеально підходить для щоденного пиття.

Україна також входить до країн Європи, де винний туризм має великі перспективи. Зусилля з підготовки та презентації винного шляху ведуться в Україні давно. Але вперше винний шлях був розроблений ще в 2007 році Асоціацією виноробів та сомельє та Школи сомельє «Майстер-клас» спільно

з Київським інститутом туризму. У цьому проекті задіяні підприємства південного району України виноробний завод «Шабо», Одеський завод ігристих вин, коньячна фабрика «Шустов», ТМ «Гулієві вина» які сформували модель маршруту «винної дороги» в Одеській області. Такі моделі також були організовані в інших регіонах України, Херсоні та Миколаєві. Загальна тривалість туру 12 днів, кожен тур триває 3 дні.

Любителям вина традиційно доводилося їздити у віддалені райони, щоб з перших вуст дізнатись про виноробство та скуштувати пропозиції виробника вина в тій обстановці, в якій вони були зроблені. Зараз багато жителів міст можуть сісти в свою машину і за короткий час їзди, або на громадському транспорті, або навіть пішки, і мати справжній досвід на виноробні. Багато міських вин заводів пропонують для цього виробничі екскурсії та традиційний дегустаційний зал, а також роздрібні продажі. Це дозволяє споживачеві купувати безпосередньо у власника його продукцію, гарантуючи, що вина зберігалась правильно і не піддавались екстремальним умовам, які можуть виникнути в транспорті, що іноді може призвести до зіпсованих вин.

Деякі міські винні заводи також включають ресторани з повним спектром послуг або місця для розваг. Багато хто також пропонує своїм клієнтам можливість самостійно виготовляти вино під керівництвом своєї виноробної команди. Винороби-аматори можуть вибирати сорти винограду, приймати виробничі рішення по дорозі та брати участь у остаточному змішуванні, розливі та навіть розробити власні етикетки. Це породило нове покоління бутикових вин, які доступні в мікро-кількостях від 30 пляшок. Можливість отримати на згадку про енотур пляшку вина власного виробництва користується великою популярністю серед туристів.

Хоча частка експорту вина з України ще не дуже велика, українські вина можна знайти у всьому світі. Українські вина не тільки починають завойовувати нові закордонні ринки та серця людей, але їх тепер також визнають провідні світові винні експерти.

Наприклад, Великий заповідник Каберне від виноробні Шабо гідно представляє Україну в легендарному музеї Бордо Ла Сіте дю Він та в зірковому ресторані Мішлен Нідє в Лондоні, де можна доповнити свій вишуканий обід вином Кара Кермен від винзаводу Бейкуш.

І більшість досліджень демографічних профілів та поведінкових характеристик споживачів винних туристів та їх сприйняття загального досвіду винного туризму значною мірою виграють від індустрії винного туризму у всьому світі. Але важко розвинути енотуризм на території де немає еноресурсі. Україні пощастило і в неї достатня кількість еноресурсів для хорошого старту і чудової перспективи на майбутнє в розбудові енотуризму в країні.

Настав час розглянути виноробні-лідери України. Шабо це місто Одеської області, розташоване на Дністровському Лимані, приблизно за 7 км за течією Білгород-Дністровського.

Після завоювання Бессарабії Російською імперією регіон зазнав відтоку населення до Османської імперії. У 1812 році Шабо був безлюдний усіма сім'ями, крім трьох чи чотирьох. Олександр I вирішив заселити цей регіон у 1822 році, запросивши швейцарських поселенців Во для обробки виноградників Шабо. Нащадки цих поселенців населяють Шабо донині, а вино Шабо залишається відомим своєю якістю. Виноробня Шабо є абсолютним лідером в Україні серед інших виноробень по всім параграфам. Виноробня має новітній візитир-центр, найбільші насадження виноградників, невеликий готель при виноробні і все інше. Вино Шабо можна купити в будь-якому магазині.

Сама компанія була заснована в 2003 році на базі найстарішого виноробного центру в Україні. Виноробні традиції цього регіону були закладені в давнину, а культурне виноробство було розвинене швейцарськими поселенцями, які заснували тут поселення у 1822 році.

Виробничо-технологічна база підприємства є однією з найкращих в Європі за рівнем оснащення. З 2005 року Шабо виробляє коньяки та коньяки,

з 2013 року.

Будинок ігристих вин Shabo займає загальну площу 1,4 га і забезпечує якість на всіх етапах виробництва. Винзавод Шабо є одним із найбільших в Україні. Понад 5 мільйонів літрів вина зберігаються в дубових бочках та ємностях з нержавіючої сталі одночасно.

Щорічне виробництво складає більше 50 мільйонів пляшок приблизно з 80 продуктами. Шабо експортує до 18 країн Європи, США, Канади, Азії та інших. Щороку Шабо досягає значних успіхів, про що свідчать понад 600 медалей найкращих дегустаційних змагань у світі.

У 2009 році Шабо відкрив Перший в Україні Центр культури вина, основною метою якого є підвищення культури споживання благородних напоїв.

Наступна виноробня це Artwinery яка була заснована 29 червня 1950 року.

Artwinery є єдиною компанією в Україні та найбільшою компанією у Східній Європі, яка випускає виключно ігристі вина, створені за класичними методами Шампанізації: повторна ферментація вина та насичення його бульбашками відбувається природним шляхом лише в пляшці.

Більше 25 гектарів під землею що для енотуристів буде здивуванням, збереження багатовікових традицій ручного догляду за ігристими винами, новітні технології та обладнання дозволяють виробляти ігристе вино, порівнянне за своєю якістю. Artwinery зберігає своє ігристе вино у пляшках від 9 до 60 місяців, створюючи найкращі умови зберігання. У процесі старіння кожену пляшку регулярно переміщують і струшують вручну - щоб гарне вино перетворилося на бездоганне ігристе вино.

Продукція Artwinery експортується у понад 15 країн світу, отримуючи заслужене визнання та виграючи призи на найпрестижніших міжнародних конкурсах та виставках.

Наступний винзавод це Шустов. У 1863 році Микола Леонтєвич Шустов засновує власне винокурне підприємство і торгову марку «Шустов».

Асортимент бренду включає вино, лікер та настоянку Завоювання ринку відбувається в умовах жорсткої конкуренції, при цьому бренд покладається не на кількість, а на якість. Найбільшою перемогою Шустова стало присудження їхньої продукції Гран-прі на Всесвітній виставці в Парижі в 1900 році. Саме тоді Шустові мали честь писати на своїх продуктах коньяк, а не бренді.

На сьогоднішній день цех спиртзаводу Одеського коньячного заводу є найбільшим в Європі. Він переганяє до 3 мільйонів декалітрів коньячного виноматеріалу за сезон перегонки (близько 6 місяців) і дає до 2 тисяч декалітрів абсолютного алкоголю на день. У кімнатах для витримки ОСФ зберігається понад 15 000 барелів коньячного спирту. Це справжній золотий запас коньячної промисловості найбільший у країні.

У 2013 році Одеська коньячна фабрика почала експортувати коньячні спиртні напої власної перегонки у Францію. Наприкінці року у старовинних підвалах було відкрито музей коньяку Шустова перший і єдиний в Україні.

І також Чизай. Шато Чизай було засновано в 1995 році в природному районі Чизай, недалеко від міста Берегове на Закарпатті. Тут було побудовано сучасне виробництво з урахуванням місцевої історії виноробства. Засновник винного заводу був Геннадій Гутман який доклав чимало зусиль для розвитку та відновлення сучасного виноробства в Закарпатській області.

Зараз на 272 гектарах виростає 1 млн. 88 тис. виноградних кущів. Виробництво сягає 1,6 мільйона пляшок на рік. Для витримки вина використовується 120 дубових бочок французького та угорського дуба.

У 2019 році був відкритий новий «Музей виноробів Чизай». У 2020 році Chizaye випустив абсолютно новий унікальний продукт Білий виноградний бренді, дистиляційне ароматичне вино Chersegi та перше закарпатське ігристе вино Карпатська секта.

І наступна виноробня це «Колоніст». «Колоніст» представляє гордість сім'ї Плачкових результат їх відданості та вияву любові та пристрасті до



рідної землі та її щедрості. Сім'я Плачкових заснувала у 2005 році сімейну виноробню для виробництва місцевих вин вищого сорту.

Виноробний завод «Колоніст» розташований в одному з найкращих українських виноробних регіонів в Бессарабії Дунайського регіону (південь Одеської області), де виноградарство є давньою традицією з тих пір, як греки та фракійці вперше відкрили ці родючі землі.

Також потрібно не забувати що сьогодні все більше українських сомельє додає до своїх колекцій місцеві сорти вин. Як результат, легко насолодитися українським вином у більшості ресторанів, в Києві і майже на всій території України, також політику пиття українського вина в Україні підтримує і АСУ (Асоціація сомельє України), яка постійно підтримує виноробство і все що з ним зв'язане в Україні. І проект «Винний Гід України 2019». Це перший некомерційний проект, який націлений на розвиток та популяризацію українського виноробства. Його завдання не просто розповісти про те, що в Україні є гарне вино, а й познайомити жителів країни з ним. Вже вийшло і друге видання 2020 року, яке розширює кругозір по виноробству в Україні ще більше.

Урочистий захід презентації першої книги відбувся в рамках «V Національного виноробного форуму 2019». Це сучасний майданчик для виноробів, який надає можливість обговорення актуальних проблем в області виноградарства і виноробства і шляхів їх вирішення.

Поєднання цих двох великих заходів супроводжується загальною метою популяризації та розвитку українського виноробства, просування українського вина на внутрішній і зовнішній ринок, підвищення культури споживання українського вина і підняття престижу професії винороба.

На презентації було представлено перше друковане видання «Винний Гід України 2019». До книги увійшли описи 48 виноробів та 183 позиції кращих українських вин. У форматі сліпої дегустації, члени Асоціації сомельє України оцінювали вина за 100-бальною шкалою, з діапазоном 80-84 балу (бронза), 85-89 балів (срібло), 90-100 балів (золото). За підсумками

дегустації визначені позиції, яким присвоєно відповідні медалі. Нагороди були відображені в книзі «Винний Гід України 2019». У складі комісії також брали участь: голова «Укрсадвинпром» Володимир Печко, віце-президент «Всеукраїнської Асоціації виробників продукції садівництва і виноградарства» Олег Кирницької і винний блогер і письменник Леонід Липовецький.

«Винний Гід увібрав в себе всю виноробну культуру сучасної України. Коли над проектом почали працювати, автори прийшли до висновку, що про українських виноробів мало що відомо. У книзі розповіли про історію кожної виноробні, про кращі українські вина і дали їм докладну характеристику. Випуск видання «Винний Гід України» планується на щорічній основі », коментує керівник проекту Дмитро Семків.

Хоча в книзі і написано тільки про виноробні які можна відвідати, але про бари і ресторани не сказано ні слова й тому туристам можна буде надати усну інформації про ці заклади вже особисто.

Отож в Україні достатня кількість еноресурсів, зокрема є достатня кількість виноробень, екскурсії до яких можуть зацікавити туристів. крім того, під час енотурів можна залучити й інші туристичні ресурси, таких як відвідування печер, пам'ятних місць, знайомство з місцевою кухнею тощо.

### **3.2. Авторський тур енотуристичного маршруту в Україні**

Програма винного туру може включати в себе різні елементи. Найчастіше до неї входить цікава екскурсія та відвідування винограднику, похід на виноробню, а також участь у тематичних культурні події, наприклад, у фестивалях виноробства і врожаю.

Зазвичай винний тур триває не більше тижня, але зустрічаються поїздки, які складають усього лише кілька днів. Вони можуть бути приурочені до будь-якої події, пов'язаної з вином. Також туристичні агентства пропонують замовлення індивідуального винного туру, метою

якого є професійне ознайомлення.

В енотуризмі є кілька дуже простих принципів. Один і найголовніший з них це дегустація вина лише в місцях його виробництва. Найбільша гордість любого винороба це є його власний виноградник, а унікальність його полягає у тому що кожен виноградник є унікальним по своїй природі через його локацію, розташування і природні умови та землю якої він бере всі необхідні поживні речовини, вважається що чим гірша земля тим краще вино, бо виноград укоріняє свою кореневу систему до 80 метрів і смак вина такого винограднику в корні інший від того який проростає на чорноземі і корні якого не ростуть далі 25 метрів через відсутність необхідності в поживних речовинах, тому в вина є особливість в сильній різниці смаків. Вино з груши буде мати смак груши, з вишні вино матиме вишневий смак, зі смородини логічно що смородиновий смак і тільки вино з винограду матиме сильну варіативність в смаках і ароматах: вишня, трави, чорні чи білі ягоди і так далі. Для одного й того самого сорту винограду смаки сильно можуть відрізнятись, й тому в різних умовах, результат буде абсолютно різним.

Серед поціновувачів вина існує правило, що чим далі вивезли вино від місця, де воно виростило і дозріло, тим гірше його смак. Це виходить тому, що що вино це «живий» продукт на рівні з соком чи яблуком. Сильніше всього псується при подорожі молоде вино, яке іноді навіть перевозять у цистернах, що погано впливає на смак. Справжнє французьке вино можна спробувати тільки у Франції, тому для гурманів, які займаються винним туризмом, не існує далеких відстаней (наприклад, велика кількість туристів планують свій гастрономічний тур за 5-6 місяців) [58]. Тому, хоч зараз і час абсолютної глобалізації та доставки, але дорога змінює все до чого вона торкається. Тому необхідність в енотуризмі гостра.

Під час виконання кваліфікаційної роботи був розроблений авторський тур «Spiritus Ucraina» («Дух України»), який включає відвідування трьох міст (Київ, Львів, Одеса) з метою дегустації українських вин з професійними сомельє, відвідування приватних винних погребів, великих виноробень та

кращих винних барів столиці України і інших міст, та місць, включених до Світової спадщини ЮНЕСКО. Тур займе 14 днів і 13 ночей в Україні. Орієнтована вартість складатиме від € 1075.

До програми туру включені дегустації, організовані для справжніх поціновувачів вина; під час цього туру можна буде ознайомитися з секретами найважливіших винних регіонів України. Учасники туру отримають змогу відвідати кращі виноробні підприємства та познайомитися з майстрами виноробної промисловості, побувати у старовинних приватних підвалах закарпатських виноробів та сучасних шато Західної та Південної України. Цей тур гнучкий і може бути адаптований до різних інтересів.

#### ПРОГРАМА ТУРУ

Київ. Після прибуття до аеропорту Києва водій зустріне гостей і доставить їх до готелю в Києві. Реєстрація, вільний час для відпочинку після польоту та для ознайомлення з містом.

Ранок, приватний англomовний гід зустріне гостей у фойє готелю. Перша виноробня для відвідування це винзавод «Біолог Craft» був заснований у 2019 році Ігорем Петренком, відомим експертом з імпорту вина та затятим поціновувачем вина. Виноградники розташовані в Київській та Одеській областях. Поруч з виноробнею на південних схилах пагорба посаджено 15 га виноградників. Винороб ввів біодинамічні принципи роботи і прагне стати найкращим біодинамічним виноробом у країні. Сьогодні виноробня отримала органічний сертифікат. У виробництві використовуються резервуари з нержавіючої сталі: 4 одиниці по 1 тис. літрів, а також 21 нова бочка з французького дуба для витримки вина. Річне виробництво становить 20 тис. літрів. Білі сорти винограду: Аліготе, Ркацителі. Червоні сорти винограду: Піно Менсьє, Піно Нуар, Мерло, Одеський чорний. Під час відвідування виноробні гостей очікує дегустація вин, екскурсія по виноробні, і ознайомлення з біодинамічним виробництвом вина і відкриттям секретів біодинаміки, і як на це впливає фази місяця і камні біля дому. Так, біодинаміка це дуже специфічна ніша в виноробстві зі своїми

особливостями і секретами.

Наступна зупинка виноробня Григорія Кулініченка, м. Кагарлик, Київська область. Григорій Кулініченко фермер з Кагарлика. На базі його фермерського господарства у селі Горохове у 2011 році було висаджено перші виноградники з технічних українських сортів, що були пристосовані до континентального клімату. Але з часом клімат сильно змінився, і власник вирішив ризикнути та висадити європейські сорти винограду. Наразі він вирощують більше ніж 20 сортів, загальна площа виноградника 4 га. Частина виноградників накрита теплицями це видовище дійсно вражає своєю геометричною красою. Також у хазяйстві використовують власну спеціальну систему поливу. Потужність виробництва розрахована на 5 тисяч літрів вина на рік.

Виноробня Кулініченка невелика за розміром, але оснащена сучасним високотехнологічним обладнанням. Пан Григорій успішний фермер, педантичний і ретельний господар. Він пристрасний винороб, що обожає вино і має справжній хист до виробництва елегантних, вишуканих вин. До того ж сам пан винороб і його дружина Ніна гостинні господарі, що завжди раді гостям, особливо тим, хто знається на гарних винах! На виноробні Кулініченка широко представлені білі й рожеві вина з європейських сортів винограду, незабаром також будуть представлені й червоні.

На виноробні відбудеться дегустація вин: білі Йоханітер, Совіньйон Блан, Шардоне, Рислінг, рожеві Шираз та Сіра, червоні Каберне Совіньйон, Мальбек. І смачні страви від господині, пані Ніни, і все це у затишному куточку на березі річки. Ввечері повернення в столицю, вільний час.

Наступний день, ранок збір екскурсоводом у готелю. Тур по виноробням продовжується. Перша зупинка це WINIDEA у Ясногородці, під Києвом. Саме 2020 року виноробня отримала ліцензію на виробництво вин в якості малого виробництва.

WINEIDEA була створена у 2018 році. Павло Макогоном, одним із нинішніх власників, він багато подорожував винними шляхами, спілкувався з

багатьма професійними виноробами. А потім познайомився з Артемом Тараном, талановитим виноробом-технологом, що отримав досвід на виноробнях України та Нової Зеландії, і ця зустріч стала доленосною: Павло вирішив створювати власні вина за допомогою Артема. Гостей чекає екскурсія.

Виноробня розташована на території Ясногородської страусиної ферми (однієї з найбільших в Україні). Крім страусів, тут знаходяться також невеличкий зоопарк з доглянутими тваринками.

WINEIDEA має власний невеликий виноградник у Ясногородці 2 га, де добре проявляють себе білі сорти винограду: Цитронний Магарача, Совіньйон Блан, Рислінг, складний і багатообіцяючий міжвидовий гібрид Йоханітер, з котрих Артему Тарану вдалося створити неймовірно елегантні, чисті, ароматні і водночас дуже витончені вина. Крім власних виноградників, WINEIDEA використовують виноград, котрий купують у південних регіонах України, повністю контролюючи кондиції і збір врожаю. Зібраний виноград власним рефрижератором доставляють на виноробню.

Якісне вино і популяризація українського виноробства це мета, яку компанія поставила собі ще у 2013 році, і йде до неї невпинно. Має WINEIDEA і чудовий девіз: «У нас щороку гарний рік!».

Під час візиту можна відвідати виробництво, ознайомитись з експонатами справжнього музею та продегустувати чудові вина.

Дегустація: Рислінг, Цитронний Магарача, Совіньйон Блан, Йоханітер це вина з винограду, вирощеного на власному винограднику WINEIDEA у Ясногородці. Із червоних Каберне Совіньйон і відомий український автохтон Одеський Чорний ці вина не менше року витримуються у французьких барріках, а також чудовий Піно Нуар.

Наступна виноробня це Виноробня Vinoman Winery. Крафтова виноробня Vinoman Winery найпівнічніша виноробня в Україні, з власним виноградником площею 1,4 га, оточеним Десною і лісом з чудовим фруктовим садком. Засновник, власник і головний винороб Vinoman Winery

Борис Слабошевський.

Борис пройшов довгий шлях, доки не зрозумів, які саме сорти винограду почуватимуться найкраще у цій місцевості. Експериментував із саджанцями, висадив троянди, щоб вчасно помітити загрозу захворювань і захистити лози. На ділянці багато комах, що шкодять лозам і винограду, тому винороб постійно веде боротьбу з осаами, жуками, черв'яками, метеликами і божими корівками. Саме тому комахи прикрашають етикетки вин Vinoman Winery.

Обсяг виробництва Vinoman Winery 10 тис. л вина на рік. Наразі лінійка вин виглядає так: білі Chardonnay, Sauvignon Blanc, рожеві Rose Merlot, Rose Pinot Noir, червоні Pinot Noir, Merlot, Cabernet Sauvignon. Цікаво, що кожному сорту відповідає своя комаха, котра прикрашає етикетку кожного вина. Виробляють вина тут за класичною технологією, витримують в бочках зі скельного дуба. На виноробні встановлено італійське і словенське обладнання.

Також неподалік від виноробні, на осетровій фермі, що також належить Борису Слабошевському, вирощують і розводять рибу: стерлядь, осетра, білугу, чорного Амура. Виробляють тут і коштовну чорну ікру. Vinoman Winery почали приймати гостей зовсім нещодавно, але дуже вдало. Тут проводять екскурсії з дегустацією вин у супроводі закусок з ікрою, щучою печінкою тощо. Це все гості і відвідають на дегустації.

Наступний день у туристів вільний у Києві. Виселення з готелю. Як варіант, можна запропонувати відвідати резиденцію Межигір'я. Тривалість екскурсії 4 години, тур по Межигір'ю (вартість туру не входить). І гостям також буде запропонована дегустація в ресторані Win Bar у Києві, який є найкращим винним баром України за версією Національної ресторанної премії Salt. Традиційно він гостинно приймає туристів з усього світу, демонструючи їм не лише великий вибір світових вин, але й місцеві ексклюзиви.

Нічний поїзд Київ-Львів. Прибуття до Львова. Вільний час для

освоєння та відпочинку, також гостям будуть надані карти з основними туристичними локаціями міста: Ринкова площа, синагога «Золота троянда», Книжковий блошиний ринок, церква та монастир Домінуса, Львівська опера, Палац Потоцьких, Львівська статуя Свободи.

Ранок, збір туристів гідом. Трансфер до виноробні «Château Edem» м. Стрілки, Львівська область.

Навесні 2016 року на території Готельно-палацового комплексу Edem Resort Medical & SPA, що розташований поблизу Львова, власниками було висаджено виноградник площею 1,5 га. Виноградна зона розташована на березі джерельного озера в оточенні лісу. Створенню власної виноробні передувала велика дослідницько-аналітична робота, були ретельно вивчені особливості місцевого мікроклімату, ґрунти тощо.

На даний момент будується великий винний погріб з дегустаційною залою та вдосконалюється виробнича база.

Площа посадки винограднику сягає 1,5 гектара, висаджено 5100 саджанців морозостійких сортів винограду, привезених із Німеччини. Ґрунти суглинкові з вапняковими відкладеннями. Кількість лози на один гектар складає 4444 кущів. Об'єм виробництва сьогодні 1500 літрів, у планах досягти об'єму 8000 тисяч літрів. Витримка червоного вина відбувається у бочках із французького дуба. На виноробні гостям покажуть виноградник та нададуть можливість відвідати вина під час дегустації.

Наступна зупинка виноробня «Yanchyn hills family winery».с. Іванівка (колись Янчин), Львівська область.

Сімейну винарню «Yanchyn hills family winery» очолює виноградар та винороб Максим Кичма. Декілька років вино виготовлялось у Львові під торговою маркою «Приватна винарня «WineMax». Винороб навчався, вдосконалювався, експериментував і в 2019 році хобі остаточно переросло в улюблену справу, до якої долучилась уся сім'я.

В Іванівці, на пагорбах Перемишлянського низькогір'я, був посаджений виноградник та проводиться будівництво винарні. Це



спричинило й зміну назви на «Yanchyn hills family winery». Девіз виноробні: «Якісне українське вино з винограду української селекції вирощеного на українській землі». Саме тому серед вин, які виготовляються винарнею, часто зустрічатимуться назви малознайомі для більшості поціновувачів цього напою.

Для виробництва використовувався виноград вирощений у Херсонській області. На сьогодні у с. Іванівка висаджено 156 кущів власного винограду, таких сортів як: Первісток Магарача, Рисус, Буковинка, Лівадійський чорний, Гурзуфський рожевий, Одеський чорний, Рубін Голодриги все це сорти, виведені українськими селекціонерами. Деякі з них вже встигли отримати престижні нагороди. Найвищу з них на сьогоднішній день це золота медаль всеукраїнського конкурсу «Одеський залив 2019» виграло вино Сапераві Блек 2018. Особливої уваги заслуговує оригінальний дизайн етикетки, створений відомою українською письменницею та художницею Христиною Лукашук. На самій же виноробні гостей очікує дегустація вина та екскурсія.

Повернення до міста, вільний вечір та наступний день, також гостям буде запропоновано відвідати такі ресторани як: Le Bar це оновлена винотека Vintage Boutique Hotel, де можна провести день за келихом улюбленого вина, Паб «Зелена сливка» це невеликий паб, що розташований на багатій закладами вулиці, пропонує досить хороший вибір вина: шампанське (в меню «грайліві вина»), білі, рожеві та червоні, ціни досить демократичні, а вибір влаштує зятого гурмана та до винного бару-крамниці «Вино і м'ясо», це не дивно бо «Вино і м'ясо» це в першу чергу винний бар, в меню є м'ясо (шашлик, каре, стейки), птиця, риба, серед вин представлено найкращі виноробні регіони України: Закарпаття, Одещина. Також є декілька позицій вин Угорщини.

Ранок. Зустріч з гідом у вестибюлі готелю. Виїзд з готелю, трансфер на машині з фургоном, 8-й день обіцяє бути особливо насиченим враженнями і включає відвідування великих виноробень.

Тур на винзавод Чизай. Екскурсія до виноробні Chateau Chizay.

Експедиція по підприємству, відвідати винний погреб, де гості дізнаються, як виробляти вино в сучасному світі, відвідавши музей виноробства та виноградарства та дегустуючи вино разом із професійним сомельє.

Також гості підуть в долину Чизай (5 км) і піднімуться на виноградники. Завершується екскурсія барвистим і смачним обідом на вогнищі в альтанці серед виноградників. Також гості відвідають музей винороба Чизай. Музей Чизай це сучасний заклад нового формату, яке легко і цікаво знайомить з великим об'ємом інформації про виноград, вино, виноробство, його розвитку в Україні та на Закарпатті. В вечері гості відвідають дегустацію в погребі де й відвідають вино прямо з бочки.

Вечір, повернення до готелю, ранок поїзд до Одеси. Прибуття до Одеси. Одеса це перлина на березі моря. Це місто є найпопулярнішим місцем відпочинку влітку, оскільки воно розташоване на Чорному морі. Це центр єврейської культури та яскравого нічного життя в Україні. Найвідомішою визначною пам'яткою Одеси є Оперний театр, який є одним з найкрасивіших у світі. Серед інших визначних пам'яток Одеси можна побачити: пам'ятник Герцогу, Потьомкінські сходи, Приморський бульвар, знамениту Дерибасівську вулицю тощо. Вечір вільний час.

Ранок 10 дня збір гостей екскурсоводом. Експедиція на винну фабрику Шабо, трансфер до виноробної фабрики Шабо, що за 1 годину їзди від Одеси. Експедиція по фабриці з дегустацією (3 години); дегустація 6 зразків продуктів Шабо.

Гості точно будуть вражені величними архітектурними комплексами, унікальними об'єктами сучасного мистецтва, незвичайними експозиціями ландшафтного дизайну, розташованими на території Центру культури вина Шабо: єдиним в Україні пам'ятником виноградної лози, арт-ансамблем «Трилогія винограду», галереєю мистецького центру Шабо, мультимедійна скульптура Фонтан Діоніса, музейний лабіринт, грузинський марані, дві музейні кінозали, альпійський сад, музей Шабо тощо. Винороби Шабо не тримають таємниць від своїх покупців. Тому двері всіх підрозділів фабрики

відкриті для гостей центру культури вина Шабо.

Наступна виноробня для відвідування це виноробня Колоніст. Колоніст представляє гордість родини Плачкових результат відданості та вираження любові й пристрасті до рідної землі та її щедрості. Родина Плачкових заснувала сімейну виноробню у 2005 році з метою виготовлення місцевих вин преміум класу.

Виноробня Колоніст розташована в одному з найкращих українських виноробних регіонів в Придунайській Бессарабії (південь Одеської області), де виноградарство є давньою традицією ще з часів, коли греки та фракійці вперше відкрили для себе ці родючі землі.

Колоніст отримав свою назву від болгарських колоністів, які заселили цю територію на початку ХІХ сторіччя. Засновник та власник виноробні Іван Плачков є нащадком цього народу, який перетворив випалений степ на квітучий та родючий край.

Вина Колоніст вироблені з винограду, вирощеного на південно-західних схилах найбільшого прісноводного озера в Україні Ялпуг. Завдяки похилим схилам виноградники отримують подвійне сонячне проміння від сонця та віддзеркалене від поверхні озера, а також гарно продуваються вітрами. 30 га виноградників, які підрізають за методом Гюйо, зростають на суглинкових ґрунтах, багатих на мінерали, з глибокими покладами вапняку. Ці системи обрізки забезпечують низьку врожайність та у поєднанні з особливим терруаром народжують високоякісний виноград. Кожна лоза дає лише декілька грон, які збирають виключно вручну, мають насичений смак та аромат, дають вину силу, гармонію та елегантність. Географічне розташування на одній широті з Бордо (Франція) та П'ємонт (Італія) дає чудову можливість вирощувати виноград у найліпших кліматичних умовах. Поєднання унікального терруару та новітнього обладнання з Франції, Німеччини та Італії разом з традиційними барріками зі 100-річного французького дуба дають Колоністу повне право пишатися високою якістю своїх вин. На гостей очікує екскурсія по виноробні, вечеря з дегустацією та

магазинчик з вином.

Вечір, вільний час, з ранку збір і трансфер до аеропорту. Енотур по Україні буде завершений.

Отож розвиток винних маршрутів є невід'ємною частиною індустрії винного туризму. Структурні розміри виноробної галузі значною мірою визначають, як винний туризм позиціонується в цій галузі. Винний туризм пропонує невеликі та середні винні маєтки та шато. Коли консолідація роздрібною торгівлі проявляється все більше і більше, конкуренція за простір збільшується, а кількість винних садіб також зростає з кожним роком, продаючи більше вина, це може дозволити винним садібам знизити витрати та збільшити дохід за дуже малу вартість. Отож залишається тільки вже зараз розробити енотури і вже в найближчому майбутньому ними просто скористатися.

## ВИСНОВКИ

Стрімкий розвиток туристичної галузі в останні десятиліття призвів до створення нових оригінальних продуктів, здатних задовольнити різноманітні інтереси та орієнтованих на окремі сегменти споживачів. У туризмознавчій літературі нове явище отримало назву «спеціалізований туризм». Серед різних видів спеціалізованого туризму (релігійного, ділового, подієвого, спортивного, екологічного, гастрономічного тощо) в останні роки все більшою популярністю користується енотуризм (винний туризм).

Популярність цього виду спеціалізованого туризму обумовила інтерес до нього з боку дослідників. Водночас серед вітчизняних науковців досі не існує єдності щодо цього поняття. Поруч з термінами «винний туризм», «енотуризм», у туризмознавчій літературі можна зустріти також терміни «виноробний туризм», «винно-харчовий туризм» та «еногастрономічний туризм». Іноді використовується поняття «алкотуризм» для позначення поїздки на виноробню для споживання алкогольних напоїв.

Сутність енотуризму полягає у комплексному знайомстві з процесом виробництва вина та дегустацією його найкращих зразків. Іншими словами, відправляючись в енотур, турист отримує можливість побачити, що знаходиться за дверима винного погребу. Зазвичай маршрут включає екскурсію до виноробні, а закінчується процесом її дегустації продукції. Ці візити можуть поєднуватися з культурною програмою або дозвіллям (наприклад, піші прогулянки, пікнік у винограднику та ін.) та супроводжуватися знайомством з місцевою кухнею.

Таким чином, енотуризм може поєднуватися з гастрономічним туризмом. З іншого боку, його можна розглядати як частину сільського туризму, оскільки виноградники та переважна більшість виноробних виробництв знаходяться у сільській місцевості. Тому розвиток енотуризму дуже важливий для розвитку тих сільських районів, де розвинута виноробна промисловість. Отже, енотуризм є важливою складовою як виноробної, так і

туристичної галузі, а також є активом для країн, де він отримав розвиток.

Хоча виноробство є досить поширеною галуззю економіки у регіонах із сприятливими кліматичними умовами, але далеко не усюди воно супроводжується розвитком винного туризму. Всесвітньо відомими і популярними центрами енотуризму є Італія (Тус-Кань), Франція (Бордо), Іспанія (Ла-Ріоха), США (долина Напа), Португалія (долина Дору), Німеччина (Мозель), Південна Африка (Кейптаун), Нова Зеландія (Отаго), Австралія (долина Баросса). Аналізуючи розвиток винного туризму у всьому світі, можна визначити, що більшість виноробних країн належать до Європейського регіону, на який припадає понад 70% світового виробництва.

Європа має довгу і багату історію винної галузі порівняно з країнами Нового Світу. Коріння європейської традиції вирощування винограду й споживання вина сягають глибини століть. З давніх часів виноробство є важливою складовою європейської культури. Наприклад, два виноробні регіони Португалії (долина Дору та острів Піку) включені до списку Світової спадщини ЮНЕСКО як об'єкти, що є унікальними для певної культурної традиції.

Однією з країн лідерів у розвитку енотуризму є Франція, яка характеризується не тільки давніми традиціями виробництва та споживання вина, але й значною регіональною різноманітністю. Як наслідок, Франція стала батьківщиною всесвітньо відомих вин, які є важливим ресурсом розвитку енотуризму.

У Сполучених Штатах Америки центром винного туризму є долина Напа у Каліфорнії. Виноробна галузь Нового Світу не має такої довгої історії, як в Європі, але вдала маркетингова політика каліфорнійських виноробів у другій половині ХХ ст. дозволила перетворити цей регіон на одного з лідерів світового енотуризму. Перемога каліфорнійських вин над своїми французькими конкурентами на Паризькому конкурсі вин 1976 року сприяла перетворенню долини Напа на важливий енотуристичний маршрут.

В останні роки енотуризм активно розвивається у тих виноробних

країнах та регіонах, які раніше належали до соціалістичного табору (Болгарія, Грузія, Молдова та ін.). Україна також має значний потенціал для розвитку винного туризму завдяки своїм природним та кліматичним умовам, сприятливому географічному розташуванню та давнім традиціям виноробства. У нашій державі промислові виноградники зосереджені в основному в Одеській, Херсонській, Миколаївській, Закарпатській областях.

Крім того, додатковим стимулом відвідати нашу державу є її багата історична та культурна спадщина. При грамотному плануванні енотурів, за наявності сучасної туристичної інфраструктури, винний туризм може стати важливим сегментом туристичної галузі України. Це матиме позитивний вплив на розвиток як туризму, так й винної справи в Україні, зокрема сприятиме створенню нових робочих місць, відродженню старих професій, покращенню економічного становища регіонів, підвищенню рівня життя місцевих жителів та ін.

Для розвитку енотуризму в Україні необхідна координація зусиль багатьох зацікавлених сторін: виноробів, туристичних агенцій, місцевої влади, неурядових організацій з метою популяризації цього виду відпочинку, крім того, галузь потребує державної підтримки.

Завдання розвитку енотуризму ставить перед фахівцями туристичної та виноробної галузей низку завдань, зокрема у сфері професійної підготовки персоналу, вивчення досвіду країн лідерів енотуризму, застосування інноваційних технологій. Водночас потрібно зосередити зусилля на збереженні багатовікової традиції вирощування винограду та виготовлення вина в Україні. Також потрібно звертати увагу на вдосконалення культури споживання вина. Крім того, для розвитку винного туризму необхідно розробити та реалізувати державні програми та конкретні механізми підтримки та розвитку виноробного сектору загалом, та винного туризму зокрема. Залучення великої кількості туристів перетворить винний туризм на вагомий сектор туристичної галузі України і сприятиме економічному розвитку нашої держави.

## RESUME

**Bachurin Olexander Ivanovich**

### **World experience of wine tourism and prospects of development in Ukraine**

The qualification work is devoted to the study of the world experience of wine tourism and prospects for development in Ukraine. The purpose of the study is to characterize the current state, problems and trends in the development of wine tourism in the world and in Ukraine. In accordance with the goal, the following tasks were defined: to reveal the meaning of the concept of "wine tourism" (wine tourism); to cover the history of world wine tourism; to explore the place of wine tourism in the world tourism industry; to characterize the peculiarities of the organization and geography of wine tourism in the world; to study the current state and trends in the development of wine tourism in Ukraine; to reveal the peculiarities of the organization of a wine tour and to develop an author's wine tour in Ukraine. The object of research is wine tourism in the world and in Ukraine.

The subject of the study is current issues, trends and prospects for the development of wine tourism in the world and in Ukraine. The theoretical and methodological basis of the study are the fundamental provisions of tourism disciplines, including geography of tourism and tourist wine resources of the world and logical generalization, historical method, observation and comparison, induction and deduction, description and statistical analysis.

The qualification work reveals the essence of eno-tourist resources and their role in the development of tourism, gives a description of the main eno-tourist centers of the world and Ukraine, named the most popular eno-tourist areas in Ukraine and the world. The paper describes the most attractive regions for wine tourists, draws conclusions about the problems and prospects for further use of wine tourism resources in Ukraine.

**Keywords:** wine tourism, wine tourism resources, wine tourism activities, wine tourism attractions, wine tourism facilities, wine tourism in Ukraine.



## РЕЗЮМЕ

**Бачурін Олександр Іванович**

### **Світовий досвід енотуризму і перспективи розвитку в Україні**

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню світового досвіду енотуризму і перспективи розвитку в Україні. Мета дослідження полягає у характеристиці сучасного стану, проблем та тенденцій розвитку енотуризму у світі та в Україні. Відповідно до мети було визначено такі завдання: розкрити зміст поняття «енотуризм» (винний туризм); висвітлити історію розвитку світового енотуризму; дослідити місце енотуризму у світовій туристичній галузі; охарактеризувати особливості організації та географії енотуризму у світі; дослідити сучасний стан та тенденції розвитку енотуризму в Україні; розкрити особливості організації енотуристичного туру та розробити авторський енотур в Україні. Об'єктом дослідження є енотуризм у світі та Україні.

Предметом дослідження є актуальні проблеми, тенденції та перспективи розвитку енотуризму у світі та в Україні. Теоретичною і методологічною основою дослідження є фундаментальні положення туризмознавчих дисциплін, зокрема географії туризму та туристичних еноресурсів світу та логічного узагальнення, історичного методу, спостереження та порівняння, індукції та дедукції, опису та статистичного аналізу.

В кваліфікаційній роботі розкрита сутність енотуристичних ресурсів та їх роль у розвитку туризму, дана характеристика основних енотуристичних центрів світу та України, названі найпопулярніші енотуристичні райони в Україні та світі. В роботі охарактеризовані найпривабливіші регіони для енотуристів, зроблено висновки щодо проблем та перспектив подальшого використання енотуристичних ресурсів України.

**Ключові слова:** енотуризм, енотуристичні ресурси, енотуристична

привабливість, енотуристичні об'єкти, енотуризм в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Nezdoiminov S. G., 2014, Regional contours of cluster development of wine tourism, Science. spring Kherson state. University, series «*Economic Sciences*», Issue 8, Part 1, pp.180-203.
2. Basyuk D. I., Badeshchenkova K. S., Wine tourism market research in Ukraine: update 2014, URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer34/435.pdf> , (дата звернення 07.03.2021).
3. Cinelli Colombini, D., 2015, Wine tourism in Italy. *International Journal of Wine Research*, Vol. 7, Available at, URL: <https://www.dovepress.com/wine-tourism-in-italy-peer-reviewed-article-IJWR>, (дата звернення 07.03.2021).
4. Simple wine news, Просто о лучших винах новая энциклопедия, издательство ООО «ЕКСМО», 2018, ст 232.
5. Simple wine news, Вина стран нового мира, издательство «СИМПЛ» 2016 Анастасія Прохорова, ст. 232.
6. Андрэ Доминэ Вино, Самая полная иллюстрированная энциклопедия, ООО «Издательство Астрель» 2010 ст. 927.
7. Gander-Wolf H. Once a Swiss Winegrower Colony CHABAG in Russia, Now a Modern Wine-Culture Center SHABO in the Ukraine. 2014. 15 May. URL: <https://www.chabag.ch/Once%20a%20swiss%20winegrower%20colony%20named%20Chabag%20in%20Russia.pdf> (дата звернення: 07.03.2021).
8. «The story behind the story that made wine history» San Francisco Chronicle 17-18, URL: <https://www.sfchronicle.com/wine/article/The-story-behind-The-Chronicle-s-Winemaker-of-13478608.php> (дата звернення: 07.03.2021).

9. Marta Peris-Ortiz, María de la Cruz, Del Río Rama, Carlos Rueda-Armengot Wine and Touris, «Enotourism: the alternative to classical sun and sand in El Garraf» Catalan News Agency 2016
10. Анастасія Прохорова «Шампань и другие игристые вина» видавництво «СІМПЛ» 2017, ст. 93.
11. KRISTEN HARTKE «The Sideways Effect»: How A Wine-Obsessed Film Reshaped The Industry, URL: <https://www.npr.org/sections/thesalt/2017/07/05/535038513/the-sideways-effect-how-a-wine-obsessed-film-reshaped-the-industry>, (дата звернення 07.03.2021).
12. Soare, I., 2007, Turism-tipologie și destinație. Editura Transversal, Târgoviște, ст. 453.
13. Харченко К. 2012, Енотуризм для початківців. (Харченко К. Енотуризм для починаючих), URL: <https://web.archive.org/web/20120702174223/http://osvobode.ru:80/2012/enoturizm-dlya-nachinayuschih.htm>, (дата звернення 07.03.2021).
14. History and Chronology, Archive in Wayback Machine Napa Valley Vintners URL: <https://www.sfgate.com/wine/article/The-story-behind-the-story-that-made-wine-history-2662065.php>, (дата звернення 05.04.2021).
15. Gastronomy and wine tourism, UNWTO". URL: [www.unwto.org](http://www.unwto.org), (дата звернення 01.05.2021).
16. History of the history that made the history of wine» *Chronicle of San Francisco*, URL: <https://winejudging.com/about-us/history/>, (дата звернення 02.05.2021).
17. Dodd T. H. Opportunities and pitfalls in a developing wine industry. International Journal of Wine Marketing. Vol. 7. No. 1. P. 5–16.
18. Hall, C. M., Page S. J., Introduction to tourism: Development, dimensions and issues 1999. Sydney: Australia, Addison-Wesley, Longman, 17-18.

19. Weiler, B., & Hall, C. M. Special interest tourism: in search of an alternative. In B. Weiler, & C. M. Hall (Eds.), *Special Interest Tourism Great Britain*: Belhaven Press, 309.
20. Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B., & Macionis, N. (Eds.). *Wine tourism around the world: Development, management and markets* (1st ed.) 2004. Oxford: Butterworth Heinemann, 392 p.
21. Сайт Рейкартц Хотел Менеджмент Груп. URL: <https://reikartz.com/ru/news/the-new-project-wine-guide-of-ukraine-from-the-company-reikartz/>, (дата звернення 09.05.2021).
22. *Gastronomy and wine tourism, UNWTO*. URL: [www.unwto.org](http://www.unwto.org), (дата звернення 05.05.2021).
23. *Enotourism: an alternative to the classic sun and sand in El Garraf, Catalan News Agency*, URL: <https://www.npr.org/sections/thesalt/2017/07/05/535038513/the-sideways-effect-how-a-wine-obsessed-film-reshaped-the-industry>, (дата звернення 02.05.2021).
24. «Side Effect: How a Wine-Obsessed Film Changed the Industry» URL: [NPR.org](http://www.npr.org). Cited (дата звернення 01.05.2021).
25. A new model of communication in wine tourism. ENOTUR trends. May-December Issues 2 and 4. for 2012, URL: [http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/Tendencies\\_ENOTUR\\_3\\_4\\_eng\\_web.pdf](http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/Tendencies_ENOTUR_3_4_eng_web.pdf), Accessed, (дата звернення 07.03.2021).
26. Blumer, A., 2013, *Guide for visiting managements and tourism tourism on the interior and in the area of protests in the Republic of Moldova*; PNUD-GEF / MSP Republic of Moldova, *Devolution of institutional capacities and representativeness of the system Proteus aria din Rep. Moldova*, Min. Mediului.-Chişinău: PNUD Moldova, 2013. Tipogr. New Imprim, 358 p.

27. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 17. Ч. 1. С. 71.
28. Божук Т.І., Прокопчук Л.А. 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. Т. 2. № 6. С. 171–177.
29. Carlsen, J. 2004, A Review of Global Wine Tourism Research, *Journal of Wine Research*, vol. 15, no 1, p. 13.
30. Законопроект № 6693 Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо розвитку виробництва територіальних вин, URL: <https://uteka.ua/publication/Otnositelno-razvitiya-proizvodstva-terruarnix-vin-i-naturalnyx-medovux-napitkov>, (дата звернення 07.03.2021).
31. Kruchek Z. Enoturystyka w Polsce i na świecie: aktualizacja 2013: URL: [http://www.proksenia.pl/download/Enoturystyka\\_Wspolczesne\\_formy\\_turysyka\\_kulturo](http://www.proksenia.pl/download/Enoturystyka_Wspolczesne_formy_turysyka_kulturo), (дата звернення 07.03.2021).
32. Krupa J., Stokłosa Ł., 2015, Vineyards and wine events are tourist attractions in the region. *Europa Regionum*, Volume XXII, p. 270.
33. Mazurkiewicz-Pizło A. 2012, Wine tourism (wine tourism): benefits and costs. *Economic problems of services*, No 84, p. 645.
34. Hashimoto, A. and Telfer D., 2013. Location of a wine route in the Niagara region: Understanding the wine tourism market and its implications for marketing. *Journal of Travel Marketing and Tourism* p. 76.
35. WINE TOURISM A GROWING TOURISM SEGMENT URL: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2016-09-09/wine-tourism-growing-tourism-segment>, (дата звернення 09.05.2021).

36. ECONOMIC IMPACT OF TOURISM IN ARGENTINA IS INCREASING, URL: <https://www.tourism-review.com/impact-of-tourism-in-argentina-is-positive-news10428>, (дата звернення 09.05.2021).
37. Koch, J., Martin, A. & Nash, R., (2013). Overview of perceptions of German wine tourism, *International Journal of Wine Business Research*, p 74.
38. Le Cordon Bleu «Вино, профессиональные секреты покупки, хранения, сервировки и потребления вина », видавничий дом Ниола 21-й век, 2004, 122 ст.
39. Cinelli Colombini, D., 2015, Wine tourism in Italy. *International Journal of Wine Research*, Vol. 7, URL: <https://www.dovepress.com/wine-tourism-in-italy-peer-reviewed-article-IJWR>, (accessed 10.02.2021).
40. Cosciug, C., 2012, Сучасні тенденції розвитку винного туризму. В: Національна наукова конференція «Сучасні тенденції економічного та фінансового розвитку сільських територій». Т. 31. УАСМ, Кишинів, 235 ст.
41. Туризм в Болгарії вино. Про Болгарію російською мовою. (Туризм в Болгарии Винный. О Болгарии по-русски), URL: <http://www.aboutbulgaria.biz/tourism/wine/>, (дата звернення 10.02.2021).
42. Винний туризм. Екскурсія до Лоізізького музею винограду та вина. Чудова подорож. Професійна галузева асоціація Союз виноградарів і виноробів Росії (Винный туризм. Экскурсия в музей винограда и вина Лоизиум. Большое путешествие. Профессиональное отражающее объединение НО Союз виноградарей и виноделов России), URL: [http://www.svvr.ru/Ekskursiya\\_v\\_muzeu\\_vina\\_i\\_vinograda\\_Loisium](http://www.svvr.ru/Ekskursiya_v_muzeu_vina_i_vinograda_Loisium), (дата звернення 10.02.2021).
43. Program național de sprijinire a României în sectorul vitivinicol, URL: [https://www.madr.ro/docs/agricultura/PNS\\_2019-2023.pdf](https://www.madr.ro/docs/agricultura/PNS_2019-2023.pdf) (дата звернення 10.02.2021).

44. Tourism and Migration, August 2017. Statistics South Africa, URL: <http://www.statssa.gov.za/publications/P0351/P0351August2018.pdf> (дата звернення 10.02.2021).
45. Factbox: Basic facts about China's economy", URL: <https://news.metal.com/newscontent/100000562/factbox:-basic-facts-about-china%27s-economy/>, (дата звернення 10.02.2021).
46. The Route of Wine. In Argentina. Retrieved from, *Archived copy*. URL: [https://ethnic-diversities-of-argentina.fandom.com/wiki/White\\_Latin\\_Americans](https://ethnic-diversities-of-argentina.fandom.com/wiki/White_Latin_Americans), (дата звернення 10.02.2021).
47. Stone, M. J. & Migacaz, S.,(2016. American Culinary Traveler: Profiles, Behavior, and Attitudes. Portland, OR: World Food Travel Association. with. 179.
48. Progress in Human Geography URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/030913259201600357>, (дата звернення 09.05.2021).
49. Vovk E. 2014. There is a fork to travel. A practical guide for food and beverage tourism professionals. Portland, OR: World Food Travel Association. IPK International (2015). Report on global ITB travel trends for 2015/2016. Munich: IPK International.
50. Martin N. 2017. Sustainable Ontario winemaking is the best environmental practices for wineries. In Sustainable Ontario Winemaking: An Ecological Charter for the Wine Industry. St. Catharines, Ontario: Ontario Wine Council. P. 127.
51. . Hall, K. M., Johnson G. and Mitchell R. 2016. Wine tourism and regional development. In wine tourism around the world: development, management and markets. Oxford: Butterworth-Heinemann, 225.
52. The dynamics of wine tourism in the world. URL: <https://vinsdumonde.blog/en/the-dynamics-of-world-wine-tourism/>, (дата звернення 10.02.2021).



53. Getz D. and Brown G. 2006 Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: Demand Analysis Tourism Management.
54. Charters S. and Menival D. 2011 Champagne Wine Tourism Journal of Hospitality and Tourism Research, URL: [https://www.researchgate.net/publication/254115819\\_Wine\\_Tourism\\_in\\_Champagne](https://www.researchgate.net/publication/254115819_Wine_Tourism_in_Champagne), (дата звернення 07.03.2021).
55. Стивенсон Т. Вино: Полное справочное издание по винам мира / пер. с англ. Москва: Росмен-Пресс, 2013. 600 с.
56. Туризм в Болгарії. Про Болгарію в Росії). URL : <http://www.aboutbulgaria.biz/tourism/wine/> (дата звернення 05.05.2021).
57. Зыбцев Ю. Искусство дегустации. Москва: ЭКСМО, 2014. 416 с.
58. Оз Кларк Винный атлас, Издательство ВВРГ 2011, 336 ст.

## Додатки

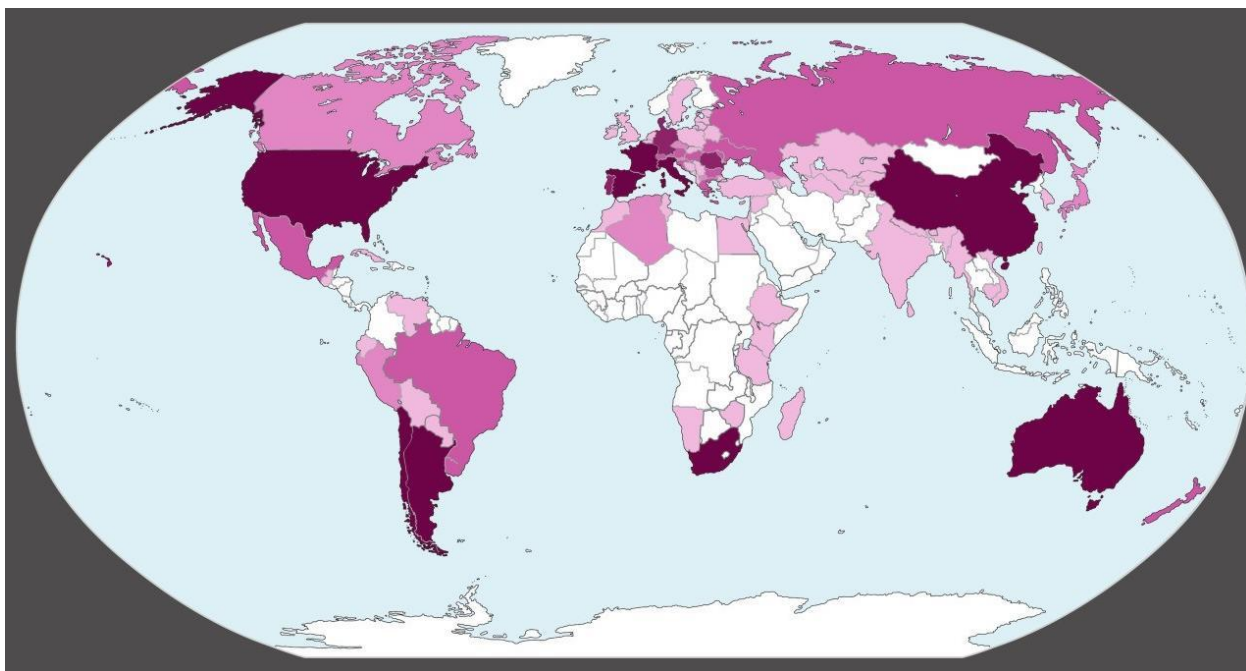


Рис. 2.1. Мапа енотуристичних центрів світу

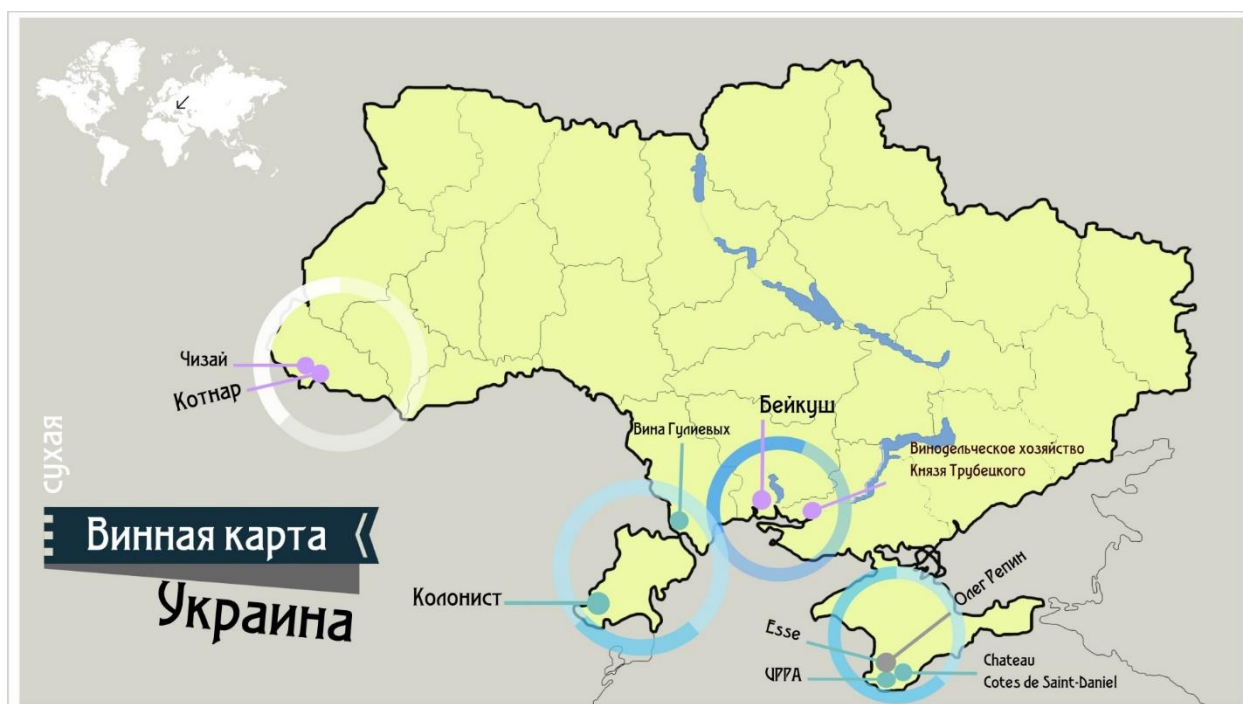


Рис. 2.2. Мапа енотуристичних центрів України



Рис. 2.3. Мапа площі виноградних насаджень в Україні