

**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

**КАВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»**

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

спеціальність 242 «Туризм»

освітня програма Туризм

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ТРз–41
Василюк Олена Петрівна

Керівник:
к.е.н., доцент Дащук Юлія
Євгеніївна _____

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
« ___ » _____ 2023 р.
к.е.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Дащук Юлія Євгеніївна

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм»
Освітня програма: «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Л. Ю. Матвійчук

(підпис)

«_____» _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Василюк Олені Петрівні

1. Тема кваліфікаційної роботи: **Регіональні аспекти розвитку винного туризму**

Керівник роботи *Дащук Юлія Євгеніївна, к.е.н., доцент*

затверджені наказом вищого навчального закладу від «27» грудня 2022 р.

№ 966/01-02

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до «01» червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи *науково-методичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів, нормативно-правові документи, державні та галузеві стандарти, статистична звітність громадських організацій.*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження винного туризму

Розділ 2. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку винного туризму в Україні

Розділ 3. Перспективи розвитку винного туризму

5. Перелік графічного матеріалу

Складові винного туризму, Специфіка туристичного продукту винного туризму, Пропозиції винного туризму, Глобальні дослідження розвитку винного туризму, Приклади представлення карти Дорога вина та смаку в окремих регіонах України, Основні принципи крафтового виробництва, Логотип Асоціації крафтових медово-винних локацій Волинської області

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1. Теоретичні основи дослідження винного туризму	Доцент Дащук Ю. Є.		
Розділ 2. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку винного туризму в Україні	Доцент Дащук Ю. Є.		
Розділ 3. Перспективи розвитку винного туризму	Доцент Дащук Ю. Є.		
Висновки	Доцент Дащук Ю. Є.		

7. Дата видачі завдання 15.09. 2022 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи бакалавра	Термін виконання етапів дипломної роботи бакалавра	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 28.09.2022р.	
2	Огляд літератури із досліджуваної роботи	до 31.12.2022р.	
3	Розділ 1. Теоретичні основи дослідження винного туризму	до 28.12.2022р.	
4	Розділ 2. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку винного туризму в Україні	до 14.03.2023р.	
5	Розділ 3. Перспективи розвитку винного туризму	до 16.05.2023р.	
6	Висновки	до 18.05.2023р.	
7	Формування списку використаних джерел	до 18.05.2023р.	
8	Формування додатків	до 18.05.2023р.	
9	Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра	до 19.05.2023р.	
10	Нормоконтроль	до 25.05.2023р.	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 28.05.2023р.	
12	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2023р.	

Здобувач вищої освіти _____ Василюк О. П.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Дащук Ю. Є.

АНОТАЦІЯ

Васильок О. П. Регіональні аспекти розвитку винного туризму. – Рукопис
Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Туризм» спеціальності 242
«Туризм». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2023.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів,
висновків, списку використаних джерел, додатків.

У роботі досліджено розвиток винного туризму у Волинській області.
Проаналізовано засади винного туризму та його визначення. Здійснено аналіз
внутрішнього ринку винного туризму в Україні. Показано критерії та методи
оцінки ресурсного потенціалу регіону. Проаналізовано діяльність туристичних
підприємств у сфері організації винних турів. Виявлено проблеми, які
перешкоджають розвитку винного туризму. Поставлено перелік завдань для
подолання проблем та запропоновано розробку сайту Волинській області.

Ключові слова: туризм, винний туризм, розвиток винного туризму.

ANNOTATION

Wasylyuk O. P. Regional aspects of the development of wine tourism. - Manuscript

Bachelor's qualification thesis of OP "Tourism" specialty 242 "Tourism". Lutsk National Technical University, Lutsk, 2023.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources, and appendices.

The paper examines the development of wine tourism in the Volyn region. The basics of wine tourism and its definition are analyzed. An analysis of the domestic market of wine tourism in Ukraine was carried out. The criteria and methods of assessing the resource potential of the region are shown. The activities of tourist enterprises in the field of organizing wine tours are analyzed. Problems hindering the development of wine tourism have been identified. A list of tasks to overcome the problems was presented and the development of the site for the Volyn region was proposed.

Key words: tourism, wine tourism, development of wine tourism.

ЗМІСТ

ВСТУП	
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМ У	12
1.1. Сутність та особливості винного туризму	12
1.2 Передумови розвитку винного туризму в регіоні	17
1.3.Світовий досвід розвитку винного туризму	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	32
2.1. Загальна характеристика винної індустрії в Україні	32
2.2 Аналіз та потенціал регіональних аспектів винного туризму	38
2.3 Організація і особливості проведення винних турів в Україні	41
РОЗДІЛ 3.ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ	46
3.1. Розвиток крафтових медово-винних локацій у Волинській області	46
3.2. Маркетингові засоби просування асоціації медово-крафтових локацій	
ВИСНОВОКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТКИ	52

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми. Ця тема має велику актуальність у сучасному світі, тому що вона дає можливість зростання популярності винного туризму, для людей які шукають унікальний та вишуканий досвід, для туристів які цікавляться відвідуванням виноробних підприємств, дегустацією вина та культурою вина. Також розвиток винного туризму має економічний потенціал, регіональні виноробні підприємства можуть бути важливими джерелами доходу та працевлаштування для місцевого населення, а розповсюдження інформації про виноробних регіонах дасть можливість рекламувати та просувати регіон в якому вони розташовані, крім того винний туризму може сприяти збереженню та відновленню традицій виноробства та сільської культури в регіоні. Тому ця тема є досить актуальною для вивчення та розробки стратегій розвитку туризму на регіональному рівні.

Стан вивченості проблеми. У вітчизняній економічній літературі останніх років дослідженню регіональних аспектів розвитку винного туризму приділяється значна увага різноманітними вченими: Зокрема у статті Горшкова Л. О. [2] розглянуто розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. У підручнику Іванова С. В. та Домарецького В. О. [1] було розглянуто особливості розвитку винного туризму. У статті Баглей Д. В. [3], досліджено розвиток винно-гастрономічного туризму Франції в Українських реаліях. У роботі Герасименка В. Г. [4], було досліджено стан і тенденції розвитку винного туризму. У своїх роботах В. А. Рибінцев і Д. Хоффман [5] саме Рибінцев у своєму дослідженні вважає енотуризм складовою частиною зеленого туризму, який на сьогоднішній день є досить популярним у світі, а в Україні він тільки починає розвиватись. У науковому збірнику географія та туризм Басюк Д. І. [9]. було розглянуто науково-теоретичні основи розвитку винного туризму.

Метою дослідження є дослідження розвитку та перспектив винного туризму в регіоні

Об'єкт. Процеси розвитку винного туризму в регіоні.

Предмет. Сукупність теоретичних і практичних аспектів розвитку винного туризму в регіоні та у Волинській області.

Методи дослідження. Дослідження розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання, який допомагає вивчити закономірності цього процесу. Для досягнення цієї мети були використані інші методи дослідження, такі як теоретичне узагальнення і порівняння, системний аналіз, синтез, інформаційне моделювання та абстрагування. Ці методи дозволили зробити висновки про розвиток винного туризму в регіональному контексті в Україні.

Інформаційною базою дослідження є наукові статті, дослідження, звіти туристичних організацій, публікації засобів масової інформації, веб-сайти виноробних підприємств та туристичних агентств.

Завдання дослідження:

1. Охарактеризувати зміст та особливості винного туризму
2. Здійснити класифікацію об'єктів винного туризму та специфіку світового досвіду організації винних турів
3. Проаналізувати сучасний стан розвитку винного туризму в Україні
4. Дослідити особливості організації процесу проведення винних турів на території України
5. Обґрунтувати шляхи вдосконалення винних турів в Україні

Практичне зазначення одержаних результатів бакалаврської роботи полягає її значенням для розвитку винного туризму, зокрема популяризації об'єктів винного туризму в Україні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та особливості винного туризму

В туристичній галузі відбулися значні зміни, які також відобразилися на вподобаннях та виборі туристів. Сьогодні туризм стає все більш спрямованим на повернення до природи, прагнення знайти автентичність у подорожах, вибір екологічно чистих опцій, відновлення традицій та духовних цінностей та зменшення стандартизації. Один з перспективних напрямків у туризмі є винний туризм.

«Винний туризм – це окремий вид спеціалізованого туризму» у [1, с.98]. «Він може стати важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, оскільки він має потенціал створення нових робочих місць, збільшення доходів населення та підтримки малих і середніх підприємств. Крім того, винний туризм може сприяти збереженню культурної спадщини та природних ресурсів, підтримці місцевих виробників та збільшенню популярності вітчизняного вина як продукту високої якості» [2, с.69].

«У своїх роботах В. А. Рибінцев і Д. Хоффман стосуються цієї проблеми» [5, с.97]. Саме Рибінцев у своєму дослідженні вважає енотуризм складовою частиною зеленого туризму, який на сьогоднішній день є досить популярним у світі, а в Україні він тільки починає розвиватись. Він порівнює програму винних турів з аналогічними програмами в Західній Європі. І в результаті свого дослідження приходять до висновку, що такого плану відпочинок в Україні буде менш привабливим, ніж в Західній Європі.

Основна відмінність даного дослідження полягає в тому, що ми бачимо винний туризм як окремий напрямок, а не як частину зеленого туризму.

Поняття «винний тур» пов'язане з відвідуванням виноробних регіонів, де туристи можуть побачити, як виробляються вина, відвідати виноробні, дегустувати вина та придбати їх на пам'ять. Такі тури дозволять туристам

насолодитись красою місцевих ландшафтів та культурою місцевих жителів, ознайомитись з історією виробних регіонів та дізнатись більше про процес вирощування винограду та виробництва вина. Крім того, винні тури можуть містити культурні та історичні екскурсії, відвідування музеїв та пам'яток, що додає ще більш цікавості та різноманітності до подорожі. У таблиці 1.1. розглянуто різні трактування науковців до визначення «Винний туризм».

Таблиця 1.1

Визначення винного туризму від різних авторів

Автор	Визначення
Божук Т. І. та Прокопчук Л. А. [22].	«Винний туризм спрямований на дегустацію, споживання та придбання вина безпосередньо у виробника, і представляє собою спеціалізований вид туризму. Він включає відвідування виноградників, дегустаційних залів, підвалів та ресторанів, де можна спробувати вина, а також відвідування винних фестивалів та інших спеціалізованих заходів. Важливою складовою винного туризму є ознайомлення з традиціями виноробства країни, яке може включати не тільки дегустацію напоїв, але й огляд виробничих процесів».
Патійчук В. О. [23].	«Форма туризму, яка включає відвідування різних місць виробництва вина. Однак, винний туризм не обмежується лише дегустацією напоїв, а є також можливістю поглиблення знань про традиції виноробства у конкретній країні»
Михайлюк О. Л. [24]	«Форма туризму, що поєднує в собі пізнавальну програму, що охоплює вивчення вирощування та збирання винограду, його переробку, дегустацію та відвідування визначних пам'яток виноробного регіону. Це спеціалізований вид туризму, що поєднує елементи розважального та зеленого туризму»
Всесвітня організація туризму UNWTO[25]	«Відвідування виноградників, споживання вин та інших продуктів, пов'язаних з виноградарством, а також культурної спадщини регіону, де вирощується виноград»
Всесвітня організація виноградарства та вина «OIV» [26]	«Форма туризму, що базується на виноградарстві та виробництві вина, включає в себе відвідування виноробних підприємств та виноградників дегустацію вин та інші подібні активності.»

* сформовано автором

Винний туризм є однією з найшвидше зростаючих галузей туризму, яка поєднує у собі культурні та природні враження, цей вид туризму включає в себе ряд складових. Базові складові винного туризму зображено на (рис.1.1).

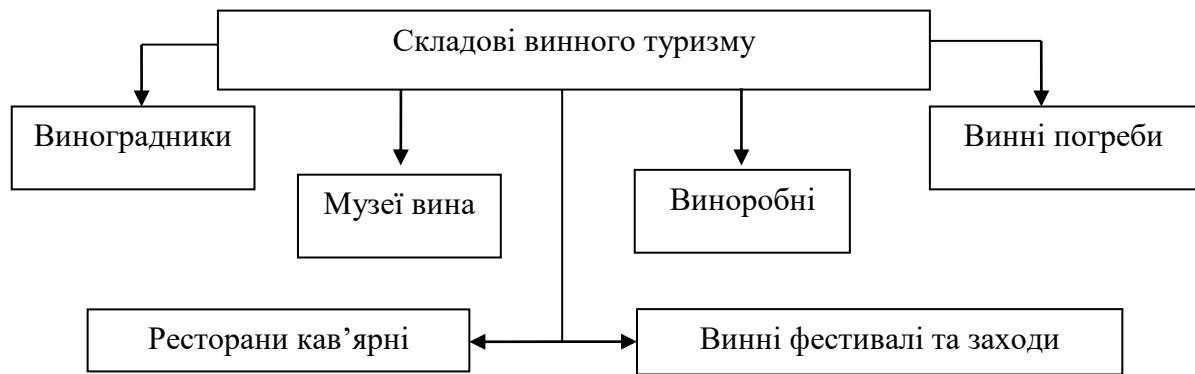


Рис. 1.1. Складові винного туризму

* сформовано автором

Виноградники – місце, де вирощують виноград для виготовлення вина. Відвідування виноградників може включати огляд виноградників, розповіді про різні сорти винограду та процес вирощування винограду.

2. Виноробні – місце, де виноград перероблюють у вино. Відвідування виноробні може включати огляд виноробного обладнання, розповіді про процес виробництва вина та дегустацію вина.

3. Винні погребі – місце, де зберігають вино після його виробництва. Відвідування винних погребів може включати огляд погребів, розповіді про умови зберігання вина та дегустацію вина.

4. Ресторани та кав'ярні – місця, де можна спробувати вина та насолоджуватись кулінарними стравами, що підходять до вина.

5. Музеї вина - музеї, присвячені вину та його виробництву. Відвідування музеїв вина може включати огляд експонатів, розповіді про історію виробництва вина та дегустацію вина.

6. Винні фестивали та заходи – фестивали та заходи, присвячені вину та його культурі. Тут можна спробувати різні види вин та насолодитись різноманітними культурними подіями, які будуть включати в себе музику, танці та артистичні виступи.

«Потрібно стимулювати просування української виробничої продукції, бо це є важливим елементом розвитку винного туризму в Україні, і це може

позитивно вплинути на розвиток винного туризму в Україні та послужити додатковим джерелом доходів для місцевих громад та регіонів, що займаються виноробством. Виноробні підприємства та виноробні регіони можуть стати популярними серед туристів, що збільшить кількість відвідувань та сприятиме розвитку місцевої економіки».[1, с. 213].

Крім того, стимулювати просування української виробничої продукції може сприяти збереженню історичних, культурних та традиційних цінностей регіонів, пов'язаних з виробництвом вина

Винний туризм як комплексний туристичний продукт включає набір основних, додаткових і супутніх послуг (рис.1.2)



Рис. 1.2. Специфіка туристичного продукту винного туризму [1, с.67]

«На жаль, справді, винний туризм поки, що немає достатнього представництва на українському туристичному ринку, тому що далеко не всі туристичні фірми та туроператори можуть запропонувати даний тур продукт по Україні. Українські наукові автори майже не проводять фундаментальних досліджень щодо даної проблематики і публікації наукового характеру з даної тематики виявились незначними за обсягом. Багато авторів даний вид туризму згадують у контексті зеленого туризму» [4, с. 19].

Основний сенс винного туризму полягає в тому, щоб пропонувати туристам можливість побачити і відчутти світ вина з першого джерела, тобто з виноробної галузі. «Цей вид туризму дозволяє відвідувачам доторкнутись до історії виробництва вина, ознайомитись з його технологією, побачити, як виноград перетворюється в вино, і звичайно ж, скуштувати різноманітні сорти вина. Він також може включати ознайомлення з місцевою культурою, традиціями та стравами, що пов'язані з вином» [7, с. 27].

Отже, сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності. Окрім відвідування виноробних підприємств та дегустації вина, він може включати ознайомлення з місцевою культурою, традиціями та стравами, що пов'язані з вином. Винний туризм також може включати екскурсії до визначних місць виноробних регіонів, оглядові маршрути з побаченням найцікавіших визначних об'єктів, кулінарні майстер-класи, відвідування традиційних ярмарків та фестивалів, пов'язаних з вином, та багато іншого. Таким чином, винний туризм може стати відмінною можливістю для туристів познайомитись з культурою, традиціями та історією виноробного регіону, а також насолодитись смаком і ароматом вина та інших місцевих страв.

1.2 Передумови розвитку винного туризму в регіоні

Розвиток винного туризму в Україні може бути складним під час війни, оскільки конфлікт може знизити інтерес туристів до країни взагалі та до певних

регіонів зокрема. Однак, існують певні можливості для розвитку винного туризму в Україні, незважаючи на війну.

По-перше, українські винороби можуть зосередитися на підвищенні якості своїх вин і підвищенні їх відомості на світовому ринку. Це може привернути увагу любителів вина з інших країн, які бажають спробувати нові сорти вин та дізнатися про українську культуру.

По-друге, українські винні маршрути можуть бути привабливими для внутрішнього туризму. Туристи зі свого власного міста чи регіону можуть бажати відвідати виноробні та винні погребі в Україні. Це може сприяти розвитку туризму в тих регіонах, де знаходяться виноробні.

По-третє, винні фестивалі та події можуть бути привабливими для туристів, які бажають отримати більше інформації про українське вино та культуру. Такі фестивалі можуть бути проведені в місцях, де є виноробні та винні погребі.

Загалом, розвиток винного туризму в Україні може бути важким під час війни, проте існують можливості для розвитку цієї галузі. Українські винороби та туристичні підприємства можуть спрямувати зусилля на підвищення якості своїх послуг та виробів, щоб привернути більше туристів та сприяти розвитку винного туризму в Україні. Також можуть бути використані різні інструменти маркетингу та промоції, щоб привернути увагу до винних маршрутів та фестивалів, наприклад, використовувати соціальні мережі, піар-компанії, та інші рекламні інструменти.

Важливо пам'ятати, що розвиток винного туризму в Україні повинен бути взаємовигідним для всіх сторін. Необхідно забезпечити підтримку для малих та середніх виноробів, які можуть стати ключовими гравцями у розвитку винного туризму. Також необхідно забезпечити створення інфраструктури, яка може забезпечити комфортний відпочинок для туристів, які відвідають винні маршрути та фестивалі.

Розвиток винного туризму в Україні може бути важким під час війни, але існують можливості для його розвитку. Важливо зосередитися на підвищенні

якості вин та послуг, залученні уваги до винних маршрутів та фестивалів, створенні комфортної інфраструктури для туристів та співпраці з міжнародними партнерами. Розвиток винного туризму може стати одним зі способів стимулювання економіки в регіонах, де знаходяться виноробні господарства, та підтримки малого та середнього бізнесу.

Однак, важливо не забувати про те, що війна може мати великий вплив на життя людей в окремих регіонах України. Перш за все, потрібно забезпечити безпеку для туристів та місцевих жителів, а також дбайливо віднестися до потреб та інтересів місцевого населення. Успіх розвитку винного туризму повинен базуватися на розумінні та підтримці місцевої громади та на збереженні природних та культурних цінностей регіону.

У підсумку, розвиток винного туризму в Україні може стати одним зі способів стимулювання економіки та залучення уваги до культурних та природних багатств країни. Проте, для досягнення успіху у цій галузі, потрібно зосередитися на підвищенні якості вин та послуг, залученні уваги до винних маршрутів та фестивалів, створенні комфортної інфраструктури для туристів та співпраці з міжнародними партнерами, а також дбайливо віднестися до потреб та інтересів місцевого населення.

«Україна має всі передумови для успішного розвитку винного туризму, оскільки є одним з провідних світових виробників вина. Головним фактором, що сприяє розвитку ринку винного туризму в Україні, є підприємства та структури, пов'язані з виробництвом та продажем алкогольних напоїв»[8]. Хоча виноград теоретично може вирости на більшій частині території України, крім крайніх північних та високогірних Карпатських районів, промислове виноградарство розвинене тільки в деяких областях, зокрема в Одеській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій та Закарпатській. Українське виноробство має конкурентні переваги, зокрема, низьку вартість робочої сили в традиційних виноградарських районах. Українські вина є значно дешевшими за європейські аналоги, але при цьому мають високу якість, іноді навіть перевершуючи світові аналоги.

«Виноробство є невід’ємною частиною соціально-культурної спадщини кожної нації та оригінальним надбанням будь якого етносу»[1, с.172]. Відвідування винних підприємств та виноробень зазвичай включає в себе ознайомлення з історією виноробства та традиціями країни, яка виробляє вино, що дає можливість туристам краще зрозуміти культурні та історичні аспекти життя місцевого населення. Отже, винний туризм виступає як важливий чинник встановлення культурного діалогу та сприяє розвитку толерантності та поваги до інших культур.

Так, винний туризм можна визначити за такими фундаментальними принципами які зображенні у (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Фундаментальні принципи винного туризму

Принципи	Зміст
Автентичність	Винний туризм повинен забезпечувати автентичний досвід для відвідувачів, де вони мають можливість ознайомитись з традиціями та культурою регіону, відвідати виноградники та винокурні, де виробляють вино.
Атрактивність	Винний туризм повинен бути привабливим для відвідувачів, щоб вони могли насолоджуватись вином та гастрономічними враженнями. Це можна досягти завдяки розробленню інноваційних та цікавих програм туру, які могли б привернути більше відвідувачів.
Культура споживання	Винний туризм повинен сприяти популяризації культури вживання вина та гастрономі. Він повинен давати можливість відвідувачам вивчати, як правильно підбирати та вживати вино, щоб вони могли насолоджуватись вином на повну міру.
Комплексність	Винний туризм повинне забезпечувати повний комплекс послуг для відвідувачів, включаючи транспорт, проживання, харчування, екскурсії, дегустації вина та інші враження. Це дозволить відвідувачам отримати повний досвід винного туризму та насолодитись ним на повну міру.

*сформовано автором

За функціональною ознакою винні тури можна поділити на кілька типів, залежно від того, які функції вони виконують. Наприклад:

1. Пізнавальні тури – такі тури орієнтовані на пізнання технології вирощування винограду та виготовлення вина. Їх програма може включати екскурсії по виноградниках, огляд виноробних підприємств, майстер-класи від виноробів дегустації та ін.

2. Релаксаційні тури – ці тури орієнтовані на відпочинок та релаксацію в живописних винних регіонах. Вони можуть включати в себе спа - процедури, масаж, сеанси йоги та інші релаксуючі заходи.

3. Активні тури – такі тури спрямовані на активний відпочинок та спортивні заходи. Вони можуть включати в себе велосипедні прогулянки, піший туризм екстремальні види спорту та ін.

4. Культурні тури – ці тури орієнтовані на дослідження культурного наслідку винних регіонів, їхню історію та традиції. Вони можуть включати в себе відвідування музеїв, галерей, історичних пам'яток традиційних свят та ін.

5. Звичайно, програма кожного винного туру може включати елементи з кількох типів, або бути спеціально розробленою для певної групи туристів зі своїми потребами та інтересами [16, с.119].

В Україні є великі передумови для успішного розвитку винного туризму. «Вона є однією з південних країн у світі за виробництвом вина, тож винний туризм може стати важливим напрямком розвитку туризму в країні, тому що ключовим фактором, що сприяє розвитку винного туризму в Україні, є підприємства та структури, що займаються виробництвом та продажем алкогольних напоїв. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України становить приблизно 20%, що є значним показником для економіки (на відміну від того, що внесок туризму у ВВП становить близько 1%)» [10, с.35].

Якщо типова пропозиція винного туризму, яка зарекомендувала себе, ґрунтується на гарній дегустації вин, цього вже недостатньо. Щоб завоювати лояльність клієнтури, яка потребує багатого та оригінального досвіду, винороб повинен урізноманітнити свою продукцію. Є багато тем, які дозволяють нам орієнтуватися на ширше коло профілів, ніж просто любителі вина, які зображенні на (рис. 1.3).

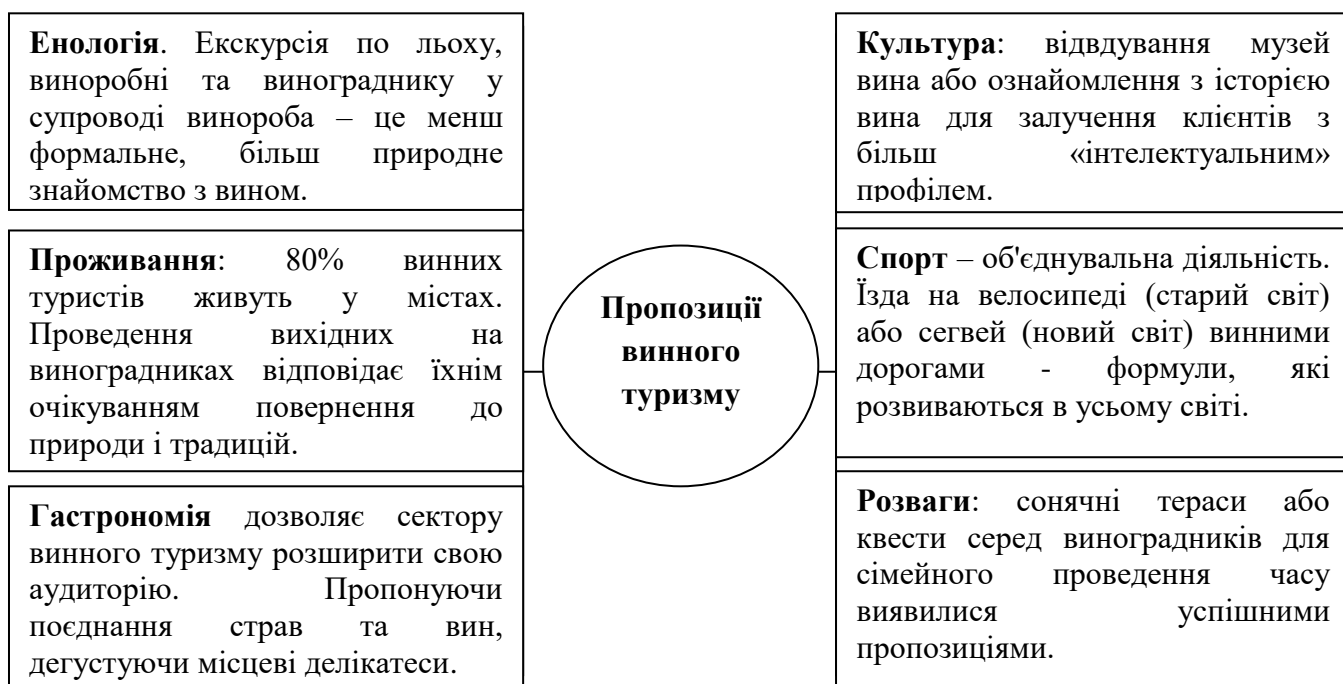


Рис. 1.3. Пропозиції винного туризму

*сформовано автором

Українська виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і за ціновими параметрами. Це підтверджують економічні ніші на європейських та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками.

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

1. Кліматичні умови: небажані погодні умови можуть негативно вплинути на вирощування винограду та якість вина.

2. Економічна нестабільність: економічні кризи можуть призвести до зниження попиту на вино, а це може негативно вплинути на прибутковість виноробних підприємств.

3. Регулюючі закони та політика: складність процесу отримання ліцензії, дозволів та інших регулятивних документів може стати перешкодою для розвитку виноробної галузі.

4. Конкуренція: на міжнародному ринку існує висока конкуренція, що може призвести до зниження цін на вино та зменшення прибутковості виробних підприємств.

5. Недостатність інфраструктури: відсутність необхідної інфраструктури, наприклад, доріг, залізниць та сучасних технологій може ускладнити процес виробництва та збуту вина.

6. Бюрократична процедура: складність процедур оформлення експортних дозволів та інших документів може стати перешкодою для виноробних підприємств, які бажають розвиватись на зовнішньому ринку.

Можна виділити кілька позитивних факторів, які сприяють розвитку виноробної галузі в Україні:

1. Значне збільшення врожайності виноградних насаджень завдяки впровадженню новітніх технологій та створення нових плантацій.

2. Початок перетворення провідних підприємств та фермерських господарств на виробництво вин та органічного винограду і виробничої продукції.

3. Активізація Мінагрополітики України та громадських галузевих організацій, що пропонують скасування законодавства в галузі виноробства.

Отже, в Україні винний туризм наразі є не поширеним явищем через декілька факторів. Перш за все, недостатня кількість виноробних підприємств, які готові приймати туристів і демонструвати їм свої технології та процеси виробництва. Друге, недостатня інфраструктура та рівень підтримки з боку держави є додатковими факторами, які перешкоджають розвитку гастрономічного туризму, а також туризму взагалі. Незадовільне становище законодавства також впливає на розвиток туризму, що потребує удосконалення.

1.3 Світовий досвід розвитку винного туризму

«Туризм є необхідною складовою сталого розвитку будь якого регіону у сучасному світі» [14, с. 29]. Сталий розвиток туризму ґрунтується на

принципах, який спрямований на зміну відносин людини і природи заради розширення можливостей економічного зростання, і на створення скоординованої глобальної стратегії виживання людства, орієнтованої на збереження і відновлення природних спільнот в масштабах, необхідних для повернення до меж господарської місткості біосфери.

Винний туризм набирає обертів. Він зарекомендував себе у всьому світі як драйвер зростання. Як для винного сектору, так і для індустрії туризму. Справді, оскільки зростання споживання вина у світі має тенденцію до уповільнення, цей сектор має знайти нові ринки збуту. Нові джерела доходу, нові споживчі цілі.

Що стосується туризму, то «безділля» вже не популярне. Дедалі більше туристів прагнуть надати сенсу своїм подорожам. Розвиватися, удосконалюватися, відкривати нові горизонти. Сьогодні винний туризм приносить понад 50 мільярдів євро прямого прибутку у світову економіку!

Енотуризм, або винний туризм, визначає всі види туристичної діяльності, всі формати у поєднанні, організовані з метою знайомства з виноградною лозою, виноробним регіоном, професією виноградаря, вином та дегустацією вин.

«Винно-гастрономічний туризм є популярним у світі, зокрема в Європі, де значна кількість туристів подорожують винними маршрутами, насолоджуючись винною культурою та інфраструктурою, яка на високому рівні». [27] Аналіз кількості відвідувачів винних турів показує постійне зростання популярності цього виду туризму. Багато туристів зацікавлені не тільки дегустуванням різних сортів вина, але й відвідуванням винних погребів, знайомство з процесом виробництва вина, відвідуванням винних фестивалів і майстер-класів, а також відпочинком в готелях, що спеціалізуються на винному гастрономічному туризмі. Статистика винного туризму представлена у (табл.1.2).

Статистика винного туризму у 2021 році

Країна	Кількість винних туристів (млн./рік)	Виторг галузі (млрд. \$)	Центри розвитку винного туризму
Франція	10	5,2	Бордо, Бургундія, Шампань, Прованс
Італія	5	2,5	Тоскана, Венето, Ломбардія
Німеччина	7,3	5	Мозель, Рейнгау, Штутгарт, Рейнгау
США	15	15	Каліфорнія
Австралія	1	5,1	Південна Австралія, Вікторія
Аргентина	1,5	1,4	Провінція Мендсона
Нова Зеландія	0,22	0,75	Нельсон, Марлборо
Канада	3,7	1,4	Провінція Онтарі

*сформовано автором

Сполучені Штати, які з'явилися пізніше за Європу у виноробстві, але стали першопрохідниками у винному туризмі, тому є найбільшим ринком у цьому секторі. Вони змогли ширше позиціонувати себе у дорогому американцям «гастротуризмі».

Взагалі кажучи, винний туризм у Новому Світі – це зрілий ринок, який здебільшого рухається внутрішнім ринком. Набагато відкритий для іноземних туристів (42% іноземного винного туризму у Франції), європейський винний туризм стає більш структурованим. Він, як і раніше, має великий потенціал для розвитку.

На рисунку 1.4 представлено глобальне дослідження розвитку винного туризму.



Рис. 1.4. Глобальне дослідження розвитку винного туризму

Серед багатьох країн, які пропонують винні тури, особливо затребувані є країни Старого Світу, зокрема Франція та Італія, які славляться своєю розвиненою винною культурою. Тут виноградарство є невід'ємною частиною місцевого населення, а виноградники є джерелом гордості для туристів. Франція, яка є лідером у виноробстві, також займає провідну позицію у розвитку винного туризму. Особливо популярними є регіони Шампань, Ельзас та Прованс, які славляться своїми органічними виноробними фермами.

«Європейський виноробний регіон відомий довгою історією виноробства та багатством винних сортів, які вирощуються на його території.

У 2021 році Італія була провідним європейським виробником вина з виробництвом приблизно 49,8 млн. гектолітрів, за нею йде Франція з 45, 6 млн. гектолітрів. Разом з Іспанією на ці три країни припадає більша частина вина, виробленого в Європі» [15, с. 47]. Кожна з цих країн має свої унікальні виноробні традиції та технології виробництва вина, які передаються з покоління в покоління і допомагають зберігати вишуканий смак та аромат європейських вин. Відомість європейських вин зумовлена не лише унікальністю сортів винограду, але й високою якістю та певними стандартами виробництва вина. Європейські вина мають свої найменування за походженням, які гарантують, що вино було вироблене в конкретному регіоні та відповідає стандартам якості.

«Дані Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization) свідчать про те, що до 2022 року тематичні тури стануть одним з найбільш популярних видів міжнародного туризму, серед яких можна виділити винні тури» [11]. Виноробний туризм поєднує в собі програму, що дозволяє досліджувати вирощування і збір винограду, його переробку, дегустацію вин та відвідування визначних пам'яток даного регіону. Цей вид спеціалізованого тематичного туризму можна розглядати як нове явище, яке поєднує в собі розважальний та зелений туризм.

«Згідно з даним Міжнародної організації виноградарства та виноробства, виробництво вина зменшилось на 3% у порівнянні з попереднім роком, проте

споживання вина по всьому світу продовжує зростати» [17]. Лідерами за кількістю споживання вина є США, які зберігають цю позицію з 2014 року, а також країни Європи, зокрема Італія, Іспанія та Німеччина. Водночас споживання вина у Франції зменшилось, а Великобританія повернулась до рівня 2018 року. У Китаї та Австралії спостерігалось збільшення споживання вина, тоді як у Новій Зеландії спостерігалось його невелике зменшення. У Південній Африці і Південній Америці також були відмічені зміни в споживанні вина. У більшості країн споживання вина зростає, але в окремих країнах спостерігається зниження.

У 2021 році виробництво вина в країнах Євросоюзу зменшилось на 14.6% порівняно з 2020 роком. Це сталося через складні погодні умови в основних країнах-виробниках вина в Європі, таких як Італія, Франція, Іспанія та Німеччина, де виробництво вина зменшилось від 15% до 20%. У США виробництво вина зменшилось на високому рівні, близько 23,3 млн. гектолітрів. У Південній Америці ситуація з виробництвом вина була різною: в Аргентині виробництво вина збільшилось, але не до рівня початку декади; в Бразилії повернулись до нормальних показників; в Чилі обсяг виробництва знову знизився; в Австралії обсяг виробництва вина продовжує збільшуватись й повертатись до рівня 2005 року. На загальноосвітньому рівні, виробництво вина в 2021 році склало 250 млн. гектолітрів, що є низьким показником за всю історію, знизившись на 23,6 млн. гектолітрів порівняно з 2020 роком.

Італія є одним з провідних країн у виробництві та споживанні вина в світі, а також має довгу традицію виноробства та винного гастрономічного туризму. Розвиток винного туризму в Італії зумовлений її багатою культурною спадщиною, включаючи вина, кухню та історію. Туристи з усього світу їдуть в Італію, щоб побачити її прекрасні виноградники та відвідати винні келії, де можна спробувати найкращі сорти вина.

Однією з головних особливостей винного туризму в Італії є регіональність. Кожен регіон має свої власні традиції та сорти вина., що робить подорожі по Італії дуже різноманітними та цікавими. Наприклад, в Тоскані виноробство

зосереджене на сортах вина Санджовезе, Брунелло та Верментіно, а в П'ємонті вирощують вина винограду Небіоло та Барбера.

Ще однією особливістю винного туризму в Італії є те, що багато винних господарств пропонують не тільки дегустацію вина, але і екскурсії по виноградникам та келіях, кулінарні майстер-класи, де можна навчитись готувати страви, які відмінно підходять до вина, та багато іншого.

«У більшості країн де виробляють вино, існують спеціальні маршрути, які проходять від виноградника через виноробну фабрику, склади та кінцеві точки продажу» [20, с. 221]. «Але зараз ці старовинні будівлі та підземелля використовують як винні магазини склади, погребі та дегустаційні зали, які приваблюють туристів своєю таємничістю та додають відомим брендам більше привабливості та популярності. Це можна розглядати як піарний продукт для туристичної та винної індустрії» [21, с. 30]. Найбільш відомі винні події 2021 року зображення у (табл. 1.3).

Таблиця 1.3.

Найбільш відомі винні події 2021 року

Назва	Місце проведення	Дата проведення	Короткий опис
Вініталій	Італія, Верона	20-23 червня 2021	Найбільший винний ярмарок у Європі
Дегустація торгівлі США	Нью-Йорк	25-26 травня 2021	Найбільший форум для фахівців з виноградарства, виробництва та торгівлі вина.
ЕхроVinis	Бразилія, Сан-Паул	08-11 червня 2021	Найбільший винний показ Південної Америки
Виставка вин	Гуанжоу Шеньчжень	03-05 червня 2021 28-30 жовтня 2021	Найстаріша та найбільша професійна виставка алкогольних напоїв, зокрема вин
Шоу хорошої їжі та вина	Сідней Перт Брісбен	25-27 червня 2021 30 липня - 1 серпня 2021 22-24 жовтня 2021	Споживча виставка яка є найбільшою в Австралії
Вино східної Африки	Кенія, Найробі	20-22 квітня 2021	Найбільша торгова виставка вина в Африці

*сформовано автором

Отже, винний туризм зародився та розвинувся найбільше в Європі через те, що саме вона є найбільшим світовим виробником та експортером вина, а також провідним регіоном за кількістю туристів. Відвідування виноробних підприємств є важливою статтею доходу для бюджету країн, таких як Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Португалія, Греція, Австрія та Угорщина. Україна також має розвинутий виноградарсько-виноробний комплекс та виробляє різноманітну виноробну продукцію але через економічні та політичні проблеми виноробна продукція України просувається на європейський та світовий ринок дуже повільно.

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

2.1 Загальна характеристика винної індустрії в Україні

У зв'язку з глобальними кліматичними змінами традиційні виноробні країни почали страждати від небезпечних погодних умов, що негативно впливає на вирощування винограду та виробництво вина. Україна ж, навпаки, зазнала певних переваг у виноробній галузі, оскільки сьогодні виноградники вдалося поширити не лише в південних регіонах країни, таких як Одеська, Миколаївська та Херсонська області, а й на півночі, зокрема у Чернігівській, Львівській, Київській та Тернопільській областях. Крім того, було успішно запроваджено експериментальні плантації винограду, що дає надію на подальший розвиток виноробної галузі в Україні.

Підприємства та структури, що займаються виробництвом та продажем алкогольної продукції, є головними драйверами розвитку винного туризму в Україні. Зараз вони складають близько 20% роздрібного продовольчого товарообігу країни, що є значним внеском у економіку. З огляду на смакові та цінові характеристики виноробної продукції, вона має потенційну конкурентоспроможність, яку підтверджують економічні можливості на європейських та інших ринках продовольства, що розробляються українськими виробниками.

Українські виробники вина досягли настільки високого рівня, що тепер вони можуть гідно конкурувати з провідними виробниками вина в Європі та інших країн світу, і успішно беруть участь у різних міжнародних конкурсах. Це призвело до швидкого зростання авторитету українського вина не тільки в Україні, але й далеко за її межами. Завдяки успішній маркетинговій стратегії виробників вина та ефективній роботі фахівця з туристичної індустрії, в Україні з'явилося безліч виноробень різних масштабів які гарантують яскраві та

позитивні емоції. Представлено найбільш популярні виробні господарства в Україні (Додаток А).

Українське вино має великий потенціал для розвитку туризму в Україні. Завдяки зусиллям українських сомельє та Асоціації сомельє України, які популяризують місцеві сорти вина та підтримують політику споживання українського вина, відвідувачі можуть насолоджуватись цими винами у багатьох ресторанах у всій країні. Україна дійсно має потенціал бути одним з найпродуктивніших виробних регіонів у Європі. Кліматичні умови дійсно дуже сприятливі для виноградарства, і це є однією з головних переваг українських виноробів.

Наявність великої кількості виноградних макрозон та мікрозон у різних областях України свідчить про потенціал країни у виробництві вин великої кількості та різноманітності. Крім того, зазначення місця походження вин є дуже важливим фактором для споживачів, які можуть знайти багато ексклюзивних торгових марок з різних регіонів України на ринку. Макрозони та мікрозони розташовані поруч один з одним, і це може сприяти ефективному виробництву та збуту вин у майбутньому. Закарпатська область, яка розташувалась окремо від інших регіонів, також має свій потенціал у виробництві вин унікальним смаком та ароматом, що відрізняє їх від інших вин. На рисунку 2.1 можна розглянути розподіл виробництва виноробної продукції за регіонами України. Цей розподіл відображає різноманітність та потенціал країни у виробництві вина. Ці регіони мають відмінні кліматичні умови, ґрунт та інші природні особливості, що створюють сприятливі умови вирощування різних сортів винограду. Це дозволяє виноробам експериментувати з різними сортами та створювати вина різної якості та характеру.

Зазначення місця походження вин також має велике значення для споживачів. Вони можуть знайти багато ексклюзивних торгових марок з різних регіонів України на ринку. Це створює можливості для розвитку брендів та

популяризації окремих винних регіонів країни. Статистика розподілу виробництва виноробної продукції в Україні представлена на (рис.2.1).

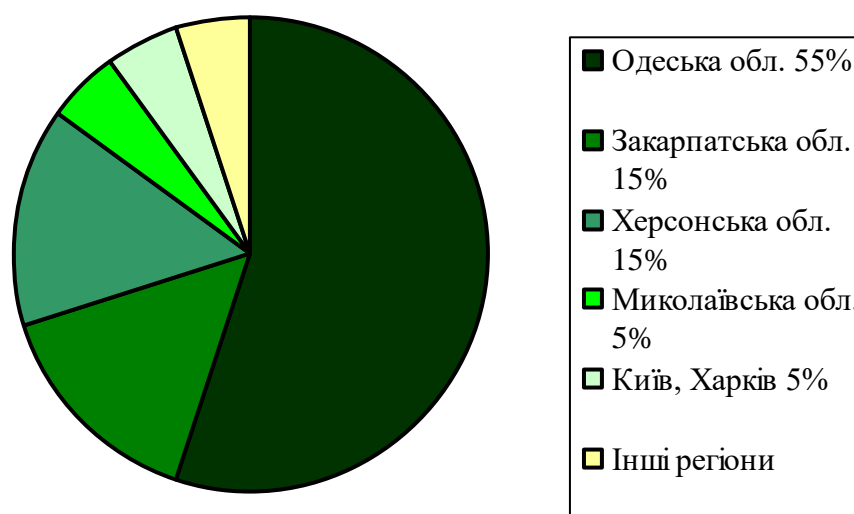


Рис. 2.1. Розподіл виробництва виноробної продукції за регіонами України [3]

Україна має кілька регіонів, які є ідеальними для вирощування винограду та виробництва вина. Одеська, Закарпатська, Херсонська та Миколаївська області є найбільш продуктивними в цій сфері, які забезпечують більшість виробленого вина в країні. Тому саме в цих регіонах можна розвивати енотуризм, оскільки вони мають необхідну туристичну інфраструктуру, розвинений виноробний комплекс та власні марки та бренди вина. Розвиток енотуризму у цих регіонах може стати важливим фактором для збільшення туристичного потенціалу країни та приваблення іноземних туристів.

За даними асоціації «Виноградари і винороби України», у Одеській області вирощують приблизно половину українського винограду, і на цей регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найвідоміші виноробні підприємства Півдня України – «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод». Більшість продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких – ТВО «Промислово-торгівельна компанія» Шабо. Кожен місяць Шабо випускає близько 1 мільйона пляшок вина та 1,6 млн. пляшок коньяку.

Підприємство працює переважно на власній сировині, а коли не вистачає, закупає виноград від місцевих фермерів.

Херсонщина – це одна з найбільш благодатних і своєрідних виноробних областей України. Природні умови тут дуже сприятливі для вирощування винограду, а специфічні ґрунтово - кліматичні умови місцевості дають змогу виробляти різноманітні види вина – від тонких, ніжних та свіжих столових вин до екстрактивних десертних вин. Найбільшим виробником вина на Херсонщині є АТ «Князь Трубецької», яке спеціалізується на виробництві марочних сухих таврійських вин.

Одним з потужних виноробних підприємств України є завод «Коблево», який знаходиться у Миколаївській області. Завод був збудований у 1982 році та має понад 2500 гектарів виноградних плантацій. Крім того, у Миколаївській області випускається вина відомого бренду АТ «Радсад», які є популярними як в Україні, так і за кордоном.

Серед виноробних підприємств південної України особливо відомі такі компанії, як «Шабо», «Одесавинпром», Одеський коньячний завод «Шустов», «Бейкуш», «Коблево», «Вина князя Трубецького», сімейна виноробня «Курінь». Вони виробляють високоякісне вино та коньяк, які відомі не лише в Україні, але і за межами. Ці компанії використовують у своїх виробництвах сучасні технології та дотримуються високих стандартів якості, що дозволяє їм конкурувати на міжнародному ринку вин та алкогольних напоїв.

«Деякі з найбільших виробників виноробної продукції в Україні знаходяться в різних регіонах. Наприклад, «Шабо» - це виробник з Одеської області, агрофірма радгосп «Білозерський» – Херсонської області, Одесавинпром – торгова марка «Французький бульвар», а Французькі виноградні технології – це інша компанія, яка займається виноробством. Крім того, є такі приклади, як «Артвайнері», який є найбільшим виробником ігристих вин у Східній Європі і використовує традиції французького регіону Шампань, виробляючи своє вино на глибині 72 м під землею в старих гіпсових шахтах XVIII століття» [1].

Україна є відомою своїми виноробними господарствами, зокрема в Причорноморському регіоні країни. У цій області діє шість виноробень, які були дослідженні за різними критеріями.

Найбільшою виноробнею за площею виноградників є ПАТ «Коблево», яка має площу в 2450 гектарів. Проте, це підприємство немає найбільшого доходу. Натомість, серед виноробень з меншою площею виноградників, найбільшими є ПрАТ «Одесавинпром» та ТОВ «Шабо», які мають більш ніж у два рази меншу площу виноградників, але випускають мільйони пляшок вина на рік та мають найбільший чистий дохід від реалізації.

Не можна втрачати факт, що виноробня Бейкуш немає ліцензії на виробництво та продаж вина, що фактично є незаконним. Керівництво виноробні пояснює відсутність ліцензії тим, що вони зараз намагаються зібрати необхідні документи для отримання ліцензії. Однак, список документів зростає з кожним днем.

Отже, Закарпаття є регіоном зі стійкими традиціями виноробства та виноградарства, де відсутні великі підприємства, що відрізняє його південних регіонів. Більшість виробничих потужностей знаходиться в радгоспах та приватних садибах, де виробляють від 1 тис. До 25-30 тис. літрів вина на рік. Площі, задіяні під виноградні плантації, варіюються від 0,2 до 7 га. Серед відомих виноробних господарств можна виділити орендне підприємство «Ужгородський коньячний завод», АПТП «Бобовище», та ДП АПФ «Леанка»

2.2 Аналіз та потенціал регіональних аспектів винного туризму

Україна активно сприяє розвитку винно-культурних маршрутів, які мають потенціал привернути більше іноземних туристів. З метою популяризації культури виноробства, щороку проводяться заходи, наприклад, Wine Fest, який залучає провідних європейських та українських фахівців виноробної галузі. На цих заходах обговорюються різні теми, такі як, «Шляхи розвитку авторського

виноробства в Україні», «Нові технології у виробництві сухих вин» та інші, які викликають особливий інтерес серед учасників.

В Україні винні фестивалі є важливою складовою винного туризму, і їх відвідування може бути самодостатньою метою відпочинку. Найбільш відомі винні фестивалі в Україні представлені у таблиці 2.4

Таблиця 2.4.

Найпопулярніші винні фестивалі в Україні

Назва винного фестивалю	Час	Місце проведення	Концепція фестивалю
Фестиваль «Червене вино»	Січень	м. Мукачево	У фестивалі беруть участь як приватні винороби, так і знані фірми, що презентують вина під власними торговельними марками. На заході пропонується вино біле, червоне, рожеве; гаряче та холодне; з корицею та медом; з пляшки, діжки, термоса.
Фестиваль «Біле вино»	Березень	м.Берегове	Даний фестиваль є особливим, оскільки проходить на території виробного регіону, де зосереджена традиційна культура виноградарства та виноробства Закарпаття.
Фестиваль «Сонячний напій»	Травень	м. Ужгород	Традиційне свято, на яке в Ужгороді з'їжджаються пасічники та винороби, щоб в дружній атмосфері представити одне одному, а також гостям свою продукцію.
Фестиваль «Закарпатське Божоле»	Листопад-грудень	м. Ужгород	Наймолодший винний фестиваль Закарпаття, на ньому свою продукцію представили найкращі приватні винороби регіону, які завірили: вино у час проведення фестивалю унікальне – воно по-особливому ніжне, м'яке і має насичений неповторний аромат.
Гастрономічний фестиваль “Kyiv Food and Wine Festival”	Вересень	м. Київ	Фестиваль вина, який представляє принципово нове українське виноробство, популяризує найкращі українські вина, створює винну культуру в Україні.

*розроблено автором

Крім того, проект «Винний Гід України» допомагає популяризувати українське виробництво та ознайомити жителів країни з місцевими винами. Міжнародний проект «Odessa Wine Week» також спрямований на розвиток винного туризму в Україні та просування брендів «Українська кухня» та «Українське вино». Заходи, які проводяться в рамках цього проекту, дозволяють виробникам вина, експертам та представникам галузі обговорити

перспективи та проблеми розвитку еногастрономічного туризму в Україні та залучити увагу світового винного співтовариства до українського вина.

Кілька разів на рік у нашій країні проводяться конференції для учасників алкогольного ринку, зокрема для виробників виноробної та лікєро-горілочної продукції.

Для винного туризму також важливо проводити SWOT-аналіз для того, щоб зрозуміти конкурентну обстановку на ринку, оцінити потенційні загрози і визначити стратегічні напрямки розвитку.

SWOT-аналіз винного туризму допомагає ідентифікувати переваги, недоліки, можливості та загрози, що впливають на цю галузь туризму, і може використовуватися для розробки стратегій розвитку та планування майбутніх заходів. Цей аналіз дозволяє дізнатись ключові фактори, які вплинуть на успішність винного туризму, а також визначити потенційні можливості та ризики, з якими ця галузь може зіткнутись. Swot аналіз представлено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

SWOT аналіз винного туризму»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Унікальність винної культури: Винний туризм надає можливість відвідати регіони з виноробними традиціями та унікальними сортами вина, що привертає увагу туристів. Гастрономічний аспект: Винний туризм сприяє розвитку гастрономічної індустрії, оскільки винні регіони часто пропонують поєднання вина з місцевою кухнею, що залучає любителів гастрономії. Розвинена інфраструктура: Деякі регіони з виноробними традиціями мають добре розвинену інфраструктуру для туризму, таку як винні маршрути, готелі, ресторани та екскурсійні програми.	Сезонність: Винний туризм може бути сезонним, залежно від погодних умов та циклу виноградарства, що може обмежувати його потенційну привабливість та дохідність. Обмежена доступність: Деякі винні регіони можуть бути віддаленими або важкодоступними для туристів, що може становити перешкоду для їх відвідування. Високі витрати: Деякі винні туристичні пропозиції можуть бути дорогими для багатьох туристів, оскільки вони включають дегустацію вин та проживання в престижних місцях.

Можливості	Загрози
<p>Розвиток нових ринків: Винний туризм може залучати туристів з інших країн.</p> <p>Партнерство з гастрономічними закладами: Винні регіони можуть співпрацювати з ресторанами та іншими гастрономічними закладами, щоб пропонувати інтегровані туристичні пакети, які поєднують вишукану кухню зі смаком місцевих вин.</p> <p>Розширення інфраструктури: Винні регіони можуть інвестувати в розвиток інфраструктури для залучення туристів, таку як винні маршрути, центри дегустації та культурно-історичні об'єкти.</p>	<p>Конкуренція: Винні регіони стикаються з конкуренцією з боку інших виробників вина та туристичних пропозицій, що може вплинути на їхню привабливість для туристів.</p> <p>Зміни в кліматичних умовах: Зміни в кліматичних умовах можуть негативно вплинути на виноградарство та якість вина, що може вплинути на привабливість винного туризму.</p>

*сформовано автором

Підсумовуючи SWOT-аналіз винного туризму, можна зазначити, що винний туризм має потенціал для успішного розвитку та привабливості для туристів. Унікальність винної культури, гастрономічний аспект та розвинена інфраструктура є сильними сторонами цієї галузі. Однак, слабкі сторони, такі як сезонність, обмежена доступність та високі витрати, можуть становити виклики для винного туризму.

За допомогою розширення ринків, партнерств з гастрономічними закладами та розвитку інфраструктури, винний туризм може скористатися можливостями для залучення нових туристів та покращення своєї конкурентоспроможності. Однак, необхідно бути свідомими про загрози конкуренції та можливі зміни в кліматичних умовах, які можуть вплинути на цю галузь.

2.3 Організація і особливості проведення винних турів на території України

Перші винні маршрути в Україні були розроблені і запропоновані виноробними підприємствами південних регіонів країни, такими як Всеукраїнська асоціація виноробів і сомельє, школа сомельє ТОВ «Майстер-

клас» та Інститут туризму ФПУ. В результаті таких колаборацій винні тури були розроблені і представлені у 2007 році, включаючи винні тури на винзаводі «Шабо», Одеському заводі шампанських вин, Одеському кон'ячному заводі ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих» та ТМ «Колоніст».

Пізніше, у співпраці з відомим виноробом О.Ковачем та кількома місцевими ентузіастами, був розроблений винний маршрут Закарпаття, який об'єднав 12 винних підвалів та дегустаційних залів кращих виноробів для популяризації закарпатських вин. У 2020 з'явився еногастрономічний маршрут «Дорога вина та смаку Української Бессарабії», який включає унікальні виноробні, крафтові сироварні, равликову еко - ферму та еко - садиби на Одещині, а також винну складову, що представлена сімейною виноробнею «Колоніст», Центром культури та вина «Shabo» та винним підвалом «Vinaria».

Недавно в Україні в сфері еногастрономічного туризму відбулася важлива подія, пов'язана з ініціативою, яка виникла на основі Проекту ЄС "Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні". Громадські спілки «Дороги вина та смаку Української Бессарабії» та «Дороги смаку Прикарпаття» спільно заснували громадську спілку «Національна еногастрономічна туристична мережа Дороги вина та смаку України».

Громадська спілка Національна еногастрономічна туристична мережа «Дороги вина та смаку України» є об'єднанням широкого спектру зацікавлених сторін, включаючи представників туристичної, агро - виробничої та інших пов'язаних з туризмом секторів, наукових і освітніх організацій, органів державної влади та місцевого самоврядування, профільних громадських організацій, експертів з туризму, агровиробництва, харчових технологій, географії, маркетингу, регіонального розвитку, лідерів думок та інших зацікавлених сторін. Ця спілка має спільну мету розвивати еногастрономічний туризм в Україні шляхом створення системи організованих гастрономічних маршрутів на локальному, регіональному та національному рівнях.

Наразі створення «Доріг смаку та вина» знаходиться на різних стадіях в кожній області України. В деяких областях ці маршрути вже розроблені та

активно функціонують, зокрема в Закарпатській, Івано-Франківській, Херсонській та інших областях.

У інших областях процес створення «Доріг смаку та вина» може бути на етапі планування, розробки концепції або залучення зацікавлених сторін для спільної реалізації проекту. Кожна область має свої особливості та потенціал для розвитку еногастрономічного туризму, і процес створення «Доріг смаку та вина» може зайняти різний час у різних регіонах.

Важливим аспектом є співпраця між органами державної влади, громадськими організаціями, виробниками, туристичними операторами та іншими зацікавленими сторонами для успішного розвитку «Доріг смаку та вина» в усіх областях України. У таблиці 2.6. ви можете побачити етапи підготовки маршрутів.

Таблиця 2.6

Характер підготовки маршрутів Дорога смаку та вина в областях України

Регіон	Маршрут	Стадія розвитку
Одеська область	«Дорога вина та смаку Української Бессарабії»	Розроблено маршрут, встановлено вказівники, сформовано карту, створено громадську спілку, проведено інформаційні тури
Волинська область	Відсутній	Проведено поодинокі обговорення можливості створення маршруту
Закарпатська область	«Дорога вина та смаку Закарпаття»	Розроблено маршрут, встановлено вказівники, сформовано карту, створено громадську спілку, проведено інформаційні тури
Київська область	«Дорога вина та смаку Київщини»	Розроблено 5 маршрутів, ведуться перемовини щодо створення громадської спілки
Харківська область	«Дорога смаку та вина Слобожанщини»	Харківська область працює на формуванням «Дорога вина та смаку Слобожанщини»
Львівська область	«Дорога смаку Львівщини»	Проведено поодинокі обговорення можливості створення маршруту
Чернігівська область	«Дорога смаку та вина Чернігівщини»	Є наміри приєднатись до реалізації проекту «Дорога смаку та вина»
Полтавська область	«Дорога смаку та вина»	У регіоні розглядають можливості про створення цього маршруту

*сформовано автором

Можна зробити підсумок, що найкраще розвивається маршрут «Дорога смаку та вина», у Одеській та Закарпатській областях які представлені (рис 2.2).



Рис. 2.2. Приклади представлення карти Дорога вина та смаку в окремих регіонах України

У найближчому майбутньому на території України буде створений новий маршрут еногастрономічного туризму. В перше відбудуться Vinnitsia Wine Days, заходи, які спрямовані на професіоналів та шанувальників вина. Головна мета цієї події - підтримка розвитку виноробства та еногастрономічного туризму в Подільському регіоні.

Програма Vinnitsia Wine Days включає більше десяти різноманітних заходів, спрямованих на виноградарів, виноробів з України та інших країн, представників готельно – ресторанного бізнесу та туристичної галузі. Крім того, подія приверне увагу сомельє, медіа, студентів та викладачів, місцевих мешканців, зацікавлених у винній культурі, а також туристів з сусідніх областей. Подія Vinnitsia Wine Days є значущою для України, оскільки сприяє подальшому розвитку винного туризму на нашій території.

Під час аналізу винних турів провідних туристичних операторів України встановлено, що такі тури зазвичай тривають від 2 до 3 днів або від 4 до 5 днів. Вони можуть бути розділені на три групи: економ-тури, які включають дегустацію вин, відвідування винних заводів та фестивалів; тематичні тури, що передбачають відвідування відомих виноробних підприємств певного регіону

та дегустацію вин; професійні тури, які адресуються туристам, чії професійні інтереси безпосередньо пов'язані з вином та гастрономією або просто вимогливими клієнтами.

Маршрути «Київ-Одеса» та «Київ-Закарпаття» є основними напрямками винних турів, але зазвичай програми та маршрути таких турів розробляються індивідуально, враховуючи побажання та потреби клієнтів. Клієнти мають можливість вибрати туристичний маршрут та програму, які найбільше відповідають їхнім потребам та інтересам.

Організація винних турів на території України потребує певних зусиль та вмінь. Основною метою винного туру є знайомство з процесом виробництва вина, його історією та культурою вживання. Крім того, винний тур може включати в себе відвідування виноробних господарств, дегустацію вин та страв, які чудово поєднуються з вином, а також ознайомлення зі знаменитостями та історичними пам'ятками регіону.

Особливість проведення винних турів на території України полягає в тому, що тут можна побачити не тільки сучасне виробництво вина, а й традиційний підхід до процесу виробництва, який відображає багату історію виноробства в Україні. Крім того, Україна відома своїми унікальними сортами винограду, які не зустрінеш ніде в інших країнах світу.

Важливим елементом організації винного туру є вибір місця проживання та транспортування між виноробними господарствами. У цьому плані краще обрати зручне розташування та забезпечити комфортний перевізник, щоб подорож була максимально приємною для туристів

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

3.1. Розвиток крафтових медово-винних локацій у Волинській області.

Крафтове виробництво вина – це можливість створювати вино в обмежених кількостях з використанням локальної сировини і ручної праці. Цей підхід відкриває перспективи для розвитку маленьких підприємств у будь-якому регіоні нашої країни, де можна використовувати місцеві ресурси для виробництва крафтового вина.

Крафтові продукти отримали більше уваги зараз, ніж будь-які інші, включаючи екологічні. Однією з основних характеристик такого підходу є його авторський, творчий та унікальний характер.

Впровадження концепції "Крафт-продукту" в Україні вимагає визначення певних умов і вимог. Перш за все, необхідно чітко визначити поняття "крафт-продукт" і звернути увагу на принципи, за якими визначається крафтова продукція. Також важливо встановити якісні показники сировини і готової продукції, яка виготовляється з неї.

Згідно з інформацією, що була схвалена Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, можна зробити висновок, що крафтовий виробник є харчовим оператором ринку, який виготовляє харчові продукти виключно за власною унікальною рецептурою та/або технологією. Обсяг виробництва не перевищує 1000 кг або літрів на тиждень в середньому протягом року. Крафтовий виробник має не більше 5 співробітників і використовує не більше 20 тварин у процесі виробництва.

Крафтові виробники використовують наступні принципи для визначення свого виробництва, щоб відрізнити його від стандартного, ці принципи ви можете побачити на рисунку 3.1.

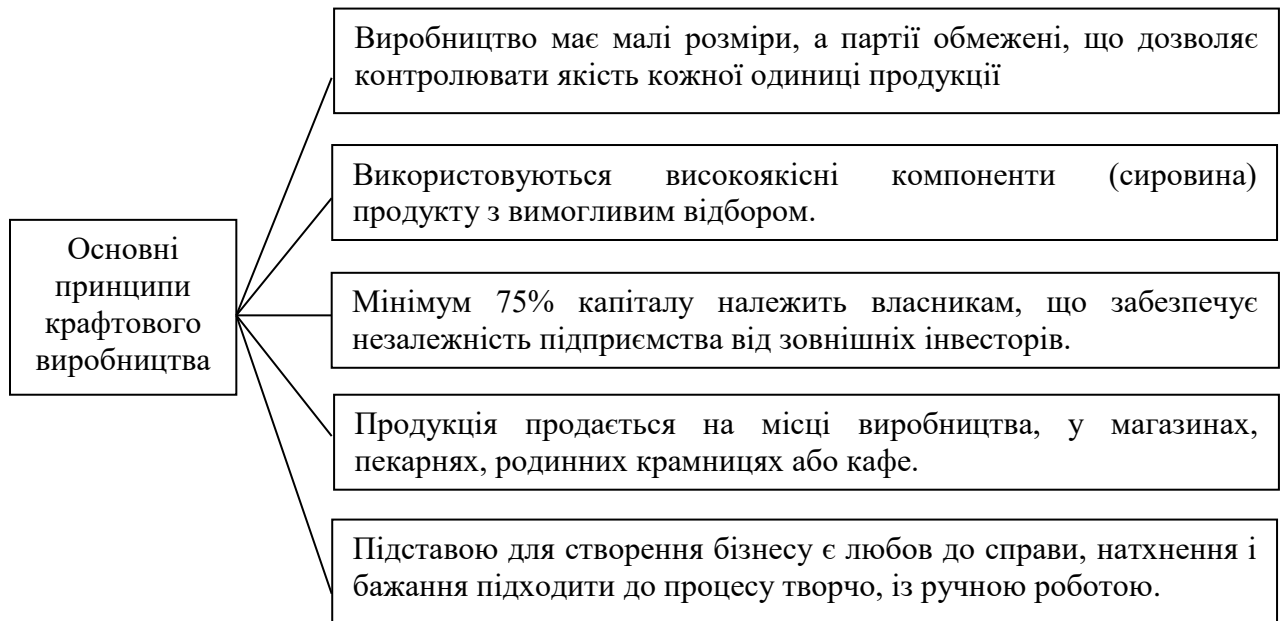


Рис. 3.1 Основні принципи крафтового виробництва

*сформовано автором

Розглянемо кроки потрібно зробити для легалізації крафтових медово-винних локацій у Волинській області:

1. Закласти сад або укласти договір оренди виноградника і зареєструвати цю ділянку.
2. Придбати необхідне обладнання та побудувати або облаштувати приміщення для переробки та зберігання вина. Здійснити декларацію цих приміщень в місцевій Держпродспоживслужбі.
3. Оплатити внесок у розмірі до місцевого бюджету.
4. Оформити фермерське господарство та обрати систему оподаткування на єдиному податку.
5. Подати необхідні документи в Державну фіскальну службу України.

Таким чином, виконавши ці п'ять кроків, можна легалізувати виробництво крафтового вина і діяти відповідно до вимог та стандартів, що регулюють цю галузь.

На Волині можна розглянути можливість створення асоціації крафтових медово-винних локацій, що сприятиме розвитку цього регіону винного туризму. Асоціація може об'єднати медові та виноробні підприємства, що виробляють унікальні та високоякісні медові та винні продукти, а також

туристичні заклади, які пропонують відвідувачам гастрономічні тури та дегустаційні програми.

Для створення пізнаваності і привабливого образу асоціації крафтових медово-винних локацій, одним з ключових елементів є належно розроблений логотип. Логотип виступає як символ, який втілює унікальність, цінності та характер цієї асоціації. Він відображає поєднання майстерності у виготовленні меду та вина, надаючи відчуття ексклюзивності та якості продукції. Логотип є не лише важливим елементом бренду, але й засобом уваги для потенційних клієнтів.



Рис. 3.2. Логотип Асоціації крафтових медово-винних локацій Волинської області

Створення такої асоціації має декілька переваг. По-перше, об'єднання медових та винних виробників дозволить спільно просувати продукти та послуги, залучати більше туристів і збільшувати свою конкурентоспроможність на ринку. Крім того, асоціація може створити спільні маршрути та програми, що включатимуть відвідування медових та винних об'єктів, дегустації та освітні заходи, що сприятимуть популяризації культури меду та вина на Волині.

Однак, перед створенням асоціації необхідно провести детальний аналіз ринку, визначити потенційних членів асоціації, встановити стандарти якості та

взаємодії між учасниками. Крім того, необхідно врахувати потенційні виклики, такі як регулятивні обмеження, конкуренція та нестача фінансових ресурсів.

Розглянемо Волинську область, як область крафтового вина та область крафтового меду.

Волинська область може стати областю крафтового вина з власною унікальною специфікою і потенціалом. З урахуванням її кліматичних умов і ґрунтового складу, тут можуть бути вирощені різноманітні сорти винограду, малини, лохини та полуниці, що створює основу для створення якісних крафтових вин.

Розвиток крафтової виноробної галузі в області передбачає залучення талановитих виноробів, використання виноградарських традицій та інноваційних методів виробництва. Важливо встановити сприятливі умови для малих виноробень, забезпечити їм необхідну підтримку та стимулювати їх творчий підхід до виноробництва.

Крім того, просування волинського крафтового вина на ринку вимагатиме маркетингових зусиль, зокрема, розробки ефективних маркетингових стратегій, підкреслення унікальності місцевого вина та сприяння його визнанню як вишуканого продукту.

Важливо також залучати туристів та гостей області до виноробництва, організувати винні маршрути, дегустації та інші події, що сприяють популяризації крафтового вина Волинської області.

Всі ці заходи спрямовані на розвиток крафтової виноробної галузі в Волинській області та підвищення її привабливості як виноробної локації.

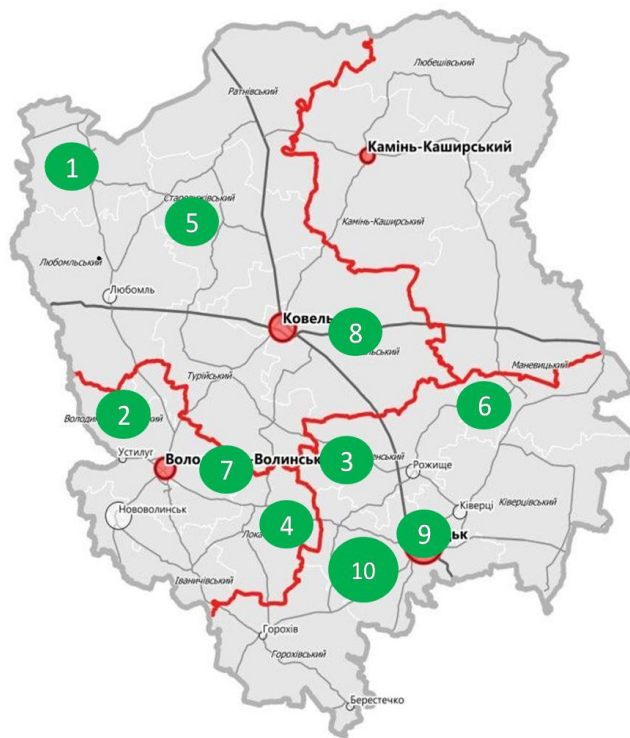
Волинська область відома своїми плантаціями ягід, такими як малина, смородина, лохина та полуниця. Ці плантації мають великий потенціал для розвитку крафтового виноробства та сприяння розвитку самої області. З використанням цих ягід можна виготовляти не тільки свіжі фруктові соки та десерти, але і виноградне вино на основі ягід, так зване "ягідне вино" або «фруктове вино». Крафтове виробництво такого вина може стати однією з

альтернативних галузей для розвитку господарської діяльності та туризму на Волині.

Розширення вирощування ягідних культур і використання їх для виробництва вина може сприяти створенню нових робочих місць, розвитку малих підприємств та приверненню уваги туристів. Туристи можуть бути зацікавлені відвідати ягідні плантації, дізнатися про процес вирощування та збирання ягід, а також взяти участь у дегустаціях та придбати продукцію на місці.

Волинська область також має сприятливі умови для вирощування медоносних рослин та виробництва крафтового меду. Тут можна знайти різноманітні ліси, луки та поля, що створюють природні умови для розвитку багатого бджільництва. Волинський мед відомий своїм унікальним смаком та лікувальними властивостями. Виробники крафтового меду можуть пропонувати різноманітні сорти меду, виготовлені з використанням традиційних методів та натуральних інгредієнтів. Крафтовий мед можна використовувати як гастрономічний продукт, а також для медичних та косметичних цілей.

Крім того, на Волині діє "Братство бджолярів Землі Волинської" - об'єднання бджолярів, які працюють на території області. Це спілка фахівців, які спільно працюють над розвитком та підтримкою бджільництва на Волині. Братство бджолярів сприяє обміну досвідом, організації навчальних семінарів та конференцій, підтримці новачків у галузі та підвищенню якості та стандартів меду, що виробляється в області. Ця організація допомагає підтримувати високу якість та добробут пасіки та бджолиних сімей на Волині, а також сприяє просуванню та популяризації волинського меду як унікального продукту. Об'єднання крафтового вина та братства бджолярів може створити сильну спільну платформу для просування та розвитку крафтових медових та винних продуктів на Волині, що сприятиме залученню туристів та підвищенню інтересу до цього регіону



1. Плянтації лохини (територія колишнього Володимир-Волинський район)
2. Плянтації малини, полуниці та ожини (с. Стенжаричі Володимир-Волинський район)
3. Плянтація полуниці (с. Хорохорин, Луцький район)
4. Плянтації смородини (між села Привітне та Марковичі, Володимир-Волинський район)
5. Плянтація винограду (с. Буцин, Ковельський район)
6. Пасіка (с. Островки, Маневицький район)
7. Пасіка (с. Губин Володимир – Волинський район)
8. Пасіка (с. Битень Ковельській район)
9. Центр традиційної культури «Медова хата» (м. Луцьк)
10. Музей бджільництва (с. Баїв, Луцький район)

Рис. 3.4. Карта перспективних крафтових медово-винних локацій на Волині

Так, на основі розглянутої інформації можна зробити висновок, що створення асоціації крафтових медово-винних локацій на Волині є чудовою ідеєю для популяризації області. Об'єднання крафтового вина та крафтового меду створить синергетичний ефект, поєднуючи унікальність та якість обох продуктів. Це сприятиме привабливості Волинської області для туристів, які зацікавлені відвідати медово-винні локації, дегустувати вишукані вина та мед, а також ознайомитись з багатою культурою та природними красотами регіону. Асоціація також може сприяти спільним маркетинговим та просувним заходам, що допоможе залучити увагу широкої аудиторії.

3.2. Маркетингові засоби просування асоціації медово-крафтових локацій

Для ефективного просування асоціації медово-винних крафтових локацій потрібно створити привабливий бренд, який здатний залучити увагу

і залишити незабутнє враження на свою цільову аудиторію. Використання маркетингових засобів та стратегій є важливим етапом у досягненні цієї мети. Із зростанням інтересу до натуральних та ручної роботи продуктів, медово-винні локації мають унікальну можливість привернути увагу шанувальників натуральних смаків та вишуканої продукції. Запровадження незабутнього бренду, використання цікавих маркетингових стратегій та залучення цільової аудиторії можуть стати ключовими факторами успіху у просуванні асоціації на ринку.

Давайте для початку розглянемо, що таке маркетингові засоби просування асоціації. У сучасному бізнес-середовищі маркетингові засоби стали невід'ємною складовою успішного просування будь-якої організації, в тому числі й асоціації медово-винних крафтових локацій.

Маркетингові засоби просування охоплюють широкий спектр стратегій та інструментів, що допомагають привернути увагу цільової аудиторії, створити бажання та зацікавленість у продукції асоціації та підвищити її пізнаваність. Вони можуть включати такі елементи, як рекламу, публічні виступи, онлайн - промоції, соціальні медіа, спонсорство подій, залучення впливових осіб та багато інших.

Маркетингові засоби просування асоціації медово-винних крафтових локацій допоможуть створити унікальний образ, розповісти історію про продукцію, надати конкурентну перевагу та підвищити свідомість про неї серед цільової аудиторії. Ефективне використання маркетингових засобів може допомогти привернути нових клієнтів, збільшити обсяги продажів та підвищити репутацію асоціації на ринку.

Для ефективного просування асоціації крафтових медово-винних локацій можна використовувати наступні кроки які зображені на рисунку 3.5.

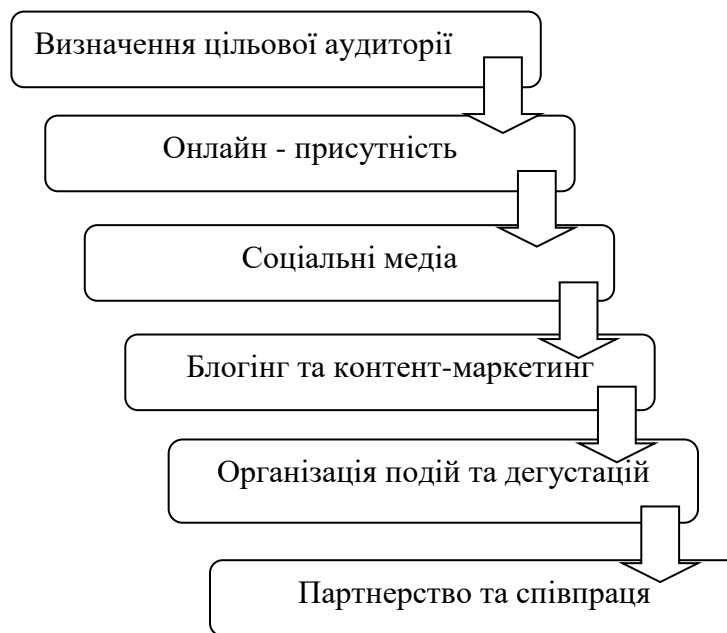


Рис. 3.5. Просування асоціації крафтових медово-винних локацій
*сформовано автором

Розглянемо більш детально ці приклади:

- Цільова аудиторія треба – визначити свою цільову аудиторію – любителів меду та вина, гурманів, людей, які цікавляться ручною роботою та місцевою продукцією. Спрямувати свої зусилля на привертання уваги саме цільової аудиторії.

- Онлайн-присутність Створити професійний веб-сайт, де можна презентувати свою асоціацію, продукцію та послуги. Забезпечити наявність інформації про команду, процес виробництва, рецепти та історії успіху. Також потрібно розглянути можливість продажу продукції через Інтернет.

- Соціальні медіа Активно використовувати соціальні медіа для просування асоціації. Створення цікавого контенту, такий як фотографії і відео процесу виробництва, рецепти, поради щодо споживання меду та вина.

- Блогінг та контент-маркетинг створення цікавого контенту у вигляді блогів, статей на теми, пов'язані з медом, вином, гастрономією та ручною роботою. Публікувати цей контент на своєму веб-сайті, соціальних медіа та

інших платформах. Ділитись своїми експериментами знаннями та цікавими історіями, що допоможуть підвищити авторитетність.

- Організація подій та дегустацій Проведення дегустацій меду та вина, майстер-класи, винні тури або інші заходи, що спрямовані на популяризацію продукції. Залучення експертів і запрошення різних гостей, що допоможуть привернути увагу медіа та підвищити пізнаваність асоціації крафтових медово-винних локацій.

- Партнерства та співпраця Розглянути можливість співпраці з місцевими ресторанами, готелями, дегустаційними залами або іншими гастрономічними закладами. Поставляти їм свою продукцію або спільно організовувати заходи. Це дозволить отримати більшу видимість та залучити нову аудиторію.

Незалежно від обраної стратегії, важливо вирішити, які унікальні характеристики та цінності асоціації потрібно підкреслити, щоб привернути увагу великої кількості аудиторії та виділитись серед конкуренції.

Найкращі способи просування асоціації крафтових медово-винних локацій в Інтернеті зображені на рисунку 3.6.



Рис. 3.6. Способи просування асоціації крафтових медово-винних локацій в Інтернеті

*сформовано автором

1. Інтернет маркетинг асоціації крафтових медово-винних напоїв можна розпочати з розробки якісного та ефективного веб-сайту, на якому буде

розміщена інформація про неї. Наступним кроком є розміщення інформації на зовнішніх сайтах і тематичних ресурсах. Важливо мати якісно розроблений і ефективно працюючий веб-сайт, який буде стимулювати користувачів Інтернету до онлайн-бронювання.

2. Другим кроком є активне просування асоціації через соціальні мережі. Загалом у світі є близько 400 мільйонів користувачів соціальних мереж.

3. Контекстна реклама включає в себе процес, при якому рекламодавець купує певні ключові слова у пошуковій системі. Наприклад, для туристичних локацій медово-винної асоціації, що знаходяться у Волинській області, можуть бути куплені такі слова чи фрази як: «відомі медово-винні локації Волині», «медово-винні тури». Коли користувач здійснює пошук, який містить одне з ключових слів, він, крім звичайних посилань на веб-сторінки, також може побачити рекламу, пов'язану з цими туристичними DESTINATIONAMI.

4. Участь у банерній рекламі, що використовується як ефективний метод просування, полягає в тому, щоб розміщувати банерну рекламу на веб-сторінках інших сайтів.

5. E-mail-маркетинг, широко використовується в туристичній індустрії як засіб комунікації та реклами. Він може базуватись на масових розсилках через спеціалізовані організації. E-mail-розсилки недорогі і дозволяють оперативно інформувати потенційних клієнтів про новини, маршрути, зміни цін тощо. Використання ілюстрацій та посилань на портал допомагає зробити їх більш привабливими та інформативними.

Інтернет – технології є особливо ефективними в рамках маркетингу асоціації крафтових медово-винних локацій, оскільки вони дозволяють швидко зв'язатись з компаніями, інвесторами та туристами

Маркетингові засоби грають важливу роль у просуванні асоціації крафтових медово-винних локацій. Важливо використовувати ці маркетингові засоби для передачі унікальності та цінності, підкреслюючи їх культурну спадщину, якість продуктів і вишукану атмосферу, та залучити більше туристів.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження варто зробити такі висновки:

1. Визначено, що сучасний винний туризм надає різноманітні можливості для відвідувачів насолодитись винним світом, включаючи відвідування виноградників, дегустацію місцевих вин, ознайомлення з технологією виробництва алкогольних напоїв, відвідування дегустаційних залів та підвалів, ознайомлення з історією виноробства, участь у винних фестивалях та спеціалізованих заходах.

2. Досліджено, що виноробна продукція України має конкурентоспроможність як з точки зору смакових якостей, так і цінових параметрів. Це підтверджується наявністю економічних можливостей на ринках продовольства в Європі та інших країнах. Винні тури в регіонах Закарпаття, Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, які відомі своєю виноробною традицією, стають все популярнішими. Для сприяння збуту продукції, виробники, такі як ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський вин завод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винзавод «Інкерманський», «Коктебель» та інші, створили виставкові та дегустаційні зали.

3. Обґрунтовано, що винний туризм зародився і розвинувся найбільш інтенсивно в Європі, оскільки цей континент є найбільшим виробником і експортером вин і є популярним регіоном для туристів. Туризм і виробництво вин становлять значну частку доходу в бюджетах таких країн, як Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Португалія, Греція, Австрія та Угорщина. Україна також є європейською країною з розвинутим виноградарсько-виноробним комплексом, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. Проте, українські вина виступають на світовому ринку повільними темпами через об'єктивні економічні і політичні причини.

4. Досліджено, що успішний розвиток винного туризму в Україні залежить від ефективної діяльності підприємств виноградарського комплексу. Ці підприємства мають значну частку в роздрібному продовольчому ринку країни

- близько 20%, що є важливим показником для національної економіки. Винний туризм в Україні базується на використанні природних, соціально-економічних умов і етнічних особливостей різних регіонів країни, де знаходяться виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на виробництві вина.

5. Проаналізовано, що Україна має декілька регіонів, які ідеально підходять для винного туризму завдяки сприятливим географічним, екологічним, кліматичним, культурним і політичним умовам. Одеська, Закарпатська, Херсонська, Миколаївська області є провідними виробниками вина в Україні. Ці регіони мають потенціал стати центрами винного туризму, оскільки вони мають необхідну туристичну інфраструктуру та розвинений виноробний комплекс з власними марками і брендами.

6. Виявлено, що в Україні винний туризм ще не є поширеним, це можна пояснити кількома факторами. Недостатня кількість виноробних підприємств, які були б відкриті для туристів, відсутність необхідної інфраструктури та недостатня державна підтримка та законодавство гальмують розвиток винного туризму в Україні.

7. Обґрунтовано, що локальний кластер винного туризму є добровільним об'єднанням виноробних підприємств, туристичного бізнесу та гостинності з метою забезпечення конкурентоспроможності. Він сприяє формуванню ефективних зв'язків, розширенню каналу збуту і привабливості на світовому ринку. У Одеському регіоні може бути створений успішний кластер винного туризму, що займатиме важливе місце на винній туристичній карті Європи.

ДЖЕРЕЛА

1. Басюк Д. І. Винний туризм як інноваційний напрямок туристичного ринку. 2020. С. 68-71.
2. Баглей Д. В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях 2014. № 10. С. 3–15.
3. Ільчук М. М. Розвиток виробництва винограду в Україні. Економіка 2019. С. 18-21.
4. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Всеукр. наук.-практ, 2017. С. 26–34.
5. Винний туризм. URL: <https://travelyourway.com.ua/ua/planirovanie-samostoyatelnyh-puteshestvij/poleznye-melochi-v-poezdke/vinnyj-turizm/>
6. Москаленко Д. М., Сильчук Т. А., Зуйко В. І. Розширення інноваційних послуг у сфері туризму. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 5–2. С. 34–38.
7. Офіційна статистика Всесвітньої туристичної організації. URL: www.unwto.org
8. Авласенко О. А. Сучасні тенденції розвитку виробництва в Україні 2018. С. 29-36.
9. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України 2013. № 22. С. 45-52.
10. Дмитрук М. І. Формування пропозиції на ринку винограду сільськогосподарськими підприємствами України. Економіка 2018. С. 28–31.
11. Россоха В. В., Петриченко О. А. Потенціал ринку вина в Україні. Економіка АПК. 2020. С. 17-29.
12. Офіційний сайт World Tourism Organization (дата звернення 18.03.2023).
13. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Наук.вісн. ОНЕУ. 2013. № 1. С. 29–41.


14. Цимбалюк К. А. Виноградарсько-виноробна галузь – стан та проблемні питання розвитку України. Інтелект 2018. С. 145-150.
15. Матвеев В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Х. : ХДУ, 2015. № 10, Ч. 4. С. 29–31
16. Божук Т.І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області) / Т.І. Божук, Л.А. Прокопчук // Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку. Матеріали 6 Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луганськ, 28-29 квітня 2011 р.). Т.2. Луганськ, 2011. Вип.6. С.171-177
17. Патійчук В.О., Оболончик А.В. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/29/1242/>.
18. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України.
19. Офіційний сайт Всесвітньої організації туризму «UNWTO» URL: <https://www.unwto.org/>
20. Офіційний сайт Всесвітньої організації виноградарства та вина «OIV» URL: <https://www.oiv.int/>
21. Заячковська Г. А. Основні засади сталого розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс] / Г. А. Заячковська // Качество экономического развития: глобальные и локальные аспекты : науч.-практ. конф., 2018. – Режим доступа : <http://www.confcontact.com/20110629/1-zayacj.p>
22. Винний гід України 2019. Довідник. – Харків; ТОВ «Видавництво Віват», 2019. С. - 192 .

ДОДАТКИ

Додаток А

Найбільші та найвідоміші виноробні в Україні

Назви винного господарства	Територіальне розміщення	Коротка інформація винного господарства	Логотип
Виноробне господарство князя Трубецького	Херсонська обл. Бериславський район с. Веселе,	Виноробне господарство князя Трубецького є пишним скарбом Херсонської області та гордістю України. Це місце, де можна познайомитись з історією виноробства, насолодитись красою природи та спробувати незабутні вина, які залишаються в пам'яті надовго	<p>Виноробне господарство Князя ПАТрубецького</p> 
Сімейна виноробня «Колоніст»	Одеська обл. Болградський район с. Криничне	Сімейна виноробня «Колоніст», заснована у 2005 році на півдні Одеської області в селі Криничне Болградського району, пропонує своїм відвідувачам преміум-класні сухі, напівсухі та солодкі вина, що виготовляються виключно з місцевого винограду.	
Центр культури вина «Шабо»	Одеська обл. с. Шабо	Центр культури вина Шабо, заснований на винзаводі «Шабо», пропонує відвідувачам демонстрацію технологій виробництва вина, історію виробництва і виноградарства, та показ старовинних винних підвалів.	<p>SINCE 1822 SHABO</p>
Виноробний комплекс «Чизай»	Закарпатська обл. м. Берегове	Виноробний комплекс «Чизай» розташований в місті Берегове та має власні виноградники площею 272 га, дегустаційну залу та Музей виноградарства і виноробства	
Виноробня «Cotnar»	Берегівський район, с. Мужієво	Славиться найбільшим в Україні виробничими приміщеннями з новітнім технологічним обладнанням та значними площами виноградників, на яких вирощують більшість з відомих європейських сортів винограду.	
Винзавод «Коблево»	Миколаївська обл.	В зоні між Чорним морем та заповідним Тилігульським лиманом, є унікальні виноградники, що належать виноробні KOBLEVO. Тут, завдяки особливим ґрунтово-кліматичним умовам, вирощуються найкращі європейські сорти винограду.	

<p>Виноробня крафтового вина «Biologist»</p>	<p>Київська обл. с. Лісники</p>	<p>У селі Лісники під Києвом знаходиться крафтова виноробня, яка працює в напрямку створення натурального вина шляхом мінімального втручання в природні процеси. Винороби відмовилися від використання штучних хімікатів, таких як гербіциди та пестициди, замінивши їх засобами рослинного і мінерального походження, для підвищення імунітету лози та ґрунту.</p>	
--	-------------------------------------	---	---