

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2022 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
на тему:

Винний туризм Молдови :досвід для України

Виконавець: здобувач вищої освіти 401 групи **Філіпчук Ірина Олегівна**

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

Нормоконтролер: _____
(підпис)

Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)

КИЇВ – 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

Спеціальність: 242 «Туризм»

ОПП «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2022р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Філіпчук Ірини Олегівни
(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Винний туризм Молдови: досвід для України», затверджена наказом ректора № 2532 /ст від «16» листопада 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «17» січня 2021 р. по «28» червня 2022 р..

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

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Наукові основи дослідження винного туризму.

РОЗДІЛ 2. Дослідження винного туризму Молдови.

РОЗДІЛ 3. Досвід Молдови для розвитку українського винного туризму.

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

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

Рис 1.1. Різновиди винного туризму; Рис 1.2. Складові винного туру; Рис 1.3 Основні особливості енотуризму; Таблиця 1.1 Найпопулярніші винні події 2021 року; Таблиця 2.1 Найпопулярніші винні підприємства Молдови; Рис 3.1 Основні проблеми енотуризму в Україні.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Узгодження плану роботи	22.11 - 23.11 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	01.12 - 03.12 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ розвитку винного туризму у світі. Написати перший розділ.	04.12 - 28.12 2021 р.	Виконано
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку винного туризму Молдови та його досвід для України. Написати другий розділ роботи.	10.01 - 22.01 2022 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку винного туризму України. Написати третій розділ роботи та висновки	23.01 - 08.02. 2022 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	09.02 - 12.02 2022 р.	Виконано
7.	Подання електронних версій роботи на нормоконтроль та антиплагіатну перевірку.	13.02 - 15.02 2022 р.	Виконано
8.	Доопрацювання роботи за результатами передзахисту.	16.02 - 18.02 2022 р.	Виконано
9.	Подання завершеної роботи на кафедру.	20.02.2022 р.	Виконано
10.	Захист дипломної роботи.	25. 02. 2022 р.	Виконано

7. Дата видачі завдання: «22» листопада 2021 р.

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

Завдання прийняв до виконання _____ Філіпчук І.О.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Винний туризм Молдови :досвід для України»: 47 сторінок пояснювальної записки та 7 сторінки додатків, 4 рисунків, 2 таблиць, 49 використане джерело.

Мета роботи полягає у дослідженні винного туризму в Молдові та аналізу його досвіду для України.

Об'єкт даного дослідження: винний туризм.

Предмет дослідження – особливості, сучасний стан та перспективи винного туризму в Молдові та Україні.

Методи дослідження – визначення сучасного стану, проблем і перспектив винного туризму Молдови та використання досвіду для України.

Інформаційна база дослідження. У роботі використані наукові дослідження з винного туризму, законодавчо-нормативні джерела, дані Державної служби статистики України, Інтернет-джерела, науково-практична література з основних проблем роботи.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців, при викладанні курсів «Винний туризм». Отримані результати можуть бути корисними для роботи винних підприємств та туристичних компаній України, а також при складанні стратегії розвитку туризму в Україні.

Структурно робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

ВИННИЙ ТУРИЗМ, ЕНОТУРИЗМ, РОЗВИТОК,
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ, ІННОВАЦІЇ.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ .8	
1.1. Поняття та класифікація винного туризму	8
1.2. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності.....	13
1.3 Світовий досвід організації винних турів	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ МОЛДОВИ	23
2.1. Сучасне виноробство Молдови та потенціал для розвитку винного туризму	23
2.2 Організація і особливості проведення винних турів	27
2.3. Винні фестивалі та свята Молдови.....	29
РОЗДІЛ 3. ДОСВІД МОЛДОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ВИННОГО ТУРИЗМУ	32
3.1 Проблеми та перспективи винного туризму в Україні	32
3.2 Пропозиції розвитку винного туризму в Україні	35
3.3 Розробка нового винного туру	38
ВИСНОВКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	49

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасні тренди розвитку туризму характеризуються новими інноваційними туристичними напрямками, які відповідають та задовольняють інтереси та потреби сучасних туристів. Все більшу популярність здобувають тематичні види туризму, серед яких виділяється винний туризм. Розвиток туризму в Україні, зростання конкуренції на глобальному туристичному ринку та необхідність активізації регіональних та локальних туристичних напрямків визначає перспективність гастрономічного та винного туризму як інноваційного виду туристичної діяльності, на основі якого формуються повноцінні туристичні продукти, що забезпечують стале економічне зростання, повну продуктивну зайнятість, активне збереження унікальної місцевої та національної нематеріальної культурної спадщини.

Актуальність наукових досліджень винного туризму визначається проблемою зосередження рекреаційних, туристичних, природно-антропогенних та культурно-історичних ресурси, навколо яких формуються підприємства виноробного комплексу, які повинні мати достатній рівень розвитку туристичної та транспортної інфраструктури та забезпечувати формування конкурентоспроможного туристичного продукту винний туризм.

Об'єкт дослідження: винний туризм.

Предмет дослідження – особливості, сучасний стан та перспективи винного туризму в Молдові та Україні.

Мета роботи – особливості, сучасний стан та перспективи винного туризму в Молдові та Україні.

На основі мети сформовано такі **завдання:**

- вивчити та узагальнити теоретичні аспекти розвитку винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності;
- визначити передумови розвитку енотуризму у світі;
- розглянути сучасний стан винного туризму Молдови;

- виявити проблеми та перспективи розвитку енотуризму України та знайти шляхи для їх вирішення;
- розробити інноваційний новий тур, що об'єднує 2 країни та винний туризм як головна мета для туристів.

Інформаційна база. Для написання дипломної роботи було проаналізовано праці таких вчених, як: праці Д.І. Басюк, І.І. Васьковська, О.А. Коваль, М.Ю. Меліхова, В.М. Угринюк, Н.І. Чаграк, Г.В. Гритчук, Х.В. Бригідир, І.М. Бабич, І.В. Добоній, Л.М. Медвідьбуло для визначення поняття «енотуризм». Проблеми розвитку винного туризму в Молдові досліджували М. Г. Руднева, В. І. Ємцев, Д. І. Басюк.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали дипломної роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців, при викладанні курсів «Винний туризм». Отримані результати можуть бути корисними для роботи туристичних компанії, що займаються розробкою винних турів.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та класифікація винного туризму

Туристичний сектор зазнав радикальних трансформацій, які також вплинули на смаки та вибір попиту туристів. Сьогодні туризм все більше характеризується: повернутися до природи, пошук автентичності у подорожах, екологічно чистий вибір, традиції та духовність та дестандартизація.

Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичної індустрії є винний туризм — тематичний вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією виробництва та культурою споживання вин у певному регіоні та їх дегустацією безпосередньо. Винний туризм не є пасивною формою туризму; це дуже активний вид діяльності, який вимагає активної участі. Він охоплює купівлю та споживання різних сортів вина, довгі прогулянки по виноградниках, активна участь у збиранні винограду, сортуванні винограду, огляд переробки та виготовлення вина на виноробнях [23].

Винний туризм є важливим елементом двох галузей – гастрономічної та туристичної. Виноробна галузь як сегмент харчової промисловості та туризм як галузь індустрії послуг знаходяться у різних сферах економічної діяльності, вони відрізняються за технологією, організацією та управлінськими механізмами економічної діяльності, галузевим нормативним регулюванням тощо. Виноробство значною мірою залежить від сировинної бази. А для туристичної індустрії вино є суттєвим фактором привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг. Для виноробних підприємств винний туризм є одним зі способів привернути увагу до свого бренду та завоювати довготривалу прихильність споживача, який познайомився із запропонованим келихом вина, а також збільшити обсяги продажу у дегустаційних залах та винних підвалах.

Відзначимо, що в українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму, вживаються терміни «винний туризм», «виноробний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «еногастрономічний туризм» та «енотуризм».

Часто зустрічаються терміни «пивні тури», «віскітури». Окремі фахівці розглядають винний туризм як вид хоббі-туризму (Т.І. Божук, Л.А. Прокопчук), тематичного гастрономічного туризму (С.В. Іванов, В.О. Патійчук)[35].

Винний туризм ще називають енотуризм, він є нішевим сегментом, де мандрівники і поціновувачі вина відвідують конкретні місця, відомі своїм виробництвом вина. Туристи не тільки беруть участь у дегустації винного продукту, але й цікавляться його виробництвом — від збирання винограду, бродіння, дистиляції до логістики пакування. Програма винного туру може включати в себе різні елементи. Найчастіше до неї входить пізнавальна екскурсія та відвідування винограднику, похід на виноробний концерн, а також участь у тематичних культурні події, наприклад, у святі виноробства.

Зазвичай винний тур триває не більше, ніж тиждень, але зустрічаються поїздки, складають усього лише два-три дні. Вони можуть бути приурочені до винного торжества. Також туристичні агентства пропонують замовлення індивідуального винного туру, метою якого є професійне ознайомлення.

Винний туризм передбачає досить широким спектр видів туристичної діяльності(див рис 1.1)



Рис 1.1. Різновиди винного туризму.

Джерело: [7]

Енотуризм має певне культурне значення. З точки зору туриста такий вид подорожей дає йому змогу пізнати традиції виноробства та історію народу, що можуть сягати корінням в античні часи. Стосуються вони не тільки способів обробки винограду чи виробництва вина, а й різних звичаїв, пов'язаних зі збором винограду, його переробкою на сік і т. д. Своєю чергою, з погляду регіонів і місцевостей, в яких вирощується виноград, інтерес туристів до вина і виноробства дає змогу зберегти ці звичаї. Не слід забувати, що з вирощуванням винограду пов'язаний характерний тип «культурного пейзажу», на який накладаються не тільки виноробство, а й певний тип міської забудови, планування споруд та будівель. Тим самим можна сказати, що винний туризм сприяє підтримці та зміцненню культурного пейзажу.

Вино і подорожі завжди були тісно пов'язані, адже пригощання гостей національними напоями є проявом гостинності практично у всьому світі.

Фахівців-виноробів і організаторів туристського бізнесу об'єднує бачення, що вино – це мистецтво, яке по праву можна вважати культурною спадщиною та необхідно зберігати для наступних поколінь. На жаль, на сьогодні винні тури недостатньо широко представлені на українському туристському ринку, і далеко не всі туристські компанії чи туроператори можуть надати даний турпродукт на території України[48].

Одним із найважливіших елементом об'єкта винного туризму є місця, що становлять інтерес для туристів об'єднуються у супраструктуру винного туризму – частину економічної системи регіону, що забезпечує виробництво якісного та конкурентоспроможного туристичного продукту і включає: виноградарські та виноробні підприємства, спеціалізовані торгівельні установи, державні та відомчі енотеки, дегустаційні зали та підвали, наукові центри енології, сенсорного аналізу та еногастрономії, центри культури вина, винні виставки та музеї, винні аукціони, спеціалізовані винні магазини, спа-центри, готелі, санаторії тощо. Специфіка цих об'єктів – походження (штучне чи природне), концентрація, асортимент послуг визначає специфіку і тип DESTINATION. Розвиток території як туристичної DESTINATION має позитивні наслідки [44].

Оскільки винний туризм починається з виноградників, необхідною умовою є певні кліматичні умови, зокрема: багато сонця, теплий клімат, якість ґрунту та інші фактори, що впливають на температуру, вологість, солоність ґрунту та повітря. Смак та вміст соку у винограді є життєво важливими факторами, що закладають основу смаку та якості виробленого вина, а це залежить від характеру ґрунту виноградного саду.

У залежності від побажань подорожуючих, можлива організація наступних поїздок:

- Індивідуальний тур. Організація туристичною компанією (зазвичай найдорожчий варіант), або самим туристом (є ризик отримати не те, що очікуєш). Ці види винних турів підходять для тих, хто не хоче

залежати від інших туристів, а бути вільними у своїх рішеннях і переміщеннях.

- Груповий тур. Також може організувати туристична компанія для певної конкретної групи людей або за продуманим маршрутом для всіх бажаючих.
- Приєднання до групи. Варіант для тих, хто хоче відпочити індивідуально, а частину свого відпочинку поєднати з групою по певному винному маршруту [24].

Будь-яка подорож з метою дегустації вина (винний туризм) складається із стандартного набору туристичних послуг, доповнених гастрономічними складовими(див рис 1.2)

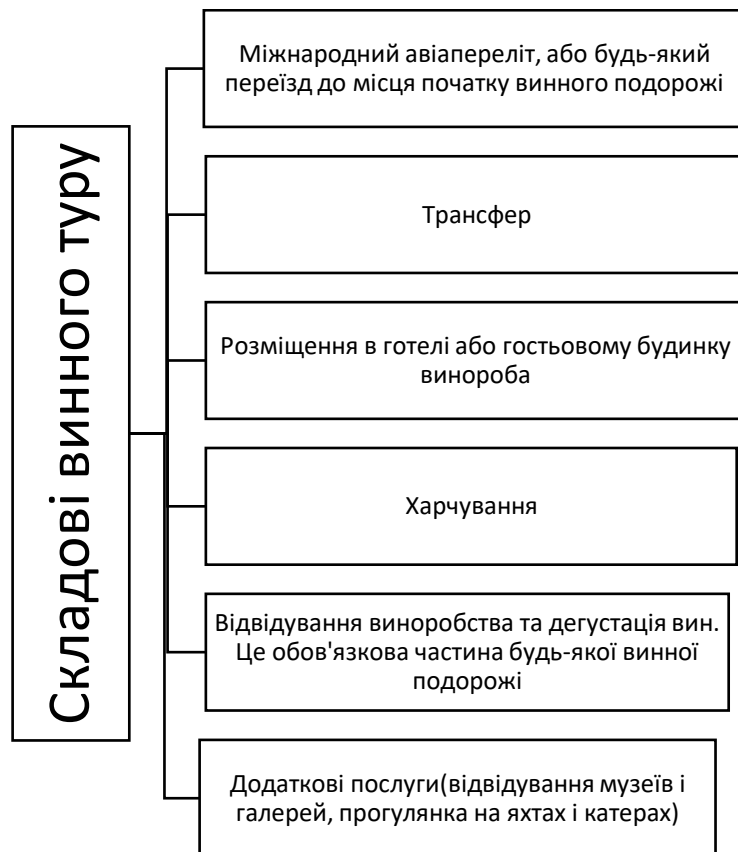


Рис 1.2. Складові винного туру

Джерело: розроблено автором

Отже, винний туризм є інноваційним та досить перспективний видом туристичної діяльності в Україні. Для туристичної індустрії вино є суттєвим

чинником привабливості туру, мотивом для спеціальної подорожі та гарним способом завоювати прихильність подорожуючих та показати багато історію свого народу, крім цього, це прекрасний економічно вигідний спосіб продажу національного винного продукту.

1.2. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності

Оскільки глобальний туризм зростає, а конкуренція між напрямками стає все більш ваговою, унікальна місцевість та регіональна нематеріальна культурна спадщина стає все більш помітним фактором для привертання уваги туристів.

Комітет з туризму та конкурентоспроможності (СТС) UNWTO визначає гастрономічний туризм як вид туристичної діяльності, який характеризується досвідом відвідувачів, пов'язаними з їжею та супутніми продуктами та діяльністю під час подорожі [37]. Поряд із автентичними, традиційними та/або інноваційними кулінарними враженнями, гастрономічний туризм може також включати інші суміжні види діяльності, такі як відвідування місцевих виробників, участь у фестивалях їжі та відвідування кулінарних курсів.

Енотуризм (винний туризм) як підвид гастрономічного туризму відноситься до туризму, метою якого є відвідування виноградників, виноробень, дегустація, споживання та/або покупка вина, часто біля джерела або поблизу нього.

В останнє десятиліття такий туризм став ключовим компонентом гастрономічного туризму та важливим чинником у стратегіях диверсифікації багатьох напрямків. Найпопулярніші напрямки винного туризму 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)[2]. Аналізуючи розвиток винного туризму у всьому світі, можна визначити, що більшість виноробних країн є європейськими, на які

припадає понад 70% світового виробництва[41]. 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. Але цікаво, що саме поняття «винний туризм» з'явилося на початку 90-их років минулого століття, творцями нового туристичного напрямку є не традиційні виноробні країни Європи, а країни так званого Нового світу. Поєднувати виноробство з туризмом здогадалися виробники вина з Австралії та Каліфорнії, але всесвітньо розвинули цю індустрію саме країни Європи.

Сучасна історія винного туризму порівняно недавня. Саме в Парижі в 1976 році вперше з'явилося поняття «енотур», так назвали туристичну поїздку у винний регіон. Також відбулося зростання популярності енотуризму у світі за рахунок випусків фільмів «Набик»(2004) та «Хороший рік»(2006), що популяризували концепцію винних поїздок, з 2006 року енотури почали користуватися популярністю серед подорожуючих. Сьогодні на винний туризм припадає понад 50 мільярдів євро прямих доходів у світовій економіці [10]. В фільмі «Набик» де двоє головних героїв відвідують виноробні в регіоні Санта Барбара в Південній Каліфорнії, цей фільм став найкращою рекламою для розвитку енотуризму[3].

Італія вважається чемпіоном світу за різноманітністю вин. У країні вирощується понад 300 сортів лози. Лідерами є дві області – Тоскана та П'ємонт [1]. Історія і культура цієї стародавньої країни настільки тісно переплелися з традицією виноробства, що вони сприймаються як нерозривне ціле.

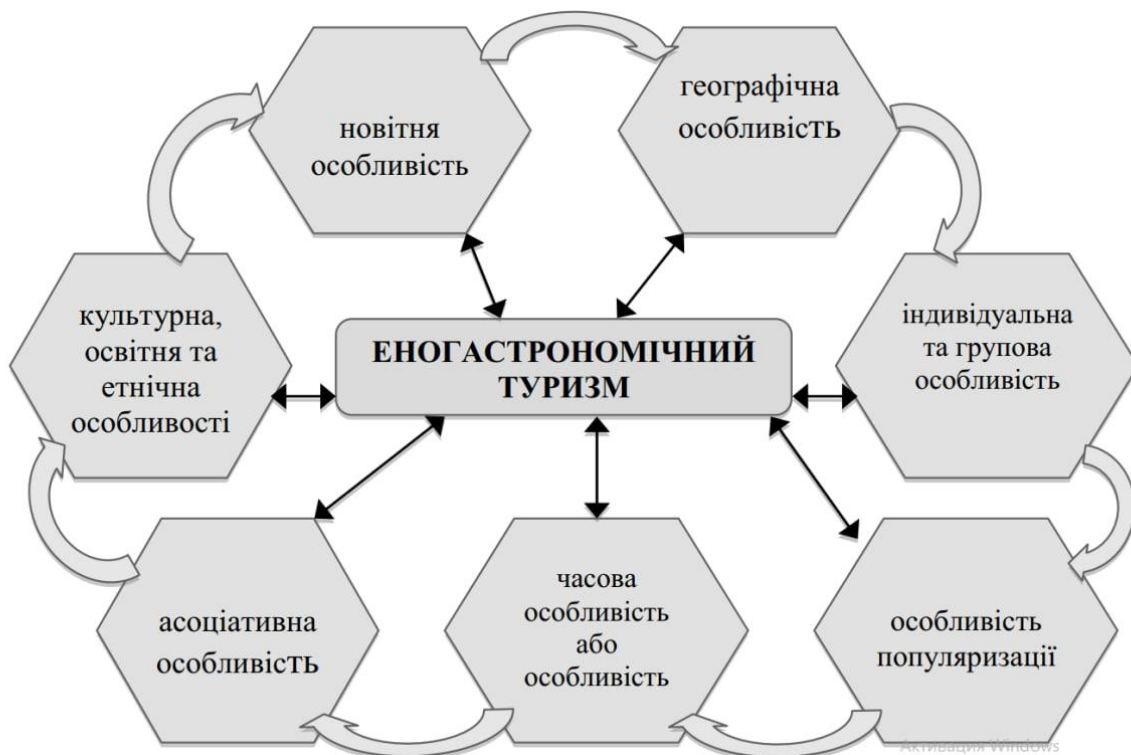


Рис 1.3 Основні особливості енотуризму

Джерело: [33]

Стрімкий розвиток винного туризму суттєво відзначився і на розвитку туризму в цілому. Так, в Італії протягом останніх десяти років кількість туристів подвоїлася, особливо збільшилася кількість відвідувачів еногастрономічних турів. Розвитку винного туризму в даній країні сприяло багато факторів. Зокрема, вина на території Італії мають довгу історію. Сприятливі природні умови Апеннінського півострову ідеально підходили для виноградарства та виноробства ще з найдавніших часів. У стародавніх греків південно-східна частина півострова носила назву енотри (що за деякими припущеннями переводиться як «вино»), що було обумовлене великою кількістю виноградників.

Римська імперія внесла значний вплив на виноробство країни. Римляни удосконалили технологію вирощування лози та розробили нові способи виробництва вина, після чого дана технологія поширилась по всьому Середземномор'ю та інших регіонах Європи, що сприяло розвитку місцевого виноробства. До району північно-західної Італії входить прославлена своїми винами область П'ємонт, а також Лігурія, Ломбардія і Валле-д'Аоста. В цілому, ця частина Італії багата різноманітними винами.

Чудові виноградники на схилах Ланге і Монфератто, навколо Альби та Асті не єдині на північному заході. На них обробляється благородний Неббіоло, особливо добре він росте на схилах в провінціях Новарра і Верчеллі. Там, під назвою «Спанна» він породжує не менше шести вин категорії DOC [35].

Якщо говорити про Україну, то винна культура у нашій країні існувала вже у 4 столітті до нашої ери на південному узбережжі Криму. З цього періоду були знайдені преси та амфори. Історія українського виноробства має глибоке коріння. Її відправною точкою було виробництво вина в Криму, звідки воно поширилося в Україну, Росію та Молдову. Вирощування вина у північній частині країни (навколо Києва та Чернігова) розпочали монахи лише в XI столітті. Цікаво, що 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. За радянських часів Україна була найбільшим постачальником вин в СРСР. Через Чорнобильську катастрофу, яка відбулася в 1986 році: близько половини виноградників було знищено, коли Михайло Горбачов розпочав кампанію проти надмірного споживання алкоголю в СРСР. З 2000 року виробництво вин та його експорт в Україні почав стрімко зростати [4].

У 2013 році була створена Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні, що об'єднувала навчальні заклади, підприємства, організації, що працюють у ресторанній або готельній сфері, виноробній чи харчовій промисловості для того, щоб сприяти взаємодії та розвитку винного

туризму на теренах нашої держави [8]. Це працює за рахуною популяризації автентичних традицій виноробства та кулінарії, створення та промоцій винних туристичних маршрутів, розробкою та популяризацією тематичного туристичного продукту на території України та з іншими країнами.

Розвиткові енотуризму сприяла низка важливих факторів. По-перше, вагомим є культурний аспект розвитку винного туризму: в регіонах виноробства виховання культури споживання стало традицією, тоді як в інших регіонах потребується впровадження цієї системи задля пропаганди культурного споживання вина. Другим аспектом є значущість цієї сфери, тому що винний туризм може бути складовою ділового туризму, якщо це стосується укладання угод з купівлі вина. Праця винороба є ризикованим бізнесом, який залежить від багатьох факторів, саме тому трудомісткість процесу обумовлює специфіку винного туризму. Третім аспектом є презентація кулінарного та виноробного мистецтва певної місцевості, цьому сприяє популярність дегустацій традиційних для певної місцевості продуктів, які вирощені з дотриманням технологій в екологічній місцевості. І останній фактор – це використання вина з лікувальною метою, особливо в поєднанні з комплексом бальнеологічних процедур.

Винний туризм є однією з перспективних галузей туристичного обслуговування в Європі, яка базується на основі винного виробництва та поєднання усіх інших галузей туристичної індустрії. Завдяки розвитку винного туризму з'являються нові туристичні райони та центри, особливо у сільській місцевості, що є поштовхом для їх розвитку. Роль цього виду туризму щорічно зростає, розширюється географія та спектр його послуг. Лідерами з винного туризму в Європі є Франція, Італія, Іспанія, Португалія, Греція та Німеччина, а також нарощують свій туристично-винний потенціал Хорватія, Болгарія, Угорщина, Словенія, Румунія та Україна. Відбувається стандартизація винного туризму в Європі у результаті спільної співпраці між європейськими господарчо-туристичними підрозділами в галузі винного туризму, що потребує подальших наукових досліджень.

1.3. Світовий досвід організації винних турів

Вино завжди було частиною людської культури, пов'язуючи основний сектор економіки з послугами та туризмом. Останнім часом у всьому світі зростає увага, що приділяється виробництву вина та винного туризму. Хоча синергія виробництва вина та туризму успішно розвивалася у зрілих виноробних регіонах Європи (Італія, Іспанія, Франція), варто і досліджувати нетрадиційним виноробним регіонам практики синергетичної економіки в таких країнах, як Сполучені Штати, Нова Зеландія, Австралія, Чилі та Аргентина. Туризм і вино об'єднуються за рахунок спільного розвитку, уваги до навколишнього середовища.

Учасники конференції підкреслили важливість розвитку всього туристичного ланцюга створення вартості, щоб доповнити діяльність на виноробнях як засіб для створення більшої кількості робочих місць і бізнесу, просування місцевих продуктів та покращення досвіду відвідувачів.

Згідно з даними Міжнародної організації виноградарства та виноробства (OIV), за 2020 рік у трійку лідерів експорту увійшли такі країни як Італія, що експортувала майже 21 млн гл цього напою, Іспанія (20,2 млн гл) та Франція з показником у 13,6 млн гл. Перебуваючи серед лідерів експорту, жителі Апеннінського півострова примудряються ще й майже повністю забезпечити вином власні чималі потреби — Італія розташувалася на третьому місці у світі за рівнем споживання вина (24,5 млн гл). Їх змогло обігнати лише багатомільйонне населення США, яке приймає “на душу” майже на 10 млн гл більше, і споконвічні любителі вина — французи (24,7 млн гл) [10].

За оцінками фахівців, на сучасний міжнародний ринок виноробної промисловості припадає 180 млрд дол. США [12]. Він оцінюється як сектор, роль якого зростає у розвитку сільських районів у таких країнах, як Франція, Італія, Іспанія, Греція, Угорщина, Румунія, Молдова, Болгарія та ін. Розвиток винного туризму сприяє загальному розвитку сільських територій, там збільшуються

можливості працевлаштування сільського населення, збільшуються місцеві доходи й відбувається збільшення припливу туристів. Розвиваються такі нові винні туристичні регіони Європи, як Хорватія, Болгарія, Угорщина, Словенія, Молдова та Україна. Про зростаючу популярність винного туризму в Європі свідчить функціонування таких європейських структур із питань винного розвитку й співробітництва, як Асамблея європейських виноробних регіонів (AREV), Конференція Європейських виноробних регіонів (КЄВР) та Європейської Ради винних регіонів (RECEVIN) – мережа виноробних міст і регіонів, головним завданням яких є запровадження стандартів проживання для винних туристів, а також впровадження розвитку винної культури та винного туризму. При останній функціонує мультимедійна мережа «Dionysus», метою якої є популяризація європейських виноробних регіонів.

Всесвітня туристична організація UNWTO та Visit Portugal організували 5-у Глобальну конференцію UNWTO з винного туризму, яка відбулась 8-10 вересня 2021 року в Регенгуш-де-Монсарас (Алентежу), Португалія [11].

Конференція проходила по темі «Винний туризм – стимул для розвитку сільських районів», її головним завданням зосередилася було задіяти винний туризм в соціальну та економічну регіональну інтеграцію та розкрити його великий потенціал для створення можливостей розвитку у віддалених сільських місцевостях, що принесе як економічну вигоду, так і з туристичної сторони. Інновації, партнерство та посилена координація є необхідними для того, щоб зробити винний туризм рушійною силою розвитку сільських районів.

Спираючись на роботу ЮНВТО щодо розвитку туризму, конференція представляла унікальну можливість для експертів з усієї галузі винного туризму працювати разом та знайти конкретні рішення для якісного відновлення та розвитку сільських громад. Винний туризм являє собою чудову можливість для напрямків урізноманітнити та підвищити туристичний ланцюг створення вартості, сприяти розвитку сільських районів та відродження територій, які можуть постраждати від депопуляції. Розвиток винного туризму надалі створює можливості для отримання доходу через його зв'язки з природою, гастрономією

та агротуризмом. Визначивши його конкурентні переваги, все більше і більше напрямків по всьому світу прагнуть підвищити свої позиції у напрямку винного туризму.

Цікаво, що на конференції було обговорено також і наслідки розвитку винного туризму у період Covid-19, тобто за рахунок створення малих груп, зосередження туристичних об'єктів віддалено від індустріальних центрів та розвитком «online-wine industry», це може стати новим поштовхом для зростання розвитку винного туризму як у провідних країнах-лідерів, так і у тих країнах, які бажають розвивати винну індустрію у симбіозі з туризмом.

Також у світі надзвичайно популярними є організація винних фестивалів, що об'єднують велику кількість і місцевих жителів, і туристів. Наприклад, у Бордо виноробної столиці Франції 14 червня 2021 року відбувся фестиваль на честь найзнаменитіших у світі вин, що має назву «Bordeaux fete le vin» [9](Додаток А). Більшість людей слово «Бордо» асоціюють не лише із французьким містом, а й із назвою французьких вин. Основну частину торговельно-виставкових майданчиків присвячують апелласьонам із Бордо та сусідніх французьких регіонів, яких представлено близько 80. Ще одну частину експозиції традиційно займає продукція почесних гостей фестивалю з інших «винних столиць» світу – Порто, Сан-Франциско, Більбао, Квебека, Кейптауна, Гонконгу та Брюсселя. Крім ярмарку з дегустаціями вин та майстер-класами від відомих сомельє, до програми Bordeaux Fête le Vin включено Музичний фестиваль Бордо – зі щоденних концертів біля павільйонів «Винного шляху». Від місця проведення фестивалю стартують спеціальні «винні тури» знаменитими виноградниками Бордо. Увечері о 23:00 на фасад історичного комплексу будівель Біржової площі демонструють проекційне 3D-шоу, після закінчення цього шоу небо над фестивалем осяє вогнями тисяч феєрверків. Ця подія є прекрасною частиною туристичного заробітку Франції та показує масштаби розвитку та лідерства цієї країни.

У США також проводиться масштабна подія – Boston Wine Expo, що проходить щорічно у п'ятизірковому готелі BOSTON HARBOR. Цікавим для

туристів також є найбільший музей вина у світі – музею виноробного господарства Dinastia Vivanco. До послуг відвідувачів сучасні винокурні Рьохі: Династія Віванко (Bodega Dinastia Vivanco - справжня Мекка винного туризму одного з кращих іспанських виробників вина); Маркес де Ріскаль (Marques de Riscal); Фінка Альєнде (Finca Allende); Валенсізо (Compañía Bodeguera de Valenciso); Бодегас Муга (Bodegas Muga)[6].

Ельзас - унікальне місце, історично поєднує в собі елементи французької і німецької культур. Регіон, який прославився своєю «винної» дорогою і найкращими білими винами сортів «Гевюрцтрамінер», «Мускат», «Рислінг» і «Сильванер».

Таблиця 1.1

Найпопулярніші винні події 2021 року

Назва	Країна	Дата	Опис
Вініталій	Верона, Італія	20-23 червня 2021 року	найбільша винна виставка в Європі
Дегустація торгівлі США	Нью-Йорк	25-26. травень 2021 року	найбільше галузеве місце зустрічі професіоналів виноградарства, виробництва та торгівлі
ЕхроVinis	Сан-Паулу, Бразилія	08-11 червня 2021 року	Найбільше винне шоу Південної Америки
	Китай	Гуанчжоу (3-5 червня 2021 р.) Шеньчжень (28-30 жовтня 2021 р.)	Найбільша і найстаріша професійна виставка вин і міцних напоїв у Китаї
Шоу хорошої їжі та вина	Австралія	Сідней (25-27 червня 2021 р.) Перт (30 липня – 1 серпня 2021 р.) Брісбен (22-24 жовтня 2021 р.)	Найбільша в Австралії споживча виставка
Вино Східної Африки	Найробі, Кенія	20 – 22 квітня 2021 року	Найбільша в Африці міжнародна торгова виставка вина
Добірка онлайн-подій			
Онлайн-дегустації вин з Томом Каннаваном	онлайн	Великий тур по Італії (15 і 22 квітня 2021 р.)	Різні онлайн-дегустації

		Бургундський і не тільки (11 і 18 березня 2021 р.)	
WineFuture 2021	онлайн	23-25 лютого 2021 року	Віртуальна конференція глобальної виноробної промисловості
Прямо на симпозіум споживчих вин 2021	онлайн	19-22 січня 2021 року	«DTC Wine Symposium — це щорічний національний саміт виноробної галузі з прямого маркетингу та продажів».
Wine.com пропонує безліч віртуальних дегустацій вина від знаменитостей	онлайн	Будь-коли	Віртуальні дегустації знаменитостей (Бон Джові, Джон Ледженд, Камерон Діаз, Стінг та багато інших)

Джерело: розроблено автором за даними [1]

Україна також слідує світовим тенденціям щодо винного туризму у світі, наприклад зовсім нещодавно восени пройшов еко-фестиваль карпатського сиру та вина. Мета Фестивалю – популяризувати Україну і все українське.

На фестивалі туристи можуть насолодитись винами української Бессарабії, де найбільше в Україні сонячних днів, що вкрай необхідно для якісного визрівання винограду. Не випадково було обрано саме бессарабські українські вина, адже так виготовляли вино з часів греків. Але європейський рівень виноробства в Бессарабію принесли швейцарські колоністи з кантону Во. На заході надавався весь спектр туристичних послуг: від бронювання шале до організації екскурсій. Це принесло Карпатському регіону і фінансові вигоди, і визнання події, як туристичний інноваційний продукт.

Отже, щорічно у світі та Україні проходять багато заходів, пов'язаних з винним туризмом. Деякі із заходів вже стали всесвітньовідомими та привертають увагу все більшої кількості туристів. З кожним роком, інтерес до об'єктів енотуризму стає все більшим, адже відвідування сільських місцевостей та куштування нових якісних вин стає все більш цікавим для відвідувачів.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ МОЛДОВИ

2.1. Сучасне виноробство Молдови та потенціал для розвитку винного туризму

Молдова – держава у Східній Європі без виходу до моря. Це досить невелика країна протяжністю близько 350 км з півночі на південь, де вона межує з українською Бессарабією, і 150 км із заходу на схід. При цьому в Молдові з населенням до 3,5 млн осіб — 132 тис. га виноградників — вважається, що число виноградних лоз на душу населення тут найбільше в світі[14].

Ця країна є виробником вина, 15% активного населення залучені до виробництва та розповсюдження винної продукції. Загальна площа виноградників становить 128 000 га (за розміром виноградників займає 6 місце серед європейських держав), понад 200 зареєстрованих виноробень. Країна, що активно використовує усі можливості природи та активно розвивають сферу винного виробництва. А ще Молдова – це найкращий виробник вин серед країн Східної Європи, нагороджених на міжнародних конкурсах. Так за один лише пандемічний 2020 рік вина Молдови отримали 956 медалей авторитетних міжнародних конкурсів, включаючи Mundusvini, IWC, Mondial de Bruxelles, Berliner Wine Trophy, Decanter World Wine Awards (DWWA), London Wine Challenge. Причому 417 нагород — золоті [20].

Національний офіс винограду та вина (National Office for Vine and Wine, NOVW) є основним органом, який керує молдавським винним сектором. Він був створений за підтримки уряду в 2013 році та організований у рамках державно-приватного партнерства. Його головною метою є – підтримувати зростаючий експорт якісних вин Молдови на ринки світу. У завдання NOVW входить розробка та реалізація державної політики у виноробному секторі, сприяння правовим та нормативним реформам, допомога в отриманні досвіду та технічної підтримки при вирощуванні винограду та вініфікації вина, а також розробка якісних маркетингових стратегій молдовських вин.

У Молдові найвища густина виноградників у світі. Виноградники благородних сортів *Vitis Vinifera* займають загальну площу 81 000 га, з них 60% – білі сорти (особливо Ркацителі, Совіньйон Блан, Шардонне, Аліготе), розташовані переважно у регіоні Кодру, а 40% – червоні. Останні (Каберне Совіньйон, Мерло, Піно Нуар, Сапераві та інші), як правило, вирощуються в південних регіонах [16].

У Республіці Молдова є 4 виноробні регіони. Ці винні регіони - Кодру, Штефан Воде, Валул луй Траян та Дівін. Кожним молдавським виноробним регіоном керує асоціація місцевих молдавських виробників вина із захищеною географічною вказівкою (PGI). Всі PGI захищені як у Республіці Молдова, так і ЄС.

Трішки детальніше про кожен з регіонів:

– Центральна (Кодру) – це мережа долин, ярів, хребтів і пагорбів, перетнутих струмками і річками, які захищають виноградники від холоду та спеки. Виражена фрагментація рельєфу призвела до утворення схилів різного ступеня нахилу, що створює сприятливі кліматичні умови. У Кодру розташовано 60% усіх виноградників Молдови. Провідні сорти винограду - Feteasca, Sauvignon Blan, Riesling, Traminer та Cabernet Sauvignon. У цьому регіоні знаходиться знаменитий комбінат з виробництва вин "Крікова", центрами ще є «Мілештій Міч», «Конжушна», «Вартелі» та ін. Також тут виробляють певні вина за французькою технологією. Найвідомішими виноробнями є: Agrici.wine, Alianta-Vin, Asconi winery, ATU winery, Cstel MIMI, Chateau Cojusna. Також тут є підземні галереї Mileștii Mici, які внесені до Книги рекордів Гіннеса за їхню протяжність. 55 км колишнього кам'яного рудника використовуються для зберігання в них 2 мільйонів пляшок вина від Mileștii Mici, тим самим встановлюючи рекорд і включаючи цю виноробню до категорії володарів найбільшої колекції вин у світі. Галереї Mileștii Mici відвідують 25 000 туристів щороку[44];

– Південно-Східна (Штефан Воде) – розташований на південному сході Республіки Молдова, що виділяється протягом часу своєю національною та

міжнародною репутацією у виробництві червоних вин, які отримують зазвичай шляхом купажування декількох сортів. Територія, відведена для виробництва вина із Штефан Воде, включає такі природні ареали: Заплава річки Ботна, Дністровські тераси та Південно-Молдавська рівнина, і простягає свій виноградний горизонт на площі близько 10 тисяч гектарів.

Кліматичні умови регіону найбільш сприятливі для червоних сортів винограду Мерло та Каберне, також культивуються Піно Нуар, Мальбек, Шардоне. Головним виноробним центром цієї зони є «Вінарія Пуркарь» та «Мезалімпе», де виробляють вина «Негру де Пуркарь» та «Рошу де Пуркарь», які йдуть на експорт королівській родині у Великобританію. А вина «Сацуца» – «Каберне совіньйон», «Мерло», «Шардоне», «Піно Грі» та інші є відомими в усьому світі;

– Південна (Троянів Вал) – досить спекотна й посушлива територія, яка спеціалізується на виробництві червоних та десертних вин із відомим виноробним центром м. Кірсово та Тараклія. Цей регіон включає 3 субрегіони зі специфічними кліматичними особливостями: Буджацька рівнина, Тігецькі Кодри та Прутські тераси, і простягає свій горизонт на площі 43203 га. Тут виготовляються якісні ігристі вина, головний виробник тут – це компанія «INVINPROM SRL». Найбільш відомі виноробні тут - Ком, Тараклія, Чюмаї та Трифешті;

– Північна (Валул луй Траян) – це регіон, де вирощують винний матеріал для коньяків та кріплених вин групи «Ізабелла» та «Лідія». Територія регіону входить до континентальної зони, розташованої на півночі між Карпатськими плато, що включає в центрі зону Кодр і на півдні – Буджакські степи. Якість, репутація та відмінні органолептичні характеристики Дівіна обумовлені насамперед географічним середовищем. Винні бренди «Дівін» отримують з виноматеріалів, виготовлених із європейських та місцевих сортів винограду, вирощених у Республіці Молдова, дистильованих на традиційних перегінних установках та витриманих не менше 3 років у контакті з деревиною дуба (Додаток Б).

Найпопулярніші винні підприємства Молдови

Назва виноробні	Логотип
Шато Вартелі	
Крама Тудор	
Крікова	
Гогу	
Пояна	
Трончу	
Бардар	
Аліанца	
Кастел Мімі	

Джерело: розроблено автором за даними[20]

Важливим фактором розвитку для регіону є невелика відстань від столиці – Кишинєва, куди прибувають більшість міжнародних туристів. У місті досить

великий вибір засобів розміщення, в порівнянні з рештою країни, тому багато з них віддають перевагу одноденним відвідуванням центрів виноробства, з ночівлею в готелях Кишинева.

На сьогодні, перспективи розвитку винного туризму в країні є одними з найкращих у світі. Проте для їх реалізації необхідно докласти значних зусиль з боку держави та власне підприємств виноробства. Ще в 2004 році була розроблена та офіційно затверджена національна програма «Винний шлях Молдови». Проте, реалізація програми фактично почалася лише з надходженням в галузь іноземних інвестицій. Більшість коштів було залучено за сприяння проекту "CEEDII" (Competitiveness Enhancement and Enterprise Development II), що займається просуванням туризму в Молдові на міжнародному рівні. Також країна бере участь в проекті ЄС по просуванню винного туризму країн чорноморського басейну – "Black sea wine tourism network" [14]. Основна мета – визначення сильних та слабких сторін туристичної галузі. На базі цього аналізу буде розроблена спільна маркетингова стратегія для популяризації туристичного продукту.

Проаналізувавши сучасний стан винного туризму Молдови, слід зауважити, що країна має потужні природні умови та ресурси, а також необхідну базову інфраструктуру для його розвитку. Проте недостатнім залишається розвиток засобів розміщення та закладів харчування в усіх виноробних регіонах. Проте, при успішній маркетинговій та брендинговій політиці, залученню іноземних інвестицій, розвитку інфраструктури та підготовці кваліфікованих кадрів, саме винний туризм може стати однією з провідних галузей спеціалізації Молдови не лише в регіоні, а й в усьому світі.

2.2 Організація і особливості проведення винних турів

Молдовські винні підвали славляться на весь світ – багато шанувальників спеціально приїжджають до Молдови лише заради того, щоб у них побувати.

Колекції кількох льохів занесено до Книги рекордів Гіннеса. Винні льохи Молдови вважаються одними з найбільших у світі. Деякі підвали час від часу відвідують дуже відомі люди, а подекуди є й їхні іменні колекції (наприклад, у «Криково» є полиці Ангели). Багато винних турів включають хоча б в один з винних льохів Молдови – це вражає.

Старий Орхей – це неймовірно цікава локація під час турів до Молдови. Цей древній храмовий комплекс знаходиться у товщі вапнякових гір, які були оброблені давніми ченцями. Неподалік Старого Орхею також можна відвідати справжнє середньовічне село, яке населене переважно українцями. Якщо ж турист захоче оздоровитися, то варто обрати місто Кагул. Він славиться своїми лікувальними водами і куди за останні майже 150 років приїжджало чимало знаменитостей. Інноваційне рішення для рекреаційної діяльності – це об'єднання винного туризму та лікувального, саме у місті Кагур турист має можливість спробувати новий вид дозвілля.

120 км винних тунелів Стісова неможливо обійти пішки, тому тут їздять невеликі електропоїзди. В тунелях знайшлося місце і для найбільшого в Європі виробництва ігристих вин класичним шампанським методом, і для цілих підземних вулиць, де витримуються вина в бочках і пляшках. Особлива гордість компанії - 1 млн колекційних вин, в числі яких і винні зібрання діючих голів держав. Однак мета винного подорожі – це, звичайно, занурення в винну культуру біля витоків, на виноробнях, де народжується вино. І тут Молдові є чим здивувати і закохати в себе без залишку. До речі, у багатьох виноробів є сертифікати Covid-19 Safe Travel.

Сьогодні Castel Mimi – це сучасна сімейна виноробня, відкрита для відвідувань, оточена доглянутою парковою зоною і виноградниками. У замку розташований ресторан високої кухні (чудове м'ясо і десерти, інгредієнти з власного саду). Діє готель і готується до запуску винне SPA. Chateau Purcari – історичний винний замок в регіоні Штефан Вода, в минулому — постачальник вин королівського двору Румунії, розташований в 95 км від центру Одеси. У

шато можна взяти велосипед і катати в своє задоволення по виноградниках, що розкинувся на мальовничих пагорбах.

За рахунок великої уваги до виноробної індустрії, майже кожен другий тур включає в себе дестинації, де проводиться енотуризм. Наприклад, туристична агенція Kraina.ua організовує тур «Кишинів + дегустація», що включає оглядову екскурсію по Кишиневу, відвідування винних підвалів MILEȘTII MICI та екскурсія по музейному комплексу в с. Старий Орхей [20].

Таким чином, Молдова має своєму розпорядженні великі туристичні можливості та ресурси для організації спеціальних тематичних турів по регіонах, пов'язаних з культурою виноробства. Які включають в себе не тільки відвідування знаменитих виноробних міст і дегустацій, але й повноцінні екскурси в історію, що містять численні легенди та перекази про вирощування винограду та особливості культури споживання вина, проживання в старовинних замках і заміських садибах.

2.3. Винні фестивалі та свята Молдови

Одним із найкращих з точки зору організаційних заходів знайомства з гастротуризмом є фестивалі. Зокрема, наймасштабніші заходи з нагоди дегустації вин проходять в столиці, куди з'їжаються відомі виноробні країни. Вино у Молдові – це не просто напій, а культура та традиція цього краю. Адже недарма на карті Молдова виглядає як виноградна лоза!

І як після цього не могло виникнути на цій землі свята, яке пов'язане з вином. «Національний день вина» вперше розпочав святкування з 2002 року і з того часу він проходить щорічно у жовтні. Саме свято є парадом виноробів з музично-хореографічними композиціями. Закінчується свято великим парадом – молдавським танцем, що об'єднує всіх танців, адже головними умовами цього танцю є сплетіння рук танців. Центральна площа Кишинева якнайкраще підходить для такого колективного танцю, адже місця вистачить усім. Окрім

цього у програмі свята публічна професійна дегустація молодих вин, конкурс «Найкраща національна кухня», конкурс майстрів народних промислів.

Мета Свята – підтримати на державному рівні якість виноробної продукції, зміцнити імідж країни та зробити перший крок для включення Молдови до Міжнародного Шляху вина. Основні завдання свята: відродити свято вина в країні, де воно є національною гордістю і тісно переплітає історію народу та традиції виноробства, закласти традицію щорічного Свята Вина, цим підтримати престиж виноробної продукції Молдови, стимулювати інтерес населення до якісних напоїв та сприяти вихованню культури споживання вин, та досить фінансово важливе для країни завдання – залучити до Молдови іноземних туристів.

Ще одна фішка Молдови – винно-музичний фестиваль, який проходить під землею. Він називається Underland Wine & Music Fest і розгортається у підземних галереях виноробні Cricova. Квиток коштує 250 леїв (близько 15\$), у програмі – дискотеки, виступи музикантів, участь у школах вина, дегустації з сомельє та покази німого кіно у справжньому підземному кінотеатрі (Додаток В). Будьте обережні – на фестивалі працює винна жандармерія: під час проведення операції «Тверезість – ворог свята!» затримують громадян, чий рівень алкоголю в крові опустився нижче за допустимий мінімум: їх тримають у ділянці доти, доки рівень алкоголю не підніметься до “необхідного” рівня.

Як вам марафон за винними підземеллями? (Додаток Г) Тут навіть байдужі до спорту замисляться, особливо з огляду на результати досліджень, які свідчать: один келих вина замінює годину занять у спортзалі. Пробігти винними підземеллями або перетнути простори виноградників і нагородити себе заслуженим келихом благородного напою пропонують виноробні Purcari, Cricova та Mileştii Mici.

Серед послуг для туристів – проживання у справжній винній бочці у виноробні Purcari, перегляд фільму про вино у підземному кінотеатрі Cricova, конкурси з виробництва вин та розслаблюючі ванни з вином у WINE SPA замку Мімі. Винотерапія входить до списку процедур та в деяких санаторіях Молдови.

Також надзвичайно сучасно, адже існує мобільний додаток Moldova Wine Rou, він містить інформацію про винні виробництва, їх графік роботи, продукцію та екскурсії.

Отже, з кожним роком розваг, пов'язаних з винною індустрією у Молдові стає все більше, з'являється все більше інноваційних рішень, що привертають увагу ще більшої кількості туристів з усіх сторін. Молдова за рахунок кліматичних умов та уваги до еготуризму в країні може стати провідною туристичною країною за напрямком розвитку винного туризму, якщо і далі буде розвивати та удосконалювати сферу діяльності винних підприємств.

РОЗДІЛ 3. ДОСВІД МОЛДОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ВИННОГО ТУРИЗМУ

3.1. Проблеми та перспективи винного туризму в Україні

Винний туризм з кожним роком стає все більш популярним серед напрямків гастрономічного туризму та приносить як фінансові вигоди, так і визнання країн на світовому ринку.

В Україні у 2020 році було виготовлено всього 1,2 гл вина. Натомість було поставлено історичний рекорд з імпорту. Всього було ввезено вин на загальну суму \$179,3 млн. Вважається, що на одного українця припадає 2,68 л вина на рік, і ця цифра поступово зростає. Як писали раніше Investory News, Україна опинилася на 35 місці серед 39 європейських країн за рівнем споживання алкоголю [42]. Українські вина вперше в історії отримали одразу дві золоті медалі на найвпливовішому дегустаційному конкурсі світу Decanter World Wine Awards 2021. Національні Каберне та Шардоне від SHABO отримали по 95 балів, таким чином назавжди закарбували Україну в золоті призери світового масштабу лондонського Decanter. Україна має досить багато передумов для розвитку та популярності вина у країні, адже має декілька прекрасних регіонів, де винна індустрія розвивається надзвичайно стрімко. При цьому існує і ряд проблем, які уповільнюють розвиток енотуризму на теренах нашої країни.

Основні проблеми з просуванням енотуризму пов'язані з великою територією України. Найбільш привабливі регіони розташовані досить далеко один від одного, що зменшує кількість можливих варіантів розвитку і співпраці. Багато регіонів України просувають схожі продукти – сири, вина, мед, соління, трав'яні чаї та ін. Хоча кожна область України унікальна, та має безліч різноманітних продуктів, які б могли стати її гастрономічною візитівкою, зокрема якщо говорити про алкогольні напої, то наша країна славиться великою кількістю рецептів, створених ще за часів наших прадідів. Відсутність єдиного підходу в напрацюваннях різних регіонів та відсутність загальної інформаційної

бази змушує учасників ринку конкурувати з однаковими або дуже схожими продуктами сусідніх областей, що створює проблеми розвитку гастрономічного туризму як на рівні регіонів, так і на загальнодержавному рівні. Помилковою є стратегія розвитку енотуризму, орієнтована на конкретний туристичний продукт, оскільки конкурентні переваги формує саме різноманітність вин та напоїв.

Для вирішення основних проблем розвитку винного туризму є необхідність створення єдиної інформаційної бази, правильна реалізація рекламних кампаній, орієнтованих на пошук цільової аудиторії та виявлення гастрономічної або винної унікальності кожного регіону та області. В даний час, крім держави, активний інтерес до винного туризму виявляють представники бізнесу. Роль digital-маркетингу винного туризму є надзвичайно важливим елементом якісної роботи, адже віртуальний простір – це початкова взаємодія між винним заводом і споживачем, тому вкрай важливо, щоб ця взаємодія була максимально інформативна та інтерактивна.

Для динамічного розвитку енотуризму необхідна якісна підготовка висококваліфікованих кадрів у сфері обслуговування, які не лише матимуть освіту, а й знатимуться у культурно-історичній спадщині регіону та будуть зацікавлені у відродженні національних традицій. Надзвичайно важливо рости професіоналів-сомільє, які будуть орієнтуватись та досконало володіти знаннями щодо українського винного виробництва. Необхідним напрямком розвитку винного туризму на регіональному рівні та в країні в цілому є визначення винного бренду. Він полягає у просуванні території як виробника або експортера унікальної високоякісної продукції. Брендинг є важливим елементом розвитку країни, який визначають як конкурентну ідентичність певної місцевості (регіону чи країни в цілому). Основні компоненти бренду: добре розвинена сфера гастрономії та вина; наявність фахівців у сфері організації закладів харчування з використанням національної винної продукції; наявність автентичних страв (автентичних продуктів); гастрономічні події (фестивалі, конкурси).

Якісно вибудований бренд – це не тільки їжа під час подорожі, а й смачні сувеніри, які турист привозить додому, спогади про поїздку і бажання готувати вдома за тими рецептами, які він почерпнув у подорожі, а також сформована схильність вибирати ресторани цієї кухні у себе в місті. Наразі інфраструктура гастротуризму та винного туризму в Україні потребує розширення, тобто необхідно збільшувати кількість національних кафе та ресторанів, доречно створення гастрономічних музеїв та дегустаційних залів. Такі фундаментальні кроки у розвитку гастрономічного туризму можливі завдяки підтримці зі сторони держави, створенні сприятливого інвестиційного клімату та залученні іноземних інвесторів.

На регіональному рівні існує цілий комплекс інфраструктури, необхідної для підтримки розвитку винного туризму, а також ряду з системи підтримки для багатьох невеликих виноробних господарств, які, як правило, створюють туристичний ландшафт. Для розвитку успішного винного туризму необхідна розвинена інфраструктура, яка знаходиться навколо ренгіону.

У наш час найбільш достовірним і ексклюзивним для виноробного регіону є сам продукт його виробництва — вино. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, турфірм в регіонах півдня України можна створити туристичний напрям та його продукт, здатний конкурувати за якістю і обсягами вин, зайняти гідне місце у винній туристичній карті Європи. Тематичні дослідження дають чудове уявлення про розвиток винних регіонів та досвід винного туризму, що допомагають вирішити реальні проблеми. Найбільш помітним є те, що регіони винного туризму потребують місцевих «чемпіонів», що будуть створювати здорову конкуренцію та ініціювати розвиток усього винного сегменту.



Рис 3.1. Основні проблеми енотуризму в Україні

Джерело: розроблено автором

Отже, енотуризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, що здатен генерувати істотні економічні і соціальні блага для учасників туристичного ринку. Динамічний розвиток даного виду туризму стримується низкою факторів, які потребують негайного вирішення. Виявлення та визначення чіткого алгоритму рішення проблем розвитку гастрономічного туризму в Україні і є основою для подальшого дослідження

3.2. Пропозиції розвитку винного туризму в Україні

Винний туризм - феномен, що виник в результаті співпраці туристичного бізнесу та виноробної промисловості. До пандемії він найбільш швидко розвивався не тільки в Україні, а і у всьому світі. Виноробні усвідомили, що чим довше клієнт буде залишатися на території, тим більше вина вони куплять, тому почали пропонувати дегустації, екскурсії, ресторани, проживання та заходи.

Потім прийшли карантини, заборонені авіакомпанії та страх перед хворобами. Винний туризм завмер у цей період у своєму розвитку.

Інша річ, яку слід усвідомити, — це те, як виноробні представляють себе в цифровому світі (власний веб-сайт чи присутність у соціальних мережах). Настав час переглянути кожне зображення та видалити фотографії переповнених заходів та дегустаційних залів, тому що жоден відвідувач не буде зацікавлений спілкуватися з великою кількістю незнайомих людей. Натомість виноробні повинні підкреслювати природу винного туризму «відійти від усього». Варто також не просто продумати варіанти проживання, а і трансфер до місць винного раю. Важливо, щоб винні регіони України створювали бізнес та пропонований досвід, що збалансують потреби гостей, бізнесу, та людських ресурсів регіону – соціально, культурно, екологічно та економічно. Проаналізувавши усі можливі винні тури України, ніхто із запропонованих представників не веде соціальні мережі та не показує життя підприємства, а це дуже притягує увагу туристів.

Також важливо розуміти, що туристи бувають різні по фінансовому стану, тому важливо розвивати luxury сегмент, тобто створювати нові враження за рахунок унікальних пропозицій. На прикладі Молдови, Україна може:

1. організовувати туристичні послуги при поєднанні вина та спа;
2. створити спеціалізовані готелі, де турист буде максимально поєднаний з винною сферою;
3. розвивати симбіоз подієвого та винного туризму;
4. робити віртуальні екскурсії, організовувати онлайн-дегустації;
5. розвивати якісне забезпечення туристичною інфраструктурою винних центрів України;
6. проводити навчальні семінари та майстер класи для підвищення кваліфікації працівників винних підприємств та росту їх, як світових спеціалістів;
7. створити сайт національного винного продукту, де будуть зосереджені усі популярні та можливі маршрути і тури;

8. врегулювати законодавчі питання щодо якості продукції та відповідності її міжнародним стандартам.

Виноробні, які запровадять віртуальний досвід дегустації та домашні дегустаційні набори, швидше за все, збережуть стимули прибутку, оскільки вони покладаються на зміцнені зв'язки з туристами, які цікавилися українським винним продуктом протягом пандемії. Вони будуть більш готові спілкуватися з виноробнями і в реальному житті.

Протягом усієї пандемії безалкогольні та слабоалкогольні продукти показали значні результати, і є невикористані можливості для вина більшою мірою брати участь у цьому русі в майбутньому. Безалкогольні вина та вина з низьким вмістом алкоголю в даний час становлять невелику частку світового споживання тихих та ігристих вин, але в усьому світі вони демонструють двозначні темпи зростання. Це також досить перспективний шлях для розвитку винного туризму в Україні, адже це досить інноваційно та унікально – робити тури у безалкогольні виноробні.

Серед економічних вигід: створення можливостей працевлаштування для місцевого населення, підвищення економічного рівня на місцевому та регіональному рівні за рахунок податків, створення ринку агропродукції, розвиток обізнаності про ринок вина, поява коштів від винного туризму для закупки нової інноваційної техніки у виноробній промисловості та для вирощування винограду.

Екологічна стійкість у виноробній промисловості привертає все більшу увагу роздрібних торговців, урядів, екологічних груп і споживачів. Це також потужна мотивація для виноробних заводів та підприємств, пов'язаних із туризмом, стати більш екологічно стійкими через стратегічні, внутрішні та зовнішні чинники. Ці мотиви спонукають маєтки до сталих практик, таких як управління водою, відходами та енергією, управління ризиками, управління ланцюгом поставок, навчання працівників та відносини з громадою. Вони також посилили занепокоєння щодо безпеки співробітників, культури компанії, впливу на навколишнє середовище та соціальної відповідальності.

Ринок винного туризму можна вважати успішним і стійким завдяки лояльності винних туристів, які повертаються, і здатності залучати нових туристів на виноробню або виноробний регіон – необхідні додаткові продукти та послуги, такі як регіональні рекреаційні можливості, дегустації вин, освітні послуги, обслуговування клієнтів та досвідчений персонал виноробні, на додаток до основного продукту самого вина.

Як правило, далеkobійні туристи не планують відвідування виноробного регіону, виходячи лише з виноробнями та виноробними продуктами, а шукають широкий спектр культурного туризму та відпочинку на природі. Це бажання винних туристів отримати доступ до знань виноробів характеризується залученням до цієї освітньої послуги, яка є важливою частиною досвіду виноробні.

Також актуально буде розробити мобільний додаток, який об'єднає усі винні підприємства України та дозволить туристам з бідь-якої точки землі віртуально подорожувати, замовляти віртуальні дегустації, спілкуватися з професіоналами у еготуризмі та бронювати живі тури для відвідування у зручний час.

Розвиток винного туризму в Україні, зважаючи на досвід країн з розвиненим виноробством, на стан виноградарства та виноробства в країні, має перспективи, але потребує підтримки, координації зусиль зацікавлених сторін. Винний туризм користується зростаючим попитом, оскільки споживачі шукають більше вражень під відкритим небом у сільській місцевості в епоху після пандемії.

3.3. Розробка нового винного туру

Процес розробки туристичного продукту ґрунтується на результатах маркетингових досліджень, які передбачають аналіз та систематизацію ринкових тенденцій та дозволяють виявити перспективні та актуальні потреби майбутніх клієнтів. Вивчення таких потреб, орієнтацій, переваг стає передумовою як

розробки нового тематичного туристичного продукту, так і сегментації його цільової аудиторії, тобто поділу її на однорідні групи (сегменти) споживачів, що відчутно відрізняються одна від одної, проте мають однакові характеристики всередині групи. Аналіз потенціалу ринку має важливе значення для створення системи маркетингових комунікацій для просування та підтримки туристичного продукту. У випадку, коли йдеться про винний туризм, як інноваційний вид туристичної діяльності, науковий і практичний інтерес викликає обсяг попиту на даний вид тематичних турів та перспективність цього туристичного напрямку.

Важливо розвивати зацікавленість молодих туристів у розвитку винного туризму. Проаналізувавши весь асортимент винних турів, можна зробити висновок, що більшість турів розроблені для більш дорослого та зрілого населення без екстриму та новизни. Тому нами був розроблений екстремальний квест-тур «Хмільні пригоди двома країнами» (Додаток Є).

Метою є ознайомлення туристів з традиціями виготовлення вина в Одеській області та популярного винного регіону Молдови, моральному та духовному відпочинку, а також занурення у дивовижну природу місцевості. За складом туристів: орієнтується на молоду аудиторію, для місцевого населення та приїжджих середнього та молодого віку, зокрема компанії друзів.

За тривалістю: 4 дні.

Вартість туру: 4800 гривень на особу. Оплата туру включає усі перевезення, проживання в готелях, екскурсії та квести, а ось додаткові дегустації будуть за рахунок відвідувачів.

В ньому вказано основні пункти по днях, які будуть надані від виноробних підприємств, а також туроператори можуть створювати та доповнювати програму за власним вибором для ще більшого задоволення туристів та більш індивідуального підходу. Він найбільш підходить для осіннього сезону, коли починається збір винограду або на весняний період, коли висаджують виноград у землю. Також буде день, який кожен турист зможе провести, як він забажає. Адже дуже часто не вистачає часу просто погуляти містом та відчути справжню атмосферу міста чи об'єкта, який відвідують.

Тур включить в себе:

- знайомство разом із сомельє з кращими зразками вин за допомогою загадок, ребусів та акцентів на цікаві факти для відвідувачів;
- ознайомлення з торговою маркою "Шустов" та організація мінімарафону по підприємству;
- унікальна екскурсія по легендарному Привозу та проведення майстер-класу, як ефективно спілкуватись з продавцями і домовлятися на рахунок хороших знижок;
- відвідування єдиного у світі центра культури вина - "Шабо" (відвідування музею вина та відвідування винного дому із унікальною дегустацією вин);
- дегустації придунайської та бессарабської кухні, ця діяльність буде організована таким чином: відвідувачі самі готують страви на березі моря під пильним керівництвом шеф-повара, а після невелика вечірка в честь вина;
- відвідування льоху одного з кращих приватних виробників вина «», де відбудеться процедура спа-вина для усіх бажаючих;
- екскурсія на виноробні Молдови та ночівля у готелі, де номери – це винні бочки;

Тур включає багато активностей та фізичних навантажень. «Хмільні пригоди двома країнами» - це груповий тур для компанії друзів, адже на екскурсіях буде багато питань та завдань, які найкраще оцінить саме компанія друзів (Додаток Е).

Для пересування буде використано міні бус, який вміщує до 15 осіб.

У «Шабо» гості можуть побачити двохсотрічні винні підвали, мультимедійну скульптуру “Фонтан Діоніса”, експозиції музейного лабіринту, скульптурний ансамбль “Трилогія виноградної лози”, єдиний в Україні пам'ятник виноградної лозі, арт-галерею Shabo-art, два музейні кінозали та 6 сучасних дегустаційних залів.

Відвідуючи Молдову, обов'язково важливо побачити її столицю – Кишинів, адже саме звідти починаються знайомство туристів з винною історією країни. Після прогулянки вулицями, відбудеться відправлення до Мілештій Міч

- це найбільше підземне місто з винним сховищем. Тут зібрано найбільшу колекцію вин у світі. Підвали розташовані на глибині близько 85 м-коду під землею. Мілештські підвали мають понад 200 км підземних вулиць, понад 50 км винних галерей, понад 2 мільйони пляшок вина. Екскурсія включає огляд підземних галерей, Золоту Колекцію і дегустаційний комплекс. На завершення екскурсії, дегустація вин.

«Криково» є першим підприємством у Молдові, яке виробляє ігристі вина способом відомого ченця Дім П'єр Періньйона, «Méthode Traditionelle», тобто. шляхом вторинного бродіння у пляшці та подальшої витримки кюве. Асортимент продукції компанії характеризується високою якістю та різноманітністю. Сьогодні ми можемо з упевненістю заявити, що один із найчудовіших продуктів, що пропонуються комбінатом з виробництва вин «Крикова», — це класичне ігристе вино – благородний та екстравагантний напій (Додаток Є).

Саме тому поєднання екстриму, якісної винної продукції та знайомої компанії зробить тур «Хмільні пригоди Молдовою та Україною» прекрасним рішенням для туристів із усього світу. Побачити туристичні популярні і відомі місця під зовсім іншим кутом – головна мета даного туру. Такий тур допоможе підвищити туристичну привабливість України на світовому та зокрема європейському рівні, адже початок міждержавного туру починається саме в Україні. Це економічно вигідно для нашої держави та допоможе показати усі перлини і красу одного з винних центрів України.

ВИСНОВКИ

Винний туризм є інноваційним та досить перспективний видом туристичної діяльності у світі, Молдови та України. Для туристичної індустрії вино є суттєвим чинником привабливості туру, мотивом для спеціальної подорожі та гарним способом завоювати прихильність подорожуючих та показати багату історію свого народу, крім цього, це прекрасний економічно вигідний спосіб продажу національного винного продукту.

Щорічно у світі та Україні проходять багато заходів, пов'язаних з винним туризмом. Деякі із заходів вже стали всесвітньовідомими та привертають увагу все більшої кількості туристів. З кожним роком, інтерес до об'єктів енотуризму стає все більшим, адже відвідування сільських місцевостей та куштування нових якісних вин стає все більш цікавим для відвідувачів, зокрема після подій Covid-19 та інтересу до сільських екологічних місцевостей.

Проаналізувавши сучасний стан винного туризму Молдови, слід зауважити, що країна має потужні природні умови та ресурси, а також необхідну базову інфраструктуру для його розвитку. Проте недостатнім залишається розвиток засобів розміщення та закладів харчування в усіх виноробних регіонах. Проте, при успішній маркетинговій та брендинговій політиці, залученню іноземних інвестицій, розвитку інфраструктури та підготовці кваліфікованих кадрів, саме винний туризм може стати однією з провідних галузей спеціалізації Молдови не лише в регіоні, а й в усьому світі.

Основні проблеми з просуванням енотуризму пов'язані з великою територією України. Найбільш привабливі регіони розташовані досить далеко один від одного, що зменшує кількість можливих варіантів розвитку і співпраці.

Спираючись на досвід Молдови було запропоновано ідею створення нового інноваційного туру «Хмільні пригоди Молдовою та Україною», де поєднані популярні туристичні дестинації у дуеті з квестами, новими варіантами дозвілля та великою кількістю вина.

На прикладі Молдови, Україна може:

1. організувати туристичні послуги при поєднанні вина та спа;
2. створити спеціалізовані готелі, де турист буде максимально поєднаний з винною сферою;
3. розвивати симбіоз подієвого та винного напрямків туризму;
4. робити віртуальні екскурсії, організувати онлайн-дегустації;
5. розвивати якісне забезпечення туристичною інфраструктурою винних центрів України.

Розвиток винного туризму в Україні, зважаючи на досвід країн з розвиненим виноробством, на стан виноградарства та виноробства в країні, має перспективи, але потребує підтримки, координації зусиль зацікавлених сторін. Винний туризм користується зростаючим попитом, оскільки споживачі шукають більше вражень під відкритим небом у сільській місцевості в епоху після пандемії. Новий тур «Хмільні пригоди Україною та Молдовою» допоможе по новому поглянути на популярні об'єкти винного виробництва двох країн та насолодитися прекрасним часом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Afshardoost, Mona, and Mohammad Sadegh Eshaghi. 2020. "Destination Image and Tourist Behavioural Intentions: A Meta-Analysis." *Tourism Management*.
2. Charters, S. and Pettigrew, S. (2006) Product involvement and the evaluation of wine quality. *Qualitative Market Research* 8, 4
3. 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.
4. Dodd T. H. Opportunities and pitfalls in a developing wine industry. *International Journal of Wine Marketing*. Vol. 7. No. 1. P. 5–16
5. Emerging Trends for Travel and Wine Tourism in 2022 URL: <https://blog.winetourismportugal.com/emerging-trends-for-travel-and-wine-tourism-in-2022>.
6. Gastronomy and wine tourism, UNWTO". URL: www.unwto.org,
7. Global wine trends to watch in 2021 URL: <https://www.theiwsr.com/global-wine-trends-to-watch-in-2021/>.
8. Gómez, Mar, Carmen Lopez, and Arturo Molina. 2015. "A Model of Tourism Destination Brand Equity: The Case of Wine Tourism Destinations in Spain." *Tourism Management*.
9. Hall M., Sharples L. *Wine Tourism Around the World* / Hall Michael C., Sharples Liz, Camboune Brock, Macionis Nik. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
10. Hall M., Sharples L. *Wine Tourism Around the World* / Hall Michael C., Sharples Liz, Camboune Brock, Macionis Nik. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
11. 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.
12. Jack C. *GLOBAL WINE TOURISM* / C. Jack, C. Stephen. – USA, 2010.

13. Mihaela MANEA. WINE TOURISM IN WESTERN MOLDOVA - TO A FUTURE ALSACE? [Електронний ресурс] / Mihaela MANEA – URL: https://www.mnmk.ro/documents/2015_X1/9-5-1-15.pdf.

14. Moldovan Wine Regions - Country Moldova URL: <https://www.winetourism.com/wine-country/moldova/>.

15. New Opportunities and Challenges in Wine Tourism// Jaume Salvat Salvat – URL: http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/URV_project_salvat_blay_seminar_pctto.pdf.

16. Pandemic hits tiny Moldova's hopes for wine tourism boom URL: <https://www.france24.com/en/live-news/20201206-pandemic-hits-tiny-moldova-s-hopes-for-wine-tourism-boom>.

17. The dynamics of wine tourism in the world URL: <https://vinsdumonde.blog/en/the-dynamics-of-world-wine-tourism/>.

18. The dynamics of wine tourism in the world. URL: <https://vinsdumonde.blog/en/the-dynamics-of-world-wine-tourism/>

19. Why Visit Moldova? URL: <https://www.winerist.com/country/Moldova>.

20. Wine of Moldova URL: <https://wineofmoldova.com/ru/>.

21. WINE TOURISM DEMAND TRENDS URL: <https://training.thewinelab.eu/training-area/at-the-marketplace/the-opportunities-of-experience-based-tourism-in-wine-and-food-sectors/unit-2-wine-tourism-demand-trends/>.

22. Wine tourism stronger than the pandemic: +10% of tourists who traveled thanks to food and wine URL: https://winenews.it/en/wine-tourism-stronger-than-the-pandemic-10-of-tourists-who-traveled-thanks-to-food-and-wine_441708/.

23. Баглей Д.В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму в українських реаліях / Д.В. Баглей, О.О. Мотузенко // Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. – 2014. – № 10. – С. 3-15.

24. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-itscurrent-status-and-forecasts-114/21576-114->

25. Басюк Д. І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму. Географія та туризм: науковий збірник. К.: Альтерпрес, 2012. Вип. 19. С. 28-37.

26. 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

27. Борисюк О.А. Інноваційні тренди в конкурентних реаліях ресторанного господарства / О.А. Борисюк // Географія і сучасність: зб. наук. праць. – К.: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. – Вип.33. – С.196-203

28. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія; за наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.

29. Винний туризм : підручник / С.В. Іванов та ін. Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О.В., 2012. 472 с.

30. Винний туризм: підручник для студентів ВНЗ. С. В. Іванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк та ін. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. 472 с.

31. ГАСТРОНОМІЯ ТА ВИННИЙ ТУРИЗМ URL: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>.

32. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Випуск 17. Частина 1. С. 68-71.

33. Губська А.В. Новітні різновиди туризму в Україні: винний туризм. Матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Сталий розвиток міст», м. Харків, 24–26 квітня 2018 р. Ч. 4. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 316 с. URL : https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilovepdf_com-115-116.pdf

34. Іванов С. В. Винний туризм : підручник для студ. вищ. навч. закл. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О. В., 2012. 472 с.

35. Іщенко Т.І., Шидловська О.Б., Шолудько Ю.В. Винні готелі – новітній напрямок в індустрії гостинності України. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2013. № 52. С. 42–47. URL : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/14214>

36. М.Г. Руднева, В.І. Ємцев, Д.І. Басюк URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22729/1/Wine%20tourism%20of%20Moldova.PDF>.

37. Матвєєв 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.

38. Матвєєв В.В. Винний туризм як рекламний фактор та інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2015. Вип. 10(4). С. 29–31. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10\(4\)__8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10(4)__8)

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

40. Петрусенко О. Молодая лоза винного туризму. Мир продуктов. 2013. Іюнь. С. 48–49.

41. Развитие винного туризма в Республике Молдова URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/199-204_9.pdf.

42. Рейтинг країн з експорту, імпорту та споживання вина URL: <https://investory.news/rejting-krain-z-eksportu-importu-ta-spozhivannya-vina/>.

43. Рибінцев В.О. Маркетинг винограду і вина. – Автореф. дис. ... докт. екон. наук 08.06.02. – Інститут аграрної економіки УААН, Київ, 2002.

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

45. Руднева М. Г. Сучасний стан виноградарсько-виноробного комплексу та винного ринку – суспільно-географічний аспект / М. Г. Руднева // Географія та

туризм: наук. зб. / [наук. зб. / ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін.]. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 19. – С. 267-275.

46. Руднева М.Г., Актуальні проблеми управління виноградно-виноробних комплексів // Монографія, Розділ 1, С.5-61 Кам'янець-Подільський, 2014

47. Стельмах О.А. Перспективи розвитку ресторанної галузі в етнотуризмі / О.А. Стельмах, О.Г. Агєєнко, К.Ю. Коваленко // Розвиток туристичного бізнесу : міжнар. наук.-практ. конф., 17-19 березня 2011 р. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. С. 160-161.

48. Ткаченко О. Інноваційні складові стратегічного розвитку виноробних підприємств України / О. Ткаченко // Економіка харчової промисловості. – 2016. – Вип. 1. – С. 55-61.

49. Україна вперше здобула золото на Decanter 2021 URL: <http://shabo.ua/ua/news/ukraina-vpervye-zavoevala-zoloto-decanter-2021-vina-shabo-sredi-liderov-mirovyh-proizvoditelej/>.



Фестиваль вина Fete des Vendanges у Франції.



Основні регіони виноградарства Молдови



Underland Wine & Music Fest – найбільший винний фестиваль Молдови.



Винні марафони по виноробнях Молдови



В Chateau Purcari можна переночувати в незвичайних номерах, наприклад, у величезній винній діжці.



Візитка туру «Хмільні пригоди Молдовою та Україною»



Програма туру "Хмільні пригоди Молдовою та Україною"

1 ДЕНЬ

8:00 збір туристів, знайомство з сомельє та відвідування Привозу
14:00 Виїзд до підприємства "Шустов" та організація мінімарафону по підприємству
18:00 Дегустація
19:00 Відпочинок та вільний час

2 ДЕНЬ

8:00 збір туристів та поїздка до центра культури вина "Шабо"
15:00 Виїзд до Кишинева та екскурсія по місту
19:00 Відпочинок та вільний час

3 ДЕНЬ

Вільний день та можливість пройти квест у передмісті Кишинева по винним точкам міста
Відвідування сувенірних лавок та знайомство з місцевим населенням

4 ДЕНЬ

8:00 збір туристів та поїздка в Мілештій-Міч, відвідування Vucurîa
15:00 поїздка до Криково та відвідування Крикіських підвадів
20:00 Поїздка в Одесу

План туру «Хмільні пригоди Молдовою та Україною»