

**УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ
ЕКОНОМІЧНОЇ, ПРОДОВОЛЬЧОЇ
ТА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ**

Колективна монографія

Частина 2

Під редакцією
Нестерчук Ю.О.

Умань
Видавець «Сочінський»
2014

УДК 338.43
ББК 65.32
С 76

*Друкується за рішенням вченої ради
Уманського національного університету садівництва
(протокол №2 від 24 жовтня 2013 року)*

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор Коденська М.Ю.;
доктор економічних наук, професор Малік М.Й.;
доктор економічних наук, професор Непочатенко О.О.

*Автори вміщених матеріалів висловлюють свою думку, яка не завжди збігається з позицією редакції. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори.
Матеріали подаються в авторській редакції.*

Основні пріоритети розвитку АПК України у контексті економічної, продовольчої та енергетичної безпеки країни / Під ред. д.е.н., професора Ю.О. Нестерчук. – Умань: Видавець «Сочінський», 2014. – Частина 2. – 228 с.

ISBN 978-966-2643-22-0

У монографії викладені результати дослідження проблем розвитку АПК України у контексті економічної, продовольчої та енергетичної безпеки країни. Значну увагу приділено проблемам діяльності сільськогосподарських товаровиробників з організаційної, економічної та фінансової точок зору. В роботі висвітлено питання інноваційної та технологічної політики забезпечення поступального розвитку АПК України. Зосереджено увагу на основних напрямках розвитку харчової промисловості у контексті євроінтеграції України. Розроблено пропозиції щодо організації сільського малого підприємництва. Враховано вплив екологічних чинників на подальше функціонування аграрної сфери,

Розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються питаннями розвитку аграрної економіки.

УДК 338.43
ББК 65.32

ISBN 978-966-2643-22-0

© Уманський національний
університет садівництва, 2014

6.7. Винний туризм як креативний ресурс регіонального економічного розвитку

Процеси соціально-економічних перетворень вимагають особливої уваги науковців щодо креативній складовій у формуванні ресурсів економічного зростання, що включає здатність до пошуку альтернативних рішень регіональних проблем, нових напрямів розвитку територій. Актуальність досліджуваних проблем обумовлена також процесами демократизації, глобалізації, поширенням новітніх інформаційних технологій, незворотністю вступу до нової стадії розвитку постіндустріального суспільства.

У 2000 році в журналі "Business Week" вперше було введено в обіг поняття "креативної економіки", а в 2001 році вийшла книга Джона Хоукінса "Креативна економіка", яка задекларувала наступ пост-інформаційної епохи, для якої інформація і знання – це ресурс, а рушійною силою і головною цінністю виступає творчість. Постіндустріальна модель економічного розвитку, як ядро глобальної економіки XXI століття, базується на принципово новому технологічному способі виробництва, основу якого складають інформаційно-інтелектуальні технології, знання, творчість людини та енергія прогресу, котрі докорінно модернізують традиційну модель соціуму та визначають майбутні тренди світогосподарського розвитку.

У зв'язку з цим високої актуальності набувають питання, пов'язані з оцінкою внеску креативного ресурсу у динаміку їх національного економічного розвитку та формування високого конкурентного статусу винного туризму у глобальному середовищі. Сучасні бізнес-стратегії трфірм беруть до уваги не тільки матеріальні, але і нематеріальні активи. Креативна економіка впливає на туристичний образ агрорекреаційних регіонів, а також стимулює нову територіальну громаду до туристичного бізнесу, спричиняє до взаємопроникнень різних сфер мислення та зайнятості населення у виноробних регіонах.

Фахівці з проблем розвитку агротуризму прогнозують, що одним з найпопулярніших видів туризму до 2020 р. стане спеціалізований, який вже зараз активно розвивається. До нього можна віднести і туристські програми, пов'язані з відвідуванням місць виробництва різних вин. Історично склалося так, що Європа в силу географічних, кліматичних, екологічних, культурних та політичних умов є найбільшим у світі виробником і експортером вин високої якості¹. Туристів приваблює не тільки європейська кухня, а й вина, а також численні дегустації та національні свята, пов'язані зі збором винограду.

Таким чином, туризм і виробництво продукції, видобутої з сонячних ягід, в сукупності становлять досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії. Але даний турпродукт ще не достатньо присутній на національному туристичному ринку, тому представляється необхідним розглянути потенціал та можливості розвитку винного туризму в регіонах півдня України. Наприклад, практична реалізація регіональної програми «Виноградарство і виноробство Одещини на 2013-2025 роки» безпосередньо

¹ Hall M., Johnson G., Cambourne B., Macionis N., Mitchel R., and Shaples L. Wine tourism around the world: development, management and markets . – London: Butterworth-Heinemann, 2002. – Pp.1 - 24.

залежить від інтенсивності процесів пошуку та залучення внутрішніх ресурсів розвитку аграрного сектору економіки. Виконання цієї програми дозволить регіону вийти на новий рівень в розвитку виноградарства і скласти конкуренцію провідним виноробницьким регіонам світу. Безперечно, важливе значення має застосування досвіду апробованих у світі механізмів активізації виноробства та туристичного руху на регіональному і місцевому рівнях, тому актуальним є увга науковців до регіональних проблем розвитку потенціалу винного туризму. Проблеми розвитку винного туризму, інституційних та економічних чинників формування ринку винного туризму, терруарного виноробства, світовий досвід реалізації регіональних стратегій соціально-економічного розвитку рекреації та туризму досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Вони знайшли відбиток у публікаціях таких авторів як С. Иванов, Д. Басюк, М. Дидух, П. Иванова-Тонева, М. Hall, G. Johnson, James E. Wilson та ін². Але комплексного дослідження перспектив розвитку ринку винного туризму в Україні науковцями не проводилось. Тому потрібно провести дослідження проблем розвитку винного туризму в виноробних регіонах, економічного та рекреаційного потенціалу спеціалізованих виноградарсько-виноробничих підприємств. Виявити пріоритетні напрями формування регіонального ринку винного туризму, використання досвіду партнерства туристичних підприємств та підприємців виноградарсько-виноробній галузі в контексті сприяння регіональному розвитку рекреації та туризму. Проведений аналіз наукової літератури свідчить, що майже всі дослідники цього туристичного ринку сходяться на думці, що винний туризм – молодий туристичний напрямок, що є одним з найбільш пріоритетних для розвитку в виноробних регіонах світу та України, таких як, наприклад, Одеській, Херсонській, Миколаївській регіони, АР Крим.

Поняття «винний туризм» з'явилося на початку 90-их років минулого століття і як би дивно не звучало це сьогодні, творцями нового туристичного напряму не є традиційні виноробні країни Європи, а країни так званого Нового світу. Поєднувати виноробство з туризмом здогадалися виробники вина з Австралії і Каліфорнії. Там переважають, як правило, невеликі виноробні виробництва (з виробництвом між 100 і 300 тисяч пляшок на рік), які не розраховують на великі торгові мережі в реалізації своєї продукції. Проведенням винних вікендів і турів, їм вдалося збільшити свої продажі безпосередньо (cellar door sales). На даний момент таким способом реалізується близько 35 % продукції більшості австралійських винних льохів, а річний прибуток від винного туризму в країні становить близько 3,6 млрд. доларів США. Приблизно 18 млн. туристів на рік відвідує виноробні в області Напа (Каліфорнія), при цьому більшість з них американці. Також і в Європі включення відомих винних погребів у туристські маршрути досить стара практика,

² Винний туризм : підручник для студентів вищих навчальних закладів / С. В. Иванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк, та ін.. – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О. В., 2012. – 472 с.; Иванов С. В. Підготовка фахівців для винного туризму в національному університеті харчових технологій: традиції та перспективи / С. В. Иванов, Д. І. Басюк. – Вища школа. – 2012. – № 6. – С. 7-15; Diduh M. The Perspective of the Development of the Vinous Tourism in the Ukrainian Danube // Journal of Danubian Studies and Research. – 2013. – Vol. 3, no. 2, pp. 340-350; Иванова-Тонева П. Виненіят туризм - елемент от пазарната стратегия на винопроизводителите. Винен туризм : традиция и съвременност: Черноморски туристически форум, 15 – 17 октомври 2009, Варна 2009 / ред. кол. Марин Нешков и др.; [предг. Марин Нешков]. – Варна: Славена, 2009. – С. – 87-94; Wilson James E. Terroir: The Role of Geology, Climate and Culture in the Making of French Wines. University of California Press, 1998, – P. 336. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ucpress.edu/op.php?isbn=9780520219366>

але вона не розвивалася як окремий бізнес, а була частиною більш загального розуміння туризму як подорож для задоволення власних потреб. Найпопулярніші DESTИНАЦІЇ на ринку винного туризму – терруари Франції, Італії, Швейцарії, Іспанії, Болгарії, Угорщини, Португалії, Австралії та Великобританії. Як визначають фахівці, терруар (фр. terroir) – це поєднання природних умов регіону, в яких росте виноград. В цілому, можна вважати, що це - синтез місцевості (висота, напрямок і розташування щодо сонця, морфологія), клімат (макро-і мезоклімат регіону та мікроклімат конкретних виноградників і лоз), ґрунту (фізичні, хімічні та біологічні компоненти). До цього додається вибір винограду (один сорт, суміш різних сортів, місцеві чи міжнародні сорти), управління виноградником (система посадки, щільність виноградника, кількість і вік лоз, врожайність), а також виноробні прийоми, обраний спосіб винифікації і витримки вина. Терруар може мати масштаб одного виноградника, а може - одного схилу, однієї місцевості або одного регіону³. Провідні учені і фахівці стверджують, що Україна повинна перейняти світовий досвід при висадці сортів винограду на певній місцевості. Для цього, на думку експертів, необхідно створити карту виноградарських регіонів і дати їй науковий супровід. На сьогодні в цьому напрямі працюють співробітники Національного наукового центру «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Е.Таїрова» НААН України.

В травні 2013р. учасники Всеукраїнської наради виноградарів та виноробів «Розвиток виноградарства в малих та середніх господарствах України та на його основі терруарного виноробства з використанням французького досвіду» прийшли до висновку, що галузь виноробства та виноградарства перебуває в незадовільному стані та потребує серйозної уваги з боку держави. Практично припинилась реалізація державних програм розвитку галузі, особливо для малого та середнього бізнесу. Кількість підприємств, що випускають виноробну продукцію неухильно зменшується. За підсумками 2012 року тільки півсотні українських виробників вина скористались ліцензією на право оптової торгівлі⁴. Обсяги переробки підприємствами винограду на виноматеріали у 2012р. склали 329,6 тис.т, що на 24,3 тис.т, або на 7% менше, ніж у 2011р.; виноматеріалів вироблено 23,0 млн.дал (на 2,0 млн.дал., або на 8% менше) (див. рис.1).

³ Wilson James E. Terroir: The Role of Geology, Climate and Culture in the Making of French Wines. University of California Press, 1998, – P. 336. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ucpress.edu/op.php?isbn=9780520219366>

⁴ Розвиток виноградарства в малих та середніх господарствах України та на його основі терруарного виноробства з використанням французького досвіду. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tairov.com.ua/news/215-2013-05-27>



Рис. 1. Динаміка переробки винограду та виробництва виноматеріалів
(Джерело: www.ukrstat.gov.ua)

Обсяги переробки винограду на виноматеріали у 2012р. за регіонами характеризуються такими даними (див. табл.1).

1. Обсяги переробки винограду на виноматеріали у 2012р., т.

	Фактично перероблено винограду на виноматеріали			У тому числі		Довідково:
	всього	у % до загального підсумку	2012р. у % до 2011р.	власно-вирощений	закуплений	середня ціна закупівлі 1 т винограду, грн.
Україна	329629,7	100,0	93,1	92245,5	235130,8	3829,3
АР Крим	73151,6	22,2	84,7	32901,7	40249,9	5594,4
Закарпатська	9469,0	2,9	145,4	1075,3	8393,7	2542,8
Миколаївська	53928,0	16,4	91,8	4105,8	49822,2	3673,9
Одеська	146452,5	44,4	111,4	32816,3	113636,2	3419,2
Херсонська	29663,6	9,0	63,0	6894,6	22769,0	3567,8
м.Севастополь	16965,0	5,1	71,2	14451,8	259,8	4033,8

Джерело: www.ukrstat.gov.ua

У 2012р. збільшили переробку винограду підприємства Одеської (на 15,0 тис.т, або на 11%) та Закарпатської (на 3,0 тис.т, або на 45%) областях. На 37% зменшилися обсяги переробки у Херсонській області, на 29% – у м.Севастополі. На підприємства Одещини припадало 44% загального обсягу переробленого винограду, Автономної Республіки Крим – 22%, Миколаївської області – 16%. У 2012р. 28% від загального обсягу переробленого винограду складала власна сировина (у 2011р. – 34%). Найменше використовували власний виноград підприємства Миколаївської (7,6%) та Закарпатської (11,4%) областей. Давальницька сировина складала 2,3 тис.т (менше 1% загального обсягу переробленого винограду)⁵.

Звернемо увагу, що під «рекреаційним потенціалом» розвитку винного туризму розуміють всі види туристсько-рекреаційних ресурсів, що прямо або опосередковано можуть бути задіяні до процесу формування та використання послуг винного туризму. Найбільш важливою складовою ринку винного туризму є

⁵ Переробка винограду та виробництво виноматеріалів у 2012 році. Експрес - випуск. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

виноградні масиви, відвідання яких є невід'ємною складовою усіх повноцінних винних турів, викликають значний інтерес як у професіоналів, так і у звичайних екскурсантів⁶. Згідно існуючого районування на території України виділено 15 виноградарських зон (макрозон), які є основою для сорторайонування, і 58 природно-виноградарських районів (мікрозони). Зокрема, в Одеській області нараховується 3 макрзони і 16 мікрозон⁷.

У нашій країні спроби розробити і презентувати винні тури здійснюються виноробними підприємствами південних регіонів України. Так, у 2007 р. Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє, а також Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму ФПУ вперше в Україні почала розробку винних турів по країні. У цей проект були залучені виноробні підприємства південних регіонів України - винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст». Такі ж тури розроблені за іншими виноробними областями України - Херсонській, Миколаївській, Закарпатській, АР Крим.

Фахівці вважають, щоб винний туризм існував, необхідно наявність розвиненого терруарного виноробства в країні і повноцінної туристичної інфраструктури. Крім того, продукти виноробства повинні бути відомі у світі. З точки зору розвитку виноробства і винного туризму для нашої країни, дуже цікавий досвід Аргентинської Республіки, яка хоч історично і не відносилась до експортерів вина, але стала таким за останні 15-20 років. Винна галузь в Аргентині розвивається досить динамічно і вже займає важливе місце на світовому винному ринку, - вважають, фахівці туристичної компанії Covitour в Україні. Сьогодні країна навіть позиціонує себе в якості конкурента таким світовим експортерам як Франція, Іспанія та Італія. Але найцікавіше, що Аргентина побудувала своє унікальне виноробство на базі невеликих винних господарств. Експорт аргентинського вина з кожним роком збільшується. Так, наприклад, в 2011 р. він склав більше 3 млн гл, що на 13,85 % перевищило показник 2010 р. При цьому 89% вина, що вивозиться – бутильована продукція, а частка червоного вина в експорті становить дві третіх загального обсягу. Винний туризм в Аргентині отримав особливий імпульс після 2005 р., коли з ініціативи Винно - промислової асоціації Аргентини (включає 200 винних господарств) був розроблений Стратегічний план розвитку виноградарсько-виноробної галузі до 2020 р., де значна увага приділялася і винному туризму. В даний час в Аргентині для туристів відкриті 167 винних господарств у 8 провінціях. Розроблено і створено 16 винних шляхів, які в 2010 р. відвідали близько 1 млн. туристів - приблизно 70 % місцевих і 30 % - іноземних (68% з них представляли США, Бразилію, Чилі, Великобританію і Францію). Таким чином, винний туризм є важливим імпульсом щодо розвитку винної галузі в регіонах. Але неможливо побудувати ринок послуг тільки на залученні іноземців та використанні досвіду інших країн. Спочатку необхідно підвищити власну культуру споживання продукту виноробів.

Проведені дослідження вказують, що у Криму є всі можливості для створення повноцінного винного курорту за проектом «Chateau Wine Village». Так, на

⁶ Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України /Агросвіт. Науково-практ. журнал. – К.: ТОВ «ДКС Центр», 2013 - № 22. - С.46 -52.

⁷ 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.

Міжнародному інвестиційному форумі, який проходив у Севастополі 16-17 вересня 2011 року, голова ради директорів «Першого національного виноробного холдингу» (ПНВХ) Валерій Шамотій презентував проект Chateau Wine Village («Винне село»). Оточене виноградниками шато буде включати винні підвали і все необхідне обладнання, а також дегустаційні зали, ресторани високого класу, готельні номери, SPA комплекси, упорядковані парки та ін. У шато гостям запропонують винну терапію. За допомогою вина буде проводитися оздоровлення та лікування. Винне SPA - це особливі процедури для релаксації і відновлення. Розташування Chateau Wine Village ще не визначено. В якості варіантів розглядається південне узбережжя Чорного моря і західний Крим. Виноградні господарства проекту «Винне село» буде включати терруарні господарства, які розташуються навколо центрального шато. Така практика є у Франції. Планується, що 2 тисячі осіб отримають земельні ділянки навколо шато для влаштування власних виноградників, будівництва мікровиноробства і садиб. При необхідності основне підприємство візьме на аутсорсінг господарства виноградарів і забезпечить збирання, переробку винограду, розлив вина, залучення туристів. Жителі та підприємці «Винного села» отримають у розпорядження інфраструктуру туристичного комплексу і забезпечать його цілорічне завантаження⁸. Поки в Україні число винних туристів, за підрахунками фахівців становить близько 100 тисяч - це 1,5% від загальної кількості. В Австралії, наприклад, їх частка досягає 10%. Фахівці ПНВХ вважають, що таких самих показників можна досягти і в Криму. Очікується, що до 2020 року близько 30% винних туристів будуть віддавати перевагу СПА-послугам, що збільшить вартість відпочинку і підвищить прибуток інвесторів. На думку фахівців, прогнозний оборот винно-туристичного агросектору до 2020 року може досягнути - 2,9 млрд. грн. Зрозуміло, при розвитку винного туризму мова не йде про стимулювання алкоголізму. Ми маємо невтішну статистику - Україна займає друге місце в Європі (після Росії) за кількістю залежних від алкоголю, а з дитячого алкоголізму - перше місце у світі. У середньому в Україні споживання вина - 6,4 літра на людину на рік, тоді як у Франції - 55,4 літра, а в середньому по Європі - 23,5 літра. При цьому французи не тільки менше страждають від алкоголізму, ніж українці, а й лікуються вином. У Франції найнижча в Європі смертність від хвороб серця.

Винний туризм - це лише один із інструментів Кримського виноробного кластера, який передбачає комплексний розвиток виноробства. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, туристичних, освітніх, торговельних організацій в Україні можна створити виноробну галузь, здатну конкурувати з Європою за якістю і обсягами вин. Тому важливим є підтримка державних органів, регіональних і галузевих асоціацій. Кластерний принцип успішно застосовується у виноробстві Австралії і Каліфорнії (США).

З метою розвитку виноробства «Перший національний виноробний холдинг» ініціював розробку Стратегії розвитку українського виноробства на 2010-2020 рр. Інвестиції тільки у виробничі потужності з переробки винограду і розливу вина до 2020 року повинні скласти 774 млн. грн. У цілому ж до 2020 року обсяг виробництва зросте з 32 до 121 млн. пляшок на рік, а валова виручка складе 420 млн. грн. Як приклад прибутковості винного туризму, наведемо приклад Франції,

⁸ Перспективи розвитку винного туризму в Криму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kianews.com.ua/node/37628>

де винний готель на 50 номерів приносить щорічно не менше 20 млн. євро. Що стосується Криму, то за час реалізації стратегії розвиток виноробного комплексу дозволить створити 13 тисяч робочих місць. При цьому, на думку експертів, прибуток кластера збільшиться в 10 разів - з 408 млн. грн у 2011 році до 4,5 млрд. грн в 2019 році. Пропорційно зростуть надходження до бюджету податку на прибуток: з 100 млн. грн до 1,13 млрд. грн. Також очікується десятикратне зростання ПДВ з продукції виноробства⁹. Звернемо увагу на потенціал основних регіонів за обсягами виробництва виноматеріалів (див. табл. 2 та рис.2).

2. Виробництво виноматеріалів за регіонами України у 2012р. (тис. дал)

	Фактично вироблено виноматеріалів			У тому числі			
	2012р.	у % до загально-го підсумку	2012р. у % до 2011р.	шампанські та ігристі	коньячні	для випуску вин та закладки на витримку	
						столові	кріплені
Україна	23048,3	100,0	91,9	5637,4	2474,1	11286,3	3421,9
Автономна Республіка Крим	5664,9	24,6	76,5	441,7	615,6	2542,1	2049,4
Закарпатська	793,1	3,4	202,7	–	–	610,9	182,3
Миколаївська	3715,0	16,1	95,9	971,7	79,8	2233,1	430,5
Одеська	9809,4	42,6	110,8	3298,5	765,9	4871,2	721,5
Херсонська	1762,0	7,6	53,9	234,0	1012,8	454,7	–
м.Севастополь	1303,9	5,7	102,0	691,5	–	574,3	38,2

Джерело: www.ukrstat.gov.ua

Як свідчать дані статистики, загальний випуск виноматеріалів порівняно з 2011р. збільшили підприємства Одеської – на 1,0 млн.дал (на 11%), Закарпатської – на 0,4 млн.дал (у 2 рази більше) областей та м.Севастополь – на 26,1 тис.дал (на 2% більше). У 2012р. вироблено виноматеріалів для випуску вин 13,8 млн.дал (101% обсягу 2011р.), для закладки на витримку – 0,9 млн.дал (45%)¹⁰.

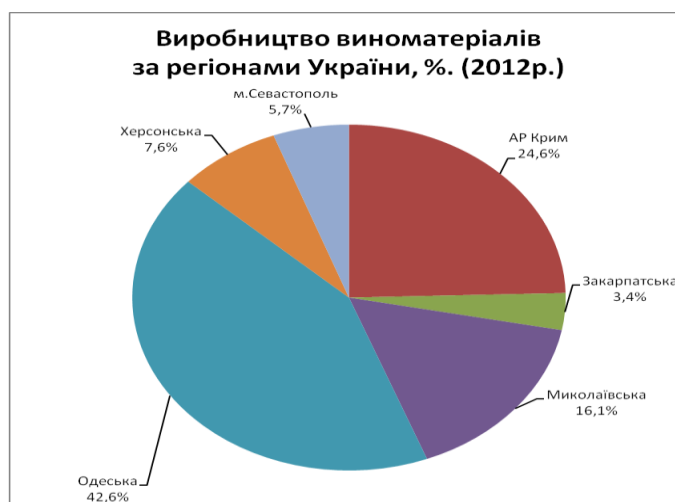


Рис.2. Виробництво виноматеріалів за регіонами України в 2012р.,%

⁹ Перспективи розвитку винного туризму в Криму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kianews.com.ua/node/37628>

¹⁰ Переробка винограду та виробництво виноматеріалів у 2012 році. Експрес - випуск. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

Відомо, що люди вирощували виноград для виробництва вина протягом тисяч років. Походження виноградарства фахівці пов'язують з регіонами, що знаходяться між Чорним морем і Каспійським морем і датують 4000 р. до н.е., можливо, навіть 6000 р. до н.е. Лише деякі продукти мають таку довгу історію, пов'язану з виробничим процесом, який залишається більш-менш незмінним¹¹. У більшості виноробних країн світу широким попитом користується продукція малих виноградарсько-виноробних підприємств типу “шато”, які, маючи власні виноградні насадження, виробляють ексклюзивні вина терруарного напрямку (вина місцевості), що особливо цінуються споживачами. Функціонування таких підприємств також створює умови для розширення сфери діяльності в туристичній галузі, внаслідок цього значно збільшуються бюджетні надходження та кількість робочих місць. В країнах ЄС, а також ПАР, Чилі, Аргентині, Австралії, Новій Зеландії тощо створені багаточисельні сучасні виноробні шато, які виробляють ексклюзивну виноробну продукцію, що користується значним попитом у споживачів та туристів.

В той же час, з понад 400 виноградарських підприємств в Україні практично відсутні господарства такого типу. Насамперед, це пов'язано з вітчизняною законодавчою базою, яка не сприяє розвитку таких підприємств в Україні. Зокрема, спеціалізовані виноградарсько-виноробні підприємства, які переробляють власновирощений виноград і їх кінцевою продукцією є вино, не попадають як сільгоспвиробники під спеціальний режим оподаткування і не можуть бути платниками фіксованого сільськогосподарського податку. За інформацією фахівців, 40% фермерів та 30% особистих селянських господарств України розташовані в зонах сприятливих для виробництва виноградної та садівничої продукції. Тобто, при створенні сприятливих умов з боку держави бюджет отримав би додаткові кошти, при тому значно більші ніж він отримує від цієї галузі сьогодні, а споживачи широкий спектр різноманітної та якісної винопродукції.

Нажаль, ситуація в сфері терруарного виноробства зовсім інша і причиною цьому є три основні фактори: надзвичайно ускладнена атестація виробництва, яка не залежить від об'ємів виробленої продукції; надзвичайні витрати (500 000 грн.) на ліцензування, яке також не враховує об'єми виробництва та розміри господарств; фактичне припинення з 2011 р. державної підтримки розвитку виноградної, садівничої та хмелярської галузей, незважаючи на те, що 1% збір з продажу пиво-алкогольної продукції справно надходить до державного бюджету¹². В той же час, в Одеському регіоні державна підтримка розвитку терруарного виноробства закладена в регіональну програму «Виноградарство і виноробство Одещини на 2013-2025 роки».

Програма довгострокова, розрахована на період до 2025 року. На першому етапі (2013-2015р.р.) передбачається проведення техніко-економічного та екологічного обґрунтування розміщення виноградників, виготовлення ампелоекологічних карт території області та схем оптимального розташування сортів винограду,

¹¹ Storchmann K. Wine Economics. Journal of Wine Economics, Vol. 7, No 1, 2012, Pp.1–33. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wine-economics.org/aawe/wp-content/uploads/2012/10/Vol.7-No.1-2012-Wine Economics>

¹² Терруарне виноробство. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://a7d.com.ua/novini/13739-terruarne-vinorobstvo.html>

встановлення постійного моніторингу виноградних насаджень, створення та ведення кадастру виноградників, проведення робіт по розкорчуванню малопродуктивних старих виноградників та посадці молодих насаджень, розвиток винного туризму. Одеський регіон є лідером в Україні з виробництва шампанських та ігістих виноматеріалів (див. рис. 3).

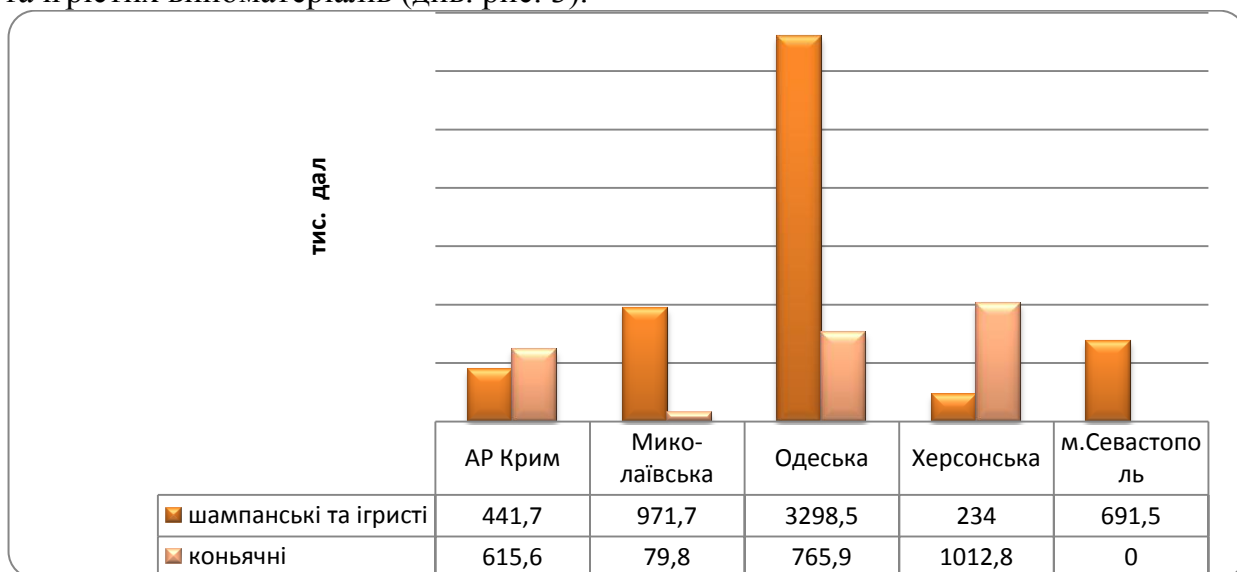


Рис.3. Виробництво шампанських та ігістих виноматеріалів за регіонами України в 2012р., тис дал

З метою розвитку ринку винного туризму в регіоні, ще у 2009 р. компанія «Шабо» відкрила перший в Україні «Центр культури вина Шабо», головною метою якого є підвищення культури споживання благородних напоїв. «Центр культури вина Шабо» розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії «Шабо», в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого були закладені ще в античні часи. Це єдиний в Україні культурний центр, який об'єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства. «Центр культури вина Шабо», вже включено комісією Ради Європи до туристичної карти європейських винних маршрутів. Таким чином, винний туризм, - це одна з форм спеціалізованого регіонального туризму, заснована на відвідуванні різних винних регіонів, їх виробництв, а також дегустації продукту їх терруарного виробництва - вин. Для регіональних програм «Vintour», винний туризм є продуктом інтеграції в рамках єдиної концепції тематичних ресурсів і туристичних послуг, існуючих або потенційних, в області вина, одним із напрямків стратегії соціально-економічного зростання регіону, фактором розвитку «креативної» економіки. Для виноробів, відвідування туристами їх терруарного виробництва дозволяє їм безпосередньо показувати і робити відомим результат їх роботи. Серед сучасних туристів зростає частка тих, хто шукає можливість додати своєму відпочинку більше свята і задоволення з точки зору культури, відкриття, мистецтва життя, гастрономії та автентичності, як у відчуттях, так і в якості. У наш час, найбільш достовірним і ексклюзивним виразом характеру 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.