

**Александрова І. О.**  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна  
*Науковий керівник – к.п.н., доцент кафедри  
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*  
**Мартінова Н. С.**

## **ЗНАЧЕННЯ ВИННИХ ТУРІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ВИНОРІБНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ**

За даними Всесвітньої туристичної організації одним із найпопулярніших видів міжнародного туризму є різноманітні тематичні тури, одним із яких набули популярності винні тури [1]. Доволі широке розповсюдження в теорії та практиці туризму отримало поняття «винний туризм» як спеціалізований вид туризму, під час якого споживачі «не тільки мають бажання відпочити протягом туру, а й дізнатися щось нове про історію та культуру споживання вина» [2, с.56]. Однак, поширюється такий специфічний вид туризму як виноробний туризм, який є «симбіозом пізнавальної програми, пов'язаної з вивченням вирощування та збирання винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, а також відвідуванням визначних пам'яток цього регіону» [3, с.29]. На наш погляд, виноробний туризм дає в практичному сенсі більше можливостей ніж винний туризм для розвитку туристичних дестинацій, зокрема, в Одещині.

На жаль, на сьогодні винні тури недостатньо широко представлені на українському туристичному ринку, і далеко не всі туристичні компанії можуть запропонувати даний турпродукт саме на території України. В наукових дослідженнях таких українських вчених як Д.І. Басюк, Т.І. Божук, О.Л. Михайлюк, С.Г. Нездоймінов та ін. розглядаються в комплексі проблеми у формуванні і розвитку сфери виноробства, культури споживання вина, винного туризму та поширення різноманітних винних турів в регіонах України, в тому числі у порівнянні з іншими країнами світу.

Виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є

виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноградарсько-виноробної продукції. Саме поняття «винний тур» пов'язане з відвідуванням виноробних регіонів, де в залежності від програми туру, подорож можуть супроводжувати цікаві події та екскурсії. Це може бути участь у винних фестивалях, огляд стародавніх замків, відвідування багатовікових виноградників, льохів, дегустація місцевих вин, спілкування з майстрами-виноробами, вечерея за давніми традиціями, відвідування центрів винотерапії та навіть театралізовані дійства у винних підвалах [4, с.34-35].

В Україні є низка регіонів, в яких вдало поєднується географічні, екологічні, кліматичні, культурні та політичні умови для вирощування винограду та виробництва вин. У цих регіонах повинні бути організовані винні тури. Найперспективнішими регіонами для винного туризму є: АР Крим, Причорноморський регіон (Одеська, Миколаївська та Херсонська області) та Закарпатська область.

Як можна побачити на сайті асоціації «Виноградарі та винороби України» [5], Одещина є одним з лідерів з вирощування винограду; на Одеський регіон припадає виробництво біля 50% всіх вин, які є в Україні. Серед найбільших виробників виноробної продукції в Одеському регіоні є такі підприємства: ТОВ "ПТК Шабо", яке виробляє 20 млн. пляшок на рік; виноробне господарство князя М.П. Трубецького, що виробляє 550 тис. пляшок на рік; АТ "Коблево", з обсягом виробництва 25 млн. пляшок на рік; ТМ "Вина Гулієвих", яка випускає 2 млн. пляшок на рік; виноробний комплекс "Шато Чизай", що також виробляє 2 млн. пляшок на рік та інші приватні виробництва.

ТОВ "Промислово-торговельна компанія «Шабо»" з торговою маркою SHABO увійшла у 2020 році до ТОП-25 в рейтингу кращих виробничих компаній-роботодавців України. ТОВ "ПТК Шабо" також в останні роки займає провідну позицію у переліку компаній-виробників в рейтингу «Сумлінні платники податків» на рівні держави та регіону, як підприємство, яке більше всього сплатило податків. Відрахування компанії до бюджету за період з 2010

року по 2020 рік зросли майже в 30 разів. Так, у 2008 році сума податків становила 17,3 млн грн, за 6 місяців 2020 року – 243,7 млн грн.

Види діяльності, що здійснює завод Шабо, такі:

- Оптовий і роздрібний продаж продукції заводу.
- Послуги для корпоративних клієнтів: брендування дерев'яних пеналів, індивідуальна етикетка.
- Екскурсії по заводу Шабо.
- Ресторанне обслуговування (ресторан «Шабське подвір'я») [6].

ТОВ "ПТК Шабо" є активним учасником у планах організації життєвих та побутових питань села Шабо, в якому розташований завод. Керівництво підприємства веде продуману соціальну політику, сама є організатором та приймає участь в різних соціальних ініціативах.

Один з важливих соціальних проєктів ТОВ "ПТК Шабо" – це створення у 2009 році Центру культури вина «Шабо» (ЦКВ Шабо). Його мета – дати можливість кожному бажаючому особисто побачити, де створюються благородні напої та відчути себе частиною українського виноробства. ЦКВ Шабо визнаний відкриттям десятиліття в сфері туризму, названий культурною спадщиною Європи і включений в європейську карту музеїв вина. Щорічно його відвідують десятки тисяч туристів. У Центрі впевнені – українці мають право пишатися національними винами. Робота компанії полягає в тому, щоб забезпечити це право.

Організаційна структура ЦКВ Шабо доволі розгалужена. Центр очолює начальник сектору розвитку культури вина. Він є головуєчим ЦКВ Шабо та до його обов'язків входить координація усіх ланок, які приймають участь в розробці та наданні послуг ЦКВ Шабо. Начальник цього сектору координує екскурсійну та гастрономічну частини екскурсій. Також він взаємодіє з усім заводом Шабо та приймає участь у розробці маркетингової політики заводу, що стосується поширення культури вина серед потенційних клієнтів. До штату ЦКВ Шабо також входять: адміністратори екскурсій та дегустаційного залу, фахівці з організації дозвілля – гіді, екскурсоводи, гіді-перекладачі та деякі

інші. Біля території заводу Шабо розміщено ресторан грузинської та європейської кухні «Шабське подвір'я», до якого запрошують гостей ЦКВ Шабо. Керує рестораном адміністратор, у якого у підпорядкуванні штат ресторану, а саме: офіціанти, кухари, прибиральниці.

ЦКВ Шабо має статус не прибуткової організації. Але програми екскурсій, які викладено на сайті та їхня вартість дає можливість говорити про приблизний рівень річного доходу ЦКВ Шабо біля 30 млн. грн, хоча з початком воєнних дій кількість відвідувань Центру скоріше значно скоротилась.

ГО ЦКВ Шабо пропонує наступні види екскурсій:

1) Стандарт, вартість екскурсії – 400 грн. Це найбільш затребуваний вид екскурсії, що проводиться Центром тричі на день.

2) Екскурсія з дегустацією, вартість якої становить – 480 грн.

3) VIP-екскурсія, що включає й програму стандарту й дегустацію; вартість екскурсії – 1 000 грн.

4) Екскурсія з дегустацією комплексна вартістю 1450 грн.

Працівники ЦКВ Шабо підходять до розробки та проведення екскурсій з високим рівнем відповідальності. Всі екскурсійні програми розробляються за основними вимогам до технології створення і організації екскурсій, мають високий рівень якості, та, звідси, користуються попитом у споживачів, що можна побачити завдяки багаточисленним позитивним відгукам на сайті Центру [7].

В Україні сформувалася потужна ресурсна база для проведення винних турів її регіонами. Натомість, на сьогодні, можна визначити певні труднощі в організації їх впровадження та просування на туристичному ринку. Так, можна виділити низку проблем у просуванні українських винних турів на світовий ринок, зокрема, на виноробних підприємствах Одеського регіону, а саме:

– недосконалість у державному регулюванні та ліцензуванні діяльності у виноробному бізнесі;

– нераціональне використання ресурсного потенціалу регіону за напрямом винний, виноробний туризм;

- низький рівень поінформованості туристичного бізнесу про тури подібні винним;
- винні тури скоріше туристичний продукт немасовий і специфічний, вони переважно цікаві суто спеціалістам – сомельє або людям, пов'язаним із готельно-ресторанним бізнесом;
- відсутність узгодженої маркетингової діяльності у сфері винного, виноробного туризму, продуманого брендингу основних та споріднених туристичних продуктів та ін.

Таким чином, Одеський регіон має значні ресурси для організації виноробного туризму, як одного з нових напрямів у спеціалізованому туризмі. Одещина як найбагатший на виноград і вино район, має свої природні та соціально-економічні умови формування. Це, в першу чергу, відомі виноробні підприємства, в тому числі, такі як завод «Шабо» та спеціально створений Центр культури вина «Шабо» – перший в Україні соціальний проєкт, що має на меті підвищення культури вживання вина. Для ефективного розвитку виноробного туризму в Одеському регіоні та в Україні в цілому необхідно створення державою таких умов, щоб підприємства подібні «Шабо» могли конкурувати та пропонувати кращі винні тури на різних рівнях, а в подальшому й в інші країни світу. Також дуже важливо підтримувати представників малого та середнього бізнесу як у сфері виноградарства та виноробства, так й у сфері туризму.

### **Список використаних джерел**

1. Офіційна статистика Всесвітньої туристичної організації. URL: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
2. Басюк Д.І., Бадещенкова К.С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/basjuk4.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk4.htm)
3. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Науковий вісник ОНЕУ. 2013. Вип. 1. С. 29-41.

4. Москаленко Д.М., Сильчук Т.А., Зуйко В.І. Розширення інноваційних послуг у сфері гостинності. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 58-2. С. 33-37. URL: [http://bses.in.ua/journals/2020/58\\_2\\_2020/8.pdf](http://bses.in.ua/journals/2020/58_2_2020/8.pdf)
5. Асоціація "Виноградари та винороби України". Офіційний сайт. URL: <http://awwu.org.ua>
6. Офіційний сайт компанії Шабо. URL: <https://shabo.ua>
7. Офіційний сайт Центру Культури вина Шабо. URL: <https://shabo.ua/czentr-kulturi-vina>

**Балабан А. Г.**  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна  
*Науковий керівник – ст. викладач кафедри  
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*  
**Павлоцький В. Я.**

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ТА СПЕЦИФІКА МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Туризм відіграє важливу роль в економіці, приносячи значні доходи, створюючи робочі місця, стимулюючи розвиток інфраструктури. В Україні ця галузь має великий потенціал завдяки багатим природним та історико-культурним ресурсам, що може стимулювати зростання економіки через збільшення валютних надходжень, відкриття нових підприємств, покращення інфраструктури у регіонах. Маркетинг відіграє ключову роль в успішному функціонуванні сучасних туристичних підприємств, адже дозволяє ефективно реагувати на динамічні зміни ринку та задовольняти потреби споживачів. Попри схожість базових принципів з іншими галузями економіки, маркетинг у сфері туризму має низку характерних особливостей.

Туристичний продукт являє собою комплексне поєднання матеріальних і нематеріальних складових (за оцінками, 75% послуг і 25% товарів). Його споживання відбувається безпосередньо в місці виробництва чи надання послуг в конкретній ситуації та обстановці [1, с. 225]. Закон України «Про туризм»