

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний економічний університет

***Організаційно-економічні засади
повоєнного відновлення сфери туризму та
розвитку дестинацій Півдня України***

Монографія

За загальною редакцією І.В. Давиденко, О.Л. Михайлюк

Київ 2026

УДК: 332.122:338.23 (477.7)''366''

DOI: <https://doi.org/10.32782/978-617-8181-85-7>

О64

Рекомендовано до друку Вченою радою Одеського національного економічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол N8 від 19.05.2026р.).

Рецензенти:

Костецька К.О., доктор економічних наук, старший дослідник відділу економічного регулювання природокористування ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»

Черчик Л. М., доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту Волинського національного університету імені Лесі Українки

Беспалов В.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та міжнародної логістики ОНЕУ

Давиденко І.В., Михайлюк О.Л.

О64 Організаційно-економічні засади повоєнного відновлення сфери туризму та розвитку дестинацій Півдня України : монографія /За заг. ред. І.В. Давиденко і О.Л. Михайлюк К.: ФОП Гуляєва В.М., 2026. 320 с.

ISBN 978-617-8181-85-7

У монографії досліджуються теоретичні та практичні аспекти розвитку туристичних дестинацій. Аналізуються світовий і регіональний досвід відновлення туристичної мобільності та інфраструктури туризму у повоєнний період. Наводиться аналіз інноваційних підходів до бренд-менеджменту туристичних дестинацій. Розглядаються приклади організації стартапів у туристичній сфері України. Надається методика верифікації та ідентифікації кластерів міського рецептивного туризму. Пропонуються економічні механізми відновлення та розвитку туристичної інфраструктури дестинацій Півня України.

Видання буде цікавим працівникам сфери туризму, рекреації, гостинності; студентам та аспірантам вищих навчальних закладів.

ISBN 978-617-8181-85-7

УДК: 332.122:338.23 (477.7)''366''

Давиденко І.В., Михайлюк О.Л., Герасименко В.Г.©., 2026

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	7
 <i>Давиденко І.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0009-0003-2212-7408</i>	
РОЗДІЛ 1. ВИКОРИСТАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ	9
1.1. Види і типи туристичних дестинацій	9
1.2. Стратегічні альянси для співпраці в туристичній дестинації	12
1.3. Європейський досвід розвитку туристичних дестинацій	15
1.4. Критерії Глобальної ради сталого туризму (GSTC) для забезпечення умов розвитку туристичних дестинацій	20
1.5. Стратегії цифровізації в туризмі Європи	23
 <i>Шикіна О.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0001-5294-3367</i>	
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЯХ	33
2.1. Теоретичні підходи до аналізу розвитку туристичних дестинацій на засадах інтеграції	33
2.2. Організаційно-економічні механізми інтеграції у сфері туризму	39
2.3. Горизонтальні та вертикальні моделі інтеграції ринку туристичної діяльності	42
2.4. Мережеві форми кооперації суб'єктів туристичного ринку	45
2.5. Destination Management Organization (DMO) як інтеграційно-коопераційна модель управління	51
2.6. Сучасний стан розвитку туристичних дестинацій України	53
2.7. Оцінка потенціалу впровадження інтеграційних процесів	57
 <i>Харенко Д.О., кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0001-7978-3287</i>	
<i>Каламан О. Б., доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0001-5586-7654</i>	
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	63
3.1. Теоретико-методологічні засади інноваційного бренд-менеджменту туристичних дестинацій	63
3.2. Інституційні, цифрові та аналітичні механізми формування бренду туристичної дестинації	68

3.3. Стійкість, автентичність, гастрономія та подієві практики як ціннісне ядро бренду туристичної дестинації 73

3.4. Відновлювальне брендування туристичних дестинацій та авторська модель для Одеської області 78

Михайлюк О.Л., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0003-4857-4129

РОЗДІЛ 4. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТАРТАПІВ У РЕГІОНАЛЬНІЙ СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ 90

4.1. Роль стартапів у розвитку туристичної діяльності 90

4.2. Аналіз стартап екосистеми туристичної сфери України 95

4.3. Переваги, невдачі та ризики роботи стартапів 96

4.4. Перспективні стартап-проекти у туристичному бізнесі України .. 98

4.5. Особливості перспективних стартапів Півдня України 100

Герасименко В.Г., кандидат економічних наук, професор, професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0002 7281-4949

Михайлюк О.Л., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0003-4857-4129

Павлоцький В.Я., старший викладач, старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0001-9999-265X

РОЗДІЛ 5. ІДЕНТИФІКАЦІЯ УТВОРЕННЯ КЛАСТЕРІВ РЕЦЕПТИВНОГО ТУРИЗМУ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ 120

5.1. Сутність та характер функціонування кластерів рецептивного туризму 120

5.2. Кластеризація як чинник розвитку туристичних дестинацій 126

5.3. Методи верифікації утворення туристичних кластерів 135

5.4. Методика ідентифікації кластерів міського рецептивного туризму із використанням даних про сплачений туристичний збір 143

Нездоймінов С.Г., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0002-7349-596X

Шинкаренко Л. В., кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0003-3819-9003

Шинкаренко В. М., кандидат фізико-математичних наук, доцент, доцент кафедри статистики та математичних методів в економіці, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0002-4388-3494

РОЗДІЛ 6. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ НА ПІВДНІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ 156

6.1. Науково-теоретичні засади управління повоєнним розвитком регіонального туризму 156

6.2. Аналіз територіальних ресурсів післявоєнної відбудови та сталого розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ на півдні Одеського регіону 163

6.3. Оптимізаційна модель територіального туристичного маршруту «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» 173

***Бедрадіна Г.К.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0930-3780>*

***Мостова К.А.**, доктор філософії, старший викладач, старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0002-6394-9497*

РОЗДІЛ 7. ШЛЯХИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ. 185

7.1. Програмні моделі розвитку туристичного бізнесу в повоєнний період 185

7.2. Обґрунтування організаційно-економічних заходів відновлення туристичної галузі України у повоєнний період 199

***Нєчева Н.В.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6869-3219>*

РОЗДІЛ 8. ТРАНСФОРМАЦІЯ КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ DESTИНАЦІЙ ПІВДНЯ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ 211

8.1. Передумови трансформації курортного комплексу DESTИНАЦІЙ Півдня України 211

8.2. Світовий досвід трансформації курортів у період відновлення. . . 215

8.3. Повоєнні виклики та нові функції курортів Півдня України . . . 220

8.4. Інфраструктурна відбудова та модернізація курортного комплексу 224

***Галасюк С.С.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0001-6512-4475*

РОЗДІЛ 9. ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ DESTИНАЦІЙ ПІВДНЯ УКРАЇНИ 231

9.1. Місце України на європейському ринку енотуристичних послуг.	231
9.2. Сучасний стан інфраструктури та комплексу послуг у сфері винного туризму дестинацій Півдня України	240
9.3. Перспективи повоєнного відновлення винного туризму в дестинаціях Півдня України	250

Харенко Д.О., кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0001-7978-3287

Каламан О. Б., доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту організацій, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0001-5586-7654

РОЗДІЛ 10. ДОСЛІДНИЦЬКІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ КУЛЬТУРНО-ГАСТРОНОМІЧНИХ ПОДІЙ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ 257

10.1. Культурно-гастрономічні події у системі розвитку туристичних дестинацій.	257
10.2. Культурно-гастрономічні події як об'єкт наукового аналізу та інструмент розвитку туристичної дестинації.	260
10.3. Науково-методологічні підходи до дослідження культурно-гастрономічних подій.	264
10.4. Міжнародний досвід дослідження культурно-гастрономічних подій у сучасному туристичному середовищі.	268
10.5. Регіональні особливості та перспективи імплементації міжнародного досвіду для Півдня України.	273
10.6. Практичні аспекти використання культурно-гастрономічних подій у розвитку туристичних дестинацій.	277

Захарчук В.Г., кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна ORCID ID: 0000-0003-4739-3828

РОЗДІЛ 11. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ДОСТУПНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ 287

11.1. Концептуалізація доступності та інклюзії в туризмі: сучасний науковий дискурс	287
11.2. Принцип доступності та концепція універсального дизайну як базові засади інклюзивного туризму	291
11.3. Міжнародні стандарти, концептуальні підходи та передовий досвід розвитку доступної туристичної інфраструктури.	298
11.4. Значення державних і регіональних програм у розвитку доступної та інклюзивної туристичної інфраструктури Одеського регіону	306

РОЗДІЛ 9. ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

9.1. Місце України на європейському ринку енотуристичних послуг

Винний туризм є одним із видів туристичного бізнесу, який набирає обертів та швидко розвивається в країнах, що мають відповідні ресурси та інфраструктуру. Дослідження наукових публікацій дозволило з'ясувати, що переважна більшість вчених розглядає винний туризм (енотуризм) не як окреме явище, а з точки зору його приєднання до інших видів туризму, які він доповнює чи сприяє їх подальшому розвитку.

Так, найчастіше винний туризм вивчається у комплексі з гастрономічним та фіксується під назвою «еногастрономічний». Науковці О.О. Любіцева [1], Т. Калина і Є. Рудниченко [2], С.М. Колонтай і С.В. Плетос [3], С.І. Павлюк [4], В. Патійчук і А. Кирик [5], І.В. Поручинська [6] та колективи авторів під керівництвом Д.І. Басюк [7], Н.А. Добрянської [8], П.Т. Колісніченко [9], О.О. Соколовської [10] спільні у думці, що винний туризм – це підвид гастрономічного туризму, який передбачає ознайомлення туристів з історією створення вина та етапами виноробства, сприяє отриманню знань щодо культури споживання та подачі напоїв, а також надає можливість продегустувати разом з вином й інші продукти та страви, традиційні для певної місцевості.

Як важливу складову агротуризму розглядають винний туризм автори Н.О. Аверчева, В.О. Бойко та Л.О. Бойко [11; 12], аргументуючи тим, що енотури сприяють розвитку сільського господарства, збільшують обсяги продажу вина і локальних продуктів, підвищують доходи крафтових виноробень та фермерів. Вчені І.В. Давиденко [13], О.Г. Карташова [14], Н.М. Чорна [15], Н.Є. Паньків [16] доводять, що винний туризм є підвидом подієвого туризму, який передбачає відвідування тематичних закладів (винних підвалів, ярмарків, виставок) та участь у різноманітних подіях (винних фестивалях, конкурсах, збиранні врожаю).

Винний туризм як чинник розвитку екологічного та зеленого туризму розглядається у наукових працях О.Л. Михайлюк [17], В.О. Бойко і Л.О. Бойко [12], які зазначають, що багато винних турів пропонують екологічно чисті варіанти відпочинку, зокрема прогулянки виноградниками і природними місцевостями [12], та орієнтовані на програму, пов'язану з вивченням процесів вирощування і збору винограду, його переробки та подальшою дегустацією готової продукції [17] безпосередньо у виноробній дестинації.

Багатогранність винного туризму та його позитивний вплив на соціально-економічну сферу підкреслюються українськими дослідниками, які:

- вважають його засобом підтримки іміджу країни на світовій арені як місця для культурно-пізнавального та кулінарного туризму [18; 19];
- розглядають винний туризм як одну з форм регіонального туризму, що заснована на відвідуванні різних винних регіонів та виноробних закладів [20];

- зазначають, що енотуризм тісно пов'язаний з локальною ідентичністю та містить в собі культурно-історичні цінності [21];

- акцентують увагу на рекреаційно-лікувальному напрямку винного туризму [12; 19], який ґрунтується на пропозиції послуг косметологічного призначення (застосування вина та продукції виноробства в лікувальних процедурах), а також має корисний вплив на здоров'я та емоційний стан туристів під час екскурсій і дегустацій за умови споживання натуральних вин та продуктів виноградарства.

Підсумовуючи, варто відмітити, що залежно від мети подорожі винний туризм може виступати самотійно, а також бути в комплексі з багатьма іншими видами туризму – такими, як: гастрономічний, агротуристичний, тематичний (подієвий), екологічний, сільський зелений, культурно-пізнавальний, регіональний, діловий (зокрема освітній, науковий), рекреаційно-оздоровчий, лікувальний, винно-розважальний тощо.

Болгарські вчені з Економічного університету м. Варни [22] вважають, що головна роль винного туризму та економічні вигоди від його розвитку полягають у наступному:

- для виробників вина – це форма прямого маркетингу і продажів, недорогий спосіб просування і популяризації продукції виноробства за рахунок залучення різноманітної клієнтської бази;

- для місцевих жителів та територіальних громад – розвиток традиційного сільського господарства, створення нових робочих місць та джерел доходів, підвищення рівня життя (зокрема за рахунок будівництва і модернізації відповідної інфраструктури), збереження місцевих звичаїв і традицій;

- для туроператорів – урізноманітнення і диверсифікація туристичного продукту, підвищення рівня обслуговування, надавання ширшого кола послуг культурно-пізнавального, розважального та дозвілльового характеру (за рахунок дегустацій високоякісних вин, знайомства зі способом життя, традиціями, фольклором, культурою місцевих жителів);

- для дестинації – закріплення іміджу виноробного регіону, привертання уваги до вина, до комплексу туристичних продуктів, подолання сезонності попиту.

Таким чином, винний туризм є реальним драйвером розвитку місцевої економіки в регіонах, які мають сприятливі умови для вирощування винограду, виготовлення різних видів вина, а також цікаві туристам власними традиціями, звичаями та унікальністю. Винний туризм виконує важливу соціальну функцію, створюючи підстави для формування культури споживання вина та якісного проведення відпочинку [23].

З нашої точки зору, винний туризм (енотуризм) – це спеціалізований вид туризму, який полягає у відвідуванні виноградників і виноробень та заснований на використанні відповідної інфраструктури (винних підвалів, виробничих цехів, виноградних плантацій, дегустаційних залів, бутіків винної продукції), наданні комплексу послуг, спрямованих на ознайомлення з процесом виробництва і культурою споживання вина, проведення якісного відпочинку,

просування регіональних винних брендів, локальних продуктів харчування, а також унікальних традицій та звичаїв певної дестинації.

Для більш детального розуміння сутності винного туризму потрібно виявити комплекс послуг, які надаються туристам, бажаючим скуштувати винну продукцію безпосередньо в місці її виробництва. У наукових джерелах представлена інформація про дослідження структури енотуристичних послуг залежно від їх призначення.

Так, колектив авторів (Н.А. Добрянська, Г.О. Саркісян, І.В. Крупіца, К.М. Бирка) [8] поділяють енотуристичні послуги на три групи:

- основні (розміщення, харчування, перевезення);
- додаткові (екскурсії на виноградники, винні підприємства, до спеціалізованих музеїв;
- спа-процедури та винна терапія;
- розважальні – участь у фестивалях, виставках, ярмарках);
- супутні (інформаційне забезпечення, продаж алкогольної продукції та аксесуарів, косметики з використанням виноградних кісточок та винограду).

Науковці А.П. Зарічняк та Х.В. Островська [21], Л.О. Горшкова [19] підтримують подібний поділ енотуристичних послуг на три групи, однак звертають увагу на необхідність їх розмежування за принципом «традиційні» (властиві для туризму взагалі) та специфічні (характерні саме для винного туризму).

З їх точки зору, до основних специфічних послуг належать розміщення у винних готелях, гостьових віллах та будинках виноробів, оселях сільського зеленого туризму; харчування у спеціалізованих винних ресторанах, організація еногастрономічних банкетів.

Додаткові специфічні послуги представлені:

- відвідуванням плантацій виноградників;
- організацією дегустацій вина з місцевих сортів винограду;
- ознайомленням з історією виноробства та технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
- відвідуванням спеціалізованих музеїв та енотек;
- харчуванням в ресторанах з дегустацією вина;
- лікувальним та профілактичним обслуговуванням на основі ампелотерапії та винотерапії;
- участю у винних фестивалях та тематичних святах;
- відвідуванням та участю у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях.

Коло супутніх специфічних послуг включає: придбання традиційних продуктів харчування, устаткування і обладнання для дегустації; зберігання, транспортування, виготовлення вина та інших алкогольних напоїв; доставка продукції виноробства споживачам.

Враховуючи, що винний туризм має яскраво виражену власну спеціалізацію, вважаємо доречним запропонувати наступну класифікацію енотуристичних послуг:

- основні (послуги, які обов'язково мають бути представлені об'єктом винного туризму) – відвідування виноробні, виноробного цеху, винного підвалу; проведення дегустацій вина та екскурсії на виноградники; забезпечення участі у зборі врожаю; продаж продукції у винних бутіках або інших торговельних приміщеннях закладу винного туризму;

- додаткові – розміщення у межах виноробні (в бутік-готелях, садибах виноробів, віллах чи котеджах); харчування в ресторанах, барах або кафе з дегустацією вина у поєднання зі стравами локальної кухні; перевезення електрокарами по території виноробні (до підвалів, на виноградні плантації, до підземних галерей, де зберігається вино); обслуговування у залах для проведення культурно-масових заходів (майстер-класи, тренінги, навчальні програми з тематики виноробства); організація спеціалізованих музеїв вина та енотек; відвідування спа-центрів, орієнтованих на надання послуг лікувально-оздоровчого туризму, заснованому на процедурах з максимальним використанням продукції виноградарства; збереження приватних колекцій у винних льохах; участь у тематичних виставках, ярмарках, фестивалях; проведення різноманітних свят на території дестинації та в інших регіонах;

- супутні – організація відпочинку на природі; оснащення зони для пікніків; послуги дитячого майданчику; інформаційно-консультативне обслуговування; підтримка офіційного сайту виноробні в Інтернеті; провадження активної діяльності в соціальних мережах; відправлення замовлень винної продукції власного виробництва поштою.

Вчені С.В. Іванов, В.О. Домарецький, Д.І. Басюк [24], Л. Жданова [25] відмічають, що винний туризм є складовим елементом двох сфер економіки – виноградарсько-виноробної та туристичної. Для туристичного бізнесу вино слугує провідним чинником привабливості туру, мотивом подорожі, складовою харчування, лікування і розваг. Для підприємств виноробної галузі це один зі способів привернути увагу до своєї торгової марки [24].

Тому варто дослідити інформацію про обсяги виробництва вина та площу виноградних плантацій за кілька років (табл. 9.1), а також виявити лідерів з цих показників серед країн світу (табл. 9.2).

Підрахунок значень показників з табл. 9.1, зроблений на підставі статистичних даних, оприлюднених Міжнародною організацією виноградарства та виноробства, дозволяє констатувати, що протягом досліджуваного періоду (1995-2024 рр.) спостерігається негативна динаміка, яка проявляється у зменшенні обсягів виробництва вина (на 2,53 млрд. л, або на 10,1%), скороченні розмірів ділянок, засаджених виноградними плантаціями (на 757,2 тис. га, або на 9,7%) та зниженні обсягу виробництва вина у розрахунку на 1 га площі виноградних угідь (на 14 л/га, або на 0,4%).

За оцінками фахівців [27], світове виробництво та споживання вина зараз знаходиться на найнижчому рівні, навіть у порівнянні з 1961 роком. Чинники, які впливають на цей процес, наступні:

- зміна кліматичних умов вирощування сировини (заморозки, посухи, зливи, град), які призводять до спалахів хвороб лози, зменшення врожайності та втрати якості винної продукції;

Таблиця 9.1

**Виробництво вина та площа виноградних плантацій у світі
(1995-2024 рр.)**

Рок и	Виробництво вина		Загальна площа виноградних плантацій		Виробництво вина у розрахунку на площу виноградних плантацій	
	Обсяг, млрд л	Зміна значень показників наступного року до попереднього, %	Обсяг, тис. га	Зміна значень показників наступного року до попереднього, %	Обсяг л /га	Зміна значень показників наступного року до попереднього, %
1995	25,09	х	7823,6	х	3207	х
2000	27,69	10,4	7772,4	-0,7	3563	11,1
2005	27,63	-0,2	7714,0	-1,8	3582	0,5
2010	26,29	-4,8	7450,6	-3,4	3529	-1,5
2015	27,83	5,9	7446,1	-0,1	3738	5,9
2020	26,30	-5,5	7352,4	-1,3	3577	-4,3
2024	22,56	-14,2	7066,4	-3,9	3193	-10,7

Створено автором за джерелом [26]

— пандемія коронавірусу, яка створила безліч перешкод для нормального провадження діяльності виноробної галузі (закриття виноробень на тривалий час, хвороби співробітників, фінансові труднощі закладів, порушення логістичних ланцюгів тощо);

- постійне скорочення світової площі виноградних плантацій;
- зростання витрат на виробництво виноробної продукції;
- зниження попиту, особливо через зміну вподобань молоді та перехід її на споживання інших напоїв;
- насиченість ринку продукцією виноробства.

Разом з тим, багато країн світу налаштовані на подальший активний розвиток виноробної галузі та намагаються подолати тимчасові труднощі (табл. 9.2).

Дані, зібрані в табл. 9.2, дозволяють встановити країни, які є лідерами з виробництва вина, володіють найбільшими площами виноградних плантацій та мають високий рейтинг за індексом розвитку туризму і подорожей.

Аналіз даних табл. 9.2 свідчить, що:

— Італія очолила рейтинг країн з виробництва вина у 2024 р. Частка десяти країн-лідерів становить 82,7% світового обсягу з цього показника. Серед регіонів світу найрозвинутішим є Європа, п'ять країн якої виробляють 55,9% загального обсягу винної продукції;

— загальна площа виноградних плантацій, яку займають перші десять країн з виготовлення винної продукції, становить 52,7% в їх світовому масштабі. Більш низький результат цього показника у порівнянні з попереднім пояснюється тим, що не всі країни-лідери мають великі ділянки виноградних угідь. Так, наприклад, Чилі, Австралія, ПАР та Німеччина посідають 11-е, 12-е, 15-е та 18-е місця відповідно за площами виноградників. Не зважаючи на це, вони демонструють високі показники у виробництві вина;

Таблиця 9.2

Рейтинг країн з виробництва вина та розвитку туризму у 2024 році

Країни	Виробництво вина			Загальна площа виноградних плантацій			Розвиток туризму і подорожей	
	Місце у світі	Обсяг, млрд л	Частка у світовому обсязі, %	Місце у світі	Обсяг, тис. га	Частка у світовому масштабі, %	Місце у світі	Індекс
Італія	1	4,41	19,5	4	721,6	10,2	9	4,90
Франція	2	3,61	16,0	2	773,0	10,9	4	5,07
Іспанія	3	3,11	13,8	1	930,0	13,2	2	5,18
США	4	2,11	9,4	6	385,0	5,4	1	5,24
Аргентина	5	1,09	4,8	7	199,9	2,8	49	4,10
Австралія	6	1,04	4,6	12	151,0	2,1	5	5,01
Чилі	7	0,93	4,1	11	166,5	2,4	31	4,33
ПАР	8	0,88	3,9	15	119,9	1,7	55	3,99
Німеччина	9	0,78	3,5	18	103,3	1,5	6	5,00
Португалія	10	0,69	3,1	10	172,9	2,5	12	4,78
Загалом 10 країн		18,65	82,7		3723,1	52,7		
Україна	23	0,07	0,3	34	30,2	0,4	-	н/розр
Увесь світ		22,56	100,0		7066,4	100,0		7,00

Створено автором за джерелами [26; 28]

– США лідирують за інтегральним індексом розвитку туризму і подорожей. Крім цієї країни, до десятки лідерів з цього показника увійшли Іспанія (2 місце), Франція (4), Австралія (5), Німеччина (6), Італія (9), що свідчить про високий рівень розвитку туризму та можливості провадження його різних видів, зокрема, винного;

– в Україні зараз налічується 30,2 тис. га виноградних плантацій (0,4% у світовому масштабі) – це з урахуванням їх скорочення на третину у порівнянні з довоєнним 2021 р. Місце, яке посідає наша держава серед інших країн з виготовлення вина, – 23 (0,3% у світі). Це свідчить про те, що Україна має потужний потенціал для розвитку виноградарства та енотуризму за сприятливих умов.

Щодо індексу з розвитку туризму і подорожей, то впродовж останніх років Україна займала досить низьку позицію в цьому рейтингу – 88 місце у 2015 р. (3,5 бали), 77 місце – у 2019 р. (3,7 бали) [29]. У 2022-2024 рр. Україна не брала участі в дослідженні визначення рівню конкурентоспроможності з розвитку туризму через військові дії на її території. Однак, незважаючи на відсутність в офіційному рейтингу WEF, галузь адаптувалася до умов війни, а, наприклад, у рейтингу Bloom Consulting Country Brand Ranking Tourism Edition 2022-2023, Україна була на 93-му місці у світі.

Подоланням кризових явищ у сфері виноробства та виноградарства займається більшість країн світу. Основні напрямки їх діяльності полягають у наступному [27]:

– біологічні – застосування більш стійких до змін клімату та екстремальних умов сортів винограду; перехід на методи органічного та

біодинамічного вирощування сировини; використання сучасних методів захисту лози від шкідників та хвороб;

- географічні – висаджування виноградників в районах з більш передбачуваними кліматичними умовами;

- технологічні – впровадження захисних покриттів для лози; встановлення систем крапельного зрошення для економії води та її рівномірного розподілу; застосування нових методів іригації й захисту від граду;

- інноваційні – використання дронів для моніторингу стану лози; встановлення метеостанцій; запровадження штучного інтелекту для прогнозування врожаю;

- організаційні – вдосконалення законодавства про виноградарство та виноробство для врегулювання діяльності в цій сфері; організація державної підтримки виноградарів (надання субсидій фермерам);

- маркетингові – зосередження на виробництві вин із унікальним терруаром для приваблювання цінителів з усього світу; посилення позицій локальних вин на внутрішньому ринку; виготовлення та реалізація органічних та біодинамічних вин, які сприймаються як екологічно відповідальні з точки зору складу; сприяння в організації проведення різноманітних виставок, ярмарків, фестивалів вина; зростання популярності винних турів та освітніх заходів, що сприяє підвищенню обізнаності споживачів; просування місцевих марок вин на ринок за рахунок розвитку енотуризму.

Для популяризації туризму на європейському континенті діє спеціальна програма «Культурні маршрути Ради Європи», започаткована у 1987 р., яка спрямована на створення довготривалих проєктів, що сприяють культурному, соціальному та екологічному розвитку. «Культурні маршрути» є частиною розвиненої мережі, яка забезпечує взаємодію між національними, регіональними та місцевими органами влади, широким колом асоціацій та представників бізнесу [30]. Наразі Радою Європи сертифіковано 49 культурних маршрутів на різноманітні теми, які ілюструють природну і культурно-історичну спадщину та демонструють багатогранність сучасної Європи.

Одним із культурних маршрутів Ради Європи є «IterVitis – LesCheminsdelaVigne» («Шлях виноградної лози»), створений у 2009 р. Цей проєкт спрямований на захист сільських ландшафтів, історичних та старовинних виноградників; націлений на провадження галузевих наукових досліджень; орієнтований на підвищення культури споживання вина та розвиток винного туризму [23]. У формуванні означеного винного маршруту беруть участь 23 країни Європейського макрорегіону та Середземномор'я, які представлені такими організаціями [30]:

- центральні органи виконавчої влади у сфері туризму (профільні міністерства, відомства, національні туристичні адміністрації) – Болгарія, Румунія, Ізраїль, Вірменія, Азербайджан, Боснія і Герцеговина;

- регіональні органи влади у сфері туризму – Греція, Ізраїль, Люксембург, Кіпр, Туреччина;

- спеціалізовані асоціації, що працюють під брендом «IterVitis» – Франція, Італія, Іспанія, Велика Британія, Туніс;
- профільні асоціації у сфері туризму – Молдова, Хорватія, Велика Британія, Північна Македонія, Грузія, Ліван, Португалія;
- асоціації виноробів – Греція, Словенія, Туреччина;
- освітні установи (університети) – Чорногорія, Ліван;
- кластери – Україна.

Варто зазначити, що переважна більшість країн-учасниць «IterVitis – LesCheminsdelaVigne» має власні винні маршрути (національні або регіональні), які інтегровані до загальноєвропейської мережі. Однак Україна в цьому проєкті представлена тільки однією організацією – кластером Фрумушика-Нова, та, відповідно, не має цілісного винного маршруту, зареєстрованого та сертифікованого Радою Європи.

Проте окремі туристичні маршрути (які не сертифіковані Радою Європи та діють тільки на локальному рівні в нашій державі) отримали поширення в декількох областях України. Так, першим регіональним маршрутом винного туризму став «Закарпатський туристичний винний шлях» [31], створений у 2008 р. за ініціативи туроператорів, виноробів та місцевих органів влади. Цей регіональний туристичний продукт об'єднав 12 винних підвалів та дегустаційних залів кращих виноробів Берегівського, Мукачівського і Ужгородського районів для прийому й обслуговування відвідувачів з метою популяризації закарпатських вин.

Крім того, за сприяння Проєкту ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» у 2019 р. створено та діє регіональний маршрут «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» на території Одеської області, який об'єднує виробників локальних вин та традиційних харчових продуктів, що надають послуги на власних локаціях і залучені до системи еногастрономічних туристичних маршрутів цієї місцевості. До закладів-учасників цього маршруту належать [32]:

- виноробні підприємства – Центр культури вина «Shabo», виноробня «Kolonist», Болградський виноробний завод («Bolgrad Winery»), Винхол Оксамитне («Villa Tinta»), сімейна виноробня органічних вин «V.Petrov», крафтові вина «Château Locarin», винний льох «Vinaria»;
- кластер «Frumushika-Nova» (вівцеферма, виноробня, організація приймання та обслуговування туристів);
- медово-горіховий кластер Причорномор'я;
- виробники локальних продуктів харчування – бринзарня «Куба-Далеко», еко-ферма «Равлики Бессарабії», сімейне виробництво м'ясних делікатесів «Балканскіястія», виробництво авторських сирів та молочних продуктів «Щедра околиця»;
- заклади харчування з місцевою кухнею (ресторан «Совіньон», кафе «Ларец», «Фрумушика», «Бессарабський дворик»);
- засоби розміщення (готель «Бессарабія», бутік-готель «Zeytun», база відпочинку «Татару», острівна туристична стоянка «Зелена гавань», садиба «Хлебная кышта»).

У мирний час локальний маршрут «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» надавав можливість організовувати певні тури Одещиною:

- одноденні – «Історія та щедрі дарунки Бессарабського краю», «Вилкове з відвідуванням дельти Дунаю», «Фрумушика-Нова – перлина Бессарабії», «Гастрономічні традиції Болграду»;
- дводенні – «Два дні на Дунаї» (Вилкове), «Два дні на Дунаї (Вилкове-Ізмаїл)»;
- триденні – «Смак Української Бессарабії», «Одеса і Бессарабія», «Одеса та Українська Венеція»;
- п'ятиденні тури – «Дорогою вина та смаку Української Бессарабії», «Одеса та Одеська область».

Кожен з маршрутів включає відвідування виноробень, дегустування страв з продукції місцевих фермерів, знайомство з культурою і традиціями краю, організацію дозвілля.

По аналогії із закарпатським та одеським винними шляхами створені й інші громадські спілки, що об'єднують регіональні маршрути, – зокрема на Київщині та Херсонщині. У 2021 р. з'явилась Національна еногастрономічна туристична мережа «Дороги вина та смаку України» [33], основними завданнями якої є:

- розвиток туризму та економіки – стимулювання внутрішнього і в'їзного туризму, популяризація та підвищення конкурентоспроможності регіонів, створення робочих місць, збільшення доданої вартості крафтових продуктів;
- створення мережі – розробка організованих еногастрономічних маршрутів, що об'єднують виноробні та гастрономічні локації з об'єктами інфраструктури (засобами розміщення, закладами харчування, культурно-історичними визначними пам'ятками) в єдину систему з маркуванням;
- розбудова нетворкінгу – налаштування платформи для взаємодії між виробниками, туроператорами та місцевими громадами, формування дієвої мережі для швидкого вирішення питань щодо пошуку партнерських організацій, співпраця між основними стейкхолдерами;
- приєднання до міжнародних структур, які координують розвиток еногастрономічного туризму, – інтеграція України в загальноєвропейську систему географічних назв, що захищає локальних виробників та полегшує вихід на ринок ЄС;
- просування автентичності – презентація традиційних українських винія продуктів харчування, підтримка крафтових виробників та підвищення культури споживання;
- організація та участь у проведенні різноманітних заходів (фестивалів, ярмарок, конференцій) для популяризації еногастрономічного туризму.

В умовах викликів війни робота Національної еногастрономічної туристичної мережі «Дороги вина та смаку України» зосереджена на таких аспектах:

- активізація мережевої взаємодії учасників спільноти;

- виявлення шляхів фінансової та організаційної підтримки діяльності, створення проєктного офісу для роботи з організаціями міжнародної технічної допомоги;
- підтримка місцевих фермерів, які постраждали під час російської військової агресії та продовжують стикатися з нагальними труднощами;
- поширення інформації про досвід спротиву окупантам та відновлення діяльності локацій у звільнених районах;
- просування еногастротуристичного потенціалу України в рамках міжнародних зустрічей та туристичних виставок;
- створення електронного реєстру продукції учасників «Дороги вина та смаку України» з метою презентації туроператорам в Україні і за кордоном для формування попиту на майбутні еногастрономічні подорожі.

Варто зазначити, що з 1 січня 2026 р. в нашій державі починають діяти оновлені правила для виробників винограду та виноробної продукції на підставі удосконалення норм Закону України «Про виноград, вино та продукти виноградарства» [34], що встановлює сучасні вимоги до вирощування винограду, виробництва, маркування та обігу вина, які сприятимуть захисту географічних назв, пов'язаних з певною місцевістю, кліматом та традиціями виробництва, суттєво наближаючи українську систему до європейських стандартів. Цей Закон відкриває нові можливості для українських регіонів, які мають давні виноробні традиції. Захищені географічні назви стають важливим інструментом для просування локальних продуктів, формування впізнаваних брендів та зміцнення конкурентних позицій українських вин на світовому ринку [35].

Таким чином, навіть в сучасних умовах повномасштабної війни Україна намагається зробити все можливе для вдосконалення виноробної галузі, відродження туристичної активності та просування автентичних еногастрономічних продуктів і маршрутів на внутрішньому і міжнародному ринках.

9.2. Сучасний стан інфраструктури та комплексу послуг у сфері винного туризму DESTINATION Півдня України

Для аналізу і систематизації інформації про стан інфраструктури та комплекс надаваних послуг у сфері енотуризму розглядатимуться такі DESTINATION Півдня України, як Одеська, Миколаївська та Херсонська області, які мають сприятливі умови та відповідну базу для організації винних турів.

Відомості про основні виноробні Півдня України представлені в табл. 8.3, в якій заклади певних DESTINATION презентуються на підставі їх рейтингу з виробництва вина (в тис. пляшок/рік), починаючи з найбільшого (по аналогії з табл. 8.2, яка містить показники по країнах-лідерах цієї галузі у світі).

Аналіз даних табл. 9.3 дозволяє стверджувати, що:

- головними районами зосередження виноробень на Одещині є Одеський, Болградський, Білгород-Дністровський та Ізмаїльський райони; на

Миколаївщині – Миколаївський та Вознесенський; на Херсонщині – Херсонський та Бериславський райони;

Таблиця 9.3

Відомості про основні виноробні Півдня України

Виноробні	Рік заснування	Виробництво вина на рік		Площа виноградних плантацій		Розташування (район області)
		тис. пляшок	%	га	%	
Одеська область						
Prestige Group	2016	39000	55,8	1500	14,42	Одеський
Shabo	2003	15000	21,5	1250	12,02	Білгород-Дніст
GrandeVallée (Vintrest)	2004	8000	11,5	140	1,35	Одеський
Bolgrad Winery	1901	6000	8,60	5000	48,06	Болградський
Ізмаїльський винзавод	1949	400	0,57	1200	11,54	Ізмаїльський
VillaTinta	1998	400	0,57	550	5,27	Болградський
ННЦ «ІВіВім. Таїрова»	1905	300	0,43	500	4,81	Одеський
Kolonist	2005	300	0,43	72	0,69	Болградський
DonAlejandroWinery	2005	220	0,32	14	0,13	Одеський
ChâteauPinot	2019	40	0,06	60	0,58	Ізмаїльський
ChâteauLacarin	2007	30	0,04	10	0,10	Білгород-Дніст.
OdesosWinery	2019	30	0,04	0	0	Одеський
ManzulWinehouse	2012	25	0,04	6	0,06	Одеський
Frumushika-Nova	2006	20	0,03	10	0,10	Болградський
V.Petrov	2003	15	0,02	76	0,73	Білгород-Дніст.
Vinaria	2017	10	0,01	1,5	0,01	Ізмаїльський
Shevino	2012	8	0,01	0,5	0,01	Одеський
KyrnychkyWinery	2021	2	0,01	10	0,10	Ізмаїльський
Vinopion	2019	2	0,01	3	0,03	Болградський
Разом		69802	100	10403	100,0	
Миколаївська область						
Koblevo	1982	20000	99,2	2000	98,38	Миколаївський
BeykushWinery	2010	75	0,37	11	0,54	Миколаївський
FalkoWinery	2015	40	0,20	5	0,25	Миколаївський
OlbioNubo	2013	26	0,13	10	0,49	Миколаївський
BabchukWinery	2004	13	0,06	1	0,04	Вознесенський
SteppeWines	2012	7	0,03	6	0,30	Миколаївський
Разом		20161	100	2033	100,0	
Херсонська область						
StoicWinery	1896	600	90,3 7	200	74,07	Бериславський
Château Kurin	2011	60	9,03	70	25,93	Херсонський
Klara Marsala	2015	4	0,60	0	0	Херсонський
Разом		664	100	270	100,0	
Разом – Південь України		90627	75,5	12706	42,1	
Загалом в Україні		120000		30200		

Створено автором за джерелами [36-63]

– дестинації Півдня України забезпечують щонайменше 75,5% всієї виноробної продукції країни та займають 42,1% загальної площі виноградних

плантацій (ці дані стосуються тільки тих виноробень, по яких є офіційна інформація, тому вони вважаються мінімально можливими);

- основний виноробний регіон Півдня України й, напевно, всієї країни, – Одещина, в якій зосереджено щонайменше 34,4% відомих виноградних угідь та вироблено майже 60% виноробної продукції;

- переважна більшість невеликих виноробень Півдня України була створена у 2000-2010-х роках, а потужних виноробних заводів – значно раніше, в минулому столітті. Це вказує на розвиток крафтового виноробства, підкреслюючи його автентичність та інтерес для туристів;

- лідерами Півдня України, обсяг виноробної продукції яких перевищив 1 млн. пляшок на рік, є такі: Prestige Group (39 млн.), який володіє ТМ «Odesa» та ТМ «Французький бульвар», Koblevo (20 млн.), Shabo (15 млн.), GrandeVallée (8 млн.) та Bolgrad Winery (6 млн.). Ці компанії мають значні потужності для виробництва вина та його реалізації, однак вони також беруть участь у енотуристичних маршрутах та займаються організацією екскурсій і дегустацій;

- виноробні, які виготовлять по декілька сотень тисяч пляшок вина на рік (200-600 тис.), – це: StoicWinery (600 тис.), VillaTinta (400 тис.), Національний науковий центр «IBiB ім. Таїрова» (300 тис.), Kolonist (300 тис.), DonAlejandroWinery (220 тис.). StoicWinery – сучасна назва (з 2023 р.) єдиного історичного шато України, колишнього «Виноробного господарства князя П.М. Трубецького» на Херсонщині, яке на початку війни було пограбовано та частково знищено. Територія виноградників дотепер залишається замінованою і перебуває в зоні активних обстрілів, що унеможлиблює роботу на них. Туристичний комплекс шато, який включав приміщення виноробні, виробничі цехи, підвали, дегустаційний зал, готель та ресторан, зараз не використовується, але керівництво виноробні сподівається відновити роботу цього закладу за сприятливих умов. Не зважаючи на труднощі, виноробня StoicWinery працює та запустила лінійку вин DniproHills, які виробляються на потужностях ChâteauPinot, розташованого в Одеській області;

- справжні крафтові виноробні Півдня України, які мають невеликий обсяг продукції (від 2 до 75 тис. пляшок/рік), знаходяться в Одеській та Миколаївській областях. Розмір ділянок, засаджених їх виноградниками, варіюється від 0,5 до 70 га. Але саме такі маленькі заклади намагаються бути активними учасниками ринку енотуристичних послуг, проводячи дегустації та екскурсії до підвалів і на виробництво для всіх бажаючих (за попереднім замовленням). Багато з них експериментують з інноваційними технологіями у виноробстві, впроваджують авторські концепції, застосовують біодинамічні методи, пропагують ідеї органічного виробництва вина;

- на жаль, деякі виноробні Херсонщини зараз не мають можливості працювати на повну потужність, приймати енотуристів через військові дії поряд зі своєю територією або через її часткову окупацію. Це спричинило закриття таких закладів, як Château Kurin (через зруйнування виноробні та всіх господарчих приміщень), Klara Marsalai AskanoValley (бренд винопродукції від кон'ячного заводу «Таврія» [64], які знаходяться в зоні окупації;

– в Одеській області діють декілька виноробних підприємств, які працюють за «моделлю негоціанта», тобто не мають власних чи орендованих виноградних угідь, закупають виноматеріали у сторонніх фермерських господарств та займаються вініфікацією (процесом створення вина), користуючись послугами інших виноробень. До таких виноробних закладів належать: OdesosWinery (обсяг виробництва вина – 30 тис. пляшок/рік), Leleka Wines [65] та 46 Parallel Wine Group [66]. І якщо OdesosWinery досить активно працює в Одесі (вважається першою в Україні виноробнею міського формату), приймає туристів, проводить екскурсії та дегустації, то останні два підприємства зосереджені на роботі в інших регіонах, зокрема, в Києві. Так, Leleka Wines закупає виноград в Південній Бессарабії, розлив вина запроваджує на виробничих потужностях ПрАТ «Одесавинпром» (який раніше належав компанії, що до 2021 р. виробляла «Вина Гулієвих»), має головний офіс «Wine Discovery Selection» в Києві, а дегустації проводить у виїзному форматі (в ресторанних закладах Києва, Одеси, Львова та Вінниці). Інше виноробне підприємство – 46 Parallel Wine Group – наприкінці 2024 р. увійшло до складу компанії Big Wines, яка є частиною міжнародного холдингу Vinosde La Luz. З того часу 46 ParallelWine Group змінила стратегію – почала купляти виноградні плантації в Бессарабії, відновлювати старі виноградники на Миколаївщині та будувати власну виноробню в Київській області, щоб відповідати міжнародним стандартам;

– серед виноробних підприємств Одещини виділяється Ізмаїльський винзавод, який має велику ділянку виноградних угідь (1200 га) та володіє виробничими потужностями, які спроможні виготовляти понад 400 тис. пляшок вина на рік. Однак зараз це підприємство виставлено на аукціон для приватизації. В період активної діяльності цей завод був орієнтований тільки на випуск готової продукції, не проводив дегустації напоїв та екскурсії на виробництво, тому й не вважався закладом енотуризму.

На підставі наукових праць вчених [12; 15; 21; 67], фахових джерел [32; 68; 69; 70], сайтів виноробень [36-63] та власних спостережень [23] з'ясовано, що в інфраструктурі винного туризму можна виділити декілька основних груп:

- виноробна інфраструктура (виноробні, виноградними, цехи, винні підвали, склади, дегустаційні зали);
- інфраструктура розміщення (бутік-готелі, спа-готелі, вілли, глемпінги та інші типи розміщення на виноробні або на маршруті);
- інфраструктура харчування (бари, ресторани з винною картою та еногастрономічною пропозицією);
- інфраструктура культурно-розважальних і ділових заходів (музеї вина; кінозали для демонстрації фільмів про процес створення вина; зали для проведення різноманітних ділових та науково-популярних заходів, майстер-класів; спеціалізовані фірми з організації фестивалів, конкурсів, виставок, конференцій, аукціонів, форумів, присвячених вину);
- торговельно-дегустаційна інфраструктура (енотеки, винні бутіки при виноробнях, магазини з продажу вин та продукції виноробства, зокрема, лікувальної, косметичної продукції тощо);

- інфраструктура для біологічного відновлення організму (приміщення для надання спа-послуг з використанням продукції виноробства);
- освітня інфраструктура (науково-дослідні установи, які здійснюють дослідження з виноробства та проводять просвітницькі дегустації та екскурсії щодо популяризації культури споживання вина);
- організатори винних турів (туроператорські компанії, які розробляють програми винних турів, та турагентства, які займаються їх реалізацією).

Центральне місце в інфраструктурі винного туризму посідає виноробня, яка може поєднувати майже всі перераховані вище елементи. Для дослідження сучасного стану інфраструктури винного туризму Півдня України було обрано 27 виноробень, які розташовані в трьох областях – Одеській (18), Миколаївській (6) та Херсонській (3, з яких наразі працює лише одна) (табл. 8.4).

Для збору інформації про інфраструктуру винного туризму Півдня України нами були визначені певні об'єкти та приміщення, які зазвичай мають входити до складу виноробень (на підставі вивчення міжнародного досвіду з цього питання [23]). Відомості про заклади винного туризму Херсонської області стосуються їх довоєнного періоду.

Аналіз даних табл. 9.4 свідчить, що:

- практично всі досліджувані виноробні мають виробничі цехи та підвали, а також дегустаційні зали або альтанки (виняток – ChâteauPinot, де дегустації проводяться на «бочках», тобто безпосередньо у винному погребі); наявність винного бутіку, магазину або іншої торговельної точки з продажу продукції власного виробництва також притаманна усім виноробням;
- заклади ресторанного господарства (ресторани, кафе, бари) не знайшли суттєвого поширення у складі виноробень Півдня України. Так, із 27 досліджуваних закладів винного туризму тільки 8 (30%) мають ресторани для приготування та популяризації локальних кулінарних страв;
- засоби розміщення фактично присутні в структурі трьох виноробень – Frumushika-Nova (садиби в етностилі, а також стилізовані приміщення під різноманітні будинки – рибалки, лісника, егеря, мисливця); Beykush Winery (бутік-готель «Villa Beykush» – комплекс з п'яти екобудинків, названих на честь вин цієї виноробні: Arbina, Alvarinho, Malbec, Tempranillo і Kara Kermen); Steppe Wines, колишня Slivino Village (номери «люкс» та «стандарт» для проживання). Ще два заклади розміщення в мирний час були у складі Шато князя П.М. Трубецького (Stoic Winery), але ця виноробня зараз не працює на прийом відвідувачів. Château Kurin знищена під час російської військової агресії;
- приміщення для проведення різноманітних заходів фактично представлені тільки у складі двох виноробних підприємств – ННЦ «IBiB ім. Таїрова» (зал для організації конференцій, наукових читань, дегустацій та навчання), Frumushika-Nova (зал для корпоративних зустрічей, семінарів та конференцій). На виноробні StoicWinery подібний зал не використовується в сучасних умовах;

Таблиця 9.4

Складові інфраструктури винного туризму Півдня України

Назва об'єктів винного туризму	Виробничий цех	Підвали	Дегустаційний зал / альтанка	Ресторан	Винний бар	Винний бутік	Готель	Зал для культурно-масових заходів	Спа-центр / басейн	Винний льох для приватних заходів	Музей	Зона для відпочинку
Одеська область												
Prestige Group	•	•	•			•						
Shabo	•	•	•			•				•	•	
Grande Vallée	•	•	•			•						
Bolgrad Winery	•	•	•			•						
Villa Tinta	•	•	•	•		•						
ННЦ «IBiB ім. Таїрова»	•	•	•			•		•		•	•	
Kolonist	•	•	•	•		•						
DonAlejandroWinery	•	•	•			•						
Château Pinot	•	•				•						
Château Lacarin	•	•	•			•						
Odesos Winery	•	•	•			•						
Manzul Winehouse	•	•	•			•						
Frumushika-Nova	•	•	•	•	•	•	•	•			•	
V. Petrov	•	•	•			•						•
Vinaria	•	•	•			•						
Shevino	•	•	•			•						•
Kyrnychky Winery	•	•	•			•						
Vinopion	•	•	•			•						
Миколаївська область												
Koblevo	•	•	•			•					•	
Beykush Winery	•	•	•	•		•	•					
Falko Winery	•	•	•			•						
Olbio Nubo	•	•	•			•						
Babchuk Winery	•	•	•			•						
Steppe Wines	•	•	•	•		•	•					
Херсонська область												
Stoic Winery	•	•	•	•	•	•	•	•		•		
Château Kurin	•	•	•	•		•	•					•
Klara Marsala	•	•	•	•		•						
Загальна кількість об'єктів інфраструктури	27	27	26	8	2	27	5	3	0	3	4	3
Частка в загальній кількості, %	100	100	96	30	7	100	19	11	0	11	15	11

Створено автором за джерелами [36-39; 41-63]

— музеї та інші об'єкти культурно-історичного інтересу входять до структури чотирьох виноробних закладів – Shabo (Центр культури вина з музейною частиною про історію виноробства, експозиціями, лабіринтом та двома кінозалами для демонстрації науково-популярних фільмів про

виноградарство), ННЦ «ІВіВ ім. Таїрова» (музей історії виноградарства і виноробства України), Frumushika-Nova (кілька музеїв, об'єднаних у великий етнографічний комплекс під відкритим небом: «Бессарабське село», краєзнавчий музей, парк скульптур, музей сільгосптехніки та унікальний музей колодязів), Koblevo (міні-музей у вигляді арт-галереї);

- винний льох для збереження приватних колекцій вин є у Shabo та ННЦ «ІВіВ ім. Таїрова». З колишнього Шато князя П.М. Трубецького вся колекція вин була вивезена під час окупації;

- зони для відпочинку на власній території пропонують дуже мало виноробень – зокрема, V.Petrov та Shevino;

- приміщення лікувально-оздоровчого та спортивного призначення повністю відсутні у складі досліджуваних закладів винного туризму.

Таким чином, найбільш поширеними об'єктами інфраструктури виноробень Півдня України є: виробничі цеха, винні підвали, приміщення для торгівлі власною продукцією (100% від загального обсягу) та дегустаційні зали (96%). Третина виноробень має заклади ресторанного господарства, кожне п'яте підприємство (19%) створює умови для розміщення гостей. Тільки 15% виноробних закладів – потужні заводи Shabo і Koblevo, науково-виробнича установа ННЦ «ІВіВ ім. Таїрова» та кластер Frumushika-Nova (єдиний заклад, який представляє Україну в європейській організації «IterVitis – LesCheminsdelaVigne») – створили музеї для популяризації виноробства та виноградарства. Кожен десятий заклад (11%) може запропонувати зали для проведення різноманітних заходів (науково-популярного і ділового призначення) та винні льохи для збереження приватних колекцій (зазвичай, наявність таких приміщень можуть дозволити собі тільки потужні підприємства). Нажаль, жодна з виноробень Півдня України не створила спа-центри та лікувально-оздоровчих приміщення для популяризації косметичної продукції, виробленої з винограду, що є сучасним трендом у світі.

Комплекс послуг, надаваних виноробнями Півдня України, представлений в табл. 9.5.

На підставі аналізу даних табл. 9.5 з'ясовано, що:

- основні сервісні функції усіх виноробень Півня України – це організація дегустацій вина та надання торговельних послуг зі збуту продукції власного виробництва;

- екскурсії до підвалів здійснюють 25 виноробень (93% від їх загальної кількості), до виробничих цехів – 22 заклади (81%), на виноградники – 18 (67%);

- деякі виноробні пропонують послуги харчування в закладах ресторанного господарства, інші – під час виїзних заходів. Прикладом можуть служити такі виноробні: Vinorion – проводить спільні дегустації вина з локальними кулінарними стравами в партнерстві з місцевим виробником сирів «Щедра околиця», Klara Marsala – до повномасштабного вторгнення займалась організацією турів для гурманів (включно з дегустацією вина, равликів та місцевих делікатесів) під час прогулянок на яхтах по Дніпру;

- третина виноробень влаштовує різноманітні майстер-класи

Таблиця 9.5

Комплекс послуг, надаваних виноробнями Півдня України

Назва виноробень	Екскурсії			Організація заходів				Інші види обслуговування				
	в підвали	в цеха	на виноградники	дегустай	ділових та культурно-масових заходів	майстер-класів	фестивалів	харчування	проживання	торгівля напоями на території підприємства	спортивно-оздоровчі послуги	відвідування музеїв
Одеська область												
Prestige Group				•						•		
Shabo	•	•		•	•	•				•		•
GrandeVallée	•	•	•	•						•		
Bolgrad Winery	•	•	•	•			•			•		
VillaTinta	•	•	•	•			•	•		•		
ННЦ «IBiB ім. Таїрова»	•			•	•					•		•
Kolonist	•	•	•	•		•	•	•		•		
DonAlejandroWinery	•	•		•						•		
ChâteauPinot	•		•	•						•		
ChâteauLacarin	•	•	•	•						•		
OdesosWinery	•	•		•						•		
ManzulWinehouse	•	•		•			•			•		
Frumushika-Nova	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•
V.Petrov	•	•	•	•		•				•		
Vinaria	•			•						•		
Shevino	•	•	•	•		•				•		
KyrnychkyWinery				•						•		
Vinopion	•	•		•						•		
Миколаївська область												
Koblevo	•	•	•	•						•		•
BeykushWinery	•	•	•	•		•		•	•	•		
FalkoWinery	•	•	•	•						•		
OlbioNubo	•	•	•	•			•			•		
BabchukWinery	•	•	•	•						•		
SteppeWines	•	•	•	•			•	•	•	•		
Херсонська область												
StoicWinery	•	•	•	•	•			•	•	•		
Château Kurin	•	•	•	•		•		•	•	•		
Klara Marsala				•		•		•				
Загальна кількість пропонуванних послуг	25	22	18	27	4	8	7	8	5	27	0	4
Частка в загальній кількості, %	93	81	67	100	15	30	26	30	19	100	0	15

Створено автором за джерелами [36-39; 41-63]

(гастрономічні, мистецькі, освітні, розважальні) для презентації власної продукції та підвищення інтересу до культури споживання вина. Так, в Shabo діє школа сомельє; Kolonist проводить «Wine&Art» (поєднання живопису та

вина), а також професійні демонстрації процесів виноробства; BeykushWinery спеціалізується на флористичних майстер-класах та експериментальних дегустаціях; багато виноробів запрошують відвідувачів взяти участь у зборі врожаю;

– кожна четверта виноробня займається організацією фестивалів на власній території. Наприклад, SteppeWines проводить локальні заходи, зокрема «Зустріч осені» та фестиваль причорноморських вин; Olbio Nubo влаштовує свято молодого вина у стилі давньої Греції; Villa Tinta запрошує гостей на фестиваль зі збору врожаю та традиційної тисняви ягід в чанах; Frumushika-Nova щорічно проводить Wine Fest у жовтні, а також гастрономічні події – Дні бессарабської кухні. Практично усі виноробні є учасниками фестивалів, які проводяться на Півдні України, – Bolgrad Wine Fest (проводиться у листопаді на День винороба), OdesaWine Festival (у жовтні), Odessa Wine Week (на початку літа), День Одеського чорного (травень), Свято молодого вина «Ольвійські ленеї» тощо.

На жаль, деякі послуги (розміщення, біологічного відновлювання організму за рахунок використання цілющих властивостей винограду та виноградних кісточок, спортивно-оздоровчі та розважальні) дотепер не отримали поширення на виноробнях Півдня України.

Для розвитку винного туризму важливо мати реальну інформацію про наявні виноробні, їх стан, комплекс надаваних послуг та участь у різноманітних заходах. Це потрібно для всіх учасників ринку еногастрономічних послуг – туроператорів, партнерів, органів виконавчої влади, туристів. Тому необхідно простежити, яким чином виноробні рекламують власні послуги в мережі Інтернет. В якості джерел для збору даних задіяні GoogleMaps (з рейтинговою оцінкою у 5 балів максимально), а також соціальні мережі Instagram та Facebook (табл. 9.6).

На підставі вивчення інформації щодо позиціонування виноробень Півдня України в Інтернет-просторі встановлено, що:

– в GoogleMaps практично усі виноробні мають оцінки «добре» в діапазоні 4,0-4,9 бали. Найвищу оцінку (4,9 бали) отримали виноробні Kolonist, OdesosWinery, ManzulWinehouse за достатньою кількістю відгуків (від 113 до 130), найнижчу оцінку (4,0 бали) – V.Petrov (основна причина невдоволення клієнтів – відсутність чіткого графіку роботи та неможливість потрапити на виноробню без попередньої домовленості). Можна припустити, що саме ті виноробні, які отримали велику кількість відгуків на Google Maps, мають і коректні оцінки за якість обслуговування, виражені в балах. Тому в рейтингу популярності серед відвідувачів лідирують виноробні заклади: Shabo (5074 відгуків), колишнє Шато князя П.Н. Трубецького (983), ННЦ «ІВіВ ім. Таїрова» (497), Frumushika-Nova (481), Prestige Group (424);

– в Instagram лідерами за кількістю підписників є Koblevo (19400), Shabo (14900), GrandeVallée (9832), BeykushWinery (9535), Frumushika-Nova (9015). У рейтингу за кількістю публікацій про події виноробства та енотуризму перші позиції посідають Koblevo (1137 публікацій), Shabo (982), Frumushika-Nova (953), Kolonist (907), GrandeVallée (847);

Таблиця 9.6

Позиціювання виноробень Півдня України в Інтернет-просторі

Назва виноробень	Google		Instagram		Facebook	Офіційний сайт (є, немає, тимчасово не працює)
	Загальна оцінка	Кількість відгуків	Кількість підписників	Кількість публікацій	Кількість підписників	
Одеська область						
Prestige Group	4,6	424	132	45	68	є
Shabo	4,7	5074	14900	982	16000	є
GrandeVallée	4,4	57	9832	843	4200	є
Bolgrad Winery	4,2	114	761	54	11000	є
VillaTinta	4,3	96	1825	424	2400	є
ННЦ «IBiB ім. Таїрова»	4,6	497	1341	105	2200	є
Kolonist	4,9	120	6956	907	25000	є
DonAlejandroWinery	4,1	13	1214	260	1100	є
ChâteauPinot	-	-	2681	193	301	є
ChâteauLacarin	4,6	108	-	-	3900	немає
OdesosWinery	4,9	113	1427	145	-	є
ManzulWinehouse	4,9	130	315	21	-	немає
Frumushika-Nova	4,4	481	9015	953	3900	є
V.Petrov	4,0	18	420	91	-	є
Vinaria	4,7	86	672	73	1100	не працює
Shevino	4,8	67	1199	136	1400	немає
KyrnychkyWinery	4,4	7	89	32	1700	немає
Vinopion	-	-	-	-	993	немає
Миколаївська область						
Koblevo	4,2	185	19400	1137	87000	є
BeykushWinery	4,8	54	9535	630	18000	є
FalkoWinery	-	-	1784	34	-	немає
OlbioNubo	4,9	8	414	17	-	немає
BabchukWinery	-	-	434	1	-	немає
SteppeWines	4,8	46	4730	358	2600	немає
Херсонська область						
StoicWinery	4,6	983	6512	348	470	немає
Château Kurin	-	-	14500	485	3000	не працює
Klara Marsala	4,9	51	1985	88	777	не працює

Створено автором за джерелами [36-39; 41-63; 71], а також за даними офіційних сторінок виноробень в Instagram та Facebook

– у Facebook найбільше підписників виявлено у Koblevo (87000), Kolonist (25000), Beykush Winery (18000), Shabo (16000), Bolgrad Winery (11000). Найнижчі показники у Prestige Group (68) та ChâteauPinot (301);

- офіційні сайти є у 14-ти виноробних закладів; у 10 виноробень їх немає взагалі, у трьох – не працюють (у Vinaria – з невідомих причин, а також у Château Kurin і Klara Marsala – через війну);

- деякі виноробні взагалі не представлені на Google Maps: ChâteauPinot, Vinopion, Falko Winery, Babchuk Winery та відшукати їх досить складно. Не мають сторінок в Instagram такі заклади: ChâteauLacarin (інформацію можна знайти тільки у Facebook на особистій сторінці власника виноробні), Vinopion. Неприсутні на Facebook: OdesosWinery, Manzul Winehouse, V.Petrov, Falko Winery, Olbio Nubo, Babchuk Winery.

Таким чином, дестинації Півдня України (особливо Одещина) мають сприятливі природно-географічні та кліматичні умови для провадження виноробної діяльності, володіють достатніми площами виноградних плантацій. Для виробництва вина та просування енотуристичних послуг існує певна інфраструктурна база, до складу якої входять як великі підприємства (заводи, холдинги), так і маленькі виноробні сімейного типу, які спроможні виготовляти якісні крафтові вина. Через російську військову агресію деякі заклади вимушені припинити свою роботу (зруйновані під час обстрілів, знищені ракетно-дроновими атаками, знаходяться на тимчасово окупованих територіях). Проте ті виноробні, які розташовані подалі від суцільної небезпеки, намагаються працювати й підтримувати розвиток свого бізнесу та пропонувати послуги енотуристам, що підтверджується присутністю виноробних закладів в Інтернет-просторі та активністю деяких з них.

9.3. Перспективи повоєнного відновлення винного туризму в дестинаціях Півдня України

Повномасштабне російське вторгнення створило численні проблеми в соціально-економічній сфері України, зокрема, у виноробній галузі: площа виноградних плантацій суттєво зменшилась; виноробні заклади, розташовані поблизу лінії фронту й на окупованих територіях, не працюють або перебувають на межі виживання; логістичні ланцюги порушені; склади готової продукції підірвані або знаходяться під обстрілами; найбільший склозавод з виготовлення тари для розливу вина зазнав значних пошкоджень та руйнувань. Блекаути та перебої з постачанням води і опалення, перехід на альтернативні види енергії примножують існуючі труднощі. Відчувається значний дефіцит кадрів через мобілізацію та виїзд працівників за кордон. Обмеження на переміщення та суцільна небезпека, зменшення обсягів туризму (особливо в'їзного), зміна споживчих пріоритетів у воєнний час та зниження купівельної спроможності населення призводять до скорочення попиту на винні тури. Проте, не зважаючи на такі складні випробування, виноробна галузь України живе та намагається відновлюватися завдяки сумлінній праці виноробів.

В умовах сьогодення основний фокус державної підтримки виноробів має бути спрямований на:

- надання грантів і фінансової допомоги для провадження операційної діяльності та придбання ділянок для вирощування винограду;

- пільгове кредитування для залучення коштів на розвиток виноробних господарств та зміцнення їх енергостійкості;
- спрощення умов для роботи малих крафтових виноробень, зокрема зменшення податкового навантаження;
- впровадження системи якості винної продукції та визначення її приналежності до певного теруару, заснованої на моделі захищених географічних назв українських вин на міжнародному ринку (у даний час до Державного реєстру ЗГН включено дванадцять назв вин, з яких шість знаходяться на тимчасово окупованій території АР Крим («Сонячна Долина», «Новий світ», «Золота Балка», «Меганом», «Балаклава», «Магарач»), а інші шість зареєстровані в Закарпатській (Закарпаття/Закарпатське вино) та Одеській областях («Шабаг», «Аша-абаг», «Ялпуг», «Придунайська Бессарабія», «Білгород-Дністровський»).

Для вдосконалення державної політики України щодо розвитку виноробства та винного туризму в повоєнний час пропонуємо зробити низку кроків:

- створити національний орган влади, що буде займатися реалізацією комплексу програм для просування вина та, відповідно, координувати свої дії зі сферою туризму для організації винних маршрутів і розробки енотурів;
- ідентифікувати унікальні можливості всіх виноробних регіонів країни щоб зробити їх центрами винного туризму з акцентом на автентичність та неповторність;
- розробити національний винний маршрут та подати його на реєстрацію та сертифікацію до Ради Європи як складової IterVitis;
- вдосконалити законодавчу базу України щодо розвитку виноробства і винного туризму та максимально наблизити її до норм і вимог, запроваджених в країнах Європейського Союзу;
- забезпечити розбудову, відновлення та вдосконалення інфраструктури загального користування – ліній електропередач, тепло-, газо-, водопостачання та водовідведення, автодоріг державного та місцевого значення, систем зв'язку;
- ефективно використовувати маркетингові інструменти просування продукції вітчизняного виноробства на внутрішньому та світовому ринках;
- застосовувати інноваційні технології для створення єдиної національної цифрової платформи для винного туризму з актуальними маршрутами, інформацією про виноробні, сервіси онлайн-бронювання та пропозиціями відвідування культурно-історичних визначних пам'яток;
- стимулювати виробників українських винних брендів до участі в міжнародних виставках, а також до здобуття нагород на різноманітних іміджевих конкурсах та заходах;
- заохочувати виноробів до виготовлення вина з автохтонних сортів винограду, характерних для певної місцевості, що завжди цікавить іноземних та вітчизняних туристів;

- сприяти створенню галузевих асоціацій виноробів та представників туристичного бізнесу для отримання синергетичного ефекту в обох сферах економіки;

- проводити моніторинг сучасного стану ринку винного туризму та позиціонування виноробних закладів в його структурі;

- регулярно проводити статистичні спостереження та аналітичні дослідження щодо стану виноробної галузі України та туристичної діяльності, зокрема у сфері винного туризму, для негайного вирішення можливих проблем і визначення тенденцій розвитку.

На підставі вивчення законодавчих документів і фахової літератури, дослідження місця України на європейському ринку енотуристичних послуг, систематизації та аналізу інформації про інфраструктуру та комплекс послуг, надаваних виноробнями, розташованими в Одеській, Миколаївській та Херсонській областях, вважаємо доцільним запропонувати певні напрямки повоєнного відновлення винного туризму в DESTINATIONАХ Півдня України:

- розроблення регіональних стратегій розвитку DESTINATIONАЙ винного туризму та програм удосконалення сфери виноробства;

- просування концепції «зроблено в регіоні» за підтримки системи захисту географічних назв у виноробній галузі;

- створення регіональних еногастрономічних маршрутів у південних областях України;

- застосування кластерного підходу для організації співпраці певних суб'єктів туристичної та виноробної галузей економіки;

- заохочення підприємців до відкриття засобів розміщення і закладів харчування, організації транспортного сполучення для забезпечення потреб туристів при відвідуванні південних DESTINATIONАЙ;

- модернізація обладнання та приміщень виноробень відповідно до сучасних вимог;

- підготовка кадрів для виноробної й туристичної галузей в регіональних закладах вищої освіти та організація підвищення кваліфікації персоналу;

- рекламування об'єктів та DESTINATIONАЙ винного туризму, а також винних турів місцевими органами влади на внутрішньому та міжнародному ринках;

- підсилення маркетингової діяльності виноробень у соціальних мережах;

- постійне оновлення інформації на офіційних сайтах об'єктів винного туризму;

- застосування зворотного зв'язку із замовниками виноробної продукції, партнерами, туроператорами та туристами;

- впровадження інноваційних технологій та традиційних методів щодо виготовлення вин, характерних для теруару певної місцевості;

- сприяння розвитку органічного та біодинамічного виноробства для підвищення якості вина та приваблювання певних категорій туристів – поціновувачів екологічних методів виготовлення вина;
- поширення відомостей про автентичність продукції об'єктів винного туризму;
- відкриття шкіл сомельє, різноманітних курсів винних експертів для підвищення культури споживання вина;
- участь виноробень Півдня України в організації та проведенні винних і гастрономічних фестивалів, в яких вина поєднуються зі стравами традиційної кухні;
- створення туроператорами авторських турів на певні виноробні та реалізація їх туристам безпосередньо або через турагентську мережу;
- включення природних об'єктів та культурно-історичних визначних пам'яток до програм енотуристичних маршрутів;
- розроблення виноробнями презентаційних турів та проведення дегустацій в ресторанах для поширення відомостей про унікальність власної продукції;
- впровадження віртуальних винних турів [72] за допомогою платформ Zoom, Google Meet тощо для ознайомлення з виноробнями та проведення дистанційних дегустацій їх продукції, надісланої клієнтам заздалегідь, що має призводити до обізнаності споживачів в асортименті та якості вина й спонукатиме їх до реальних візитів у майбутньому;
- розширення спектру послуг на виноробнях, зокрема, з організації розміщення, харчування, відпочинку;
- застосування лікувально-оздоровчих процедур (ампело- та енотерапія) і косметологічних послуг, заснованих на цілющих властивостях вина, листя та кісточок винограду;
- створення додаткових об'єктів інфраструктури на виноробнях для зацікавлення туристів та розширення клієнтури – відкриття засобів розміщення, закладів харчування з національною кухнею та місцевою винною картою, приміщень для біологічного відновлення організму, зокрема, спасалонів, які використовують продукцію виноробства.

Таким чином, комплекс заходів, пропонується для використання на рівнях центральної і регіональної влади, а також безпосередньо у закладах виноробної галузі, має створити умови для повоєнного відновлення винного туризму в DESTINATIONАХ Півдня України.

Література

1. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 24. С. 93-99. http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_24_15
2. Калина Т., Рудніченко Є. Сучасні засади розвитку еногастрономічного туризму в Одеській області. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024. № 1. С. 386-391. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-326-61>
3. Колонтай С.М., Плетос С.В. Особливості розвитку еногастрономічного туризму в Україні на прикладі Одеського регіону. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 52. С. 141-145. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastructure52-25>

4. Павлюк С.І. Перспективи післявоєнного розвитку гастрономічного туризму в Миколаївській області. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2025. Вип. 49, С. 170-176. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V49\(2025\)-23](https://doi.org/10.31521/modecon.V49(2025)-23)
5. Патійчук В.О., Кирик А.О. Особливості сучасного розвитку винного туризму в Молдові. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Рекреаційна географія та географія туризму. 2019. Вип. 1 (385). С. 97-105. URL: <http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/16122>
6. Поручинська І.В. Світові винні бренди як фактор розвитку винного туризму. Географія та туризм: матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди (28 лютого 2024 р., м. Харків) / за заг. ред. П.І. Лоцмана. Харків: ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2024. С. 427-431. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/25228>
7. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / [колектив авторів] за наук. ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і Ко», 2017. 316 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/26819>
8. Добрянська Н.А., Саркісян Г.О., Круніца І.В., Бирка К.М. Аналіз міжнародного ринку енотуристичних послуг. 2022. Економіка харчової промисловості. Том 14. № 1. С. 80-85. URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v14i1.2271>
9. Колісниченко П.Т., Гурська М., Гомон П.О. Розвиток винного туризму у країнах Центральної Європи. Вісник ПДАУ (Економіка, управління та фінанси). 2025. Вип. 3. С. 27-32. URL: <https://doi.org/10.32782/pdau.eco.2025.3.4>
10. Соколовська О. О., Радченко А. Е., Пащенко А. О. Упровадження міжнародного досвіду в розвиток винного туризму в Україні. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. Харків: ДБТУ, 2024. Вип. 2 (36). С. 174-190. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/61549>
11. Аверчева Н.О., Бойко В.О., Бойко Л.О. Сімейні винарні як основа європейської інтеграції галузі виноробства України. Економіка АПК. 2019. Вип. 12. С. 61-69. URL: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201912069>
12. Бойко В.О., Бойко Л.О. Винні тури як складова агротуризму. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. Вип. 12. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-12-01>
13. Давиденко І.В. Специфіка розвитку винного туризму / 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 [та ін.]. Одеса: Астропринт, 2013. С. 224-239. URL: <https://dspace.oneu.edu.ua/handle/123456789/2289>
14. Карташова О.Г. Соціально-економічні умови розвитку та просування туристично-винних кластерів в Україні. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2020. Вип. 2. С. 151-159. URL: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.2.19>
15. Чорна Н.М. Винний туризм в Україні: потенціал та тенденції розвитку. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. С. 161-166. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastructure67-28>
16. Паньків Н.Є. Сучасні тенденції розвитку подієвого туризму на Закарпатті. Вісник Хмельницького національного університету: науковий журнал. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 5. Т. 1. С. 125-135. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5\(1\)-21](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-21)
17. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2013. Вип. 1 (181). С. 29-41. URL: <https://dspace.oneu.edu.ua/handle/123456789/1088>
18. Любченко В.В., Титарєва В.І. Винний туризм в Україні. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 26-27.11.2024 р. : у 2 ч. Ч. 1. Харків : НТУ «ХП», 2024. С. 538-540. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/86509>

19. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 17. Ч. 1. С. 68-71. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumtevscg_2018_17\(1\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumtevscg_2018_17(1)_17)
20. Нездоймінов С.Г. Локальний кластер винного туризму як фактор територіального розвитку. Адміністративно-територіальні та економічно-просторові кордони регіонів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 19-20.03.2020 р. Київ: КНЕУ, 2020. С. 350-354
21. Зарічняк А.П., Островська Х.В. Винний туризм: дефініція, основні компоненти та особливості. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». 2022. № 23. С. 42-46. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.23.12.2022.03>
22. Специализирани видове туризъм: учебник. 2-ро прераб. и доп. издание / Г.И. Рафаилова, С.Н. Кидиева, З.И. Тодорова, С.И. Пляков, С.К. Недева. Икономически университет – Варна: Издателство «Наука и икономика», 2022. 316 с.
23. Галасюк С.С. Сучасний стан інфраструктури винного туризму: досвід Молдови та України. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 79. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-122>
24. Винний туризм: підручник для студентів вищих навчальних закладів / С.В. Іванов, В.О. Домарецький, Д.І. Басюк та ін. Кам'янець-Подільський: ФОП О.В. Сисин, 2012. 472 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/6236>
25. Жданова Л., Чернявська Т. Стратегічні перспективи регіонального розвитку виноробства та енотуризму в Україні. перспективи розвитку території: теорія і практика: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 18-19.11.2021 р. Харків: ХНУМН ім. О.М. Бекетова, 2021. С. 128-130. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/60651>
26. The International Organisation of Vine and Wine. OIV Statistics Database. URL: <https://www.oiv.int/what-we-do/statistics>
27. Виробництво вина у 2024 році: ключові тренди та виклики. URL: <https://nataliiawines.com.ua/ua/vyrobnytstvo-vyna-u-2024-rotsi-kliuchovi-trendy-ta-vyklyky>
28. Travel&Tourism Development Index 2024. URL: <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024>
29. Калина Т.Є., Арзуманян Т.Ю. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права: Всеукраїнський науковий журнал. 2024. Вип. 4. С. 90-94. URL: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-4-17>
30. The European Federation Iter Vitis. URL: <https://itervitis.eu>
31. Закарпатський винний шлях Закарпатський винний шлях. URL: http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_vino
32. Дорога вина та смаку Української Бессарабії. URL: <https://tour.tic.in.ua/doroha-vyna-smaku>
33. Дороги вина та смаку України. URL: <https://www.facebook.com/WineTastyUkraine>
34. Закон України «Про виноград, вино та продукти виноградарства». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3928-20#Text>
35. Держспоживслужба України: з 1 січня 2026 року набуває чинності новий Закон України «Про виноград, вино та продукти виноградарства». URL: <https://dpss.gov.ua/news/z-1-sichnia-2026-roku-nabuvaie-chynnosti-novyi-zakon-ukrainy-pro-vynohrad-vyno-ta-produkty-vynohradarstva>
36. ТОВ «Престиж Компані Груп» (Prestige Group). URL: <https://prestige-group.odessa.ua>
37. ГО «Центр культури вина Шабо» (Shabo). URL: <https://shabo.ua>
38. ТОВ «Гранд Вале» (GrandeVallée). URL: <https://grandevallee.com.ua>
39. ПрАТ «Харчовик» (Bolgrad Winery). URL: <https://bolgrad.wine>
40. ПрАТ «ІВЗ» (Ізмаїльський виноробний завод). URL: <https://ivz.com.ua>

41. ТОВ «Винхол Оксамитне» (VillaTinta). URL: <https://villatinta.com.ua>
42. ДП Національний науковий центр «Інститут виноградарства і виноробства імені В.Є. Таїрова» НААН України (ННЦ «IBiB ім. В.Є. Таїрова»). URL: <https://www.tairov.org.ua>
43. ТОВ «Велес» (Kolonist). URL: <https://kolonist.com.ua>
44. ТОВ «Виноробня «Дон Алехандро» (DonAlejandroWinery). URL: <https://donalejandro.com.ua>
45. ТОВ «Шато-Піно» (ChâteauPinot). URL: <https://Château-pinot.com>
46. ПП «Лакарен» (ChâteauLacarin). URL: <https://www.facebook.com/lacarin.christophe>
47. ТОВ «Виноробня Одесос» (OdesosWinery). URL: <https://odesos.wine>
48. ФОПМанзул Е.Л. (ManzulWinehouse). URL: https://www.instagram.com/manzul_family
49. ТОВ «Виробничо-комерційна фірма «Фрумущика-Нова» (Frumushika-Nova). URL: <https://frumushika.com>
50. ФГ «Перлина Струмка» (V.Petrov). URL: <https://vporganicwine.com>
51. ФОППольшаков В.Р. (Vinaria). URL: <https://www.facebook.com/vinariawinecellar>
52. ТОВ «Шевино» (Shevino). URL: <https://www.instagram.com/she.vino>
53. С(Ф)Г «Ніва» (KyrnychkyWinery). URL: <https://www.facebook.com/p/Виноробня-Курнички>
54. ТОВ «Винопiон» (Vinopion). URL: <https://www.facebook.com/urij.grekov.78560>
55. АТ «Коблево» (Koblevo). URL: <https://www.koblevo.ua>
56. ТОВ «БейкушВайнері» (BeykushWinery). URL: <https://beykush.com>
57. ПП «Фалько» (FalkoWinery). URL: https://www.instagram.com/falko_winery
58. ТОВ «Ольвія Нова» (OlbioNubo). URL: https://www.instagram.com/olbio_nubo
59. ФОПБабчук Л.М. (BabchukWinery). URL: <https://www.instagram.com/babchukwinery>
60. ПП «Степ Вайнері» (SteppeWines, колишнійSlivinoVillage). URL: https://www.instagram.com/steppe_wines
61. ТОВ «С-Вайн» (StoicWinery, колишнє Виноробне господарство князя П.М. Трубецького). URL: <https://www.instagram.com/stoicwinery>
62. ТОВ «Ресторація Курінь» (Château Kurin). URL: <https://www.facebook.com/Châteaukurin>
63. Klara Marsala. URL: <https://www.instagram.com/klaramarsala>
64. AskanoValley. URL: <https://www.facebook.com/CognacTavria>
65. ТОВ «ВайнДіскаверіСелекшн» (LelekaWines). URL: <https://leleka.wine>
66. ТОВ «46 Паралель Вайн Груп» (46 паралель). URL: <https://46parallel.wine>
67. Нагурна Н.А., Куриленко Ю.М. Дослідження ринку виноробства України як інфраструктури для винного туризму. Інновації та технології в сфері послуг та харчування. 2024. № 3 (13). С. 101-105. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.15](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.15)
68. Спецпроект Серцевина. URL: <https://theheartofwine.com/map-of-ukrainian-wineries>
69. Плачкова А. Винний туризм в Україні активно розвивається. URL: <https://zruchno.travel/News/New/2543?lang=ua> (дата звернення: 15.10.2025).
70. Асоціація крафтових виноробів Причорномор'я. URL: <https://www.facebook.com/p/Асоціація-крафтових-виноробів-Причорномор'я>
71. Google Maps. URL: <https://maps.google.com>
72. Беженар І.М. Віртуальні винні тури та дегустації як засіб стратегії сталого розвитку виноробної галузі. Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції у 2-х частинах, 15.10.2024. Частина 2. Київ: Інтерсервіс, 2024. С. 788-793