

Горшкова Л. О.
асистент кафедри менеджменту і туризму
Житомирського державного технологічного університету

Horshkova L. O.
Assistant to the Department of Management and Tourism
Zhytomyr State Power Engineering University

РОЗВИТОК ВИННОГО ТУРИЗМУ ЯК СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ВИДУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

SITE OF WINE TOURISM YAK SPECIALIZED TYPE OF TOURIST DIALOGUE

Анотація. У статті розглянуто сучасні підходи до визначення поняття «винний туризм» як спеціалізованого виду туристичної діяльності. Досліджено особливості формування спеціалізованого туристичного продукту. Наведено характеристики туристичного продукту, з огляду на особливості кожного виду основних, додаткових та супутніх послуг. Охарактеризовано особливості проведення винного туризму в аспекті організації винних турів, за критерієм мети подорожі.

Ключові слова: винний туризм, спеціалізований туристичний продукт, винний тур, дегустація, винні фестивалі.

Постановка проблеми. Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм – тематичний вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією виробництва та культурою споживання вин у певному регіоні та їх дегустацією безпосередньо у виробника.

Винний туризм є важливим елементом двох галузей – виноградарсько-виноробної та туристичної. Для туристичної індустрії вино є суттєвим фактором привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг. Для виноробних підприємств винний туризм є одним зі способів привернути увагу до своєї торгової марки, завоювати довготривалу прихильність споживача, який познайомився із запропонованою винною колекцією, а також збільшити обсяги прямих продажів у дегустаційних залах та винних підвалах [4, с. 111].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями у сфері виноробства, культури споживання вина та винного туризму займалися закордонні вчені, а саме: Д. Гетс, Р. Паркер, Д. Ріджвей, Г. Мельтцер, П. Мейл та ін. У дослідженнях вітчизняних науковців Д.В. Баглей, О.О. Любцевої, Р.В. Матюшенко, Т.І. Божук розглядаються питання поділу винного туризму за критеріями мети та технології організації подорожі. Вивченням питань міжнародного досвіду організації винного туризму, класифікацією винних турів залежно від смаків та вподобань подорожуючих займаються Д.І. Басюк, С.В. Іванов, В.В. Матвеев, О.Л. Михайлюк, В.О. Патійчук та ін.

Мета статті полягає у вивченні та узагальненні теоретичних аспектів розвитку винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відзначимо, що в українській туристології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму, вживаються терміни «винний туризм», «виноробний туризм», «дегустаційний туризм», «вінно-гастрономічний туризм», «ено-гастрономічний туризм» та «енотуризм».

Часто зустрічаються терміни «пивні тури», «віскі-тури». Окремі фахівці розглядають винний туризм як вид хоббі-туризму (Т.І. Божук, Л.А. Прокопчук), тематичного гастрономічного туризму (С.В. Іванов, В.О. Патійчук), спеціалізованого туризму (Д.І. Басюк, К.С. Бадещенкова).

У дослідженнях іноді можна зустріти визначення «алко-туризм» і «п'яний туризм» – подорож у будь-яку географічну місцевість для розпиття спиртних напоїв.

На думку Т.І. Божук та Л.А. Прокопчук, які у своїх працях досліджують поняття винного туризму, – це спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю вина безпосередньо у виробника. Він включає відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів, підвалів та ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; відвідування винних фестивалів; відвідування інших спеціалізованих заходів. Також винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні [3, с. 172].

З точки зору В.О. Патійчук, винний туризм – це туристичні подорожі, пов'язані з відвідуванням різних місць виробництва, винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні [8].

О.Л. Михайлюк визначає виноробний туризм як симбіоз пізнавальної програми, пов'язаної з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, з відвідуванням визначних пам'яток виноробного регіону. Автор зазначає, що це спеціалізований туризм, що стоїть на стику розважального та зеленого туризму [7, с. 31].

Винний туризм може трактуватися як відвідування виноградників, винних заводів, винних фестивалів для дегустації та придбання вина [8].

Зарубіжні дослідники вважають, що в основі моделі винного туризму лежить інтерес до вина, який мотивований привабливою місцевістю та можливістю дегустації. Культурний пейзаж виноградної плантації, пам'ятки архітектури, мальовничі села, замки, шато, виноробні заводи, особлива атмосфера спілкування з людьми, які закохані у вино, феєричні свята і багата палітра смаків під час дегустації – це важливо і для туристів, і для виробників вина, які приймають ділові рішення щодо організації винного туру.

На основі узагальнення основних наукових підходів автором пропонується визначення винного туризму як спеціалізованого виду туризму, який пов'язаний з озна-

йомленням з історією, технологією та культурою споживання вина в певному регіоні та його дегустацією безпосередньо у виробника.

Винний туризм як комплексний туристичний продукт включає набір основних, додаткових і супутніх послуг. З огляду на особливості кожного виду туризму, вони можуть бути традиційними і специфічними (табл. 1).

Аналізуючи таблицю, можемо сказати, що основними послугами в туризмі є транспортне обслуговування, проживання і харчування. Специфічність даних послуг у винному туризмі проявляється у виборі винних готелів, традиційних садіб виноробів, відвідуванні ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина, участі у еногастрономічних трапезах тощо.

Традиційними додатковими послугами у винному туризмі є організація екскурсій до місцевих туристичних об'єктів, послуги гідів-перекладачів, послуги з прокату туристичного спорядження, торговельне обслуговування тощо. Крім традиційних послуг, існують спеціалізовані види туризму, які включають специфічні додаткові послуги. Додаткові послуги у винному турі – це:

- відвідування плантацій виноградників, дегустація місцевих сортів винограду;
- ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
- ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та енотек;
- відвідування дегустаційних залів та підвалів, дегустація вин, коньяків, інших видів алкогольної продукції;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина;
- участь у винних фестивалях та тематичних святах;
- відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах.

Якщо розглядати винний туризм за критерієм мети подорожі та технології організації, то винні тури поділяються на [4, с. 69]:

- культурно-пізнавальні;
- рекреаційно-оздоровчі;
- винний сільський зелений та агротуризм;
- винно-розважальні тури;
- ділові, у тому числі освітні та наукові.

З дослідження можемо сказати, що винні тури культурно-пізнавального змісту, передбачають ознайомлення

з традиціями виноградарства, оригінальною технологією виноробства, асортиментом вин місцевого виробництва та їх дегустацією, вивчення історії винного промислу, пам'яток життя і діяльності видатних виноробів, відвідування музеїв, виставок, енотек тощо. Найчастіше до програми туру входить пізнавальна екскурсія до виноградників, на підприємства, що мають технологічні лінії виготовлення різних видів вино-коньячної продукції (ігристих вин, хересу, мадери, коньяків), а також участь у тематичних культурних подіях, наприклад у святі виноробства.

Найбільш поширеною формою винного туризму є екскурсії на виноробні підприємства з дегустацією вин у дегустаційних залах. Тут можна спробувати вина та коньяки з гарантією якості та автентичності. Під час екскурсій відвідувачі дізнаються багато цікавої інформації про вина регіону, історію виноробства, отримують навички правильного споживання вина. Туристам пропонують ознайомитися з технологічним процесом виробництва, спуститися в підвали з величезними бутами і бочками, познайомитися з таїнством дозрівання вина, дізнатися про унікальні традиції та асортимент вин і міцних напоїв конкретного господарства [4, с. 132].

Як особливий тематичний напрям культурно-пізнавального туризму варто розглядати еногастрономічні тури (система правил щодо правильного підбору вина до тієї чи іншої страви, щоб отримати в результаті приємне смакове поєднання). Під час такої подорожі туристи знайомляться з культурою споживання вина та його поєднанням з іншими гастрономічними продуктами та стравами, найчастіше із сиром, м'ясними та рибними делікатесами.

Провідні туристично-екскурсійні фірми пропонують відвідування дегустаційних залів, екскурсії на виноробні підприємства з дегустацією вин, а також відвідування винних фестивалів і навіть спеціальні багатоденні програми – винні тури з відвідуванням підприємств відомого виноробного регіону. Окремими туристичними операторами в Україні за сприяння фахівців-єнологів розробляються тематичні винні маршрути [7, с. 33].

Інший вид винного туризму – рекреаційно-лікувальний туризм, ґрунтується на пропозиції послуг лікувального, лікувально-профілактичного та косметологічного призначення, застосуванні вина та винограду в ліку-

Таблиця 1

Специфіка обслуговування туристичного продукту винного туризму

Види послуг	Основні послуги	Додаткові послуги	Супутні послуги
Традиційні	Транспортне обслуговування, проживання, харчування	Організація екскурсій до місцевих туристичних об'єктів, послуги гідів-перекладачів, послуги з прокату туристичного спорядження, торговельне обслуговування, лікувально-профілактичні та косметичні послуги	Послуги місцевої інфраструктури
Специфічні	Розміщення у винних готелях, гостьових віллах і будинках виноробів, оселях сільського зеленого туризму, харчування у спеціалізованих винних ресторанах, організація еногастрономічних банкетів	Відвідування плантацій виноградників, дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та енотек; відвідування дегустаційних залів, дегустація вин, коньяків; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; лікувальне та профілактичне обслуговування на основі ампелотерапії та винотерапії; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях.	Придбання традиційних продуктів харчування, придбання устаткування і обладнання для дегустації, зберігання, транспортування, виготовлення вина та інших алкогольних напоїв; доставка алкогольних напоїв

Джерело: складено автором на основі [4, с. 201–203]

вальних цілях (винотерапія, енотерапія, ампелотерапія) в оздоровчих та лікувальних закладах.

Якщо розглянути кожен із підвидів, то можна сказати, що винотерапія – це комплекс лікувальних, оздоровчих та косметологічних технологій, що засновані на цілющих властивостях вина та виноградного соку. Винотерапія передусім передбачає дозоване вживання червоного і білого вина.

Сучасні дослідження показали, що лікувальний ефект винотерапії пов'язаний із наявністю у виноградному напої поліфенолу, який має антиоксидантну дію. Проведення різних процедур винотерапії сприяє виведенню з організму токсинів, нормалізації кровообігу, зміцненню кровоносних судин. Окрім того, винні маски, масажі та обгортання поліпшують мікроциркуляцію крові в судинах, насичують шкіру мікроелементами, зволожують і пом'якшують її, повертають молодість і пружність [2, с. 174].

Інтерес до ампелотерапії – використання виноградного листа та кісточок із лікувальними цілями – пояснюється їх косметологічними властивостями. Було доведено, що у виноградних кісточках міститься велика кількість активних речовин – поліфенолів, які володіють унікальною здатністю зв'язувати вільні радикали, що утворюються в організмі під дією сонячних променів, сигаретного диму, стресу, забрудненого повітря. Вільні радикали є однією з причин старіння організму і виникнення злоякісних і серцево-судинних захворювань [2, с. 175].

На південному заході Франції, в Іспанії, США, Італії, Угорщині, в Україні (Закарпаття) пацієнтам пропонують ванни з червоним вином, обгортання простирадлами, просоченими медом і вином, та навіть так званий «п'яний масаж». Процедури вино- та ампелотерапії пропонують у санаторіях та СПА-готелях Закарпатської та Одеської областей [7, с. 36].

На думку Т.І. Божук та Л.А. Прокопчук, найбільш удаю формулює поєднання винного та сільського туризму. Проживання в оселі сільського зеленого туризму дає змогу туристам долучитися до процесу вирощування та збору винограду, виробництва вина, культури його вживання. А екскурсійна програма по регіональних туристичних маршрутах із відвіданням замків і музеїв може поєднуватися з вечірньою дегустацією вина, придбанням колекційних вин та сувенірної продукції [3, с. 175].

Наступним підвидом винного туризму є ділові винні тури, які мають за мету участь у професійних зібраннях, конкурсах, конференціях з енології та виноробства, а також у винних аукціонах, які є своєрідним дзеркалом розвитку галузі, джерелом інформації, барометром цін, засобом прогнозування кон'юнктурних змін, як у туризмі, так і у виноробній галузі.

Виставкові заходи займають особливе місце в арсеналі сучасної маркетингової діяльності. Участь у роботі виставок та ярмарків – ефективний та потужний засіб формування комунікацій та іміджу підприємств, оскільки експонент (учасник) виставки отримує великі можливості, щоб відвідування стенду залишило у потенційного партнера чи споживача необхідну інформацію та перетворилося в яскраве враження, наприклад за допомогою дегустації, мистецьких програм, лотерей та ін. У сфері вина, виноробства та гастрономії популярними є такі виставкові заходи:

- міжнародна виставка вин та спиртних напоїв VINITALY (Італія);
- міжнародна виставка вин та спиртних напоїв ProWein (Німеччина);
- виставка гастрономічних товарів та вин Gourmet Selection (Франція);

- виставка та симпозіум із питань виноробства Unified Wine & Grape Symposium (США, Сакраменто);

- міжнародна виставка вин, пивоваріння і технологій виготовлення напоїв InterWine China (Китай) та ін. [1, с. 8].

Залежно від побажань подорожуючих, можлива організація індивідуальних та групових турів. Індивідуальний тур може організувати туристична компанія (зазвичай найдорожчий варіант) або сам турист.

Такі види винних турів підходять для тих, хто має специфічні інтереси і не хоче залежати від решти групи, бути вільними у своїх рішеннях і переміщеннях. Перевага цього виду відпочинку – у можливості самостійно планувати маршрут із «мапою в руках» залежно від власних смаків та інтересів. Однак найбільші та знамениті французькі виноградники приймають виключно групові екскурсії і тільки за попередньою домовленістю з конкретною турфірмою [1, с. 12].

Груповий тур організується туристичною компанією за замовленням для певної групи людей або за стандартним, заздалегідь розробленим маршрутом для всіх бажаючих. Групові тури зазвичай добре організовані, передбачають комплекс основних туристичних послуг, зокрема транспортне обслуговування, включаючи перевезення по маршруту і трансфер у туристичному центрі, розміщення в готелі, харчування, екскурсії, придбання вина та супутніх товарів, додаткові послуги [6, с. 30].

Зазвичай винний тур триває не більше тижня, але зустрічаються поїздки, які розраховані лише на дві-три дні. Вони можуть бути приурочені до певної події у виноробстві (наприклад, початок сезону збирання врожаю, виготовлення молодого вина тощо). Виняток становлять профілактично-лікувальні тури, які вимагають встановленої тривалості процедур, як правило, від 14 до 21 дня.

За економічним критерієм залежно від вартості туру, що визначає рівень послуг та організацію продажу турів, виділяють: елітний тур, комерційний, соціальний та інсентив-тур, а також рекламні та прес-тури [4, с. 201].

Розпочнемо характеристику турів з елітного VIP-туру – він передбачає режим «найбільшого сприяння» в поїздках, тобто високий стандарт послуг і підвищену увагу під час обслуговування; набір послуг може бути досить неординарним і складатися з урахуванням усіх побажань клієнта. Це практично завжди індивідуальні тури. Як правило, інтерес у таких турах становить дегустація та придбання унікальних вин або формування і поповнення винних колекцій [4, с. 335].

Продовжуючи характеристику, зупинимось на особливостях комерційного туру, який реалізуються клієнтам на комерційних засадах у широкому ціновому діапазоні. Комерційні винні тури можуть бути розраховані як на любителів, так і на професіоналів. Програма винного туру може бути побудована за принципом пекідж-туру чи інклюзив-туру.

Крім послуг транспортного обслуговування та розміщення, найчастіше до програми входить пізнавальна екскурсія на виноградники та виноробні підприємства, споживча дегустація, участь у тематичних культурних подіях, наприклад у святі виноробства, винно-гастрономічному фестивалі, майстер-класах, а також придбання різноманітних вин та аксесуарів для споживання вина [4, с. 337].

Наведемо характеристику соціального туризму, основою якого є організація туристичних подорожей для осіб, які мають невисокий рівень доходів або належать до найменш захищених верств населення (діти, юнацтво, пенсіонери, інваліди та ін.), з метою реалізації їх права

на відпочинок. При цьому установи та підприємства, що займаються соціальним туризмом, не ставлять собі за мету одержання високих прибутків, тому соціальний туризм може успішно розвиватися тільки за умови активної суспільної та державної підтримки, для чого розробляють спеціальні програми, створюють цільові фонди, здійснюють активний пошук нових проектів.

Сьогодні все більш популярним у світі є підвид соціального туризму, що отримав назву «інсентив-туризм» (заохочувальний). Він поступово завойовує позиції також і на ринку України. Це туристичні подорожі, які організують підприємства для своїх співробітників як метод заохочення та винагороди за сумлінну працю, а також для підвищення кваліфікації персоналу.

Особливістю таких турів є спеціально сплановані програми перебування, що поряд із відпочинком та екскурсіями включають заходи освітнього характеру: професійні зустрічі з фермерами-виноградарями, виноробами, дегустаторами, енологами та сомельє, відвідування підприємств з інноваційними технічними та технологічними розробками, участь у мистецьких та наукових форумах, тренінгах, майстер-класах тощо [4, с. 339].

Висновки. Підсумовуючи, можемо сказати, що на даному етапі сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградарів, дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо. Тому в усіх виноробних регіонах зараз намітилися тенденції до посилення та активізації подальшого розвитку винного туризму завдяки поширенню рекламної продукції місцевих виробників вина, залучаючи у цей процес усі наявні ресурси території: відвідування історичних пам'яток та виноробних заводів, розширення інфраструктури обслуговування туристів і запровадження спрощеної системи надання туристичних віз та організації ярмарок і виставок із продажу вина.

Список використаних джерел:

1. Баглей Д.В., Мотузенко О.О. Досвід розвитку вино-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях. Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. 2014. № 10. С. 3–15.
2. Басюк Д.І., Бадещенкова К.С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435/>
3. Божук Т.І., Прокопчук Л.А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.-практ. конф. (28–29 квітня 2011 р.). Луганськ, 2011. Т. 2. № 6. С. 171–177.
4. Винний туризм: підручник для студ. вищ. навч. закл. / С.В. Іванов, В.О. Домарецький, Д.І. Басюк та ін. Кам'янець-Подільський: Сисин О.В., 2012. 472 с.
5. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст. URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe.
6. Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. 2015. № 10. Ч. 4. С. 29–31.
7. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Наук. вісн. ОНЕУ. 2013. № 1. С. 29–41.
8. Патійчук В.О., Оболончик А.В. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/29/1242/>.
9. Петрусенко О. Молодая лоза винного туризма. Мир продуктов. 2013. Июнь. С. 48–49.

Аннотация. В статье рассмотрены современные подходы к определению понятия «винный туризм» как специализированному виду туристической деятельности. Исследованы особенности формирования специализированного туристического продукта. Приведены характеристики туристического продукта, учитывая особенности каждого вида основных, дополнительных и сопутствующих услуг. Охарактеризованы особенности проведения винного туризма в аспекте организации винных туров, по критерию цели путешествия.

Ключевые слова: винный туризм, специализированный туристический продукт, винный тур, дегустация, винные фестивали.

Summary. The article deals with modern approaches to the definition of “wine tourism” as a specialized type of tourism activity. The peculiarities of the formation of a specialized tourist product are investigated. The characteristics of the tourist product are given, taking into account the specifics of each type of basic, additional and related services. Characterized the features of wine tourism in the aspect of organization of wine tours, according to the purpose of travel.

Key words: wine tourism, specialized tourist product, wine tour, tasting, wine festivals.