

Національний університет харчових технологій

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИНОГРАДНО-ВИНОРОБНИМ КОМПЛЕКСОМ

Монографія

Кам'янець-Подільський
Видавець ПП Зволейко Д.Г.
2014

УДК: 42,36
ББК: 36.87
А43

Автори: **Басюк Д. І.**, кандидат педагогічних наук, доцент, почесний працівник туризму України, Національний університет харчових технологій, завідувач кафедри туризму;
Сологуб Ю.І., кандидат географічних наук, доцент, національний університет харчових технологій;
Бабич І.М., кандидат технічних наук, доцент, національний університет харчових технологій;
Осипова Л.А., доктор технічних наук, старший науковий співробітник, завідувача кафедрою технології вина і енології Одеської національної технології харчових технологій;
Білько М. В.;
Смирнов І.Г., професор кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Рецензенти: **Ткаченко Н.А.**, д.т.н., професор, директор Навчально-наукового технічного інституту харчової промисловості ім. М.В. Ломоносова Одеської національної академії харчових технологій

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету харчових технологій
(протокол № 2 від 3.09.2014 р.).*

Басюк Д.І.

А43 Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом: монографія / Д.І. Басюк, Ю.І. Сологуб, І.М. Бабич, Л.А. Осипова, М. В. Білько, І.Г. Смирнов. – Кам'янець-Подільський: Видавець Зволейко Д.Г., 2014. – 248 с.

ISBN

АНОТАЦІЯ!?

УДК: 65.012.32(075)
ББК 65.050.214я73

ISBN

© Басюк Д. І., Сологуб Ю.І.,
Бабич І.М., Осипова Л.А.,
Білько М. В., Смирнов І.Г., 2014

ЗМІСТ

Передмова	
-----------------	--

РОЗДІЛ 1. Актуальні проблеми та перспективи розвитку виноградарсько-виноробного комплекс світу.....

1.1	Геопросторова організація виноградарсько-виноробного комплексу світу.....
1.2	Виноробство і винна торгівля світу: галузева, географічна і організаційно-управлінська структура.....
1.3	Глобалізаційні процеси у ВВК.....
1.4	Організаційно-економічні засади кластеризації ВВК.....
1.5	Спеціалізація ВВК як чинник оптимізації виноробства.....
	Список використаних джерел

РОЗДІЛ 2. Виноградарсько-виноробний комплекс України на сучасному етапі розвитку

2.1	Виноград, теруар, технологія – фактори створення якісних вин в Україні.....
2.2	Динаміка основних показників розвитку виноградарства та виноробства в Україні
2.3	Конкурси вин як інструмент формування національних споживчих вподобань.....
2.4	Функціональні напої та вина України.....
	Список використаних джерел

РОЗДІЛ 3. Винний туризм як інструмент промоції національних вин

1.1	Європа як світовий центр винного туризму
1.2	Розвиток винного туризму в країнах Азійського рекреаційно-туристичного макрорайону
1.3	Австралія на світовому винно-туристичному ринку
1.4	Винний туризм в країнах Північної Америки.....
1.5	Південна Америка як полюс росту винного туризму
1.6	Африка на карті винних маршрутів світу.....
	Список використаних джерел

РОЗДІЛ 4. Теоретико-методологічні основи, управління DESTINACIAMI винного туризму

1.1	Наукові підходи до визначення сутності туристичних дестинацій.....
1.2	Особливості дестинацій винного туризму.....
1.3	Розвиток дестинацій винного туризму в Україні.....
1.4	Еногастрономічний туризм в ретроспективі: готельно-ресторанні заклади на шляхах Давньоримської держави.....
	Список використаних джерел

ПЕРЕДМОВА

РОЗДІЛ I

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОГО КОМПЛЕКСУ СВІТУ

1.1. Геопросторова організація виноградарсько-виноробного комплексу світу

Виноградарсько-виноробний комплекс (ВВК) – це складна міжгалузева система господарства, що включає в себе вирощування винограду, його промислову переробку, а також виробництва, що обслуговують ці галузі.

Кінцевою продукцією є свіжий виноград, виноградний сік, виноградні вина, коньяки, бренді та ін. З відходів переробки одержують різноманітні кислоти, дубильні речовини, спирт.

При більш детальному розгляді можна виділити сільськогосподарську ланку ВВК, що включає власне виноградарство – вирощування столових, технічних (винних) та ізюмних сортів винограду. Промислову ланку комплексу становить виноробна промисловість, що в свою чергу поділяється на первинне та вторинне виноробство. Підприємства первинного виноробства розташовуються безпосередньо в зонах вирощування винограду, що пов'язано з його відносною нетранспортабельністю. Їх кінцевим продуктом є виноматеріали та, іноді, молоді вина, що реалізуються наливом. Підприємства вторинного виноробства – це винзаводи, коньячні заводи та заводи шампанських вин. Зазвичай, вони розташовані або неподалік підприємств первинної переробки, або в районах споживання, у великих містах чи поблизу них.

Новітнім трендом у розташуванні таких підприємств є їх розміщення в портах, для розливу та купажу вин, що транспортуються наливом, переважно з країн Нового Світу. Наприклад в Росії, навіть побудовано спеціальні винні термінали, найбільший з яких – „Національний винний термінал” (НВТ) розташований у місті Выборг Ленінградської області.

Допоміжні та супутні виробництва, залежно від спеціалізації, розташовані поруч з місцями основної переробки.

Історія виноградарства та виноробства досить суперечлива та переплутана чисельними легендами і міфами. За даними палеоботаніків, дикий виноград був поширений ще в третинному періоді. За археологічними джерелами відомо, що в Месопотамії та Єгипті виноград культивували вже в 6-5 тисячолітті до н.е. А в китайській провінції Хеннань вино виготовлялося ще 9 тисяч років тому.

В 2 тисячолітті до н.е. виноробство Китаю та Середньої Азії вже можна назвати процвітаючим. В цей же час виноградарство починає розвиватися на території нинішньої Греції. Звідси культурний виноград поширився до інших народів Середземномор'я, зокрема до галлів та римлян. На інших територіях Європи виноградарство з'явилося завдячуючи римським завоюванням. В цей період було закладено виноградники в знаменитих сьогодні центрах виноробства: Бордо, Шампань, Божоле, Херес, долини Рейну і Мозеля, Токай.

З Європи культурний виноград почав поширюватися по всьому світу. В 1420 р. виноград та виноробні технології були завезені португальськими мореплавцями на Мадейру, а пізніше – в Південну Африку, Австралію та на схід – в Японію та Корею.

В 16-17 ст. виноград з Франції потрапив до Північної Америки. В цей же час іспанські монахи заклали перші виноградники в Південній Америці.

До кінця 19 ст. карта виноградарства фактично набула свого сучасного вигляду. Хоча, потенціал країн Нового Світу, як центрів виноробства, ще не був достатньо розкритий, проте на територіях, що були придатні до виноградарства кліматично та за низкою інших показників – виноградарство розвивалося.

Виноград – тепло і світлолюбна рослина. Найбільш сприятливі умови для виноградарства існують в теплому (субтропічному) і помірному термічних поясах. Прикладами таких територій може бути майже все Середземно-

морське узбережжя, штат Каліфорнія (США), Південний берег Криму та ін.

Зона промислового вирощування винограду обмежена нижніми межами середньодобових температур: $+15^{\circ}\text{C}$ – в період цвітіння (початок червня), $+20^{\circ}\text{C}$ в період росту ягід (червень-липень), $+14^{\circ}\text{C}$ для дозрівання урожаю (серпень-вересень).

Необхідна умова для сприятливого вегетаційного періоду – 180 безморозних днів. Критичні температури для європейських сортів – 15°C і нижче, європейсько-американські гібриди витримують температуру $22\ldots 25^{\circ}\text{C}$, європейсько-амурські гібриди – $25\ldots 28^{\circ}\text{C}$. Шкідлива дія низьких температур посилюється незначною висотою снігового покриву, або його повною відсутністю.

Загалом, суми активних температур за вегетаційний період для дуже ранніх сортів мають становити $2100\text{--}2300^{\circ}\text{C}$, ранніх – $2400\text{--}2500^{\circ}\text{C}$, середніх – $2600\text{--}2800^{\circ}\text{C}$ і пізніх – $2900\text{--}3300^{\circ}\text{C}$.

Виноград особливо чутливий до освітлення. При нестачі світла або вирощуванні в частково затінених місцях, зменшується врожайність, змінюються смакові властивості, знижується стійкість до хвороб та морозів.

Виноград вважається засухоустійкою рослиною. Розвинена коренева система дозволяє йому рости в районах з посушливим кліматом. Для вирощування столового винограду та технічних сортів достатньої якості необхідна річна кількість опадів $300\text{--}600$ мм.

Враховуючи вищеперераховані необхідні умови для вирощування технічних сортів, було проаналізовано співвідношення районів поширення промислового виноградарства та агрокліматичних показників, що є визначальними (Рис. 2.2., 2.3.).

Провідні райони промислового виноградарства обмежені ізолініями сум активних температур $2200\text{--}6000^{\circ}$ та ізолініями коефіцієнтів зволоження від $0,33$ до $1,0$.

В Південній Америці та Азії суми активних температур в районах виноградарства, подекуди становлять від 6000° до 8000° . Загалом, з наближенням до екватора висотна межа вирощування винограду зміщується на території з більшими абсолютними висотами, оскільки

тепло перевищує оптимум для винограду, а по мірі наближення до полюсів – відповідно – на рівнини. В Німеччині (на Рейні і Мозелі) виноград можна вирощувати ще на висотах 300 м над рівнем моря, в Швейцарії (Валліс) – 800 м, в Італії (на схилах Етні і Везувію) – 1200 м над рівнем моря, в Дагестані та Азербайджані – 1300-1400 м, на Памірі – 2300 м. Найвисокогірніші виноградники знаходяться в Болівії на висоті 2500-3000м над рівнем моря.

Оптимальний коефіцієнт зволоження для промислового виноградарства 0,55-1,0. Проте в пустельних та континентальних районах коефіцієнти зволоження можуть зменшуватися до 0,33 і менше, що компенсуються за рахунок штучного зрошення.

Отже, в північній півкулі промислова культура винограду досягає 52° північної широти (Німеччина). Південна межа проходить по 39° південної широти (Чілі) та 43° південної широти (Нова Зеландія).

Таким чином, виноградарство розповсюджено по всьому світу, проте основні масиви з вирощування технічних сортів зосереджені між 30-51° північної широти і 30-43° південної широти. Детермінантами такого поширення, на глобальному рівні, є перш за все природні, зокрема агрокліматичні чинники.

Якщо розглядати виноградарство в масштабі регіональному та локальному, то слід вивчати перш за все терруар. Терруар (фр. Terroir) – сукупність ґрунтово-кліматичних факторів і особливих характеристик місцевості (рельєф, роза вітрів, наявність водойм, лісових масивів, оточуючий тваринний і рослинний світ), що визначають тип та особливості винограду і вина.

Терруар можна визначити як культурний ландшафт, зайнятий виноградником.

Завдяки високій адаптивній здатності виноград добре розвивається і плодоносить на найрізноманітніших ґрунтах, за виключенням солонців, солончаків, заболочених або з близьким заляганням ґрунтових вод (менше одного метра) і білих вапнякових ґрунтів. Виноград можна культивувати на ґрунтах, що непридатні,

або малоприсадибні для інших сільськогосподарських культур, зокрема кам'янистих.

Виноградарство поширене на рівнинах та в гірських районах. Проте, найбільш сприятливими є передгірні та гірські території, з розташуванням виноградників на південних та південно-східних освітлених підвітряних схилах або в долинах.

Інші характеристики, що є складовою терруару, надто індивідуальні і не можуть бути розглянуті для великих територій.

В останні роки тема глобального потепління є досить популярною серед виноградарів та виноробів. Щорічно навіть проводиться конференція Climate Change & Wine.

Хоча зміна клімату має неоднозначний ефект (фактично, на сьогодні, в деяких регіонах він досить позитивний), в довгостроковій перспективі нові кліматичні умови призведуть до зміни географії виноградарських та виноробних регіонів.

За даними Національного Інституту сільськогосподарських досліджень у Франції (INRA), за останні два десятиліття середня глобальна температура зросла з 13,7°C до 14,3 °C. Загалом це впливає на зміщення строків збору врожаю на більш ранні терміни. Наприклад, в Долині Рони врожай збирають на місяць раніше, ніж в 1950-х.

Зміни у виноградарстві та виноробстві неминучі, оскільки спеціалізація та імідж виноробних регіонів склалися протягом століть у умовах достатньо стабільного клімату. Зміна навіть в одного показника в терруарі призводить до комплексу змін. Тому, в майбутньому можливо, якщо не зникнення деяких терруарів, то розрив зв'язків між історично сформованим іміджем терруару та певними сортами винограду і вінтажам.

Серед інших можливих наслідків зміни клімату – збільшення потреб в іригації, зміна типів хвороб та шкідників, підвищення вегетативної активності та врожайності лоз, що може погіршити якість врожаю. Уже сьогодні існують проблеми з сонячними опіками на винограді та збереженням потрібного рівня кислотності в Бордо та Каліфорнії.

Можуть з'явитися нові регіони, які традиційно вважаються холодними.

Перспективними є англійські виноградники. Уже на сьогодні в країні нараховується близько 400 виноробних господарств, чверть з яких працює на комерційній основі. Площа виноградників, за останні кілька років зросла на третину. Урожай 2012 року в Англії та Уельсі забезпечив випуск майже 3,4 млн. пляшок вина.

Зміна клімату, особливо на півдні Великобританії, робить її терруари подібними до терруарів Шампані, чому особливо сприяє ідентичність ґрунтового покриву. Тому зараз англійські ігристі вина, особливо компанії «Rathfinny», впевнено завойовують ринок та конкурують на місцевому і світовому ринку.

Данія в 2000 році була офіційно визнана Європейським Союзом, як виноробна країна. Гільдія виноробів Данії нині нараховує 700 членів. В 2006 році було зафіксовано рекордний випуск продукції – 50 тис. пляшок. Датські винороби вже заклали основу для якісного виробництва, розділивши виноградники на 4 регіональних апеллясьйони, що офіційно визнані Євросоюзом з 2005 року.

В канадській провінції Британська Колумбія, виноробство якої зосереджено в долині Оканаган (Okanagan Valley) з'являться можливості для територіального розширення індустрії. Ще десять років тому долина Оканаган вважалася непридатною для вирощування червоних сортів винограду, однак, сьогодні це зона високоякісного виробництва сорту Шіраз. Нещодавно уряд провінції виділив 40 тисяч доларів на дослідження потенційних можливостей вирощування винограду в районі Ліллует-Літтон (Lillooet-Lytton), що приблизно 300 км від Ванкувера.

В Швеції працює близько 30 невеликих приватних виноробних підприємств. Всі вони розташовані на південному сході країни та на островах Еланд і Готланд. Незважаючи на розташування між 57 та 58° пн. ш., тут продовжують успішно збирати врожай та виготовляти вина. Найбільшою проблемою є вже не клімат, а скоріше бюрократичні труднощі, пов'язані з державною монопо-

лією на алкоголь. Кілька років тому навіть була заснована асоціація виноробів Швеції (Svenska Vinodlare).

Вчені американської асоціації економістів виноробства (American association of wine economists), розрахували вплив глобального потепління на долину Мозелю. Область, що знаходиться на півночі промислового вирощування європейського винограду, чутлива до будь яких змін температури. Згідно з моделлю Орлі Ашенфелтер та Карла Шторхмана, підвищення середньорічної температур всього на один градус дозволить виноградарям та виноробам збільшити доходи на 30 %, адже врожаї будуть стабільними за кількістю та якістю, а витрати різко знизяться.

Подібні данні можна екстраполювати на вищепи-сані території Великобританії, Данії та Швеції, як і на території України та Росії, які на думку багатьох міжна-родних експертів знаходяться в зонах нестабільного та нестійкого виноградарства. Хоча українські виноробні території і розташовані південніше німецьких, проте континентальність клімату, робить їх подібними, з точки зору вирощування винограду. Таким чином поте-пління може підвищити конкурентоспроможність вино-робства у багатьох регіонах, зокрема і в українських. Адже лози не будуть вимерзати зимою, та страждати від інших погодних проблем.

Станом на 2013 рік, загальна площа виноградників у світі складала близько 8 млн. га. З них понад поло-вина знаходяться в Європі. Друге місце займають країни Азії, за рахунок стабільного зростання кількості вино-градників в Китаї, Індії та Ірані (Рис.1.1.).

Загалом, починаючи з 1990-х років, площа вино-градників почала скорочуватися. (Рис.1.2.) Істотними причинами такого тренду є криза перевиробництва у країнах Європи та масштабна антиалкогольна компанія в колишньому СРСР, що супроводжувалася вирубками виноградних насаджень.

Якщо говорити про відповідну динаміку у країнах-лідерах галузі, то істотне зменшення площі виноград-ників спостерігалось в Іспанії, Франції, Італії та Туреч-чині. Стабільними залишалися показники США, Ірану,

Португалії та Румунії. Зростання чисельності та площі виноградників спостерігалось лише в Аргентині та Китаї.

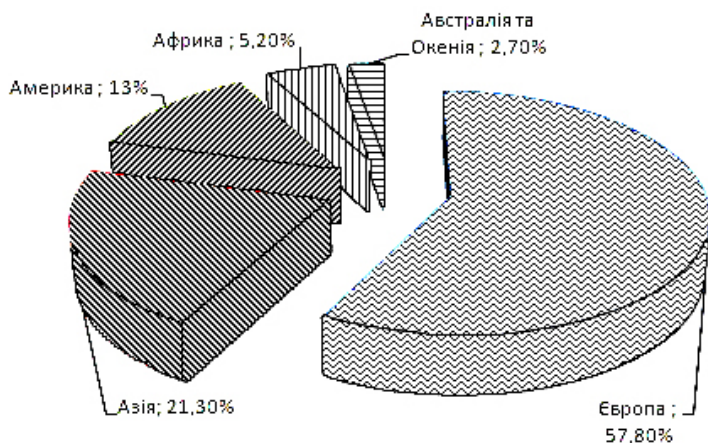


Рис.1.1. Співвідношення масивів світових виноградників

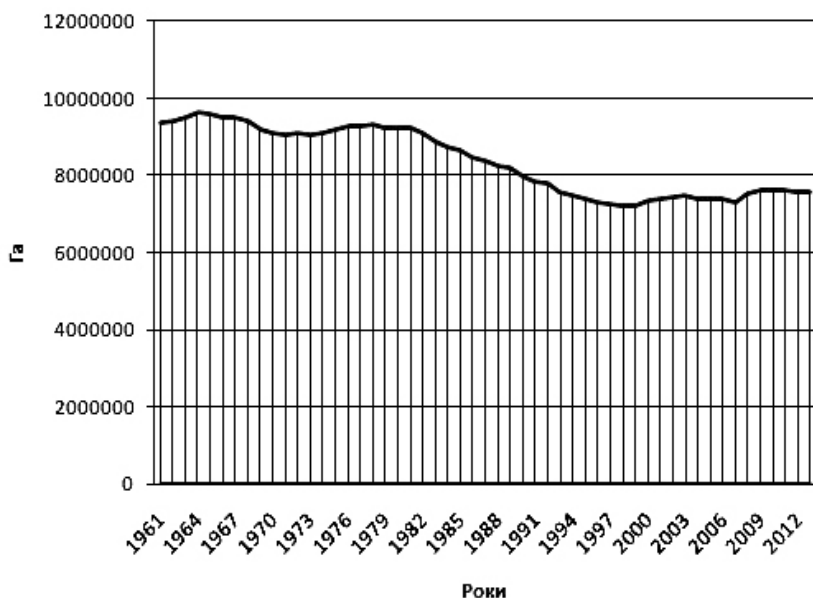


Рис.1.2. Площа виноградників у світі, 1961-2013 рр.

Деякі вчені та аналітики пов'язують скорочення площ під виноградниками зі зростанням урожайності, проте таке твердження є досить суперечливим. Проаналізувавши динаміку основних статистичних показників виноградарства (площі виноградників, урожайність та валовий збір винограду), за 1961-2009 рр. можна спостерігати пряму залежність між урожайністю та валовим збором, в той час як тренд, що ілюструє скорочення площ виноградників, є відносно незалежним. (Рис.1.3.).

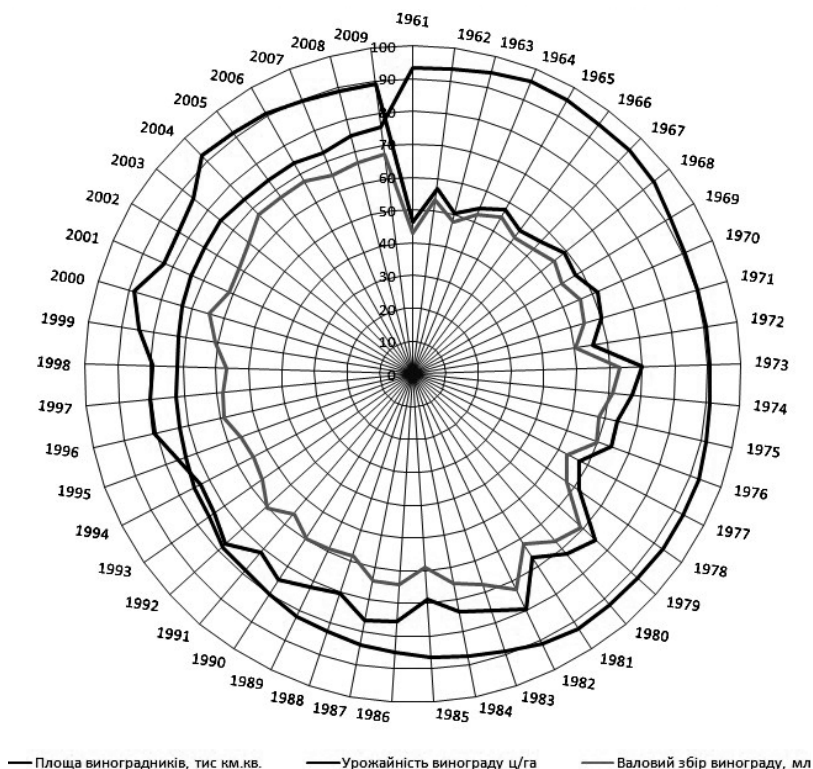


Рис.1.3. Взаємозалежність провідних показників виноградарства

Крім того, в багатьох країнах Європи, існує обмеження на об'єми збору винограду, з метою контролю якості продукції. (Табл.1.1.)

Таблиця 1.1.

Обмеження урожайності винограду у країнах та регіонах світу

Країна або регіон	Урожайність (гектолітри сусли на га)	Урожай- ність ц/га	Максималь- на допусти- ма урожай- ність ц/га
Франція			
Бордо Сек	65	93	111
Поільяк	45	64	77
Сент-Естеф	45	64	77
Сент-Емільон	45	64	77
Сент-Емільон Гран Крю	40	57	68
Помероль	40	57	68
Шамбертан Гран Крю	35	50	60
Поммар Премьер Крю	40	57	68
Монтраше Гран Крю	40	57	68
Мерсо	45	64	77
Божоле	65	93	112
Кото дю Лангедок	50	71	85
Кот дю Рон	50	71	85
Шампань	60	86	103
Ельзас	80	114	137
Ельзас Гран Крю	55	79	95
Італія			
Кьянті	65	93	
Кьянті Класіко	55	79	95
Брунелло ді Монтальчіно	55	79	95
Бароло/ Барбареско	55	79	95
Кольо (Фріулі)	80	114	137
Соаве	100	143	172
Терольдего (Трентіно)	120	171	205
Іспанія			
Рібера дель Дуеро	60	86	103
Ріоха	60	86	103
Німеччина			
Рейнгау	100	143	172
Мозель-Саар-Рувейр	125	179	214
Австрія			
Всі виноробні регіони	70	100	120
Швейцарія			
Женева	90	129	155
Валліс	80	114	137
Каліфорнія, ПАР, Австралія, Нова Зеландія, країни Південної Америки			
Жодних прямих офіційних обмежень урожайності			

1.2 Виноробство і винна торгівля світу: галузева, географічна і організаційно-управлінська структури

Виробництво вина традиційно залишається у світі досить рентабельною і привабливою галуззю для ведення бізнесу.

Динаміка виробництва виноградних вин, за останні півстоліття, загалом є досить стабільною (Рис.1.4).

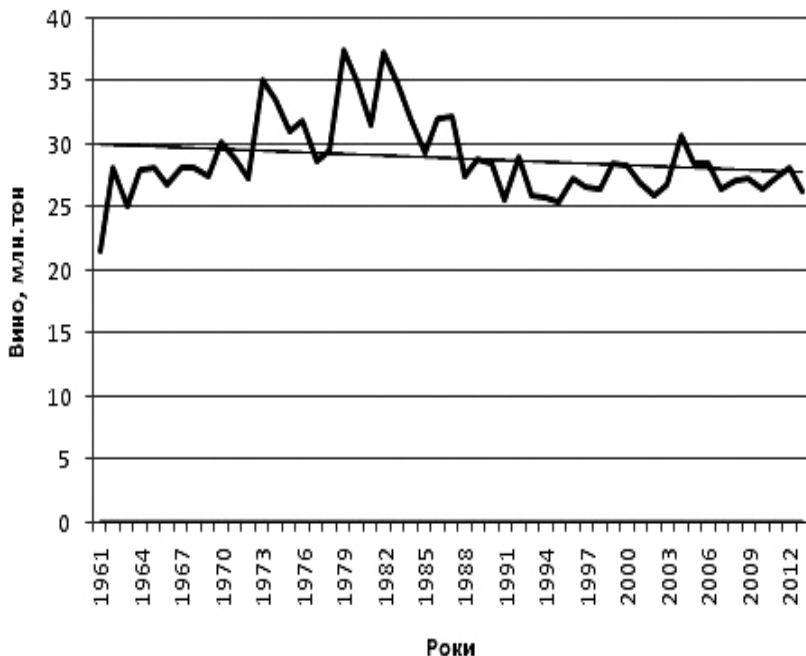


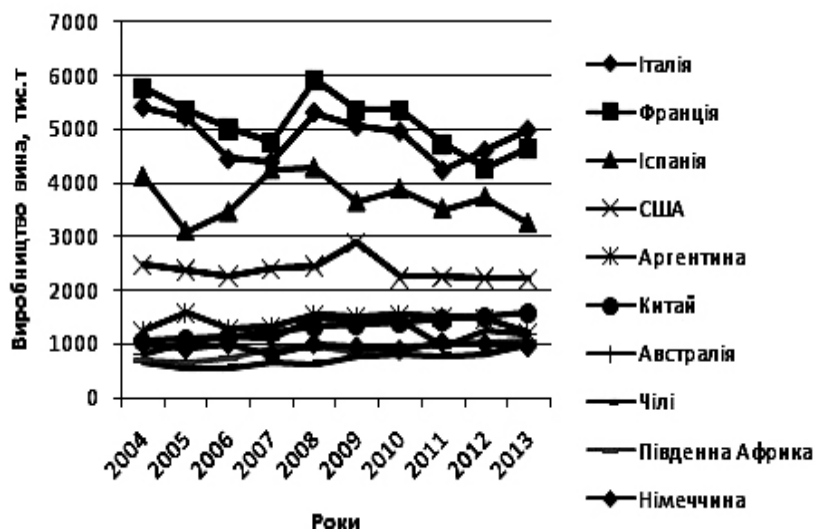
Рис.1.4.Виробництво виноградних вин, 1961-2013 рр.

Різке збільшення виробництва, в окремі роки, особливо в 1970-80х. спостерігалось в зв'язку з поширенням виноробства в країнах Південної Америки, Австралії та Новій Зеландії. Також, саме в ці два десятиліття траплялися особливо врожайні роки в країнах Європи, на той час ще не лімітованих у врожаях. Потужним фактором впливу також залишалося зростання споживання вина у світі, особливо в країнах Азії.

Для кінця 1980-х – початку двохтисячних характерний спад світового виробництва вина, що пов’язано перш за все з низкою обмежень, введених в європейських країнах та кризовою ситуацією у виноробстві на радянському, а пізніше пострадянському просторі.

На сьогодні, динаміка виробництва вина загалом є позитивною. Основними причинами цього можна назвати освоєння нових перспективних ринків європейськими виробниками, зокрема в Китаї, Індії та інших країнах сходу, а також нарощування ними власного виробництва.

Серед країн-лідерів виробництва традиційно перші місця займають Італія, Франція та Іспанія, що зумовлено традиціями виробництва, високим попитом на продукцію даних країн на світовому ринку та високими показниками споживання всередині країн (Рис.1.5.).



*Рис.1.5. Провідні країни-виробники вина
(розроблено автором)*

Збільшення виробництва вина у світі напряду пов’язано і зі зростанням об’єму світового винного

ринку, що яскраво ілюструє динаміка основних показників – експорту та імпорту виноробної продукції.

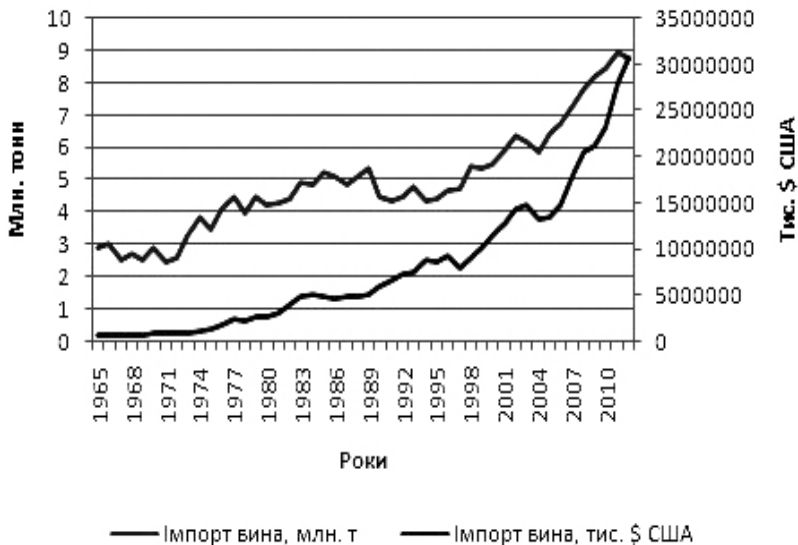


Рис.1.6. Імпорт вина у світі, у натуральних та грошових показниках, 1965-2012рр.

За останні півстоліття імпорт вина поступово зростає. Якщо в натуральних показниках, цей приріст становив близько 6 млн. тонн, то зростання вартості імпортованої продукції склало понад 30 млн. \$ США. Зростання натуральних об'ємів пояснюється перш за все збільшенням споживання вина, особливо в країнах Скандинавії, пострадянського простору та популяризацією цього напою в країнах Азії, зокрема в Китаї та в країнах популярних серед туристів (Таїланд, Камбоджа, Індія, Філіппіни, ОАЕ та ін.). Зростання ж імпорту вин у грошових показниках, більш ніж в 30 раз, пояснюється низкою причин, серед яких:

- зростання різноманітних податків і зборів, особливо з метою захисту національних ринків;
- збільшення частки продукції, що ввозиться в тарі, а отже й додаткові витрати (пляшка, корок, етикетка, упаковка);

- закупівлі вин відомих брендів, особливо в країнах, які орієнтуються на європейських туристів.

Зростання експорту також характеризується подібними цифрами: в натуральних показниках приріст становив 6,5 млн. т, в грошових же об'єми експорту зросли більше, ніж в 50 разів.

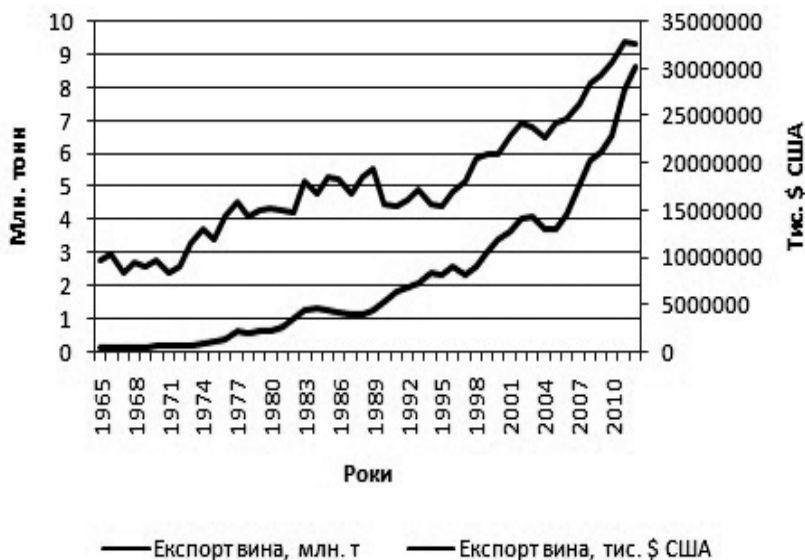


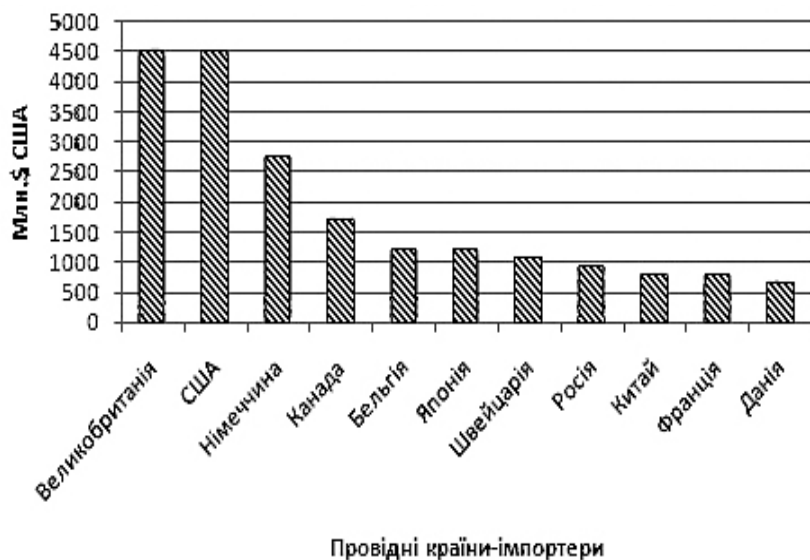
Рис. 1.7. Експорт вина у світі, у натуральних та грошових показниках, 1965-2012рр.

Окрім причин, перерахованих вище, стосовно імпорту, зростання вартості експорту також зумовлюється:

- зміною форм власності виноробних підприємств. Якщо в 60-х роках це були переважно малі сімейні фірми, то на сьогодні, особливо в країнах Південної Америки і Східної Європи типовими є великі підприємства, що в свою чергу збільшує оплату праці, амортизаційні витрати, податки, а отже – й ціну кінцевої продукції.
- Зростанням об'єму і вартості операцій реекспорту.

Серед основних країн-імпортерів – в основному держави з високим рівнем життя та доходів на душу населення, а також високою часткою мешканців, що

проживають в містах та підпадають під вплив соціокультурної глобалізації, а отже й своєрідної моди на споживання вина, особливо відомих європейських та відносно дешевих південноамериканських торгових марок (Рис.1.8.).



*Рис.1.8. Провідні країни-імпортери вина у світі,
2012, млн.\$ США*

Також серед країн-імпортерів є ті, що самі є провідними світовими виробниками виноградних вин – Франція, Німеччина та ін. Це пояснюється перш за все особливостями споживання, не лише у безпосередній кількості на душу населення, а й у асортиментному та ціновому відношенні.

Десять провідних країн-експортерів – це переважно країни-лідери виробництва вина, за виключенням Іспанії, де значна частка виробленої продукції припадає на внутрішнє споживання. Великобританія, Сінгапур та Гонконг мають високі показники за рахунок реекспорту та проведення винних аукціонів (Рис.1.9., 1.10).

Список країн-лідерів, за натуральними показниками експорту, корелюється зі списком провідних виробників, знову ж таки за виключенням Іспанії.

Також, високі позиції, за натуральними показниками експорту, займають Молдова, Угорщина та Україна, що зумовлено дешевизною продукції цих країн.

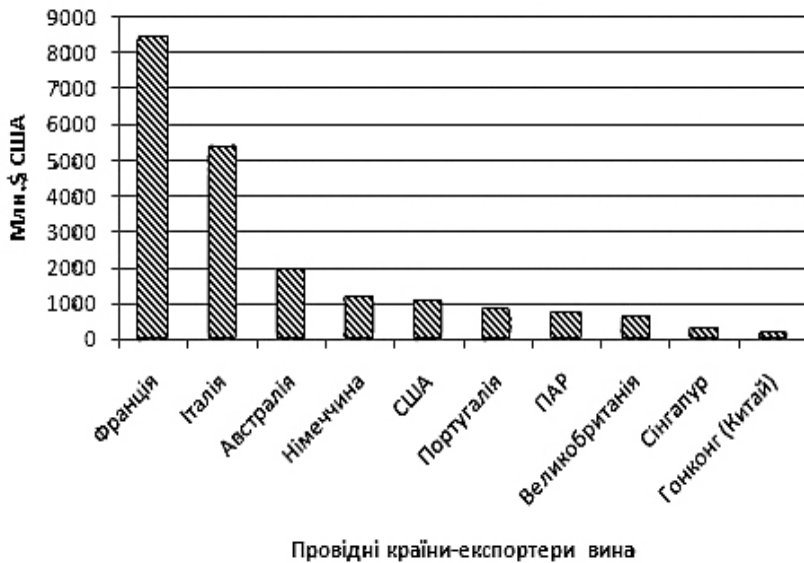


Рис.1.9. Провідні країни-експортери вина у світі, 2012, млн. \$ США

Компонентна (галузева) структура світового виноробства досить складна, що пов'язано з відмінностями класифікацій вин у різних регіонах. Наприклад, у Східній Європі та на пострадянському просторі прийнято поділяти вина на виноградні, ароматизовані та плодово-ягідні. В свою чергу, виноградні поділяються на піністі (ігристі, газовані та шампанські) і тихі. Останні ж, залежно від застосованих технологій, можуть бути натуральними (сухі, напівсухі, напівсолодкі та солодкі) чи спеціальними (сухі, кріплені, напівдесертні та десертні).

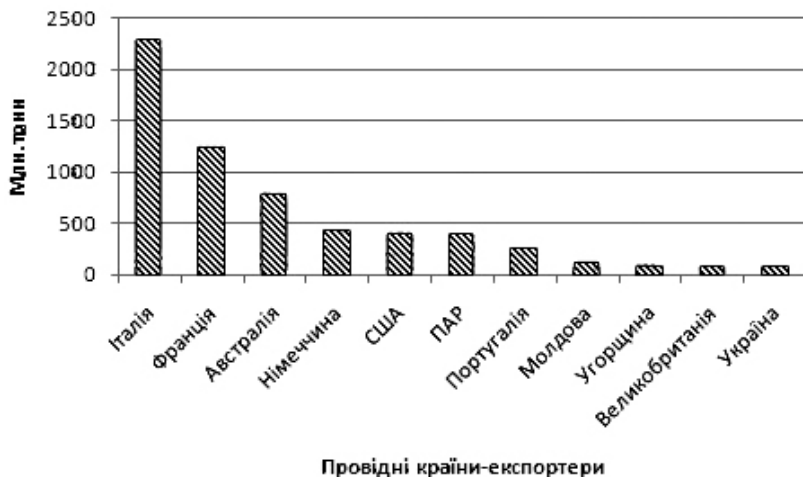


Рис. 1.10. Провідні країни-експортери вина у світі, 2012, млн. тонн

Класифікації західноєвропейських країн більш прості, з акцентом в першу чергу не на особливості вин, а на місце їх походження. Французькі вина включають: столові (vin de table, VDT), місцеві (vin de pays, VDP), делімітовані вищої якості (appellation d'origine vin delimité de qualite superieur, ADVDS), вина найменувань, контрольованих за місцем походження (appellation d'origine controlee, AOC).

Класифікація німецьких вин передбачає дві категорії: столові (німецькі столові “Deutscher Tafelwein” (DT) і німецькі місцеві “Deutscher Landwein” (DL)).

Італійське законодавство поділяє всі вина на 4 групи: столові (Vino da tavola, VDT), місцеві (Vini Tipici, IGT), вина найменувань, контрольованих за місцем походження (Denominazione d'Origine Controllata, DOC), вина найменувань, контрольованих за місцем походження з гарантією (Denominazione d'Origine Controllata e Garantita, DOCG).

Іспанська винна продукція включає: столові (Vino de Mesa, VdM), місцеві (Vino de la tierra, VdT), декласовані вина (Vino Comarsal, VC) та марочні (Denominacion

de Origen, DO). Елітними вважаються вина класу Denominacion de Origen Calificada, DOC.

Більшість країн Нового Світу користуються системою класифікацій колишніх метрополій.

Класифікація Міжнародної організації винограду і вина передбачає виділення двох основних класів: строго натуральні вина з ароматичних та неароматичних сортів винограду і “жовті вина” (Херес, Токай, Шато-Шалон, Кахетинське); спеціальні (кріплені) вина та особливі (ароматизовані).

За класифікаціями ООН (UN Comtrade) у версії HS (Harmonized Commodity Description and Coding System) (1992, 1996, 2002, 2007), вина належать до другої товарної групи – “Напої і тютюн”, другої підгрупи – “Алкогольні та безалкогольні напої”. Таким чином, виноробній продукції відповідають наступні товарні коди: 2204 – Вино натуральне виноградне, включаючи кріплені вина; 220410 – Ігристі вина; 220421 – вина в тарі ємністю 2 літри і менше; 220429 – вина в тарі ємністю більше двох літрів; 220430 – інші виноградні вина та виноматеріали; 2205 – вермути та інші ароматизовані вина. За класифікацією SITS (Standard International Trade Classification) Rev.1, Rev. 2, Rev.3, натуральним виноградним винам відповідає код 1121, SITS Rev.4 - 112.1.

Міжнародна організація ФАО використовує свою систему кодів, де продукції виноробства відповідає код 564. Дефініція цього поняття зазначає, що туди входять всі вина, в т.ч. кріплені, десертні та ігристі незалежно від їх місця походження. Окремо рахують вермути.

Зважаючи на складність узгодження класифікацій вина та відсутність багатьох категорій у міжнародній та вітчизняній статистиці, досить важко проаналізувати компонентну структуру світового виноробства.

Більшість країн-виробників спеціалізується на виробництві натуральних столових червоних та білих вин. Наприклад, лідерами у випуску червоного сухого вина традиційно є Франція (Бордо, Бургундія), Італія (Північ, Тоскана), Іспанія (Ріоха), Аргентина, Чілі та Уругвай. Білі вина є предметом спеціалізації фран-

цузьких регіонів долини Рони та Луари, півдня Італії, Німеччини.

Виготовлення десертних та кріплених вин поширено перш за все в країнах Східної Європи та пострадянського простору, що зумовлено особливостями смаків споживачів та традиційними технологіями виробництва. Лідерами випуску цієї продукції традиційно є Угорщина, Молдова, Україна, Узбекистан, Азербайджан. Південні регіони Росії (Краснодарський та Ставропольський край). Грузія також в останнє десятиліття переорієнтувалися на випуск натуральних сухих вин. Серед країн західної Європи масовий випуск десертних та кріплених вин представлений лише в Португалії та французькому регіоні Сотерн (Бордо).

Шампанське, незважаючи на популярність використання цього терміну, згідно з європейським законодавством є назвою ігристого вина, що виготовлене в Шампані провінції на північному у сході Франції. Отже, шампанське може бути виготовлене лише в регіонах Монтань-де-Реймс, Кот-де-Блан, Долина Марні, Об, Кот-де-Сезанн. За останнє десятиліття об'єм випуску цього напою в середньому становить 262 млн. пляшок на рік і експортується по всьому світу.

Ігристі та газовані вина випускаються майже у всіх країнах-виробниках вина, особливо в Європі. За оцінками експертів, об'єм світового ринку цих вин, включаючи й шампанське, становить 4 млрд. євро. Проте, цей показник навряд чи є репрезентативним, оскільки сюди віднесена як продукція масового споживання, так і елітні і колекційні вина.

Вермути або ароматизовані вина традиційно походять з Франції та Італії. Провідними виробниками також є Іспанія, США, Німеччина, Нідерланди, Чехія, Болгарія, Румунія, Молдова та Росія.

Організаційно-управлінська структура винного ринку досить складна та диверсифікована. Умовно її можна поділити на три рівні, за сферами охоплення: глобальний, регіональний та державний. Крім того, за сферами діяльності та впливу, на кожному рівні виділяються організації, управління, відомства чи фірми, які

займаються: торговельними операціями, різноманітними дослідженнями, законодавством у сфері виноградарства та виноробства, винним туризмом, організацією дегустацій та конкурсів, професійною підготовкою фахівців (сомельє), популяризацією культури споживання вина та ін. Кожна з цих організацій, в свою чергу може бути спеціалізованою виключно на виноградарстві та виноробстві, або займатися цими галузями нарівні з іншими сферами своєї діяльності.

1.3. Глобалізаційні процеси у ВВК

В останні два десятиріччя науковці зі всього світу приділяли питанням глобалізації світового винного ринку.

В період зменшення важливості інших географічних масштабів, крім глобального, коли транснаціональними корпораціями створюються стандартизовані продукти, що не мають прив'язки до конкретної місцевості або суспільства, коли проходить гомогенізація споживчої культури, саме виробництво і торгівля вином залишається найменш підвладними цим процесам. В більшості європейських країн існує категорія вин, назва яких контролюється за місцем походження. При цьому не існує єдиної класифікації вин, навіть для країн ЄС, не кажучи вже про світові масштаби.

В той же час, саме торгівля продукцією виноробства може виступати своєрідним індикатором взаємопроникнення економік, економічної та культурної глобалізації.

На основі проаналізованих статистичних даних ООН та ФАО, взаємного імпорту-експорту вин, можна виділити 3 групи країн, свого роду «ядро-напівпериферія-периферія» винного ринку.

Перша група – максимальна кількість країн імпорту-експорту, проведення найрізноманітніших міжнародних заходів, зокрема виставок, форумів, конференцій, винних аукціонів. Саме в цих країнах розвинений винний туризм міжнародного рівня, із залученням великої кількості в'їзних туристів. Також тут розміщуються сформовані виноробні кластери.

Друга група – акцент на споживання вітчизняним споживачем місцевих, більш дешевих вин. Доля імпоротної продукції на ринку становить не більше 50 % (це переважно продукція країн-сусідів та найбільш популярних світових експортерів). Винний туризм – переважно внутрішній, або розрахований на туристів із близького зарубіжжя, часто поєднаний з іншими видами відпочинку.

Третя група – країни, не втягнуті в світові винну глобалізацію, «периферія». Винний туризм тут майже не представлений, внаслідок нерозвиненості даної галузі та відсутності винних туристичних дестинацій.

В перспективі, майже всі країни світу будуть втягнуті в світовий винний ринок, незважаючи на його специфіку.

Наприклад, в більшості арабських (мусульманських) країн, незважаючи на заборону споживання алкоголю, існує первинний комплекс виробництв, орієнтований на вирощування та первинну переробку винограду. Мешканці цих країн також можуть стати потенційними винними туристами, з поправкою на відсутність у програмі туру дегустації, тобто, виключно в пізнавальних цілях.

Серед провідних світових тенденцій – придбання всесвітньо відомих виноградників (особливо французьких та італійських), а також інвестування коштів у виноробство, резидентами інших країн, переважно Китаю, Японії, ОАЕ, Індії та інших. Враховуючи цей факт, імовірно, в майбутньому, ці країни будуть залучені до світового винного ринку, через відносини власності та шляхом створення експортно орієнтованих кластерів на власній території.

Поширення технологій виноробства та обмін досвідом також набуває глобального характеру. Наприклад, країни, що лише починають виробництво вин для міжнародного ринку (Китай, Японія, Індія, Зімбабве) або прагнуть оновлення іміджу та створення потужних впізнаваних брендів (Грузія, Вірменія, Росія) інтенсивно скуповують технології країн розвинуеного виноробства та запрошують до співробітництва спеціалістів найрізноманітніших профілів.

1.4. Організаційно-економічні засади кластеризації ВВК

Кластери найчастіше асоціюють з виноробними регіонами, що склалися історично чи визначені законодавчо, або з адміністративними одиницями певної країни.

Проте, виноробний кластер, окрім певного набору необхідних учасників та стійких взаємозв'язків між ними, також залежить і від природних особливостей територій (зокрема, сприятливих умов для розвитку технічного виноградарства) та розвиненої інфраструктури в межах регіону.

Власне, поняття «кластер» (англ. cluster – скупчення, концентрація) вперше з'явилося в математиці для позначення декількох однорідних елементів, що можуть розглядатися, як самостійна одиниця з певними, лише їй притаманними властивостями. Поступово термін почав використовуватися і в інших науках

Кластерна концепція, у її сучасній інтерпретації, тісно пов'язана з працями Майкла Портера: про індустріальні кластери (1990) і пізніше, – про кластери регіональні (1998), де детально описані тісні взаємозв'язки та взаємозалежності між партнерством в межах кластеру і конкурентоспроможністю фірм і галузей. М. Портер визначає кластер як «сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у суміжних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств зі стандартизації, торгових об'єднань), конкуруючих, але об'єднаних спільною роботою».

Враховуючи специфіку виноградарства та виноробства використаємо наступне визначення кластеру.

Кластер – це особлива система постіндустріального суспільства (як територіально-виробничий комплекс – індустріального), формальне або неформальне об'єднання виробничих і обслуговуючих підприємств і організацій, що сконцентровані на певній території (незалежно від адміністративних і державних кордонів), і втягнуті в спільні відносини на основі спеціалізації та кооперації,

конкурують між собою, проводять інтенсивну інноваційну діяльність, та діючи разом, мають більшу економічну ефективність.

Умовно, схему виноробного кластеру можна представити наступним чином.



Рис. 1.11. Схема галузевої структури виноробного кластеру

Для виявлення кластерів, перш за все, на основі статистичних даних для виноробних або адміністративних регіонів, встановлено наявність в їх межах розвинутої логістичної системи, зокрема, взаємозв'язків між підприємствами регіону щодо постачання необхідної сировини та матеріалів, а також наявність співпраці з іншими регіонами та експортерів готової продукції (Табл.1.2.)

Крім того, виходячи з твердження, що кластер – це перш за все концентрація підприємств промисловості спеціалізації, розглянемо статистичну поверхню для країни за цим показником (Рис.1.12.).

Таблиця 1.2.

Аналіз сформованості логістичних систем на прикладі Італії

Назва виноробного регіону	Виробництво скляної тари		Виробництво та імпорт дубових бочок		Картонно-паперо- ва та поліграфічна промисловість		Виробництво та імпорт корку		Наявність у регіоні спе- ціалізованих експортерів
	Для потреб регіону	Поста- чання за межі регіону	Для потреб регіону	Поста- чання за межі регіону	Для потреб регіону	Поста- чання за межі регіону	Для потреб регіону	Поста- чання за межі регіону	
Абруццо	+		+		+		+		+
Аоста	+		+		+		+		+
Апулія									
Базиліката									
Калабрія	+				+				
Кампанія					+				
Емілія-Романія	+	+	+		+	+	+		+
Фріулі-Венеція-Джулія	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Лацио	+								
Лігурія	+		+		+		+		+
Ломбардія	+		+		+				
Марке	+				+				
Молізе	+		+	+	+		+		+
П'ємонт	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Сардинія	+				+				
Сицилія			+		+				
Терентіно-Альто-Адідже	+		+		+		+		+
Тоскана	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Умбрія	+								
Венето	+	+	+		+		+		+

Примітка. Сірим кольором – регіони з розвиненими логістичними системами у виноробстві.

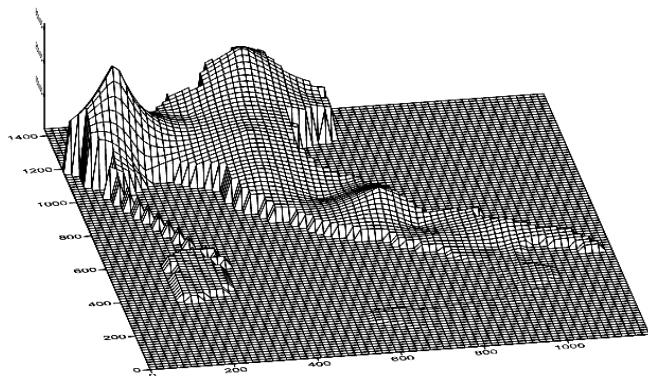


Рис. 1.12. Статистична поверхня виноробних підприємств Італії

Порівнюючи регіони, де існує розвинена логістична система та найвища концентрація підприємств виноробства, здійснимо вибірку регіонів. В даному випадку це: П'ємонт, Аоста, Лігурія, Тоскана, Абруццо, Молізе, Терентіно-Альто-Адідже, Фріулі-Венеція-Джулія та Венето. Для цих регіонів відзначимо наявність центрів освіти (різного рівня – від сільськогосподарських коледжів до університетів), науково-дослідних центрів та центрів винного туризму (Табл. 1.3.).

Єдиним регіоном, де наявні всі необхідні складові для сформованого кластеру – Тоскана.

Таблиця 1.3.

Продовження аналізу сформованості логістичних систем на прикладі регіонів Італії

Назва регіону	Освітні центри	Науково-дослідні центри	Центри винного туризму
П'ємонт	+	+	-
Аоста	-	-	+
Лігурія	-	+	-
Тоскана	+	+	+
Абруццо	+	+	+
Молізе	-	-	+
Терентіно-Альто-Адідже	+	-	-
Фріулі-Венеція-Джулія	-	+	+
Венето	+	-	-

В інших випадках, спостерігаємо концентрацію наукових та освітніх закладів переважно у великих містах. Наприклад у Мілані та Турині. При цьому сфера їх впливу охоплює всі три сусідні регіони – П'ємонт, Аосту та Лігурію.

Таким чином, можуть бути виділені групи регіонів, які враховуючи необхідний набір компонентів та взаємозв'язків між ними, а також концентрацію підприємств галузі спеціалізації, можуть бути визначені, як виноробний кластер.

Отже, в межах Італії можемо виділити 4 виноробні кластери:

- Тосканський;
- Кластер Північно-Західної Італії (що включає території П'ємонту, Аости та Лігурії);
- Кластер Центральної Італії (регіони Адріатичного узбережжя – Абруцці та Молізе);
- Кластер Північно-Східної Італії (Терентіно-Альто-Адідже, Фріулі-Венеція-Джулія, Венето).

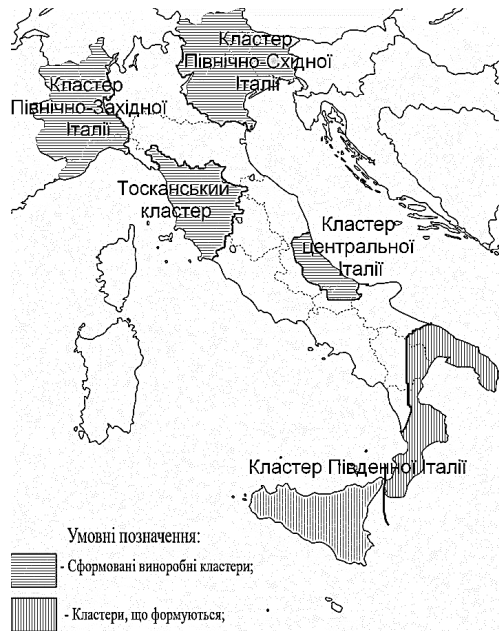


Рис. 1.13. Виноробні кластери Італії

Подібні результати також можна отримати за допомогою кластерного аналізу, використовуючи низку статистичних показників для мікрорегіонів, що складають виноробний регіон (кількість підприємств-вирбників, об'єми матеріальних потоків (у натуральних показниках), об'єми фінансових потоків, кількість дистриб'юторів та експортерів, площі під виноградниками технічних сортів, середня площа винограднику в господарстві, випуск та експорт продукції в натуральних та грошових показниках, кількість зайнятих, кількість наукових та освітніх установ).

Проте, застосування кластерного аналізу для більшості країн не є можливим, враховуючи відсутність статистичних даних про мікрорегіони, особливості взаємозв'язків між підприємствами та величини матеріальних і фінансових потоків між ними.

Також, для багатьох країн світу, важливим фактором є самоідентифікація кластеру, через низку регіональних та державних програм і кластерних ініціатив. У випадку Італії, до таких відноситься кластер Тоскани. Також сюди належать кластери Південної Африки, бразильська Сьєрра Гауча, Ріоха (Іспанія), Валла- Валла, Ніагара та Каліфорнія (США).

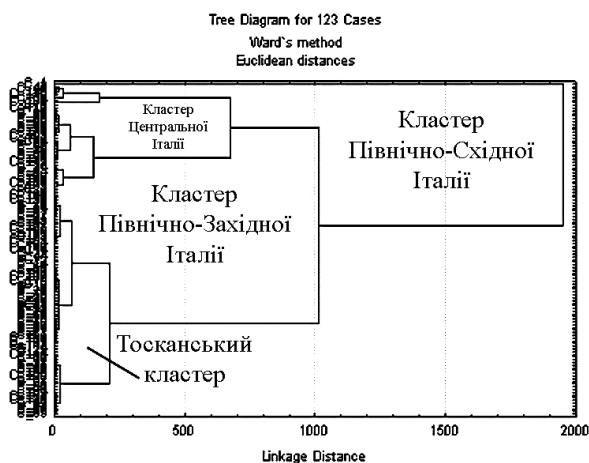


Рис. 1.14. Дендрограма кластерного аналізу для виноробних мікрорегіонів Італії

Також, наявність кластерів у деяких країнах, констатується у звітах Європейської Кластерної Обсерваторії, включаючи оцінку ступеня розвитку регіонального кластеру за методикою присвоєння їм «зірочок», від 0 до 3.

Спираючись на вищеописану методику, було виділено виноробні кластери світу та визначено ступінь їх розвитку.

Отже, на сьогодні можна виявити сформовані кластери в наступних країнах (Рис.1.15):

Італія: Тосканський кластер; кластер Північно-Західної Італії (П'ємонт, Аоста, Лігурія); кластер Центральної Італії (Адріатичне Узбережжя, Аbruцці-Молізе); кластер Північно-Східної Італії (Терентіно-Альто-Адідже, Фріулі-Венеція-Джулія, Венето);

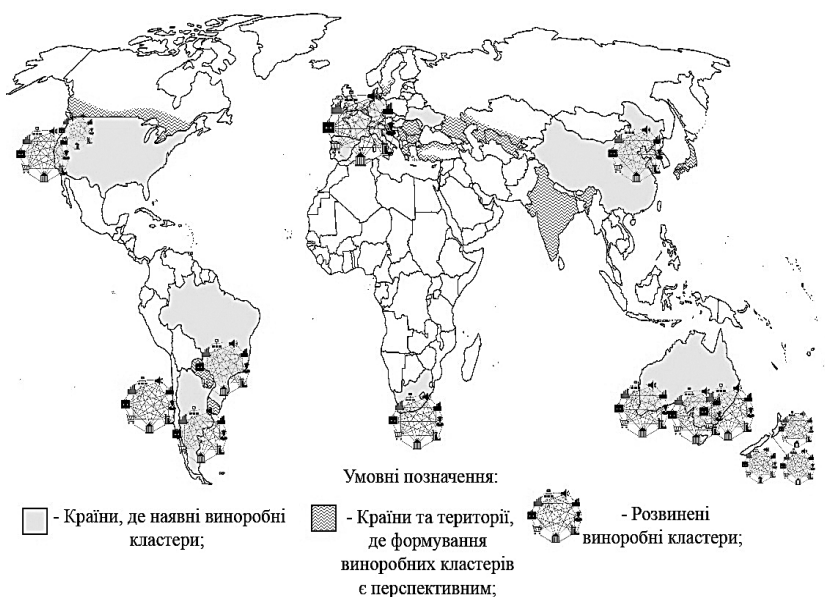


Рис.1.15. Країни та території розвинених і перспективних виноробних кластерів

- Франція: Бордо; Бургундія; Лангедок-Русільйон і Прованс (Середземноморський); Долина Рони;

Долина Луари; Шампань-Ардени та Коньяк – вузькоспеціалізовані галузеві кластери;

- Аргентина: Мендоса;
- Німеччина: Мозель-Саар-Рувейр; Рейнський кластер;
- Чилі: Центральна Долина;
- Нова Зеландія: Вайкато (о.Північний), Вайрапа-Мальборо-Нельсон (на обох островах, з ядром науково-освітніх потужностей у Велінгтоні); Вайпара (Кантербарі) з центром у Крайстчерч;
- США: Каліфорнійський винний кластер (у стадії трансформації), що об'єднує кластери Напи і Сономи, Узбережний та Великої Долини; кластер Валла-Валла (штат Вашингтон);
- ПАР: Узбережний кластер Південної Африки (включаючи власне Узбережний регіон, південь регіону Оліфантс Рівер, та узбережні частини інших регіонів);
- Португалія: кластер Північної Португалії; кластер Південної Португалії;
- Іспанія: Ріоха; Херес (Жерез у Манзанілла);
- Австралія: кластер Південної Австралії (інноваційний); кластер Західної Австралії; кластер Вікторії та Нового Південного Уельсу;
- Китай: Північно-Східний виноробний кластер; Сінцзянський кластер; Шаньдунський (Цзяодунський) кластер.
- Угорщина: Токай;
- Бразилія: Сьєрра Гауча.

За допомогою кластерного аналізу та подальшої класифікації і районування було встановлено наступні закономірності:

- кластер може охоплювати кілька історичних виноробних регіонів (Шампань-Ардени у Франції, Центральна Долина в Чилі);
- бути лише невеликою частиною такого регіону (Долини Напа та Сонома у Каліфорнії, США; кластер Південної Австралії та ін.);
- адміністративні кордони всередині держав, а іноді й міждержавні, часто втрачають своє значення для кластеру, особливо розвиненого (наприклад, форму-

ється єдиний транскордонний кластер в районі французького Ельзасу, в районі американсько-канадського кордону штату Орегон, де виноробні підприємства сконцентровані по обидва боки кордону).

Також можна виділити групу кластерів, що формуються (агломерації, за стадією життєвого циклу):

- кластер Південної Італії;
- кластер Окленд (Нова Зеландія);
- кластер Шаблі (Франція);
- кластер Аконкагуа та кластер Південного Чилі;
- кластер Північної Аргентини (Сальта, Катамарка і Ла Ріоха, Сан Хуан);
- кластер Ріо-Негро, включаючи регіон Ла-Пампа, (Аргентина);
- кластер Тасманії (Австралія);
- Мадридський (Столичний) кластер, включаючи регіони Рібера-дель-Дуеро, Ріас-Байхас, Торо і Руеда (Іспанія);
- кластер Каталонії, включаючи регіони Наварра, Пенедес, Пріорат і Сомонтано (Іспанія);
- Австрія: Північно-Східний (Дунайський) кластер;
- Швейцарія: Кластери кантонів Вале і Тічіно;
- кластер Ізраїлю (вузькоспеціалізований).

Також, можна виділити групу перспективних територій для розвитку кластерів. Перш за все це країни та регіони з розвиненим виноробством, що підтримують кластерні ініціативи. Сюди можна віднести: Болгарію, Македонія, Румунію, Молдову, Узбекистан, Казахстан, Південний Федеральний округ Росії, Парагвай та Уругвай, Індію, Зімбабве.

Розглянемо детальніше 3 виноробні кластери: Центральної Долини Чилі, кластер Каліфорнії, Кластер Бордо. Саме вони є репрезентативними для представлення різноманітних регіонів світу та формування цілісної картини географії виноробних кластерів, відображають різноманітні моделі кластерів та стадії їх життєвих циклів.

Виноробний кластер Бордо (Франція)

Виноробний кластер Бордо – розвинений регіональний і галузевий кластер на південному заході

Франції, що територіально знаходиться в межах одного іменного регіону, проте не співпадає з його адміністративними межами. Кластер відкритий для співробітництва та зі стабільною динамікою зайнятості.

Географічне положення кластеру досить сприятливе. Як уже зазначалося, він розташований на південному заході Франції, на узбережжі Атлантичного океану, в долині Жиронди (естуарій Гаронни).

Кластер Бордо розміщений в межах ізоліній сум активних температур 2200° - 4000° та ізоліній коефіцієнтів зволоження від 0, 55, що є оптимальним співвідношенням агрокліматичних показників для виноградарства, а отже й для первинного виноробства.

Проте, погода в регіоні дуже нестійка, літо може бути сухим та сонячним, або холодним та дощовим. Тому при виборі продукції Бордо надзвичайно велике значення має вінтаж.

Дослідження кластеру Бордо проводилися переважно в Університеті Бордо, зокрема Песме Жаком-Олівером (Pesme Jacques-Olivier), Беліс-Бергужнен Марі-Клауді (Belis-Bergouignan Marie-Claude), Кораді Наталі (Corade Nathalie), та в порівняльних дослідженнях авторів з інших країн.

На сьогодні, у регіоні Бордо налічується 15 тисяч продуктивних виноградників, загальною площею 120200 га та близько 9500 виноробних підприємств первинного та вторинного виноробства.

При відносно стабільних площах виноградних насаджень, що загалом посідають друге місце у світі, після регіону Лангедок – Русільйон, з 1980-х років, спостерігається тенденція до скорочення кількості підприємств у галузі. Перш за все це пов'язано з укрупненням господарств. Якщо у 1987р. кількість підприємств сягала 20000, з середньою площею 6 га, то в 2012 – 9500 фірм з середньою площею господарства 13 га.

Внаслідок цього зросла і кількість кооперативів та негоціантів – до 43 та 400 відповідно.

Чисельність постійно зайнятих у виноградарстві та виноробстві, включаючи безпосередніх власників,

приватних підприємців та найманих робітників – 60000 чол.

Територіальна структура кластеру достатньо проста. До кластеру, можна віднести 57 апелласьйонів, що втягнуті в єдину логістичну систему та пов'язані між собою системою суспільно-географічних зв'язків.

Назви виноградників і виробників ідентичні і взаємозамінні, тому схему територіальної структури можна відтворити навіть на рівні комун.

Адміністративно кластер розташований на території Аквітанії, проте є самостійним історичним та історико-культурним регіоном і безпосередньо регіоном виноробним.

Проте, географічно концентрація взаємопов'язаних підприємств не чітко співпадає з окресленими межами регіону. Саме тому, кластер можна класифікувати і як галузевий, і як регіональний.

Компонентна структура кластеру при детальному розгляді, являє собою достатньо складну схему (Рис.1.16).

Отже, в кластері наявні всі необхідні компоненти, включаючи підприємства галузі спеціалізації та допоміжні виробництва, торговельні, фінансові, управлінські та консалтингові компанії, науково-дослідні та освітні установи різних рівнів, ряд урядових та громадських організацій, що прямо чи опосередковано втягнуті у систему взаємозв'язків у кластері.

Провідні підприємства – «Барон Філіп де Ротшильд», з фінансовим обігом 250 млн.\$ США на рік, та 30 млн. пляшок в рік. Уільям Піттєре – негоціант № 2 в Бордо, власник Бернар Магре, продажі – 40 млн. пляшок на рік. «Шредер и Шиллер» – власники і негоціанти, більше 12 брендів Бордо, об'єм продажів 15 млн. пляшок на рік.

Серед загальних факторів, що є визначальними для всього регіону Борду, є перш за все природні, зокрема сприятливі агрокліматичні умови та ґрунтовий покрив. Також, не менш важливим є історичний фактор: культура виноградарства, зокрема вирощування технічних сортів для виноробства, на території сучасного кластеру Бордо, бере свій початок ще з часів Римської імперії.

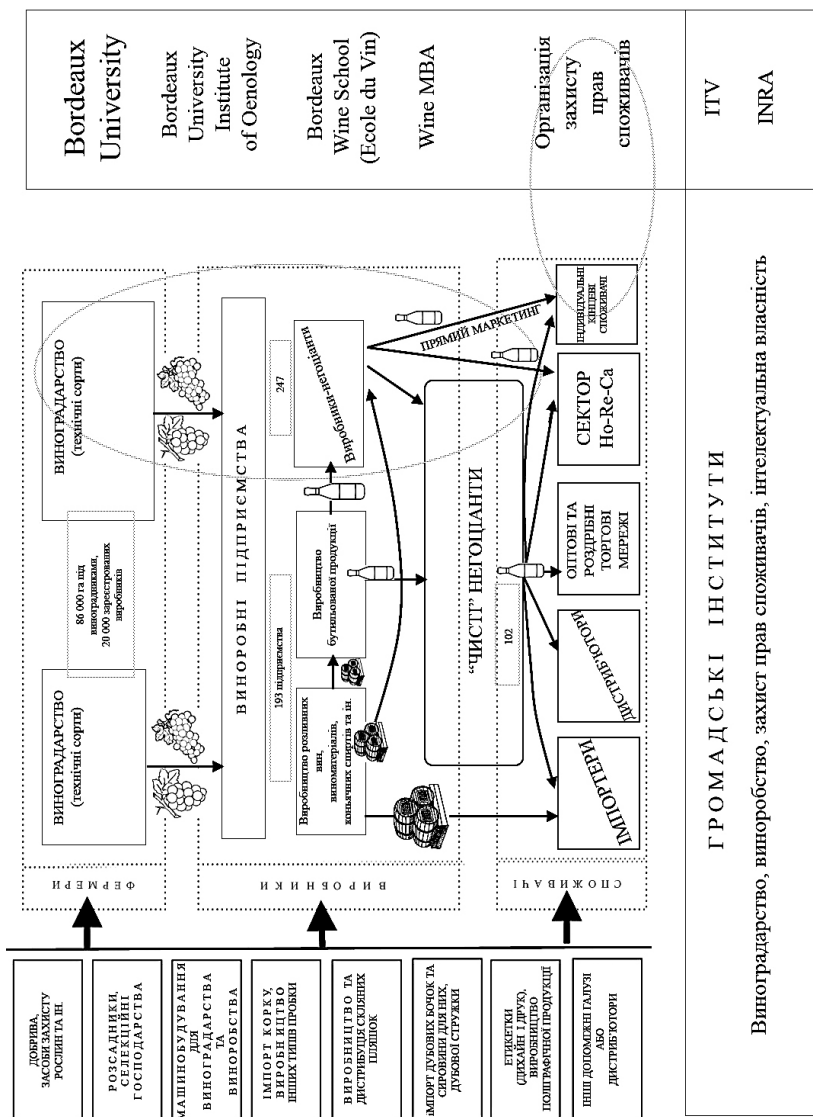


Рис.1.16. Схема компонентної (галузевої) структури виноградарсько-виноробного кластеру Бордо

Серед загальних факторів, що є визначальними для всього регіону Бордо, є перш за все природні, зокрема сприятливі агрокліматичні умови та ґрунтовий покрив. Також, не менш важливим є історичний фактор: культура виноградарства, зокрема вирощування технічних сортів для виноробства, на території сучасного кластеру Бордо, бере свій початок ще з часів Римської імперії.

Кластер добре забезпечений робочою силою. Постійно зайняті в галузі – переважно висококваліфіковані кадри. Навіть робітники та власники невеликих фірм, що не мають спеціальної освіти – в основному місцеві мешканці, для яких виноградарство та виноробство – традиційне заняття. Сезонні роботи, такі як обрізка виноградників та збір урожаю, на відміну від більшості регіонів Франції та Західної Європи загалом, проходять без участі сезонних мігрантів. При цьому собівартість робочої сили залишається високою, що надалі обумовлює і ціни на кінцеву продукцію.

Важливим фактором є розвиток спеціалізованих освітніх та наукових установ, що є визначальною складовою власне кластеру. Серед провідних освітніх та наукових закладів: Інститут Енології Університету Бордо, Бордоська винна школа (Ecole du Vin), Школа винного бізнесу (Wine MBA) та ряд інших.

Також, однією з найрозвиненіших у світі є інформаційна інфраструктура кластеру. Інформаційні потоки між підприємствами – складовими кластеру та на рівні «виробник – споживач» є достатньо інтенсивними. Будь-які зміни в галузі та поточний стан справ висвітлюються в друкованих виданнях, а також через мережу Інтернет. Різноманітні виставки, фестивалі, конференції та аукціони різних рівнів проводяться кілька разів на місяць.

Саме інформаційний чинник став визначальним для «відродження» Бордо на початку ХХІ ст. та модернізації традиційного виноробства. Завдяки високим рейтингам та низці публікацій відомих винних критиків і консультантів Роберта Паркера, Мішеля Ролана, Оза Кларка,

деякі виробники змогли вийти на світовий ринок та закріпитися там.

67 % продукції кластеру реалізується у Франції і 33 % – експортується.

Більшість місцевого попиту забезпечують дешеві та середні за ціною ординарні столові вина із регіонів Кот-де-Костільйон, Кот-де-Бур, Кот-де-Блай і Фронсак.

Таким чином, внутрішній попит стимулює розвиток галузі. Проте, основні прибутки кластер отримує від продажу дорогих напоїв, що випускаються в менших об'ємах і тому може бути класифікований як експортно-орієнтований.

Традиції виноробства та великий асортимент сприяли вимогливості місцевих споживачів. Бордо є одним із небагатьох регіонів, де вимогливість місцевого попиту сприяла експансії на світовий ринок та набуття популярності. Червоні вина Бордо загалом та білі регіону Сотерн вважаються у світі еталонними.

Споживання на душу населення є одним з найвищих у світі.

Щодо місцевих каналів дистрибуції, спостерігається рівне співвідношення прямого маркетингу та поширення продукції через негоціантів. При цьому для кластеру Бордо на національному та світовому ринку, прямий маркетинг взагалі не характерний і безпосередньо від виробника реалізується не більше 3-5 % продукції.

Серед спеціалізованих сегментів місцевого ринку – виробництво кошерних та біовин. Кошерні вина не є популярними серед місцевих споживачів, окрім невеликих єврейських громад. Найбільший виробник – шато Перейро. Популярність же біовин, продовжує зростати, дещо випереджаючи загальносвітові показники в цій категорії і поступаючись лише Італії.

Нормативно-правові стандарти щодо споживання та захист прав споживачів – на високому рівні, згідно з загальноєвропейськими нормами. При міністерстві фінансів існує Департамент по економічних злочинах у виноробстві.

У регіоні наявний весь спектр допоміжних галузей виробничої та невиробничої сфери, що забезпечують

функціонування кластеру, окрім коркової промисловості, яка представлена філіалами іспанських та португальських виробників. Це один з небагатьох світових виноробних кластерів, де розвинене спеціалізоване машинобудування для виноробної промисловості.

Кооперативи, що об'єднують виноградарів, є основними постачальниками сировини для виноробства. Розвинена хімічна, харчова, деревообробна, поліграфічна та скляна промисловість забезпечують необхідні матеріали, зокрема тару та упаковку для кінцевої продукції.

У сфері послуг наявна низка фірм, що спеціалізуються виключно на винному праві, та розглядають інші юридичні питання для виноградарських господарств та виноробних підприємств. Також представлена низка консалтингових, дизайнерських та маркетингово-рекламних фірм вузької спеціалізації.

Дуже розвинена кооперація між учасниками кластеру. За рахунок великої кількості підприємств та господарств у найрізноманітніших сферах – партнерів всередині кластеру досить просто знайти та змінити, що стимулює зростання якості товарів та послуг. Проте, найбільш яскраво кооперація проявляється на рівні виноградарських господарств – постачальників первинної сировини.

Стратегія місцевих виробників заснована на тому, що вина Бордо, особливо червоні, вважаються у світі еталонними. Тому, навіть продукція відносно невисокої якості, часто порівняно дорога і позиціонується, як напої, що потребують особливої атмосфери та вишуканості. Така стратегія є особливо вигідною для ведення бізнесу у секторі No-Re-Ca, що забезпечує близько половини прибутків кластеру.

Також, більшість виробників та негоціантів наголошують на простоті ідентифікації вин та визначенні їх місця походження. Для регіону Бордо, на відміну від інших європейських виноробних регіонів, назва виноградику і виробника є ідентичними і взаємозамінними. Це значно підвищує впізнаваність брендів, а отже і їх популярність.

Конкуренція всередині кластеру дуже висока, особливо серед виробників, що представлені в дешевому та середньому ціновому сегментах. Проте на загальнонаціональному та світовому ринку, вина Бордо, за рахунок дистрибуції через неогоціантів конкурують разом.

Кластер відкритий до іноземних інвестицій. Прямі зарубіжні інвестиції в кластер найчастіше надходять з Китаю та Японії.

В регіональній економіці кластер займає друге місце після аерокосмічного, за об'ємом та вартістю експорту.

Об'єм кінцевої продукції кластеру та експорту коливається з року в рік. Загальна тенденція – стабілізація об'ємів продукції та зростання вартості експорту. Кластер є найбільшим у світі за об'ємами експорту у натуральних показниках (1,5 % всіх вин світу) та третім (у грошових показниках) після регіонів Кон'як та Шампань.

Місцеві фірми мають власні маркетингові представництва за кордоном, зокрема у більшості країн Європи, США, Канаді, Китаї та Японії. 97 % експорту виноробної продукції представлені за кордоном власними торговими марками.

Місцеві фірми розробляють і впроваджують нові продукти і технологічні процеси, хоча і не є лідерами в цій галузі. Незважаючи на хвилю модернізації, виноробство Бордо скоріше можна охарактеризувати, як традиційне, ніж як інноваційне чи високотехнологічне.

Вплив держави та уряду на виноробну галузь регіону, проявляється, перш за все, через надання субсидій для виноградарів та малих виноробних підприємств, в межах загальних програм ЄС, для запобігання кризи перевиробництва. Таке втручання уряду навряд чи можна назвати позитивним для розвитку кластеру, оскільки воно стримує зростання виробництва, а отже й конкуренцію та інновації в регіоні.

При цьому, кластерні ініціативи загалом, зокрема в сільському господарстві та харчовій промисловості, знаходять широку підтримку держави.

На високому рівні перебуває захист інтелектуальної власності. У виноробній промисловості захищені не лише

назви вин, що контролюються за місцем походження та технології, а й дизайн пляшок та етикеток.

Виноробний кластер Бордо – стабільний зрілий експортно-орієнтований кластер, що може бути класифікований, як галузевий та регіональний одночасно. Провідними факторами, що сприяють його розвитку та функціонуванню, є природні, зокрема географічне положення та агрокліматичні, особливості місцевого попиту, наявність історичних передумов розвитку галузі та висококваліфіковані трудові ресурси.

Кластер вирізняється складною багаторівневою компонентною структурою, в той час, як структура територіальна достатньо проста.

Виноробний кластер Центральної Долини Чилі

Кластер розташований у вузькій узбережній смузі між Тихим океаном та Андами, в Центральній долині та її субрегіонах, переважно на південь від Сантьяго. На півночі межує з регіоном Аконкагуа, що включає відому долину Касабланка.

Територія кластеру розміщена між 30 та 36 пд. ш. – широтах класичного виноробства.

Центральна Долина розташована відносно ізоліній сум активних температур 4000-8000°, та ізоліній коефіцієнтів зволоження 0,33-0,55, що вважається не дуже сприятливим для виноградарства загалом, проте на території кластеру компенсується за рахунок берегових туманів та холодного повітря з Анд та розвитку систем іригації.

Дослідження кластеру Центральної Долини, як і чилійського виноробства загалом, займаються Еліса Джуліані (Guliani Elisa) та Мартін Белл (Martin Bell), а також науковці з місцевих університетів.

В межах кластеру функціонують 142 підприємства первинного та вторинного виноробства. Саме в районі Центральної долини простежується яскравий пік статистичної поверхні кількості підприємств Чилі (Рис 1.17.)

Загалом у виноробній промисловості Чилі зайнято 70 тис. постійних робітники та 14 тис. сезонних. Близько 65 % з цієї кількості працівників припадає на Центральну долину.

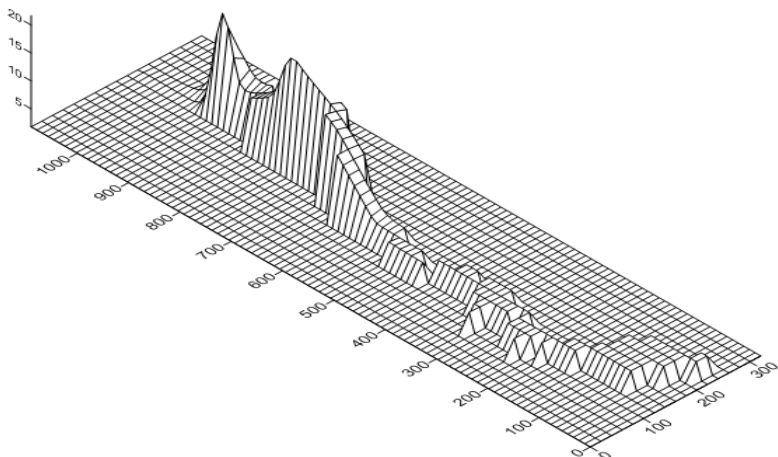


Рис. 1.17. Статистична поверхня за кількістю підприємств

Компонентна структура кластеру виглядає, особливо в порівнянні з європейськими кластерами досить спрощено. Це зумовлено відсутністю великих підприємств машинобудування, виробництва тари та упаковки, орієнтацією більшості виробників на імпорتنу продукцію допоміжних галузей та експорт власної кінцевої продукції наливом.

Територіальна структура кластеру представлена низкою промислових пунктів та центрів, що не утворюють промислових вузлів, окрім Сантьяго. Така ситуація спричинена особливостями соціально-економічної та політичної ситуації в країні, а також частково конфігурацією території країни.

Географічне положення кластеру сприятливе для вирощування сировини виноградарства. Природні умови та ресурси визнані найсприятливішими у світі і навіть отримали назву «виноробного раю». Захищеність береговим хребтом та Андами також є бар'єром від різноманітних біологічних уражень виноградних насаджень. Проте, кластер знаходиться на значній відстані від основних споживчих ринків. Сусідня Аргентина виступає переважно конкурентом, а не споживачем. Інші країни-сусіди або переживають економічну нестабільність та кризу або традиційно не є споживачами виноробної

продукції. Ці несприятливі умови компенсуються за рахунок виходу до світового океану, а отже й доступного дешевого морського транспорту.

Завдяки традиціям виноробства та поширенню його серед населення, навіть сезонні робітники відносно кваліфіковані. Кадри для виноробної промисловості готують у 4 університетах (переважно сільськогосподарського спрямування): University de Talca, University de Concepcion, University Catolica de Chili, University Catolica de Valparaiso. Також, діють спеціалізовані освітні центри: «The Wine Centre of the Universidad Catolica» та «The Technological Centre of the Wine» (University de Talca). Проте, собівартість робочої сили - одна з найнижчих у світі, як для некваліфікованих робіт, так і для технологічних виробництв. Це є одним з найважливіших факторів, що дозволяє знизити вартість кінцевої продукції та успішно конкурувати з європейськими, австралійськими та північноамериканськими виробниками.

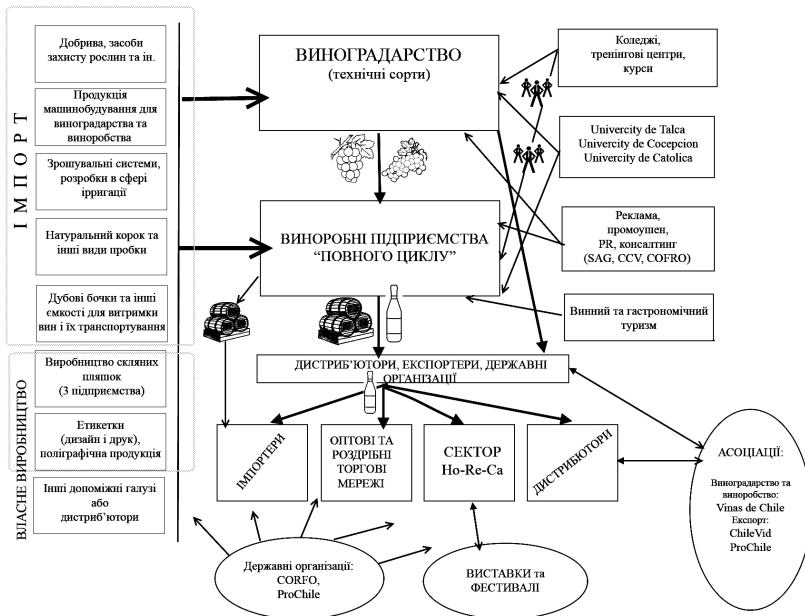


Рис. 1.18. Схема компонентної структури кластеру Центральної Долини Чилі

Загальний рівень розвитку інфраструктури, за визначенням експертів – середньосвітовий. Проте конфігурація території зумовлює наближення будь-якої точки Центральної Долини до портів, міжнародного аеропорту Сантьяго та шосейних доріг. Наукова інфраструктура не досить розвинена. Переважно це система університетських наукових лабораторій та центрів, зокрема «The Wine Centre of the Universidad Catolica» та «The Technological Centre of the Wine» (University de Talca). Добре розвинена інформаційна інфраструктура, проте інтернет-продажі та он-лайн інформація представлена лише в кількох великих фірмах. У системі адміністративного управління та контролю провідна роль належить SAG («Servicio Agrícola ganadero») – підрозділу міністерства Аграрного сектору. Діють кілька консалтингових компаній.

Щорічно проходить кілька виставок регіонального та національного масштабу, найважливіша з яких – «Vinitech Latin America».

Ресурси капіталу для кластеру також досить обмежені. Відсутній венчурний капітал, кредити на освіту та інвестиції в науку.

Особливості місцевого попиту забезпечують експансію на світовий ринок, але перш за все не за рахунок вимогливості споживачів до продукції виноробства, а через дуже малу ємність внутрішнього ринку, особливо в порівнянні з іншими країнами-експортерами. Споживання на душу населення – 15,2 літри вина та бренді на людину за рік. Диспропорції місцевого попиту у спеціалізованих сегментах – відсутні. Незначний внутрішній попит на дорогі елітні вина та біовина. Кошерне виноробство на 90 % – експортного спрямування.

Для внутрішнього ринку типовий прямий маркетинг та канал з одним посередником. При експорті продукції – кількість посередників – мінімум три-чотири.

Нормативно-правові стандарти щодо споживання, захист прав споживачів забезпечує «Національний Споживчий Сервіс».

Серед допоміжних галузей розвинені виробництво та дистрибуція натурального корку, скляних пляшок та винних етикеток. Проте, вони орієнтовані переважно на місцевий ринок, і неконкурентоспроможні поза межами кластеру. Виробництво машин та обладнання – відсутнє. Місцеві маркетингові, юридичні, банківські установи та інші – не спеціалізуються виключно у виноробній промисловості.

Основним конкурентом за сировину є консервна та харчова промисловість, хоча виноградарство орієнтується перш за все на виробників вина; конкурентна боротьба за споживача – з пивною та лікєро-горілковою галуззю.

Зв'язки між учасниками кластеру постійні, проте не дуже стійкі. Стабільністю вирізняються лише кооперація «виноградарство-виноробство» та на більш високому рівні, у сфері освіти та науки між «Association of Chilean Vineyards» і «Universidad Catolica de Chili». Місцеві асоціації мають скоріше формальний характер, окрім «ChileVid» – асоціації експортерів вин.

Унікальні місцеві ринкові стратегії та розробки нових продуктів і технологічних процесів зустрічаються рідко. Для більшості підприємств – це копіювання європейського та американського досвіду. Кластер не можна віднести до інноваційних.

Більшість фірм конкурує в дешевому та середньому ціновому сегменті як всередині кластеру, так і на світовому ринку.

Виноробний кластер Центральної долини Чилі забезпечує 3,1% загального експорту в доларах США, зі щорічним зростанням об'ємів валютних надходжень 10 % протягом останнього десятиріччя. Таким чином, це третій за значимістю кластер країни, після мідного й лососевого.

Прямі зарубіжні інвестиції в кластер складають 15 % всіх капіталів. 19 фірм та альянсів-інвесторів, переважно зі США, Франції, Іспанії, Італії, Японії та Китаю припадають на 142 місцеві фірми. Найбільше прямих іноземних інвестицій надходить зі США (Рис.1.19.).

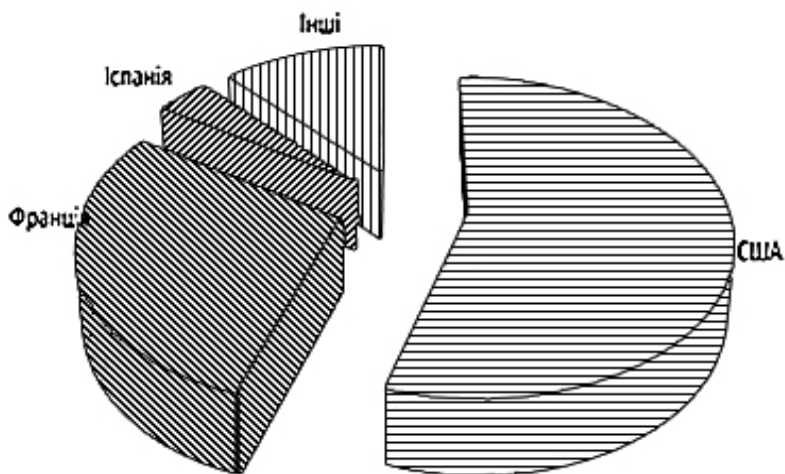


Рис.1.19. Прямі іноземні інвестиції у виноробний кластер Центральної долини Чилі, %

Вплив держави та уряду на кластер незначний. Існує підтримка з боку державних та недержавних організацій, зокрема COFRO, ProChile та ін. Уряд не підтримує розвиток кластеру законодавчими ініціативами та спеціальними програмами, проте не існує і жодних обмежень розвитку, які залежали б лише від політики держави. Відсутні будь-які субсидії в галузі загалом.

Виноробний кластер Каліфорнії

Кластер розташований в межах однойменного штату США, на тихоокеанському узбережжі та схилах Берегових хребтів.

Розташований в межах «винних паралелей»: між 30-51° північної широти.

На цій території сформувалися особливі агрокліматичні умови. Розташування кластеру в межах ізоліній сум активних температур – 2200-6000° та ізоліній коефіцієнтів зволоження від 0,33 до 1,0 створює умови зовсім не схожі на умови класичних європейських виноробних регіонів.

Вивченням каліфорнійського виноробного кластеру займалися багато американських вчених та вчених

з інших країн, особливо після виходу праць Майкла Портера, каліфорнійський винний кластер став майже класичним прикладом і схемою кластеру взагалі.

В Каліфорнії, на сьогодні, нараховується 4740 підприємств, з них близько 4000 спеціалізуються на виноградарстві, а 740 є виробниками вина. Серед них найбільша компанія «Галло» (Ernst&Julio Gallo). Найбільша концентрація підприємств спостерігається в районі долини Напа та вздовж узбережжя (Рис. 1.20.)

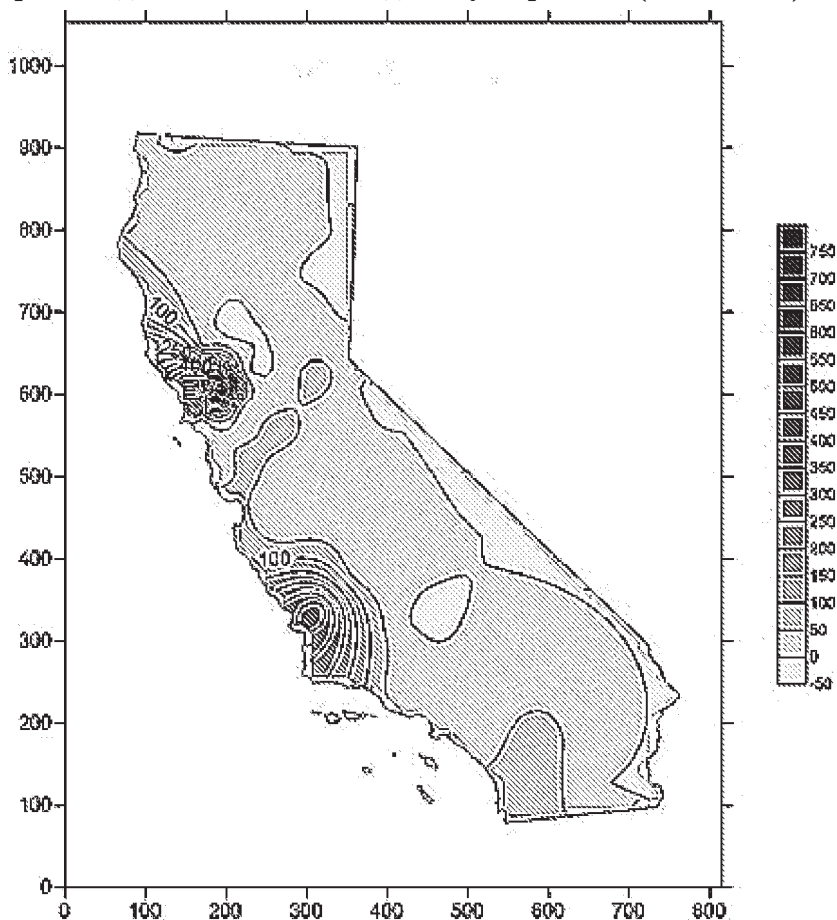


Рис.1.20. Статистична поверхня кількості підприємств виноробства

В галузі виноробства та суміжних галузях працюють понад 120 тис. чол, серед них 14 тис. – постійно зайняті безпосередньо на виноробних підприємствах. До сезонних робіт залучають 40-50 тис. чол., переважно місцевих мешканців.

Площа виноградників – 411,048 км. кв.

Територіальна структура кластеру досить складна. Більшість підприємств і виноградників зосереджені в невеликих насеплених пунктах долини Напа та вздовж узбережжя. Тут же розміщені і промислові центри, з концентрацією не лише підприємств виноробства, а й допоміжних галузей, торгівлі та ін.

Виходячи з концентрації фірм спеціалізації та допоміжних галузей, аналізу сформованості логістичних систем, особливостей фізико-географічного розташування територій та маркетингової стратегії фірм, можна стверджувати, що кластер Каліфорнії співпадає з адміністративними межами штату, проте не є цілісним утворенням. Спираючись на різноманіття класифікації каліфорнійських виноробних регіонів (на сьогодні їх близько 10), адміністративного устрою (58 округів) та інших особливостей території, запропоновано наступний варіант структуризації каліфорнійського виноробного кластеру. Кластер Каліфорнії перебуває у стадії трансформації та поділяється на: Велику Долину (від округу Бутте на півночі, включаючи передгір'я Сьєрра-Невади, до округу Кері на півдні), Узбережний кластер (від Сан-Франциско на півночі до Сан-Дієго на півдні) та кластер Напа-Сонома (Рис.1.21.).

Компонентна структура кластеру, та його вищеописаних частин, детально розглянута та описана у багатьох дослідженнях і стала фактично основою для загальної схеми структури виноробного кластеру (Рис.2.11).

Собівартість робочої сили – одна з найвищих у світі, як і вартість земельних ділянок, особливо в Напі і Сономі. Рівень розвитку інфраструктури – теж один з найкращих у світі.

У галузі виноробства та інших, що співпрацюють з нею у межах кластеру, наявна велика кількість висококваліфікованих кадрів. Переважно це випускники

Каліфорнійського Університету: Девіса (факультет виноградарства і енології), Берклі, Ріверсайд, Фресно Стейт та університетів і коледжів інших штатів. Крім того, в розгалуженій мережі науково-дослідних інститутів, лабораторій, спеціалізованих агентств працює багато науковців та спеціалістів бізнес-сфери з Франції, Китаю, Японії, Індії, Іспанії та Аргентини.

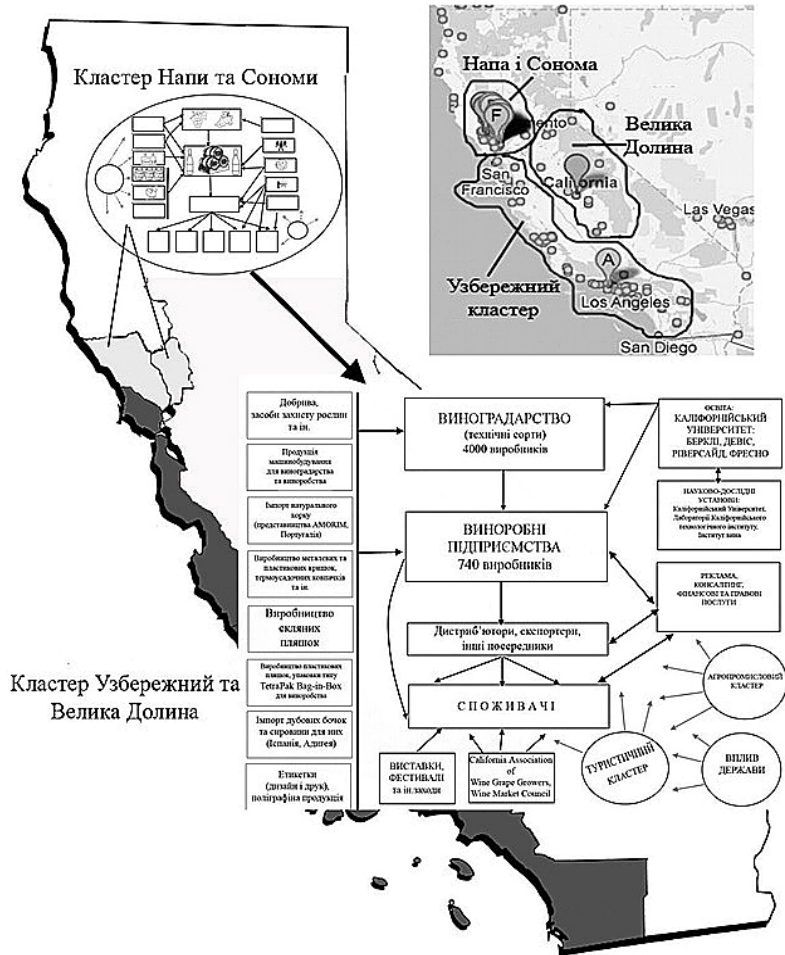


Рис.1.21. Компонентна і територіальна структура кластеру Каліфорнії

Інформаційна інфраструктура кластеру – найрозвиненіша в світі. Тут видається низка спеціалізованих друкованих та електронних видань. Інформація, в т.ч. і статистична широко представлена в он-лайн доступі. Щотижня проводяться виставки, фестивалі, конференції, аукціони.

Більшість фінансових інститутів, в т.ч. і Банк Америки (Bank of America) мають спеціальні програми для виноградарів та виноробів. Тому кластер фінансово стабільний і забезпечений ресурсами капіталу.

Особливості місцевого попиту характеризуються вимогливістю споживачів до якості продукції, навіть у дешевому ціновому сегменті. Популярними є вина зі знаменитого місцевого сорту Зінфандель. В 1970-х рр. Каліфорнія здійснила прорив на світовий ринок, проте вина з використанням Зінфендалю та його купажів набули популярності у світі лише на початку 21 століття.

Чіткі стандарти для якості винограду та вина, маркування продукції як вітчизняної, так і іноземної. Захист прав споживачів на високому рівні.

Загальний рівень розвитку допоміжних галузей – високий. Представлено виробництво металевих та пластикових кришок, скляних пляшок та інших видів тари, продукція поліграфічної промисловості. Імпорт корку з Португалії, бочок – з Іспанії та Адигеї (Росія).

Місцеві постачальники сировини та матеріалів – спеціалізовані виноградарські господарства, розсадники, підприємства органічної хімії та харчової промисловості повністю забезпечують потреби кластеру. Виняток – експериментальні або особливо цінні раси дріжджів чи види благородної плісняви, що можуть імпортуватися з Франції та ін.

Фірми, що спеціалізуються на маркетингу та юридичних аспектах виноробства, консалтингу, представлені досить широко.

Кооперація серед місцевих компаній та зв'язки між учасниками кластеру – достатньо міцні і стабільні. Часто, фірми об'єднані спільним капіталом. Наприклад, фірма «Галло» (Gallo), що є найбільшим виробником вина та землевласником у Каліфорнії, також володіє

і найбільшою компанією-перевізником «Феїрбанкс Трекінг» (Fairbanks Trucking) та виробником скляних пляшок – «Галло Гласс» (Gallo Glass). Також, ця фірма тісно співпрацює з виробником кришок «Мідкел Алюмініум» (Midcal Aluminium), має постійних дистриб'юторів та маркетингових представників.

Створені спеціальні мережі, місцеві асоціації та організації. Наприклад, Інститут Вина (Wine Institute) об'єднує 48 виноробних підприємств (з 1934 р.), підтримується урядом на федеральному рівні. Каліфорнійська Асоціація Виноградарів та Виноробів, Маркетинговий Союз виноробів та інші організації також об'єднують підприємства різного рівня.

Більшість великих фірм впроваджують свої унікальні стратегії на ринку. Проте, є і спільні ініціативи, що безумовно характеризує Каліфорнію, як кластер. Наприклад, введення поняття «меритаж» (meritage) – цей термін означає, що вино виготовлено з класичних сортів винограду, тих же що й в Бордо та Бургундії. Цей маркетинговий хід був досить вдалий і залучив чимало споживачів, особливо на зовнішньому ринку.

Стратегія деяких фірм полягає в тому, щоб виготовляти посереднє вино, при цьому заявляючи, що це вино світового класу і призначати за нього непомірно високі ціни. Тому важливо, щоб історію бренду можна було прослідкувати.

Ігристі вина зазнають впливу виробників класичного шампанського, частко завдяки тому, що багато французьких виробників відкрили тут свої філіали. Також популярним є освоєння нових сортів винограду, особливо з долини Рони та Італії.

Конкуренція досить інтенсивна. Антитрестові закони в державі достатньо суворі, проте не є визначальним фактором для функціонування кластеру.

Немає жодних істотних бар'єрів (окрім визнаних стандартів) для імпорту продукції та надходження іноземних інвестицій. Прямі зарубіжні інвестиції в кластер становлять 45% всіх надходжень.

Місце кластеру в національній, регіональній економіці та експорті: 90% виноробної продукції США.

Загальне зростання кінцевої продукції кластеру та експорту (у натуральних та грошових показниках): з 1985 по 1997 – стрімке зростання загалом на 25 %, далі – стабілізація і зростання 0,3-0,5 % щороку.

Місцеві фірми мають власні маркетингові представництва за кордоном, зокрема в Китаї, країнах Південно-Східної Азії, Великобританії. Під власною торговою маркою продається 100 % експортованої продукції.

Кластер є інноваційним і впроваджує більшість новітніх розробок у світі

Вплив держави та уряду значний, проте носить скоріше регулятивний характер.

Каліфорнійський винний кластер – один із перших сформованих виноробних кластерів. Проте, на сьогодні, коли переважна більшість кластерів досягла стадії зрілості, у випадку з Каліфорнією можемо говорити про стадію трансформації, з розпадом на окремі, дрібніші, проте самодостатні кластерні утворення, що теж досягають стадії зрілості (Напа, Сонома, Узбережний) або формуються (Велика Долина). Такий поділ зумовлений не лише розвитком необхідного набору підприємств, сфери послуг та інфраструктури, достатніх для кожної виділеної області, а й фізико-географічними умовами та особливостями. Зокрема, між Узбережним та Кластером Великої Долини існує чисто фізичний гірський бар'єр.

1.5. Спеціалізація ВВК як чинник оптимізації виноробства

Незважаючи на інтенсивні глобалізаційні процеси та стандартизацію продукції у виноробстві, спеціалізація продовжує поглиблюватися, особливості місцевого (внутрішнього) попиту продовжують відігравати провідну роль у формуванні асортименту продукції та стратегії фірми-виробника.

Більш важливим, ніж набір сегментів ринку є поведінка покупців на внутрішньому ринку. Національні компанії отримують конкурентні переваги, якщо покупці всередині країни найвимогливіші щодо товару

в усьому світі. Такі покупці допомагають компаніям реально розуміти потреби споживачів, змушують виробників дотримуватися високих стандартів якості, розвиватися через запровадження нововведень. Аналогічна тенденція характерна і для винного туризму.

У випадку з виноробством не можна навести мабуть жодної групи таких «ідеальних» споживачів чи туристів. В будь-якій країні значна частина населення прагне отримати якнайбільшу знижку та придбати дешевий товар, а частка поціновувачів залишається незначною. Наприклад, Нова Зеландія, навіть була змушена ввести подвійні стандарти якості вин – для внутрішнього ринку та на експорт. Хоча все-таки варто відзначити місцевий попит Франції, Італії, Німеччини, де вимогливість споживачів сприяла успіху на світовому ринку.

Таким чином, компанії отримують можливість передбачати глобальні тенденції, коли проходить розповсюдження смаків і цінностей, прийнятих в їх країні, тобто коли разом зі своєю продукцією країна експортує і свої смаки та цінності. Прикладом може бути поширення моди на натуральні сухі вина в країнах пострадянського простору, де традиційно вживалися кріплені, напівсолодкі та солодкі напої, внаслідок експорту з Європи та країн Нового світу. Наступний етап – зростання кількості винних туристів.

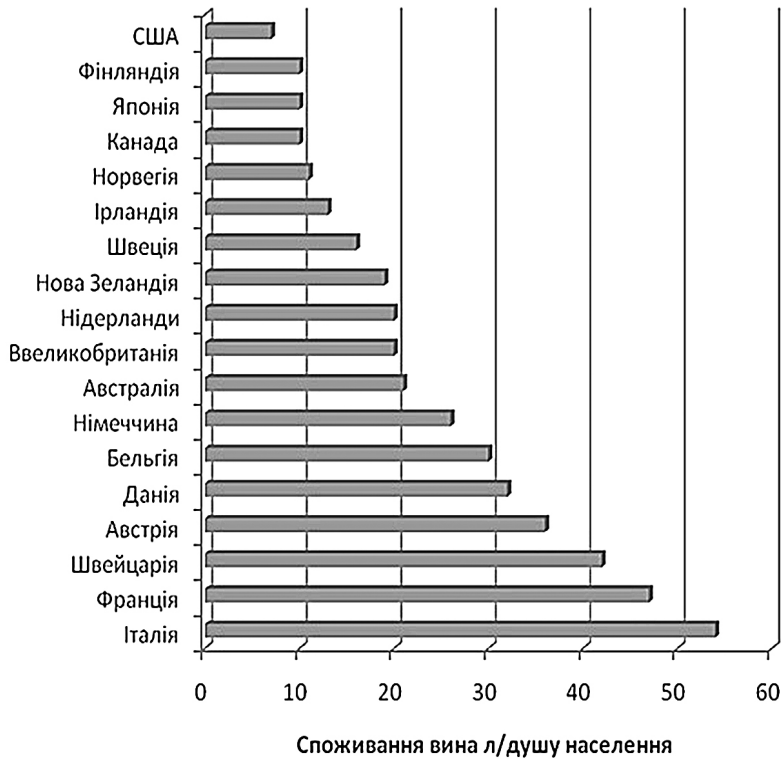
Споживання вина у світі зростає з кожним роком. Така ситуація пов'язана не лише з «експортом смаків» споживачів Західної Європи та Америки, а й перш за все з успішною інтенсивною маркетинговою та рекламною діяльністю фірм-виробників та дистриб'юторів.

Лідерами споживання залишаються провідні виробники та експортери продукції виноробної промисловості. Зростає споживання вина також в Китаї, Індії та багатьох інших азійських країнах.

Об'єми та особливості споживання вина впливають і на розвиток спеціалізації підприємств галузі.

Особливістю місцевого попиту є, наприклад, попит на кошерні вина. Попит на цю продукцію існує серед єврейських громад по всьому світу. Чисельні приписи

Тори та Талмуду значно ускладнюють технологічний процес та здорощують вартість кінцевої продукції. Це змушує виробників або відмовлятися від цього виду виробництва взагалі, або спеціалізуватися виключно на виробництві кошерної продукції.



На сьогодні кошерні вина – істотний сегмент світового алкогольного ринку, що присутній і в Україні.

Виробництво може здійснюватися по всьому світу, проте за дотримання низки правил і обмежень.

Технологічно кошерне вино не відрізняється від вина звичайного. Воно не пов'язане з жодним сортом винограду і для нього не існує технічних норм виноробства, таких як максимальна кількість ягід на гронах, грон на лозі, куців на гектарі. Неважливою є і кількість цукру, вміст алкоголю і танінів та ін.

Низка обмежень стосується власне виноградників. Не можна насаджувати між лозами зернові чи овочеві культури. Урожай не можна збирати з лози молодше 4 років, а також кожен 7-й рік плодоношення винограднику. В ці періоди виноградники часто здають в оренду для виробництва вин звичайних. На винограднику можуть працювати не євреї.

1% від урожаю, особливо на території Ізраїлю, знищується в присутності раввіна.

З моменту поставки винограду на підприємство, до ягід та інших продуктів можуть торкатися тільки євреї, що «відзначають шабат». Кошерне вино не має містити жодних добавок. При виробництві вина можуть використовуватися тільки кошерні матеріали, і ні в якому разі – продукти тваринного походження, наприклад, яєчний білок чи желатин для освітлення.

З неділі до суботи робітники працюють в дві зміни, при цьому не має бути сторонніх осіб. Завод, якщо він не спеціалізується на виготовленні кошерних вин, змушений на цей час припинити всі інші процеси. Обладнання стерилізується, всі ємності опломбовуються. На пробках, ковпачках і етикетках ставиться особлива печатка, що підтверджує кошерність.

Пастеризоване кошерне вино може виготовлятися не євреями.

Кошерне виноробство поширене в усьому світі.

Безперечним лідером у виробництві є Ізраїль, де майже всі підприємства виготовляють кошерні вина (більше 30). США – друга країна за виробництвом та перша за споживанням у цьому сегменті. Щороку, тільки через роздрібну торгівлю реалізується понад 1,1 млн. пляшок. Виробництво кошерних вин зосереджено в Кларксбургу, Рашен Рівер та Сономі (Каліфорнія), а також штаті Нью-Йорк. У Франції кошерним виноробством займаються понад 25 підприємств. Серед них найбільше в аппелясьйонах Бордо і Бургундії, зокрема Божоле, Медок та Помероль. При цьому спеціалізація на кошерних винах відсутня – переважно це кошерні копії знаменитих брендів.

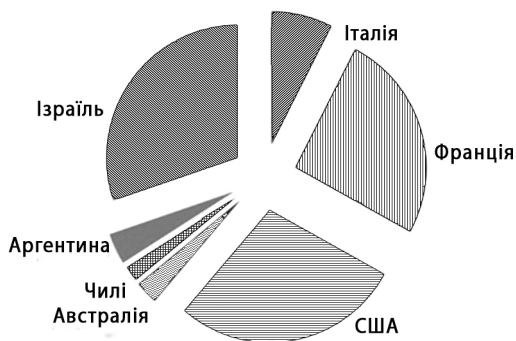


Рис. 1.23. Виробництво кошерних вин, за кількістю підприємств

В Чилі – 2 підприємства в долині Мауле (Valle del Maule) поблизу Сантьяго. Центром кошерного виноробства є містечко Лос-Раблес. Єврейська громада там налічує близько 12 000 чоловік. Щороку тут випускають близько 600 тис. пляшок. Майже все вино іде на експорт.

Серед інших країн кошерного виноробства – Аргентина (переважно провінція Мендоса), Австралія, Канада, Кіпр, Угорщина, Португалія, ПАР, Італія (регіони Кьянті та Асті), Іспанія та ін.

Є такі виробництва і в країнах СНД, зокрема в Україні та Росії. В Україні досвід виробництва кошерних вин мають корпорація «Алеф-Виналь» (ТОВ «Атлантіс»), ТОВ «Кам'янка Глобал Вайнз» та ДП «Алушта» у складі НВАО «Масандра». В Росії – ЗАО «Славино» у місті Словянськ-на-Кубані.

Таким чином, підприємства, що пристосовувалися до місцевого попиту єврейських громад змогли стати конкурентоспроможними та вийти на світовий ринок.

Ще однією особливою нішею є екологічне виноробство або виробництво «біовин». Їх поява зумовлена перш за все популяризацією органічних продуктів харчування у всьому світі, зокрема в США та Західній Європі.

Органічним або «біовином» вважається вино, виготовлене з винограду, що вирощений без або з мінімальним застосуванням гербіцидів, пестицидів, фунгіцидів та добрив. Сам процес виноробства теж має бути

природнім, без застосування хімії та різноманітних технологічних прийомів.

Міжнародною Федерацією органічного руху сільськогосподарства (IFOAM) розроблена низка рекомендацій, щодо органічного виноробства.

Крім того, уже за власною ініціативою, виробники створюють майже безвідходне виробництво використовуючи сусло для виробництва власне вина, виноградні кісточки – для виробництва алкогольних настоянок та олій, жмих переробляють на добрива та продають для використання в косметичній індустрії.

На початку лютого 2012 в ЄС було підписано низку документів, що регламентують виробництво та маркування «органічних вин» в країнах Європейського Союзу.

Зокрема, встановлені максимально допустимі концентрації сульфітів: 100 мг/л для червоних вин (для звичайних вин ця концентрація не повинна перевищувати 160 мг/л), 150 мг/л для білих і рожевих (для звичайних вин – 210 мг/л). При виготовленні органічних вин заборонено використовувати добавки сорбінової кислоти (консервант для зменшення небажаного зростання дріжджових культур), а також заборонена «десульфуризація» вин (видалення надлишків діоксиду сірки фізичними способами).

За даними на 2013 рік, біовина випускають близько 300 виробників із 27 країн.

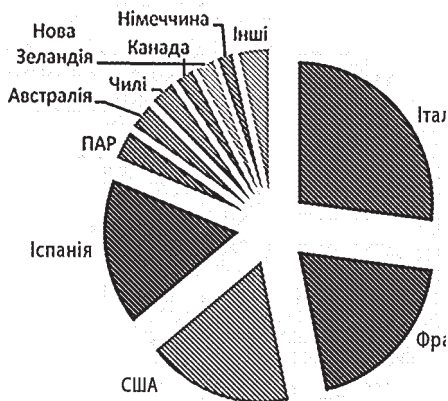


Рис.1.24. Країни-виробники біовин, за кількістю підприємств

Лідерами за кількістю підприємств є Італія, Франція, США та Іспанія.

За об'ємом випуску продукції, у натуральному та грошовому виразі, за даними Асоціації ринку органічних товарів (Organic Trade Association), перше місце у світі займає США. Виробництво та споживання на американському континенті щорічно зростає на 15-17%.

Зростання інтересу споживачів до біопродуктів має суттєвий вплив на галузь загалом. Це не лише безпосереднє збільшення площі екологічних виноградників, та зростання кількості підприємств. Екопроекти найчастіше отримують підтримку держави, особливо в країнах ЄС. Субсидії для виробників біопродуктів становлять від 150 євро за га у Франції до 900 євро за гектар екологічного винограднику в Італії. Така фінансова підтримка є дуже важливою, особливо для країн, де переважають дрібні підприємства.

Господарства з виробництва біовин часто є важливими пунктами винного туризму. Першопричина цього – бажання туристів пересвідчитися в екологічності виробництва, а підприємств – продемонструвати екологізований процес виноробства.

Список використаних джерел

1. Глобальный еврейский on-line центр [Электронный ресурс].: Режим доступа:<http://www.jewish.ru/news/world/.php>. – Название с экрана.
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.
3. Кларк О. Винный атлас / Оз Кларк. – М. : Издательство ВВРГ, 2005. – 336 с.
4. Портер М. Е. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; [пер. с англ. И. Минервин]. – [2-е изд.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 452 с.
5. Последствия перемен климата для виноделия // Виноградарство и виноделие России: профессиональный информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.svvr.ru/Posledstviya_peremeny_klimata_dlya_vinodeliya%5D.

6. Энциклопедия виноградарства: [в 3-х т.]. / под. ред. А. И. Тимуш. – Кишинев : Гл. ред. Молд. Сов. Энциклопедии, 1986. – Т. 1: А-Карабурну. – Кишинев. – 512 с.
7. Anderson K. The World's Wine Markets: Globalization at Work / Кым Anderson. – Adelaide: Edward Elgar Publishing, Incorporated, 2004. – 335 p.
8. Bordeaux statistics database [Electronic resource] // Wine production and sale in figures. – Access regime: http://www.newbordeaux.com/documents/bordeaux_figures.html
9. EUROSTAT. External Trade. Access database [On-line database]. – Access regime: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/>.
10. FAOSTAT [On-line database]. – Access regime: <http://faostat.fao.org/>.
11. Giuliani E. How cluster learn: Evidence from Chilean Wine Cluster / Elisa Giuliani // EADI Workshop Cluster and Global Value Chains in the North and the Third World – Novara-Italy: University del Piemonte Orientale, October 30 th-31th 2003. – 28 p.
12. Organic Trade Association (OTA) [Electronic resource]. – Access regime: <http://www.ota.com/organic/mt/business.html>.
13. Regional Clusters in Europe // Observatory of European SMEs 2002 [Electronic resource – PDF document] / [coordinators: Arne Isaksen, Elisabet Hauge (AGDER Research Foundation, Kristiansand, Norway)]. – Brussel, 2002. – № 3. – 57 p. – Access regime: http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/innovation/pdf/library/regional_clusters.pdf
14. UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade) [On-line database]. – Access regime: <http://www.comtrade.un.org.United Nations Commodity Trade Statistics/Database>
15. Wine industry statistics // Australasia's wine industry portal by winetitles [Electronic resource]. – Access regime: <http://www.winebiz.com.au/statistics/>

РОЗДІЛ II

ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ

2.1 Виноград, теруар, технологія – фактори створення якісних вин в Україні

Пріоритетним напрямом у виноробстві є виробництво високоякісних столових вин, які найбільш відповідають соціальним запитам населення. В асортименті цієї групи вин особливе місце займають рожеві вина, які останнім часом набувають лідируючих позицій в Європі та зокрема в Україні. Хвиля цікавості до цієї категорії вин піднялася, коли набула розвитку мода на еногастрономію. Рожеві столові вина є універсальними за напрямками споживання.

В сучасній практиці світового виноробства виробництву рожевих вин приділяють велику увагу. Кожна виноробна країна, навіть регіони мають свої особливості при виготовленні рожевих вин. Так, в Ельзасі рожеве виготовляють виключно з Піно нуар. Рожеві бордоський вина виробляються по всій території регіону із винограду сортів Каберне Совіньон, Каберне Фран, Мерло, який, як правило, домінує в ассамбляжі, надаючи винам яскраву фруктовість з тонами суниці, малини, вишні, смородини, карамелі, солодких спецій. У Провансі рожеві вина роблять у всіх апелласьонах із Гренаш, Сіра, Мурведр, Каріньян. В Іспанії рожеве вино взагалі досить популярне, і його виробляє кожна велика винна компанія Ріохи або Пенедес. У Португалії рожеве Mateus свого часу стало взагалі найуспішнішим експортним проектом і за обсягом продажів перевершило портвейн.

Слідуючи моді, провідні заводи України вважають за хороший тон мати таке вино в своїй лінійці асортименту. Технології рожевих вин добре відомі виноробам, але серед них є потреба в створенні неповторного, оригінального рожевого з урахуванням особливостей місцевості.

Рожеві вина приваблюють споживачів своїм різноманіттям відтінків кольорів. Вони коливаються

від блідо-рожевого, світло-малинового, з легкими кораловими відтінками, зрізу свіжої сьомги до насиченого бурштинового з рожевими відтінками. Насиченість кольору цих вин дозволяє визначити їх стиль. Але існує проблема стабільності органолептичних показників, зокрема кольору, що є наслідком окислювальних процесів при їх виробництві. Поява в кольорі неприємних жовтих, помаранчевих або бурих відтінків супроводжується втратою аромату та гармонії смаку та вказує на окисненість розе.

Недостатні наукові дослідження в напрямі управління окисними процесами в технології стримують розвиток виробництва рожевих вин в Україні. Разом з цим існує необхідність досліджень щодо вибору та обґрунтуванню сортів винограду, їх переробки, теруару, способів захисту від окиснення м'язги, сусла і виноматеріалу для отримання рожевих вин високої якості. Вивчення цих аспектів було метою цієї роботи.

Виноград сортів Каберне-Совіньон, Мерло, Піно нуар, культивований в умовах Миколаївського, Одеського, Херсонського та Севастопольського регіонів України і рожеві виноматеріали, виготовлені із нього.

Виноград переробляли за технологічними схемами, які включали в себе переробку винограду по-білому способом та короткотривалим настоюванням м'язги.

Для блокування окислювальних ферментів винограду при виробництві рожевих сухих виноматеріалів застосовували комбінацію препаратів, в яку входили танін галловий (DcHler, Німеччина) та препарат Opti White на основі глутатіону дріжджів (Lallemend, Франція). Дози препаратів обиралися згідно з рекомендаціями виробника. Глутатіонвмісний препарат вносили у сусло до бродіння. Танін галловий задавали у м'язгу перед настоюванням. Сусло сульфитували до загального вмісту діоксиду сірки 50 мг/дм³, виноматеріал – до 80 мг/дм³. Бродіння проводили за допомогою активних сухих дріжджів.

У винограді визначали масову концентрацію цукрів, титрованих кислот, технологічний запас барвних та фенольних сполук, активність оксидаз та рН сусла.

В ґрунті, де культивували виноград, визначали вміст азоту та калію. [2,8]

Ферментативну активність винограду здійснювали відповідно до «Методики оцінки винограду за біохімічними та фізико-хімічними показниками», розробленої НІВіВ «Магарач».

У виноматеріалах досліджували органолептичні показники, а також масові концентрації фенольних та барвних речовин, оптичні характеристики (показники інтенсивності, відтінку), окисно-відновні характеристики (редокс-потенціал та ΔE_h після титрування йодом). В роботі використовували методи аналізу загальноприйняті у виноробній промисловості України.

Правильний вибір теруару, який сполучає в собі особливості клімату, ґрунту і зовнішніх факторів, напряду впливає на якісні характеристики вина. Миколаївська, Одеська, Херсонська область та Севастопольська зона є традиційними теруарами українського виноробства для отримання легких вин. Ці регіони характеризуються відносно прохолодним кліматом, в умовах якого можливо отримати виноматеріали з високою кислотністю, що є незаперечною рисою якісних легких та питних роже.

Одним із важливих показників якості рожевих вин є колір, обумовлений наявністю антоціанів, які переходять у вина з винограду та змінюються в процесі реалізації технології.

На накопичення антоціанів впливає ступінь визрівання винограду та освітленість грона й листів, наявність в ґрунті азоту та калію. Так, кількість антоціанів збільшується по мірі визрівання винограду та в більш сонячних умовах культивування. Згідно з літературними даними, вміст азоту в ґрунті та антоціанів у винограді мають зворотно-пропорційну залежність, а калій сприяє утворенню барвних речовин.

Із таблиці 2.1 бачимо, що Судакська та Севастопольська зони характеризуються найбільшими значеннями суми активних температур, температурою найтеплішого місяця, високим вмістом калію та низьким азоту, й, відповідно, колір рожевих вин має інтенсивні рожево-малинові відтінки.

I, навпаки, у Миколаївській, Одеській і Херсонській областях значення температурних показників та вмісту калію нижчі, азоту – більші, і вина характеризуються менш насиченими кольорами. Характер кольору ґрунту також відіграє свою роль. Темні та глинисті ґрунти сприятливо позначаються на утворенні барвних сполук.

Але не тільки масові концентрації антоціанів, а й здатність до віддачі речовин фенольного комплексу впливає на формування якісних показників рожевих вин.

В таблиці 2 представлені результати досліджень фенольного потенціалу винограду різних сортів та зон виноробства, а також оптичні показники рожевих виноматеріалів, виготовлених з цього винограду.

Аналіз даних, представлених в табл. 2 свідчить про те, що невисокий технологічний запас барвних та фенольних речовин має виноград сорту Піно нуар, за виключенням Миколаївської зони, в той час як найбільший – Каберне Совінйон. При порівнянні зон виноробства, Севастопольська та Судакська зони характеризуються мінімальним накопиченням фенольних речовин у винограді, найбільшим – Миколаївська. Барвні речовини накопичуються більшою мірою у Севастопольській області, а найменше – в Одеській та Судакській зонах. Разом з цим, виноград Судакської та Севастопольської зон має найменшу здатність до переходу фенольних речовин у сусло (6-8 %) на відміну від інших регіонів, що досліджувалися (11-27 %). Аналіз цих показників дає можливість спрогнозувати колір рожевих вин та його інтенсивність.

Найбільш інформативним показником є відношення мацеруючої здатності м'язги винограду фенольних речовин до мацеруючої здатності барвних речовин. Так Севастопольський регіон характеризується низькими значеннями цього показника, а найвищими – Миколаївська зона. Мерло, незалежно від зони культивування, здатен віддавати великий відсоток фенольних речовин, а барвних трохи більше 1 % від запасу, тому цей сорт характеризується високими значеннями МФР/МБР.

Таблиця 2.1

Характеристика теруарів України для виробництва рожевих вин

Назва зони виноградарства та виноробства	Характеристика регіону					Сорти винограду	Колір вин	
	клімат	тип	грунт		Температура, оС			
			хімічний склад, мг/100г	азот	калій (K ₂ O)			сума активних
Миколаївська обл. Очаківський район	помірно-континентальний, сухий	чорноземи південні, мало гумусні, темно-каштанові, слабо-солонцеваті	0,2-0,3	13-18	21,9-22,9	3360	Піно нуар	кремово-тілесні, світло-малинові
							Мерло	блідо-рожевий, персиково-рожевий, насичено-рожевий
							Каберне Совін'йон	рожевий, рожево-червоний
Одеська область м. Рені	помірно-континентальний, жаркий	солонцеваті чорноземи південні, глина	0,2-0,25	20-23	22,5-23,0	3550	Піно нуар	світло-рожевий з відтінками сьомги
Херсонська область Ново-Кавхоський район	помірно-континентальний	темно-каштанові	0,16-0,2	20-30	22,0-22,5	3280	Мерло	червоно-абрикосовий
Севастопольська обл. с. Любимівка	помірно-континентальний з рисами субтропічного	перетнойно-карбонатні легкоглинисті, вапнякові	0,18-0,24	16-26	22,4-23,1	3580	Піно нуар	тілесно-рожеві, малиново-червоні з відтінками сьомги
							Каберне Совін'йон	маліново-червоний
							Каберне Совін'йон	рожевий з маліновими відтінками, світло-червоний

Показники фенольного комплексу винограду червоних сортів різних регіонів України та оптичні показники рожевих матеріалів

Таблиця 2 .2

Регіон		Характеристики						рожевих виноматеріалів	
		винограду						оптичні показники	
		Сорт	Технологічний запас фенольних речовин, мг/дм ³	Мацуюча здатність м'язи, мг/дм ³ фенольних речовин (МФР)	Технологічний запас барвних речовин, мг/дм ³	Мацуюча здатність м'язи, мг/дм ³ антоціанів (МБР)			
Миколаївський Севастопольський Одеський		Піно Нуар	4111,7	756,8	438,5	12,7	59,6	0,04	1,7
			1064,8	119,3	1003,9	52,8	2,3	0,35	0,7
			1192,0	321,4	320,5	10,2	31,5	0,17	0,9
Миколаївський Севастопольський Херсонський Судакський		Каберне Совін'йон	3862,2	641,2	797,8	19,0	33,7	0,15	1,4
			2847,2	224,9	1384,3	79,3	2,8	0,47	0,5
			3560,2	746,8	1051,4	66,5	11,2	0,31	0,7
			2779,6	181,3	400,5	11,6	15,6	0,12	0,7
Миколаївський Одеський		Мерло	3741,0	612,7	739,7	6,3	97,3	0,06	1,4
			2169,9	435,9	486,1	6,4	68,1	0,18	0,7

Здатність винограду до віддачі фенольних (барвних) речовин у сусло, яка виражена приростом фенольних речовин у суслі (мг/дм^3) після 4 годин настоювання м'язги при $t = 20\text{-}25^\circ\text{C}$ та її пресування

При виготовленні рожевих вин з Мерло необхідно підбрати технологічні прийоми, які сприяють інтенсивному переходу барвних речовин, та меншому фенольних. До таких прийомів відноситься, наприклад, кріомацерація.

Піно нуар у порівнянні з Каберне Совіньйон при переробці здатен віддати фенольні речовини в більшій мірі, барвні – у меншій. Тому показник МФР/МБР має трохи більші значення, ніж для Каберне-Совіньйон. Технологія переробки цих сортів винограду повинна проводитись у м'якому режимі «за білим» способом або з короткотривалим настоюванням м'язги.

Співвідношення МФР/МБР корелює з оптичними характеристиками рожевих виноматеріалів – відтінком та інтенсивністю. Коефіцієнт кореляції – 0,75 та 0,66 відповідно.

Акумуляція антоціанів та фенольних речовин у суслі, а потім й у виноматеріалі є результатом процесів екстрагування компонентів із твердих елементів виноградної ягоди та ферментативного окиснення, полімеризації і випадання в осад. Тому разом з мацеруючою здатністю винограду активність його ферментативного комплексу також має визначальну роль у виборі технологічної схеми виробництва.

Оксидази, до яких відноситься пероксидаза, монофенолмонооксигеназа, ортодифенолоксидаза, полифенолоксидаза, – є одними з найбільш активних ферментів, які каталізують аеробне окиснення фенольних сполук та антоціанів. Пероксидаза здатна каталізувати окиснення субстрату за рахунок молекулярного кисню у відсутності пероксиду водню в аеробних умовах. Основним джерелом оксидаз є шкірочка винограду, у ній навіть після бродіння зберігається 80 % вихідної активності. У результаті руйнування шкірочки відбувається додаткове збагачення сусла ферментами.

Дослідження активності оксидази й пероксидази винограду червоних сортів показало, що вони істотно

відрізняються за значеннями серед регіонів. Виноград сорту Піно нуар характеризується низькою активністю цих ферментів (табл. 3). Далі в порядку збільшення активності Мерло та Каберне-Совіньон.

Таблиця 2.3

Показники окислювальних властивостей винограду червоних сортів різних регіонів України

Регіон	Сорт винограду	Активність, ум. од.·1000		Здатність до окиснення суслу, % фенольних речовин від технологічного запасу*
		МФМО	ПО	
Миколаївський	Піно Нуар	2,5	3,0	17,3
Севастопольський		15	16,0	13,2
Одеський		8	4,3	21,0
Миколаївський	Каберне Совіньон	52	1,0	13,1
Севастопольський		4	3,4	8,3
Херсонський		20	21,0	16,5
Судакський		152	4,0	10,2
Миколаївський	Мерло	21	5,0	17,6
Одеський		30	9,0	19,6

МФМО – монофенолмонооксигеназа, ортодифенолоксидаза, полифенолоксидаза
ПО – пероксидаза

* Здатність винограду до віддачі фенольних речовин у сусло, яка виражена у зменшенні фенольних речовин (%) після 1 години витримки при $t = 20-25\text{ }^{\circ}\text{C}$ суслу, отриманого пресуванням цілих ягід винограду

При порівнянні зони виноробства найменшу активність ферментів мав виноград сортів Піно нуар та Мерло, що культивовані в Миколаївській області, а найбільшу – сорти Каберне Совіньон та Піно нуар із Судакської та Херсонської зон. Як наслідок низької ферментативної активності, масова концентрація фенольних речовин у ході окиснення виноградного суслу протягом 1 години зазнала найменших змін у Миколаївській та Одеській зоні, а найбільших – у Судакській та Севастопольській зонах, що може свідчити про стійкість суслу до окиснення під дією кисню повітря. Низька активність перерахованих вище ферментів дозволяє більш тривалий час зберегти колір та ароматичний профіль вин, отриманий у ході технології, без змін, обумовлених окисними проце-

сами. При використанні винограду з високими показниками активності оксидаз слід передбачити прийоми пригнічення їх дії або інактивації.

Разом з оцінкою ферментативного комплексу обов'язковим є аналіз вуглеводно-кислотного потенціалу винограду, результати якого надають інформації технологу для прийняття рішення щодо переробки винограду та ведення технологічного процесу.

В таблиці 4 наведені результати такого аналізу винограду червоних сортів для переробки на рожеві столові виноматеріали.

За глюкоацидометричним показником, кондиціями винограду та показникам технічної зрілості всі сорти винограду різних зон культивування відповідають вимогам до технічних сортів для переробки на столові вина. Разом з цим значення рН, ГАП и ПТЗ знаходяться вище середнього рівня діапазону значень, що дозволяє прогнозувати отримання окиснених виноматеріалів. Окрім того значення рН суцла впливає на формування кольору роже. Низькі рН приводять до посилення забарвлення рожевих вин.

Таблиця 2.4

Вуглеводно-кислотний потенціал винограду червоних сортів

Регіон	Сорт винограду	рН	Масова концентрація, г/дм ³		ГАП*	ПТЗ**
			титрованих кислот	цукрів		
Миколаївський	Піно Нуар	3,2	6,5	207	3,2	212,0
Одеський		3,35	6,8	180	2,6	202,0
Севастопольський		2,95	10,3	17,8	1,7	154,9
Херсонський	Каберне Совіньйон	3,19	7,2	24,8	3,4	252,4
Севастопольський		3,05	9,1	23,1	2,5	214,9
Миколаївський		2,8	7,1	231	3,3	181,1
Судакський	Мерло	3,15	6,5	207	3,2	205,4
Миколаївський		3,0	6,0	226	3,8	203,4
Одеський		3,0	8,4	231	2,8	207,9

*ГАП – глюкоацидометричний показник, відношення масової концентрації цукрів винограду до масової концентрації титрованих кислот

**ПТЗ – показник технічної зрілості, добуток масової концентрації цукрів на величину рН соку, піднесено до квадрату

Підсумовуючи вищенаведені факти, для отримання неокиснених рожевих виноматеріалів зі свіжим смаком і яскравим кольором їх технологія повинна передбачати захист від окиснення.

В практиці світового виноробства для блокування окислювальних ферментів винограду використовують антиоксиданти. До них відносяться діоксид сірки, глутатіон дріжджів і танін. Глутатіон – це трипептид, утворений залишками трьох амінокислот – глутамінової кислоти, цистеїну і гліцину. Сульфгідрильна група може служити донором електронів, надаючи глутатіону властивості відновника і можливість пригнічувати процес вільнорадикального окислення фенольних речовин. Таніни видаляють природні оксидази винограду – тирозиназу і лакказу та реагують з ферментами за класичною реакцією танін-протеїн. Також таніни мають сильні антиоксидантні властивості у зв'язку зі своєю здатністю вловлювати кисень і тим самим захищати компоненти вина від окислення.

В табл. 2.5 наведені показники якості рожевих виноматеріалів, виготовлених із винограду, що досліджувався, із застосуванням антиоксидантів. Слід відмітити, що використання глутатіону та таніну при внесенні їх у сусло інактивували оксидази винограду вже через декілька хвилин.

Застосування антиоксидантів приводить до незначного зниження об'ємної частки етилового спирту в рожевих виноматеріалах, що можна пояснити частковою сорбцією на дріжджових клітинах фенольних речовин таніну. Дослідні зразки характеризувалися підвищеним вмістом фенольних та барвних речовин, вільного діоксиду сірки, зниженням початкового редокс-потенціалу та збільшенням об'єму йоду на потенціометричне титрування. Оптичні показники, інтенсивність та відтінок мали невеликий відсоток зниження своїх значень.

Приведені дані демонструють більш відновлювальний стан рожевих виноматеріалів, виготовлених з антиоксидантами.

Дегустатори оцінили дослідні зразки більш високим балом, ніж контрольні.

Таблиця 2.5
Показники якості рожевих столових виноматеріалів, виготовлених із застосуванням антиоксидантів

Варіант дослідження	Фізико-хімічні показники якості						оптичні показники		Детекційний бал		
	об'ємна частка спирту, %	масова концентрація				Eh, мВ	I	T			
		титрованих кислот, г/дм ³	фенольних речовин, мг/дм ³	барвних речовин, мг/дм ³	діоксиду сірки, мг/дм ³					вільної	загальної
Піно Нуар											
контроль	13,0	8,9	380	23	11	50,2	210	0,20	1,40	7,60	
Гл	12,9	9,0	280	35	14	50,9	198	1,17	1,05	7,80	
Гл+Г	13,2	8,8	586	33	12	52,0	205	0,18	1,10	7,75	
Г	13,2	9,2	618	29	13	47,0	201	0,18	1,12	7,75	
Каберне-Совіньон											
контроль	14,1	7,4	891	52,8	8	44,8	282	0,31	1,34	7,70	
Гл	14,3	7,4	698	52,8	14	47,4	268	0,33	1,43	7,85	
Гл+Г	13,8	7,6	830	48,5	13	42,2	279	0,28	1,19	7,80	
Г	13,8	7,7	714	56,0	9	57,6	262	0,29	1,20	7,85	

Гл – глутатіон; Т – танін.

Таким чином, червоні сорти винограду, які культивуються в різних виноробних зонах України мають суттєві відмінності у своєму фенольному, вуглеводно-кислотному та ферментативному комплексі, що обумовлено особливостями ґрунтів та специфічністю сортів.

Технологічна оцінка винограду червоних сортів дає розуміння технологу щодо ведення технологічного процесу, який включає спосіб, температурний режим переробки винограду, використання антиоксидантів для блокування оксидаз та захисту смаку та виноматеріалів від окиснення та ін. для отримання рожевих вин бажаного кольору, його відтінків, інтенсивності та стабільності.

Сорти винограду та ґрунти України, які досліджували в даній роботі, є придатними для виробництва рожевих вин з можливістю отримання їх з широкою палітрою відтінків кольорів та стилем.

2.2 Динаміка основних показників розвитку виноградарства та виноробства в Україні

В Україні виноградарство і виноробство завжди були важливою галуззю агропромислового комплексу. При незначній питомій вазі площі сільськогосподарських угідь ця галузь суттєво впливає на рівень соціально-економічного розвитку регіонів.

Продукція галузі має виняткове значення для підвищення якості життя населення та є важливою бюджетоутворюючою складовою агропромислового комплексу України.

Наявність в Україні широкого спектра ґрунтово-кліматичних умов та рельєфу сприяють створенню цілого ряду цікавих виноробних мікрорайонів, де виробляються високоякісні вина найрізноманітніших типів: від легких, ніжних столових і шампанських до повних маслянистих і бархатистих десертних вин.

У цивілізованих виноробних країнах світу постійно здійснюється моніторинг ринку виноробної продукції громадськими організаціями галузі. Це дозволяє підтримувати на належному рівні якість виноробної продукції, попереджати можливу фальсифікацію, дотримуватися

чинних нормативних вимог технології виробництва та зовнішнього оформлення, виключити можливість компрометації виноробної галузі.

У 2007 році була створена Центральна галузева дегустаційна комісія (ЦГДК) Корпорації «Укрвинпром» з оцінки якості виноробної продукції, до складу якої увійшли компетентні фахівці-професіонали, висококваліфіковані виробничники та учені. Однією із важливих завдань комісії є проведення моніторингу якості виноробної продукції, яка виробляється виноробними підприємствами України та завозиться по імпорту, та її відповідність вимогам чинного законодавства, нормативної і технологічної документації.

Більшість засідань ЦГДК були виїзними, відбувалися на виноробних підприємствах Корпорації. Всього за роки роботи комісії відбулося 16 засідань.

Слід зазначити, що такої копіткої роботи з моніторингу якості виноробної продукції на нашому ринку не проводить жодна громадська організація, що займається проблемами виноградно-виноробної галузі.

У висновках засідань ЦГДК, як правило, протокольно відзначається не тільки негативні моменти, а й позитивні результати діяльності вітчизняних підприємств.

На конкретних прикладах фахівці переконуються, що наша національна нормативна документація, незважаючи на те, що вона має суттєві відмінності від вимог європейської документації, дозволяє нам виробляти унікальну продукцію, яка на Міжнародних конкурсах-дегустаціях одержує найвищі нагороди.

Можна зробити висновок, що налагодження дієвого громадсько-професійного моніторингу виноробної продукції і контролю за її якістю, який здійснюється ЦГДК повинно стати суттєвою складовою загальнодержавної політики щодо посилення боротьби з фальсифікацією вин, коньяків, шампанського та інших алкогольних напоїв.

Територія України характеризується значною різноманітністю природних і ґрунтово-кліматичних зон. З урахуванням цих особливостей в Україні виділено регіони, макрозони і мікрозони вирощування винограду,

визначено їхню спеціалізацію по виноградарству й виноробству та сортимент винограду, що її забезпечує.

Найбільшого поширення виноградно-виноробна галузь України набула в 6 регіонах: Автономній Республіці Крим, Закарпатській, Запорізькій, Миколаївській, Одеській та Херсонській областях. У межах цих регіонів до даної спеціалізації залучено 60 районів. Загальна площа виноградників у сільськогосподарських підприємствах України станом на 1.09.11 р. становить 84,1 тис. га.

Обсяги переробки підприємствами винограду на виноматеріали у 2012р. склали 329,6 тис.т, що на 24,3 тис.т, або на 7% менше, ніж у 2011р.; виноматеріалів вироблено 23,0 млн.дал (на 2,0 млн.дал., або на 8% менше).

Динаміка переробки винограду та виробництва виноматеріалів

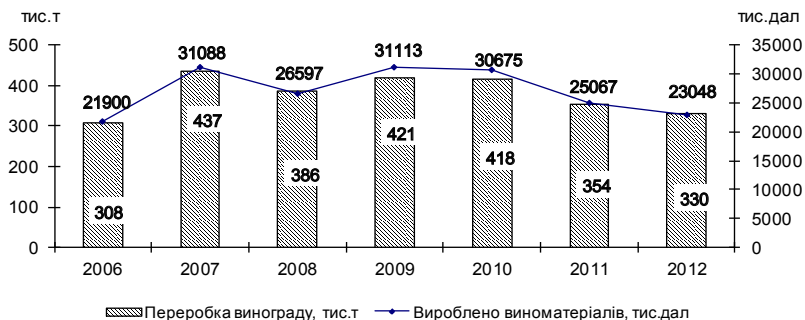


Рис.2.1. Динаміка переробки винограду та виробництва виноматеріалів.

Обсяги переробки винограду на виноматеріали у 2012 р. за регіонами характеризуються такими даними (табл. 2.6)

У 2012 р. збільшили переробку винограду підприємства Одеської (на 15,0 тис.т, або на 11%) та Закарпатської (на 3,0 тис.т, або на 45%) областей. На 37% зменшилися обсяги переробки у Херсонській області, на 29% – у м. Севастополі.

Виробництво виноматеріалів за регіонами характеризується даними, що наведені в табл. 2.7.

Таблиця 2.6

Обсяги переробки винограду на виноматеріали.

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

Таблиця 2.7

Виробництво виноматеріалів за регіонами.

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

Загальний випуск виноматеріалів порівняно з 2011 р. збільшили підприємства Одеської – на 1,0 млн.дал (на 11%), Закарпатської – на 0,4 млн.дал (у 2 рази більше) областей та м. Севастополь – на 26,1 тис.дал (на 2% більше). У 2012 р. вироблено виноматеріалів для випуску вин 13,8 млн.дал (101% обсягу 2011 р.), для закладки на витримку – 0,9 млн.дал (45%). У груповому асортименті виноматеріалів кон'ячних виготовлено на 73,7 тис.дал, або на 3% більше, ніж у 2011 р., сировини для закладки на витримку та випуску столових вин на 0,2 млн.дал, або на 2% більше; виноматеріалів шампанських та ігристих виготовлено на 0,4 млн.дал, або на 7% менше, ніж у 2011 р., для закладки на витримку та випуску кріплених вин – на 1,1 млн.дал, або на 24%, інших видів виноматеріалів – на 0,8 млн.дал, або у 4,3 рази менше.

Для закріплення виноматеріалів було використано 470,1 тис.дал спирту-ректифікату, що на 3% більше, ніж у 2011р.

Переробка винограду на виноматеріали за сортами характеризується такими даними, які наведені в табл. 2.8.

Найбільш поширеними сортами винограду для переробки є «Аліготе» та «Каберне Совіньйон» – відповідно 14,4 і 11,3% у загальному обсязі переробленого винограду.

У 2012р. порівняно з попереднім роком середня масова концентрація цукрів у винограді підвищилася зі 186,3 до 188,6 г/дм³.

У виноробстві України вживається десять географічних назв, які походять з інших європейських країн, в тому числі – Шампанське, Кон'як, Кальвадос, Кагор (Франція), Портвейн, Мадера (Португалія), Херес, Малага (Іспанія), Токай (Угорщина), Марсала (Італія, о. Сицилія).

В Україні географічні терміни в назвах вин вживаються вже понад 100 років, з кінця 19 століття. Наш споживач звик до зазначених назв. З боку України немає порушень Угоди TRIPS (п.4 та п.6, ст.24), які не забороняють використання родових назв з географічними позначеннями для тих виробників, які ці назви використовували «протягом принаймі 10 років, що передують 15 квітня 1994 року».

Таблиця 2.8.

Переробка винограду на виноматеріали за сортами.

Найменування сортів винограду	Фактично перероблено винограду на вино-матеріали, т			Середня масова концентрація цукрів, г/дм ³	
	2012р.	у % до загально-го підсумку	2012р. у % до 2011р.	2012р.	2011р.
Аліготе	47493,2	14,4	106,7	186,0	181,5
Бастардо Магарацький	8100,4	2,5	79,3	197,0	195,1
Каберне Совін'йон	37092,2	11,3	105,5	196,5	197,0
Кокур білий	2768,9	0,8	43,0	205,0	199,4
Мерло	8895,3	2,7	65,5	195,8	192,2
Мускаг (білий, рожевий, Оттонель і т.і.)	26076,0	7,9	88,1	190,2	189,3
Одеський чорний	5119,6	1,6	68,8	200,5	193,9
Піно (білий, чорний, сірий)	9074,6	2,8	78,5	190,1	184,4
Рислінг	13281,2	4,0	91,7	182,6	181,7
Ркаццелі	30830,1	9,4	66,2	191,6	186,4
Сапераві північний	7310,0	2,2	89,6	198,8	190,5
Совін'йон	18186,7	5,5	82,3	185,9	183,7
Сухопліманський	3259,9	1,0	76,4	179,0	179,3
Трам'єнер рожевий	2874,4	0,9	78,7	189,7	183,6
Фетяска	4778,2	1,4	133,7	177,4	178,8
Шардоне	30683,0	9,3	147,7	185,6	183,3
Інші	73806,0	22,3	102,7	183,9	182,3

Міжнародного законодавства, яке б забороняло використання родових назв вин, не існує. Прийняття таких зобов'язань можливе тільки на добровільній основі. Але зараз на фоні перевиробництва вин і скорочення площ виноградників в європейських країнах, добровільне прийняття таких зобов'язань Україною може призвести до тяжких наслідків, фактично до ліквідації галузі виноробства в країні.

Перелік зареєстрованих географічних зазначень складає:

- в ЄС – понад 3000 найменувань;
- в Україні – 2 найменування.

Таблиця 2.9.

Географічні найменування та їх вживання в Україні.

Найменування продукції	Кількість підприємств, що використовують географічну назву	Рік початку виробництва
Шампанське України	17	1878
Коньяк України	26	1889
Портвейн	59	1891
Кагор	68	1904
Мадера	22	1892
Херес	11	1945
Токай	4	1892
Марсала	2	1918
Малага	1	1891
Кальвадос	2	1972

Важливим моментом розвитку експорту стало набуття Україною у травні 2008 року повноправного членства в СОТ, що наддало можливість стати рівноправним партнером на світових товарних ринках. У результаті було скасовано окремі обмеження та лібералізовано умови доступу на зовнішні ринки для цілого ряду українських товарів базових експортних галузей.

На сьогодні існує необхідність створення інституційної основи для запровадження державної підтримки у провадження фінансових інструментів розвитку експорту, що забезпечить подальший розвиток і нарощування вітчизняного економічного потенціалу та закріплення на традиційних і нових ринках збуту.

Динаміка основних показників розвитку виноградарства та виноробства в Україні наведено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10.

Динаміка основних показників розвитку виноградарства та виноробства в Україні.

Показники	Роки	
	2011	2012
Площа виноградників, тис. га	84,1	77,6
в т. ч. плодоносна	69,1	67,9
Валовий збір винограду, тис. тонн	521,8	456,0
Переробка винограду, тис. тонн	354,0	330,0
Виробництво виноматеріалів, тис. дал	25067,0	23048,0
Виробництво вина виноградного, тис. дал	17003,9	12511,0
Імпорт, тис. дал	5002,3	3332,6
Експорт, тис. дал	3323,4	4484,7
Споживання, тис. дал	18682,8	11358,9
Виробництво шампанського та ігристих вин, тис. дал	5446,6	5464,0
Імпорт, тис. дал	250,4	268,8
Експорт, тис. дал	454,4	332,0
Споживання, тис. дал	5242,6	5400,8
Виробництво коньяку, тис. дал	4293,8	4593,0

В 2012 році в порівнянні з 2011 роком виробництво виноматеріалів зменшилося на 8%, за рахунок зменшення площі виноградників з 84,1 тис. га в 2011 році до 77,6 тис. га в 2012 році, а звідси зменшилися збір винограду з 521,8 тис. тонн до 456,0 тис. тонн та його переробка з 354,0 тис. тонн до 330,0 тис. тонн. Що зумовило зменшення обсягів виробництва вина виноградного з 17003,9 тис. дал (2011 р.) до 12511,0 тис. дал (2012 р.), але збільшився обсяг виробництва шампанського та ігристих вин з 5446,6 тис. дал (2011 р.) до 5464,0 тис. дал (2012 р.) та коньяку 4293,8 тис. дал (2011 р.) до 4593,0 тис. дал (2012 р.).

Споживання українцями напоїв також скоротилося особливо виноградних вин та коньяку. Це призвело до зменшення імпорту виноградних вин з 5002,3 тис. дал (2011 р.) до 3332,6 тис. дал (2012 р.) та збільшення експорту з 3323,4,3 тис. дал (2011 р.) до 4484,7 тис.

дал (2012 р.). Імпорт коньяку зменшився з 5051,4 тис. дал (2011 р.) до 4271,3 тис. дал (2012 р.) та збільшення експорту з 222,8 тис. дал (2011 р.) до 364,3 тис. дал (2012 р.). А от споживання шампанського та ігристих вин збільшилось на 3%, що зумовило збільшення імпорту з 250,4 тис. дал (2011 р.) до 268,8 тис. дал (2012 р.) та зменшення експорту з 454,4 тис. дал (2011 р.) до 332,0 тис. дал (2012 р.).

Імпорт забезпечує для виробничих та індивідуальних споживачів, а також для країни, низку додаткових переваг. Зокрема:

- доступ до дешевих та якісніших товарів готових виробів, сировинних та інших матеріалів та комплектуючих деталей;
- наповнення ринку дефіцитними товарами або товарами, які взагалі не виробляються на національній території;
- зростання конкуренції та стимулювання завдяки цьому оптимізації, підвищення виробництва на національній території;
- налагодження сталих виробничих зв'язків щодо кооперування виробництва з інонаціональними партнерами;
- розвиток технологій завдяки поширенню ввезення науково-містких товарів.

Виноградарство України – традиційна, найбільш ефективна та високоприбуткова галузь сільськогосподарського виробництва, яка з давніх часів забезпечує населення цінними незамінними продуктами харчування, сировиною – переробну промисловість.

Сьогодні рівень розвитку виноградарства в Україні значно поступається світовому рівню. Впровадження передових технологій виробництва винограду вітчизняні підприємства почали лише з 2000 року, на відміну від планомірного удосконалення таких технологій за кордоном з початку 70-х років минулого століття. Цим і пояснюється те, що сьогодні українські товаровиробники ще не вийшли на конкурентоспроможний рівень. А в разі припинення фінансування з боку держави Україна через 7-8 років втратить промислове виробництво винограду і

поставить внутрішній ринок продукції цієї культури у повну залежність від імпорту.

Будучи членом СОТ, використовуючи міжнародне право, Угоду СОТ, досвід членів ЄС і таких країн, як США, Канада, Чилі і інших, Україна при переговорах з Євросоюзом повинна відстоювати особливості національного виробництва.

Україна має величезні можливості не тільки для відновлення втрачених площ виноградників, але й подальшого їх розширення. І тільки творчий пошук і самовіддана праця допоможуть відновити минулу славу України як великої виноробної держави. Це найактуальніше завдання сучасності.

Це зумовлено цілою низкою невирішених проблем. 3-поміж головних – прорахунки в розміщенні виноградних насаджень, добір сортів і схем висаджування без детального врахування агроекологічних умов територій вирощування (рельєф, родючість і еродованість ґрунтів, агрокліматичні ресурси). Тому термін експлуатації виноградників в Україні – 10-15 років, тоді як природні ресурси здатні забезпечити їх ефективне використання впродовж понад 30 років.

Тому сьогодні виникла нагальна потреба розробки і реалізації науково обґрунтованого розвитку галузі на довготермінову перспективу.

2.3. Конкурси вин як інструмент формування національних споживчих вподобань

Світ вина і виноробів піддається впливу не тільки політики та економіки, але і моди, так як вино – унікальний продукт, який одночасно є даром природи та втіленням багатогранної діяльності людини. Визначення якості наповнюється додатковим смислом, коли мова іде про вино у порівнянні з іншими продуктами харчування. Мабуть, важко навести приклад ще одного продукту, ціна якого варіює у діапазоні від декількох десятків до сотень і навіть тисяч гривень та на формування якої має вплив багато факторів, не працюючих при формуванні ціни інших харчових продуктів та алко-

гольних напоїв. Наприклад, Роберт Паркер оцінює вино Домен Барон де Ротшильд Шато Лафіт-Ротшильд врожаю 2000 року (Ї2065) та Гринок Крик Роннфельдт Родд Шираз врожаю 2002 року (Є300) – 100 балів зі 100 можливих. У будь-якому винному відділі супермаркету чи спеціалізованому винному магазині можна побачити вина, вироблені із одного сорту винограду у різних регіонах однієї країни чи в різних країнах, на різних континентах за цінами, які неможливо обґрунтувати без наявності додаткової специфічної інформації по кожному окремо представленому зразку. Ціна залежить від країни, терруару, умов року (міллізіму), імені винороба, думки винного критика, нагород, отриманих на престижних винних конкурсах.

Органолептичний аналіз є одним з інструментів формування та визначення якості продукції та здійснюється за допомогою органів чуття, що забезпечують організму отримання інформації про навколишнє середовище за допомогою зору, нюху, смаку, дотику, вестибулярної рецепції та інтерорецепції. Наука органолептика сформувалась у другій половині ХХ ст. Її ефективно використовують сьгодні у світі при розробці нових продуктів, а також для прогнозування ринків збуту товарів, при оцінці прийнятності для населення нових продуктів.

Значення органолептичного аналізу у виноробницькій галузі важко переоцінити – він супроводжує весь процес створення продукту, починаючи з дегустації винограду, на основі якої приймається рішення про дату збору врожаю та направлення його використання та закінчуючи конкурсними дегустаціями найрізноманітніших напрямків.

Одним з вузьких місць органолептичного аналізу, як методу оцінки якості вина є його суб'єктивність, оскільки він повністю побудований на роботі органів чуття людини. Проте перший підручник з сенсорного аналізу явився на світ у 1892 році. Та по мірі розвитку органолептичного аналізу як методу оцінки якості була розроблена багаторівнева система підготовки спеціалістів-дегустаторів, умови організації лабораторій сенсорного аналізу та процедури проведення аналізу,

які знайшли відображення у міжнародних регламентах, більша частина яких діє в Україні в якості державних стандартів.

Таблиця 2.11

Сенсорний аналіз – нормативні документи України

ДСТУ ISO 3972:2004	Аналіз органолептичний. Метод дослідження смакової чутливості (ISO 3972:1991, IDT)
ДСТУ ISO 4120:2004	Дослідження сенсорне. Методологія випробувань. Тристоронній метод (ISO 4120:1983, IDT)
ДСТУ ISO 4121:2010	Дослідження сенсорне. Настанови щодо застосування шкал кількісних реакцій (ISO 4121:2003, IDT)
ДСТУ ISO 5492:2006	Дослідження сенсорне. Словник термінів (ISO 5492:1992, IDT)
ДСТУ ISO 5495:2005	Дослідження сенсорне. Методологія. Метод парного порівняння (ISO 5495:1983, IDT)
ДСТУ ISO 5496:2013	Дослідження сенсорне. Методологія. Навчання фахівців виявляти та розпізнавати запахи (ISO 5496:2006, IDT)
ДСТУ ISO 5497:2005	Дослідження сенсорне. Методологія. Настанови з готування зразків, для яких не можна застосовувати пряме сенсорне дослідження (ISO 5497:1982, IDT)
ДСТУ ISO 6564:2005	Дослідження сенсорне. Методологія. Методи створювання спектру флейвору (ISO 6564:1985, IDT)
ДСТУ ISO 6658:2005	Дослідження сенсорне. Методологія. Загальні настанови (ISO 6658:1985, IDT)
ДСТУ ISO 8587:2005	Дослідження сенсорне. Методологія. Ранжування (ISO 8587:1988, IDT)
ДСТУ ISO 8588:2005	Дослідження сенсорне. Методологія. Випробування методом „А – не А” (ISO 8588:1987, IDT)
ДСТУ ISO 8589:2013	Дослідження сенсорне. Загальні настанови щодо проектування приміщень для випробувань (ISO 8589:2007, IDT)
ДСТУ ISO 10399:2006	Дослідження сенсорне. Методологія. Випробування „дуо-тріо” (ISO 10399:1991, IDT)
ДСТУ ISO 11035:2005	Дослідження сенсорне. Ідентифікація та вибирання дескрипторів для створення сенсорного спектру за багатобічного підходу (ISO 11035:1994, IDT)

Таблиця 2.12

Сенсорний аналіз – нормативні документи ISO

ISO 3591:1977	Sensory analysis. Apparatus. Wine-tasting glass
ISO 8586:2012	Sensory analysis. General guidelines for the selection, training and monitoring of selected assessors and expert sensory assessors
ISO 11036:1994	Sensory analysis. Methodology. Texture profile
ISO 11037:2011	Sensory analysis. Guidelines for sensory assessment of the colour of food products
ISO 11056:1999	Sensory analysis. Methodology. Magnitude estimation method
ISO 11132:2012	Sensory analysis. Methodology. Guidelines for monitoring the performance of a quantitative sensory panel.
ISO/FDIS 11136	Sensory analysis. Methodology. General guidance for conducting hedonic tests with consumers in a controlled area
ISO 13299:2003	Sensory analysis. Methodology. General guidance for establishing a sensory profile
ISO 13300-1:2006	Sensory analysis. General guidance for the staff of a sensory evaluation laboratory - Part1: Staff responsibilities
ISO 13300-2:2006	Sensory analysis. General guidance for the staff of a sensory evaluation laboratory - Part1: Recruitment and training of panel leaders
ISO/DIS 16779	Sensory analysis. Assessment (determination and verification) of the shelf life of foodstuffs
ISO 16820:2004	Sensory analysis. Methodology. Sequential analysis
ISO 29842:2011	Sensory analysis. Methodology. Balanced incomplete block designs

Таким чином, велике значення при проведенні сенсорного аналізу мають професійні знання експерта-дегустатора, який володіє сучасними методами органолептичних випробувань, а суб'єктивність та невідтворюваність органолептичних оцінок викликана невиконанням основних правил та умов проведення аналізу. Помилки в органолептичному аналізі частіше всього виникають при непрофесійному підході до цього методу оцінки.

Винні конкурси представляють собою змагання (competition) вин та міцних спиртних напоїв з метою виявлення кращих з них. Рівень компетенції членів

журі конкурсу у контексті суб'єктивності визначається рівнем та значимістю конкурсу, а також не менш значним списком умов, як у випадку формування ціни на сам продукт – вино. Фактору суб'єктивності у проведенні дегустаційних конкурсів та побудові рейтингів вин на їх основі, а отже і умов формування ціни на продукт приділяється значна увага у публікаціях різного рівня.

Історія винних конкурсів бере свій початок з 1855 року, коли в рамках другої Всесвітньої виставки трудів промисловості, сільського господарства та витончених мистецтв, проведених у Парижі, відбувся перший у світі професійний конкурс вин, на якому були представлені вина тільки одного регіону – Бордо. Сьогодні у світі нараховується 568 винних конкурсів, з яких близько 54% проходять у Європі, 23% – у Північній Америці, на яких щороку дегустують близько 600 000 вин та спиртних напоїв. Розрізняють 3 типи конкурсів: Стандартна дегустація (91%), експертна оцінка (5%) та Журнальний відбір (4%). Найбільш популярні на всесвітніх конкурсах наступні системи оцінок: 100 бальна – 52 %, 20 бальна – 41%.

Всі конкурси, що проводяться у світі можна умовно розділити на 2 групи – національні та міжнародні.

Міжнародні винні конкурси актуальні як для виноробних, так і для країн, що не виробляють, але активно споживають вина та направлені на:

- поширення знань про вина та спиртні напої відмінної якості;
- заохочення їх виробництва та відповідального споживання як фактору цивілізації;
- представлення загальності характерних типів вин та спиртних напоїв, що вироблені у різних країнах;
- підвищення технічного та наукового рівня виробників.

Найбільш значимі конкурси міжнародного значення зосереджені у Великобританії та Європі. Не дивлячись на таку вражаючу статистику, кожен конкурс має свою індивідуальність, філософію, територіальну специфіку. Інтерес представляє п'ятірка лідерів (таблиця 2.13).

Характеристика лідерів європейських винних конкурсів

Назва конкурсу, (Країна, рік заснування)	Переваги	Публікації результатів
International Wine Challenge, Великобританія, 1984	1) найкрупніший за числом заявок; 2) вина групуються за регіональною ознакою; 3) в числі суддів — 40 експертів з титулом Master of Wine	окрема книга The World's Best Wines
Decanter World Wine Awards, Великобританія, 2004	1) конкурс з найбільш стрімкою динамікою розвитку; 2) суддівські групи формуються на основі спеціалізації по окремим регіонам чи категоріям вин; 3) благодійний аукціон спільно з Christie's	журнал Decanter
International Wine and Spirit Competition, Великобританія, 1969	1) найстаріший та один із авторитетних галузевих конкурсів; 2) щорокузначається президент з числа впливових осіб винного світу; 3) кращі вина проходять лабораторний аналіз; 4) спеціальні нагороди для виробників, виноторгових компаній, роздрібних мереж та людей, що пропагандують культуру вина	http://www.iwsc.net
Concours Mondial de Bruxelles, Бельгія, 1994	1) один із найвідоміших конкурсів з європейським охопленням; 2) винні експерти з 45 країн світу; 3) співпраця з інститутом статистики для аналізу та оптимізації надійності результатів; 4) спеціальні нагороди в категоріях білого, червоного, ігристого та солодкого вина	http://www.concoursmondial.com
MUNDUSvini, Німеччина, 2001	1) найбільший німецький конкурс вин з міжнародним охопленням; 2) до суддівства запрошені експерти з 45 країн світу	спеціальний додаток тираж 100 тис. екземплярів

Цікаво відзначити, що «вік» конкурсу не корелює з його позицією значимості. Наймолодший Decanter World Wine Awards зміг зайняти лідируючі позиції завдяки ефективному використанню однієї з невід’ємних умов організації сучасного винного конкурсу – супровід його учасників – переможців в засобах масової інформації. У результаті виробник отримує додатковий аргумент в очах споживача, що підтверджує високий рівень якості своєї продукції, який можна розмістити як на етикетці, так і на пляшці у вигляді відмінного знаку якості – медалі, а споживач – полегшує собі вибір, так як частково цю «роботу» виконали за нього висококваліфіковані експерти.

Для організації та контролю в області конкурсної діяльності у світовому масштабі існують міжнародні організації, такі як, наприклад, Міжнародна організація винограду і вина (O.I.V.), Федерація найбільших міжнародних дегустаційних конкурсів (VINOFED), діяльність яких направлена на те, щоб відрізнити реальні конкурси від тих, які такими не являються та забезпечення бездоганної довіри до результатів реальних конкурсів вин та спиртних напоїв. Нагороди, отримані у результат участі в таких конкурсах, передвіщають успіх вина на міжнародному ринку. Таким чином, контролююча діяльність даних організацій сприяє подвійному захисту, як споживачів, так і виробників.

Велика кількість дегустаційних конкурсів, що проводять у всьому світі, також умовно можна поділити на дві категорії: конкурси, що проводять по регламенту та під патронатом Міжнародної організації винограду і вина (O.I.V.), та – усі інші, наприклад, Ігристі вина світу (Effervescents du Monde), Шардоне світу (Chardonnay du Monde), Мускат світу (Muscats du Monde), і т.д.

Згідно зі статтею 24.3 Правил процедури, Міжнародна організація винограду і вина може надати патронат міжнародному чи національному конкурсу вина та спиртних напоїв при дотриманні жорстких стандартів: повна анонімність, не менше 70% іноземних експертів у комісіях, не більше 30% нагороджених зразків, електронна обробка результатів, високі вимоги до умов проведення дегустації. Попередньо, протягом 3 років, O.I.V.

призначає уповноваженого експерта – спостерігача за всією процедурою конкурсу. Він сприяє роботі журі, відповідає за перевірку дотримання правил, що викладені у стандарті, аналізує всю необхідну інформацію технічну та представляє в O.I.V. докладний звіт про конкурс. На основі цього звіту OIV приймає рішення про надання патронату, а в подальшому – контролює конкурс в отриманому статусі та у випадку виявлення порушень може відкликати своє схвалення статусу до терміну.

Починаючи з 2009 року, на теренах пострадянського простору до цієї групи конкурсів можна віднести «CHISINAU WINES&SPIRITS CONTEST» (Кишинів, Молдова).

Оцінка якості конкурсних зразків здійснюється за 100-бальною системою, згідно з рекомендаціями Міжнародної Організації Вина (O.I.V.), Міжнародного Союзу Енологів (U.I.O.E.) та Федерації Найбільших Міжнародних Дегустаційних Конкурсів (VINO FED). Дегустаційний конкурс CHISINAU WINES & SPIRITS CONTEST проводиться відповідно до всіх критеріїв вищеназваних міжнародних організацій.

Оцінка якості вин здійснюється дегустаційною комісією за методами, рекомендованими O.I.V., основними критеріями яких є:

- Анонімність представлення зразків вин и міцних спиртних напоїв.
- Компетентність та професіоналізм членів дегустаційної комісії.
- Об’єктивність оцінки та статистична обробка результатів з використанням інформаційної програми.

Представлення результатів у формі таблиці із зазначенням наступних даних: Анонімний код / Назва зразків / Виробник / Мінімальна оцінка/ Середня оцінка / Максимальна оцінка / Медіана / Незадовільні оцінки / Медаль за медіаною.

Паралельно з оцінкою в балах дегустатори описують зразки вин: зовнішній вид, запах і смак. Описова оцінка вин дає глибокий аналіз якості вина. Описання вина – це інформація, яка говорить виноробу про те, як дегустатори з різних країн оцінюють його вино. Журі конкурсу

представлено 4 дегустаційними комісіями, кожна з яких складається з семи (7) членів, з яких мінімум чотири (4) є представниками іноземних держав. Жюрі працює під головуванням Президіуму, що складається з трьох (3) членів: Голови, Радника з питань енології та Радника з правових питань.



Рис. 2.2. Динаміка основних показників конкурсу «VinMoldova», Кишинів, Молдова

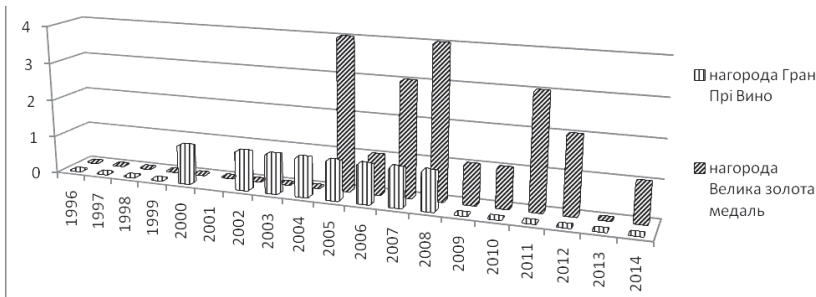


Рис. 2.3. Розподіл головних нагород конкурсу «VinMoldova», Кишинів, Молдова

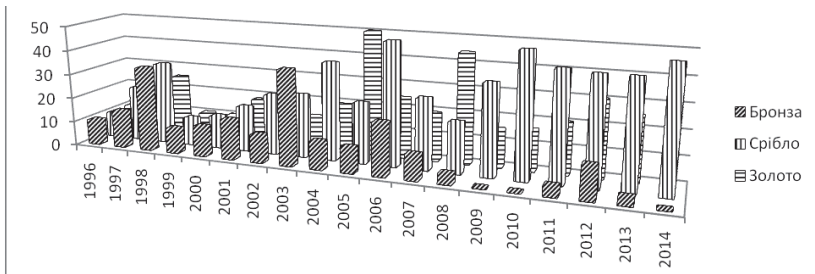


Рис. 2.4. Розподіл основних нагород конкурсу «VinMoldova», Кишинів, Молдова

На рисунку представлена динаміка розвитку та основні якісні показники конкурсу. Як бачимо, незважаючи на міжнародний статус, більшість зразків має локальне походження, а іноземні учасники – країни, що мають торговельні відносини з Молдовою у винному секторі. Розподіл нагород на конкурсі побічно свідчить про зміну якості експонованих зразків, вдосконалення в порядку організації змагання, складу журі. Кількість головних нагород - Гран-Прі та Велика золота медаль знижується в результаті посилення вимог, що пред'являються до зразків, а бронзових медалей – як найменш значущих, зростає кількість срібних нагород. Інтерес представляє також динаміка складу експертів. У період до введення ембарго, у журі інтенсивно працювали провідні експерти російського винного ринку. Основна задача конкурсу – підвищити ефективність продаж молдавських вин на зовнішніх ринках та сформувати споживацькі вподобання у географічних рамках впливу конкурсу.

Позитивна динаміка розвитку конкурсу, залучення висококваліфікованих експертів, увага зі сторони представників торгвельних організацій створює «CHISINAU WINES & SPIRITS CONTEST» реальні перспективи стати одним з найбільш авторитетних дегустаційних конкурсів країн Причорноморського регіону та країн Східної Європи.

В Україні, постійно діючим можна вважати три конкурси у міжнародному статусі, з яких Золотий Грифон (Ялта) є найстарішим (1995 рік заснування), Міжнародний професійний дегустаційний конкурс «Одеський залив» (2000 рік заснування) та Міжнародний спеціалізований конкурс ігристих вин імені князя Льва Голіцина (2009 рік заснування).

Аналіз їх діяльності показує, що місія конкурсів відповідає міжнародним стандартам, економічні показники співставні з молдавським конкурсом, проте, тільки спеціалізований конкурс ігристих вин проводиться в присутності спостерігачів O.I.V. з перспективою отримання статусу організації.

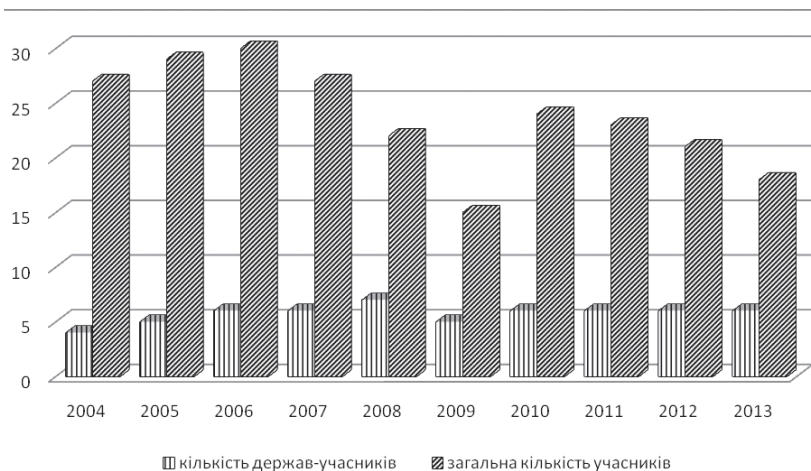


Рис. 2.5. Динаміка учасників конкурсу «Одеський залив», Одеса, Україна

Аналіз інтернет-ресурсів, спеціалізованих джерел показує, що інтенсивність після конкурсного супроводу усіх конкурсів знаходиться на досить низькому рівні, та не входить взагалі в задачі конкурсу Золотий Грифон. На думку його учасників, основними задачами конкурсу є надання можливості виробникам оцінити конкурентоспроможність своєї продукції, закріпити імідж компанії та обмін досвідом. Сьогодні на полицях можна побачити вітчизняну продукцію зі знаком якості - медаллю Decanter та інших престижних міжнародних конкурсів, що прямо вказує на інтерес виробника до такого додаткового елемента просування.

Україна – країна зі слабо розвиненими споживачькими винними традиціями. Підвищення культури споживання вина – є невід’ємним елементом формування здорового способу життя населення, підвищенням якості життя. З точки зору розвитку винної індустрії, наша країна має всі необхідні умови для виробництва вин доброго рівня якості.

Винні конкурси є елементом структури освіченого маркетингу вина, організації загальної думки, делі-

катним, ненав'язливим вихованням смаку людей, що можна було б виразити наступними словами: «від горілки до низькоякісних кріплених вин до тонких столових виноградних вин та високого рівня споживацької культури. Тому діючі конкурси є перспективними за умови приведення їх у повну відповідність з ефективно працюючими міжнародними стандартами.

2.4. Функціональні напої та вина України

Реалії життя сучасної людини – це стреси, емоційні та фізичні перевантаження, екологічні проблеми, пов'язані з інтенсивним забрудненням харчової сировини і таких життєво важливих джерел, як повітря, питна вода, ґрунтові покриви. Прямий вплив на глибину впливу на організм вищенаведених факторів надають продукти харчування. А які вони сьогодні?

Традиційні добові набори продуктів харчування перевищують енерговитрати людини. У її раціоні, в основному, переважають рафіновані продукти та напівфабрикати, які після промислової переробки позбавлені багатьох незамінних речовин (вітамінів, мікроелементів, органічних кислот тощо). А також містять синтетичні барвники, ароматизатори, консерванти та інші шкідливі домішки, необхідні для збереження товарного вигляду продукції. Це тягне за собою підвищення ризику таких захворювань, як алергія, атеросклероз, гіпертонічна хвороба, ожиріння, цукровий діабет, остеопороз, подагра, ряд злоякісних новоутворень тощо.

Сучасною медичною наукою встановлено, що невідповідність складу продуктів харчування фізіологічним потребам організму – головний фактор, що завдає непоправимий, на кілька порядків вищий, ніж екологічна забрудненість, шкоди нашому здоров'ю.

У цих умовах у всіх розвинених країнах світу, відбувається значна зміна ставлення людей до власного здоров'я: зникають старі уявлення про те, що «здоров'я нічого не вартує», витрати на нього не дають ніякої віддачі і їм можна знехтувати. Стає все більш зрозумілим, що саме здоров'я – найцінніше надбання

тисячоліття, так як визначає його працездатність в сучасному суспільстві і, відповідно, рівень життя і добробут.

Для ефективного вирішення актуальних проблем в галузі екології, харчування та здоров'я жителів планети необхідно розвивати виробництво продуктів, в тому числі і напоїв, збагачених натуральними інгредієнтами, що володіють унікальними властивостями і широкою сферою застосування.

Згідно з останніми даними, для повного задоволення життєвих потреб їжа людини повинна містити більше 600 груп різних макро-і мікрокомпонентів, що включають понад 20 тис. різних харчових сполук рослинного, тваринного і мікробного походження. В даний час людина із звичайною змішаною дієтою не отримує і половини необхідних речовин. З метою ліквідації дефіциту в подібних харчових компонентах основні зусилля фахівців в області здорового харчування направлені на виробництво різноманітних біологічно активних добавок до їжі. Сформульована концепція функціонального харчування або концепція функціональної їжі, яка включає розробку теоретичних основ виробництва, реалізації та споживання функціональних продуктів. У сучасній літературі термін «функціональні продукти» використовують, як скорочений від японського «фізіологічно функціональні харчові продукти» – це продукти або функціональні інгредієнти, які позитивно впливають на здоров'я людини на додаток до їх поживної цінності. Світовий ринок функціональних продуктів інтенсивно розвивається, щорічно він збільшується на 15-20%. Лідером у розвитку функціонального харчування до теперішнього часу залишається Японія. До початку 90-х років XX століття функціональне харчування для всього світу була лише «забаганкою», обмеженою межами Японії. Пізніше ця ідея стала прообразом для подібних програм у Німеччині, Франції, Фінляндії, Швеції, США, Канаді, Китаї, Кореї і в багатьох інших країнах.

Альтернативою функціональних продуктів є біологічно активні добавки (БАД) до їжі людини. БАД в даний час привертають пильну увагу вчених, лікарів, фахівців харчової промисловості у зв'язку з реальністю підвищення якості та продовження терміну життя людини. До складу цих добавок включають близько 300 харчових і лікарських рослин, приблизно 60 біологічно активних індивідуальних сполук, вітамінів і мікроелементів. Регулярно вживає БАД активна частина населення розвинених країн Західної Європи та Америки: 50% європейців, 80% американців і тільки до 3% українських громадян. Однак аналітики відзначають, що більш високим споживчим попитом користуються функціональні продукти харчування.

Фахівцями в області здорового харчування визначено перелік речовин, що обумовлюють фізіологічний вплив продуктів функціонального харчування на організм. Це корисні речовини квіток, трав, плодів, чаїв, вітаміни та вітаміноподібні речовини, антиоксиданти, мінеральні речовини, органічні кислоти, олігосахариди, харчові волокна тощо.

Найтехнологічнішою основою для створення нових видів функціональних продуктів є напої. Функціональні напої – це такі напої, які крім відомих властивостей (здатність втамовувати спрагу, приносити задоволення тощо), володіють додатковою користю для здоров'я людини. У розвинених країнах сектор функціональних напоїв має першорядне значення – це найбільш зручна, природна форма внесення та збагачення організму вітамінами, мінеральними речовинами, мікроелементами, антиоксидантами.

Як частина щоденної дієти, функціональні напої беруть участь в регулюванні або поліпшенні захисних біологічних механізмів, допомагають у попередженні або захисті від захворювань, або просто уповільнюють процес старіння, підвищують витривалість і покращують емоційний стан людини.

Виробництво функціональних напоїв набирає стрімке зростання у всіх цивілізованих країнах світу.

Серед них – напої, що містять рослинні екстракти, вітаміни і мікроелементи. Їх споживання щорічно збільшується на 10%. І це не дивно. Зростає інтерес до здорового способу життя, необхідності швидкого відновлення енергії, і активно працюючі люди воліють доступні в споживанні напої, щоб піклуватися про здоров'я без радикальних змін в житті.

Одним з перспективних видів натуральної сировини, що використовується для збагачення напоїв, є пряно-ароматична рослинна сировина (ПАРС), що містить функціональні інгредієнти біогенної природи, оптимально збалансовані за складом, не токсичні, фізіологічно близькі організму людини. ПАРС є унікальним кон-центратором фенольних сполук, антиоксидантні властивості яких перевершують також вітамінів С, А і Е. Вважається, що людина адаптована до споживання відносно великої кількості біологічно активних речовин (БАР), джерелами яких являються представники понад 300 рослин.

Отримані на основі ПАРС екстракти, як основні які збагачують компонент напої, можуть грати роль носіїв, відсутніх БАВ і тим самим вносити суттєвий внесок у забезпечення відповідності хімічного складу харчових раціонів фізіологічним потребам організму, підтримувати і регулювати конкретні фізіологічні функції, зберігати і покращувати здоров'я, знижувати ризик розвитку захворювань.

Науковцями Одеської національної академії харчових технологій розроблена інноваційна технологія напоїв широкого асортименту: алкогольних, слабоалкогольних, безалкогольних освіжаючих, тонізуючих, лікувально-профілактичної дії. Напої готували на основі виноградного соку і пряноароматичної сировини флори України: квіток і листя меліси лимонної, липи, бузини, м'яти перцевої, листя зеленого чаю, чорної смородини, пелюсток троянди тощо. При виборі сировини керувалися відповідністю її наступним вимогам: відсутність токсичності, на відмінність біологічно активних компонентів, оригінальні органолептичні особливості, доступність для заготовок. Наявність в рослинах комплексу біоло-

гічно активних сполук в їх природному співвідношенні сприяє нормалізації обміну речовин, підсилює виведення з організму токсичних продуктів обміну речовин, що уповільнює розвиток атеросклерозу і пов'язаних з ним ускладнень, регулює баланс в системі оксиданти-антиоксиданти, знижує токсичну дію етилового спирту тощо.

Використання різних видів пряно-ароматичного рослинної сировини дозволяє створювати напої, що володіють широким спектром фізіологічної активності.

Так, наприклад, напої з мелісою лимонною надають сприятливий вплив на головний мозок, особливо при нервових спазмах, запамороченні і шумі у вухах. Настій меліси уповільнює дихання, зменшує число серцевих скорочень, знижує артеріальний тиск. Зазвичай мелісу приймають при нервовому збудженні, безсонні, аритмії, перепадах кров'яного тиску, порушеннях травлення, вегетативних неврозах. Рекомендують її також при депресії, істерії, мігрені, атеросклерозі, запамороченні, при шумі у вухах і серцебитті, при болях у шлунку і кишечнику, при поганому апетиті, при недокрів'ї і подагрі.

Напої з м'ятою перцевою мають заспокійливу, протисудомну дію, покращують апетит при нервових розладах, при хворобах серця, легень, при гастритах з підвищеною кислотністю, при захворюваннях шлунково-кишкового тракту (при спазмах шлунка, кишечника). Їх рекомендують як жовчогінний засіб, що зміцнює при виснаженні та занепаді сил, при жовчнокам'яній і сечокам'яній хворобах, мігрені, атеросклероз, гіпертонії, безсонні, захворюваннях печінки.

Напої з квітками бузини чорної допомагають при запаленні і болях в шлунково-кишковому тракту, при жовтяниці, холері, грипі і респіраторних захворюваннях, як активний жовчогінний, спазмолітичний, антигістамінний, антимікробний засіб.

Напої з листя чорної смородини мають гемостатичну потогінну, протизапальну дію, звільняють організм від надлишку сечівої і щавлевої кислоти, радіону-

клідів, пуринових речовин, корисні при гіпертонічних хворобах і атеросклерозі, хворобах нирок, сечового міхура, сечокам'яної хвороби.

Напої з квіток липи рекомендуються при запальних захворюваннях органів дихання, туберкульозі, пієло-нефриті, циститі, сечокам'яній хворобі, при ревматизмі, як протикашльовий засіб, при мігрені, епілепсії, грипі й ангині, атеросклерозі, при шлунково-кишкових коліках, наявності піску в жовчному міхурі.

Напої з листя чаю зеленого надають тонізуючу, стимулюючу дію на центральну нервову систему, посилюють процеси збудження в корі головного мозку, подовжують час згасання умовних рефлексів, підвищують розумову і фізичну працездатність, збуджують діяльність серця, послаблюють дію снодійних засобів, розширюють судини головного мозку.

Розроблені інноваційні технології базуються на принципах: «натуральність», «фізіологічний вплив», «безпека та екологічна чистота», «ресурсота енергозбереження».

Дослідження фізіологічної дії на організм напоїв, приготованих на основі виноградного соку і моносировини: квіток і листя меліси лимонної, м'яти перечної, квіток бузини, липи, листя чаю зеленого, проведені спільно з Інститутом екології і токсикології ім. Л.І. Медведя, показали, що всі напої мають лікувально-профілактичну дію (сприяють виведенню токсичних елементів, відновлює антиоксидантну функцію крові і нормалізації клітинного імунітету, підвищення захисних функцій організму і зниження чутливості організму до впливу шкідливих факторів зовнішнього середовища) і рекомендовані для широкого впровадження в раціон харчування всіх категорій населення.

В останні роки значно знизилася середня тривалість життя населення України, яка є критерієм рівня здоров'я населення в цілому. Поправити ситуацію можна шляхом широкого впровадження функціональних напоїв в промисловість. І це не декларативна заява. Результат впровадження функціональних

продуктів, в тому числі і напоїв, в раціон харчування населення Японії, США, Канади, Китаю, Кореї – це поліпшення стану здоров'я на тлі погіршення екології. Так, зокрема, в Японії за останні 20 років тривалість життя збільшилася на 8 років, аналогічна ситуація спостерігається і в інших державах, де приділяється пильна увага до інноваційних розробок вчених в області харчової науки.

В Україні є всі передумови для впровадження і випуску інноваційних технологій функціональних напоїв різних типів:

- трудові ресурси з підвищеною мотивацією поліпшення якості життя;
- сировинна база;
- вигідне геополітичне територіальне розміщення.

Показники якості безалкогольних напоїв на основі виноградного соку і пряно-ароматичного рослинної сировини наведені в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Показник якості напоїв на основі виноградного соку та пряно-ароматичної рослинної сировини

Найменування напою	Масова концентрація, мг/дм ³					
	Фенольних зеднань	Амінно-го азоту	K	Na	Ca	Mg
Виноградний сік	350,0	187,6	1040,0	51,0	129,2	84,4
Виноградний на мелісі	2935,0	291,3	2476,2	66,7	309,5	230,8
Виноградний на змієголовнику	2025,0	270,0	1628,6	60,9	251,4	208,9
Виноградний на квітках бузини	2150,0	331,6	2000,0	60,0	241,2	193,1
Виноградний на перцевій мяті	1950,0	218,3	1580,9	62,9	230,5	184,4
Иноградний на квітках липи	2145,0	215,2	1504,8	65,7	214,3	158,9

Таблиця 2.14
Фізико-хімічна характеристика та органо-лептична оцінка виноградних ароматизованих десертних вин

Назва вина	Масова концентрація					Кінетична в'язкість, 10-6 м ² /с	ОВ по- тенціал, Еh	Біологич- ність ум. Од.	Дегус- таційна оцінка, балів
	Фенольних речовин, мг/дм ³	Вітаміну С, мг/100 см ³	Терпе- нових спиртів, г/дм ³	Склад- них ефірів, мг/дм ³	Сажі, г/дм ³				
Змелісою ли- монною	1454,9	8,4	4,67	219,0	9,0	3,078	150,0	4500,0	8,44
З м'ятою перце- вою	831,4	4,8	2,47	280,4	6,3	2,835	149,0	3000,0	8,41
З змієголовцем	1562,8	4,2	5,59	198,6	8,0	3,124	143,0	2200,0	8,41
З квітками липи	2078,5	10,3	2,69	192,5	5,1	3,997	154,0	5333,3	8,43
З квітками бузини	1039,3	5,8	1,87	209,8	8,5	2,895	139,0	4333,3	8,41
З пелюстками троянди казан- ликської	1486,4	18,7	10,40	240,7	5,1	2,924	142,0	2400,0	8,43
З листям сморо- дини	1909,9	12,2	2,20	176,9	5,4	2,786	136,0	2000,0	8,44
З листям зеле- ногочаю	3325,6	15,4	1,80	184,5	5,0	2,959	128,0	4000,0	8,41
Вино десертне біле (контроль)	316,0	2,2	1,20	150,2	4,0	1,848	180,0	500,0	8,00

Таблиця 2.15

Амінокислотний склад виноградних ароматизованих десертних вин

Амінокислота	Масова концентрація амінокислот, мг/дм ³							Вино де-сертне біле (контроль)
	3 мелі-сою	3 мятю	3 змієто-ловцем	3 ли-пою	3 бузи-ною	3 тро-яндою	3 листям сморо-дини	3 листям зелено-го чаю
Тріптофан	15,96	16,13	9,00	9,68	32,13	10,55	11,86	40,48
Лізін	2,75	8,08	4,20	4,40	31,48	6,25	2,23	5,68
Гістидін	0,76	0,94	сл.	0,97	15,59	2,13	0,88	1,11
Аргінін	17,70	27,85	7,04	9,49	108,56	53,76	19,06	123,15
Аспарагінова кислота	31,00	51,91	21,50	26,00	126,48	94,24	39,94	17,36
Треонін	7,75	10,00	8,16	14,32	43,86	11,95	16,74	4,08
Серін	10,88	9,18	9,48	10,00	57,21	15,28	13,59	6,12
Глутамінова кислота	70,50	89,25	43,01	38,87	210,00	92,98	55,69	255,00
Пролін	347,48	372,22	284,80	268,96	403,65	308,22	290,87	366,52
Гліцин	24,78	29,50	16,07	16,61	64,90	18,88	16,75	22,42
Аланін	18,26	22,91	10,60	13,00	68,06	22,90	12,12	11,62
Валін	7,52	15,44	6,60	8,26	40,95	12,20	13,12	7,92
Метіонін	4,16	5,82	5,76	0,82	26,62	1,90	6,84	3,74
Ізолейцин	17,61	6,43	6,20	6,00	51,88	8,40	10,57	1,67
Лейцин	3,29	12,06	4,60	5,29	47,68	16,20	5,79	4,22
Тірозін	1,50	2,20	1,84	2,51	5,28	1,43	5,33	1,76
Фенілаланін	3,70	10,96	3,6	6,72	20,41	8,96	3,22	5,37
Сума амінокислот	585,6	672,7	445,5	441,90	1354,70	686,23	524,6	878,20
								360,2

Аналіз даних, наведених в таблицях, показує, що виноградні напої з пряно-ароматичною рослиною сировиною відзначається високою концентрацією фенольних сполук, калію, магнію. Особливість отриманих напоїв полягає в їх смако-ароматичній та фізико-хімічній сумісності, про що свідчили результати господарських досліджень та огляду спеціальної літератури. Медико-біологічні дослідження показали, що напої не токсичні, доброякісні й мають антиоксидантну, протизапальну, імунорегуючу, активність, що дає підставу віднести їх до категорії функціональних.

Результати проведених експериментальних досліджень були покладені в основу розробки технології виноградних ароматизованих вин, одержуваних шляхом спільного зброджування сусла білих сортів винограду з квітками і листям бузини, змієголовника, липи, меліси лимонної, м'яти перцевої, пелюстків троянди казанликської, листя смородини, зеленого чаю з жасмином тощо.

Бродіння проводили неповне, з зупинкою його спиртом етиловим ректифікованим. Використовували дріжджі виду *Saccharomyces Vini* Феодосія I-19. Об'ємна частка етилового спирту у винах становить 16,0 ... 18,0%, масова концентрація цукрів – не менше 120 г / дм³.

Аналіз фізико-хімічних показників виноградних ароматизованих вин, приведений в таблицях, показує, що за кількістю біологічно активних речовин дослідні зразки значно перевершують традиційні десертні вина.

В результаті автолізу дріжджових клітин після спиртування і закінчення бродіння середовище збагачується амінокислотами, вітамінами, з'єднаннями фосфору тощо. Всі напої відрізнялися складним, сильним ароматом, властивим використовуваному сировини, гармонійні, з оксамитовим смаком, бурштиновим кольором.

Оригінальний аромат і смак напоїв є фактором, який робить позитивний вплив на психологічний і фізичний стан людини. Японські дослідники досвідченим шляхом встановили, що аромат квітів, зокрема жасмину, збуджує функції головного мозку більш ефективно, ніж кава. Численні дослідження показують, що збагачення напоїв біологічно активними сполуками пряно-арома-

тичних рослин зменшує токсичність етанолу і знижує викликані ним негативні наслідки на організм.

Напої містять в фізіологічно значимих концентраціях біологічно активні сполуки, що забезпечують корекцію мікровітамінного дефіциту, володіють поліфункціональним фізіологічним впливом на організм людини, сприяють розслабленню, зняттю стресу, підвищують настрій і покращують стан здоров'я.

Виноградні ароматизовані напої та вина відповідають сучасним вимогам споживчого попиту на продукцію, що викликає нові ароматичні та смакові відчуття, а також приносить додаткову користь здоров'ю. Їх можна вживати як самостійно, так і в якості основи для слабоалкогольних та безалкогольних напоїв.

Список використаних джерел

1. Авидзба, А.М. Программа развития виноделия в Украине до 2025 года и путееереализации /А.Авидзба. – ВиноГрад – 2009 – № – 7-8. – с. 61-63.
2. Валуйко Г.Г., Шольц-Куликов Е.П. Теорія і практика дегустації вин. [Text] / Г.Г. Валуйко, Е.П. Шольц-Куликов. – Симферополь : «Таврида», 2-е вид., 2005 – 232 с.
3. Валуйко, Г.Г. Технология виноградных вин / Г.Г. Валуйко. – Симферополь: Таврида, 2001. – 624 с.
4. Гаркуша, О.М. Проблеми розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу України / О.М. Гаркуша. – Економіка АПК. – 2008. – №11. – С. 3-5.
5. Грунти. Визначання рухомих сполук фосфору і калію за модифікованим методом Мачигіна: ДСТУ 4114-2002. - [Чинний від 2003-01-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2003. – 11 с. – (Національний стандарт України).
6. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Капрельянц Л.В., Іоргачова К.Г. Функціональні продукти. – Одеса : Друк, 2003. – 312 с.
8. Методы технoхимического контроля в виноделии / [Под ред. В.Г. Гержиковой]. – [2-е изд.] – Симферополь: Таврида, 2009. – 304 с.

9. Науменко С.Н., Юдина Е. П. Особенности адаптации украинских законодательных норм виноградарско-винодельческой отрасли к правовым механизмам Европейского Союза/ С.Н. Науменко, Е. П. Юдина// Social processes regulation in the context of economics, law and management: Materials digest of the LIII International Research and Practice Conference and II stage of the Championship in economics, management and juridical sciences. London: IASHE, 2013. – 168 p.
10. Новый подход к технологической оценке сортовой винограда / Е.В.Остроухова, И.В.Пескова, В.Г.Гержикова, В.А.Загоруйко, 2009. – Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.info-library.com.ua/libs/stattya/2787-novyj-podhod-k-tehnologicheskoy-otsenke-sortov-vinograda.html>
11. Осипова Л.А. Научное обоснование технологии настоев пряно-ароматических растений для функциональных напитков. Наукові праці ОНАХТ, 2006. – Вип. 28. – С. 366–370.
12. Осипова Л.А. Разработка технологии напитков „Здоровье” // Наукові праці ОНАХТ, 2003. – Вип. 25. – С. 47–49.
13. Осипова Л.А. Функциональные напитки. Монография / Л.А. Осипова, Л.В. Капрельянц, О.Г. Бурдо.
14. Пехтерева Н.Т., Хорольская О.А. Функциональные безалкогольные напитки на натуральной основе // Пиво и напитки. 2005. № 5. С. 42-43.
15. Рапча, М.П. Научные основы ампелозоологической оценки и освоения виноградо-винодельческих центров Республики Молдова / М.П. Рапча. – Кишинев: 2002. – 332 с.
16. Родина Т.Г., Сенсорный анализ продовольственных товаров. [Text] / Т.Г. Родина – Москва : Издательский центр «Академия», 2004 – 208 с.
17. Розвиток виноградарства та виноробства на півдні України: ретросп. бібліогр. показч. / О.Г. Пустова, О.О. Цокало, Д.В. Ткаченко, М.О. Семиліт. – Миколаїв: НДАУ, 2010. – 440 с.
18. Рудавская А.Б. Биокорректоры – обязательный компонент современных продуктов питания / Пищевая промышленность. – 2001. № 5. С. 54-55.

19. Ткаченко, О. Б. Наукові основи вдосконалення технології білих столових вин шляхом регулювання окислювально-відновних процесів їх виробництва: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. техн. наук: 05.18.05 «Технологія цукристих речовин та продуктів бродіння» / О.Б. Ткаченко. – Ялта, 2010. – 45 с.
20. Тутельян В.А. Ваше здоровье – в Ваших руках. Пищевая промышленность. 2005. №4. С. 6-8.
21. Фуркевич, В. А. Тернистая дорога к Дионису / А. В. Фуркевич. – К.: Преса України, 2005. – 600 с.
22. Шишков Ю.И. Хемиопрепараты – в продуктах функционального питания // Пиво и напитки. 2002. № 5. С. 24-28.
23. Шольц-Куликов, Е.П. Винодельческое законодательство современной Украины / Е.Шольц-Куликов. – ВиноГрад – 2009 - №№ 7-8. – С. 82-87.
24. Якість ґрунту. Методи визначання органічної речовини: ДСТУ 4289:2004. - [Чинний від 2005-07-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 14 с. – (Національний стандарт України).
25. Grazy-Soncini G. Wine. Classification – wine tasting—qualities and defects. [Text] / Prof. G. Grazy-Soncini. – Alba, Italy: Sacramento, 1892. – 60 p.
26. Improving color extraction and stability in red wines: the use of maceration enzymes and enological tannins / A. B. Bautista-Ortin, A. Martinez-Cutillas, J. M. Ros-Garcia [and other] // International Journal of Food Science & Technology. – 2005. – Vol. 40, №4. – P. 867 – 878.
27. Jackson Ronald S. Wine Tasting: A Professional Handbook [Text] / Ronald S. Jackson // Academic Press, USA, 2009. – Second edition. – 512 p.
28. Stavric B. // Antimutagens and anticarcinogens in foods / Food Chem. Toxicol. 1994. 32. P. 79–90.
29. The oxidation of red and white wines and its impact on wine aroma/ Paul A. Kilmartin// Chemistry in New Zealand. – 2009. - № 1. – p. 18-22.
30. Victoria Moreno-Arribas M. Wine Chemistry and Biochemistry / M. Victoria Moreno-Arribas, M. Carmen Polo. – Madrid: Springer Science+Business Media, 2009. – 735 p.

РОЗДІЛ III

ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИН

3.1. Європа як світовий центр винного туризму

Європейський туристичний регіон утримує першість в плані розвитку винного туризму, найбільше можна виділити такі країни як Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Португалія, Греція та Австрія. Це можна пояснити рядом причин. У Європі зосереджені країни – найбільші виробники вина. Європа є лідируючим регіоном за кількістю відвідувань туристами. Саме тут зосереджена величезна кількість культурно-історичних пам'яток, а індустрія туристична знаходиться на високому рівні.

Європа в силу географічних, кліматичних, екологічних, культурних та політичних умов є найбільшим у світі виробником і експортером вин високої якості. Туристів у цей регіон приваблює не тільки європейська кухня, але і вина, а також численні дегустації та національні свята, пов'язані зі збиранням винограду. Таким чином, туризм і виробництво вина у сукупності становлять досить значну статтю доходу країн регіону (Рис. 3.1).

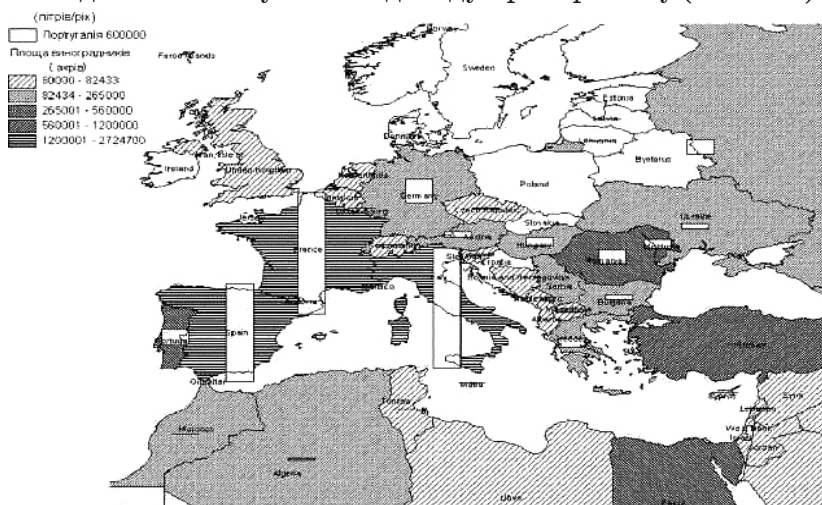


Рис. 3.1 Основні виробники вина Європейського туристичного регіону

В Європі зосереджені великі ресурси щодо організації тематичних турів по країнах та регіонах, пов'язаних з культурою вирощування винограду і виробництвом вина. У програму таких турів, як правило, включають екскурси в історію, що містять численні легенди про вина та особливості культури їх споживання, проживання в середньовічних замках і заміських садибах, участь у мальовничому і яскравому святкуванні збору першого врожаю винограду, а також різні дегустації з наступним придбанням вина.

3.1.1. Винний туризм у Франції

Особливе місце серед європейських виробників вина займає Франція. Французьке вино веде свою історію з VI століття до н.е., в більшості регіонів Франції виноробство було основним господарським профілем ще за часів Римської імперії.

Франція займає друге місце в світі за загальною площею виноградників, поступаючись лише Іспанії, та є найбільшим виробником вина в світі. Виноробство поширене в кількох основних виноробних регіонах країни. Загальний об'єм виробництва вина складає від 50 до 60 мільйонів гектолітрів на рік, що є еквівалентом 7-8 млрд. пляшок.

Франція є джерелом багатьох сортів винограду (наприклад, Каберне Совіньйон, Шардоне, Піно Нуар, Совіньйон Блан та Сіра).

Франція є країною з найстарішою системою маркування вина за походженням та найжорсткішими законами щодо її дотримання. Багато виноробних країн світу взяли цю систему собі на озброєння, хоча і в дещо спрощеному вигляді.

Фактично вся система класифікації вин Франції прив'язана до регіонів, де був вирощений та перероблений той чи інший сорт винограду.

Тому французькі вина мають переважно регіональну, а не національну ідентичність, оскільки враховують особливості місцевості, різні сорти винограду, методи виробництва та різні системи класифікації в різних регіонах. Рівні якості і ціни відчутно відрізняються, деякі

вина виробляються для безпосереднього вживання, а інші призначені для тривалого зберігання.

У Франції вирощують численні сорти винограду, як відомі в усьому світі, так і особливі місцеві сорти. Більшість так званих «міжнародних сортів» мають французьке походження, оскільки стали відомі і поширені через їх культивування у Франції.

Більшість сортів винограду пов'язані з певним регіоном, такі як Каберне Совіньйон в Бордо та Сіра на Роні. Є деякі сорти, які представлені у двох або більше регіонах, такі як Шардоне в Бургундії (у тому числі Шаблі), Совіньйон Блан на Луарі та Бордо.

Традиційно, багато французьких вин виготовляються з декількох сортів винограду, а сортові білі вина є більш поширеними ніж сортові червоні вина.

Основними виноробними регіонами країни є Ельзас, Бо-жолє, Бордо, Бургундія, Шаблі, Шампань, Ліара, Прованс (Рис. 3.2):

Ельзас

Вина Ельзасу не досить відомі у світі, але користуються величезною повагою у французів. Столицею вин Ельзасу є регіон Кольмар, один з найпосушливіших у Франції. У серпні в Кольмарі проходить регіональна виставка вин. Найбільший виноградник в цих місцях – Харт. В регіоні в основному представлені білі вина, хоча виготовляють червоні, рожеві, ігристі та десертні. Регіон розташований на сході Франції на річці Рейн на кордоні з Німеччиною. В Ельзасі вирощується виноград наступних сортів: Рислінг, Гевюрцтрамінер, Піно Грі, Піно Блан, Піно Нуар і Мускат.

Бордо є великим регіоном на узбережжі Атлантичного океану, який має даню історію експорту своїх вин за кордон. Це в першу чергу червоне вино регіону: Шато Лафіт-Ротшильд, Шато Латур, Шато Мутон-Ротшильд, Шато Марго і Chateau Haut Brion, Chateau Cheval Blanc, Chateau. Бордо також виробляє сухі і солодкі білі вина, в тому числі деякі з найбільш знаменитих зокрема Chateau d'Yquem.

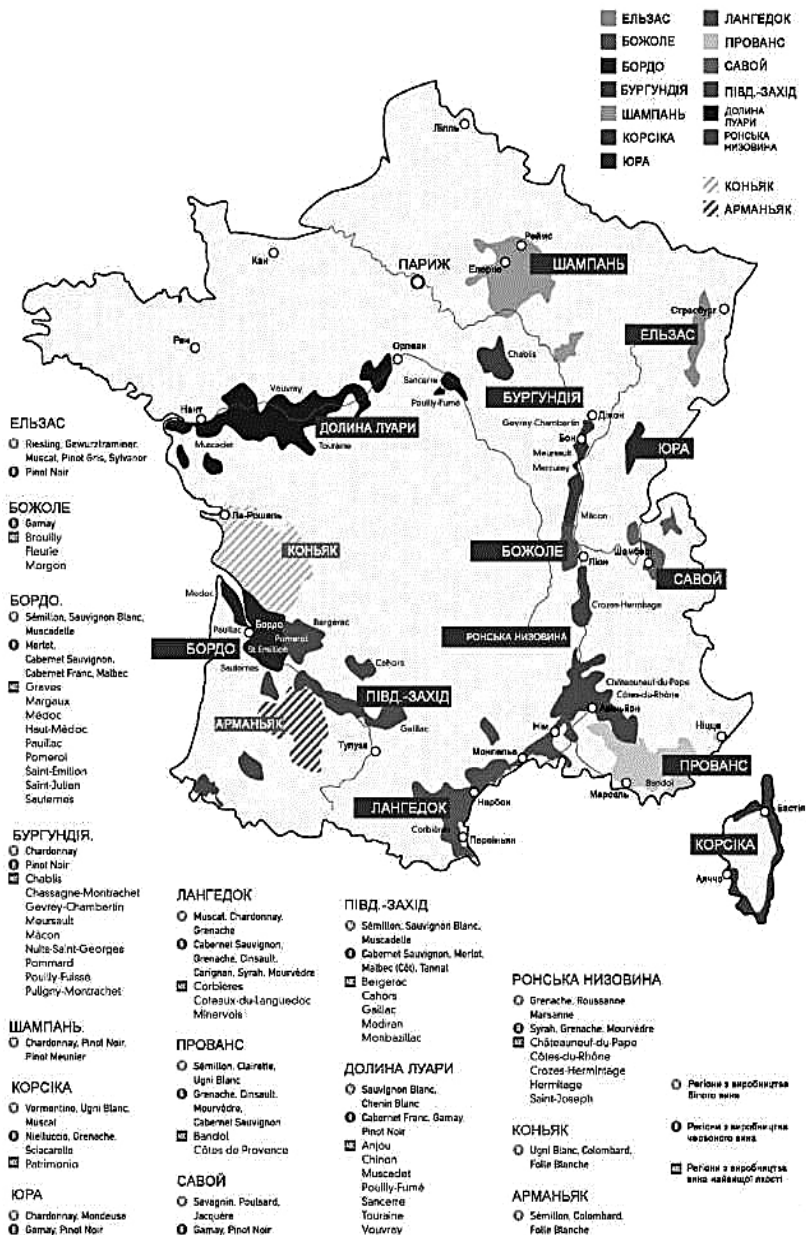


Рис. 3.2. Виноробні регіони Франції

Бургундія є регіоном, де білі та червоні вина представлені в рівному співвідношенні. Існують два основні сорти винограду, що використовуються в Бургундії – Шардоне – для білих вин і Піно Нуар – для червоних. Фактично в Бургундії представлено найбільшу кількість найменувань вина та сортів винограду серед регіонів Франції.

Бургундія ділиться на чотири основні частини. Перші дві частини Бургундії іноді можуть розглядатися як окремі виноробні регіони країни: Божоле на півдні, недалеко від Долини Рони, де в основному представлені червоні вина, котрі, як правило, споживаються молодими.

Найвідомішим в регіоні є район Божоле, де раз на рік в 3-ій четвер листопада проходить свято «Божоле Нуво», на якому куштують вина останнього врожаю. Божоле в основному спеціалізується на червоних винах, хоча деякі білі і рожеві ігристі також виробляються. Регіон розташований на центральному сході Франції вздовж річки Сона нижче Бургундії і вище Ліона. Спеціалізується на наступних сортах винограду: Божоле, Brouilly, Regnie, Chiroubles, Флері, Санкт-Амур, Chenas, Julienas та Morgon. Шаблі розташований на півдорозі між Cote d'Or і Парижем, та спеціалізується на білих винах.

Шампань

Регіон розташований на сході Франції, недалеко від Бельгії та Люксембургу. Це найхолодніший з основних виноробних регіонів Франції. Шампанські (ігристі) вина можуть бути як білими та і рожевими. В регіоні виробляється невелика кількість червоного вина.

Корсика

Острів в Середземному морі, який спеціалізується, в основному, на місцевих сортах винограду та виробництві вина для власного споживання.

Юра

Невеликий район в горах розташований близько до Швейцарії, де виробляються деякі унікальні види вина, а саме, Vin Jaune і Vin de Paille.

Лангедок-Руссільон

Найбільший регіон з точки зору виноградних площ, та областю найдешевших вин Франції.

Долина Луари

Регіон спеціалізується у першу чергу на білих винах, та відповідних їм сортах винограду, площі якого простягаються уздовж річки Луари. Верхня Луара славиться своїм Совіньйон Блан та виробництвом вина Сансер.

Прованс

Регіон розташований на південному-сході країни поблизу Середземного моря. Це найтепліший виноробний регіон Франції, що спеціалізується в основному на рожевих та червоних винах, найвідомішими серед яких є: Прованс та Бандоль.

Долини Рони

Регіон представлений в основному червоними винами. Область тягнеться вздовж річки Рони і займає південно-східну частину країни. Види вина та сортовий склад виноградників північної і південної Рони різняться, але обидві частини конкурують з Бордо, як традиційні виробники червоного вина.

Савойя

Регіон в першу чергу характеризується унікальними місцевими сортами винограду які культивуються в Альпах поблизу Швейцарії.

Південно-Західна Франція

Регіон характеризується кількома колекціями вин на основі місцевих сортів винограду. Деякі райони виробляють в основному червоні вина, в стилі, що нагадує червоні вина Бордо, в той час як інші виробляють сухі або солодкі білі вина.

Франція традиційно є найбільшим споживачем своїх вин. Проте, рівень споживання вина на душу населення останніми роками впав майже на 20%.

Винний туризм зародився на території Франції ще на початку 80-х років, коли виробники французьких вин уперше усвідомили переваги можливості продажу своєї продукції напряму споживачам без участі посередників.

Як результат, наприклад, більше 20% бургундських вин продається туристам прямо на місці виробництва.

Для туристів розроблені та запроваджені особливі винні тури, впродовж яких можна відвідати декілька виноградників, побувати в льохах і спробувати унікальні сорти вин.

Так, за 20 км від Бордо розташований центр винної терапії Джерела Кодалі. Програми оздоровлення центру засновані на використанні різноманітних властивостей виноградних кісточок, з яких виготовляють олію, дріжджі, вино і лікувальні екстракти.

Бордо

В Медоці, найіменитішому районі Бордо, має сенс відвідати Сент-Зтеф, Пояк, Сен-Жюльєн, замки Марго і Лістрак. У районі Грав вина виготовляють в Песаці та Леон'яні. Лібурн славиться винами з Помероля, Сент-Емільйона і Канон-Фронзака. Також виготовляють вина в містечках Сотерн і Бордо. Багато виноробів дозволяють туристам побачити процес виробництва вина і навіть взяти участь в його розливі у пляшки. Найбільшою популярністю користуються наступні сорти вин: «Шато Лафіт-Ротшильд», «Шато Латур», «Шато Мутон-Ротшильд», «Шато Марго» та «Шато О-Бріон», останнє є одним з найдорожчих у світі вин.

Шампань

Шампань щороку реалізує 300 млн. пляшок шампанського і вважається найбагатшим виноробним регіоном Франції.

Місткі льохи з можливістю дегустації відкриті для туристів в містечку Реймс. Екскурсії влаштовуються на фабрики шампанських вин «Поммері» та «Теттінгер». В «Поммері» знаходиться вина бочка місткістю 75 тис. л., а в «Теттінгері» зберігається 20 млн. пляшок ігристого вина.

Серед туристів великою популярністю користується виноробня «Руінар», на якій з 1729 року виробляється однойменне шампанське.

Бургундія

У Іоні створюють білі сухі вина «Шардоне». Кіт де Ньюї – батьківщина сорту «Шамбертен». У Кіт де Бон,

виготовляють вина «Картон-Шарлемань», «Пюліні-Монтраше» та «Шасань-Монтраше», для відвідувачів відкриті виноградники Мерсо і Пюліні. Район Макене прославився випуском сорту «Пуйі-Фюїс».

Луара

Район Нанта відомий завдяки винам «Мюскаде» і «Фолль Бланс». Тут створюють темні сорти «Каберне Фран», «Гаме» та «Гролло», також білі вина «Шенен», «Совіньйон» і «Піно д'Онїс».

У верхів'ях Луари теж створюють «Совіньйон» та «Піно Нуар». Одне з найкращих легких вин Луари створюють в Сомюре. В Турені виготовляють ігристе вино «Вувре». Фактично всі виноградники регіону відкриті для туристів.

Прованс

Головне марочне вино цього регіону – «Кіт де Прованс». У Авіньйоні туристи відвідують Папський палац, де проводиться презентація найкращих вин «Кіт дю Рон». В льохах Авіньйона проводяться дегустації сухих білих вин, що виробляють на винограднику Касіс. Виноградники Бандоль та Белі також користуються популярністю.

3.1.2. Винний туризм в Італії

Італія справедливо вважається одним зі світових центрів винного туризму. Його історія тут налічує вже майже сто років, а кількість осіб, котрі відвідують італійські виноробні за рік, тільки для одного господарства може перевищувати 10 000. В цілому країною простягаються більше 900 тис. га виноградників. Період збору винограду в Італії є найдовшим у всьому світі і триває п'ять місяців.

Для любителів гарного вина гастрономічні тури до Італії – прекрасна можливість спробувати десятки і навіть сотні сортів цього напою. Причому, в кожному районі вино має свої неповторні смакові відтінки. Молоді вина краще пити там, де вони були виготовлені:

як показує досвід, при перевезенні їх з одного району в інший смак змінюється.

Згідно з італійським законодавством, існує чотири категорії вин:

Vino da Tavola – столове вино, походження якого не піддають контролю. Воно може бути отримане шляхом купажування вин з різних регіонів Італії.

IGT (Indicazione Geografica Tipica) – вина з географічним маркуванням, їх піддають контролю з точки зору урожайності, сортів винограду і вмісту алкоголю. Ця відносно молода категорія італійських вин і представляє 20% від загального обсягу виробництва вина в країні.

DOC (Denominazione di Origine Controllata) – вина з маркуванням що присвоюється відповідно до їх походження. Вина, які належать до цієї категорії, складають більшість благородних італійських вин. Вони відповідають суворим вимогам щодо території походження і сортів винограду, а також нормам винофікації і вмісту алкоголю.

DOCG (Denominazione di Origine Controllata e Garantita).

Вина, що носять на етикетці напис DOCG, займають найвищий щабель в ієрархії італійських вин. Для отримання права на її використання вони проходять ряд серйозних перевірок перед розливом у пляшки. Навколо горлечка кожної пляшки з вином DOCG наклеюється спеціальна марка, яка свідчить про те, що її вміст продегустовано і схвалено.

Всього в Італії 20 виноробних регіонів (Рис. 3.3).

Північ Італії. Червоні вина: неббіоло, барбера, санджове- зе. Білі вина: Треббіано (Уні Блан), Москато (Мускат).

Центральна Італія. Червоні вина: Санджовезе, Санаіоло. Білі вина: Треббіано (Уні Блан), Мальвазія (Мальвуазі або Піно Грі).

Південна Італія. Червоні вина: бомбіно nero (Bombino Nero), Nerello mascalese. Білі вина: Greco, Aglianico.



Рис. 3.3. Виноробні регіони Італії

Південна Італія. Червоні вина: Бомбіно Неро (Bombino Nero), Nerello mascalese. Білі вина: Greco, Aglianico.

Тоскана

Регіон був першим в країні, який привернув увагу туристів зі всього світу. Саме тут розташовані такі виноробні господарства як: Castello di Ama, Marchesi di Frescobaldi, Fattoria Le Pupille, Castello di Volpaia і Altesin, що виробляють знамениті тосканські вина. Кожне з господарств пропонує гостям захоплюючу програму, яка зазвичай включає в себе дегустацію вин, екскурсію виноградниками, можливість відвідування винних льохів і знайомство з тосканською кухнею.

За даними інституту соціо-економічних досліджень Італії (CENSIS) вино і кухня стали другою, після архітектури, причиною, по якій туристи приїжджають до Італії.

Все це можна побачити і спробувати, відвідавши виноробню Castello di Volpaia (Замок Вальпайя), виноробний центр Тоскани. Щорічно більше 10000 чоловік відвідують льохи замку.

В Італії випускається величезна кількість ігристих вин, білі мають назву «спуманте». Вважається, що кращі італійські вина роблять в Тоскані. А ось самим відомим алкогольним напоєм з червоного винограду є к'янті. Найсмачніше к'янті виробляється в провінції, яка і дала назву цьому вину. Широкою популярністю в Італії користуються вермути, особливо таких виробників, як «Мартіні» і «Чінзано». А любителі лікерів зможуть насолодитися смаком і ароматом незабутнього «Амаретто ді Саронно».

Венето

Регіон є одним із найбільших італійських регіонів виноробів. У Венето багато винних маршрутів, що проходять господарствами Рієгорап, MonteZovo і Са 'Rugate.

У Фріулі-Венеція-Джулія розташоване господарство Livio Felluga, яке виробляє майже 650 000 пляшок високоякісного фріульського вина щороку.

Щоб спробувати унікальне Ламбруско, а також насолодитися улюбленими тортеліні, лазаньєю, пармезаном і салями, варто відвідати Емілія Романію - батьківщину цих делікатесів і знаменитого червоного сухого фріццанте – ламбруско.

Сицілія – острів з м'яким середземноморським кліматом – запрошує винних туристів відвідати господарство Tasca D'Almerita де, крім дегустації всесвітньо визнаних сухих вин, відвідувачам пропонують завітати до вілли Таско – перлини архітектури Сицилії.

В Італії налічується 140 «винних доріг» різної протяжності та наповненості, проте найбільш відомими та популярними є лише чотири.

Винна дорога STRADA DEL VINO COLLI DEL TRASIMENO знаходиться в провінції Перуджа, в зоні Colli del Trasimeno. Ця дорога включає ділянки

між Умбертіде і Перуджею, Туоро-суль-Тразімено і Пасіньяно-суль-Тразімено, а також виробництва на території Чітта-делла-П'єве, Панікале, П'єаро, Мажіоне, Корчіано і Кастільйоне-дель-Лаго.

Місцевість тут горбиста і майже вся вкрита виноградниками різної величини. При цьому ґрунт в цих місцях забезпечує винограду максимальний комфорт, а сонце постійно освітлює пагорби. Усе це дозволяє місцевим виноробам вирощувати як традиційні сорти винограду – такі, як Sangiovese, Grechetto, Trebbiano, Canajolo, Malvasia, так і сміливо експериментувати, створюючи вина, які можуть охопити усе різноманіття сучасного світу виноробства.

Винна дорога STRADA DEI VINI DEL CANTICO включає Тоді, Маршіано, Перуджу, Торджіано, Беттону, Каннару, Спелло, Асізі, Бастія-умбра і Умбертіде. Вино в цих краях особливо шанують, ретельно контролюючи його якість, і тому вина з Асізі, Торджіано, Коллі-Мартані, Коллі-Перуджа і Тоді мають статус DOC, а Torgiano Rosso Riserva - навіть DOCG.

Винна дорога LA STRADA DEI VINI DEL SAGRANTINO перш за все відома своїм знаменитим виноградом Sagrantino. Вирощують його тут з давніх часів. А виготовлене з нього вино, Sagrantino di Montefalco, що має статус DOCG, гідно представляє регіон на винному ринку Італії та світу.

Дорога вина Sagrantino проходить через Гуальдо-Каттанео, Беванью, Монтефалко, Джаяно-дель-Умбрія, Кастел-Рінальді та між Беттоною і Каннарою.

Дорога STRADA DEI VINI ETRUSCO ROMANA проходить через Орвієто та Амелію. На цій дорозі зустрічається менше вин класу DOC.

3.1.3. Винний туризм в Іспанії та Португалії

Іспанія вважається третім найбільшим виробником вина у світі і займає перше місце по площі зайнятих під виноградники земель. Середньорічний об'єм виробництва вин складає тут близько 40 000 000 гектолітрів.

В протилежність загальноприйнятій думці, Іспанія не є країною сонця і тепла, а має велику кліматичну амплітуду, викликану гористою місцевістю, впливом Атлантики і Середземного моря. Це обумовлює отримання досить широкого спектру вин.

За класифікацією, прийнятою в Іспанії, вина можуть розподілятися за 5-тьма стандартами якості.

Серед яких:

- *столові* (із змішаних сортів винограду, виноградники не зазначені),
- *місцеві* вина (вказаний рік, сорт винограду, регіон виробництва),
- *декласовані* (виготовлені з відхиленнями від норми у врожайності, технології тощо),
- *марочні* вина (з зазначеним регіоном, якому дане вино відповідає за всіма параметрами),
- номінація *de Origen Calificada* або DOC (цей статус отримують кращі виноробні регіони).

Незважаючи на велику кількість виноробних регіонів в Іспанії, можна виділити 3 регіони, котрі необхідно відвідати, щоб відчутти смак справжнього іспанського вина – це Ріоха (Rioja), Рібера дель Дуеро (Ribera del Duero) і Пенедес (Penedes).

Незважаючи на перелік завезених до Іспанії сортів винограду, у тому числі і з сусідньої Франції, основним сортом для виробництва іспанських вин є аборигенний іспанський сорт винограду Темпранільйо (Tempranillo). Це червоний сорт винограду. Він володіє характерним і сильним ягідним ароматом, і вина, виготовлені на його основі, практично неможливо сплутати ні з якими іншими.

Темпранільйо надає вину яскраве забарвлення, і характеризується відносно низькою кислотністю. Виготовлені із цього винограду вина, придатні до тривалої витримки.

Сьогодні в Іспанії зареєстровано 39 виноробних регіонів на материк та два острівних (Рис. 3.4).



Рис. 3.4 Виноробні регіони Іспанії

Виноробні регіони та основні сорти вин Іспанії:

- *Андалусія*. Червоні: гренаш. Білі: педро хіменез (pedro ximenez), паломіно, айрен;
- *Арагон*. Червоні: гренаш, темпранільо, морістель (moristell). Білі: макабео (macabeo), гренаш блан;
- *Балеарські острови*. Червоні: манто негро, каллет (callet), темпранільо;
- *Канарські острови*. Червоні: лістран нуар (listan noir), неграмоль (negramoll). Білі: молл (moll), парельяда (parellada), макабео.
- *Кастилія-Ла Манча*. Червоні: гренаш, монастрель (mourvedre), ле каріньян, темпранільо (його тут називають sencibel). Білі: айрен, альбільо, малвар;
- *Кастилія-і-Леон*. Червоні: гренаш, темпранільо, менсія (mencia). Білі: вердельо (verdejo), альбільо (albillo), паломіно, Совіньйон.
- *Каталонія*. Червоні: гренаш, каріньян, каберне, темпранільо (його тут називають ull de llebre), монастрель, трепат (trepat), піно нуар. Білі: пареллада, ксарелло (xarello), макабео, шардоне, гренаш блан.

- *Галісія*. Червоні: аліканте (називають гренаш), менсія, меренсао (merenzao), брансельо (brancellao), carno rouge, espadillo, grau, maria ardon. Білі: albarino, verdello (godello), palomino, caino blanc, lado, loureira, macabeo (viura), torrontes, treixadura, valenciana, albillo, dona blanca.
- *Ель Леванте*. Червоні: гренаш, моастрель, бобал (bobal), alicante (garnacha tintorera). Білі: merseguera, verdil, malvasia, Педро Хименез, мускат, tortosi;
- *Наварра*. Червоні: гренаш, темпранільо, каберне Совіньйон, мазуело (mazuelo або carignan), грасіано (graciano), мерло. Білі: шардоне, греш блан, мускат, віура (viura);
- *Ріоха*. Червоні: темпранільо, гренаш, мазуело. Білі: віура, мальвасія.

Північна Іспанія

Вина виготовляються з винограду Albari.

Rueda. Репутація цієї області знаменита смаком хересу в винах, які вона виготовляє. Тут вино виготовляється з винограду Verdejo.

RiberadelDuero. Область виноградників, розташованих навколо річки Duero. Незважаючи на репутацію Rioja, це – фактично Ribera del Duero, який є батьківщиною самого дорогого вина Іспанії, виробленого VegaSicilia.

Rioja. Основними винами області є: Crianzas, Reservas та GranReservas. Ці вина можуть зберігатися в підвалах століттями і поліпшуватися. Виготовляється з винограду сорту Tempranillo, хоча є деякі невеликі виноградники, де ці вина виготовляються з інших сортів, включаючи Gamacha Tinta.

Rioja розділений на три області, найважливішими з яких є: RiojaAlta, Rioja Alavesa і Rioja Baja.

Центральна Іспанія. Тільки одна область домінує в центральній Іспанії, і це – La Mancha. Це – мільйон гектарів виноградників сорту Air (біле), і Cencibel (інша назва для Tempranillo) та GarnachaTinta (Grenache) – червоне.

Південна Іспанія. Найвідомішим місцевим вином є Херес. Херес виготовляється переважно з сортів винограду Palomino та Pedro Xim, з вкrapленнями Moscatel.

В останні роки все більшої популярності набуває винний туризм. Чудовим вибором для винної подорожі стануть провінційні містечка і сільські місцевості Іспанії.

Винний тур може тривати від кількох днів до кількох тижнів, включаючи в себе найрізноманітніший набір заходів – екскурсії виноградними плантаціями, дегустації, відвідування древніх виноробень, старовинних льохів і національних ресторанів, де можна особисто познайомитися з виноробами, пізнати культуру, технології та вікові традиції виробництва знаменитих іспанських вин. Також під час подорожі можливе відвідування тематичних винних фестивалів, народних свят і місцевих культурних пам'яток.

Одним із прикладів винного туру є подорож до іспанської глибинки з багатющою історією і традиціями виноробства – в район під назвою Рібера дель Дуеро (Ribera del Duero). Регіон перебуває в долині річки Дуеро на півдні провінції Бургос, що входить до складу автономного співтовариства Кастилія-і-Леон. Рібера дель Дуеро – переважно сільськогосподарський регіон. Найбільшу популярність регіон отримав завдяки своїм винам високої якості Denominacion de Origen Ribera del Duero.

Виноградники даного регіону, розташовані на територіях провінцій Сорія, Бургос, Сеговія і Вальядолід, займають площу 21000 гектар. Вина Рібера дель Дуеро в переважній більшості червоні з невеликою часткою рожевих.

Крім цього великою популярністю серед туристів користується Ріоха. Тут знаходиться найбільший музей вина в світі – музей виноробного господарства Dinastia Vivanco.

В Іспанії варто відвідати королівства Кастилія і Ліон. Це найбільший регіон виробництва іспанських вин, тут розташовано близько 200 винарень, від маленьких до великих.

Характеризуючи винне господарство Португалії, не можна не звернути увагу на винний регіон Дау.

Дау – це відносно невелика область в північній частині країни, що омивається водами однойменної річки. Вона розташована на плато, з усіх боків оточеному горами, на висоті від 400 до 850 метрів над рівнем моря.

Виноробство Дау, безумовно, розвивається досить бурхливими темпами. Сьогодні тут можна знайти дуже широку палітру вин, що виготовлені в різній стилістиці (бургундській, бордо, тосканській) і в той же час неодмінно зберігають оригінальність.

Незважаючи на те, що в Португалії немає жодного виноробного регіону зі світовим ім'ям, як в Італії або в Іспанії, її вина є дуже різноманітні і самобутні. У Португалії традиційно роблять білі вина, які називають Вінью Верде, – «зелені» – молоді, світлі, які іменують Мадуро – «витримані» – терпкі, повнотільні і пряні. Найзнаменитішим португальськими винами залишаються – рожеве Mateus Rose, хоча багато його шанувальників не підозрюють про його португальське походження і, звичайно – легендарні кріплені вина – портвейн і мадера.

Екскурсії винними маршрутами країни це – можливість не лише доторкнутися до історії і культури країни, але і познайомитися з виробництвом унікальних класичних і нових дуже вражаючих вин і продегустувати їх в компанії блюд португальської кухні.

Регіони Дао і Байррада

Перший маршрут проходить регіоном Дао, основу ландшафту якого складають гранітні виступи та багата рослинність. Варто побувати в місті Візеу і відвідати замки, садиби та виноградники.

Другий маршрут пролягає уздовж виноробного району Байррада, розташованого біля прибережної океанічної смуги. Тут винними осередками виступають два невеликі містечка – Лузу та Курія.

Провінція Мінью

У багатій природними ландшафтами провінції Мінью, в північній частині Португалії, вирощують виноград, з якого виготовляють знамените, прозоре і дуже легке молоде вино – Вінью Верде.

На берегах річки Мінью розташовано невелике містечко Валенса. У північних містах Монсау і Мелгасу виготовляється біле вино Алварінью – одне з найвідоміших вин Вінью Верде. Неподалік розташований Національний парк Пенеда-Жереш зі старовинними гірськими селами Каштру-Лаборейру і Соажу.

Провінція Алту-Дору

Саме тут роблять високоякісні всесвітньо відомі портвейни. У 1756 році регіон Алту-Дору в Північній Португалії, розташований уздовж річки Дору, став першим у світі виноробним районом із законодавчо встановленим географічним найменуванням – термін «порто» заборонено використовувати для вин, що не виготовляються в Дору.

Особливою популярністю користуються вінтажні портвейни регіону такі, як Quinta do Noval, Quinta do Seixo, Quinta do Vale Meao і Quinta do Crasto.

Регіон Алентежу

Колись покриті пшеничними полями, сьогодні рівнини південного регіону Алентежу, належать виноградникам. У цій жаркій місцевості робляться кращі марочні вина Португалії.

У регіоні варто відвідати найкрасивіше селище Каштелу-де-Віде, містечка Марвау, Порталегре, Крату, Алтер-ду-Шау, замки Монтемор-у-Нову, Аррайолуш, Зштремош, Монсараш та Віла Вікоса.

Острів Мадейра

Найбільш цінними на острові сортами винограду вважаються Серсіаль, Буал, Верделью, Мальмсей (Мальвазія). Справжньою «перлиною» серед сухих вин є легке вино Серсіаль. Вино Верделью, що має золотистий відтінок і ніжний аромат, прекрасно підходить до усіх видів блюд. Благородне, бархатисте, темно-золоте, напівсолодке вино Буал рекомендують дегустувати між основним блюдом і десертом. Заслуженою популярністю користується також вино Мальвазія, яке має яскраво виражений, багатий аромат і насичений яскраво-червоний колір.

3.1.4. Особливості винного туризму в Німеччині та Австрії

Німеччина в середньому виробляє 9 млн. гл. вина на рік. Більша частина винограду країни належить до сорту Рислінг, саме з нього виготовляють знамените біле вино з тонким і ніжним смаком. 88% винограду, що вирощується, належить до білих сортів, і лише 12% – червоні або рожеві. З найбільш поширених сортів винограду варто відмітити: Мюллер-Тургау (26% від усієї території виноградників), Рислінг (20%), Сильванер (8%). Також вирощуються: Кернер, Шойребе, Бахус, Рулендер, Моріо-Мускат, Фабер, Хуксельребе, Гутедель, Ортега та Елблінг.



Рис. 3.5. Виноробні регіони Німеччини

Рейнгесен

Найбільший з 13 виноробних регіонів Німеччини (площа його виноградників перевищує 26 тис.га; це приблизно третина від площі всіх сільськогосподарських угідь регіону), Рейнгесен розкинувся у великому вигині Рейну, на лівому його березі, між містами Вормс, Майнц і Бінген.

Близько 68% вироблених в регіоні вин - білі. При цьому найбільшою повагою користуються місцеві рислінги – як сухі, так і солодкі (у тому числі Трокенберенауслезе – виготовлені з винограду, ураженого благо-родною цвілью). Тут також виходять непогані вина з Шпетбургундера (Піно Нуара) та з Сільванера.

Одні з найбільш шикуючих вин походять з зони, відомої як «Рейнська тераса» (Rheinterrase або Rhein-front), розташованої поблизу Рейну, між Оппенхаймом і Накенхаймом. Одна з найвідоміших виноробних підприємств тут – Нірштайн (Nierstein).

Нае

Розташована в порізаному долинами межиріччя Мозеля і Рейну, область Наебула названа так за річкою, що перетинає лісисту гірську грядку Хунсрюк. Геологічні формації, шари різних мінералів і видів ґрунту демонструють геологічну різноманітність, результатом якої є, зокрема, велика різноманітність вин, якими славиться Нае. Легкий, пікантний Рислінг, Ріванер, м'який Сільванер – всі ці вина давно вже стали класичними. Все більш популярними стають білі та червоні вина сортів Піно, тобто Граубургундер, Вайсбургундер і Шпетбургундер, а також червоне вино сорту Дорнфельдер.

Міттельрейн

Міттельрейном називають мальовничу ділянку вздовж за течією річки Рейн між Бонном і Бінгеном, що відома під назвою «Рейнська горловина». Тут річка проклала собі шлях крізь високі, скелясті пагорби у формі вузької, сильно витягнутої долини з мікрокліматом, що дозволяє виноградним лозам добре розвиватися.

Руїни старовинних замків височіють над покритими виноградниками схилами і середньовічними містеч-

ками. Для даного регіону характерні насамперед вина сорту Рислінг зі свіжим, пряним присмаком.

Рейнгау

Середину області Рейнгау утворює річка Рейн, що протікає зі сходу на захід від Вісбадена в напрямі Рюдесхайм, до підніжжя пагорбів Таунуса обрамляють виноградники, на яких виростають лози Рислінг і Шпетбургундер (Піно Нуар). Своєю славою виноробний регіон зобов'язаний оптимальному для виноробства клімату і незмінною вірністю найвищим стандартам якості.

Мозель-Саар-Рувєр (Mosel-Saar-Ruwer)

Регіон названий на честь річки Мозель і її притоків – Саара і Рувєра, на берегах яких розташовані знамениті виноградники.

Від Кобленца (Koblenz) до Тріра (Trier), між крутих берегів Мозеля, тягнеться стара виноробна провінція Німеччини. У високостовбурних лісах і фруктових садах сховалися середньовічні фортеці, багато з яких, приміром, Єльц (Burg Elz) Пірмонт (Burg Pyrmont) поблизу селища Рес (Roes), Турант (Burg Thurant) у Алькена (Alken), Кохем (Burg Cochem) або Ландсхут (Burg Landshut), розташована на горі над містом Бернкастель-Кюс, збереглися до наших днів.

Навіть найменше, село в Мозелі відзначає свято збору винограду, і обов'язок кожного гостя – дегустації вина в місцевому винному льосі.

Найкрутішим виноградним схилом Європи є плантація «Бреммер Кальмон» (Bremmer Calmont), що лежить на висоті 380 м. під кутом 55°. Основними сортами тут є Рислінг (Riesling) і Мюллер-Тургау (Muller – Thurgau), а також біле мозельське.

Червоне вино Spatburgunder можна спробувати в долині Ahr, що розкинулася неподалік від Бонна, і де знаходиться найстаріше виноробне товариство. Тут на кожному кроці місцеві винороби пропонують спробувати вино власного виробництва. Тут розташовані затишні ресторанти і винні підвали.

В плані розвитку винного туризму Німеччини можна виділити три головних винних регіони, які і складають славу і гордість виноробства країни. У двох з них прохо-

дять знамениті винні шляхи: «Німецька винна дорога» (Deutsche Weinstrasse) в Пфальці та «Саксонський винний шлях».

Пфальц (Pfalz)

Це найбільш сонячна і найсухіша частина країни з потопаючими в садах живописними старовинними селищами. Deutsche Weinstrasse («Німецька винна дорога»), подібно до Ельзасу Route du Vin («Винний шлях») петляє на північ через виноградники і села.

Рислінг – найпоширеніший тут сорт винограду, Muller – Thurgau знаходиться на другому місці. Пфальц – майстерня Німеччини по виробництву білих і червоних сухих столових вин. Найпопулярніші – витримані в маленьких дубових бочках Weissburgunder, Grauburgunder і Spatburgunder.

«Німецька винна дорога» простягається на 85 км. розпочинаються на півдні у містечка Швайген-Рехтенбах (Schweigen – Rechtenbach) і закінчується біля містечка Бокенхайм (Bockenheim). Це неймовірно красивий шлях, упродовж якого давньоримські поселення, руїни фортець і старовинні замки чергуються з пагорбами, порослими мигдалевими деревами, уздовж плантацій інжиру, ківі, лимонів та виноградників.

Подорож по Пфальцу може стати одночасно винно-гастрономічною (будь-яка дегустація місцевих вин завжди супроводжується щедрою закускою з блюд місцевої кухні), а також історичним, оскільки тут проходить і пішохідний «Маршрут древніх римлян»).

Охочих познайомитися з витоками виноградарства в регіоні у будь-якому містечку чекають дивні відкриття. У містечку Бад-Дюркхайм (Bad Dürkheim) можна побачити найбільшу винну бочку у світі, яка вмістила б 1,7 мільйонів літрів вина, якби не перетворилася в наші дні на ресторан на 650 гостей. У цьому курортному містечку щороку восени відзначається найбільше у світі свято вина Durkheimer Wurstmkt.

Саксонія (Sachsen)

Туристичний маршрут «Саксонський винний шлях» простягнувся на 55 км. між містечками Пірна, Дисбар-Зойсліц і Мейсен долиною річки Ельби з її м'яким,

сонячним кліматом. На його шляху лежать ще два інших не менш цікавих маршрути – «Саксонський пішохідний винний шлях» та інтернаціональний велосипедний маршрут уздовж Ельби.

«Саксонський винний шлях» представляє не лише найменший винний регіон Німеччини, але й чудову середньовічну архітектуру регіону.

Перші виноградники на шляху маршруту зустрінуться вже у містечка Пірна. Далі він веде в Пільніц, а потім ще до трьох палаців, розташованих на правому березі Ельби в Дрездені. Безпосередньо за Дрезденом у напрямі Мейсена розпочинаються виноградні тераси. Тераси розбиті на схилах Радебойля і Косвіга та простягаються до виноробних сіл, розташованих навколо містечка Дісбар-Зойсліц.

Серед саксонських вин найбільшим успіхом користуються сухі сорти Риванер, Рислінг і Вайсбургундер (Піно Блан). У невеликих об'ємах виготовляється також вино сорту Гольд-рислінг, рідкісний гібрид Рислінгу з Мускатом, якого більше ніде в Німеччині не виробляють.

Саксонські виноградники, що простягнулися від містечка Пірна (Pirna) до села Дісбар-Зойліц (Diesbar-Seusnitz) біля міста Мейсен (Meisen) є досить унікальними. Тут можна приємно посидіти в одному із затишних винних льохів, взяти участь у осінніх винних фестивалях та відвідати більше двадцяти виноробних заводів.

У 2004 році був відкритий «Саксонський винний пішохідний маршрут» (Sachsischer Weinwanderweg). Ця пішохідна траса, що простягнулася на 90 км, сполучає між собою головні пам'ятки регіону і проходить по найкрасивішими виноградниками, оглядовими майданчиками і винними льохами.

Австрія щорічно виробляє близько 2,5 млн гектолітрів вина, з них 500-700 тис. йде на експорт. При цьому приблизно така ж кількість імпортується в країну. Щорічне споживання становить ті ж 2,5 млн гектолітрів.

В Австрії стали виробляти значно більше червоних вин. Винороби Середнього Бургенланда практично повністю переключилися на них. Тим не менш біле вино

і зараз становить в країні не менше 75% загального обсягу виробництва.

За показником залишкового цукру, австрійські вина шикуються в своєрідну піраміду, верхівкою якої є сухі якісні вина – Qualitatswein.

Для сухих червоних і білих вин встановлені два рівні – класик і резерв (klassisch і reserve). Австрійське винне законодавство одне з найсуворіших у світі, що абсолютно не заважає розвитку галузі.

Відень – єдина столиця світу, в якій виноградарство і виноробство мають настільки значні обсяги, що вона дала ім'я одному з чотирьох основних виноробних регіонів країни. Решта три – Нижня Австрія (Niederösterreich), Бургенланд (Burgenland) і Штирія (Steiermark) – розташовані у східній та південно-східній частині країни.



Рис. 3.6 Виноробні регіони Австрії

У Штирії 3677 га зайнято під виноградники, з них 2831 під білі і 846 під червоні сорти, тут знаходяться 3700 виноробень. Штирія ділиться на західну, південну і південно-східну частини (West-, Sudi Sud-Ost-Steiermark), з яких південна – найменша на карті, але найбільша за площею лози (1681 га). Літніми днями і ранньої осені виноград отримує багато сонця, що наповнює його фруктовими нотами, а холодні ночі насичують ароматом. Культивують в основному Вельшпріслінг

(Welschriesling) – традиційний австрійський виноград, який не має ніякого відношення до Рислінг, Pinot Blanc, Sauvignon Blanc і Morillon – так в Штирії називають Шардоне.

Різноманітність вин Бургенланда вражає: тут виробляють чудові білі, червоні і солодкі вина. Бургенланд поділений на чотири особливих виноробних регіони, кожен з яких по-своєму унікальний. Особливу роль у двох з них – Нойзідлер (Neusiedlersee) і Нойзідлер-Хюгельланде (Neusiedlersee- Hugelland) має озеро Нойзідель. Єдине степове озеро Європи, яке ще називають «Віденським морем», створює ідеальне середовище для розвитку ботрітіс – благородної цвілі, обов'язкової складової для виробництва солодких вин.

Середній Бургенланд (Mittelburgenland), член сім'ї австрійських DAC, першим отримав цей статус для червоних блауфренкіш, на території 2150 га виноградників робить акцент саме на цьому сорті. Цвайгельт, Каберне-Совіньйон і Мерло, також культивовані в Середньому Бургенланді, є чудовими партнерами для переважаючого тут Блауфренкіш, в союзі з якими індивідуальність цього сорту доповнюється яскравими і глибокими нотами.

Південний Бургенланд (Sudburgenland) – найменший, але дуже оригінальний регіон у складі Бургенланда. Особливим тут є місцеве rose – Uhudler – просте сільське вино, яке, поряд з ідилічною місцевістю, романтичними видами пагорбів, що оточують місцеві виноградники, приваблює сюди туристів. Класичний асортимент Schlossweingut Esterhazy включає цілу гаму типових вин Бургенланда: від свіжого і фруктового «Вельшпріслінга» до «Піно Блан» та «Блауфренкіш».

Нижня Австрія розкинулася на 30500 га, в тому числі по долині Дунаю, і тут культивується 60% всіх австрійських виноградників. Найбільший з восьми виноградників цього виноробного регіону і найбільший у всій Австрії – Weinviertel – має площу в 16000 га.

700 виноробень і 77 винних містечок регіону виробляють білі вина: перцеве Грюнер Вельтлінер, Рислінг

з ароматом і смаком спецій і переважанням фруктових нот, Піно Блан і елегантний Шардоне, а також червоні вина: Цвайгелт, Сен Лоран і Мерло. Ще два специфічних виноробних регіони Нижньої Австрії мають статус DAC: Кремсталь DAC і Трайзенталь DAC.

Найменування регіону Кампталь, з центром в найбільшому винному місті Австрії – Лангенлойсі, подарувала річка Камп. 4000 га під виноградниками характеризують його як один з найбільш великих регіонів країни.

Кампталь має велике значення для винного туризму, благодатним полем для якого є численні винотеки, крім того, саме тут серед виноградників Лангенлойса зведений центр виноградарства Loislum.

Штирія (Steiermark) – один з австрійських виноробних регіонів, добре відомий своїми чудовими винами і фантастичними пейзажами.

Винні подорожі по Штирії зазвичай розпочинаються з її столиці, старовинного міста Грац (Graz). Надалі шлях лежить в досить велике за місцевими мірками місто Дойчландсберг (Deutschlandsberg) на південний захід від Граца. Він відомий в першу чергу дуже старим замком. З вікон розташованого тут готелю і з терас ресторану відкривається панорама типово штирійських пагорбів з геометричними рядами виноградників. Швидше за все, це буде особливий пізній сорт темного винограду Blauer Wildbacher, з якого роблять шильхер, – оригінальне сухе вино. Виробляється воно лише тут, на вузькій і довгій смузі землі, витягнутій з півночі на південь, це всього 450 гектарів під виноградною лозою. На місцевих картах маршрут помічений як Schilcher Weinstrasse, тобто «Винна дорога Шильхера». Особлива гордість цих місць – ігристий Шильхер.

У містечку Кітцек (Kitzeck), в самому центрі винного маршруту Sausaler Weinstrasse, в старій сільській садибі XVII століття розміщений Музей виноградарства і виноробства. Сотні рідкісних експонатів дають реальне уявлення і про технологічні процеси, і про винну культуру і традиції. А зовсім неподалік – госпо-

дарство сім'ї Вольмут (Wohlmuth. Відома ця виноробня своєю продукцією з винограду Sauvignon Blanc (фірмового для усієї Штирії), а також Chardonnay, який тут носить назву Morillon.

Центральним пунктом винної дороги Південної Штирії (Sudsteirische Weinstrasse) вважається маленьке містечко Гамліц (Gamlitz. Зупинитися на нічліг тут можна в готелі з типовою для цих місць назвою «Weinlandhof», що можна перевести як «Виноробницька садиба». До стандартного для закладу з 4 зірками набору послуг постояльцям тут пропонують ще і різноманітні турпакети на 4, 6 або 8 днів, куди входить велосипедна екскурсія до навколишніх виноградників, відвідування виноробних господарств і винних ресторанчиків, дегустаційне меню з місцевими винами.

У господарстві Sattlerhof на південь від Гамліца виготовляють чудові білі вина, особливо славиться місцевий Sauvignon Blanc. Це хороший приклад гармонійного поєднання виноробства і туризму. Гостей приймають з середини березня до середини грудня, надаючи їм усі можливості для вдумливого знайомства з технологією виноробства взагалі і своєю продукцією зокрема. До невеликого готелю і ресторану регіональної штирійської кухні додаються чудові штирійські ландшафти.

Південніше знаходяться володіння братів Польц (Polz). Це господарство знамените тим, що його виноградники розташовані на найкращих в окрузі схилах з правильними ґрунтами. Виноградники мають назву Grassnitzberg і Hochgrassnitzberg. З недавніх пір тут можна і переночувати. Звідси можна відправитися на розташовану неподалік виноробню Tement. Подивитися на тутешній виноградник Zieregg.

На самому півдні Штирії, майже на кордоні із Словенією, є невелика винна дорога під назвою Klapotetz – Strasse.

Любителям міцніших напоїв варто відвідати містечко Wernersdorf та сімейне підприємство Jobstl, відоме своїми шнапсами далеко за межами Австрії.

3.1.5. Винний туризм Греції

Древні греки вважаються засновниками сучасного виноробства. Прийнято вважати, що вино в Греції з'явилося близько шести тисяч років тому.

У 1937 році був створений Грецький Інститут Вина, а в 1960-х роках грецькі винороби були ознайомлені з сучасними технологіями виробництва, що дало можливість Греції виготовляти велику кількість відмінних сортів і видів вина. Була створена система контролю якості продукції.

Для виробництва вина використовується різні сорти винограду. Найбільш популярні це:

Asyrtiko – росте в області Santorini. Білий виноград, багатий таніном. За допомогою *Asyrtiko* виготовляють білі вина з великим вмістом цукру, яскравим ароматом, сухі або солодкі.

Athiri – розміщується в межах Santorini та Rhodes. Сорт чорного і білого винограду з легким ароматом.

Debina – росте на території Zitsa. Сорт чорного і білого винограду з яскравим ароматом і сріблястим кольором. Містить мало цукру і кислот. За допомогою його виготовляють сухі і напівсухі вина.

Muscat – розміщується в межах Cephalonia та Samos. Сорт білого винограду. Використовується для виробництва сухих і солодких вин.

Окрім перерахованих, використовуються також: *Aidani*, *Agiorgitiko*, *Kotsifali*, *Krasato*, *Liatiko*, *Mandelaria*, *Mavrodaphne*, *Moschofilero*, *Muscat of Alexandria*, *Negoska*, *Robola*, *Roditis*, *Savatiano*, *Xynomavro*.

Сьогодні на експорт йде близько 20% грецького вина, і 90% з них припадає на країни Євросоюзу при середньорічному виробництві у розмірі 4 млн.гл.

До основних виноробних регіонів країни належать: Фракія, Македонія, Епір, Фессалія, Пелопонес, Родос та ін.

Фракія

У цьому регіоні, що розташований на кордоні з Болгарією і Туреччиною (тут він має назву Траки), останніми рокамикладають чималих зусиль до відтворення древнього виноградника Маронія. Крім того, на кордоні з Туреччиною були виділені три нові перспективні райони

виноградарства: Авдірон, Ісмарікос і Тракікос. Кращі тутешні білі вина, переважно сорту Мальвазія, відрізняються м'яким фруктовим смаком і свіжим ароматом.



Рис. 3.7 Виноробні регіони Греції

Македонія

Це найголовніший виноробний регіон Греції, що об'єднує чотири основні територіальні одиниці: Аміндео, Кот-де-Мелітон, Гуменісса і Наусса, а також 19 районів культивованого виноградарства і виноробства, кожен з яких відрізняється власним мезокліматом. Місцевий червоні сорти Ксіномавро, Неббьооло прекрасно ростуть на будь-яких висотах македонських гір. Білі вина, завдяки бризам з Егейського моря і помірному клімату, набувають свіжої кислотності і фруктових тонів. Що стосується міжнародних сортів Каберне Совіньйон, Мерло, Сіра і Гренаш, то в цьому регіоні Греції вони краще всього ростуть на висотних виноградниках.

Епір

Епір, розташований на західному узбережжі країни, навпроти острова Корфу, є найменшим, рідконаселеним і неосвоєним краєм материкової Греції. У єдиному тутешньому районі Зіца культивується незвичайний, зеленого кольору виноград Дебіна, що забезпечує виробництво якісних білих та ігристих вин.

Фессалія

Тут, на східному узбережжі материкової Греції, лози ростуть на будь-яких висотах, від нуля до 600 м,

від низовинного Ангіалоса і до гори Олімп. Тутешні білі вина можуть мати приємний фруктовий смак, хоча з усієї продукції регіону посправжньому вражають вишукані щільні червоні вина, з ароматом тютюну і бархатистими танінами. Зазвичай, вони являють собою купажі сортів Ксиномавро, Крассато, Ставрто і немало виграють від впливів Егейського моря і холодної води талих гірських снігів.

Центральна Греція і Аттіка

Тут випускається значна кількість грецьких вин, у тому числі і марок світового класу, виробництво яких почалося не так давно в Аттіці, Звбеї, Беотії і Аталанті.

Пелопонес

У цьому південному районі материкової Греції виготовляють великі обсяги винної продукції. Левова частка високоякісного винограду надходить з трьох районів: Мантінія, Немея і Патрас і трьох районів ОРЕ Мускат-Патрас, Мускат-Ріо-Патрас і Мавродафне-Патрас. Кращі марки регіону – яскраво-кислотні, з лимонними тонами вина з Родітіс, твердо-кислотні, з м'яким смаком соковиті вина з Москофілоро з ароматом троянди; багаті, густі вина з Агіоргітіко.

Кікладські острови

Цей архіпелаг включає два головні виноробні острови, Санторіні і Парос. М'яка зима і тепле сухе літо ідеально доповнюють вулканічні ґрунти острова для виробництва твердо-кислотних, свіжих, мінеральних білих вин, а також солодких марок вин санто, з їх насиченим смаком і міцною структурою. Ці десертні вина виготовляються з сорту Ассіртіко і названі на честь острова з багатими виноробними традиціями.

Парос

Парос – ще один острів, що продувається вітрами, де лозам не так просто вижити. На острові культивують два древні сорти, Монемвазію і Айдіні, а також сучасні сорти Ассіртіко і Манделарію; увесь цей виноград росте на невеликих висотах, народжуючи дуже приємні, нескладні вина.

Родос

Острів Родос має перевагу у вигляді найвигідніших для виноградарства умов в Егейському морі. Кращі

червоні марки вин острова мають м'який смак, шовковисту текстуру і сильний фруктовий присмак. На Родосі, крім того, виготовляють хороші десертні марки; провина з Білого Мускату з їх цитрусовими і медовими тонами незмінно демонструють тонку кислотність і глибину, тоді як червоні вина з Манделарії (тут цей сорт має назву Аморгіано) з їх міцною структурою виділяються тонами родзинок і цукатів.

Кефалленія і Іонічні острови

Вино виготовляють на усіх островах Іонічного архіпелагу: Закінф, Корфу (Керкіра) і Левкас, проте першу скрипку грає Кефалленія, батьківщина твердо-кислотного сорту Робола з м'яким приємним смаком. Місцеві сорти Цауссі, Густуліді, Закінфіно і Мавродафне є основою для виготовлення десертних вин.

Лемнос, Самос і Егейські острови

На острові Лемнос, найбільш поширеним сортом є Александрійський Мускат, з нього роблять приємні, з квітковим ароматом мінеральні сухі вина, і чудові десертні вина.

Виноробство Самоса, що лежить південніше, має приблизно трьохтисячолітню історію. З XVII ст. на острові вирощують Мускат Блан-а-Пті-гран (тут він носинь назву Білий Мускат Самоса), що росте на крутих терасах заввишки до 800 м; з нього виготовляють десертні вина.

Крит

Крит є найнижчим регіоном Греції. Його м'яка, дещо дощовита зима і дуже жарке літо є сприятливими для виноградарства, проте ключовим чинником для нього є гірський хребет, що тягнеться зі сходу на захід: він забезпечує виноградникам висотне положення, захищає їх від теплого повітря з Середземномор'я і від холодних вітрів з Егейського моря, а літнє танення його льоду забезпечує легкі, фруктові білі вина на основі сорту Вілана, а також червоні вина, в діапазоні від м'яких до зрілих і концентрованих купажів Коцифалі і Манделарії.

В плані розвитку винного туризму країни варто зазначити, що на півночі Греції знаходяться 3 великих області виноградарств: виноробська зона Епір IGP в

Епірі, Македонія IGP в Македонії і Фракія IGP у Фракії. Тут культивують найбільш старовинні виноградники Греції.

Така велика територія має величезний потенціал для розвитку винного туризму і здатна задовольнити будь-які запити у будь-яку пору року. Розвитку винного туризму в північній Греції істотно сприяє наявність автомагістралі Згнатія – Одос, що перетинає північ, від краю до краю і що забезпечує швидкість і безпеку пересувань. Мережа винних маршрутів північної Греції складається з 8 маршрутів, що починаються на заході, в префектурі Епіру, на додаток до винного маршруту Епіру. У центрі регіону, в префектурі Західної Македонії, може бути запропонований винний маршрут Озер. У рамках префектури Центральної Македонії розроблено 5 маршрутів: винний маршрут Пелла – Гуменісса, винний маршрут олімпійських богів, винний маршрут Науи, винний маршрут Салонік і винний маршрут Халкідікі. На сході і в префектурі Східної Македонії і Фракії пропонується винний маршрут Діоніса.

Винний туризм в північній Греції розпочинається з огляду винного маршруту Епіру, основна ділянка якого знаходиться в префектурі Іоанніна, де виноградники Зітса і Метсово дають вина: Зітса DOP, Епір IGP, Іоанніна IGP і Метсово IGP.

У префектурі Західної Македонії пропонується винний маршрут Озер з центральним пунктом в префектурі Флоріни, де знаходяться виноградники Аміндеона, що відносяться до апелласьону Аміндеон DOP. Рожеві і червоні вина Аміндеона з ксиномавро, а також білі вина Флоріна IGP користуються особливою популярністю.

Далі винний маршрут Озер пролягає на південний захід, у напрямі міста Касторія, де виготовляють вина Касторія IGP.

Надалі маршрут перетинає центр західної Македонії і область Козані, де виготовляють вина Козані IGP, Велведос IGP і Сіатіста IGP.

Винний маршрут Науси пролягає в межах області Іматія східними схилами гори Верміо – там, де вино-

градники Науси дають знамениті червоні вина Науса DOP і Іматія IGP.

На сході Центральної Македонії, в префектурі Салоніки, розпочинається винний маршрут Салонік. Тут виготовляють вина: Салоніки IGP, Епаномі IGP, Неа Месімврія IGP і Плайєс Вертіску IGP. Центральним пунктом маршруту, безумовно є місто Салоніки на березі затоки Термаїкос.

Східний відрізок винного маршруту Салонік співпадає з гирлом трьох річок: Аксьос, Лудій і Альякмон – тут реалізується проект *Terres d'Eau*. На схід від Салонік знаходяться озера Вольви і Коронія, а прогулянка в гори дозволить учасникам винного маршруту Салонік насолодитися красотою природи.

У центральній частині країни, в регіонах Фессалії і Еллада зосереджено 32% усіх виноградних угідь Греції і 29% виноробних господарств, багато з яких відкриті для відвідувачів. Цей факт у поєднанні з культивуванням широкої гамми автохронних і іноземних сортів винограду і великим асортиментом вин усіх типів роблять винний туризм в центральній Греції особливо привабливим.

Асоціація Винарів Центральної Греції ENOAKE займається розробкою і підтримкою винних маршрутів в центральній Греції.

Фессалія і Еллада є ідеальними для організації винного туризму в центральній Греції.

Фессалія займає північну частину центральної Греції. У серці Фессалії розташована Фессалійська рівнина, найбільша за площею рівнинна зона Греції, оточена з усіх боків гірськими масивами, на схилах яких розкинулися найбільші виноградні угіддя. Головною особливістю фессалійських виноградників є те, що вони знаходяться посеред прекрасних природних пейзажів і місць, що представляють туристичний інтерес.

На північному заході Фессалії, у виноградарській зоні, розташований на південь від Метеора, – Каламбака, випускаються вина Метеора IGP.

На схід від Метеора і на північ від міста Ларіса знаходиться велика зона виноградарства, що продукує провина Тирнавос IGP. Трохи північніше, в районі

Елассона, обробляються значні площі виноградників, і проводиться значна робота із розвитку туристичної інфраструктури.

Окремою згадки гідні червоні вина Распані DOP, що дають, виноградники Рапсані, розташовані на іншій стороні Олімпу, на північному сході Фессалії. Оскільки все те, що знаходиться на північ від долини Темпи, греки називають «північною Грецією», область Рапсані включається в мережу «Винних маршрутів північної Греції».

На півдні материкової Греції розташована, на думку багатьох, одна з найважливіших областей виноградарства країни – виноградники Пелопонесу. На Пелопонесі зосереджено найбільше число виноградних угідь, виноробень і випускається найбільше число марок вин, в порівнянні з будь-якою іншою областю, завдяки чому розвиток винного туризму на Пелопонесі та тісно пов'язаних з ним островах Іонічного моря стає важливим чинником для просування вин Греції.

На північному сході Пелопонесу, в Коринфії, знаходиться одна з найважливіших областей виноградарства Греції – виноградники Немеї, що дають вина, Немея DOP з червоного сорту Агіоргітіко. Вина Немея-агіоргітіко належать до найулюбленіших і найпопулярніших вин.

На західному кордоні Греції, в Іонічному морі, розташований архіпелаг Семи островів, що насправді складається з 12 малих і великих населених островів. Потенціалом для розвитку винного туризму на Іонічних островах володіють лише 4 найбільші острови.

Найпівденніший острів архіпелагу Закінф, що славиться древніми традиціями виноградарства і виноробства. Традиційно тут виготовляють біле вино, що випускається під назвою Вердеа Закінфу IGP.

Важливим, з точки зору розвитку винного туризму на Іонічних островах виступає острів Кефалінія. Виноградники Кефалінії дають вина Ромбола Кефалоньяс DOP, Мавродафні Кефалоньяс DOP, Мосхатос Кефалоньяс DOP, Плайєс Ену IGP і Мадзавіната IGP.

Маршрут винного туризму на Іонічних островах завершується оглядом найпівнічнішого острова архіпелагу – Корфу. Виноградник Корфу дає білі вина Корфу IGP.

3.1.6. Випий туризм в Угорщині

Угорщина входить в перші 25 країн світу по виробництву винної продукції. За рік в країні виготовляється до 4 млн гл вина.

Нині на території Угорщини розташовано 22 виноробні райони (краї).

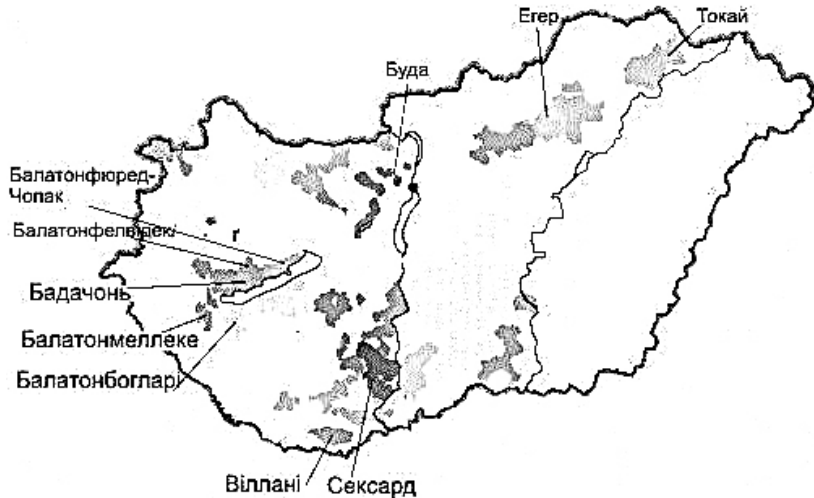


Рис. 3.8 Виноробні регіони Угорщини

Балатон

Балатонський регіон з родючими ґрунтами відомий ще з часів Римської імперії. Цей регіон - один з найстаріших винних регіонів Європи.

Виноробний край Бадачонь

У цьому краї культура виноградарства процвітає вже впродовж декількох тисяч років. Кліматичні умови сприятливі, помірні. Заморозків практично не буває. У краю вирощується на 99% білий виноград. Серед сортів є традиційні (Кекнялю, Олас ризлінг, Сюркеборат), світові (Chardonnay, Sauvignon, Rajnai rizling, Pinot blanc) і знову виведені (Зеніт). З червоних сортів можна зустріти Cabernet sauvignon, Pinot noir, Kekfrankos. Вина краю ароматні, насичені, з тонким кислуватим смаком. Серед вин близько 70% займає Olasz rizling,

здатний задовольнити найвишуканіший смак. Szurkebarat має інтенсивний аромат і часто випускається як вино солодке і дуже приємне на смак. Відомий сорт вин Keknyelu має сухий, міцний, кислуватий смак.

Одна з привабливих винних подій краю – фестиваль вина, що проводиться в період збирання винограду.

Виноробний край Балатонфюред-Чопак

Край розташований на північно-західному узбережжі Балатону на схилах пагорбів, що спускаються до озерного берега: від Альшоерш до Занки.

З 1999 року край розділений на дві частини: район Балатонфюред-Чопак і район Занка. Клімат краю помірний: відносно м'які зими змінюються ранньою весною. Не дуже жарке літо, осінь досить тепла.

Нині вирощують в основному білі сорти винограду: Olasz rizling, Chardonnay, Ottonel muskotaly, Rizlingszilvani, Szurkebarat, Juhfark, Rajnai rizling, Piont blanc, Sauvignon, Tramini, Zenit. З моменту приєднання до краю області Тихань зросли можливості вирощування червоних сортів винограду: Cabernet franc, Cabernet sauvignon, Kekfrankos, Merlot, Zweigelt. Вина краю м'які, мають приємний своєрідний аромат.

Виноробний край Балатонфелвекі

Край розташований на гірських схилах Кестхейя і Південного Баконя і в районі долини Калі. Відмінні географічні, геологічні, кліматичні умови привели до розподілу краю на три райони: Калі, Балатонедеричь-Лешенце і Черсег. У основі своїй кліматичні умови краю помірні.

Нині в усіх районах краю вирощують білі сорти винограду: Chardonnay, Tramini, Szurkebarat, Ottonel muskotaly, Cserszegi fuzeres, а також червоний сорт Zweigelt. Білі сорти Furmint і Sarga muskotaly можна вирощувати тільки в районі Калі, сорт Pinot blanc – в районі Балатонедеричь-Лешенце, а Nektar – в районі Черсег. Вина краю м'які, кислуваті та ароматні.

Вина цього краю мають величезну популярність серед гостей, що приїжджають сюди на відпочинок. Багата природа, озеро Балатон, одне із старовинних угорських міст, – Кестхей з його неповторною атмос-

ферою гармонійного поєднання минулого і сьогодення притягають сюди туристів. Кестхей – столиця Південного Балатону – пропонує своїм гостям різноманітні розважальні і гастрономічні програми.

У місті Кестхей розташовано три музеї вина, в яких можна познайомитися і продегустувати вина не лише місцевих винарів, але і винну продукцію усієї Угорщини. Музеї знайомлять відвідувачів з процесом виноробства, його традиціям і специфікою тієї чи іншої виноробницької області.

Виноробний край Балатонбоглари

Кліматичні умови краю помірні, що пояснюється його місцезнаходженням – південний берег Балатону.

У цьому краю переважно вирощують білі сорти винограду, але мікрокліматичні і ґрунтові умови сприятливі і для вирощування червоних сортів. Сорти виготовлених вин різноманітні. Білі сорти вин відрізняються багатим ароматом і мають помірно кислуватий смак. Кількість сортів червоних вин незначна, але за своїми смаковими і ароматичними якостями вони ніскільки не поступаються білим винам. Особливо характерні вина з фруктовими запахами і ароматами. Найбільш високоякісними вважаються сорти Balatonboglari kekfrankos, Cabernet sauvignon, Merlot.

У краї діє програма «Винний шлях». В результаті проведеної роботи відкрився Південно-Балатонський Винний шлях, якому належать 27 ліцензованих приймальних станцій на 11 населених пунктах виноробницького краю (від Кестхейя до Шиофок-Кіліті). Більшість станцій – льохи, але є також ресторани, винотеки, гончарний будинок, готель і сільський будинок гостей.

Виноробний край Балатонмеллеке

Край складається з двох окремих районів: Балатонмеллек і Муравідек. Район Балатонмеллек включає 18 населених пунктів, розташованих на західному березі озера Балатон (вигин річки Залу, басейн Виндорлаки і горбисті місцевості навколо села Залаапати). Район Муравідеке розташований на кордоні Угорщини – Хорватії-Словенії в долині Мура.

Основним сортом винограду в цьому краю є Olasz rizling (50%). За ним йдуть Rizlingszilvani, Zold veltelini, Chardonnay, Zala gyongye. Вина з яскраво вираженим ароматом виготовляються з сортів Cserszegi fuzseres, Otthonel muskotaly, Irsai Oliver, Traminer.

Найвідоміший виноробний регіон країни – Токай, розташований на північному сході. Вино Токаю стало візитною карткою Угорщини у всьому світі.

Основна риса цього десертного вина – багатий смак, отриманий в результаті утворення на ягодах винограду благородної плісняви. Вона виникає на винограді в результаті дії властивих тільки цьому регіону кліматичних умов.

Особливою популярністю у любителів вина користується «Асу» (Aszu), яке роблять з урожаю, зібраного в жовтні-листопаді, коли ягоди вже підв'яляються прямо на лозі. Після бродіння таке вино витримують в підвалах декілька років. Але «найвередливіше», а отже, і дороге вино – це «Есенція» (Eszencia) з настільки високим вмістом цукру, що іноді її називають нектаром. Цей сорт вина визріває не менше 4 років і має надзвичайно багате фруктове судиття смаків. Воно зберігається більше 200 років – і при цьому напій не втрачає своїх якостей.

Ще один відомий за межами країни винний бренд – «Бичача кров». Це вино виготовляють в Егері.

Цінителі червоного вина найкращими зразками вважають вина з Егера, Сексарда (Szekszard) і Віллани (Villany) на півдні. Вина з Віллани часто називають оксамитовими із-за їх щільності і м'якого фруктового смаку. По усьому місту розміщені покажчики місць, де можна спробувати і купити різні сорти вин. У перші вихідні жовтня тут проводиться фестиваль червоного вина. Напівсухі і солодкі вина виготовляють в регіоні озера Балатон.

3.1.7. Розвиток винного туризму в республіці Молдова.

Виноград і вироблене з нього вино – це продукти, на яких тримається значна частина економіки Республіки Молдова.

На сьогодні Молдова виробляє близько 2,5 млн. гл. вина на рік.

Молдову можна розділити на чотири частини, які розрізняються за природними умовами. Ці відмінності визначають спеціалізацію виноробних регіонів.

Центральна чи Кодрова зона

Зона багата лісистими пагорбами, на яких зосереджено більше половини виноградників країни.

Ландшафт місцевості приховує виноградники від зимових морозів та літньої посухи. Все це сприяє вирощуванню білих сортів винограду для виробництва легких, свіжих сортових вин. В останні роки одержали популярність купажні (суміш різних сортів) вина, що дають хороше поєднання свіжості та солодкості в смаку, виражений квітковий аромат.

В основному тут вирощуються такі сорти винограду, як Фетяска, Совіньйон, Рислінг, Трамінер рожевий, Каберне.

В Кодровій зоні знаходяться знамениті винні підвали – Крікова, Мілештій і Бранешти, які розтягнулися на багато десятків кілометрів у печерах-вирубках каменю-черепашни- ку і мають ідеальні умови для зберігання мільйонів декалітрів вин і коньяків.

Найбагатша колекція вин Молдови перебуває в підвалах Крікова. Особливою гордістю колекції є єдиний у світі зразок Великоднього вина, виробленого в 1902 р.

Південно-Східна або Пуркарська

Регіон простягнувся вузькою зоною вздовж західного берегу Дністра. Тут розташований Пуркарський виноробний центр, який прославився червоними Рошу і Негру.

Кліматичні умови сприяють вирощуванню червоних сортів винограду – Мерло, Каберне-Совіньйон, Рара Нягре.

Південна зона складається з Буджака і власне Півдня.

Умови Південної зони сприятливі для виготовлення червоних і десертних вин.

Найбільш відомими виноробними центрами цієї зони визнані Комрат, Тараклія, Чумай і Тріфешти.

Північна зона не має значних промислових насаджень винограду. Винятком слугують виноградники для виробництва коньячних виноматеріалів і особливих кріплених вин.

Серед спеціальних вин можна виділити вина типу Портвейн (Гірометея), типу Мадера (або Лучафер виробляється на Оргеївському і Бардарському заводах), типу Херес (Яловенський завод) і типу Марсала (Карпіненський завод).

На півночі Молдови вирощують переважно білі сорти винограду: Аліготе, Піно, Фетяска, Трамінер.

У республіці функціонують 142 винзаводи, 23 з них мають досвід прийому туристів і екскурсантів. Тут туристам надається можливість ознайомитися з технологією виробництва вина, спостерігати процес розливу вин і дегустувати кінцевий продукт.

Республіка Молдова, як виноградарсько-виноробна країна, пропонує відвідувачам багатий вибір винних маршрутів. Винзаводи спільно з оточуючими їх виноградниками є частиною туристичного маршруту «Винний шлях в Республіці Молдова» і складають важливу мотивацію для відвідування країни.

В Молдові винний і дегустаційний туризм розвивається швидкими темпами. У одному тільки Кишиневі працює більше 50 дегустаційних залів винзаводів. Але основна маса підприємств зосереджена в невеликих містах і сільській місцевості.

«Крикова» – найбільший в республіці завод, що спеціалізується на виробництві сухих, напівсухих і шампанських вин і справжня візитна картка Молдови. Підприємство визнане національним надбанням і не підлягає приватизації. У винотеці криковських підвалів зберігається багата національна колекція вин, що налічує більше 800 тис. пляшок.

«Милештий Мичь» – підземне місто вина простягнулося більше, ніж на 50 км. пролягає на глибині 55-75 метрів, завдяки чому, температура тут цілий рік 12-14 градусів, а вологість 85-90%. Починаючи з 1969 року, тут, в дубових бочках зберігаються високоякісні вина. Винотека є золотим фондом підприємства і зберігає більше 2 млн. пляшок.

Винні підвали «Брзнешть» мають протяжність винних підвалів 58 км. Знаходяться вони на глибині 60 м і займають площу 75 га. Дегустації проводяться в двох оригінально оформлених залах.

Винзавод «Кожушна» заснований в 1964 році. Сьогодні виготовляє 10 найменувань відомих вин. Істинними перлинами майстрів є вина – «Думбрава дінів Кожушна» і «Кожушна». У винотеці підприємства зберігаються колекційні вина, виготовлені на виноробних підприємствах центральних і південних мікрозон Республіки.

Шато «Винзрія Пуркарь» приватна садиба, в галереях якої зібрані і зберігаються кращі колекційні вина, серед яких є екземпляри, що датуються ще 1948 роком.

3.2. Розвиток винного туризму в країнах Азійського рекреаційно-туристичного макрорайону

3.2.1. Винний туризм у Грузії

Закавказзя здавна відоме як своїми виноробними традиціями, так і особливою гостинністю. Грузія завдяки оригінальній культурі виноробства та привабливому рельєфу і клімату є одним з найбільш перспективних регіонів винного туризму. Примітно, що останнім часом грузинські вина стали відкривати для себе навіть французи.

В середньому за рік Грузія пропонує на ринок 1 млн. гл. вина.

Винні тури в Грузії – це непересічний розділ туристичної індустрії, який у світі зустрічається далеко не скрізь.

Винний тур в Грузії зазвичай проходить за наступною схемою: приїзд на виноградник (як правило сільська місцевість), показ виноробні, розгляд технології виробництва, дегустація.

Замість села може пропонуватися відвідування винзаводу. Винзаводи мають один істотний плюс: у них представлені вина різних сортів. В селах найчастіше подають 1-2 сорти, зазвичай це Сапераві і Ркацителі.

Найпопулярніший напрям – це Кахетія. Сортів вина там багато, виноробні райони розташовуються густо, а крім того кахетинський тур цілком укладається в один день. Зазвичай туристів возять в Телавський і Гурджаанський райони.

З кахетинських винзаводів найдревніший і найзнаменитіший розташований в селі Цинандалі. Ще одна дуже стара виноробня є в селі Зегаані. На Зегаанському винзаводі можна влаштувати дегустацію прямо у винному льосі.

Проводяться винні тури і в західну частину країни, наприклад, в Амбролаурський район, де виготовляються місцеві напівсолодкі вина, з яких найвідомішим є Хванчкара. Амбролаурські тури дорожчі і довші – це зазвичай дводенні поїздки.

Винні тури набувають особливої привабливості в період збору винограду, який в Грузії носить назву «твелі». У різних районах твелі проходить в різний час, так що можна встигнути взяти участь в нім кілька разів. Винний твелі-тур займає більше часу – 1-2 тижні.

Один з найбільш відомих винних турів Грузії – це семиденний «Винний шлях Грузії». Його маршрут розпочинається в Тбілісі і проходить через Мцхету – Давид Гареджі – Бодбе – Сігнагі – Телаві – Цинандалі – Телаві – Напареулі – Кварелі – Гурджаані – Боржомі.

У Тбілісі туристи відвідують завод шампанських вин «Багратіоні 1882».

У Сігнагі, старовинному містечку, розташованому на одній з гірських вершин Алазанської долини, відбувається відвідування винного льоху, дегустація різних сортів вина.

Після прибуття в Телаві, туристів частують смачними кахетинським стравами і грузинським вином домашнього виробництва.

У Гурджаані можна не тільки насолодитися напоями знаменитого місцевого винного льоху, але й надається можливість спробувати вино прямо з квеврі (великого глиняного глечика).

Найзнаменитішим білим сухим грузинським вином є «Цинандалі». Назва походить від містечка в Кахетії,

де особлива мікрозона. Виготовляється з винограду Ркацителі. Серед білих кахетинських вин також добре відомі напівсухе «Тбілісурі», сухе «Кахеті» (назва – від місцевості), сухе «Мцване» (від сорту винограду), напів-солодке «Твіпі» (місцевість у Західній Грузії).

Найбільш знаменитими серед грузинських є червоні напівсолодкі вина. Такі назви, як «Кіндзмараулі» і «Хванчкара», сьогодні представлені в асортименті більшості виробників у відповідних регіонах.

Деякі з марок вина бувають і червоними, і білими. Наприклад, «Старий Тбілісі», «Алазанська долина».

Серйозні виробники зазвичай мають також ексклюзивні марки, які можуть виготовлятися лише на одному заводі з винограду, вирощеного на одній специфічній земельній ділянці. Іноді такі назви теж походять від місцевості («Теліані», «Рача»), іноді – мають певний номер («Сапераві №5», «Напареулі №28»).

3.2.2. Винний туризм у Китаї

Китай відносно недавно вийшов на світовий ринок вина зі своєю продукцією.

Китайське виноградарство і виноробство II століття до нашої ери вже можна назвати процвітаючим. Вино не тільки виробляли всередині країни, а й імпортували з сусідніх держав.

З кінця XIX століття до Китаю були завезені європейські сорти винограду, що значно сприяло розвитку місцевого виноробства. Але все ж найбільшою любов'ю самих китайців користуються національні фруктові і ягідні вина.

Для виробництва вина використовуються тільки натуральні компоненти, як правило, місцеві фрукти і ягоди, а також спеціальні винні дріжджі. Всі вина мають насичений колір, володіють тонким, витонченим ароматом, вражають широкою смаковою гаммою і дозволяють насолодитися довгим післясмаком.

Виробництво вина в сучасному Китаї повністю контролює держава. На сьогоднішній день в Піднебесній є кілька науково-дослідних інститутів виноробства,

насамперед, Liaonang, Zhenzhou і Qongqing. В середньому в країні виробляється близько 12 млн гл вина на рік.

Місцеве виноробство орієнтоване в основному на завезені сорти винограду. Так, з Франції в долину Хуанхе переселено багато класичних європейських сортів, таких як: Каберне Совіньон, Совіньон Блан, Шардоне, Шенен Блан, Рислінг, Гевюрцтрамінер і навіть Гаме. На незвичних для себе терруарах, в нових природно-кліматичних умовах вони дають вельми незвичайний результат.

Без уваги не залишилися і автохтонні сорти винограду: Біле Перо і Око Дракона, які органічно доповнюють завезені сорти. Проте найбільш важливим елементом багатьох китайських вин виступає не виноград, а місцеві ягоди.

Виноградники в країні займають близько 390 000 га. Клімат континентальний. Влітку жарко і волого, взимку холодно і сухо. Виноградники розташовані на схилах, ґрунти алювіальні, з хорошим дренажем, врожайність висока.

В Китаї можна виокремити наступні виноробні регіони:

Xinjiang (Хінъ Янг)

Це найбільша і найважливіша в плані якості область. Виноград дозріває добре, через істотну різницю денних і нічних температур він виходить особливо солодким і ароматним.

Бохайська затока

Прохолодна північна область. Включає східну частину Монголії і північну частину Цінхаю. Вирощують Москато д'Амбурго, Лоньян, До аого, дикий labrusca та ряд гібридів. Тобто і місцеві, і класичні сорти винограду. Виноград йде в основному на продаж або з нього виготовляють ігристі вина.

Лесове плато

Регіон розташований на південь від річки Янцзи. Зазвичай тут спекотно, часто йдуть дощі, на виноградній лозі з'являється грибок, що позначається на кількості і якості винограду. Росте в основному дикий виноград,

зустрічаються гібриди сортів. Найпоширеніший сорт – Москато д'Амбурго.

Qinhuangaa

Виноград вирощують нещодавно, він росте дуже швидко і добре, його по праву можна назвати Grape Base – основним виноградом.

Виноград Москато д'Амбурго і Око Дракона вирощують для місцевого споживання, з Каберне Совін'йона роблять червоне вино – м'яке, фруктове, з Шардоне – біле, теж м'яке, маслянисте.

Інші відомі вирощувані сорти винограду – Беїчун, Шасла, Карін'ян, Кавачі і Піно Нуар.

У провінції Шандунь виготовляють солодке ігристе.

Майже усі китайські вина солодкі, вміст цукру в них – 1-5%. Закону, регулюючого виробництво вина, поки не існує, але нормативні правила оформлення етикетки дуже суворі. Обов'язково мають бути вказані наступні моменти: назва вина; його сорт; складові вина; об'єм вина; назва китайського дистриб'ютора, адреса; дата виробництва і бутілювання; гарантійний термін якості; міцність вина.

Словом «вино» (putaojiri) в Китаї іменують багато продуктів, отриманих в результаті ферментації фруктів. Тому окремо виділяється «вино з винограду».

Одним з провідних китайських винних брендів по праву вважається Tan Fung (в перекладі - вітер зі сходу). Сьогодні вина під цією торговою маркою надходять в десятки країн світу.

3.3. Австралія на світовому винно-туристичному ринку

3.3.1. Винний туризм в Австралії

У останні декілька десятиліть австралійські вина переживають справжній бум. Якщо Нова Зеландія стала всесвітньо відома завдяки своїм ексклюзивним білим винам марки Совін'йон Бланам (Sauvignon Blanc), то Австралія знаменита завдяки пряному червоному Ширазу (Shiraz).

У 1980 роках Австралія стала одним з провідних виробників вина і на сьогодні виробляє близько 13 млн. гл. вина на рік.

До найбільш розповсюджених червоних сортів винограду відносяться: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Malbec, Grenache, Mourvedre, Petit Verdot, Pinot noir, Shiraz (відомий у Франції як Syrah). Особливо яскраве враження серед цих французьких сортів справляють сорти, характерні для півдня Франції (Shiraz, Grenache).

До основних виноробних регіонів австралії належать: долина Баросси, Кунаварра, Маргарет-Рівер, долина Клер і долина Хантер.



Рис. 3.9. Виноробні регіони Австралії

Сьогодні країна по виробництву вина займає 11 місце у світі. Лідери галузі – такі райони, як Маргарет-Рівер (Західна Австралія) і долина Яррі (Вікторія), проте лівова частка кращих вин надходить з Південної Австралії.

Долина Хантер (Hunter Valley), Новий Південний Уельс

Первші виноградники в долині Хантер були закладені ще в 1830 році. Відтоді винна промисловість помітно збагатилася і розширилася. Нині тут існує вже більше 50 винних заводів.

Можна сказати, що обличчям вин з долини Хантер є вина з сорту Семійон. У Австралії довгий час його називали «Рислінг долини Хантер».

Долина Хантер включає дві підобласті: Верхня і Нижня долина Хантер (Upper and Lower Hunter Valley).

Тут зосереджені десятки виноробних господарств, як правило, вони знаходяться недалеко один від одного. Практично на усіх таких підприємствах проводять безкоштовні дегустації вин. Деякі фірми проводять екскурсії. Найкращий час для візиту в ці краї – лютий, період Свята збору винограду.

Долина Хантер з 70 виноробнями, більшість яких щодня відкрита для мандрівників, а також з розвиненою мережею ресторанного і готельного обслуговування, є популярним об'єктом туризму. У Долині Хантер прокладено винний шлях, з довжиною маршруту 60 км.

Найбільш цікаві об'єкти винного шляху:

Лейкс-Фоллі – Макс Лейк заклав свій виноградник в 60-х роках, і в 90-х роках минулого століття першим досяг успіху у виробництві сорту Каберне Совіньон в долині Хантер.

Маєток Ротбері – будинок у вигляді барильця (Каск Хол) виник в уяві винаря Лена Еванса. Тутешні вина завоювали таку ж світову славу, як і місцеві музичні концерти.

Виноградники сімейства Тіррелл. Сімейство Тіррелл займається виноробством з 1858 року. Відкритий майданчик для дегустації дозволяє бачити усю панораму виноградників.

Брокенвуд. Перший урожай винограду був зібраний тут в 1973 році, і до нашого часу продукція цього винного заводу незмінно має попит у цінителів.

Тембурлейн – невеликий приватний виробник. Ексклюзивні вина можна купити тільки тут або в товаристві виробників вин.

Винний завод Маквільямс Маунт-Плезант. Впродовж багатьох років заводом керував легендарний винороб Філ Раян, тут же було створено вино «Mount Pleasant Elizabeth Semillion», що стало однією з кращих марок високоякісних білих вин Австралії.

Виноробня сімейства Петерсонс. Це невелике сімейне підприємство в долині Хантер відоме своїми унікальними експериментами по створенню нових марок ігристих вин.

Об'єднання виробників вин долини Хантер ВЗЛЛІ. Ця організація (The Hunter Valley Wine Society) проводить дегустації у багатьох місцевих підприємствах і за бажанням екскурсантів дає вичерпні пояснення. Двома найбільш визнаними марками вин долини Хантер вважаються Шираз і Семільйон.

Долина Ярри (Yarra Valley), Вікторія

Це один з найстаріших виноробних регіонів Вікторії.

Це досить прохолодний для Австралії регіон, прохолодніше за Бордо, але тепліший за Бургундію. А тому неможливо віддати перевагу якому-небудь одному сорту винограду. Тут виготовляють ігристе від Domaine Chandon Winery (належить всесвітньо відомому шампанському будинку Moet et Chandon), маслянисте і важкувате Шардоне (Chardonnay), солодкий Пінонуар (Pinot noir), чудові Каберне Совіньйон (Cabernet Sauvignon) і Шираз (Shiraz). Долина знаменита своїми ігристими винами типу Шампанська, Шардоне і Пінонуар. Більшість виноробень щодня відкрита для дегустації. При деяких є ресторани.

Долина Баросса Barossa Valley

Долина Баросса (Barossa Valley) є основним виноробним регіоном Південної Австралії, що щорічно приваблює значну кількість туристів. Долина розташована в 60 км на північний схід від Аделаїди, і сформована річкою Північна Пара. Головна дорога пролягає через усю долину, зв'язуючи між собою основні міста регіону: Наріутпа, Танунда, Роуланд Флет і Ліндок.

Виноробство грає найважливішу роль в економіці долини: абсолютна більшість населення зайнята в цій галузі. Виноградники, що розтягнулися на багато

кілометрів, є особливістю цих місць. Особливо гарний вигляд відкривається з вершини гори Менглер Хілл, яка є частиною хребта, що облямовує долину. Раз в два роки (по непарних роках) в долині відбувається Фестиваль вина, що триває тиждень, участь в якому беруть відвідувачі зі всього світу.

Найбільш відомими виноробнями, розташованими в долині Баросса, є Grant Burge, Torbreck, Orlando Wines (виробники вина марки Jacob's Creek), Kaesler, Penfolds, Peter Lehmann, Wolf Blass, Rockford, Elderton, Glaetzer, Saltram, Yalumba і Seppelts.

Долина Баросса славиться, в першу чергу своїм червоним вином, особливо Ширазом.

Зараз в долині налічується близько 48 виноробних ферм – від великих комерційних підприємств до зовсім невеликих приватних виробників.

У долині туристи обов'язково відвідують льохи відомої на весь світ виноробницької компанії «Кайзерштуль».

Півострів Морнінгтон

Розташований непадалік від Мельбурну, на східній стороні затоки Порт-Філіп, є місцем літнього відпочинку і проведення вихідних. Навколишні виноробні Ред-Хілл швидко набувають популярності завдяки своїм прекрасним Шардоне і Піно нуар.

3.3.2. Нова Зеландія

Клімат Нової Зеландії для виноробства вважається прохолодним, а тому дає можливість ягодам визрівати дуже повільно, зберігаючи рівень кислотності, і в той же час збільшуючи концентрований аромат і прекрасні відтінки смаку, які згодом передаються вину. Тому Каберне Совіньйон з Нової Зеландії вважається найпікантнішим вином у світі. А Шардоне, Рислінг, Гевюрц-трамінер та ігристі вина (ферментовані в пляшках) відрізняються свіжістю і багатством аромату. Однак, винам з Каберне Совіньйон, Мерло і деяким винам на основі Піно Нуар в прохолодному кліматі Нової Зеландії складно досягти необхідної міри зрілості.

Всі ці нюанси не заважають виробляти країні 1 млн гл вина на рік. Температурний режим Нової Зеландії дає можливість ягодам дозрівати, акумулюючи найніжніші свої аромати і відтінки смаку. Справжнім бичем виноробства тут справедливо вважають щедрі дощі, період яких доводиться на найнезручніший час. Сильні осінні зливи затримують дозрівання винограду, і, більше того, провокують появу гнильних бактерій, особливо в північній частині регіонів Окленд і Вайкато. Тому сьогодні більшість виноградників висаджена в посушливіших кліматичних поясах уздовж західного узбережжя обох островів.

Винна індустрія Нової Зеландії розділяється по регіонах. Більше 90 % усього урожаю винограду збирається в трьох регіонах: Мальборо, Хокс Бей і Жисборн. Виноградники тягнуться на цілу тисячу кілометрів – забезпечуючи винам Нової Зеландії відмінності за територіальними ознаками.



Рис. 3.10. Виноробні регіони Нової Зеландії

Окленд

На Окленд доводиться всього 3 % усіх площ виноградників.

Велика частина виноробних заводів розташовується на захід від міста Окленд в Хендерсоні і біля провінційних містечок Куме, Уапай, Ваймоку. Менша частина

виноробень розташована на Вайєке Айленд, що в Матакані, а також в Південному Окленді.

Найбільші компанії цього регіону – Corbans («Корбанс»), Villa Maria («Вілла Марія»), Nobilo («Нобіло»), Babich («Бей- біч»), Delegat's («Делегатс»), Matua Valley («Матуа Веллі»), Selaks («Селакс»), Cooper's Creek («Куперс Крік»), Collards («Коллардс»), Kumeu River («Кюмо Рівер»). Хоча усі вони розташовані в Окленді, виноград на їх виноробні надходить з півдня – зокрема, з Мальборо.

Деякі виноробних заводів Західного Окленду спеціалізуються на особливо вражаючих винах Шардоне, витриманих у бочках винах Совіньйон Блан і брендах червоних вин на основі Каберне.

Велика частина виноробних заводів розташована в субтропічному поясі Нортлендського регіону, що знаходиться в 150 кілометрах на північний захід від Окленда. За сприятливих умов тут знімаються непогані урожаї стиглого, міцного винограду Каберне Совіньйон, Мерло.

Вайкато

Район Вайкато має ті ж кліматичні переваги, що Окленд – високі середні температури, достатня сонячна активність і високий рівень вологості.

Місцеві невеликі виноробні господарства являють собою хаотичне поєднання суперсучасних butikів і традиційних заводських приміщень.

Найпопулярнішими сортами винограду в цій області є Каберне Совіньйон, Совіньйон Блан і Шардоне.

У районі Бей оф Пленті рідко зустрінеш виноградники. Але, проте, два головні виноробні заводи - Morton Estate («Мортон Естейт») і Mills Reef («Мілс Ріф») – розташовані саме тут.

Жисборн

Жисборн – це живописний, залитий сонячним світлом район з багатими ґрунтами і частими осінніми дощами. Жисборн – виключно родюча місцевість, на яку доводиться одна третина усього обсягу виробництва новозеландського вина. Виноградарство тяжіє до багатих алювіальних рівнин, що лежать навкруги Жисборна, а також до невеликих територій на півночі біля містечок

Толлага Бей і Тукітікі, (а також землі на південь від Вайроа).

Типовими для пейзажу Жисборна є незліченні ряди лози Мюллер Тургау, Шардоне і Мускату, що тягнуться по усій долині. Величезні урожаї винограду здатні заповнити величезні виносховища таких індустріальних гігантів, як «Монтана» і «Корбанс». Значна частина урожаю йде на виготовлення ігристих і «бочкових» вин.

Хокс-Бей

Хокс-Бей вважається аристократом серед новозеландських виноробних регіонів. Тут приємно провести декілька днів, вивчаючи особливості місцевої виноторгівлі – в регіоні налічується більше 20 виноробних господарств, деякі з яких мають ресторани і дегустаційні зали.

Сьогодні перед тими, що приїхали в Хокс Бей відкривається непогана можливість побачити усю історію виноробства Нової Зеландії – для цього досить відвідати тільки декілька виноробних господарств, включаючи «Відал Естеїт» (Vidal Estate). Варто побувати в Ti Mata Winery («Ті Мату Вайнері») – найстаріше в країні господарство, засноване в 1870 році, і в Mc'Donald Winery («МакДоналд Вайнері»), що в Монтані. У сусідньому містечку Тарадале знаходиться господарство Mission Vineyards («Місіон Вайнярдс»), яке теж вважається досить старим.

Хокс-Бей є найважливішим центром виробництва червоного вина Нової Зеландії, де виробляються вина категорії «кларет», що відрізняються багатим набором ароматів і концентрацією.

Місцеві білі вина, включаючи вина Шардоне, окрім яскраво виражених ароматів грейпфрута і хорошого рівня кислотності, мають одну характерну особливість – усі вони можуть «дозрівати» у бочках впродовж досить довгого часу (до декількох років).

Вайрарапа

Вайрарапа – це дуже різноманітний регіон, гордістю якого є такі вина, як Шардоне, Рислінг, Гевюрцтрамінер, Піно Грі, Совіньйон Блан. Піно Нуар, виробляється в найпівденнішій частині виноробницького регіону Вайра-

рапа, яка носить назву «Північна Ірландія». Червоні вина вважаються «візитною карткою» місцевих винарів – зокрема, Піно Нуар, що має стійкий смак, типовий для усіх вин з цього сорту винограду.

Мальборо

За Мальборо закріпилася репутація найважливішого виноробницького регіону Нової Зеландії. Практично 40% усього обсягу виробництва виноробницької продукції Нової Зеландії доводиться на регіон Мальборо. Причому вина, вироблені саме в цьому регіоні, є найвідомішими торговими марками Нової Зеландії, визаними у світі.

Мальборо – батьківщина класичних вин, таких, як Рислінг, Шардоне, солодкі вина та ігристі вина пляшкової ферментації.

Практично 2/3 усього об'єму, виробленого в Новій Зеландії Совіньйон Блан, приходить саме на цей регіон. В сукупності з Шардоне, Совіньйон Блан складає близько 54 % територій, відданих під лози.

В регіоні також вирощується Мюллер Тургау, Рислінг, Піно Нуар, Семійон і Мерло.

Нельсон

Це невеликий регіон, що вважається батьківщиною такої лінії вишуканих новозеландських вин як Neudorf Moutere Chardonnay («Нюдорф Моутер Шардоне»).

Трьома найбільш популярними сортами винограду є Совіньйон Блан, Рислінг і Шардоне. Також у виноградниках Нельсона представлені Каберне Совіньйон і Піно Нуар. Canterbury (Кантербери) Один з найпівденніших виноробних регіонів у світі. Винна індустрія процвітає тут з моменту появи першого комерційного виноградника у Белфасті в 1978 році.

Кращими виноробами Нової Зеландії є:

Babich Wines

Компанія «Бабич» зайняла високий рейтинг у виноробній галузі регіону з моменту оснування в 1916 р. Джо Бабичем. Компанія вважалася оплотом місцевого виноробства. Торгові марки «Патріарх» і «Мара» створюють честь своїм прототипам, а «Айронгейт Шардоне» є одним з кращих новозеландських вин цього сорту.

Goldwater Estate

Тут виготовляють деякі з кращих в Новій Зеландії марок «Совінйон Блан». «Голдуотер Естейт» зробила собі ім'я завдяки своєму купажному вину з Каберне Совінйон і Мерло.

Kumeu River Wines

Майкл Бражкович, перший в Новій Зеландії магістр вина, є одним з кращих в країні майстрів по «Шардоне».

Montana Wines

Цю компанію в 1944 р. заснував хорватський емігрант Іван Юкич. Компанія випускає ряд зоряних марок, але її ексклюзивом є вина для щоденного вживання.

Nobilo Wine Group

Компанія «Нобіло», заснована в 1943 р. Ніколою Нобіло, емігрантом з Далмації, просунулася на ринку завдяки успіху ароматного білого сорту Мюллер-Тур-Гай.

Stonyridge Vineyard

У садибі «Стоуні рідж» є щось середземноморське. Винні критики ставлять його «Лароуз» в один ряд з марками Бордо, це купажне вино з п'яти червоних сортів є одним з найдорожчих вин в країні.

Villa Maria Estate

Садиба «Вілла Марія Естейт» – гігант виноробства і займає в Новій Зеландії третє місце після «Монтани» і «Нобіло».

Corbans Winery

Ця садиба, що є частиною величезної імперії «Монтана», вже давно виконує роль одного з великих новозеландських виробників. Тут виготовляють надзвичайно широкий спектр вин, від недорогої серії до ексклюзивних марок.

3.4. Винний туризм в країнах Північної Америки

3.4.1. Винний туризм в США

Сполучені Штати Америки по обсягу виробництва є четвертою виноробною державою у світі, поступаючись лише Франції, Італії і Іспанії.

Сполучені Штати Америки – один з лідерів виробництва ординарних столових вин. У останні роки в розвитку виноградарства і виноробства США відмічене

зростання – цьому сприяє не лише унікальний клімат, але і сприятлива політика інвестування. Американські вина надходять в 165 країни світу.

Переважна більшість виноградників в США (більше 90 %) розташовані в Каліфорнії. З 50-ти штатів виготовляють вино 46, але 90% загального об'єму виробництва складають вина Каліфорнії.

Каліфорнійські виноградники розкинулися на 224 тисячах гектарів і щорічно дають близько 2 млрд. літрів вина (майже 3 млрд. пляшок). Як виноробний регіон Каліфорнія займає 4 місце у світі по обсягам виробництва після Франції, Італії і Іспанії.

Узбережжя Північної Каліфорнії – це різко порізана прибоєм берегова лінія, з лісами, стрімкими річками, зеленими пагорбами і великими виноградниками. На північ від Сан-Франциско розташовані такі всесвітньо відомі регіони, як Мендочіно, Напа і Сонома (Північно-Каліфорнійське узбережжя).

Нині в Каліфорнії зосереджено більше 900 винних підприємств і 4400 виноградарських господарств.

«Культові» каліфорнійські вина - Каберне, Каберне Совіньйон, Мерло, Піно Ну та Шардоне.

Мендочіно

Розташований на північ від округу Сонома, в 150 км на північ від Сан-Франциско. Площа виноградників – 6000 га, що розташовані, в основному, уздовж русел і притоків річок на сонячних вершинах річкових каньйонів. У окрузі нараховується 37 виноробних господарств.

Напа

Розташований неподалік від Сан-Франциско, огорнутий з двох сторін горами і тягнеться на 45 км в північному напрямі. Долина розташована по берегах річки Напа і засаджена 16300 га виноградників.

Сонома

Загальна площа виноградників Сономи складає 19800 га.

Узбережжя Центральної Каліфорнії тягнеться від Сан-Франциско через Монтерей до Санта-Барбари.

Долина Лівермор

Розташована біля підніжжя берегових хребтів на схід від затоки Сан-Франциско. Є одним із старих

центрів каліфорнійського виноробства. Сьогодні тут розташовано біля 12 виноробень.

Гори Санта-Круз

В області розташовано близько 20 виноробних господарств. Територія простягається на 80 км уздовж узбережжя на південь від Сан-Франциско. Область ділиться надвоє низьким гірським хребтом, так що західна її частина звернена до Тихого океану, а східна – до затоки Сан-Франциско.

Округ Монтерей

Класифікується як «прохолодна прибережна долина з помірним кліматом», ідеальна для вирощування винограду, що поставило Монтерей в один ряд із кращими винними регіонами світу. Виноградники займають майже 17000 га з них 40% засаджені Шардоне. Всього в регіоні налічується близько 50 виноробень.

Округ Сан-Луї Обіспо

Область стала відомою передусім своїм вином із Зінфанделя. Сьогодні загальна площа виноградників складає 8000 га, а виноробень нараховується більше 60.

Округ Санта-Барбара

Розташований в 150 км на північ від Лос-Анджелеса. Тут нараховується більше 30 виноробних господарств. Загальна площа виноградників складає 6000 га і збільшується з кожним роком.

Вино США експортується в 27 країн членів Євросоюзу.

3.5. Південна Америка як полюс росту винного туризму

3.5.1. Винний туризм в Аргентині та Чилі

Країни Південної півкулі в останні десятиліття перетворилися в великих виробників вина.

Виноградники Аргентини простягнулися майже на 1000 км з півночі на південь. Завдяки різноманітності кліматичних широт, кожен з регіонів має свої відмінні риси з різними ґрунтово-кліматичними умовами, придатними для культивування різних сортів винограду, найбільш поширеними з яких є Malbec, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Pinot Noir, Syrah, Torrontes,

Cardonnay, Chenin та ін (велика кількість культивованих сортів – характерна особливість аргентинського виноробства). Загальна площа, виноградників становить 220000 га., з них 150000 га знаходяться в провінції Мендоса, основному виноробному регіоні в Аргентині, де виробляється 75% всіх аргентинських вин, 95% яких призначено на експорт.

Країна виробляє 15 млн гл вина на рік.

Основними регіонами виноградарства та виноробства в країні є:



Рис. 3.11 Виноробні регіони Аргентини

Північний регіон

Ця виноробна зона розташована в північно-західній частині країни, головним чином в провінціях Сальта, Катамарка і Ла-Ріоха.

Виноградні плантації цього регіону в основному розбиті в захищених від вітру і відкритих сонцю прохолодних високогірних долинах. До того ж посушливий клімат перешкоджає поширенню «виноградних» хвороб. Особливо виділяються такі області як Кафаяте (провінція Сальта), Тіногаста (провінція Катамарка) і Чилесіто (провінція Ла-Ріоха).

Регіон Кужо

Цей регіон є найважливішим у аргентинському виноробстві. Основні центри – провінції Мендоса і Сан-Хуан, розташовані у передгір'ях Анд.

У провінції Мендоса знаходяться такі важливі історичні зони як Лухан, Долина Уко, Лас-Чакрас-де-Корія і Сан-Рафаель, а також долина Де-Тулум в провінції Сан-Хуан.

Регіон Патагонія

Основною зоною виробництва вина в регіоні є Долина Ріо-Негро. Останнім часом виноробство стало активно розвиватися в Патагонії, в районі міста Неукен.

Зараз Чилі є восьмим за величиною виробником вина у світі, проте серед експортерів вина країна займає набагато більш високе 5 місце, утримуючи приблизно 8% усього світового ринку. Близько 70% від загального обсягу виробництва надходить до 1,5 мільярдів споживачів у більше, ніж 130 країн світу.

М'який клімат Чилі ідеально підходить для виробництва винограду бордоських сортів. У країні успішно культивуються Каберне Совіньйон, Мерло і Совіньйон Блан, а також велика кількість міжнародних сортів: Шардоне, Піно Нуар, Сера, Гевюрцтрамінер, Рислінг та ін.

В країні виділяється 5 виноробних регіонів.

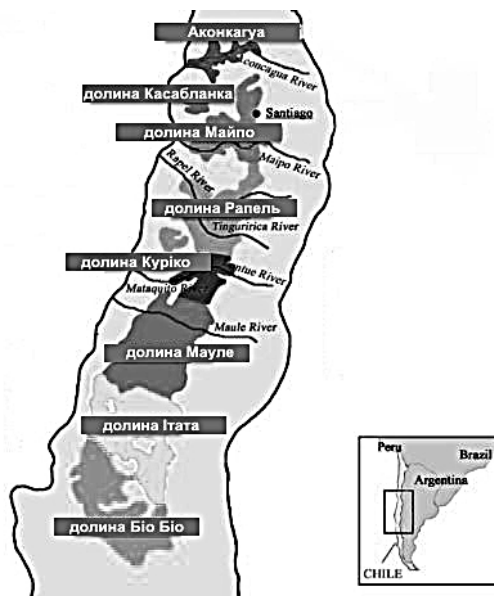


Рис. 3.12 Виноробні регіони Чилі

У північній частині країни – це Атакама (Atacama) і Кокімбо (Coquimbo), Аконкагуа (Aconcagua), Центральна Долина (Valle Central) та Південний Регіон (Region del Sur).

Аконкагуа

Північна частина Аконкагуа має засушливий клімат, прекрасно підходить для червоних сортів винограду. На її території культивуються в основному Каберне Совіньйон і Мерло. Знаменитий виробник Vina Errazuriz, що виготовляє вина під маркою Errazuriz Estate, вирощує на схилах гір якісний Шардоне. У долині розташований також відомий виноробний маєток Vina Arboleda.

Важливим виноробним субрегіоном Аконкагуа є Долина Касабланка (Valley of Casablanca). Долина вважається основною надією Чилі у виробництві білих вин.

В цьому невеликому регіоні виробляються деякі кращі чилійські вина, такі, наприклад, як Cuvee Alexandre Chardonnay Casa Lapostolle і Casablanca Chardonnay.

Центральна Долина

Регіон являє собою плато на сході країни відділяється Андами від аргентинського винного регіону Мендоза, на заході прибережною гірською грядою – від Тихого океану.

Це найстаріший винний регіон Чилі. Центральна Долина має чотири субрегіону: долину Майпо (Maipo Valley), долину Рапель (Rapel Valley), долину Куріко (Curico Valley) і долину Мауле (Maule Valley).

Південний Регіон

Регіон відомий, передусім, масовим виробництвом сортів Паїс і Мускат александрійський, які використовуються для споживання всередині країни.

Європейські і американські винороби почали відкривати в країні своє власне виробництво та співпрацювати з чилійськими винними виробниками, з'явилися нові бренди. Серед них: Robert Mondavi з Каліфорнії (California), Chateau Lafite Rothschild з Франції (Los Vacos), Miguel Torres з Іспанії (Torres).

Винний шлях Аргентини та Чилі можна представити наступним чином: Сантьяго – Долина Майпо – Лос Лингуес – Долина Колчагуа – Долина Рапель – Долина Куріко – Долина Мауле – Долина Качапоаль – Долина Касабланка – Мендоза – Буенос-Айрес.

Винний тур дозволяє ознайомитися із кращими винними регіонами в Південній Америці – винними долинами Чилі і Аргентини.

Сантьяго — Долина Майпо

Маршрут передбачає відвідування двох виноробень: Ундуррага (Vina Undurraga) і Коусіньо Макуль (Vina Cousino Macul).

Виноробня Ундуррага знаходиться в Санта Ана де Талаганте, біля Сантьяго і була заснована в 1885 році. Зараз вина Ундуррага експортуються у більше, ніж 50 країн світу.

Виноробня Коусіньо Макуль – одна із найстаріших у Чилі, заснована в 1554 році іспанським конкістадором Хуаном Жуфре в селі Макуль.

Сьогодні компанія володіє 280 га виноградників, розташованих на живописних схилах Анд, де ростуть і набирають соку Каберне Совіньйон і Мерло, Совіньйон Блан і Семільон, Рислінг та Шардоне.

Маєток Лос Лінгуес

Виноробні: Конча і Торо (Vina Concha у Toro) і Санта Ріта (Vina Santa Rita).

Виноробня Конча і Торо була заснована в 1883 році. Зараз має найбільші площі під виноградниками Шардоне, які знаходяться в Майпо, Ранкагуа і Сан Фернандо та займають площу 444 га. Серед марок найбільш популярними є: Конча і Торо, Каберне Совіньйон, Касильєро дель Дьябло (Casillero del Diablo).

Виноробня Санта Ріта. Легендарна Санта Ріта була заснована в 1880 р. Сьогодні Санта Ріта – сучасне виноробне господарство, її вина користуються репутацією кращого поєднання ціни і якості.

Долина Колчагуа (Valle de Colchagua)

Долина стала серйозним виноробним регіоном нещодавно. Спочатку тут виготовляли м'які, прості, фруктові вина з рівнинних виноградників. В середині 90-х декілька виробників стали освоювати схили пагорбів. Долина Колчагуа є однією з двох частин долини Рапель. Колчагуа оточена схилами, чим вище розташований виноградник, тим більше різноманітність ґрунтів. Це долина червоного вина, головний сорт – Карменер. Багато виробників та енологів експериментують з Сера, Гренажем, Мурведером. Мальбек.

Санта Крус

У цьому районі значимими є три винні господарства: Монтеc (Vina Montes), Каса Лапостоль (Casa Lapostolle) і В'ю Манент (Viu Manent).

Виноробня Монтеc створена в 1988 році. її вина експортуються у більше, ніж 80 держав світу. Сьогодні Montes - це більше 400 гектарів неперевершених виноградників в різних регіонах Чилі, 12 найменувань вин плюс колекційне Montes Folly, Purple Angel і краще вино Чилі Montes Alpha.

Виноробня Каса Лапостоль – один з найуспішніших винних проектів останніх десятиліть. Площа виноградників Casa Lapostolle складає 370 га. Сьогодні в Каса Лапостоль виготовляють вина: Classic, Cuvee Alexandre, Tanao, Premium Wines.

Долина Качапоаль

В районі виділяються наступні винні господарства: Аль- таїр (Vina Altair) і Анакена (Vina Anakena).

Виноробня Анакена заснована у 1999 р. На сьогодні компанія володіє 335 га виноградників у долинах Качапоаль, Лейда і Колчагуа. На виноградниках Анакена практикуються методи природоохоронного і відновного сільського господарства, тобто максимально наближені до органічних. Нині компанія випускає наступні серії вин Varietal, Reserve, Single Vineyard, Ona Premium і Indo.

Виноробня Альтаїр. Перші лози були посаджені між 1990 і 2000 роками. 2/3 виноградників займає Каберне Совіньйон, іншу частину – інші класичні сорти, включаючи Піті Вердо.

3.6. Африка на карті винних маршрутів світу

3.6.1. Винний туризм в ПАР

На території ПАР розбито 102146 га виноградників, що тягнуться на території більше 800 км завдовжки. Країна в середньому виробляє 9 млн. гл. вина на рік.

Існує чотири головні регіони виноградарства в країні – Долина річки Бриде, Прибережний, Мала Кару і річка

Еліфантс, що включають 21 район і 59 більш маленьких палат.



Рис. 3.13 Виноробні регіони ПАР

У ПАР сотні винних ферм, з яких три чверті розташовано в радіусі 150 км від Кейптауна. Тому найбільш поширений винний маршрут включає відвідування трьох основних виноробних центрів – Стелленбош, Франсхоек і Парль, в околицях яких розташовані найбагатші маєтки країни. Усі три міста розташовано не далі 60 км від Кейптауна.

Брідерклюф

Район Бридеклюф характеризується виноградниками, які пишно ростуть на наносних долинних ґрунтах з хорошим дренажем. Район займає велику частину долини річки Бриде і її притоків. У цей район входять палати Goudini і Slanghoek. На винному маршруті Бридеклюф знаходяться 23 виноробні.

Мис Голковий

Більшість цих приморських виноградників розташована в палаті Elim біля найпівденнішого краю Африки – мису Голковий. Характеризується ідеальними умовами

для Совіньйон Блана, а також цілком відповідні для Семільйона і Шираза.

Кейп Поінт

Цей район з прохолодним кліматом славиться своїм Совіньйон Бланом і Семільйоном.

Констанція

На південних схилах гірського ланцюга Столової гори знаходиться історична долина Констанція, колыска виноробства в Кейпі.

У цій найголовнішій палаті усього лише декілька виноробень, а прохолодний клімат сприяє виробництву білих сортів винограду, особливо Совіньйон Блана.

Дарлінг

Дарлінг, зі своїм власним винним маршрутом і декількома туристськими пам'ятками, знаходиться усього лише в годині їзди від Кейптауна. У район Дарлінга входить палата Groenekloof, відома винами відмінної якості сорту Совіньйон Блана.

Дурбанвіль

Виноградники Дурбанвіля, як виноградники Констанції, знаходяться дуже близько до Кейптауна і межують з північними передмістями. Декілька маєтків і виноробень, розташовані головним чином на схилах пагорбів. Вина цієї палати, що привертають увагу включають Совіньйон Блан, Шардоне, Мерло і Каберне Совіньйон.

Мала Кару

Цей напівпосушливий регіон тягнеться від містечка Montagu через селище Barrydale до містечок Calitzdorp, Oudtshoorn і Langkloof. У регіоні Мала Кару знаходиться Каліцдорп, який в ПАР відомий як «Столиця Портвейну ПАР». Щороку тут проходить виставка прекрасних вин з дегустацією.

Нижня Помаранчева

Найпівнічніший і четвертий за величиною виноробний регіон в Кейпі займає більше 17000 гектарів землі і розташований у безпосередній близькості від Помаранчевої річки. В основному тут вирощуються білі сорти винограду, але і ділянки під червоними сортами

неухильно ростуть. Винні сорти винограду, що вирощуються тут, включають Шенен Блан, Коломбар, Шардоне, Пинотаж, Шираз, Каберне Совіньйон, Мерло, Пті Фердо, Танат, Мюскадель (білий і червоний) і Мускат д'Александрі.

Парль

Парль знаходиться за 50 км від Кейтауна.

У Парлі росте велика різноманітність сортів винограду, з яких найбільший потенціал мають Каберне Совіньйон, Пинотаж, Шираз, Шардоне і Шенен Блан.

Район Парля включає декілька палат: Franschhoek, Wellington та Simonsberg - Paarl.

Стелленбош

Район, в якому представлені історичні маєтки і сучасні виноробні, робить чудові вина з майже усіх благородних сортів винограду і відомий за якість своїх купажів.

Стелленбош також є учбовим і дослідницьким центром виноробства. Стелленбошський університет – це єдиний університет в Південній Африці, де можна отримати вчений ступінь у виноробстві.

Вустер

Район Вустера з історичним містечком Вустер в центрі долини, спільно з районом Бريدеклюф є найбільшим в плані площі виноробних угідь і об'єму вироблюваного вина. Виноградники, що займають близько 19560 га, складають приблизно 20% усіх національних виноградників і виробляють майже 27% загального об'єму усього південноафриканського вина і міцних алкогольних напоїв.

У Вустері знаходиться найбільший завод по виробництву брендів у світі, по якому проходить екскурсія з дегустацією. Взагалі, увесь регіон славиться винами, в основному солодкими і недорогими.

У годині їзди від Вустера знаходиться містечко Робертсон, яке знову ж таки славиться прекрасними винами, в основному сухими столовими. У містечку близько 30 винних ферм, відкритих для відвідування.

Список використаних джерел

1. Джосеф Р. Винний туризм. Гид путешественника. 2007 г. – 382 с.
2. Крит, Родос, Корфу – едим, пьем и веселимся // Отдых и путешествия. 2002. № 7. С.22.
3. Европа. Каталог компании PAC GROUP. М., 2004. С.5.
4. Испания. Каталог TO MITS. М., 2003. С.1.
5. Соколова М. В. История туризма. М., 2002 г. – 327 с
6. Франция. Каталог TO MITS. М., 2003. С.1.
7. В. by С.М. Hall and oth. Wine tourism around the world / Мировой винный туризм. Elsevier Butterworth-Heinemann. 2000г. – 348 с.
8. Le petit fute: Португалия. Путеводитель. Paris-Москва, 1996. С.31.

РОЗДІЛ IV.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ДЕСТИНАЦІЯМИ ВИННОГО ТУРИЗМУ

4.1 Наукові підходи до визначення сутності туристичних дестинацій

Поступовий перехід суспільства від моделі життєзабезпечення до моделі змістовного проведення вільного часу, характерний для постіндустріальних країн, дає підстави прогнозувати подальше зростання туристично-рекреаційної сфери, урізноманітнення видів і форм діяльності з обслуговування туристів та екскурсантів, удосконалення територіальної організації туризму. За даними Барометра міжнародного туризму Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2013 році число міжнародних туристичних прибуттів зросло на 5% і становить 1 087 млн, що на 52 млн туристів більше як у 2012 році. Крім того, експерти налічують у світі 5...6 млрд. внутрішніх туристів.

ЮНВТО прогнозує на 2014 рік збільшення числа міжнародних прибуттів на 4...4,5 %, що перевищує попередній довгостроковий прогноз (+3,8 % щорічно в період 2010...2020 роках). До 2030 року кількість міжнародних туристських прибуттів у всьому світі, як очікується, збільшиться в середньому на 3,3 % на рік за період з 2010 по 2030 роки і буде становити 1 млрд 800 млн подорожуючих. Сучасна туристична індустрія забезпечує 9 % світового ВВП, 6 % світового експорту, кожне дев'яте робоче місце в світі, 1,3 трлн дол. США доходу. Для 90 країн світу надходження від міжнародного туризму склали у 2013 році понад 1 млрд дол. США.

Сутність туризму як мобільної форми споживання та рекреаційної діяльності, що ґрунтується на подоланні простору, пов'язана з характером середовища в широкому розумінні цього поняття, тобто природного довкілля, соціально-культурного середовища та економічної системи. На відміну від інших галузей госпо-

дарства, продукцію яких транспортують до споживача, туризм зумовлює міграцію людей до місць зосередження туристично-рекреаційних ресурсів та об'єктів туризму. Споживання туристичного продукту в основній частині відбувається у визначеному туристом місці, тобто означене територіально. Цю місцевість прийнято трактувати як туристичний центр або туристична дестинація.

Термін «дестинація» у світовій туристичній науці та практиці почали вживати досить давно, в перекладі з англійської означає «місцезнаходження; місце призначення». Вважається, що вперше його використав основоположник сучасного туризму Т. Кук для опису маршруту своєї першої туристичної подорожі. Як відомо, вона відбулась 5 липня 1841 року для 570 туристів – прихильників тверезого способу життя на кварталний з'їзд Асоціації непитущих південних графств центральної Англії. Маршрут пролягав з Лейстера в Лафборо, яке в програмі туру було зазначене як «destination», тобто місце призначення подорожі.

Для з'ясування сутності поняття доречним є аналіз його етимології, тобто походження та семантичних смислів. В англійській мові слово «дестинація» є загальноживаним, має кілька значень (призначення, напрям руху, місце прибуття, мета подорожі, походу) і застосовується в багатьох випадках – для означення напрямку руху літаків, автомобілів, під час визначення місця переміщення людей. В «Оксфордському словнику понять і термінів» дестинацію трактують так: «destination – theplacetowhich a personorthingsgoing» (дестинації – місце, куди в даний час направляються люди або предмети). Розглядаючи область застосування поняття в англійській мові, слід відмітити яскраво визначний просторово-територіальний характер, тобто під дестинацією завжди розуміють якесь певне місце, у напрямі якого здійснюється переміщення. Слід також звернути увагу на часове забарвлення поняття, з яким використовується час Present Perfect Continuous, що вказує на дію, яка розпочалася в минулому, продовжується в певний період часу і під час розмови, тобто дія з переміщення розглядається як тривала і така, що відбувається нині,

в даний момент. Отже, суттєвими ознаками дестинації є її територіальна прив'язка та наявність спрямованого на даний час туристичного потоку.

У туристичній науці поняття «туристична дестинація» було введено у 1979 році Н. Лейпером, професором Мейсенського університету (м. Окленд, Нова Зеландія) в контексті цілісної моделі туристичної сфери, що включає три основних геопросторових елементи: туристів, регіон, в якому формується туристичний продукт, і регіон, який генерує туристичні потоки (рис. 4.1).



Рис. 4.1. Схематична модель системи туризму за Н.Лейпером

Згідно з моделлю Н.Лейпера, головним суб'єктом туристичної системи є турист, а регіон, куди направляються під час подорожі, визначається як туристична дестинація (місцевість, яку відвідує турист і де надається та споживається комплекс туристичних послуг). За його визначенням, дестинація – сукупність туристичних продуктів, сконцентрованих у часі на певній території; це товар, що має споживчу вартість.

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) вважає туристичну дестинацію як основне місце призначення туристичної поїздки, територію, відвідання якої посідає центральне місце в рішенні подорожувати. Тобто дестинація є визначальним елементом туристичної системи та розглядає її як провідний чинник у системі формування та доставки турпродукту. Місцева туристська дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї ночі. Вона включає турпродукти, допоміжні послуги та пам'ятки, а також туристські ресурси, відвідування яких разом з дорогою туди і назад займає не менше одного дня. Вона має фізичні та адмі-

ністративні межі, що визначають форму її управління, а також імідж і репутацію, які впливають на її конкурентоспроможність на туристичному ринку. Місцеві дестинації включають різні зацікавлені сторони, у багатьох випадках співпадають з територіально близькими об'єктами, підприємствами і громадами, можуть частково збігатися і, тісно взаємодіючи, утворювати більші дестинації.

Визначення дестинації ЮНВТО використовує цілий ряд аргументів:

- фізичний простір;
- відвідувач;
- ночівля;
- туристський продукт;
- туристська послуга;
- атракція;
- туристські ресурси;
- доступність;
- образ;
- сприйняття;
- ринок;
- конкурентоспроможність.

Кожен з цих аргументів по-своєму поглиблює первинне поняття і створює цілісну наукову і культурну константу.

Поняття «дестинація» розглядалося у концепціях західних шкіл соціальної антропології туризму (С.К. Brightbill, Е. Cohen, W. Harper та ін.), економіки і менеджменту туризму (R.L. Blomstrom, J. Boyd, С. Cooper, J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill, R. Westfall та ін.), гостинності й технології туризму (R.L. Almarode, R. М. Angelo, А.Н. Vladimir та ін.); Н. Шмоллом, В. Матіенсоном, Дж. Суорброком. Наукові дослідження особливостей формування та управління туристичними дестинаціями були здійснені вченими російських шкіл рекреації Ю. Веденіним, В. Кривошеєвим, В. Преображенським, І. Зоріним, А. Зоріним, В. Квартальновим, М. Кабушкіним, К. Макаричевою, С. Ніколаєвим, Т. Румянцевою, Ю. Александровою, В. Боголюбовим, В. Орловською, В. Новіковим та ін. В Україні різні

аспекти розвитку туристичних центрів вивчали О. Любіцева, Т. Ткаченко, С. Мельниченко, Г. Михайліченко, М. Бойко та інші.

Аналіз публікацій щодо проблеми туристичних дестинацій виявив чотири основні напрями наукового пошуку: географічний або ресурсно-територіальний, економіко-управлінський, маркетинговий і соціально-культурологічний. Географічний підхід ґрунтується на дослідженні ключового елемента дестинації – ресурсного потенціалу території, що має привабливість для туриста. За економіко-управлінського підходу туристичну дестинацію розглядають як специфічний економічний простір, сукупність ринкових відносин, що забезпечує інтенсивне вироблення та споживання туристичних послуг, при цьому туристичну дестинацію аналізують як об'єкт управління, управлінську систему, що поєднує різнопланові суб'єкти комерційної та некомерційної діяльності. Маркетологи розглядають розвиток дестинації з точки зору пропозиції турпродукту, який має відповідати актуальному попиту туристів різних цільових сегментів.

Підґрунтям для розуміння генези туристичної дестинації є дослідження територіальної організації туристичних ресурсів, аналізу рекреаційного потенціалу регіонів, виділення пріоритетних видів туризму, оцінки пропускнуго потенціалу території, представлені в працях І.Волошина, М.Долішнього, М. Мироненка, І. Твердохлебова, М. Крачила, О. Любіцевої, О. Бейдика, Д. Ніколаєнка, І. Смірнова, Я. Олійника та ін. Так, у 70-х роках ХХ ст. В. Преображенським та Ю. Веденіним було сформульовано концепцію територіальних рекреаційних комплексів, яка є одним з системних трактувань організації туризму і відпочинку. Кожний територіально-рекреаційний комплекс (ТРК) складається з п'яти підсистем:

- учасники відпочинку (туристи);
- туристичні принади (природні та антропогенні);
- технічна та туристична інфраструктура (у тому числі місця для ночівлі, заклади харчування, транспортна мережа);

- персонал, що працює у сфері обслуговування туристів;
- установи, які керують рекреаційною системою (наприклад, органи влади, місцевого самоврядування, пов'язані з функціонуванням туризму).

Ці підсистеми взаємодіють між собою та є взаємозалежними. Вони можуть розташовуватися в конкретній просторовій одиниці (регіоні, місцевості) або існувати окремо від неї, але системоутворюючим, зв'язуючим елементом є туристичний рух.

Важливе місце у розумінні геопросторової організації туризму та механізмів формування туристичних дестинацій належить дослідженням О.О. Любіцевої. Дослідниця відзначає, що туризм як елемент національної господарської системи формується під дією об'єктивних умов: природи певної території, культури та населення, а також існуючої суспільно-політичної системи. «Інтегрованість індустрії туризму в певний суспільно-географічний простір визначається тісною взаємодією з іншими його складовими. В індустрії туризму компоненти та елементи соціально-демографічної структури представлені населенням з властивими йому демографічними характеристиками, системою розселення та господарювання, є одночасно туристичними ресурсами, трудовими ресурсами та споживачами туристичних послуг».

Удосконалену модель туристичної дестинації, яка поєднує геопросторові, економічні та управлінські аспекти і визначає особливості формування окремих форм і видів туризму, розроблено українським науковцем Т. Ткаченко. На її думку, дестинація – це об'єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), який має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), привабливі для подорожуючих, доступні завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведення до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання.



*Рис. 4.2. Інституціональне середовище туризму
(за Т.І. Ткаченко)*

Удосконалена модель туристичної сфери, яка поєднує геопросторові, економічні та управлінські аспекти і визначає особливості формування окремих форм і видів туризму.

Модель системи туризму складається з таких великих підсистем, як «регіон, що генерує туристську активність», «дестинація» та логістичне коло туризму. Ядром цієї структури є підсистема «турист», яка пов'язує усі інші елементи та забезпечує її цілісність, а підсистема «інституційне середовище» визначає умови розвитку та функціонування туристичного бізнесу.

У російській науковій школі (І.В. Зорін, А.І. Зорін, В.І. Квартальнов) дестинацію розглядають як одне з основних понять – концептів туристичної науки, основний об'єкт регіонального проектування територіальних рекреаційних систем на рівнях країна – регіон – ландшафт – центр – підприємство – маршрут. Дестинації можуть бути різної величини: територія країни, великого міста, маленького населеного пункту, окремого заповідника або музею. На думку І.В. Зоріна, будь-який об'єкт, що займає місце в позитивному образі ландшафту, місця, країни, є потенційною туристською дестинацією та може стати основою туристичного маршруту й увійти до каталогів туроператорів. Зазначені автори також диференціюють поняття «туристичний центр», «центр туризму» та «туристична дестинація», що, на нашу думку, не є доцільним.

А.І. Зорін виділяє два аспекти розуміння дестинації: менеджментдестинації та акмеологіядестинації.

Менеджмент дестинації як економіко-управлінський аспект її формування включає механізми просування (маркетингу), інтеграції (кластер), обліку (статистика) (рис. 4.3). Аксіологія дестинацій займається дослідженням дестинацій як «зберігачів цінностей», а також духовних процесів, змістоутворюючих людське буття, які задають спрямованість і вмотивованість усього життя людини, її моральності, діяльності та рефлексії.



Рис. 4.3 Структура туристичної дестинації (за А.І. Зоріним)

Туристична дестинація розширює межі поняття культурної спадщини, розширюючи межі її сприйняття, залучаючи до туристичного руху та крос-культурної комунікації. Дестинація – це один з типів соціального простору, що формується на основі фізичного простору. Теорію взаємодії фізичного та соціального простору запропонував П'єр Бурдьє (P. Bourdieu, 1979). Люди як біологічні істоти (як і інші предмети), існують у певному просторі, оскільки не можуть перебувати одночасно в кількох місцях. У фізичному просторі люди формують соціальні поля, оскільки, будучи біологічними індивідами, в той самий час є й соціальними агентами. Люди проявляють себе як соціальні агенти через відношення з соціальними полями. Територію, де знаходиться якийсь

агент, прийнято називати його місцем (topos). Одна із соціальних ролей людини – турист. Місце, призначене для прийому туристів, називається дестинацією. Туристичні дестинації формують культуру сучасного суспільства, надають і розвивають комплекс особливих та значущих матеріальних можливостей для відпочинку й туризму, а також розвивають систему цінностей людей завдяки туризму на об'єктах культурної та природної спадщини. Під час відвідування туристичних дестинацій людина-турист збагачується пізнанням культурної спадщини інших народів та кращим розумінням власних соціокультурних стереотипів (А. Зорін, С. Плотникова, Є. Серебреннікова).

Ми будемо розглядати туристичну дестинацію як конкретну місцевість, регіон, територію, яку сезонно або цілорічно відвідують туристи чи екскурсанти з різними цілями – відпочинок, оздоровлення, пізнання, розваги тощо.

Отже, з'ясувавши місце дестинації у загальному туристичному русі та узагальнивши погляди на внутрішню структуру дестинації, можна окреслити модель дестинації як комплексного середовища, що включає природні та управління, місцеву громаду, комунальну, транспортну та туристичну інфраструктуру, атракції, соціальне середовище, інфраструктуру.



*Рис. 4.4. Модель внутрішнього середовища дестинації
(розроблено автором)*

Заслуговує на увагу модель туристичної дестинації, запропонована датськими фахівцями туризму О. Йоргенсеном, К. Купером, Д. Флетчером, які виділяють шість взаємопов'язаних елементів, що можна умовно означити як 6 А:

- туристичні ресурси, пам'ятки, розваги (attraction);
- транспортна та інформаційна доступність (access);
- інфраструктура надання туристичних послуг (amenities);
- супутній сервіс (ancillary services);
- організація діяльності туристів (activities);
- формування туристичного продукту (available packages) [11].

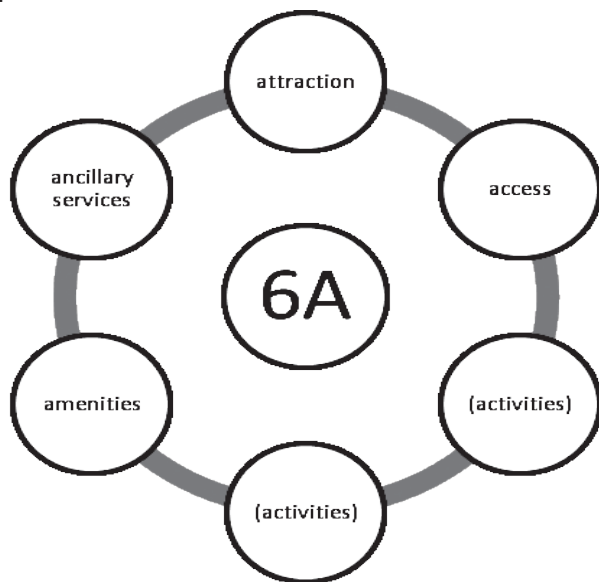


Рис.4.5. Структура туристичної дестинації

Якщо уявити дестинацію як комплексний туристичний продукт, що включає атракції, інфраструктуру (засоби розміщення, ресторанного господарства, транспорт тощо), супутні послуги (торгівля, банки, засоби комунікації, заклади охорони здоров'я, правопорядку тощо), то вирішальну роль у виборі туриста відіграє така її складова, як атракція. Атракція (англ. attraction; від лат. attrahere) – тяжіння, привабливість, здатність

звертати увагу, викликати інтерес до будь-чого. Термін «атракція» запозичений з психології. Так позначають привабливість об'єкта, дії або людини, що викликає до них реакцію наближення; тяжіння чи прагнення. Саме характер і особливості атракцій, їх походження визначають спеціалізацію туристичних destinations.

Відповідно, зі зростанням глобальної конкуренції на туристичному ринку, диверсифікації турпослугdestinationі стають досить легкозамінними, зростає конкурентна боротьба за туристичні потоки, успіх у якій забезпечується не лише наявністю унікальних ресурсів, але й ефективним просуванням сформованого турпродукту на ринку. Маркетинговий підхід до туристичних destinationі (Ф. Котлер, А. Дурович, К. Каспар, Н. Шмолла та ін.) передбачає вивчення та розроблення стратегій маркетингових комунікацій, створення бренду destinationі та загального брендингу території.

Території не менше, ніж товари та послуги потребують маркетингу. Ф. Котлер першим звернув увагу на туризм, коли дав визначення маркетингу місць як підприємницької діяльності, здійснюваної з метою створення, підтримки чи зміни відносин і/або поведінки, що стосуються конкретних місць. Тоді він запропонував чотирьохаспектну модель маркетингу території, виділивши чотири її специфічні проблеми: маркетинг житла; маркетинг зон господарської забудови, маркетинг інвестицій у земельну власність; маркетинг місць відпочинку. Всі ці поняття стали необхідні для формування єдиного та швидко зростаючого європейського ринку, створення нових можливостей для регіонів, країн, комун і міст, залучення інвесторів, розвитку нових підприємств, створення нових робочих місць, залучення робочої сили і туристів.

У своїй схемі Ф. Котлер виділив особливий концепт маркетингу – маркетинг місць відпочинку, що має своєю метою залучення відпочиваючих і туристів на курорти, в міста та країни. Незабаром практичним маркетингом місць відпочинку стали займатися корпоративні та національні туристські організації, туроператори, бюро подорожей та екскурсій, авіакомпанії, мережі готелів і ресторанів тощо.

Галузь застосування маркетингу туристичних центрів (поряд з маркетингом товарів, послуг, ідей) позначали також К. Асплунд, І. Рейн, Дослідник К. Каспар образно

визначає дестинацію як пункт кристалізації туристського попиту. Тобто, під час інтеграції ідей маркетингу в туристику поняття «дестинація» набуло нових смислів. Головними аспектами маркетингу дестинацій є:

- вивчення, формування та прогнозування дестинацій;
- аналіз поведінки і мотивів споживачів в різних туристських дестинаціях;
- оцінка привабливості дестинацій для інвесторів, населення і туристів;
- просування дестинацій.

В.Ф. Данильчук зазначає, що «...ядром туристичного продукту, що є мотиваційним джерелом споживача, служить дестинація, що представляє собою по суті основу первинного ринку, пов'язаного з розвитком туристичних центрів і зон, тобто та база, на якій будуються національні та регіональні інтереси щодо створення конкурентоспроможного туристичного продукту».

Маркетингова модель дестинації включає такі основні характеристики: особисті та суспільні фактори мотивації; стимули до подорожі; якісні характеристики турпродукту; маркетингові характеристики турпродукту (рис. 4.6).

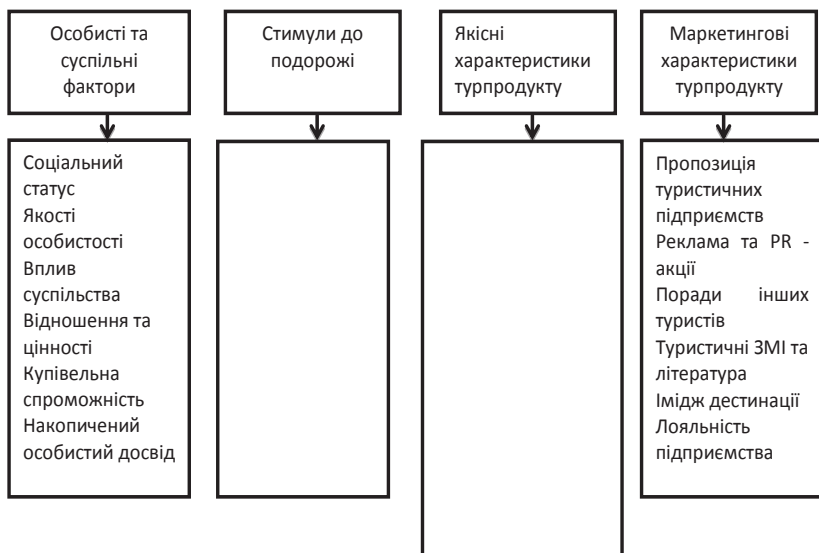


Рис 4.6. Маркетингова модель туристичної дестинації

Узагальнюючи різні точки зору, ми пропонуємо розглядати туристичну дестинацію як місцевість, на якій зосереджено природні, природно-антропогенні, культурно-історичні та рекреаційно-туристичні ресурси, що має необхідну транспортну інфраструктуру і достатній рівень розвитку туристичної індустрії, що забезпечує формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Визначальним чинником становлення туристичної дестинації є її географічне розташування, яке визначає специфіку і характер туристичного обслуговування, пов'язує в єдине ціле увесь комплекс туристичних послуг та створює для відвідувача образ туристичного центру. У ряді випадків географічне розташування само по собі є джерелом мотивації, стимулом до поїздки (пляжі, гори, мінеральні джерела, об'єкти культурної, архітектурної, виробничої спадщини тощо). Серед важливих характеристик також слід виділити клімат (середня кількість сонячних днів у році, щомісячна температура, опади, вітер), рельєф, наземні та й підземні водні ресурси, флора і фауна, наявність природних об'єктів з рекреаційними властивостями (термальних джерел, соляних печер, лікувальних грязей тощо).

Суттєвим фактором, який визначає розвиток туристичного центру, є його транспортна доступність, від якої залежить стабільність потоку відвідувачів. У це поняття входять наявність інфраструктури для різних видів транспорту, зручність під'їзних шляхів до туристичних об'єктів, а також віддаленість місця призначення від регіонів, з яких приїжджають туристи. За умови високого транзитного потенціалу та рівня розвитку транспортної мережі туристичні центри отримують суттєві переваги на внутрішньому ринку, а також є привабливими для іноземних туристів. У сучасних умовах важливою складовою поняття доступності є присутність у глобальному інформаційному просторі, наявність різноманітних каналів зв'язку та розвиток телекомунікаційних комп'ютерних технологій. Для ознайомлення з туристичним атракціями, бронювання авіа- та залізничних квитків, готельних номерів, вибору і купівлі

турів, інших туристичних послуг активно використовують глобальні комп'ютерні мережі (ГКМ).

Успішне формування DESTИНАЦІЇ значною мірою залежить від рівня розвитку інфраструктури туристичного центру. Крім загальної комунальної та транспортної інфраструктури важливим елементом розвитку туристичного центру є специфічна туристична інфраструктура, яка повинна забезпечити характерні та супутні послуги, необхідні для подорожуючих. До складу туристичної інфраструктури входять:

- туристичні підприємства, до яких відносяться туристичні агенції та туроператорські компанії;
- гідів-екскурсоводів – люди, які спеціалізуються на організації туристично-екскурсійного супроводу, перекладу тощо;
- засоби розміщення – всі види підприємств у галузі розміщення: готелі, туристичні бази, пансіонати, вілли тощо;
- заклади ресторанного господарства, які надають послуги харчування під час відпочинку і подорожі (ресторани, кафе, бари, кейтерінг тощо);
- заклади розваг – підприємства, які займаються організацією дозвілля та розваг туристів: шоу-бізнес, тематичні парки та атракціони, театральні концерти, спортивні організації та ін.;
- підприємства сервісу, які надають супутні послуги: прокат автомобілів, страхування, побутові, банківські, медичні послуги тощо.

Важливим чинником становлення та розвитку туристичної DESTИНАЦІЇ є місцева громада – суспільство, що приймає туристів. Її характеризують насамперед демографічні показники (вікова та статевая структура, міграція, рівень природного приросту населення, види зайнятості тощо), які є важливими під час оцінювання людських ресурсів регіону. Беруть до уваги провідні види економічної діяльності (сільське господарство, промисловість, сектор послуг), а також вплив цієї діяльності на довкілля. Суттєве значення має також рівень життя місцевих жителів: дохід і розподіл його серед різних верств населення, доступ до освіти, охорона здоров'я,

соціальне забезпечення, духовний і культурний вимір життя суспільства, сформований історичною та архітектурною спадщиною і різними науковими, культурними й художніми подіями.

Розвиток регіону як туристичної дестинації має наслідки для економіки, природного і антропогенного середовища, впливає на життя місцевого населення пункту призначення і на самих туристів. Цей підхід визначає додаткові преференції для території, яке фахівці визначають як туристична рента – факторний дохід з туристичних ресурсів, який отримує власник цих ресурсів, на відміну від доходу, який отримує господарюючий суб'єкт (підприємство, фірма), використовуючи туристичні ресурси як об'єкт господарства, тобто туристична рента – це дохід власника туристичних ресурсів, в якості якого можуть виступати держава, ...місцеві органи влади, банки, підприємства, організації чи фізичні особи, які мають права власності на ці ресурси.

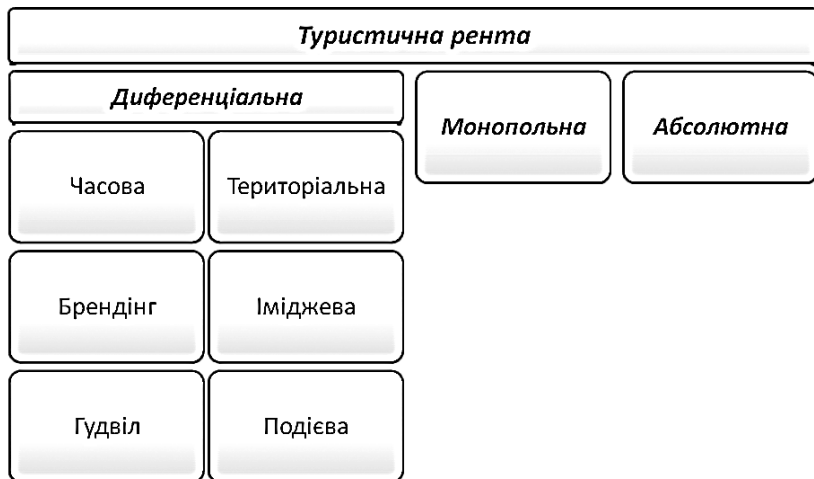


Рис. 4.7. Класифікація туристичної ренти

Науковці визначають зміст окремих видів туристичної ренти

монопольна – за рахунок унікальних природних або природно-антропогенних туристичних ресурсів чи об'єктів;

абсолютна – за рахунок функціонування туристичної індустрії регіону;

диференціальна – обумовлена якістю та унікальністю туристично-рекреаційного потенціалу, станом соціально-економічного розвитку території, її транспортної доступністю, популярністю серед споживачів. Виділяють такі види диференціальної туристичної ренти:

часова – переваги певної території у тривалості туристичного сезону;

територіальна – має більшу привабливість та атрактивність туристичних ресурсів;

брендинг-рента – характеризується отриманням додаткового доходу від використання торгових марок відомих фірм, які виступають своєрідним знаком якості туристичного центру. Так, наприклад, на території ТК «Буковель» розміщено готель відомої мережі «Редіссон», який приваблює міжнародних відвідувачів і внутрішніх туристів з високим рівнем доходу;

іміджева рента виникає в результаті популяризації того чи іншого туристичного регіону внаслідок моди, цілеспрямованої маркетингової політики держави, престижності чи доступності відпочинку;

подієва рента формується внаслідок проведення країні визначних культурних і спортивних подій (так званий «олімпійський ефект», про який писали економісти М. Шпігель та Е. Роуз, за умови проведення великих спортивних змагань обсяги зовнішньої торгівлі можуть зрости до 30 %);

гудвіл (від англ. Goodwill – *добра воля*) – капітал і активи компанії, фірми, що не піддаються матеріальному виміру, наприклад, репутація, вплив, зв'язки, маркетингові ходи тощо. У певному сенсі туристичний гудвіл можна віднести до нематеріальних активів як території, так і окремого підприємства чи об'єднання підприємств.

Туристичні дестинації виступають стратегічними одиницями туристичного бізнесу та точками кристалізації туристичного попиту. Аналіз і узагальнення підходів до розуміння дестинації в сучасній українській і міжнародній практиці дозволило виділити характерні

риси DESTИНАЦІЙ і проаналізувати їх структуру. Управління розвитком DESTИНАЦІЙ різного рівня є важливим елементом стратегічного планування туристичної галузі на регіональному та національному рівнях. Місце розташування, масштаб і характер майбутнього місця призначення потрібно планувати з метою досягнення кращої збалансованості в пересуваннях людей, щоб забезпечити оптимальний перерозподіл туристських потоків і сприяти економічному та соціальному розвитку різних регіонів.

Таблиця 4.1

**Визначення категорії «DESTИНАЦІЯ» у дослідженнях
різних науковців**

Автор	Визначення DESTИНАЦІЇ	Д
К. Каспар	Пункт «кристалізації туристського попиту»	
Н. Лейпер	Сукупність туристичних продуктів, сконцентрованих у часі на певній території; – це товар, що має споживчу вартість	
П. Пірс	Місце, що залишає у туристів різні враження, досвід та емоції	
ЮНВТО	Основне місце призначення туристичної поїздки, територію, відвідання якої займає центральне місце в рішенні подорожувати	
Боголюбов В.С., Орловська В.П.	Туристичні DESTИНАЦІЇ є вирішальним елементом туристичної системи. Її можна охарактеризувати як центр (територію) з різноманітними зручностями, засобами обслуговування і послугами для забезпечення потреб туристів. Регіон туристської DESTИНАЦІЇ є одним з найважливіших в туристській системі, туристські DESTИНАЦІЇ та їх імідж приваблюють туристів, мотивують візит, таким чином активізують всю туристську систему	
Головчан А.І.	Туристична DESTИНАЦІЯ – це специфічний комплексний об'єкт управління, ефективне функціонування якого в контексті сталого розвитку туризму дає змогу не тільки отримувати позитивний економічний і соціальний ефект, а й зберігати та приумножувати наявні туристичні ресурси	

Павлова Є.М.	Соціально-географічна місцевість (місце, регіон, місто, село, парк атракціонів), яку конкретний турист або цілий сегмент туристського попиту вибрав як мети поїздки та яка забезпечена необхідними установами, організаціями, засобами розміщення, обслуговування та інфраструктурою розваг	
Ткаченко Т.І.	Об'єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), який має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), що є привабливими для подорожуючих, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведення до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання	
Зорін А.І.	Туристичні дестинації формують культуру сучасного суспільства, надають, розвивають комплекс особливих і значущих матеріальних можливостей для відпочинку і туризму, а також розвивають систему цінностей людей завдяки туризму на об'єктах культурної та природної спадщини	
Машкович О.О.	Будь-яка територія, у напрямку якої переміщуються туристи, щоб відвідати її як мету своєї подорожі	
Федорченко В.К., Мініч І.М.	Туристичний центр – місце зосередження системи підприємств приймання та усіх видів обслуговування туристів в одному з вузлових пунктів подорожі – місці, де заплановано багатоденне перебування туристів для ознайомлення із зосередженими тут визначними пам'ятками. У складі туристичного центру виділяють головний туристичний комплекс – головне туристичне підприємство приймання й обслуговування туристів з інформаційно-адміністративними службами	

Данильчук В.Ф.	Ядро туристичного продукту, що є мотиваційним джерелом споживача, служить дестинації та є, по суті, основою первинного ринку, пов'язаного з розвитком туристичних центрів і зон, тобто та база, на якій будуються національні та регіональні інтереси щодо створення конкурентоспроможного туристичного продукту	
Проект З а к о н у У к р а ї н и «Про туризм» (нова редакція), 2014	дестинація (туристична) - місцепризначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, туру, екскурсії), місцевідвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в даній місцевості і не належать до категорії місцевого населення	

4.2. Особливості дестинацій винного туризму

Одним з перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо у виробника. Винний туризм включає в себе:

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

Цілі та методи винного туризму повною мірою відповідають соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності як вагомого чинника «діалогу культур», поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду та традицій, оскільки національне виноробство виступає невід'ємною частиною

культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу. Пригощання національними стравами і напоями є основою гостинності, а відтак сприяє налагоджуванню культурних контактів, взаємопізнанню та взаєморозумінню, масштабному спілкуванню між громадянами різних країн.

Аналіз наукової та фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання цієї проблеми в Україні. В дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарницького, В. Федорченка, Т. Божук, Л. Прокопчук розглядаються історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних виноробних традицій. Сучасні економіко-географічні дослідження з проблеми винного туризму ведуть науковці України В.А. Рибінцев, Т.І. Божук, Л.А. Прокопчук, А.П. Пергат, Є.П. Шольц-Куліков, В.А.Фуркевич.

Серед іноземних авторів цією проблемою займалися Майкл Холл, Гарі Джонсон, Брок Кемброн, Дональд Гетс. Але запропоновані підходи названих авторів не повністю розкривають специфіку розвитку винного туризму як нового туристичного напрямку.

Відзначимо, що в українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму, вживаються терміни «винний туризм», «виноробний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм» та «енотуризм». Часто зустрічаються терміни «пивні тури», «віскі-тури». Окремі фахівці розглядають винний туризм як вид хоббі-туризму (І.М. Школа), тематичного гастрономічного туризму (Т.Г. Сокол, З.С. Каноністова), спеціалізованого туризму (В.К. Федорченко, І.М. Мініч). У публіцистиці іноді можна зустріти визначення алкотуризм і п'яний туризм – подорож у будь-яку географічну місцевість з метою розпиття спиртних напоїв.

На думку Т.І. Божук і Л.А. Прокопчук, винний туризм – це спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю вина безпосередньо у виробника. Винний туризм включає відвідування плантацій виноградарників, дегустаційних залів, підвалів і ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; відвідування винних фестивалів; інших спеціалізованих

заходів. І.В. Комарницький доповнює, що винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні. На думку З.С. Канонистової, винний туризм – це туристичні подорожі, пов’язані з відвідуванням місць виробництва різних вин.

А.П. Пергат визначає виноробний туризм як симбіоз пізнавальної програми, пов’язаної з вивченням вирощування та збирання винограду, його перероблення, дегустації готової продукції, з відвідуванням визначних пам’яток виноробного регіону. Автор вважає, що це спеціалізований туризм, який стоїть на стику розважального та зеленого.

Є.П. Маслов вважає винний туризм окремим напрямом дегустаційного туризму, на його думку, це спеціальні поїздки організованих груп любителів або професіоналів (виноторговців, власників ресторанів і т.п.).

Існування спеціальної наукової дисципліни енології (від давньогрец. *Oĩnos* – вино) – науки про вино свідчить, що виноробство – контрольований процес перетворення виноградного соку у вино бродінням з технологією подальшого догляду за ним і правильним зберіганням і визначає доцільність терміну енотуризм – туризм з метою ознайомлення з технологією та дегустацією вин і є синонімічним до винного туризму.

В.А. Рибінцев описує винний туризм як інструмент поживавлення господарської діяльності за рахунок притоку вітчизняних та іноземних туристів у виноробні регіони. У своїх дослідженнях науковець розглядає винний туризм як частину зеленого туризму, що активно розвивається у світі та Україні. В.А. Рибінцев відзначає, що винний туризм є формою маркетингу винограду та вина, може поєднуватися з усіма видами діяльності, які супроводжують виробництво винограду, просування свіжого винограду і виноградного соку на продуктові ринки, виноградної сировини та виноматеріалів від сільськогосподарських товаровиробників до виноробних підприємств, а також підвищує ефективність маркетингових комунікацій і брендингу господарюючих суб’єктів на внутрішньому й зовнішніх ринках виноградно-виноробної продукції.

Професор Є.П. Шольц-Куліков, патріарх сучасної української науки виноробства відзначає, що вино чудово супроводжує життя і думки людини, а знайомство з культурою вина та виноробства значною мірою розширює світосприйняття та пізнавально-культурні горизонти особистості. Гармонійно поєднуючись з історією, природними ландшафтами та культурними пам'ятками місцевості, об'єкти виноробства доповнюють палітру фарб і смаків території. Професор розробив винні маршрути Криму.

На основі узагальнення основних наукових підходів та осмислення окресленої проблематики, автори пропонують визначення винного туризму як спеціалізованого виду туризму, пов'язаного з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо у виробника. Розвиток винного туризму дозволяє збільшити тривалість туристичного сезону в регіоні, підвищити туристичний імідж місцевості, збільшити кількість туристичних прибуттів, збагатити та диференціювати місцевий туристичний продукт за рахунок розроблення винних турів, фестивалів, екскурсій, дегустацій і презентацій.

У винному туризмі можна визначити кілька фундаментальних принципів:

- автентичність;
- атрактивність;
- комплексність;
- культура споживання.

Принцип автентичності є одним з визначальних у винному туризмі, як відзначає більшість фахівців. Він полягає у тому, щоб дегустувати і купувати вина лише в місцях його виробництва, знайомитися з оригінальною місцевою технологією виноградарства та виноробства, місцевими традиціями споживання алкогольних напоїв. Фахівці стверджують, що виноградарство та виноробство є наукою місцевості. Місцевість – це не просто земля, на якій зростає виноград, а сукупність природних і кліматичних умов, які впливають на якість вина. Древні знали, що кожна територія має свою енергетику. Так, римляни називали це явище “*geniusloci*” (*дух місця*), а французи

– “терруар”. У будь-якому місці найбільшою цінністю у виноробів вважаються місцеві сорти винограду, особливо ті, що є унікальними для цієї місцевості, й відповідно, унікальні марки вина. Серед шанувальників вина існує принцип, що найкраще дегустувати напій там, де його виготовили. Вино, вивезене від місця, де воно виросло і дозріло, втрачає неповторний смак і аромат. Найбільше псується під час транспортування молоде вино.

Принцип атрактивності та сенсорної активності передбачає таку організацію програми винних турів, за якої туристи отримали б яскраві та оригінальні враження не лише від споживання вина, а й від технології виробництва, приміщення, інтер'єру, посуду, творів мистецтва, пов'язаних із виноробством. При цьому турист має все побачити, почути, понюхати, відчутти на дотик. Цьому найкраще відповідають екскурсії на виноробні підприємства з дегустацією вин у дегустаційних залах, винні фестивалі та свята.

Принцип культури споживання вина насамперед передбачає дотримання міри у споживанні алкогольних напоїв, щоб отримати максимальну насолоду та користь. Випити вина в міру – це значить випити стільки, щоб відчутти приплив нових сил, нової енергії, відчутти ясність думки, гостроту відчуття навколишнього світу. Єдиного еталону, єдиної міри у цьому випадку немає, вона залежить від індивідуальних особливостей, віку, статі, стану здоров'я тощо. Біблійна легенда говорить про те, що Ной, рятуючись від Всесвітнього потопу захопив з собою одне-єдине зернятко винограду. Досягнувши берега, він вирішив посадити зернятко у череп птаха, потім, коли воно виросло, пересадив виноградну рослину в череп лева, а коли і там корінню стало тісно, пересадив у череп віслюка. Від цього виноградного пагона пішли всі сучасні виноградники, а виноградне вино одержало дивовижну властивість: якщо людина вип'є небагато вина, вона хоче співати та літати, наче птах, якщо трохи більше – стає сміливою, наче лев, якщо більше – схожою на віслюка.

Стародавній лікар і філософ Гіппократ зазначав, що вино напрочуд гарно пристосоване для людини, як здорової, так і хворої, якщо його вживати вчасно і в

належній кількості. «Істина в вині» – вважали давні римляни. Великий французький вчений Луї Пастер писав: «Вино може бути розглянуте як самий здоровий і гігієнічний напій», однак зловживання спиртними напоями призводить до страшної хвороби – алкоголізму.

Принцип культури споживання передбачає також вивчення та дотримання винного етикету – тобто правил споживання алкогольних напоїв, за умови дотримання яких смакові властивості, букет запаху, естетичні вимоги проявляються щонайкраще. Це способи подачі та дегустації напоїв і коктейлів, правила еногастрономії тощо.

Принцип комплексності визначає співпрацю підприємств різних напрямів діяльності, форм власності тощо для створення цілісного туристичного продукту, забезпечення принципів сталого розвитку у формуванні такого виду подорожей. Цей принцип передбачає врахування політичних, соціально-економічних, екологічних, технологічних, нормативно-правових, культурологічних та етнічних особливостей місцевості під час планування програм розвитку винного туризму, розроблення маркетингових стратегій винних брендів, популяризації виноробних регіонів з метою покращення їх соціально-економічного розвитку, загального підвищення рівня життя.

Винний туризм як окремий вид спеціалізованого туризму, зародився ще на початку минулого століття, але в останні роки спостерігається справжній бум на винні тури по Європі, Америці, Азії. Піонерами в генеруванні ідеї винних і гастрономічних турів вважаються італійці та французи, які вміло поєднали розвиток торговельних і технологічних виробництв із залученням туристів для знайомства з вишуканими напоями та смачною і здоровою їжею.

З точки зору організаторів туризму, винний тур як послуга – це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних напоїв, окремих закусок та інгредієнтів, які не зустрічаються більше ніде в світі та мають особливий смак. Тому винно-гастрономічна подорож – це палітра смаків, за допомогою якої турист може збагатити своє уявлення про ту чи іншу країну. Напої

та кулінарія відкривають таємницю духу народу, допомагають зрозуміти його менталітет.

Винний туризм набуває особливої актуальності в світлі останніх прогнозів, згідно з якими час, який люди виділяють на свій відпочинок, буде скорочуватися, тому туристи будуть шукати туристський продукт, який дає максимум вражень за мінімальний відрізок часу. За повідомленнями світових інформаційних агентств, популярність винного туризму зростає. Нині прибутковість цього бізнесу в Європі становить близько 2,5 мільярдів євро на рік, а у Каліфорнії – 1,5 млрд дол. США. Тільки в Італії налічується приблизно п'ять мільйонів активних винних туристів. Експерти вважають, що винний туризм використовує тільки 20 % потенціалу і може легко подвоїти обороти в найближчому майбутньому.

Справжній винний туризм розрахований на тих, кого цікавить не стільки кінцевий продукт, скільки таємниця походження вина і технологічний ланцюжок виготовлення сонячного напою. Цінителі вин сприймають винні тури як можливість доторкнутися до стародавніх традицій і зануритися в особливу атмосферу спілкування і смаку. Хоча основним об'єктом уваги тут є вино, туристи можуть спробувати й інші продукти, наприклад, взяти участь в банкеті, на якому представлена місцева кухня й унікальні харчові продукти місцевого походження, які неможливо спробувати ніде у світі.

Найбільший інтерес у професіоналів і любителів викликають винні тури до традиційних винних регіонів, після відвідування яких кожен учасник збагачується знаннями та враженнями щодо історії, технології, палітри смаків та ароматів різних сортів вина, національних традицій і культури його споживання. Відвідування виноробних регіонів зазвичай супроводжується тематичними екскурсіями: оглядами стародавніх замків, виноградників і льохів, знайомством з унікальними колекціями вина, народними та сімейними традиціями, спілкуванням з майстрами-виноробами, театралізованими діями у винних підвалах.

Традиційно привабливими туристичними об'єктами виступають виноробні підприємства, які пропонують відвідування плантацій виноградників, дегустацію місцевих

сортів винограду, ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві, ознайомлення з історією місцевого виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв, виставок, енотек; а також споживчу дегустацію у спеціальних дегустаційних залах і підвалах, тобто створюють необхідні умови для формування дестинації винного туризму.

З точки зору технології організації винних турів, залежно від мети подорожі винні тури бувають:

- культурно-пізнавальні;
- рекреаційно-оздоровчі;
- винний сільський зелений та агротуризм;
- винно-розважальні тури;
- ділові, в т.ч. освітні та наукові.

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, музеїв, виставок, енотек тощо. Найчастіше сюди входить пізнавальна екскурсія та відвідування виноградника, похід на виноробний концерт, а також участь у тематичних культурних подіях, наприклад, у святі збору винограду.

Рекреаційно-лікувальний винний туризм ґрунтується на пропозиції послуг лікувального, лікувально-профілактичного та косметологічного призначення на основі вино- та ампелотерапії, заснованої на цілющих властивостях винограду та вина. Проведення різних процедур сприяє виведенню з організму токсинів, нормалізації кровообігу, зміцненню кровоносних судин. Крім того, винні маски, масажі та обгортання застосовуються у косметології.

Найпоширенішою формою є 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 конкретного етносу в реальних природних і соціальних умовах.

Винно-розважальні тури передбачають відвідування різноманітних свят, фестивалів, арт-заходів, пов'язаних з вином, а ділові – участь у професійних зібраннях,

конкурсах, конференціях з енології та технології, а також у винних аукціонах.

Отже, система винного туризму охоплює дві тісно переплетені в історичній перспективі галузі економіки, кожна з яких має суттєве значення для місцевого соціально-економічного розвитку. Ці галузі мають позитивний вплив одна на одну. Дозволяючи розширити коло потенційних і реальних споживачів. Винний туризм стає додатковим напрямом бізнесу для підприємств виноградно-виноробного комплексу, туристичні компанії отримують додаткові атракції та продовження терміну перебування відвідувачів.

Дестинація винного туризму – місцевість або населений пункт, що пропонує туристам комплекс послуг, пов'язаних з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо у виробника. Образно висловлюючись, дестинація є терруаром винного туризму.

Структуру дестинації винного туризму представлено на рисунку 4.8

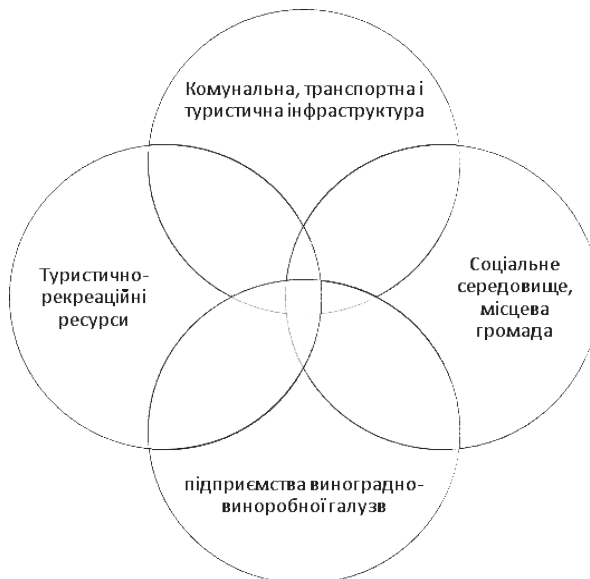


Рис. 4.8 Структура дестинації винного туризму

Поелементно структуру дестинації винного туризму представлено у таблиці 4.2.

Таблиця 4.2

Структура дестинації винного туризму

Виноградно-виноробні підприємства	Винний туризм	Підприємства туристичної сфери
Фахівці винороби та енологи	Людські ресурси	Туроператори Тур агенти Менеджери з продажу Гіди екскурсів
Вино Виноградники Винне виробництво Місцевість (терруар) Дегустаційні зали Винні підвали Музеї вина та виноробства Центри культури вина	Матеріальні ресурси	Мальовничий ландшафт і сприятливий клімат Історико-культурні пам'ятки Комунальна інфраструктура Транспортне забезпечення Готелі та інші засоби розміщення Ресторани та інші заклади ресторанного господарства Розваги і атракції Сувеніри
Ліцензування Оподаткування Контроль найменування Експорт – імпорт Захист прав споживачів Маркетингові комунікації	Інституційне забезпечення	Ліцензування Оподаткування Прикордонні та митні формальності Екологічний контроль Захист прав споживачів Маркетингові комунікації

Системоутворюючим елементом дестинації винного туризму є об'єкти, що становлять інтерес для туристів – шанувальників і знавців вина: виноградники, виноробні підприємства, дегустаційні зали, винні підвали, спеціалізовані винні магазини, виставки, ярмарки та аукціони винної продукції тощо. Дестинація є привабливою і повноцінною за наявності природно-рекреаційних і культурно-соціальних туристичних ресурсів: гірських і лісових пейзажів, водойм, пам'яток природи, культури, історії, архітектури тощо, а об'єкти винного туризму виступають додатковою «родзинкою» для залучення туристів на територію дестинації або фактором

підтримки туристичного інтересу, що забезпечує збільшення тривалості перебування туристів.

Позитивним моментом є те, що господарства, які спеціалізуються на вирощуванні та підприємства первинного виноробства, розташовані у місцях зі сприятливим комфортним теплим кліматом і мальовничим ландшафтом – саме в таких умовах росте виноградна лоза, а власне виноградники лише сприяють красі пейзажу. Географічно це пов'язують з 40° північної широти – саме тут знаходяться найвідоміші виноградно-виноробні регіони – Бордо, Каліфорнія.

Крім того, важливим показником привабливості цих територій є їх екологічна безпека, адже екологічність вирощування винограду та виробництва вина зумовлює постійний контроль за станом довкілля та попередження негативних змін в екологічній системі під впливом техногенних та інших факторів, оскільки якість будь-якої сировини на 97 залежить від цього. Екомоніторинг навколишнього середовища дозволяє грамотно і своєчасно вживати заходів щодо збереження природного середовища на даний період і ефективно планувати дії щодо розумного використання природних ресурсів, а також знешкодження відходів.

У випадку, коли об'єктом винного туризму є виноробне підприємство, розташоване у промисловій зоні, механізм формування дестинації має складніший характер.

Використання туристсько-рекреаційних ресурсів території пов'язано з інноваційною діяльністю, яка в сфері туризму спрямована на розвиток нового або зміну існуючого продукту, вдосконалення туристичних послуг, освоєння нових ринків, впровадження інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Інновації у формуванні туристичної дестинації полягають у:

- досконалему вивченні та аналізу наявних природних і природно-антропогенних ресурсів, аналізу їх туристичного потенціалу;

- виділенні зон найбільшого інтересу по виділених сегментах туристичного ринку;
- визначення можливого зростання туристичного інтересу до виділених зон за умови проведення необхідних рекреаційних заходів;
- створення нових туристичних ресурсів (екскурсійних маршрутів, тематичних парків, культурних і мистецьких подій тощо).

Ці інновації мають спиратися на ініціативу менеджменту, розуміння реалій і гнучкої креативної політики з боку керівництва окремих підприємств та органів місцевої влади. При цьому розвиток туристичної діяльності на промислових урбанізованих територіях насамперед спрямований на виявлення та підтримку екологічно чистих місць, збереження навколишнього природного середовища чи створення штучних ландшафтів. Крім того, розвиток сфери послуг надає можливості перерозподілу трудових ресурсів з виробничої сфери, де зайнятість населення неухильно знижується внаслідок переходу виробництва на нові технології, автоматизацію і робототехніку. Промислові території, як правило, генерують потоки туристів для туристських destinations, тому розвиток туристичної діяльності, в тому числі й винного туризму забезпечує осідання частини фінансових коштів всередині цих територій.

Для destinations винного туризму, розташованих на промислових урбанізованих територіях (Будапешт, Київ, Севастополь, Донецьк, Артемівськ) характерним є активна розробка інноваційних туристичних продуктів власне на виноробних підприємствах (організація музеїв, екскурсій, дегустаційних залів тощо), а також використання подійних ресурсів туризму (фестивалі, виставки, ярмарки, аукціони, конференції, презентації-дегустації, конкурси).

Важливим показником розвитку туристичної destinations є наявність розвиненої туристичної інфраструктури – готельного та ресторанного господарства, культурно-атракційної й екскурсійної діяльності, а також підприємств роздрібної торгівлі та сфери послуг. При цьому береться до уваги не лише кількість закладів розміщення, харчування, розваг, але і відповідна різноманітність послуг різної категорії за їх високої якості.

Суттєво, щоб інфраструктура включала спеціалізовані об'єкти – винні готелі, санаторії та пансіонати з винним СПА, ресторани з якісними винними картами.

Серед інших умов формування дестинації винного туризму слід виділити доступність її для різних категорій туристів – наявність розвиненої транспортної системи. Віддаленість дестинації від туристських ринків робить її вразливою, оскільки створює труднощі у поїздках. Тому розвиток і підтримка зручних транспортних зв'язків з туристськими ринками є необхідною умовою успіху туристичного центру. Також для туристів важливою є не тільки доступність дестинації, тобто зовнішні транспортні зв'язки, але й наявність розвинених внутрішніх транспортних зв'язків і транспортних послуг таких, як прокат автомобілів, надання місцевого транспорту для проведення оглядових екскурсій і трансферів до місць розміщення та туристичного показу.

Розвиток інформаційних комунікаційних систем забезпечує інформування туристського ринку про дестинацію та виступають важливим інструментом формування туристичного попиту. Зокрема, використання глобальних інформаційних систем «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», туристичного спрямування забезпечують поширення інформації про об'єкти туристичної інфраструктури по всіх регіонах світу. Важлива також присутність на спеціалізованих винних порталах *wineverity*, *vinotag* та *in*.

За рахунок підтримки інформаційних комунікаційних систем відбувається формування привабливого бренду туристичного центру.

Керівництво дестинацією винного туризму передбачає наявність цілеспрямованих зусиль влади, бізнесу та місцевої громади на підтримку виноробства та виноградарства як бюджетоутворюючих галузей регіону, формування винних туристичних об'єктів і спеціалізованих атракцій та подій, які б привертали увагу внутрішніх і міжнародних туристів, а також приватно-публічне партнерство у просуванні місцевого туристичного продукту, активізації системи маркетингових комунікацій.

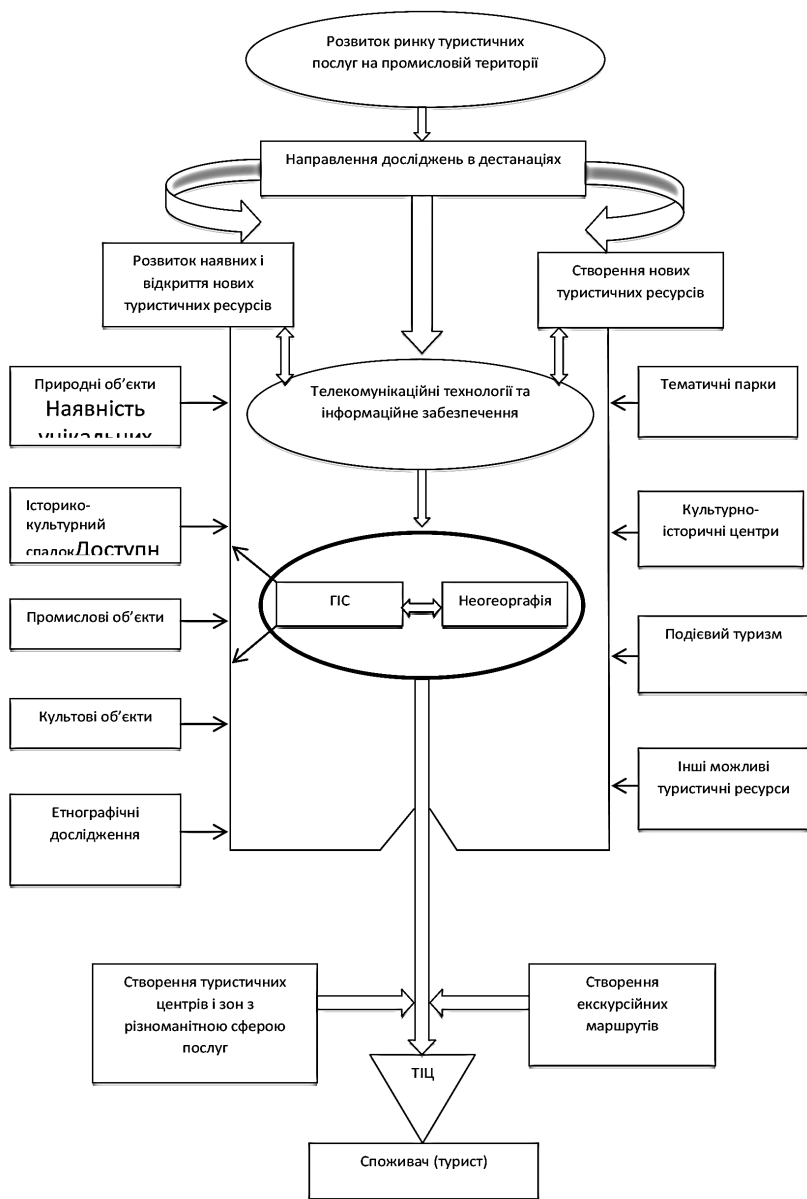


Рис. 4.9. Напрями формування дестинації у промисловому регіоні (В.Ф. Данильчук)

Сталий розвиток для місцевих жителів визначає конкретні вигоди для мешканців туристичної дестинації від розвитку винного туризму. Насамперед, це підтримка місцевих виробників винограду і вина, розширення ринків збуту їх продукції та популяризація торгових марок. Завдяки мультиплікаційному ефекту від туризму, стимулювання отримують такі галузі місцевої економіки, як виробництво продуктів харчування, сувенірів, ресторанне та готельне господарство, транспорт. До соціальних вигод можна віднести розвиток транспортної та інформаційної інфраструктури, підтримку закладів культури, освіти, науки, проведення різномісних свят і фестивалів тощо.

Отже, ключовими умовами формування дестинацій винного туризму є:

- наявність об'єктів туристичного тяжіння, пов'язаних із вином;
- транспортна доступність;
- достатній рівень сформованості туристичної інфраструктури;
- розвиток інформаційних комунікаційних систем;
- співпраця влади, бізнесу та місцевої громади;
- сталий розвиток.

Як уже вказувалося вище, науковий і практичний інтерес становить типологія дестинацій. Якщо розглядати таксонометричну градацію дестинацій за масштабами, то у винному туризмі вони розташовуються так:

- країни – найбільші виробники вина;
- виноробні регіони;
- туристичні винні шляхи;
- міста і села;
- підприємства виноградно-виноробного комплексу.

За даними МОВВ, у 2013 році лідерами виробництва вина стали такі країни, як Італія, Іспанія, Франція, США, Аргентина та ін. (табл. 4.2)

На сьогодні у всіх виноробних регіонах світу вважають доцільним розвивати і підтримувати цей вид тематичного туризму, відповідно, рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв і просувати місцевий туристичний продукт, одержуючи

додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів – шанувальників вина. Це стосується насамперед відомих європейських виноробних регіонів – Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також країн «Нового Світу вина»; таких країн, як Австралія, Аргентина, Чилі, США та Південна Африка, де винний туризм відіграє важливу роль у популяризації місцевої продукції виноробства.

Таблиця 4.2

**Виробництво вина у провідних країнах – виробниках
у 2013 році (за даними Міжнародної організації
винограду і вина)**

	Обсяги виробництва	Відносне зростання 2012/2013	Місце
Аргентина	14,98	27 %	5
Австралія	13,50	7 %	6
Чилі	12,82	2 %	7
Франція	42,0	7 %	3
Німеччина	9,01	0	9
Італія	44,90	2 %	1
Португалія	6,74	7 %	10
ПАР	10,95	4 %	8
Іспанія	42,7	23 %	2
США	22,00	7 %	4
Китай	14,88	12,7 %	

Франція, яка багато років є світовим лідером виробництва вина та мистецтва виноробства, займає лідируючі позиції на ринку винного туризму. Сотні французьких замків-шато (виноробних господарств, що виробляють унікальні оригінальні вина) відкривають двері своїх винних підвалів для тисяч туристів. Кожний рік із 30 млн декалітрів прованського вина понад 30 % розкуповують туристи, поширюючи славу французьких вин. Франція стала батьківщиною багатьох винних свят і фестивалів, наприклад, БожолеНуво, яке святкують у всьому світі.

Італія донині справедливо вважається одним зі світових центрів винного туризму: його історія тут

налічує вже майже сто років, а кількість туристів, які відвідують італійські виноробні за рік, тільки для одного господарства може перевищувати 10 000 осіб. Кліматичні умови і тисячолітні традиції виноградарства дозволяють Італії виробляти неперевершені вина – К'янті, Баролло, Асті, Вердікьо, що є синонімом вишуканого смаку та якості. Період збору винограду в Італії є найдовшим у світі – він триває п'ять місяців, тому країну вважають справжнім виноробним раєм. Саме італійці зуміли перетворити свої виноробні та винні підвали в туристичні атракції, тут прокладено перші винні шляхи.

Оригінальними є тури до Ізраїлю, де туристи можуть ознайомитися з технологією виготовлення та культурою споживання кошерних вин.

Багато країн пропонують спеціалізовані тури, пов'язані з традицією виготовлення та споживання оригінальних місцевих напоїв: текіли (Мексика), віскі (Шотландія), чачі (Грузія), саке (Японія), грога та елю (Великобританія), пива (Німеччина, Чехія).

За агротехнологією вирощування винограду у винних країнах світу відбувається районування території за площами та сортовим складом виноградників. Оскільки виноград малотранспортабельний продукт, то в цих районах розташовані традиційні та сучасні виноробні підприємства.

Так, в Італії налічується 20 винних регіонів, у Франції – 13, Іспанії – 56, США – 48, Угорщині – 22. Визнаними світовими DESTИНАЦІЯМИ винного туризму є регіони Тоскана (Італія), Бордо (Франція), Херес де ла Фронтера (Іспанія); долина Напа (Каліфорнія, США). Перспективними центрами винного туризму є Егер і Токай (Угорщина), долина Рейну (Німеччина), Капський винний регіон (ПАР), Кахетія (Грузія), Кріково (Молдова), Мендоза (Аргентина) та інші, де існує розвинена мережа підприємств виноробної галузі, винних шляхів, музеїв, енотек, дегустаційних підвалів, спеціалізованих готелів тощо.

Оригінальним типом DESTИНАЦІЇ винного туризму є **винний шлях** – спеціально прокладений туристичний маршрут, що передбачає відвідування виноградників,

виноробних підприємств, винних фестивалів у поєднанні з відвідуванням місцевих архітектурно-історичних пам'яток, відпочинком та розвагами.

Досвід європейських країн, США, Австралії, ПАР свідчить про те, що винні шляхи успішно складаються та ефективно функціонують за активної підтримки держави та скоординованої роботи зацікавлених підприємств і організацій регіону. До прикладу, у Франції, у винному регіоні Лангедок – Русійон у 1994 році було створено Регіональний комітет розвитку туризму Лангедок – Русійон, який на основі поєднання місцевих архітектурно-історичних пам'яток та об'єктів виноградарства та виноробства сформував кілька винних маршрутів з метою підтримки місцевої економіки та стимулювання виробників винної продукції. Інші європейські країни – Угорщина, Молдова, Португалія почали формувати маршрути винного туризму з урахуванням регіонального розвитку культурно-пізнавального та сільського зеленого туризму. Нині в Італії працює близько 130 винних маршрутів, в Іспанії – 30, в Німеччині – 2.

Практично у всіх країнах – провідних виробниках вина «винні шляхи» ведуть від замку до замку, від винарні до винарні. Наприклад, в Італії прокладені спеціальні маршрути STRADA DEL VINO E DELL'OLIO CHIANTI CLASSICO (Шлях Вина і оливкової олії К'янті Класіко), STRADA DEL VINO COLLI DEL TRASIMENO, «STRADA DEI VINI ETRUSCO ROMANA», STRADA DEI VINI DEL SAGRANTINO; у ПАР – WineRoute веде з Йоганнесбурга в Кейптаун, а з Кейптауна в Порт-Елізабет через виноробні та виноградники південноафриканського узбережжя.

Створення винного шляху передбачає вибір оптимального маршруту, який би враховував природно-кліматичні особливості, розвиток транспортної, туристичної та готельно-ресторанної інфраструктури та поєднував відвідування виноградників, винних підприємств, дегустаційних залів і винних підвалів з можливістю оглянути природні та історико-культурні пам'ятки певного регіону.

Формування спеціалізованих маршрутів винного туризму – винних шляхів вимагає інтеграції зацікавлених суб'єктів підприємництва (виноградно-виноробних підприємств, туристичних фірм, закладів розміщення та ресторанного господарства тощо) з органами державної влади та місцевого самоврядування, закладами культури і дозвілля, музейними установами, екскурсбюро тощо. Для якісного обслуговування туристів на винних шляхах потрібні спеціально підготовлені фахівці. Як правило, до організації винного шляху можуть бути залучені:

- винні заводи та виноградно-виноробні підприємства;
- органи державної влади та місцевого самоврядування;
- готелі та інші засоби розміщення;
- туристичні оператори та турагенції;
- ресторани, бари, кафе, дегустаційні зали, винні підвали;
- дистриб'ютори винної та гастрономічної продукції;
- заклади культури та дозвілля, музейні установи, екскурсбюро;
- оселі сільського зеленого туризму;
- освітні заклади;
- лікувально-профілактичні заклади (санаторії, профілакторії);
- підприємства, що надають додаткові та супутні туристичні послуги;
- професійні асоціації виноробів, сомельє, кулінарів;
- організації інноваційної інфраструктури: бізнес-центри, інноваційні фонди, бізнес-інкубатори, фонди підтримки підприємництва, ресурсні центри та центри регіонального розвитку).

Пошук зацікавлених учасників винного шляху передбачає координацію їх діяльності з метою максимального забезпечення інтересів. Важливим питанням є налагодження комунікацій між зацікавленими учасниками винного шляху та спосіб формування взаємозв'язків між ними. У світовій і вітчизняній практиці такими формами об'єднання виступають або професійні асоціації та союзи, або регіональні кластерні моделі.

Розвиток мережі винних шляхів дає регіону ряд соціально-економічних переваг, а саме: збільшення потоку туристів, збільшення обсягів збуту продукції місцевих виробників винограду і вина, зростання кількості робочих місць, зростання культури споживання вина, формування позитивного іміджу регіону на міжнародному та вітчизняному ринках.

Фахівці туристичного бізнесу та спеціалісти-єнологи в Україні також розробляють тематичні винні маршрути. Зокрема, потрібно відмітити оригінальну туристичну подорож «Винні перлини України» (Інститут туризму ФПУ). Туристам пропонують 12-денний тур по виноробних і коньячних підприємствах України. Маршрут включає відвідування таких підприємств, як Одеський коньячний завод «Шустов», Одеський завод шампанських вин, «Коктебель», «Інкерман», «Массандра», «Таврія», «Новий світ» та інші.

Туристичний інформаційний центр Закарпаття на замовлення Асоціації приватних виноробів краю розробив унікальний турпродукт «Винний шлях Закарпаття» та підготував екскурсівників по маршруту, розробив анімаційні програми, щоб перетворити виноробні господарства в туристичний об'єкт підвищеної привабливості та продемонструвати збір винограду, гастрономічні традиції, культуру виноробства, запропонувати дегустацію вина та традиційні сувеніри.

В Автономній республіці Крим з 2002 року працював проект «Велика винна дорога», що включає відвідування виноградарських господарств, винзаводів і дегустаційних залів фірми «Золота балка», ЗАТ ім. С. Перовської, Інкерманського заводу марочних вин, також розроблено багатоденний загальнокримський винний тур «Гімн виноградної лози». Особливо слід відмітити активне сприяння винному туризму Інститутом виноградарства і виноробства «Магарач» (Ялта), Національним виробничо-аграрним об'єднанням «Массандра», заводом «Сонячна долина» (Судак, Сонячна долина), заводом шампанських вин «Новий Світ» (Судак, Новий Світ), заводом «Коктебель» (Феодосія, Щebetівка), які мають всесвітньо відомі еноотеки та проводять екскурсії-дегустації.

Фахівці в галузі винного туризму БрокКембоерн і НікіМакайос на основі аналізу існуючої європейської та американської практики виділяють основні проблеми формування винних шляхів. На нашу думку, вони актуальні й для України. Зокрема для того, щоб спростити створення нових винних шляхів і поліпшити ефективність уже існуючих, звернути увагу на розроблення оптимального маршруту винного шляху, який би враховував особливості рельєфу та мальовничість пейзажу, транспортну доступність, поєднання відвідування виноградників, винних підприємств, дегустаційних залів і винних підвалів з можливістю оглянути природні й історичні пам'ятки, музеї, галереї, ринки, магазини. Туристи повинні мати чітку карту такого маршруту з достатньою інформацією про всі туристичні об'єкти, а також засоби розміщення, харчування, додаткових послуг.

По-друге, необхідно потурбуватися про підготовку кадрів та підвищення кваліфікації уже працюючого персоналу. Спеціалізоване навчання в галузі винного туризму визначає якість послуг для відвідувачів, а з точки зору стратегічного розвитку винного регіону професійна підготовка свідчить про вихід за рамки аматорства і початок серйозного бізнесу.

По-третє, важливим є подолання корпоративних інтересів та пом'якшення конкуренції між окремими виробниками у мікрорегіоні, подолання конкурентних тенденцій і розвиток партнерського співробітництва між секторами індустрії туризму та підприємствами виноградно-виноробної галузі. Усвідомлення необхідності співпраці для створення і просування туристичного продукту та об'єднання зацікавлених сторін у тій чи іншій формі виступає необхідною умовою для успішного функціонування винного шляху.

Багато винних шляхів і маршрутів в Європі розвиваються за підтримки Європейської ради винних доріг, офіс якої знаходиться в Бордо. Ця рада об'єднує понад 60 винних областей та регіонів і співпрацює з Асамблеєю винних регіонів Європи. Європейська рада винних доріг зосередила свою діяльність у таких ключових напрямках:

- інвентаризація та опис винних шляхів у різних країнах Європейського континенту;
- формування стандартизованої системи піктографічної інформації на винних маршрутах та окремих об'єктах винного туризму;
- консалтингова підтримка створення нових винних шляхів, їх подальшого розвитку та функціонування;
- маркетинг винного туризму, поширення інформації про винні тури, фестивалі, відкриття нових об'єктів;
- інформаційна підтримка винного туризму через мережу Інтернет, налагодження взаємообмінів між країнами та регіонами, наукові дослідження, видання фахової літератури, співпраця зі ЗМІ.

Європейська рада винних шляхів та Асамблея винних регіонів Європи розробили операційні інструменти, які допомагають об'єднати роботу всіх зацікавлених підприємств та систему управління винними шляхами, а саме:

1. Маркетингові дослідження ринку та ґрунтовне вивчення різних сегментів потенційних винних туристів, їх вимог і потреб для розробки багатоступеневого диференційованого продукту.
2. Ознайомлення з успішним досвідом уже існуючих винних шляхів, основними досягненнями і проблемами в їх функціонуванні. На цій основі розроблення регіональних маршрутів, враховуючи не тільки розташування об'єктів винного туризму, але й місцеву транспортну та готельну інфраструктуру, привабливі туристичні цікавинки тощо.
3. Розроблення та реалізація заходів підтримки винного шляху, що передбачає прийняття програмних і нормативних документів, які б сприяли діяльності суб'єктів винного туризму, а також передбачали вимоги якісного туристично-екскурсійного обслуговування, екологічної безпеки, якості та безпечності винної та гастрономічної продукції. Цей напрям також передбачає підтримку в галузі підготовки кадрів, бізнес-консультування, ведення бухгалтерського обліку, маркетингу, застосування інформа-

ційних технологій, доступу до кредитних ресурсів тощо.

4. Просування і маркетинг туристичного продукту винного шляху, створення та підтримка відповідного бренду, формування комунікаційної політики в межах загальної маркетингової стратегії регіону та у взаємодії з інформаційною політикою окремих виробників.

Дестинації винного туризму – населені пункти (міста, села, селища) є центрами цілеспрямованого розвитку туризму, де зберігаються звичаї, історія, культура виноробства. Як приклад можна навести м. Флоренція та долина Кьянті, м. Сан Джімініяно (Італія), м. Бордо, м. Лібурн, м. Ріквір, м. Рібовілле (Франція), м. Егер, м. Токай (Угорщина), м. Стеленбош (ПАР), с. Крікове (Молдова), м. Телаві (Грузія), м. Ялта, с. Коктебель, м. Балаклава, м. Ужгород, м. Виноградове, с. Шабо та ін. (Україна).

Обов'язковими елементами винного шляху є дегустаційні зали та винні підвали, які фокусують інтерес туристів до вина і повною мірою забезпечують можливість продегустувати винні напої та придбати їх у виробників. Для невеликих виноробних підприємств дегустаційний зал / винний підвал – це важливий пункт продажу власної продукції з огляду на складність виходу на мережі роздрібної торгівлі та зовнішні ринки. В умовах гострої конкуренції на ринку алкогольної продукції висока якість запропонованих вин і професійне обслуговування є запорукою не тільки успішних продажів, але й тривалого інтересу та прихильності до виробників.

Оскільки саме у винному підвалі відбувається контакт туриста і вина так би мовити «віч-на-віч», важливо врахувати фактори, які визначають позитивні або негативні враження людей та їх подальшу споживчу поведінку.

Серед вагомих факторів слід відзначити:

- розташування та інтер'єр дегустаційного залу / винного підвалу;
- високі якісні характеристики вина;

- асортимент;
- ціну;
- культуру обслуговування;
- атракції, можливість для набуття нового досвіду і знань.

Два останніх фактори особливо важливі, оскільки приємне проведення часу, насолода від смачної їжі та вина, гостинність персоналу, їх манера спілкування та увага до кожного гостя формують позитивні емоції та враження, які визначають мотивацію як для покупки, так і до повернення в певну місцевість.

Критеріями для оцінки винних дестинацій у контексті сталого розвитку регіону можна розглядати:

- загальний обсяг туристичного потоку у регіоні, частка спеціалізованого винного туризму;
- наявність місцевих та регіональних програм підтримки винно-гастрономічного туризму
- наявність, цінність та ступінь освоєння туристичних ресурсів
- природних;
- природно-антропогенних
- соціальних (культурно-історичних)
- транспортна доступність дестинації;
- розвиток комунальної інфраструктури;
- кількість і якісна характеристика закладів культури і дозвілля;
- кількість і якісна характеристика підприємств туристичного та екскурсійного супроводу;
- кількість і якісна характеристика закладів розміщування, харчування, атракцій;
- розвиток виноградно-виноробних підприємств, наявність у них туристичних об'єктів;
- оригінальність продукту, його різноплановість і диференціацію;
- співвідношення ціна – якість;
- інформаційна та маркетингова підтримка туристичного продукту, винних брендів та регіону загалом;
- наявність кваліфікованого персоналу;
- гостинність місцевої громади.

4.3. Розвиток DESTИНАЦІЙ винного туризму в Україні

З урахуванням макро- і мікрорайонування виноградно-виноробного комплексу, геопросторової організації туристичних ресурсів, чітко окреслюються основні райони винного туризму в Україні:

- Кримський (Південний берег Криму, Південно-західний Крим;
- Закарпатський (Берегівський, Виноградівський, Іршавський, Мукачівський, Ужгородський райони Закарпатської області);
- Одеський причорноморський;
- Приазово-степовий.



Рис. 4.10. Регіони винного туризму в Україні

В Україні в традиційних районах виноградарства і виноробства і поза ними активно формуються DESTИНАЦІЇ винного туризму різних типів.

Відповідно до наведених у розділі критеріїв формування туристичних DESTИНАЦІЙ, системоутворюючими елементами DESTИНАЦІЙ винного туризму виступають:

- підприємства виноградно-виноробного комплексу;
- музейні та виставкові заклади;

- винні готелі та санаторії;
- дегустаційні зали;
- винні шляхи.

Сформованими туристичними дестинаціями є “Центр культури вина Шабо” (с. Шабо Білгород-Дністровського району Одеської обл.), дегустаційний зал «Дім марочних коньяків «Таврія» (м. Нова Каховка, Херсонська обл.), с. Коблеве (Миколаївська обл.).

Перший і поки єдиний в Україні “Центр культури вина Шабо” розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії “Шабо”, в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого були закладені ще в античні часи. Він об’єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства.

Шабо – це стародавній виноробний регіон, де виноград вирощують з античних часів. М’який клімат, тепле степове повітря, піщаний ґрунт, унікальний мікроклімат, обумовлений близькістю Чорного моря та Дністровського лиману – ідеальні умови для вирощування та дозрівання винограду. Територія перебуває на “виноградній широті” – 46...47° північної широти, на одній паралелі з найзнаменитішими виноробними регіонами Франції – Бордо та Бургундії.

Перші виноградні сади в цьому регіоні були закладені ще греками та генуезцями. Пізніше, 500 років тому, деякі сорти винограду були завезені сюди турками. Вони вірно підмітили, що ці землі ідеально підходять для вирощування винограду. Перші відомості про поселення Шабо виявлено в картографічних довідниках 1788 року. Саме цей рік історики вважають роком заснування села. А на початку XIX століття, у 1822 році за розпорядженням імператора Олександра I тут була заснована колонія швейцарських переселенців. Серед них був вчений і винороб **Луї Тардан**, який посадив в Шабо першу виноградну лозу класичного європейського сорту винограду. Співставивши всі фактори, досвідчений вино-

градар визначив дану місцевість як найпридатнішу для створення Великого Вина.

Компанія “Шабо” пройшла видатний шлях розвитку від регіональної торгової марки до національної компанії, що пропонує споживачам широкий асортимент високоякісної продукції. До послуг туристів необхідні інформаційні матеріали, професійні екскурсоводи – сомельє, споживчі дегустації ігристих і тихих вин, коньяків та вермутів місцевого виробництва, фірмовий магазин, також налагоджені маркетингові комунікації та транспортні маршрути. Центр культури вина «Шабо» включено комісією Ради Європи до туристичної карти європейських винних маршрутів.

Прикладом становлення інноваційної дестинації винного туризму є виноробне господарство «Колоніст» – невелика сімейна виноробня, заснована в 2005 році на півдні Одеської області, в с. Криничне – рідному селі засновника і власника Івана Плачкова. Компанія виробляє не більше 140 000 пляшок сухих вин преміум класу на рік, що дозволяє приділяти більше уваги якості вина і впроваджувати нові технології та інновації. Вина, що випускає це підприємство під торговою маркою «Колоніст», на престижних дегустаціях 2006-2013 рр. отримали найвищі оцінки. Серед них особливо відзначені столове біле вино «Сухолиманське», столові червоні вина з сортів «Піно нуар», «Каберне Совіньон», «Одеський чорний».

Спільно з партнерською туристичною фірмою на заводі ТМ «Колоніст» пропонують різні винні тури. До прикладу, навесні, крім екскурсії по виноградниках, знайомства з виробничими потужностями, дегустації вин у спеціально обладнаній камінній залі, проводять аукціон кращих вінтажних вин ТМ «Колоніст» та театралізацію болгарського народного свята з вечерею з традиційних страв національної кухні. А відвідавши виноробню у серпні–вересні, можна взяти участь у зборі винограду, подушити виноград босими ногами під запальну музику зарубіжних виконавців і спробувати свіжий виноградний сік. Для повноти вражень туристам

організують дегустацію вин ТМ «Колоніст» на виноградниках і обід зі страв кухні Придунайської Бессарабії.

Згадані вище підприємства, а також Інститут виноградарства та виноробства ім. Таїрова, ЗАТ Одеський коньячний завод «Шустов» і ЗАТ «Одеський завод шампанських вин «Французький бульвар» можуть бути основою винного шляху Одещини, яка стане додатковим центром туристичного інтересу для відвідувачів причорноморського регіону. Винна дорога неодмінно має привести нас у Татарбунарський, Кілійський, Ізмаїльський, Ренійський райони, пройти по пагорбах Тарутинського, Болградського, Арцизького, Саратського районів, привести до Старокозацького винзаводу, не забути також Біляївський, Раздельнянський райони з унікальними схилівими землями на березі Кучурганського лиману, адже в Одеській області виноградарством більшою чи меншою мірою займаються 12 адміністративних районів. В останні роки площі насаджень винограду в області збільшуються, поступово змінюється сортовий склад, ставка робиться на сорти, що дають високоякісну сировину для виноробства, кардинально змінюється агротехнічний стан виноградників, область не втратила свого значення провідного виноградарського регіону України, навпаки, вона нарощує свої потужності, переозброює винзаводи, закладає нові виноградники. Для популяризації місцевих вин на Одещині проходять численні винно-гастрономічні фестивалі.

Курорт Коблеве розташувався у Березанському районі на Миколаївщині, у мальовничому куточку між Чорним морем і Тилігульським лиманом, який відомий своїми лікувальними грязями. Клімат у Коблеве відрізняється поєднанням морського бризу та фітонцидів соснового лісу. Село з усіх боків оточене виноградниками, тут розташоване потужне виноробне підприємство – ПАТ «Коблево». Для шанувальників вина пропонується дегустаційний тур, який включає екскурсію на завод і знайомство з усіма стадіями сучасного виробництва, споживчу дегустація кращих виноградних вин з поясненням основ еногастрономії, відвідування

унікальної картинної галереї та можливість придбати вина й аксесуари у фірмовому магазині.

Дім марочних коньяків «Таврія» – лідер з виробництва справжніх марочних коньяків України. Це коньяки, виготовлені з українського винограду, на підприємствах повного циклу коньячного виробництва – починаючи з власних виноградників, перекурювання спиртів і витримки в дубових бочках не менше 6 років. До лінійки коньяків ДМК «Таврія» входять ординарні, марочні та колекційні коньяки торгових марок «Таврія», «Георгіївський», «Jatone» та «AleXX», які відомі не лише в Україні, а й далеко за її межами. З 1970 до 2013 року продукція підприємства отримала на Міжнародних дегустаційних конкурсах і виставках 138 золотих, 106 срібних, 44 бронзових медалі, 36 спеціальних нагород і 11 нагород Гран-Прі. Для туристів пропонують екскурсії по підприємству та Музею ДМК «Таврія», де представлена історія підприємства з 1889 року. Для ознайомлення з букетом і ароматом таврійських вин і коньяків ДМК «Таврія» організовано три види дегустацій: «Класика коньячної бочки», «Гармонія стихій» «Ренесанс смаку».

Унікальною дестинацією винного туризму України є «Виноробне господарство Князя П.Н. Трубецького», яке позиціонує себе як єдине історичне шато країни. Розташоване у с. Веселе Бериславського району Херсонської області, підприємство засноване в 1896 році князем П.М. Трубецьким і його знаменитим родичем Л.С. Голіциним, який здійснив підбір лоз і сортів, отримало за свої вина безліч престижних нагород (тільки золотих і срібних медалей з міжнародних виставок і дегустацій – 33). У радянські роки господарство стало державним і носило назву «Винрадгосп ім. Леніна», яке до початку нового тисячоліття занепало. Ситуація змінилася в 2003 році з появою нових інвесторів.

Відродження шато «Виноробне господарство Князя П.Н. Трубецького» розпочалася з оптимального підбору сортового складу і розміщення виноградників. Площа земель на березі Дніпра, яка використовується під виноградники з часів князя П. Трубецького – 200 га. Посадки

здійснені саджанцями європейських сортів: Каберне-Совіньйон, Каберне Фран, Мерло, Піно-Нуар, ПтіВердо, Піно-Блан, Шардоне, Рислінг, Совіньйон-Блан, Аліготе. Для створення молодих насаджень використовували високоякісні саджанці, консультації щодо посадки надавали запрошені фахівці з Італії, Франції та Ізраїлю.

Виноградники оснащено системою крапельного зрошення виробництва компанії «Netafim» (Ізраїль), що дозволяє незалежно від погодних умов отримувати урожай необхідних кондицій і необхідного обсягу. Всі посадки виноградників захищені вітрозакисними лісо-смугами та захисними смугами від змиву ґрунтів на схилах. В результаті цього підприємство перейшло виключно на перероблення винограду європейських сортів, що 100 % виростає на власних виноградниках і може гарантувати контроль якості на всіх етапах нарощування вина.

В 2004–2009 році було здійснено повну реконструкцію виробничих приміщень. В основі первинного виробництва перебувають класичні схеми виготовлення вина, які передбачають технології приготування за «білим» і «червоним» способами. Історично склалася на підприємстві схема виробництва марочних і витриманих вин витримкою в дубовій тарі, зараз вона доповнена актуальною схемою приготування витриманих вин. У 2009 році «Виноробне господарство Князя П.Н. Трубецького» уклало довгостроковий контракт про співпрацю з відомим виноробом з Бордо – Олів'є Дега. Спеціаліст-енолог заявив, що вина, вироблені на підприємстві, є винами світового рівня і будуть затребувані не тільки на території України, а й за її межами. У 2011 році оновлене шато випустило на ринок свої перші вина, вироблені у співпраці з Олів'є Дега.

На сьогодні завершено реконструкцію історичної будівлі виноробні 1900 року з вежею і видовим майданчиком, в якій обладнано дегустаційні зали, відновлено 8 галерей винних підвалів часів Трубецького, які використовують для витримки і зберігання вин. У старовинному крилі виноробні відкрито готель. Для туристів розроблено спеціальні екскурсії – дегустації, де можна

подивитися виноградники, виробничу базу, продегустувати кращі вина княжої виноробні. Спеціалісти-єнологи, крім інноваційних розробок також відроджують відомі марочні українські вина «Оksamит України» (Каберне Совіньон), «Перлина Степу» (Аліготе), «Наддніпрянське» (Рислінг),

Для просування власного бренду підприємство застосовує потужні маркетингові заходи, зокрема, виступає спонсором міжнародного етномузичного фестивалю «Країна мрій», організованого Олегом Скрипкою (Київ, парк «Феофанія»).

Ще однією особливою нішею є екологічний винний туризм – тобто ознайомлення з виробництвом «біовин». Органічним або «біовином» вважається вино, виготовлене з винограду, вирощеного без або з мінімальним застосуванням гербіцидів, пестицидів, фунгіцидів та інших добрив. Сам процес виноробства теж має бути природнім, без застосування хімії та різноманітних технологічних прийомів.

Міжнародною Федерацією органічного руху Сільськогосподарства (IFOAM) розроблена низка рекомендацій щодо органічного виноробства.

Крім того, уже за власною ініціативою, виробники створюють майже безвідходне виробництво, використовуючи сусло для виробництва власне вина, виноградні кісточки – алкогольних настоянок та олій, жмих переробляють на добрива та продають для використання в косметичній індустрії.

На початку лютого 2012 року в ЄС було підписано низку документів, що регламентують виробництво та маркування «органічних вин» в країнах Європейського Союзу. Зокрема, встановлені максимально допустимі концентрації сульфітів: 100 мг/л для червоних вин (для звичайних вин ця концентрація не повинна перевищувати 160 мг/л), 150 мг/л – для білих і рожевих (для звичайних вин – 210 мг/л). У виготовленні органічних вин заборонено використовувати добавки сорбінової кислоти (консервант для зменшення небажаного зростання дріжджових культур), а також заборонена

«десульфуризація» вин (видалення надлишків діоксиду сірки фізичними способами) [54].

Лідерами за кількістю підприємств є Італія, Франція, США та Іспанія. За об'ємом випуску продукції, у натуральному та грошовому виразі, за даними Асоціації ринку органічних товарів (OrganicTradeAssociation) перше місце у світі займає США. Виробництво та споживання на американському континенті щорічно зростає на 15...17 % .

В Україні випуском біовин займаються такі виробники як Винне господарство Павла Швеця та виноробня Бейкуш (Beykush Winery).

Інноваційною дестинацією винного туризму стало підприємство *Перший Національний Виноробний Холдинг*, яке розпочало випуск біовин на угіддях поблизу «Асканії Нової» У лінійці ековин «Асканія» на сьогодні присутні два білих вина (Шардоне і Мускат Таврії) і два червоних (споконвічно європейських сортів Мерло і Каберне. Напої повністю відповідають найсуворішим світовим вимогам. Вина походять з нового європейського виноробного регіону, розташованого неподалік від знаменитого заповідника «Асканія-Нова» та мають унікальні природні та екологічні якості.

Біосферний заповідник «Асканія-Нова» — найстаріший степовий резерват світу — входить у першу сотню найцінніших заповідників планети і є найбільшою недоторканою степовою зоною Європи. Він заснований у 1828 році герцогом Фердинандом Фрідріхом Ангальт-Кетенським, представником німецької династії Асканіїв, як колонія герцогства Ангальт-Кьотен. У наш час на його землях охороняють більше трьох тисяч видів тварин і понад п'ятисот видів вищих рослин. Значну частину флори і фауни Асканії-Нової занесено в Червону книгу.

На території «сканії-Нової розташований «Великий Чапельський під» — унікальна депресія рельєфу (фактично величезний природний яр) розміром 4 на 6 км, що періодично заповнюється талими водами. Його занесено в міжнародний список Рамсарської конвенції про охорону водно-болотних угідь.

Заповідник знаходиться на широтах, де ростуть кращі виноградники Франції, в регіоні Асканії виноградарство також було відомо з давніх часів. У другій половині XIX століття, коли навала філоксери знищила близько 90 % європейських виноробних угідь, Асканія-Нова була одним з місць, куди перевезли дивом не постраждалу від комах лозу, що дозволило врятувати кращі європейські сорти винограду.

На довгий час знаменитий коньячний терруар, що знаходиться неподалік (звідти ведуть своє походження широко відомі ще з царських часів коньяки Таврія), затьмарив своєю славою винні угіддя. Проте виробництво вина тут ніколи не припинялося. З'ясувалося, що крім сприятливого клімату і прекрасних родючих ґрунтів, на смакові якості винограду впливає і унікальна водна екосистема Асканії. Вишукані напої розливали малими партіями і поширювали виключно серед колекціонерів. І ось тепер продукція виноробів Асканії доступна широкому колу відвідувачів, які можуть поєднати ознайомлення з унікальними природними ресурсами українського степу та дегустацію екологічних вин.

Виноробство в Закарпатті зародилося близько 2000 років тому. Існують дані, що виноград тут вирощували вже у II столітті, оскільки закарпатський край межував з давньоримськими провінціями Верхня Дакія та Панонія, а першими виноробами, які поширювали технологію виготовлення винного напою, були кельти та даки.

Племена угорців, які прийшли на початку X століття в Дунайську улоговину, завезли середньоазіатські пізньостиглі столові сорти винограду Шасла, Чауш, Бакатор. Але розквітом промислового виноградарства та виноробства вважається XIII століття, коли угорський король Бейла IV для заселення спустошеної монголами місцевості запросив німецьких та італійських виноградарів і виноробів (вінцлерів). Він надав колоністам і нечисленному населенню краю право закладати виноградники, виготовляти і продавати вино, звільнивши їх на 10 років від податків і церковної десятини. Саме тоді на околицях Берегова, Виноградова, Мукачева,

Ужгорода були закладені зразкові шпалери виноградників. Потім традицію виноробства гідно продовжили монахи з середньовічних монастирів. У період турецького протекторату під виноградники були освоєні майже всі південні схили вулканічних горбів від Токаю, через Ужгород, Середнє, Мукачево, Берегове, Виноградове і далі до Хуста та тераси на Чорній горі. Саме в цей час побудовано і перші винні підвали в Мужієві та Середньому, Ужгороді. Тоді з Малої Азії та Балкан завезено такі сорти, як Карабурну, Липовина, Фурмінт, Перлина Саба, Іршаї Олівер.

Провідними районами виноградарства та виноробства у Закарпатті є Берегівський, Мукачівський, Ужгородський та Виноградівський. Від більшості розвинених виноробних регіонів цей відрізняється тим, що тут майже немає потужних заводів, виноробство регіону представлено маленькими приватними виноробнями, де зазвичай вино виробляють за стародавніми технологіями, а гостей зустрічає і супроводжує сам господар, він же – головний винороб.

Попитом користуються екскурсії на найбільші виноробні заводи регіону – Леанка та Чизай, Ужгородський коньячний завод з дегустацією їх фірмової продукції – вин Трамінер Троянда Закарпаття, Ріслінг рейнський, Ріслінг італійський, Леанка, Мюллер Тургау, коньяків Ужгород, Тиса та ін.

Одним з найбільших виробників вина у регіоні є *агропромислова фірма Леанка* (з угорської – «дівчинка»), яка працює з 1992 року і має повний цикл виробництва вин. АПФ була створена на базі радгоспзаводу „Середнянський, що був організований в 1946 році на базі одноосібних господарств. Фірма розміщена в 5 населених пунктах. Об'єднує сім виробничих бригад, два винні заводи з підземними сховищами. „Леанка – сорт винограду, з якого ось уже протягом 59 років виробляють знамените вино „Середнянське. Крім нього, підприємство виготовляє два десятки найменувань марочних, ординарних, сухих, міцних і десертних вин, які принесли славу закарпатським виноробам на бага-

трьох міжнародних конкурсах. Це Каберне, Променисте, Перлина Карпат, Троянда Закарпаття, Спокусниця.

Для популяризації винної продукції ДП АПФ „Леанка” пропонує відвідати історичні винні підвали в смт Середнє Ужгородського району, які є пам’яткою архітектури XVI століття і яким у цьому році виповнюється 454 роки. Середнянські винні підвали занесені ЮНЕСКО до десятки кращих винних підвалів Європи. Гостям пропонують цікаву екскурсію, дегустацію високоякісних середнянських марочних, десертних вин та (за замовленням) смажену картоплю зі шкварками та бринзою.

Створення середнянських підвалів пов’язане з ім’ям Іштвана Добо – трансільванського воєводи, національного героя Угорщини. Народився Іштван Добо приблизно в 1500 році. У 1549 році його призначили капітаном фортеці у м. Егер. Під час турецької експансії він очолив героїчну оборону Егера. У 1552 році його армія з 1935 воїнів вистояла проти 120-тисячної армії Османської імперії. Після цієї перемоги король Угорщини за відважність відпустив йому у власність кілька тисяч полонених турків. Саме вони видовбали середнянські підвали кирками. Завершилося будівництво і укріплення підвалів у 1557 році. Підвали довгий час називали турецькими, їх загальна довжина становить 4,5 км. Спершу підземелля слугували сховищем для людей при графському дворі від нападу ворогів. Унікальність споруд полягає в тому, що вони мали виходи на поверхню в тихих безпечних місцях, куди можна було б виводити людей. Згодом підземелля втратило своє призначення захисту людей і перетворилося у виносховище.

Викопані підвали в туфі – породі вулканічного походження. Через капіляри, що в ній існують, у підземелля постійно проникає свіже повітря. Це дуже важливо для технології витримки справжніх вин за європейськими традиціями, протягом 3...5 років. У середині підвалів постійно утримується температура +12 °С, тобто майже ідеальні умови для витримки вин.

Середнянські вина з графських підвалів надсилали багатьом коронованим особам Європи. У 1711 році цією

територією проїжджав цар Росії Петро І. Він скуштував тут вина, і йому так сподобалося, що на його прохання були закуплені виноградники, які увійшли в історію як „царські».

Традиційний виноробний регіон Закарпаття пропонує унікальний туристичний продукт – винний шлях Закарпаття. У програму входить екскурсія мікро-регіонами, пов'язаними з культурою вирощування винограду і виробництвом вина, огляд пам'яток історії виноробства та виноградарства, що містить численні легенди та артефакти, проживання в замських садибах, участь у мальовничому і яскравому святкуванні збору врожаю винограду, а також різні дегустації у близько 50 дегустаційних залах сімейних виноробних підприємств, з наступною купівлею вин, що сподобалися гостям. Розробники винного шляху Закарпаття – Асоціація приватних виноградарів і виноробів Закарпаття та кафедра туризму Ужгородського національного університету започаткували при кафедрі курси екскурсиводів, які дозволили підготувати перших спеціалістів. Більшість курсантів – це власники винних підвалів, дегустаційних залів, тобто приватні винороби, зацікавлені в розвитку винного туризму. Організатори також відслідковують всі випадки неякісного виноробства і виключають такі садиби, таких виноробів із маршруту. Щодо організації винних маршрутів – є пропозиція розділити виноробні та виноградарські господарства, чи й населені пункти, що прийматимуть туристів, за якістю на основі атестації: кращі – 5 зірочок, гірші – чотири, три і менше.

У м. Ужгород створено перший етно-велнесготель України – Унгварський з послугами винного СПА.

Готель Унгвариский в Ужгороді збудувало подружжя Йоганн та Ілона Артогі у 1876 році. Через 132 роки, в 2007-му, після повної реконструкції Етно-велнес готель «Унгвариский» пропонує гостям затишні номери, дружній сервіс, традиційну закарпатську кухню та професійне оздоровлення.

При готелі діє «Унгварська ресторація» – перший і найвідоміший етно-ресторан Ужгорода. Більшість

унікальних блюд у ресторані готують за старовинними рецептами етнічної Закарпатської кухні (яка включає в себе словацьку, угорську, румунську та чеську кулінарні традиції). До послуг гостей Дегустаційний зал, де можна продегустувати закарпатські колекційні вина, мед, сири і наливки.

Оздоровчий центр готелю пропонує винні ванни, масаж виноградним маслом, виноградний пілінг тощо.

Протягом останніх років у Закарпатському краї започатковано і проводять численні винні фестивалі: «Червоне вино» (м. Мукачеве, січень), «Біле вино» (м. Берегове, квітень), «Сонячний напій» (м. Берегове, травень) і фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле» (м. Ужгород, жовтень), фестиваль «Уточаська лоза» (м. Виноградів, червень). Окрім того, в кожному селі по закінченню збору врожаю відзначають свято лози. І дівчата в національному вбранні голими ніжками топчуть виноград.. Ще є свято бурчака, яке відзначають на сьомий день бродіння вина. Коли вино ще таке мутне, пінне, ще із залишковим цукром, міцність там з 4...5 % з чимось, тобто на рівні пива. Це дуже корисний напій, доведено, що він покращує обмін крові. Цей продукт ще дорожчий, ніж вино. Його дуже шанують наші сусіди в Словаччині, Чехії, оскільки вино є цілий рік, а оцей «бурчик» – тиждень-два мине, і його немає. Учасниками цих фестивалів є понад 100 тис. туристів з усіх куточків України. «На нашу думку, важливими чинниками успішного розвитку та інтеграції винного туризму у туристичні продукти краю є посилення співпраці та взаємодії виробників і надавачів послуг, розвиток міжсекторного партнерства, лідерства та людського потенціалу серед виноробів» – зазначив Олександр Коваль.

Складною DESTИНАЦІЄЮ винного туризму є столиця України – м. Київ з огляду на різноманітність туристичних продуктів винного туризму – пізнавального, освітнього, ділового, розважального.

По-перше, у Києві зосереджена значна кількість підприємств харчової промисловості та відповідних обслуговуючих галузей. Екскурсійне обслуговування з оглядом виробничих потужностей, дегустацією продукції,

придбанням сувенірів тощо пропонують підприємства ЗАТ «Київський завод шампанських вин «Столичний», ЗАТ «Пивзавод на Подолі», ЗАТ «Оболонь».

Підготовку кваліфікованих фахівців у сфері виноробства та винного туризму здійснює Національний університет харчових технологій, де з 1930 року функціонує кафедра виноробства та біотехнології продуктів бродіння, а з 2012 року розпочалась підготовка кадрів для туристичної галузі.

Крім того, у Києві функціонують три найкращі школи сомельє в Україні – Школа сомельє Дмитра Сидорченка, незалежна Школа сомельє Майстер-клас та школа сомельє GoodWine.

Столичні виставкові центри є майданчиками для проведення багатьох спеціалізованих фестивалів, конкурсів, конференцій. Зокрема, у виставковому центрі КиївЕкспоПлаза уже третій рік поспіль проходить Фестиваль вина WineFest, організований компанією «Київський міжнародний контрактний ярмарок» та Асоціацією «Українське бюро винограду і вина».В рамках фестивалю проходили презентації та майстер-класи компаній-виробників вина, круглі столи та дискусійні семінари.

Мережа виномаркетів Поляна у травні 2013 року провела Міжнародний винний фестиваль. Свої напої представили близько 50 виноробів з усього світу: чилійські, іспанські, італійські, французькі, ізраїльські та інші. У програмі фестивалю було чимало майстер-класів та дегустацій.

Професійною виставкою для енологів і виноробів є щорічна Міжнародна агропромислова виставка Міністерства аграрної політики і продовольства України, де предствалено зразки обладнання, добрив та біоматеріалу.

Для здійснення контролю за якістю виноробної продукції (як вітчизняної, так і імпоротної) Радою корпорації «Укрвинпром» у квітні 2007 року створено центральну галузеву дегустаційну комісію. До її складу увійшли фахівці, які не тільки мають відповідну освіту, а й чималий досвід роботи у виноробній галузі. Комісія існує вже близько шести років, і її робота є досить ефек-

тивною. На її засіданнях проводиться вибір найкращих зразків вин і коньяків України для вітчизняних споживачів і туристів.

Отже, у регіонах існують специфічні фактори, що впливають на формування DESTИНАЦІЙ винного туризму: природні умови, розвиненість транспортної індустрії, соціальні фактори (умови життя людей, рівень культури, зайнятість населення), економічні фактори, пов'язані з функціонуванням підприємств галузі, екологічні фактори, які можуть обмежувати, або, навпаки, підсилювати пріоритети розвитку туризму в регіоні.

Створення системних і комплексних умов для розвитку туризму та курортів, впровадження інноваційних кластерних моделей управління регіональним розвитком туризму має стати одним з пріоритетів забезпечення сталого розвитку держави в цілому та підвищення якості життя населення.

Зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку туризму можна досягти лише за умов співпраці центральних і місцевих органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур. Подібна політика є досить продуктивною з погляду знаходження форм конструктивного співробітництва й взаємодії адміністративних органів різних рівнів державного та регіонального управління, а також для залучення фінансових коштів приватного сектора з метою виконання відповідних державних програм.

4.4. Еногастрономічний туризм в ретроспективі: готельно-ресторанні заклади на шляхах Давньоримської держави

Виникнення і розвиток готельного господарства тісно переплетене з історією розвитку суспільства та подорожами. Перші гостьові підприємства - прообрази сучасних готелів, як і сама професія з обслуговування подорожуючих людей, виникли в далекому минулому – більше, ніж за 2 тис. років до н.е. – в давньосхідних цивілізаціях. Неможливо встановити точну дату виник-

нення перших готелів. Історія цієї індустрії сягає своїм корінням у глибину століть. Як тільки люди почали подорожувати, виникла потреба в місці, де можна було б зупинитися, переночувати, харчуватися тощо.

Давньоримською цивілізацією є цивілізація, створена римлянами на території Італії і потім поширена на всі завойовані народи. Центром цієї цивілізації був Рим, що дав їй назву, перший мегаполіс у світової історії, що досягав у періоди найбільшої могутності 1 млн. мешканців. Давньоримська цивілізація внесла величезний внесок у розвитку всього світу. Це одна з найбільших цивілізацій, від якої ми успадкували безліч видів різноманітної діяльності, наприклад, римський театр. Епоха Римської імперії – один з найблискупіших періодів історії людства, спадщина якого визначила хід розвитку європейської цивілізації на століття вперед. Давній Рим дав приклади республіканського ладу, а потім і імперії з співіснуванням багатьох народів, мов, релігій і земель. Давній Рим відкрив світу найважливішу роль права в регулюванні всіх видів людських відносин. В античному світі була зроблена грандіозна спроба з єднання Заходу і Сходу в єдиній цивілізації, подолання роз'єднаності народів і традицій, взаємопроникнення культур. У Римі, як і в інших цивілізаціях – Стародавній Греції або Давньому Єгипті, почала зароджуватися готельна індустрія. Цей процес був невід'ємним складником у процесі розвитку людського суспільства, тому що з'являлися мандрівники, які шукали місця, де переночувати, приїжджі гості, яким теж був необхідний притулок. Основні здобутки в розвитку готелів з'явилися саме завдяки міграційним процесам всією населеною людиною частиною Землі. Подорожі обширною територією Давньоримської держави могли здійснюватися завдяки наявності мережі чудових доріг. Звичайно, римляни розвивали дорожню систему, насамперед виходячи з військових потреб. Війська за лічені дні могли бути перекинуті з центральних районів до кордонів імперії. Але значущість цих доріг для розвитку не тільки Римської, але і в цілому європейської цивілізації настільки велика, що можна погодитися з істо-

риком Прокопієм, який назвав тільки першу дорогу з Риму до Капуї одним з чудес світу. А всього таких «чудес» (тобто консулярних доріг з твердим брукованим покриттям) у Давньоримській державі налічувалося 372 загальною довжиною біля 100 тис. км.

Античні «готелі» досягли особливого розквіту на шляхах Римської імперії, коли в них зупинялися мандрівники, чиновники, кур'єри і державні службовці.

Тому, вивчаючи індустрію гостинності, неможливо не приділити увагу Стародавньому Риму, як одній з основних цивілізацій, які сформували основу для сучасного розвитку цієї індустрії.

На початку формування людського суспільства подорожі, безсумнівно, були необхідні для виживання людства. Люди періодично переміщалися з місця на місце в пошуках їжі або для забезпечення власної безпеки. Пізніше, коли людина почала вести осідлий спосіб життя, подорожі стали набувати інший зміст. З давніх-давен багато подорожей мотивувалися простою людською цікавістю, наприклад бажанням дізнатися, що знаходиться за далеким пагорбом чи на іншому березі широкого водного простору. Цей вид подорожей – щось дізнатися, за чимось поспостерігати, розважитися і відпочити – міг не мати ніякої певної економічної, політичної чи пізнавальної мети. Ймовірно, він не мав ніякого швидкого ефекту, крім чийогось особистого інтересу до незвіданого, але його результати були тоді так само значимі, як і тепер: одні люди розповідають про свої пригоди, після чого інші люди прагнуть повторити їхній досвід. Для того, щоб дати можливість різним провінціям підтримувати зв'язок один з одним і щоб забезпечити швидке пересування військ і імперських кур'єрів, римляни збудували розгалужену мережу брукованих доріг. І саме дороги послужили вагомою причиною будівництва готелів і заїжджих дворів.

З дорожніх нотаток римського поета Горація (65-68 рр. до н.е.), який супроводжував Мецената, одного з наближених римського імператора Августа з Риму в Бріндізі також стало відомо про існування готелів. Саме він вперше згадав про готелі Стародавнього Риму.

Римські дороги почали будуватись з 312 р. до н.е. Для подолання водних перешкод споруджувалися мости і віадуки. Ці споруди подекуди не тільки збереглися до наших днів, але навіть до цих пір використовуються. Де-не-де на дорогах стали розміщувати милеві стовпи, біля яких ставили лави для відпочинку. Поступово цей звичай поширився по всій дорожній системі Римської цивілізації. На таких стовпах уздовж доріг позначалися відстані між містами. Багато європейських автомагістралей нині побудовані на місці римських доріг.

Пізніше з'явилися спеціальні карти доріг з позначенням станцій (ітинерарії), де можна було зупинитися на ночівлю. Такі карти були настільки буденним явищем, що їх, як сувенірні картинки, зображали на різних предметах (кубках). Вони розповсюджувалися абсолютно безкоштовно для подорожніх і іноземців. Карту з дорогами і місцями відпочинку при бажанні можна було придбати в будь-якому невеликому містечку. У багатьох містах були об'єднання власників різних екіпажів. Подібні приватні служби розташовувалися, як правило, біля міських воріт. Була й ціла мережа станцій, де міняли коней, а подорожні могли відпочити. У Римській імперії у зв'язку з розвиненою мережею транспортних шляхів (які поділялися на дві категорії – державні (консульські) та місцеві) виникали повсюдно приватні заїжджі двори і заїзди.

Дороги в Римській цивілізації призначалися в першу чергу для військових загонів, а також для збирачів податків, купців, представників творчих фахів (художників, архітекторів, лікарів, музикантів і акторів). Істотною рисою цих доріг була мережа «поштових станцій», де подорожуючі за державними потребами могли змінювати коней або мулів, а також одержувати їжу і нічліг. На цих станціях також можна було замовити послуги гіда, скласти маршрут, отримати карту з описом пам'яток (тобто ітинерарії).

Недалеко від Риму, в морській гавані Остії можна було замовити морську подорож. Це розцінювалося як невелика екскурсія або прогулянка. Цим часто користувалися заїжджі чиновники. Ці подорожі мали важливе

значення не тільки для гостинності, але і для туризму в цілому. Унаслідок низького рівня обслуговування і комфорту в притулках (готелях) для подорожніх (*hospitium*) зупинялися лише в тому випадку, коли була відсутня можливість зупинитися в знайомих або родичів.

У притулках (готелях) того часу не тільки протікали дахи, як виявляється з тогочасних епіграм, але небезпечним було і саме проживання, оскільки існувала ймовірність і крадіжок, і набігу грабіжників тощо. Репутація власників приватних заїжджих дворів була навіть гірша, ніж у власників таверн, їх часто звинувачували в шахрайстві і темних справах, а власниць-жінок іноді звинувачували в чаклунстві. Давньоримські заїжджі двори розташовувалися уздовж головних доріг у містах і селах на відстані один від одного приблизно в 25 миль (40,225 км – одноденний кінний перехід). Незважаючи на незручності та небезпеку, подорожі стали неодмінним складником способу життя всього суспільства Римської імперії, що знайшло відображення в масовій свідомості людей. Саме про це говорять висловлювання, що дійшли до наших днів «*Via est vita*») (Дорога це життя), «Всі дороги ведуть у Рим» або *Navigare necesse est, Vivere est non necesse* («Плавати по морях необхідно, жити – необов'язково»). Наслідком цього став величезний розвиток заїжджих дворів саме поряд з дорогами, тому що дорогами переміщалися основна їх «клієнтура». Наприклад, у Стародавній Греції готелі будувалися з основною метою розміщення людей, які приїжджали на Олімпійські ігри, тому що це вважалося одним з видовищних заходів Греції.

Дороги будувалися в різних частинах світу. Наприклад, на території сучасної Індії в державі Маур'їв (322-185 рр. до н.е.) будувалися дороги шириною в 9,6 м, щоб можна було роз'їхатися великим колісницям. Дороги мостили кам'яним матеріалом, особливо піклувалися про місця ночівлі та питної води. Але такої великої кількості доріг не було ніде, крім Стародавнього Риму. Дороги були основою всього руху в країні. Уявлення про Римські дороги дійшли до нас з різних документів. Дороги мали, як правило, потужне кам'яне

покриття. Вважається, що від латинського «стратум» – настил, і походять сучасні назви вулиці англійською – street (стріт), німецькою – strasse (штрассе). У Римській імперії налічувалося 372 дороги з кам'яним покриттям загальною довжиною біля 100 тис. км. Вони з'єднували Рим з його численними провінціями. Невипадково саме в ті далекі часи народилося вислів: «Дорога – це життя». А життя подорожуючих було неможливе без закладів гостинності.

Поступово готельна справа перетворюється на важливу галузь, яка приносить великий прибуток. Тому пізніше всі заїжджі двори, де зупинялися подорожні, стали державними. Таким чином, можна зробити висновок, що римські дороги – послужили основною причиною виникнення готелів. Готельна справа почала активно розвиватися. Мешканці Рима отримували дохід від надання місць проживання мандрівникам.

Цікаво, що термінологія індустрії гостинності багатом зобов'язана давнім римлянам. Так, слово hospitality (гостинність) походить від латинського hospitium (госпіції). Однокорінними словами є host (господар), hostess (гостеса), hospice (притулок), hotel (готель). Гостеприймальники – так називали в античності людей разом з їх родиною, що надавали притулок гостям в своєму будинку. Після введення регулярного державного поштового сполучення (за часів імператора Октавіана з 63 р. до н.е.) з'явилися державні заїжджі двори. Держава облаштовувала двори в містах та на головних дорогах, якими проїжджали кур'єри і державні службовці з Риму аж до Малої Азії або до Галлії та Британії.

Державні заїжджі двори розміщувалися на дорогах на відстані одного дня поїздки на коні. У міру завоювання нових територій і розширення Римської імперії її звичай, господарська та організаційна структури поширювалися також у нових провінціях і підкорених країнах. Про те, наскільки серйозно розглядалася в давнину надійність закладу, який надавав мандрівникам притулок, харчування та нічліг, свідчить факт особливої зацікавленості в цьому держави. Так, у Зводі римських законів передбачалася відповідальність такого закладу за речі гостя.

Ось тоді і з'явилася можливість безпечно провести ніч у заїжджому дворі. І сьогодні законодавство ряду держав регулює це питання, виходячи з наведених положень Римського цивільного права. Адже безпека, захист гостя – це один з основних обов'язків готельних закладів у всіх країнах світу.

Купці, торговці та інші постояльці з простого народу не могли бути поселені поруч з державними службовцями та урядовими гінцями. Ця обставина вплинула на якісний стан заїжджих дворів. Ті, в яких зупинялися представники аристократії і державні чиновники, будувалися за всіма правилами архітектурного мистецтва і пропонували широкий як на ті часи спектр послуг. Згодом Марко Поло казав, що на таких постоялих дворах і «королю зупинитися не соромно».

Таверни і заїжджі двори, призначені для обслуговування громадян нижчих станів пропонували мінімальні умови для ночівлі та відпочинку. Наприклад, дуже часто подорожуючі спали просто на соломі, а щоб не замерзнути в холодну пору року, притискалися до теплового боку свого коня. Про якийсь додатковий комфорт не було й мови. В основу організації готельної справи в Римській імперії була покладена розроблена владою держави певна класифікація готелів. Спочатку існувало два типи готелів: лише для патриціїв (мансіонес), інший – для плебеїв (стабулярії). Пізніше залишаються лише мансіонес з вищим рівнем обслуговування подорожніх.

Давньоримський готель включав певний комплекс приміщень досить широкого функціонального призначення. Це були не тільки кімнати для розміщення подорожуючих, але й складські приміщення, стайні, крамниці, майстерні тощо. Готелі, як правило, будувалися з каменю і мали у своєму розпорядженні необхідний перелік послуг. У зимовий час вони обігрівалися. Деякі готелі обслуговували тільки офіційних осіб за спеціальними документами (дипломами), що видавалися державними органами. Ця традиція збереглася донині у формі спеціальних приміщень для особливо важливих персон (VIP) в аеропортах, вокзалах та інших місцях перебування туристів. З вдосконаленням функціону-

вання служби поштового зв'язку в другій половині III століття, коли вона тривалий час поєднувала в собі потреби в транспорті і в пересиланні звісток, уздовж доріг влаштовувалися спеціальні заїжджі двори. Називалися вони «мансіонес» і «станції». Перший з цих термінів означав заїжджий двір, в якому були умови для розміщення аристократії (патрициїв), другий – пост дорожньої поліції. Між мансіонес і станціями розміщувалися заїжджі двори меншого значення, або мутації (місця змін упряжки коня), в яких можна було задовольнити найбільш нагальні потреби подорожуючих: щось з'їсти, переночувати, замінити їздових або в'ючних тварин.

Відстань між двома мансіонес залежала від характеру місцевості, проте в середньому вона складала 40-55 км. Між двома мансіонес могли знаходитися один або два менших заїжджих двори, і це вже залежало не тільки від місцевості, але й від її заселеності. Такі заїжджі двори відрізнялися один від одного обсягом і якістю свого обслуговування, починаючи від преторія, в якому можна було прийняти імператорську свиту, і до більш скромних покоїв. Повністю обладнаний заїжджий двір міг запропонувати практично все те, що мандрівник потребував. Тут можна було: поїсти, переночувати, змінити їздових тварин (у стайнях великих заїжджих дворів налічувалося до сорока коней і мулів), вози, візників, знайти слуг, людей, які повертали упряжних тварин на попередню станцію, ветеринарів, каретників і колісників, які виправляли пошкоджені екіпажі.

Заїжджі двори і поштові станції не будували спеціально для VIP-цілей, вони служили не тільки спеціальним гостям, хоча ті мали, безумовно, першість обслуговування. Пошту, всупереч тому, що вона служила головним чином центральній владі, обслуговували місцеві мешканці. Імператори просто обирали з вже існуючих заїжджих дворів ті, які мали потрібну для поштової служби якість, і включали їх до державної дорожньої системи, вимагаючи безкоштовного нічлігу для кожного власника диплома (державного документа).

Тільки у віддалених місцевостях, як, наприклад, на перевалах або на відокремлених дорогах, імператор-

ська влада змушена була все будувати з самого початку. У таких місцях заїжджі двори приймали на нічліг всіх мандрівників, приватних осіб, так само як і представників офіційної влади, щоб компенсувати витрати. Вози, тварин, візників, конюхів – всіх залучали для служби там з місцевих околиць, якщо це було можливо. З того часу вже почали з'являтися люди, які працювали саме в заїжджих дворах. Заїжджі двори, особливо на головних дорогах, будувалися римлянами зі знанням справи і для свого часу були цілком зручними.

З часом керувати заїжджим двором стало обтяжливим для його «директора», тому що з розвитком давньоримського суспільства і цивілізації вимоги до нього постійно зростали. Їх пред'являли не тільки ті, хто мав право користуватися заїжджим двором за законом, але й ті з числа позбавлених совісті чиновників, хто самовільно конфісковував коней та екіпажі або нахабно привозив з собою в заїжджі двори людей, які не мали права на безкоштовне обслуговування. Спеціальні державні інспектори (куріози) перевіряли: правомочність користування дипломами після закінчення терміну їх придатності; проїзд не тією трасою, якою повинна була слідувати особа, що пред'явила документ; користування не тим видом їздових тварин, на який мав право проїжджий тощо.

Імператори один за одним видавали суворі закони, щоб припинити зловживання і утримати обслуговування на заїжджих дворах на відповідному рівні, але це мало допомагало.

Існували приписи щодо кількості возів і тварин, які можна було використовувати офіційним особам, визначався максимально дозволений вантаж, кількість візників, траси подорожей, вага сідел і в'юків, навіть розміри і вид батогів. Один припис встановлював, що «ніхто не буде винагороджувати жодного візника, колесника і ветеринара, що знаходиться на службі у публічному закладі, тому що вони від держави отримують харчування і одяг, яких їм бракує». Інакше кажучи, заборонялося давати «чайові» цим службовцям. Приписи про те, щоб їх не давати, рідко виконувалися,

і все вказує на те, що й інші розпорядження не виконувалися належним чином.

Кожна особа, що користувалася державною поштою, повинна була точно знати, де знаходилися різні заїжджі двори. Про це мандрівникам можна було дізнатися з ітінераріїв, в яких перераховувалися заїжджі двори вздовж даної дороги і відстані між ними. Існували також умовно виконані картосхеми, з яких можна було дізнатися не тільки про те, де розташовувався заїжджий двір, але і що на ньому могли запропонувати. До періоду Відродження дійшла копія однієї такої картосхеми, виконаної в середні століття, це так звана Пейтінгєрова таблиця. Вона була накреслена на довгому аркуші пергаменту шириною 33 см і довжиною 6,7 м. Вона вкрай неточна в картографічному відношенні, але представляє дороги всієї Римської імперії таким чином, щоб її легко можна було прочитати. На неї нанесена інформація, подібна до тієї, яку можна знайти на сучасній автомобільній карті: лінії, що позначають дороги, назви міст і великих селищ та інших місць, в яких можна зупинитися; цифри, що вказують відстані між ними в римських милях та персидських фарсангах. Цікаво відзначити, що біля багатьох назв нанесені невеликі кольорові малюнки-символи. Служили вони тій же меті, що і дивно схожі на них символи в сучасних путівниках, а саме – вказати з першого погляду, які є можливості щодо того, де провести найближчу ніч під час проїзду даною дорогою [9]. Назви без супроводжувальних малюнків позначали найбільш прості заїжджі двори, які могли надати трохи більше, ніж питну воду, дах над головою, їжу і свіжу зміну ізових або верхових тварин.

Наприклад, мандрівник, залишаючи Рим по Аврелієвої дорозі, що вела на північ уздовж узбережжя Тірренського моря, міг дізнатися з картосхеми, що першим підходящим місцем постою буде Альсіум, у вісімнадцяти римських милях від столиці з мінімумом зручностей (малюнок при назві був відсутній), звідти було десять миль до Піргі з мінімумом зручностей, потім було шість миль до Пунік, де також було мало зручностей, але звідти було рукою подати до Акв Аполлі-

нарських з першорозрядним готелем (позначеним чотирикутною будівлею), звідти було чотири милі до Акв Таври з такими ж зручностями, як у Аквах Аполлінарських тощо.

Урядові гінці поспішали від станції до станції з середньою швидкістю п'ять миль на годину, або протягом одного дня подорожі долали п'ятьдесят римських миль. Так, вісті з Риму досягали Бріндізі (на півдні Італії) за сім днів, Візантія (Константинополь) – близько 25 днів, Антіохії (Сирія) – близько 40 днів, нарешті, Олександрії Єгипецької – близько 55 днів. У виняткових випадках, пересуваючись в день і вночі, гінці могли потроїти цю швидкість. Коли в 69 р. н.е. в Могунті-Аке над Рейном (нині Майнц, Німеччина) легіони збунтувалися, звістка про це досягла Риму через 8-9 днів. Гонець в подібних випадках долав у середньому 150 римських миль на день. Мандрівник, який виконував урядове доручення, міг розраховувати на зручності, що надавалися публічною поштою, і тому мав мало турбот під час подорожі. Він пред'являв диплом в найближчому заїжджому дворі і отримував відповідні засоби пересування, дивився в свій список станцій або картосхему в пошуках відповідних місць постою на своєму шляху, там харчувався, ночував, міняв упряжку і екіпаж, поки не прибував до місця призначення. Офіційно особи, які подорожували приватним чином, не мали права користуватися публічною поштою, але існували виключення.

Ті, хто подорожував приватно і не міг легально або нелегально користуватися урядовою поштою, мав можливість знайти нічліг в заїжджих дворах і притулках, оскільки в багатьох провінціях вони були єдиними, а в деяких місцевостях і кращими заїжджими дворами. Більше, того, якщо він не подорожував в екіпажі з власною упряжкою, то міг найняти її, що було цілком доступно для того, хто збирався подорожувати не пішки, а за допомогою транспортних засобів. Якщо він досягав поштової станції після офіційної групи, яка реквізувала все, що було у розпорядженні цієї станції, йому не залишалося нічого

іншого, як тільки чекати. У будь-якому випадку він рухався повільніше урядового гінця. Вже в III в. до н.е. будівельники Риму зводили високі багатоквартирні будівлі – інсули, щоб розмістити і населення міст, що зростало, і гостей. Це були трьох-, чотирьох-, а деколи і п'ятиповерхові будови з дерев'яним каркасом. У Римі інсули були заселені як бідняками, так і середнім складом городян, у той час як заможні люди мешкали в маєтках. У такому багатоповерховому будинку здавалися внайми окремі приміщення або цілі поверхи. У римському порту Остія, де особливо гостро відчувався брак простору, в багатоповерхових інсулах проживало все населення міста (збереглися залишки декількох не тільки упорядкованих, але і прикрашених фресками і рельєфами інсул). В інших містах, де було достатньо простору для забудови (таких, як Помпеї), інсул не зводили взагалі, будували будиночки з садом або особняки. Сотні міст в Римі мали акведуки – водогони, що подавали воду в місто. Як правило, акведуки були монументальними спорудами на арочних опорах. Найдовший акведук – 132 км був зведений при імператорі Адріані в Карфагені. Деякі багаті землевласники теж будували заїжджі двори на кордонах своїх володінь. Зазвичай ними управляли раби, що спеціалізувалися на веденні домашнього господарства. Ті постійні двори і таверни, які розташовувалися ближче до міст, частіше відвідувалися заможними громадянами, і тому їх утримували вільновідпущеники або гладіатори, які пішли на спочинок та вирішили вкласти свої заощадження в «ресторанний бізнес». Господарі заїжджих дворів у ті часи були позбавлені багатьох громадянських прав, включаючи право служити в армії, порушувати проти будь-кого справу в суді, приносити присягу і виступати в якості опікунів чужих дітей. Іншими словами, моральні підвалини будь-якої людини, що займалася цим бізнесом, автоматично ставилися під сумнів.

Основна маса римського населення жила в сільських трибах. У ранню епоху це були будинки атріумного типу, в основному, одноповерхові. Назва походить від

слова *atrium*, похідного від прикметника *ater* (чорний). Основне приміщення – кімнату – назвали так не випадково. У кімнаті знаходилося вогнище (яке і фарбувало своєї кіптявою і сажею стіни під час приготування їжі). Ватра розташовувалась в глибині кімнати, а на передньому плані височіло ліжко господарів. У центрі атрія знаходився басейн, куди стікала дощова вода через отвір у даху. Вікон було мало, і всі вони розташовувалися нагорі. По обидві сторони від дверей вздовж стін відгороджувалися одна від одної дошками кімнати, вхід у які відокремлювався від атрія завісами. Вони й служили спальнями для інших членів сім'ї або для гостей. Будинок не захаращували меблями: стіл, лавки, скриня для одягу, навісні шафи та полиці – ось і все нескладне меблювання.

Розпорядок дня був продиктований тривалістю світлового дня і необхідністю дорожити сонячним світлом. Тому люди вставали рано зі сходом сонця. Люди, які починали свій трудовий день, перш за все, омивали обличчя і руки, з'їдали простий перший сніданок, який називався *ientaculum*. Сніданок складався зі шматка хліба, сиру, оливок, цибулі, іноді з додаванням вареної риби.

Ідея першого в історії «ланчу ділової людини» належить певному римському шинкарю, який ще в 40 р. до н.е. значно полегшив життя маклерів на Галерній пристані, дуже зайнятих, щоб сходити додому пообідати.

Як кажуть, господарі заїжджих дворів у ті часи були позбавлені багатьох громадянських прав, однак римські кухарі вважали себе елітою і нагороджували один одного гучними титулами. Більше того, за часів правління імператора Адріана (117-138 рр. н.е.) римські шеф-кухарі, заснували на Палатинському пагорбі власну Академію кулінарного мистецтва. Тавернами в Стародавньому Римі називали або торгові лавки або станції на військових дорогах. Хоча в тавернах були приміщення для розміщення мандрівників, переважною мірою вони призначалися для надання послуг харчування. Розвиток торгівлі та пов'язані з нею тривалі

роз'їзди вимагали організації не тільки харчування, але й нічлігу. Звичайні таверни вважалися кублами гріха і заходили туди, крім простого люду, тільки аристократи, що зовсім опустилися. Вище ж суспільство воліло відпочивати в громадських лазнях. До того часу, коли до влади прийшов Калігула (37 р. н.е.), ці лазні працювали цілодобово, чоловіки і жінки милися тут разом. При лазнях були розкішні обідні кімнати, де організовувалися багатолюдні банкети, які проходили деколи з таким розмахом, що уряд був змушений ухвалити закон про розкіш, що обмежує витрати римлян на їжу та випивку. Театральні вистави, що проводилися в Римі також вимагали приміщень для попереднього розміщення глядачів. Їх будували неподалік від театрів, тому що іноді під час вистав йшли дощі, і глядачі змушені були ховатися в тавернах.

Майже кожен квартал у містах Давньоримської держави мав пивну. Тільки в Помпеї, порівняно невеликому для свого часу місті, знаходилося 118 пивних і питних закладів. Багато місць громадського харчування мали вивіски перед входом, а також відповідне меню. Це так само вважалося розвагою мандрівників і було невід'ємною частиною зародження готельної справи, тому що пізніше до цих пивних і таверн добудовувалися будиночки для проживання. Давньоримські таверни були різних типів: від злчних закладів з азартними іграми і повіями до вишуканих місць у багатих кварталах у сусідстві з храмами.

У Римі таверни можна було пізнати по колонах, оперезаних ланцюгом фляг, і по низках червоних ковбас, що висіли уздовж стін. Підлоги були прикрашені яскравою мозаїкою, а стіни прикрашали розвішані картини.

Були також пивні і для простого люду. Власники пивних вирощували власний виноград і робили з нього вино. Невеликі шматочки сухого сиру були розвішані в кімнаті в кошиках з тростини. Рукописні джерела повідомляють про таверни і їх меню в Римській державі. Легенди повідомляють, що у Ескулапа, прославленого лікаря давнини, були всесильні помічниці: донька Гігея

(Гігієна) і куховарка Кулина, які насолоджували дні його життя незрівнянними стравами. Люду прив'язала ім'я Куліни до десятої музи, яких до неї було в давніх греків дев'ять. У римлян десята муза так і стала називатися – Кулінарією.

Із занепадом Римської імперії заїжджі двори і таверни, що втратили клієнтуру, розорилися. Лише через чотири століття, в епоху Середньовіччя з розвитком торгівлі та подорожей в Західній Європі стали відроджуватися підприємства розміщення та харчування подорожніх.

Історія зберегла цікаві свідчення про те, якою вишуканою була кулінарія дві тисячі років тому. У готелях римським патриціям подавали на стіл, наприклад, свиней, які були з одного боку смажені, а з іншого – варені та нашпиговані сосисками і ковбасами (зрозуміло, потрошили їх через рило, щоб на свинячих тушах не було жодного розрізу). Було й так, що в череві свині саджали живих дроздів (тут вже, мабуть, без розрізу не обходилося), а коли на столі починали від туші відрізати шматки, птахи вилітали.

Крім кухарів та фахівців зі складання меню, для розробки рецептів нових страв в давньоримських тавернах передбачалася і особлива посада – «гастроном». Однак кулінарні шедеври залишалися прерогативою таверн для патрициїв, у тавернах для плебеїв подібних страв не готували і все було значно скромніше. Необхідно враховувати, що в древньому Римі при розробці рецептів страв не було прийнято вказувати кількість та обсяг використовуваних інгредієнтів – все готувалося «на око». Нижче наводяться деякі приклади з давньоримської гастрономії:

- Аперитив: у вино додавалися мирра, рожеві пелюстки, фіалки і перець, отже, смак аперитиву виходив досить гірким.
- Вода: у воду додавали кілька крапель винного оцту, що надавало їй свіжості. Цей метод застосовувався також для дезінфекції. Його вживали легіонери і мандрівники. До речі, жоден римлянин не вирушав в дорогу без флакона з оцтом.

- Вино: червоне вино настоювали на ароматних травах, потім проціджували і безпосередньо за столом розбавляли водою в пропорції 1:1 і більше. Визмкуну вино подавалося теплим, а влітку прохолодним.
- Хліб: тісто як для піци, 200-300 грам борошна грубого помелу на людину, дріжджі, сіль, порізані чорні оливки без кісточок або злегка розкришені очищені волоські горіхи. Поставити для бродіння на 2 години, після чого вийняти, скачати в кулю, приплюснути і накреслити зверху хрест. Залишити ще на годину для бродіння, а потім випікати в дуже гарячій духовці.
- Солонa суміш: вживалася для зберігання продуктів, включала морську сіль і різні подрібнені трави і прянощі (насіння кропу, анісу, білий перець, орігану, м'яту, сальвію, петрушку).
- Оливкова олія: додати в оливкове масло екстракласу лавровий лист і морську сіль. Тримати три дні, а потім процідити. Масло виходить міцним та гірким.
- Печеня з печінки й легень: налити в глиняний горщик оливкову олію і червоне вино. Додати порізану цибулю, м'яту, чорний перець, трохи часнику, 200-300 гр. печінки і 1 легеню (дрібними шматочками). Потім покласти туди корінь та листя петрушки, трохи орігану і вичавити сік лимона, додати столову ложку меду. У середині варіння влити ще трохи вина, а в кінці додати трохи борошна.

Солодкі страви: взяти фініки, вийняти з них кісточки і начинити подрібненими волоськими горіхами або меленим перцем. Посолити зверху і обсмажити в киплячому меду. Наприкінці вечери подавалися листя сальвії, які використовували для очищення зубів, як зубна паста.

Існували й особливості облаштування обідніх кімнат у заїжджих дворах. Незалежно від розмірів приміщення, обіднім центром, навколо якого організовувалася трапеза, був невеликий стіл, з трьох сторін оточений масивними, найчастіше кам'яними ложами. З четвертого боку столу

доступ відкривався тим, хто обслуговував трапезу, міняв страви та прилади, розрізав м'ясо, підливав вино. На ложа накидали багато тканин і подушок, якими відокремлювали місце одного співтрапезника від іншого. У залі панувала жахлива тіснява. Скупчені люди, розігріті вином та їжею, невпинно потіли і, щоб не застудитися, користувалися спеціальними накидками.

Не менша тіснява панувала і на столі, дуже невеликому за розміром і тому нездатному вмістити всі таці з їжею. Її доводилося приносити та ставити на стіл і розкладати на тарілки, або підносити кожному окремо. Тому використовувалися допоміжні столики-серванти. Вино спочатку розливали по великих судинах – у заможних людей вони були зі скла або навіть кришталю і вже звідти розливали його спеціальним черпаком в келихи.

Транспортний чинник відіграв дуже важливу роль у розвитку сфери гостинності в Давньоримській державі. В міру розбудови дорожньої мережі Давнього Риму, яка доходила до найвіддаленіших куточків цієї античної держави (наприклад, в сучасній Україні – це Крим (Віа Мілітаріс), Закарпаття (давньоримська провінція Верхня Дакія), Кам'янець-Подільський (Замковий міст), уздовж усіх доріг була створена регулярна мережа заїжджих дворів та поштових станцій з послугами проживання (ночівлі), харчування, інформаційного забезпечення (ітинерарії) тощо. Ці античні заклади гостинності мали свій поділ за якістю послуг та ціною, свої особливості організації обслуговування подорожуючих та забезпечення їхніх потреб. Ці знання стануть в нагоді майбутнім фахівцям сфери туризму та готельно-ресторанної справи не тільки в плані зміцнення їх фахової компетентності, але й в аспекті врахування впливу транспортного чинника на розвиток та розміщення закладів сфери гостинності в сучасній Україні. Як успішний приклад, можна навести створення мережі ресторанів української кухні «Батьківська хата» на автотрасі «Київ-Одеса», а це важлива ділянка міжнародного транспортного коридору ПЕК № 9 «Гельсінки-Санкт-Петербург-Київ-Одеса».

Список використаних джерел

1. Барометр міжнародного туризму Всесвітньої туристичної організації UNWTO, № 1 січень 2014
2. Боголюбов В.С., Орловська В.П. Экономикатуризма. 3-е изд. – М. : Академия, 2005. – 192 с
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. Матеріали 6-ї Міжнародної науково-практичної конференції (28-29 квітня 2011 р., м. Луганськ). – Вип. 6. – Т. 2. – Луганськ, 2011. – С. 171- 177.
4. В УжНУ вивчатимуть вплив виноробства на розвиток туризму. Закарпаття. Електронний ресурс Режим доступу <http://zakarpattia.net.ua/News/83829> <http://www.vina-trubetskogo.com.ua/news>
5. В Україні запустили виробництво органічних вин. Електронний ресурс. Режим доступу <http://provoker.com.ua/archives/2177>
6. Веденин Ю.А., Кулешова М. Е. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Известия АН. Сер. геогр. – 2001. – № 1.
7. Вина ТМ «Колонист» – создаём традиции www.kolonist.com.ua/
8. Гоблик-Маркович Н.М. Активізація маркетингового забезпечення розвитку туристичної сфери регіону. Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 2 (4).
9. Головчан А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними // Збірник наукових праць «Торгівля і ринок України». – 2009. – № 27. – С. 157-161.
10. Гончарова Н.А., Кирьянова Л.Г. Управление жизненным циклом дестинации // Известия Томского политехнического университета. 2011. – Т. 318. – № 6.
11. Данильчук В.Ф. Развитие рынка туристических услуг в условиях промышленных регионов Украины // Вісник ДІТБ. – 2011. – №15. – С. 283-290.
12. Європейська рада винних доріг <http://www.europeanwinecouncil.com/>

13. Зорин А. И. Дидактико-квалификационный комплекс профессионального туристского образования. Автореф. ... уч. степени д-ра педагог. наук по спец. 13.00.08 – теория и методика профессионального образования, М., 2012.
14. Зорин А.И. Дестинация в контексте ЮНЕСКО. – М.: РМАТ, 2011. – 156 с.
15. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Справочник. М: Изд. «Финансы и статистика», 2003. – 368 с.
16. Иванов С.В., Домарецкий В.О., Басюк Д.И. и др. Винный туризм. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. – 472с.
17. Kaspar C. Das Schweizerische Tourizmuskonzept. – Bern, 1979
18. Каноністова З.С. Тематический туризм. Вина Европы. Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/kanonistova.htm
19. Киптенко В.К. Туристический регион и туристический продукт – место // Менеджмент туризма. Режим доступ [ahttp://vokrug-sveta.com.ua/biblio/menegmentturizma.html](http://vokrug-sveta.com.ua/biblio/menegmentturizma.html)
20. Кирьянова Л.Г. Маркетинг туристских дестинаций. – Ольборг: Ольборгский университет, 2010. – 268 с.
21. Кларк О. Винная энциклопедия. – М. : Изд – во ВВРГ, 2005
22. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012 // Географія та туризм : Наук. зб./ Редкол. Я.Б. Олійник та ін. – К.: Альтерпрес, 2011. – Вип. 14. – С.101-106.
23. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. Маркетинг мест. – М., 2007.
24. Кулешова М.Е. Культурные ландшафты: общие представления, понятия, подходы к оценке // Экологические проблемы сохранения исторического и культурного наследия. – М.: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия, 2007
25. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтпрес, 2005. – 436 с.

26. Маслов Е.С. Можливість розвитку винного туризму та готельного комплексу // Вчені записки ТНУ. Серія : економіка, 2007. – Т.20 (59). – №1. – С.102-107.
27. Машкович Е.А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики / / Известия Иркутской государственной экономической академии, 2007. – № 6
28. Офіційний сайт Постійного представництва України при ЮНЕСКО. Режим доступу: <http://unesco.mfa.gov.ua/ua/ukraine-unesco>,
29. Офіційний сайт ЮНЕСКО. Режим доступу: <http://whc.unesco.org/en/criteria/>
30. Офіційний сайт ЮНВТО. Словник туристичних термінів. Режим доступу: <http://statistics.unwto.org/content/compendium-tourism-statistics> 4
31. Павлова Є.М. Дестинация как концепт развития региональной системы непрерывного профессионального туристского образования. Тема дис. и автореф. по ВАК 13.00.08, д-р пед. гаук, Научная библиотека диссертаций и авторефератов disser Cat<http://www.dissercat.com>
32. Пергат А.П. Винный туризм Украины как составляющая винных туров Европы// Проблемы материальной культуры – Географические науки С. 85-89
33. Проект За ко ну У к р а ї н и «Про туризм» (нова редакція), 2014 Режим доступу: www
34. Рибінцев В.О. Маркетинг винограду і вина. – Рукопис. Дис. ... наук. ступ. д-ра економ. наук за спец. 08.06.02 – підприємництво, менеджмент і маркетинг. – Інститут аграрної економіки УААН, К., 2002.
35. Словник бізнес термінів http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/12698.
36. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун – т, 2009. – 463 с.
37. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія/ А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. За заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 388 с.
38. Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник-довідник: Навчальний посібник. – К.: Дніпро, 2000. – 160 с.

39. Шольц-Куликов Е.П. Маршруты винного туризма в Крыму // Крымские каникулы. – 2011. – №1 (12). – С.48-50.
40. Шпарга Т.І., Бойко В. Ринок винного туризму причорноморського регіону як перспективний напрям тематичного туризму в Україні // Географія та туризм: Наук. зб. / Редкол. Я.Б.Олійник та ін.. – К.: Альтерпрес, 2011. – Вип. 14. – С.46-52.
41. Экономика туризма : теория и практика : учебное пособие / К. Купер, Д. Флетчер, Д. Гильберт и др. – С.Пб.: Омега, 1998. – Т.1. – 200 с.
42. Butler R. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources // Canadian Geographer. – 1980. – V. 24. – № 1. – P. 5-1
43. Globaleconomicvitiviniculture. 2013 / Режим доступа www.oiv.int/oiv
44. Hallandoth. Winetourism around the world / Мировой винный туризм. Elsevier Butterworth-Heinemann. 2000г. – 348 с.
45. <http://koblevo.ua>
46. <http://www.beykushwinery.com/>
47. <http://www.leanka.com/ukr>
48. <http://www.tavria.ua>
49. <http://www.ungvarskiy-hotel.com.ua/ua/restoran.html>
50. <http://www.vina-trubetskogo.com.ua/news>
51. International federation of organic agriculture movements
52. Neil Leiper. Tourism Management. – Pearson Education Australia, 2004. – 455 с.
53. OECD Regional Clusters in Europe // Observatory of European SMEs. – 2002. – №. 3. p. [Electronic resource – PDF document]. – Access regime: http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/innovation/pdf/library/regional_clusters.pdf
54. Organic Trade Association (OTA) [Electronic resource]. – Access regime: <http://www.ota.com/organic/mt/business.html>.
55. Pearce P. Tourism Development. – L, 1981
56. UNWTO Highlights 2014 Edition. Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>

