

УДК 339.138  
DOI 10.15673/fe.v14i1.2271

**Добрянська Н.А.**

доктор економічних наук, професор  
кафедра туристичного бізнесу і рекреації  
E-mail: semen-198@te.net.ua  
ORCID ID: 0000-0002-0826-8840

**Саркісян Г.О.**

доктор економічних наук, професор  
кафедра туристичного бізнесу і рекреації  
E-mail: anutasark@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0001-7362-3637

**Крупіца І.В.**

кандидат економічних наук, доцент  
кафедра туристичного бізнесу і рекреації  
E-mail: krupichka@ukr.net  
ORCID ID: 0000-0003-1438-5039

**Бирка К.М.**

магістрант  
кафедра туристичного бізнесу і рекреації  
Одеська національна академія харчових  
технологій  
вул. Канатна 112, м. Одеса, Україна, 65039  
E-mail: birkak3@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-5257-399X

## АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ЕНОТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

В статті проведений аналіз особливостей міжнародного ринку енотуристичних послуг. Визначено поняття енотуризму та енотуристичних послуг, охарактеризовано види послуг, що складають комплекс туристичного продукту. Виділено дестинації, де популярний даний вид туризму та вказано їх поділ відносно історії розвитку виноробної справи. Наведено перелік найкращих винних готелів та найкращих ресторанів з винною картою світу. Описано особливості додаткових послуг енотуризму. Визначено сутність понять лікувально-профілактичних та косметичних процедур, які носять назву ампелотерапія, енотерапія. Представлено актуальні дослідження ринку спільного проекту німецького університету Гайзенхайма та представників виноробної галузі країни, яке полягало в ефективності надання споживачам енотуристичних послуг. Зазначено країни-лідери за кількістю виробництва вина та за індексом туристичної конкурентоспроможності в усіх туристичних макрорегіонах та виявлено тенденцію недостатнього розвитку туристичної індустрії, в тому числі і винної. На підставі вивченого матеріалу запропоновано рекомендації щодо поліпшення розвитку ринку енотуристичних послуг.

**Ключові слова:** ринок, міжнародний ринок, енотуризм, послуги.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** На сьогодні розвиток енотуризму в світі – це пріоритетний та прибутковий напрямок туристичного ринку. Зберігається тенденція подорожі на короткий період з великою кількістю емоцій та вражень. Для того, щоб задовольнити потреби споживача створюється необмежений ряд туристичних дестинацій з унікальними локальними ресурсами. Гастрономія відіграє чималу роль при розробці туристичного продукту. Одним із видів гастрономічного туризму є енотуризм, який користується популярністю серед міжнародних туристів. Саме культура споживання та подачі вина викликає туристичний інтерес до процесу виноградарства та виноробства. Пандемія COVID-19 спричинила зниження кількості туристів та вагомі втрати в туристичному секторі, в тому числі в винному. Ринок послуг винного туризму змінився та залишається користуватися попитом.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Важливість досліджень пов'язаних з розвитком винного туризму та послугами даного ринку підтверджується значною кількістю присвячених робіт О.О. Лю-

біцевої, В.А. Рибінцева, Т.І. Шпараги, Д.І. Басюк, В.В. Бойко, Т.І. Божук та праць інших вчених.

**Формулювання цілей дослідження.** Мета дослідження полягає в розгляді міжнародного ринку енотуристичних послуг. Завданням статті є: проаналізувати ринок винного туризму та вплив пандемії COVID-19; виявити перспективи та шляхи розвитку енотуристичних послуг.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Поняття енотуризму або винного туризму виникло ще в ХХ ст. Люди почали звертати увагу на локальні страви, напої та смакувати їх на місці виготовлення. Всесвітня туристична організація (UNWTO) зазначає, що енотуризм (винний туризм), як підвид гастрономічного туризму, має на меті відвідування виноградників, виноробних підприємств, дегустацію, споживання та / або придбання вина в місці виробництва або поблизу [1].

Отже, винний туризм – підвид гастрономічного туризму, який передбачає ознайомити туриста з історією створення вина, показати етапи виноробства, культуру споживання та подачі, дати можливість продегустувати на місці виробництва та взяти участь

в винних фестивалях та інших тематичних заходах. В 2016 р. відбулася значна масштабна подія, яка дала поштовх та змінила стратегічний напрямок розвитку даного виду туризму – це тематична конференція в Грузії під організацією Всесвітньої туристичної організації. Наразі в 2021 р. в вересні пройшла вже 5 конференція, результатом якої стало прийняття рішень

щодо створення потенціалу винного туризму у сільських місцевостях після пандемії COVID-19 [2]. Ринок послуг енотуристичного ринку досить великий. Їх слід розділити на основні, додаткові, супутні та охарактеризувати більш детально (рис. 1). Комплекс послуг формує продукт винного туризму – винний тур.

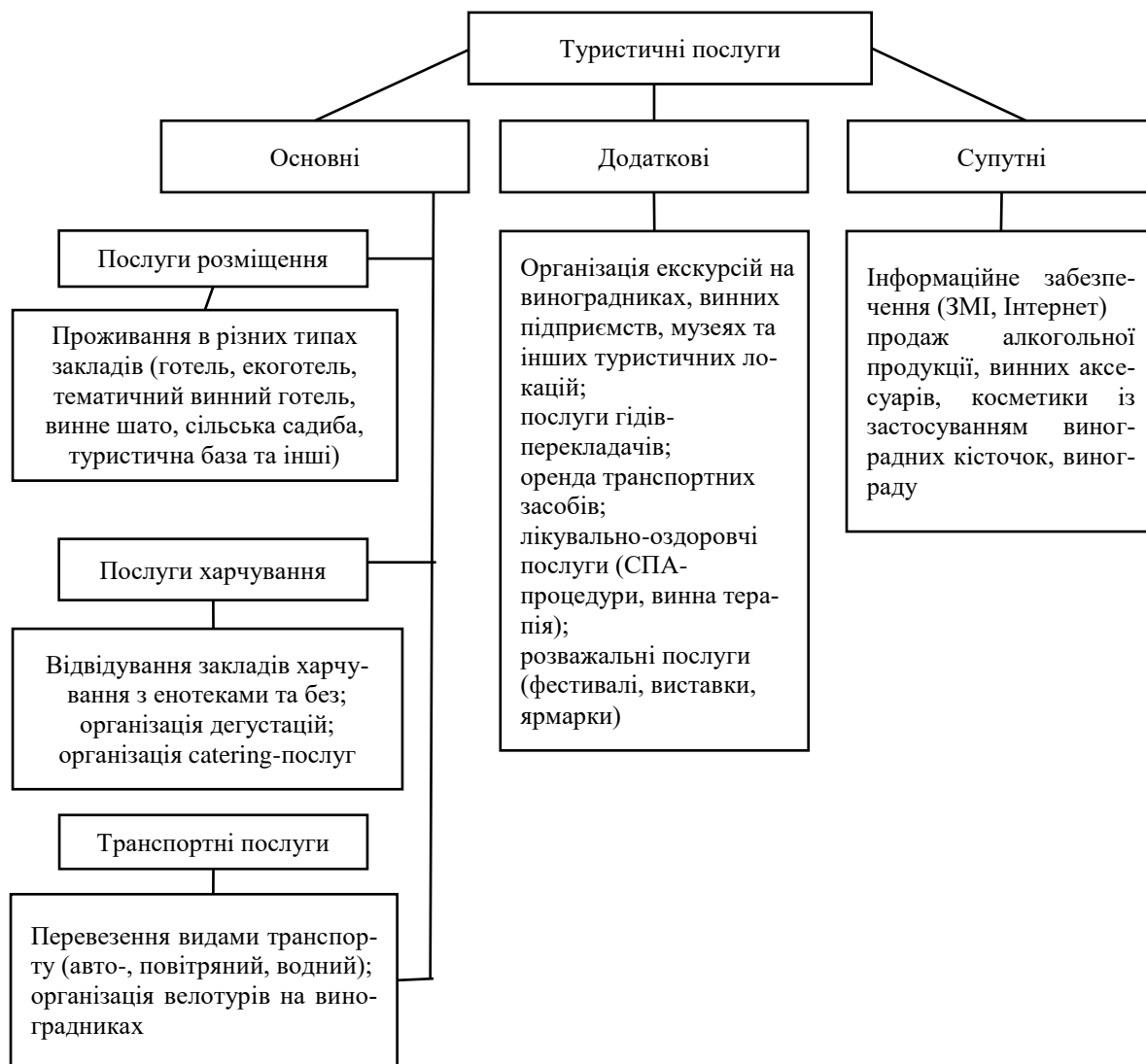


Рис. 1. Туристичні послуги енотуризму\*

\* побудовано авторами [5; 9; 10]

Географія винного туризму поширюється на всі регіони світу, окрім Антарктиди та Арктики, за рахунок відсутності природно-кліматичних умов. Серед країн, які займають провідні позиції в дослідженому ринку слід виділити – країни «Старого світу» – Італію, Францію, Іспанію, Німеччину та Португалію (Європейський регіон) та країни «Нового світу» – США, Канаду, (Північноамериканський регіон), Аргентину, Чилі (Південноамериканський регіон), Австралію та Нову Зеландію (Австралійсько-океанічний регіон). Слід зазначити, найбільше популярних «винних країн» знаходиться в Європейському регіоні. Кожна дестинація має свої особливості на-

дання послуг, які диверсифікуються залежно від економічно-соціального середовища, природних ресурсів, історичних надбань та сукупності господарських об'єктів.

Основними енотуристичними послугами є проживання, харчування, транспортне обслуговування. Туристи-гурмани можуть розміщуватися в різних закладах, як і в сільських екосадибах, так і в історичних шато. Такий різновид розміщення найбільш характерний для Європейського регіону. Слід зазначити найвідоміші винні готелі, а саме – «L'Andana Tenuta La Badiola» – винний готель, розташований на території колишньої резиденції сім'ї Медичі (Італія,

Тоскана); «Chateau De Bagnols» – замок надзвичайної краси побудований в 13 ст. (Франція, Божоле); «Le Sours de Caudalie» – перший винний готель в Європі, який включає два ресторани, СПА - центр, де здійснюють процедури на основі вина та винограду (Франція, Бордо); «Aquaruga» – колишнє фермерське господарство, яке побудував один із відомих виробників портвейну (Португалія, долина Дору).

Наступна приваблива локація енотуристичного ринку – заклади харчування. Спеціалізовані винні ресторани, крім продажу алкоголю, пропонують участь в тематичних майстер-класах в виготовленні страв з додаванням вина та проводять дегустації. В Італії ціна за надану послугу становить від 50 євро за одну людину. На сьогодні майже в кожному підприємстві харчування високого класу працюють професійні сомельє, які можуть проконсультувати щодо бажаного вибору алкогольного напою. Крім ресторанів великою популярністю користуються винні бари з великим асортиментом алкогольних напоїв. За оцінкою «Wine Spectator» в 2021 році в 5 найкращих ресторанів світу з обширною винною картою увійшли «Acquerello» (Сан-Франциско, США), «Addison» (Сан-Дієго, США), «Ai Fiogi» (Нью-Йорк, США), «Alfredo Di Roma Mexico» (Мехіко, Мексика), «The American Hotel» (Нью-Йорк, США). Серед цих закладів в середньому винна карта нараховує 1,5 тисячі видів вина та містить в енотеці 10 тисяч пляшок [3].

Наступним важливим фактором для галузі є транспортне обслуговування винних любителів. Зазвичай при розробці винного туру компанії використовують автомобіль або автобус. Рідше використовують велосипеди або ж піші прогулянки. Аби підвищити рівень атрактивності винних локацій знавці впроваджують застосування нових та зручних засобів пересування під час прогулянки на виноградниках, до прикладу двоколісні електросамокати – сігвеї. Також великої популярності набули катання верхи на конях.

Великий ряд додаткових послуг енотуризму сприяє збільшенню ще більшої мотивації до винного туру. Як правило, кожне виноробне господарство організовує екскурсії на виноградних плантаціях, винних цехах, заводах. Під час яких гід розповідає про процеси виробництва вина, показує технічне обладнання та навчає особливостям культури споживання. При завершенні зазвичай є можливість придбати алкогольний напій як гарант якості та іншу сувенірну продукцію. Обов'язковою частиною екскурсії є дегустація вина, міцних напоїв в дегустаційних залах чи автентичних виноградних погребках.

Не менш цікавими винними туристичними дестинаціями є спеціалізовані винні музеї. Найвідоміший з них – «La Cité du Vin» (Бордо, Франція). Він об'єднує ресторани, дегустаційні зони, бутик-магазин, концертний зал, читальний зал, інформаційний центр, енотеку, інтерактивні виставкові кімнати. З 2016 р. по 2021 р. 1,5 млн. туристів відвідали знаменитий цей музей [4].

Важливою складовою енотуризму є організація тематичних фестивалів, святкування та знакових

подій для виноградарства (початок та кінець збору врожаю). Дуже часто туристичний продукт ринку винного туризму доповнюється та насичується послугами ринку екотуризму (фестивали «Whale Festival» в Мендосіно, «Sand Hill Crane» в Лоді, Каліфорнія). Найчастіше продукт ринку винного туризму пов'язують з гастрономічним туризмом під форматом фестивалів «Sonoma Country Showcase of Food & Wine» (чотириденний), «Vintage» в Мексиці (десятиденний), «Aspen Food & Wine Classic» в Колорадо [5].

Вино та виноград також використовується в лікувальних цілях. Ампелотерапія – метод, який включає різні варіації лікування виноградом та його соком. Натомість енотерапія – це лікування за допомогою виноградного вина, яке передбачає дозоване вживання вина. Позитивний вплив від ампелотерапії відзначали ще Гіппократ, Асклепій, Пліній та арабські лікарі. А енотерапія інколи спричиняє алкоголізм. Однак для цього достатньо не перевищувати рівень споживання вина. Оздоровчі комплекси, які використовують такі методи лікування гармонійно доповнюють винні тури.

Однією з форм винного туризму є створення винних шляхів, доріг, які складаються з винних центрів, виноробень, енотек, винних шато, закладів громадського харчування, фермерських господарств. Маршрут прокладений таким чином, щоб турист зміг побачити виноградники, з якого виробляють вино, ознайомитися з місцем виробництва, поспілкуватися з робітниками підприємства, дізнатися рецептуру вина, продегустувати його, доторкнутися до бочок, в якому зберігаються винні запаси, побувати в енотеці, відчувати себе герцогом чи герцогинею в винному шато, спробувати страви в поєднанні з алкогольними напоями. Такі винні маршрути прокладаються в Франції, Іспанії, Португалії, Італії, Грузії, Молдові, Австралії, Каліфорнії, Чилі, Аргентині, у всіх країнах туристичних макрорегіонів, де вино високо оцінюється як харчовий продукт, який рекламує країну, традиції і звичаї.

Пандемія COVID-19 змінила напрямок розвитку енотуристичних послуг. Заборона переміщення туристів спричинила зменшення відвідувань в винні локації, заклади громадського харчування та відсутність проведення тематичних заходів, фестивалів, виставок та ярмарок. Однак кількість виробництва вина в світових країнах лідерів показує позитивну динаміку протягом 2019 та 2020 років (рис.1).

На рис. 1 показано, що виробництво вина в Італії збільшилося на 3 %, Франції – 11 %, Іспанії – 21 %, а в США зменшилося на 11 %.

З метою збільшення збуту продукції та для підтримки туристичного бренду вина експерти запровадили декілька інновацій під час пандемії:

- онлайн-продажі напоїв, винних аксесуарів;
- доставка наборів для дегустацій ( кілька зразків вина, дегустаційний сет з сиру, крекерів, горішків);
- продаж подарункових сертифікатів для майбутнього використання;

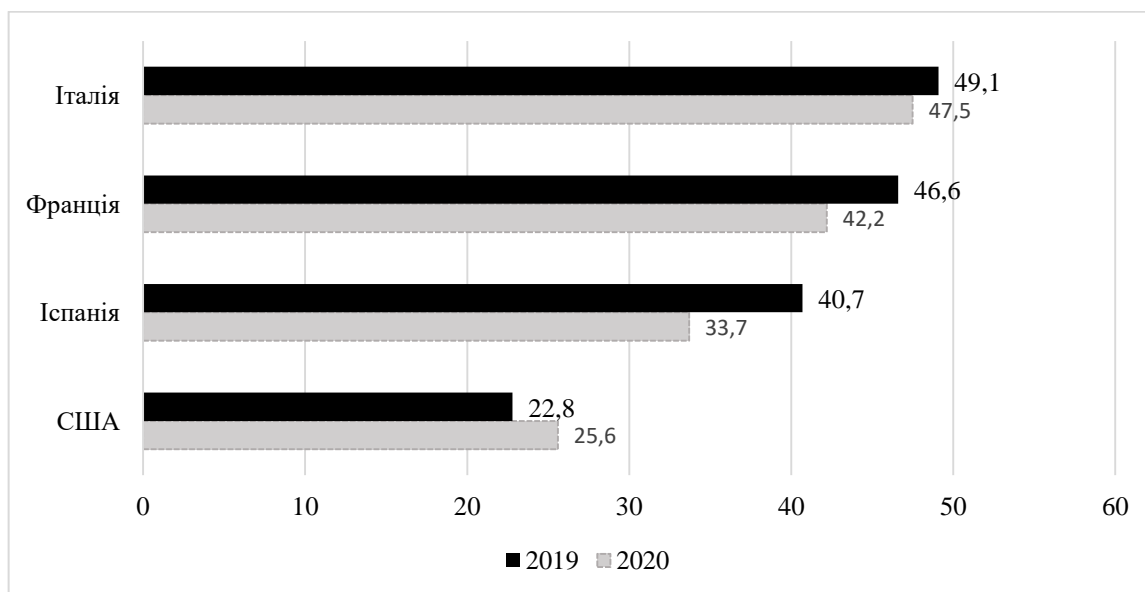


Рис. 1. Виробництво вина світових країн лідерів в 2019-2020 рр. (млн. гектолітрів)\*

\* побудовано авторами [7]

– онлайн-дегустації в відеоформаті на платформі Zoom;

– віртуальні екскурсії на виноробні [8].

За інформацією наукового дослідження німецького університету

Гайзенхейма, під час якого були зібрані дані з 1 423 виноробнів 42 країн в січні 2021 р., он-лайн дегустації збільшили продажі алкогольної продукції. Більше половини винних підприємств визнали їх прибутковими. А 80 % , які не проводили дегустації

такого формату будуть організовувати в подальшому [9].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що міжнародний ринок енотуристичних послуг достатньо насичений. Вплив пандемії COVID-19 негативно посприяв зниженню туристичного потоку на винні локації. Надання енотуристичних послуг стало неможливим. Однак завдяки інноваційним впровадженням винна індустрія та туристичний сектор поступово буде відновлюватися та розвиватися.

## Література

1. World Tourism Organization (2019), UNWTO Tourism Definitions: UNWTO: Madrid: [website]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858> (дата звернення: 20.11.2021)
2. World Tourism Organization. Event: [website]. URL: <https://www.unwto.org/event/5-unwto-global-conference-on-wine-tourism> (дата звернення: 20.11.2021)
3. Wine Spectator. Restaurants. Snapshots of Wine Spectator's Grand Award Winners: [website]. URL: <https://www.winespectator.com/articles/snapshots-of-wine-spectator-s-grand-award-winners> (дата звернення: 20.11.2021)
4. Bordeaux Tourisme & Congres. Musee de Bordeaux. «La Cité du Vin»: [website]. URL: <https://www.bordeaux-tourisme.com/musees-bordeaux/cite-du-vin-monde-cultures> (дата звернення: 20.11.2021)
5. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. Одеса : Астропринт. 2013. С.334
6. International organization of vine and wine: Homepage: Technical standarts and documents: Statistical analysis: State of the Vitiviniculture Market in 2020: [website]. URL: <https://www.oiv.int/public/medias/7909/oiv-state-of-the-world-vitivinicultural-sector-in-2020.pdf> (дата звернення: 20.11.2021)
7. UNWTO. Events. UNWTO-OIV Webinar «Innovating in wine tourism in the context of COVID-19». Roberta Garibaldi: The impact of COVID on wine tourism: [website]. URL: <https://www.unwto.org/events/innovating-in-wine-tourism-in-the-context-of-covid-19> (дата звернення: 20.11.2021)
8. Francesca Lamantea (2021). Winetourism.com. Global survey on Online Wine Tastings. URL: <https://www.winetourism.com/winetourism-geisenhein-global-survey/> (дата звернення: 20.11.2021)
9. Добрянська Н. А., Попович В.В. «Зелений» туризм як стратегічний напрям соціально-економічного розвитку регіонів України // Економіка: реалії часу. 2018. № 3 (37). С. 20-28. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No3/20.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.1326369. (дата звернення: 20.11.2021)

10. Dobrianska N., Nikoliuk O., Lebedieva V. Organizational and economic measures of tourism development on the example of the Avangard United Territorial Community of Odessa region // Food Industry Economics. 2019. Vol.11, Issue 3. P. 88-96. doi: 10.15673/fie.v11i3.1466

Стаття надійшла 10.12.2021  
Стаття прийнята до друку 24.12.2021  
Доступно в мережі Internet 28.04.2022

**Dobrianska N.**

Doctor of Economics, Professor  
Department of Tourism Business and Recreation  
E-mail: semen-198@te.net.ua  
ORCID ID: 0000-0002-0826-8840

**Sarkisian G.**

Doctor of Economics, Professor  
Department of Tourism Business and Recreation  
E-mail: anutasark@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0001-7362-3637

**Krupitsa I.**

PhD, Associate Professor  
Department of Tourism Business and Recreation  
E-mail: krupichka@ukr.net  
ORCID ID: 0000-0003-1438-5039

**Byrka K.**

Undergraduate  
Department of Tourism Business and Recreation  
Odessa National Academy of Food Technologies  
Kanatna str., 112 Odesa, Ukraine, 65039  
E-mail: birkak3@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-5257-399X

## ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL MARKET OF ENOTOURISM SERVICES

The article analyzes the features of the international enotourism market. The concepts of enotourism and enotourism services have been defined, the types of services that make up the complex of a tourist product (basic, additional, accompanying) have been characterized. The destinations where this type of tourism is popular have been highlighted and their division according to the history of the development of wine-making (the countries of the "Old World", the countries of the "New World") has been indicated. Accommodation, food and transport services have been considered with special attention. Here is a list of the best wine hotels and top restaurants with a wine list in the world. The features of additional services of enotourism have also been described: excursions to wineries and specialized wine museums (namely, the French museum La Cité du Vin); organization of thematic festivals. The characteristics and world practice of wine tourism and significant events for viticulture have been given. The essence of the concepts of therapeutic and prophylactic and cosmetic procedures, which are called ampelotherapy, enotherapy, has been determined. One of the forms of enotourism is the formation of a wine route, consisting of wine centers, winemaking, enoteca, wine chateau, catering establishments, farms. The article presents current market research of a joint project of the German University of Geisenheim and representatives of the country's wine industry, which consisted in the effectiveness of providing consumers with tourist services. Leading countries in terms of wine production and tourism competitiveness index in all tourism macroregions in 2019 have been indicated, and a tendency towards underdevelopment of the tourism industry, including the enotourism one, has been revealed. On the basis of the studied material, recommendations for improving the development of the tourist services market have been proposed.

**Key words:** market, international market, wine tourism, services.

### References

1. World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. UNWTO. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>
2. World Tourism Organization. UNWTO. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.unwto.org/event/5-unwto-global-conference-on-wine-tourism>.
3. *Restaurants. Snapshots of Wine Spectator's Grand Award Winners*. Wine Spectator. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.winespectator.com/articles/snapshots-of-wine-spectator-s-grand-award-winners>
4. *Musee de Bordeaux. «La Cité du Vin»*. Bordeaux Tourisme & Congres. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.bordeaux-tourisme.com/musees-bordeaux/cite-du-vin-monde-cultures>
5. Herasyenko, V. H. (Ed.). (2013). *Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku*. Astroprint.

6. *State of the Vitiviniculture Market in 2020* (2021). International organization of vine and wine: [website]. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.oiv.int/public/medias/7909/oiv-state-of-the-world-vitivinicultural-sector-in-2020.pdf>

7. Roberta Garibaldi (2020). *The impact of COVID on wine tourism. UNWTO-OIV Webinar «Innovating in wine tourism in the context of COVID-19»*. UNWTO. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.unwto.org/events/innovating-in-wine-tourism-in-the-context-of-covid-19>

8. Francesca Lamantea (2021). *Global survey on Online Wine Tastings*. Winetourism.com. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.winetourism.com/winetourism-geisenhein-global-survey/>

9. Dobrianska, N. A., & Popovych, V. V. (2018). «Zelenyi» turizm yak stratehichniy napriam sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv Ukrainy. *Ekonomika: realii chasu*, (3(37)), 20-28. Retrieved November 20, 2021, from <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No3/20.pdf>. doi: 10.5281/zenodo.1326369.

10. Dobrianska, N., Nikoliuk, O., & Lebedieva, V. (2019). Organizational and economic measures of tourism development on the example of the Avangard United Territorial Community of Odessa region. *Food Industry Economics*, 11(3), 88-96. doi: 10.15673/fie.v11i3.1466

Received 10 December 2021

Approved 24 December 2021

Available in Internet 28.04.2022

Цитування згідно ДСТУ 8302:2015

Добрянська Н.А., Саркісян Г.О., Крупіца І.В., Бирка К.М. Аналіз міжнародного ринку енотуристичних послуг // Економіка харчової промисловості. 2022. Т.14, вип. 1. С.80-85. doi 10.15673/fie.v14i1.2271

Cite as APA style citation

Dobrianska, N., Sarkisian, G., Krupitsa, I., & Byrka, K. (2022). Analysis of the international market of enotourism services. *Food Industry Economics*, 14(1), 80-85. doi 10.15673/fie.v14i1.2271