

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-60>

УДК 338.48

ВИННИЙ ТУРИЗМ ЧИЛІ: СУЧАСНИЙ СТАН, РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТІВ, ІННОВАЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

WINE TOURISM OF CHILE: CURRENT STATE, PROJECTS IMPLEMENTATION, INNOVATIONS, PERSPECTIVES

Бут Марина Григорівнакандидат географічних наук,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7009-707X>**Фокін Сергій Павлович**кандидат педагогічних наук
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1522-7254>**Кучеренко Валентина Степанівна**старший викладач,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7901-8858>**But Maryna, Fokin Sergey, Kucherenko Valentina**
National Aviation University

Стаття присвячена винному туризму в Чилі, зокрема характеризує його сучасний стан, включаючи компонентну, територіальну (винні регіони, субрегіони, апелюсїони та шляхи) та організаційно-управлінську структуру, розгляд та аналіз окремих проектів, інновацій, стратегій в галузі. Розглянуто та систематизовано попередні дослідження з даної теми, переважно англо- та іспаномовні, а також статистичні дані. Проведено аналіз кількості туристичних прибуттів, співвідношення національного та іноземного туризму та кореляції цих результатів зі стратегіями розвитку винного туризму, як національного рівня, так і окремих маркетингових кампаній. Виявлено та окреслено особливості чилійського енотуризму: історичні передумови, ресурсну базу, фактори розвитку, проблеми та перспективи галузі. Виокремлені вектори розвитку, що можуть бути використані для зростання винного туризму в Україні.

Ключові слова: винний туризм, енотуризм, винні шляхи, Чилі, винний туризм Чилі.

The article is devoted to the wine tourism of Chile, its current state and features, which includes the implementation of different projects, innovations, strategies of various levels. The purpose of the study is to outline the modern Chilean wine tourism functional structure, in particular the geographical (territorial), component and management (organizational) structure. And also, to reveal the peculiarities of Chilean wine tourism, development factors, problems and prospects of the industry. The article's relevance lies in the fact that today there are no domestic (in Ukrainian) publications that provide an up-to-date comprehensive description of wine tourism in South American countries, particularly Chile. The experience of the country, despite the difference in resource provision, can be relevant for Ukraine as well. For a long time, wine tourism remained "Europe-centric", both from a scientific and a practical point of view. Most of the scientific works studied the experience of European countries, and tour operators organize trips to the classic wine-producing countries of the Old World. Therefore, an in-depth study of Chile – a successful country that is in the top-10 world rankings in many positions – is very relevant. The research was conducted using general scientific methods and approaches – historical, analysis, synthesis, comparison, analogies, etc. Special attention is paid to the analysis of statistical data, their mutual correlation and graphic display. Obtained results: the modern features of Chilean wine tourism were identified and outlined, in particular, historical prerequisites, resource base, development factors, modern structure of tourist offer, features of demand, territorial organization (regions, subregions, appellations, roads), infrastructure, features of strategies implementation and realizing on various levels, problems and prospects of the industry. Chilean case wine tourism

development vectors that can be used in Ukraine are singled out. The practical value of the article is that it can be used not only by scientists for further research and compilation of successful projects, but also by tour operators or independent tourists to develop travel routes.

Keywords: wine tourism, enotourism, wine routes, Chile, wine tourism in Chile.

Постановка проблеми. Тривалий час винний туризм, як явище залишався «Європо центричним», як з наукової, так і з практичної точки зору. Більшість досліджень вивчали досвід саме європейських держав, а туроператори організують подорожі до класичних виноробних країн.

Проте, на глобальному рівні з'являються такі країни як Чилі – що успішно впроваджують інноваційні проекти та технології, реалізують держані програми розвитку та кластерні ініціативи і виходять на перші місця в рейтингах розвитку винного туризму. Їх досвід часто залишається малодоступним для вивчення. Серед туроператорів організація винних турів до Чилі також є проблемою, не лише через відсутність масового платоспроможного попиту, адже такі тури досить дорогі для українців, а й через відсутність детальної інформації, представленості у міжнародних проєктах, тощо. Тому вивчення сучасного стану та структури енотуризму Чилі є досить важливим та актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню винного туризму в Чилі присвячені праці власне чилійських, а також європейських та американських вчених: Канело Дж. [1], Хойман Д., Хантер-Джонс П. [7], Кунц М. [8; 14], Нейш С. [10], Торрес Дж., Баррера Дж., Картерс С. [14]. У більшості з них дана комплексна характеристика сектору в останні роки, спираючись на статистичні дані та опитування серед туристів. Особлива увага в дослідженнях останнього десятиріччя приділена сталому розвитку. Золнокі Г., Тафель М., Стелтер А., Рідофф Н., Нільсон К. [13] розглядають сталий розвиток світового енотуризму, включаючи досвід Чилі, в той час як Фігуероа Е. та Ротароа Е. розглядали питання в рамках країни. Вивченням кластеризації чилійської економіки, зокрема формуванню винного кластеру присвячені публікації Джуліані Е., Белла М., Фелзенштейна К., та Дінса К. Особлива роль винного туризму при формуванні кластеру розглянута Віссером Е. [15].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні, відсутні вітчизняні публікації, що дають актуальну комплексну характеристику винного туризму країн Південної Америки, зокрема Чилі. Досвід

же країни, незважаючи на різницю у ресурсному забезпеченні, може бути актуальним і для України. В першу чергу в площині реалізації урядових та приватних ініціатив, інновацій, проєктів та програм, розбудови кластерів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження – окреслити сучасну функціональну структуру винного туризму в Чилі, зокрема територіальну, компонентну (галузеву) та організаційно-управлінську (проєктну) складову. А також виявити особливості чилійського енотуризму, фактори розвитку, проблеми та перспективи галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Чилі активно нарощує лідерські позиції на світовому винному ринку. Якщо в 2009–2010 рр. країна була 9–10 в списку експортерів, то з 2020 року займає четверту позицію за експортом вина, поступаючись лише Італії, Франції та Іспанії. Вино Чилі експортується у 157 країн світу. Основними ринками для бутильованого чилійського вина є КНР, Бразилія, Великобританія, Японія та США. Кожну годину у світі випивають 350 келихів чилійського вина [1]. Наявність чилійського вина у більшості країн світу та його відносна дешевизна, створює передумови для розвитку винного туризму – головний принцип якого – куштувати вино в місці його створення. Впізнаваність бренду, доступність та популярність у широкого кола споживачів гарантують стабільний потік винних туристів.

Туризм є сферою активного зростання для Чилі. У 2018 році Чилі відвідало приблизно 5,7 мільйонів міжнародних туристів. Прямий внесок туризму у ВВП оцінювався як 3,3%, а у зайнятість – 4,4%. Непрямий внесок оцінюють як 10,1% ВВП і 9,9% загальної зайнятості. Експорт туристичних послуг склав 2,4 трлн чилійських песо. Дохід від туризму всередині країни оцінюється в 3,9 трлн. У 2019 році кількість іноземних туристів зросла до 8,8 млн. чоловік У зв'язку з пандемією COVID-19, туристична індустрія зазнала значних обмежень і змін, проте динаміка 2022 та 2023 цілком позитивна [3].

Винний та гастрономічний туризм займає важливе місце серед туристичних послуг в країні. Потужним поштовхом до його розвитку була реалізація мультирегіональної стратегіч-

ної програми сталого винного туризму – державно-приватної ініціативи, що об'єднує провідні виноробні регіони та індустрію туризму. На сьогодні для відвідування доступно 339 винних господарств (86%), з яких 50 сертифіковані як екологічно чисті [5]. Це один з найбільших світових показників, як видно з діаграми представленої на рисунку 1.

Історія виноградарства та виноробства налічує в країні кілька століть і розпочинається з виноградарників при монастирях, створених іспанцями-колонізаторами. Перші виноробні, у сучасному розумінні цього слова, створені в 1850–1890-х роках, серед них – відомі та популярні і зараз – Сан-Педро (San Pedro), Еррасуріс Панкеуе (Errázuriz Panquehue), Санта-Ріта (Santa Rita), Ундуррага (Undurraga) та ін.

Про розвиток успішного експортно орієнтованого виноробства можна говорити з 1990-х. В цей же час зароджується і винний туризм, що стає масовим у 2000-х.

Ключовими подіями у розвитку винного туризму Чилі є: організація першої «винної дороги» регіоном Колчагуа (1997 р.); продовження проекту «винних доріг» та облаштування маршрутів у долинах Куріко, Мауле, Касабланка, Качапоаль (2000–2003 рр.); дослідження і створення винного кластеру (2006 р.); гармонізація туристичного та вино-

робного законодавства (2010 р.); створення першої Національної туристичної стратегії та оновлення її кожні 5 років (2012–2020 рр.); реорганізація винного маршруту в Касабланці та участь в глобальному проекті «Великі винні столиці» (2013 р.); Національний план розвитку сталого туризму (2014–2018 рр.); програма туристичної трансформації на 2016–2026 роки; перша програма розвитку винного туризму Чилі (2016–2017 рр.); Програми розвитку винного туризму Чилі до 2018 та 2026 року; проведення в долині Кольчагуа 4-ї Глобальної конференції UN WTO з винного туризму (2019) [6].

Досвід для України може бути запозичений саме серед цих послідовних етапів нормалізації законодавства, досліджень, прийняття стратегій та програм.

Ресурсами винного туризму в Чилі є: виноградарники (екскурсії, прогулянки); вино (дегустації, відвідування енотек); діючі виноробні підприємства (виготовлення вина, як за традиційною технологією, інновації); історичні виноробні підприємства та підвали; спеціалізовані музеї; події (винні фестивалі, виставки, аукціони, професійні конкурси, конференції).

Специфіка чилійського винного туризму – нетипова сезонність. У європоцентричному енотуризмі збір врожаю, а з ним і пік попиту

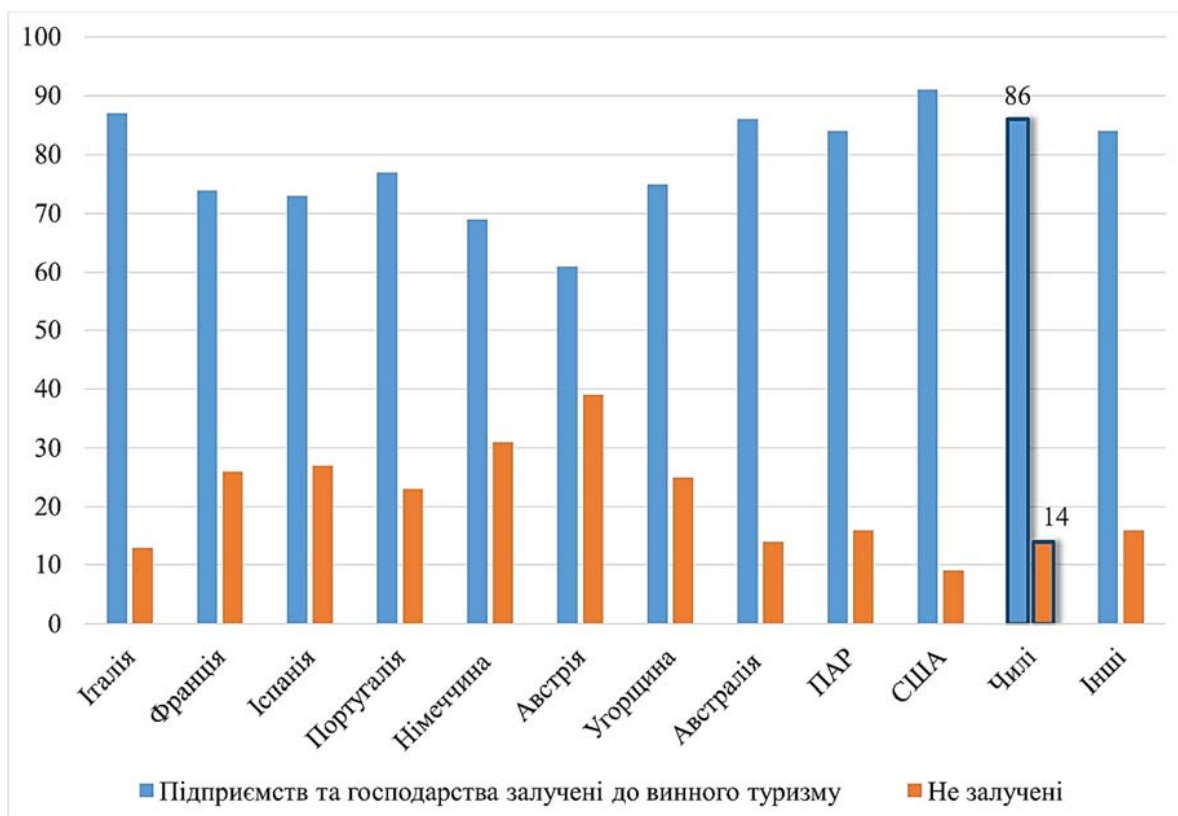


Рис. 1. Залученість виноробних підприємств до винного туризму у світі, %, станом на 2019 рік

на винні тури традиційно припадає на кінець літа – осінь. У Південній півкулі збір врожаю триває з лютого по квітень (в деяких регіонах також в січні). Якщо для туристів з Бразилії та Аргентини це є звичним, то для європейського, північноамериканського та азійського туристичних ринків це може стати нагодою пролонгувати сезон винного туризму або взагалі позбутися сезонності.

Станом на 2022 рік, кількість винних туристів (внутрішніх та іноземних) досягла майже 1 млн чоловік, демонструє позитивну динаміку та фактично вийшла на рівень 2019 року (рис. 2).

У Чилі традиційно переважають іноземні винні туристи (65%), що пов'язано з експортно орієнтованою винною промисловістю та власне стратегією розвитку винного туризму. Аналогічне чи близьке співвідношення можна спостерігати лише в Португалії та Італії. Традиційно ж внутрішні винні туристи переважають над іноземними (рис. 3).

Основа успіху, крім зазначених вище – цільові закордонні маркетингові кампанії. Наприклад – кампанія реалізована у червні-липні 2018 року у США. Цільова аудиторія: міленіали (40%) та люди вікової групи старше 40 років (60%), які позиціонували себе як мандрівники та туристи, а також любителі їжі і вина. Географія охоплення: штат Каліфорнія, Нью-Йорк, Чикаго, Даллас та ін. Інформація переважно була представлена онлайн (80%)

та поширювалася через спеціалізовані сайти (Food&Wine, Food52 та ін.), а також через найпопулярніші соціальні мережі та пошукову рекламу в Google [5].

У 2017 році доходи від міжнародного енотуризму склали 453 мільйони доларів США, що на 42% перевищило показники попереднього року. При цьому середні витрати на одного туриста становили 1055 доларів США (аналогічний показник 2016 року – 1025 доларів США). Тобто, доходи збільшуються саме за рахунок зростання кількості туристів та популярності, а не підвищення цін.

Серед всіх туристів, 16,7% – подорожували Чилійськими винним дорогам ("Rutas del vino"). Середня кількість ночей проведених в країні – 9,6 (8,1 у попередньому році). 52 % жінки, 48% – чоловіки. У віковій структурі переважають групи 35-44 роки (30%), а також 45–59 років (24%) та 30-34 (21%). 78,4% всіх іноземних туристів подорожують парами або з друзями. У 82 % ціллі подорожі є саме відпочинки, для 10% – відвідування родичів та друзів і у 8% – інше [11].

Щодо внутрішнього винного туризму – 347 741 – кількість відвідувачів, що мають громадянство Чилі. Серед внутрішніх туристів значний відсоток тих, хто подорожує самостійно (до 65%), в той час як 35% користуються послугами туристичних операторів. Найпопулярнішим енотуризм є серед вікових груп 35–55 та 25–35 років. При цьому спів-

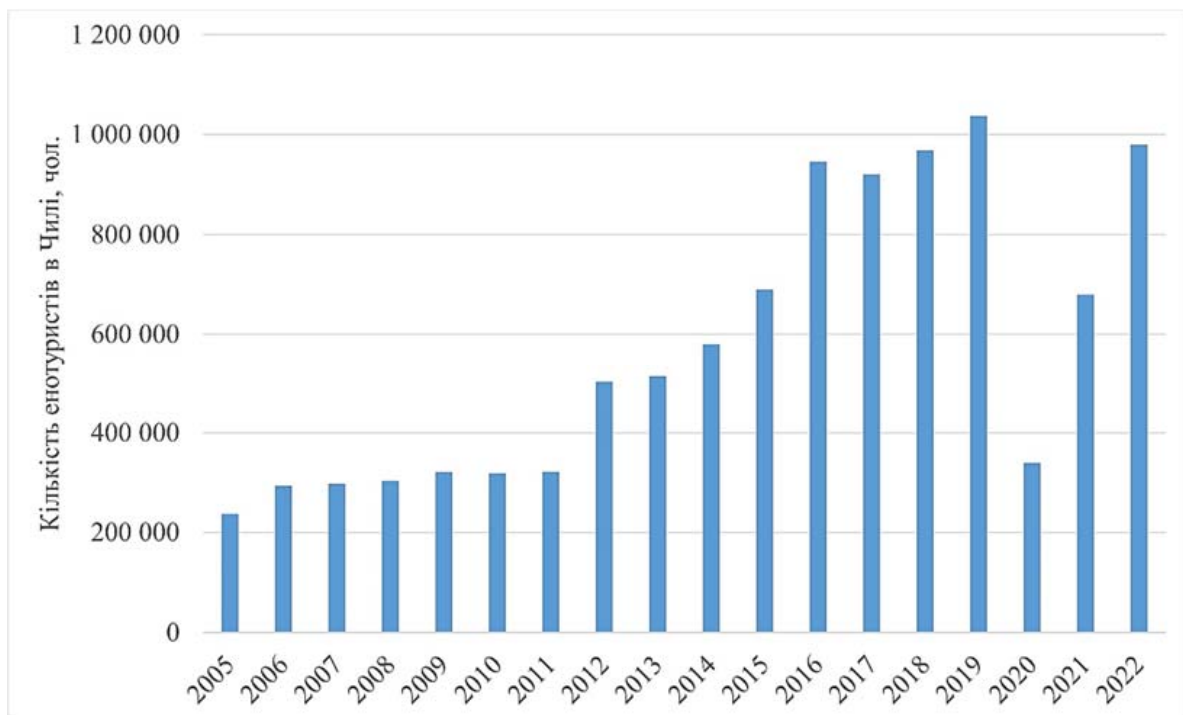


Рис. 2. Динаміка кількості винних туристів в Чилі, 2005–2022 рр.

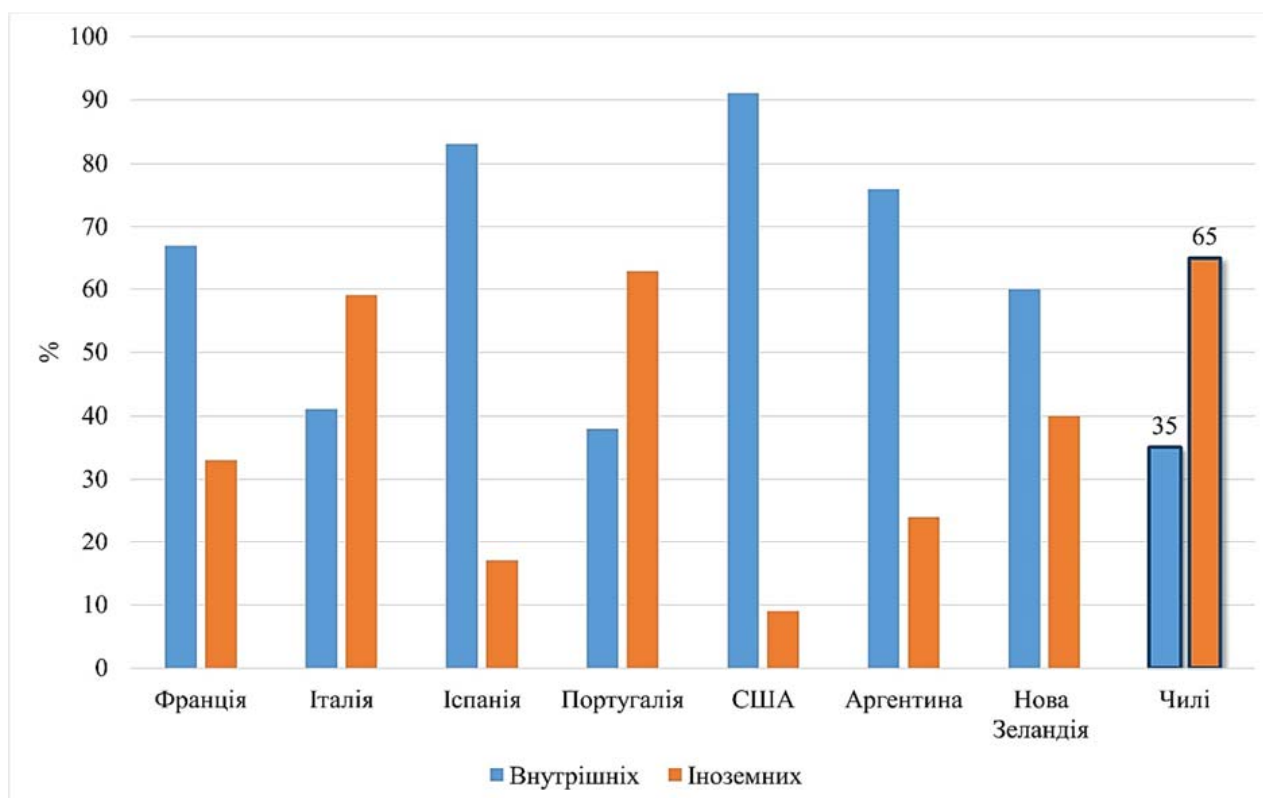


Рис. 3. Співвідношення внутрішніх та іноземних винних туристів у країнах-лідерах галузі, %, станом на 2018 р.

відношення жінок і чоловіків майже еквівалентне – 49,5% та 50,5% відповідно [12].

Попит на винний туризм досить мінливий. За результатами опитувань (серед громадян Чилі та США), крім наявності пропозиції та розвитку інфраструктури, визначальними факторами також є рекомендації друзів (включаючи соцмережі), імідж та привабливість місця подорожі, наявність інформації в Інтернеті та можливість замовлення комплексної послуги у туроператорів [14].

Кількість готелів та ресторанів, що є найважливішою частиною турінфраструктури для досліджуваної категорії туристів. Наприклад, у долині Касабланка, де 15 виноробних господарств приймають туристів, для них працюють 36 ресторанів та 16 готелів різних цінкових категорій. Детальна інформація представлена на діаграмі [4].

Проаналізувавши кількість відвідувачів окремих виноробних регіонів та співставивши їх з доступними для відвідуваннями виноробними спостерігаємо пряму кореляцію цих показників. Це перш за все пов'язано з бажанням туристів побачити і спробувати більше за менший проміжок часу і витрати на переміщення.

Згідно з дослідженнями міжнародного проекту "Great Wine Capitals" винний туризм

перш за все формує позитивний імідж, як на рівні виноробного підприємства, так і на рівні всієї країни, а також додаткові надходження до місцевих бюджетів. Крім того, утворюють конкурентні переваги торгових марок виноробів та стимулюють інші види туризму.

Серед найпопулярніших послуг світового винного туризму наступні: дегустації вина (83%); екскурсії на виноробні (75%); еногастрономічні обіди та вечері (40%); проживання в спеціалізованих готелях (29%); відвідання культурних пам'яток та розваги (2%); відвідування спеціалізованих виставок (17%) та музеїв (10%); спеціалізовані винні СПА (4%).

В Чилі провідні місця займають екскурсії на виноградники та виноробні підприємства, а також дегустації. Щодо спеціалізованих закладів розміщення, ресторанів та центрів винотерапії – спостерігається дефіцит таких об'єктів, проте їх зростання передбачено державними програмами розвитку винного туризму, що успішно реалізуються.

Серед додаткових послуг, що суттєво диверсифікують пропозицію і характерні для Чилі наступні:

– Кінний туризм, що включає кінні прогулянки, уроки верхової їзди, професійні та любительські ігри з кінного поло, родео, іпо-

терапію. Найпопулярніший у Каса Сільва (Casa Silva) та Віа Манент (Viu Manent) регіону Кольчагуа.

– Гастрономічний туризм. Наприклад, Віу Манент (Кольчагуа) відомий устрицями та морепродуктами, для збереження свіжості яких у господарстві існує басейн з морською водою.

– Сімейний туризм. Винороби Чилі часто позиціонують винний туризм як сімейний вид подорожей: батьки дегустують вина, дітям пропонуються екскурсії, квести, хижі у виноградниках.

– Велосипедні тури навколо виноградників, ботанічні та краєзнавчі екскурсії, бьордвочинг.

– Культурно-пізнавальний туризм. В основному це поєднання у старих помістях, де збереглися будинки та традиційне виноробне обладнання, або спеціально створена відповідна атмосфера. Прикладом поєднання є Санта Ріта (регіон Майпо), Монтес (Долина Кольчагуа) та ін. [10].

– Астротуризм. Поєднання спостереження за зірками, особливо в гірських районах, де чудова видимість з дегустаціями – набуває все більшої популярності [2].

Також, чилійські виноробні, на відміну від більшості аналогічних місць для винного туризму у Старому Світі, пропонують неймовірні враження для любителів інновацій, креативного дизайну та архітектури. Такі господарства є лідерами за кількістю публікацій і згадок у соцмережах, таким чином формуючи популярність, впізнаваність бренду та збільшуючи кількість потенційних туристів. Яскравий приклад – господарство Вік (Vik) та Міллахуе (Millahue) в долині Качапоал [8].

В географічній структурі винного туризму до сьогодні є неузгодженість.

В більшості випадків виділяють п'ять основних великих виноробних регіонів: Центральна Долина (Central Valley), Аконкагуа (Aconcagua), Кокімбо (Coquimbo), Південне Чилі (South Chile) та Долина Колчагуа (Colchagua Valley). Їх протяжність з півночі на південь складає близько 1000 км. В межах регіонів виділяють окремі долини (субрегіони): Уаско, Елькі, Лімарі, Чоапа, Аконкагуа, Касабланка, Сан-Антоніо, Майпо, Качапоаль, Кольчагуа, Марчіуе, Лололь, Куріко, Мауле, Ітата, Біобіо, Маллеко [2; 4; 5; 8].

Долинами-лідерами енотуризму, за кількістю туристів та доходами є Майпо (45%), Кольчагуа (18%), Касабланка (28%) та Мауле. На решту регіонів припадає близько 8% туристичних прибуттів [1; 2].

Важливим елементом територіальної та організаційної структури винного туризму Чилі є «Винні дороги». Перший маршрут був розроблений та запущений у 1997 році. На сьогодні їх нараховується вісім:

– Шлях долини Аконкагуа. Крім дегустацій вина на маршруті можна відвідати термальні джерела, астрономічний центр, багато археологічних та культурно-релігійних дестинацій.

– Шлях долини Касабланка. Маршрут заснований 2000 року. Включає 18 виноробних господарств, серед них Vina Matetic, та Vina Santa Rita. Близькість Сантьяго-де-Чилі та круїзного порту Вальпараїсо суттєво збільшують турпотік. Доповнюють маршрут неймовірна природа лагун на узбережжі. Музей – будинок Пабло Неруди.

– Шлях долини Сан Антоніо. Винні дестинації можна поєднувати з активним та екологічним туризмом у заповідниках та резерватах, особливо прибережних лагунах.

– Шлях долини Майпо (Високе Майпо). Маршрут заснований 2005 року. Включає 8 виноробних господарств, серед них Vina Aquitania та Vina Portal del Alto. Особливість – невеликі виноробні, які позиціонують себе як сімейні з особливою атмосферою. Маршрут проходить через столицю, дві заповідні території, колишні мідні та золоті копальні та низку інших дестинацій.

– Шлях долини Качапоаль. Маршрут заснований 2003 року. Включає 13 виноробних господарств, серед них Torreón de Paredes and Hacienda Los Lingues та Chateau Los Boldos. Особливість маршруту – гольфові поля та СПА [16].

– Шлях долини Колчагуа. Маршрут заснований 1997 року. Включає 14 господарств, серед них Montes, Casa Silva, Laura Hartwig, Los Vascos, та Viu Manent. Включає місто Санта Круз, музеї, старовинну залізницю.

– Шлях долини Куріко. Маршрут заснований 2003 року. Включає 17 виноробних господарств, серед них AltaCima, Vina La Fortuna, Miguel Torres, Vina Santa Hortensia, Valdivieso. Маршрут включає можливості для риболовлі.

– Шлях долини Мауле відомий природними красотами та місцевими м'ясними стравами з гострими соусами, що часто подаються з винами [8; 16].

В межах кожної долини є законодавчо закріплені апеллясьйони. У 2018 році до переліку найменших одиниць територіальної структури додалися ще 4 апеллясьйони категорії DO (denominaciones de origen):

Ло Абарка (Lo Abarca) в долині Сан Антоніо регіону Аконкагуа; Лікантен (Licantén) в долині Тено в Куріко, що є субрегіоном Центральної долини; Апальта (Apalta) та Лос Лінгаес (Los Lingues) в долині Кольчагуа регіону Центральна Долина [9]. Це свідчить про інтенсивний розвиток виноробства Чилі та адаптацію до світової винної культури та законодавства.

На відміну від європейських країн та США – законодавче регулювання не досить суворе, а традиції маркування, контролю та виноторгівлі не вкорінені століттями. Тому сприйняття інновацій, гнучкість та нові рішення – типові для чилійських виноробів. Наприклад, зрошення виноградників заборонене в більшості європейських країн є нормою для Чилі та Аргентини.

Маркетинг чилійських вин інтенсивний, іноді навіть агресивний та «вірусний». Це впливає на споживачів у всьому світі та приваблює потенційних винних туристів. В той час, як такі прийоми у Франції можуть бути навіть заборонені.

В 2020 році кількість вакансій на виноробних господарствах, що працюють з туристами складала 821 вакансію (648 для постійної зайнятості, та решта для сезонної або неповний робочий день) [2].

На сьогодні, можна впевнено говорити про винний та туристичний кластери в Чилі та систему взаємозв'язків між ними. Винний туризм знаходиться на перетині сфер цих складних неформальних утворень сучасної економіки, тому зобразити організаційно-управлінську структуру чіткою схемою, як от класичними лінійною чи функціональною структурою – неможливо. Проте, можемо чітко виокремити ключові організації та інституції, компанії, управлінські заходи та програми і проекти розвитку винного туризму.

«Вина Чилі» (Vinos de Chile, WOC) – одна з найстаріших (1949 р.) некомерційних організацій Південної Америки з промоції вин, а в останні роки і винного туризму Чилі. Офіси WOC є у США, Китаї, Бразилії, Великобританії та Канаді. Є організатором щорічного Національного дня вина (Día del Vino) – 4 вересня [15].

Чилі має офіційно затверджений Кодекс сталого розвитку, що впливає і на виноробні, туристичну пропозицію та заклади розміщення. За рейтингами, Чилі є країною де відмічений найвищий рівень сталого розвитку саме у винному туризмі [13].

У 2011 році йшлося про проблему вибору стратегії винного туризму для кожної окре-

мої виноробні та для країни в цілому. На сьогодні Чилі успішно сформувало стратегію та є одним з провідних учасників ринку винного туризму [7]. Розвиток винного туризму регулюється Стратегіями розвитку винного туризму, що прийняті урядом. Перша стратегія (до 2018 року) була успішно реалізована [5]. Нині діє та за попередніми даними успішно втілюється Стратегія розвитку винного туризму до 2026 року [4].

Стратегічною метою розвитку туризму в Чилі оголошено диверсифікацію туристичної пропозиції країни шляхом створення нових турпродуктів та покращення якості туристичних послуг [4; 5].

Підсумовуючи, окреслимо проблеми та перспективи винного туризму Чилі. Серед проблем можна виділити:

1. Однією з ключових проблем виноробів Чилі є відсутність системи захисту виноградників від заморозків, що особливо актуально в пустельних та передгірних районах.

2. Недостатні площі відведені під виноградники та неможливість розширення цих площ. Особливо актуально для регіону Касабланка.

3. Найпопулярніші долини – Мауле, Куріко, Кольчагуа, як і більшість території Чилі розташовані в сейсмічно активній зоні. Землетруси можуть завдавати шкоди виноградникам, підприємствам та нерідко загрожувати безпеці туристів. За оцінками експертів, наймасштабніший збитків – понад 10 % національного виробництва вина (125 млн л, вартістю близько 250 млн \$ США), Чилі зазнало після землетрусу 2010 року. Також виноробна сфера постраждала в 2015 та 2017 рр.

4. Глобальне потепління та постійне підвищення середньомісячних температур, що, зміщують графіки збору врожаїв та спричиняють дискомфорт для туристів (надмірна спека).

5. Проблеми з робочою силою. Населення не зацікавлене у сезонних та постійних вакансіях, що потребують важкої фізичної праці при мінімальній оплаті. При цьому бракує високоосвічених кадрів для керівної та проектної роботи.

6. Відсутність чіткої координації між органами державного управління енотуризмом, приватними компаніями та міжнародними туристичними компаніями.

7. Наслідки пандемії COVID-19.

8. Проблеми впровадження концепції сталого розвитку для окремих господарств.

9. Низький рівень культури споживання вина серед місцевого населення.

10. Низький рівень володіння англійською мовою серед населення.

Подальший розвиток винного туризму в Чилі є перспективним, оскільки має чітко окреслені вектори розвитку відповідно до Національної стратегії, а також відповідає провідним світовим трендам розвитку винного туризму. Отже, серед перспективних напрямків:

1. Поєднання винного та подієвого (івентуризму).

2. Розширення турпропозиції виноробних господарств.

3. Покращення туристичної інфраструктури.

4. Навчальний туризм, як для професіоналів (виноградарів, виноробів, дегустаторів, сомельє та ін.) так і для аматорів.

5. Розширення присутності в мережі Інтернет: створення спеціалізованих сайтів, представлення в соціальних мережах, реклама та ін.

6. Залучення інвестицій, особливо з Китаю, що на сьогодні є найбільшим імпортером чилійського вина, потужним інвестором світову виноробну сферу та перспективним туристичним ринком.

7. Розвиток кластеру та інших організаційних ініціатив.

8. Розширення «винного краудфандингу», що набув популярності в Чилі. Суть системи – вино наступного врожаю продається наперед, дозволяючи отримати додаткове фінансування.

9. Використання екологічних матеріалів та дотримання концепції сталого розвитку на всіх етапах діяльності.

10. Популяризація нагород, на зразок Chile Wine Tourism Awards, та збільшення кількості категорій.

Висновки. Чилі перетворилося на одного зі світових лідерів у сфері винного туризму активно розвиваючи всі складові свого потенціалу – ресурси, інфраструктуру та імідж. В основі успіху країни лежить гармонізація законодавства, чіткі стандарти, успішна реалізація інноваційних проектів та державних програм розвитку винного туризму. Значна роль належить диверсифікації пропозиції та покращення якості послуг. Географічна структура винного туризму Чилі досить складна і перебуває в процесі формування. Кластер – основа успішного функціонування виноробної та туристичної сфери країни, та винного туризму. Вивчення успішного досвіду Чилі, особливо в сфері реалізації державних програм, є актуальним для України та потребує подальшого вивчення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Canelo, J. Wine tourism in Chile. FEDETUR. Retrieved April 26, 2023, from https://fedetur.cl/turismo_chile/chiles-competitive-advantage-wine-tourism.
2. Catastro Nacional de Enoturismo 2020. (2020, September). Enoturismo Chile. TALCA Universidad. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2020/09/CATASTRO-NACIONAL-ENOTURISMO-2020.pdf>.
3. Chile. OECD Tourism Trends and Policies 2020. (2020). OECD iLibrary. Retrieved April 26, 2023, from <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/30565925-en/index.html?itemId=/content/component/30565925-en>.
4. Desafíos del Enoturismo al 2026 (2018) Enoturismo Chile. CORFO. Available at: <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/06/2.-ETCHI-MAYO-2018-12-06-F.pdf> (accessed: April 30, 2023).
5. Desafíos para impulsar el enoturismo en Chile. (2018). Retrieved April 26, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/06/3.-Cristobal-ForntesPresentacion-Seminario-Enoturismo.pdf>.
6. Fourth UN WTO global conference on wine tourism (4–6 December 2019, Valle de Colchagua, Chile) (2019) UN WTO. Available at: <https://www.unwto.org/4th-unwto-global-conference-wine-tourism> (accessed: 16 May 2023).
7. Hojman, D. E., Hunter-Jones, P. (2011, September 8). Wine tourism: Chilean wine regions and routes. Retrieved April 24, 2023, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296311002451>.
8. Kunc, Martin. (2010) Wine tourism: a review of the Chilean case. *International Journal of Tourism Policy*, Volume 3 (Number 1). pp. 51–61. ISSN 1750-4090. DOI: <http://dx.doi.org/10.1504/IJTP.2010.031602>.
9. Modifica decreto n 464, de 1994, del Ministerio de Agricultura, que establece zonificación vitícola y fija normas para su utilización (2018) Diario Oficial. Available at: <https://www.diariooficial.interior.gob.cl/publicaciones/2018/05/25/42065/01/1402370.pdf> (accessed: 16 May 2023).
10. Neish, S. (2022, September 13). 6 best wine tourism experiences in Chile. Retrieved April 25, 2023, from <https://www.thedrinksbusiness.com/2022/09/6-best-wine-tourism-experiences-in-chile>.
11. Perfil Enoturista Internacional. (2018, October). Enoturismo Chile. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/10/Perfil-Enoturista-Internacional-SST-SN-ENTCH-2018.pdf>.

12. Perfil-Enoturista-Nacional (2018, October). Enoturismo Chile. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/10/Perfil-Enoturista-Nacional2018-SST-SN-ENCTH-1.pdf>.
13. Szolnoki, G., Tafel, M., Stelter, A.C., Ridoff, N., Nilsson, C. (2022, January). Sustainable wine tourism – a global survey. Retrieved April 22, 2023, from https://www.winetourism.com/files/2022/01/Sustainable_wine_tourism_Report_GeisenheimUni_WineTourismcom.pdf.
14. Torres, J. P., Barrera, J. I., Kunc, M., Charters, S. (2020, July 3). The dynamics of wine tourism adoption in Chile. Retrieved April 24, 2023, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S014829632030415X>.
15. Visser, E.-J. (2004, September). A Chilean wine cluster? Governance and upgrading in the phase of internationalization. ECLAC. Retrieved April 26, 2023, from https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/4549/S045362_en.pdf.
16. Wine Routes of Chile (2021a) E-UN WTO. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422951.2?role=tab> (accessed: 16 May 2023).

REFERENCES:

1. Canelo, J. *Wine tourism in Chile*. FEDETUR. Retrieved April 26, 2023, from https://fedetur.cl/turismo_chile/chiles-competitive-advantage-wine-tourism.
2. Catastro Nacional de Enoturismo 2020 [National Wine Tourism Registry 2020]. (2020, September). Enoturismo Chile. TALCA Universidad. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2020/09/CATASTRO-NACIONAL-ENOTURISMO-2020.pdf>.
3. Chile. OECD Tourism Trends and Policies 2020. (2020). OECD iLibrary. Retrieved April 26, 2023, from <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/30565925-en/index.html?itemId=/content/component/30565925-en>.
4. Desafíos del Enoturismo al 2026 [Challenges of Wine Tourism to 2026] (2018) Enoturismo Chile. CORFO. Available at: <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/06/2.-ETCHI-MAYO-2018-12-06-F.pdf> (accessed: April 30, 2023).
5. Desafíos para impulsar el enoturismo en Chile [Challenges to promote wine tourism in Chile] (2018). Retrieved April 26, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/06/3.-Cristobal-ForttesPresentacion-Seminario-Enoturismo.pdf>.
6. Fourth UN WTO global conference on wine tourism (4-6 December 2019, Valle de Colchagua, Chile) (2019) UN WTO. Available at: <https://www.unwto.org/4th-unwto-global-conference-wine-tourism> (Accessed: 16 May 2023).
7. Hojman, D. E., Hunter-Jones, P. (2011, September 8). Wine tourism: Chilean wine regions and routes. Retrieved April 24, 2023, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296311002451>.
8. Kunc, Martin. (2010) Wine tourism: a review of the Chilean case. *International Journal of Tourism Policy*. Volume 3 (Number 1). pp. 51–61. ISSN 1750-4090, DOI: <http://dx.doi.org/10.1504/IJTP.2010.031602>.
9. Modifica decreto n 464, de 1994, del Ministerio de Agricultura, que establece zonificación vitícola y fija normas para su utilización [Modifies Decree No. 464, of 1994, of the Ministry of Agriculture, which establishes viticultural zoning and sets standards for its use] (2018) Diario Oficial. Available at: <https://www.diariooficial.interior.gob.cl/publicaciones/2018/05/25/42065/01/1402370.pdf> (Accessed: 16 May 2023) [In Spanish].
10. Neish, S. (2022, September 13). Six best wine tourism experiences in Chile. Retrieved April 25, 2023, from <https://www.thedrinksbusiness.com/2022/09/6-best-wine-tourism-experiences-in-chile>.
11. Perfil Enoturista Internacional [International Wine Tourist Profile] (2018, October). Enoturismo Chile. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/10/Perfil-Enoturista-Internacional-SST-SN-ENTCH-2018.pdf>.
12. Perfil-Enoturista-Nacional [National Wine Tourist Profile] (2018, October). Enoturismo Chile. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.enoturismochile.cl/wp-content/uploads/2018/10/Perfil-Enoturista-Nacional2018-SST-SN-ENCTH-1.pdf>.
13. Szolnoki, G., Tafel, M., Stelter, A.C., Ridoff, N., Nilsson, C. (2022, January). Sustainable wine tourism – a global survey. Retrieved April 22, 2023, from https://www.winetourism.com/files/2022/01/Sustainable_wine_tourism_Report_GeisenheimUni_WineTourismcom.pdf.
14. Torres, J. P., Barrera, J. I., Kunc, M., Charters, S. (2020, July 3). The dynamics of wine tourism adoption in Chile. Retrieved April 24, 2023, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S014829632030415X>.
15. Visser, E.-J. (2004, September). A Chilean wine cluster? Governance and upgrading in the phase of internationalization. ECLAC. Retrieved April 26, 2023, from https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/4549/S045362_en.pdf.
16. Wine Routes of Chile (2021a) E-UN WTO. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422951.2?role=tab> (accessed: 16 May 2023).