

Ю. І. Жук, А. М. Манько, П. В. Романів

Львівський національний університет імені Івана Франка

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ПРОМОЦІЇ ВИННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНСЬКИМИ СОМЕЛЬЄ – ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕКЛАМИ В ГОСТИННОСТІ

Стаття присвячена дослідженню актуальних аспектів промоції винної індустрії України через діяльність сомельє як інноваційного інструменту реклами у сфері гостинності. Проаналізовано сучасний стан українського виноробства, його динамічний розвиток та основні виклики, з якими стикаються виробники вина на внутрішньому та міжнародному ринках. Особливу увагу приділено ролі сомельє у популяризації національного винного продукту, їхній взаємодії з виробниками, ресторанами та спеціалізованими торговельними мережами. Українська винна індустрія динамічно розвивається, а сомельє відіграють ключову роль у її популяризації. Вони сприяють формуванню винної культури, організовують дегустації, співпрацюють з виробниками та міжнародними експертами. Акцент зроблено на просуванні локальних вин та підвищенні їхньої конкурентоспроможності. У статті розглянуто діяльність Асоціації сомельє України та її внесок у розвиток винної культури, зокрема шляхом організації дегустацій, професійних конкурсів та міжнародних заходів. Визначено значення стратегічного партнерства українських виноробів із сомельє для формування позитивного іміджу національного вина. Акцентовано увагу на зростаючому тренді популяризації локальних сортів винограду, які формують унікальну енологічну ідентичність України. Окремо проаналізовано маркетингові підходи, які використовуються для просування українського вина, зокрема соціальні медіа, дегустаційні заходи, співпрацю з міжнародними експертами та винними асоціаціями. Визначено основні бар'єри для розвитку української винної індустрії, серед яких недостатня поінформованість споживачів, конкуренція з іноземними виробниками та обмеженість ресурсів для масштабного просування. У підсумку доведено, що діяльність сомельє є важливим фактором формування культури споживання вина в Україні, розвитку винного туризму та підвищення конкурентоспроможності української винної індустрії. Розглянуто перспективи подальшого розвитку винного ринку через інтеграцію міжнародних стандартів якості, розширення мережі професійних сомельє та підтримку локальних виноробів.

Ключові слова: сомельє, винна індустрія, винний маркетинг, українське виноробство, промоція вина.

Постановка проблеми та її актуальність. Протягом останніх років українське виноробство отримало динамічний розвиток. У цьому значна заслуга українських виноробів, які роблять значний внесок в національну історію творення вина, незважаючи на те, що ця справа не завжди приносить прибуток. Винна справа – це передовсім про певний стиль життя, філософію, спроби донести до українських та іноземних споживачів, що українське вино повинно зайняти своє місце у ніші еноіндустрії, є конкурентоспроможним продуктом, достойним того, щоб викликати інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науковій літературі певна увага вчених приділяється дослідженню культури споживання вина та на її промоцію, зокрема на міжнародному ринку. Л. Кожедубова [9] у своїх дослідженнях приділяє більшої уваги, власне, поняттю та особливостям «барної справи». Також, О. Роїк [10], В. Маліш [10] виокремлювали особливості розвитку ресторанного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану. Водночас, поза увагою залишаються аспекти промоції української винної індустрії вітчизняними сомельє.

Мета статті. Дослідження сучасних підходів до промоції української винної індустрії через діяльність сомельє як інноваційного інструменту реклами у сфері гостинності. Зокрема, проаналізовано роль сомельє у популяризації національного виноробства, визначено ключові аспекти їхньої професійної діяльності,

спрямованої на формування позитивного іміджу українського вина на внутрішньому та міжнародному ринках, а також окреслено перспективи розвитку винної культури в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зазвичай винні гурмани пізнають українське вино під час дегустацій, де про нього розповідають сомельє. Вони як професіонали надзвичайно тонко відчують спектр ароматів, таніни та смаки у келиху, можуть зацікавити непересічними історіями та допомогти розкрити його концепцію з огляду на різні аспекти.

В Україні сомельє створили власну спілку з метою єднання представників професії задля обміну досвідом та спільного зростання. Асоціацію сомельє України було створено у 2002 році групою аматорів, які перед цим у 2000 році заснували громадську організацію. У 2008 році Асоціацію було прийнято до Міжнародної асоціації сомельє. Станом на сьогодні до Асоціації входить 111 членів, що доволі значна цифра. Серед основних принципів роботи Асоціації – популяризація професії сомельє в Україні, сприяння розширенню знань української аудиторії про якісне вино з акцентом на українські бренди, пошук стимулів для успішного розвитку виноробної сфери в Україні та промоція країни як виноробної за кордоном. Організація функціонує як неприбуткова, тож відповідно до її статуту, кожен член повинен сплатити щорічний внесок у розмірі 60 €.

У 2024 році за ініціативи Асоціації було організовано поїздки до Одеського виноробного регіону, на Закарпаття та Поділля. Також її представники на регулярній основі здійснюють візити на виноробні – це єднає Асоціацію власне з українськими виробниками. Практично кожного року делегати від Асоціації стають учасниками міжнародних конкурсів. Так у 2024 році це був чемпіонат Європи та Африки, що відбувався в Белграді (Сербія), до цього відбувалися інші конкурси, чемпіонат на Кіпрі тощо. Асоціація активно підтримує партнерські комунікації з державами, що солідарні з Україною – Латвією, Естонією, Литвою, Грузією, Польщею, Молдовою. Представники Асоціації часто стають учасниками профільних конкурсів, що організовуються у цих державах, таким чином відбувається обмін досвідом. Сомельє Богдан Павлюх – один з членів Асоціації став віце-чемпіоном Литви, також декілька членів пройшли сертифікацію Міжнародної асоціації сомельє: Ян Безручко, Павло Мнухін, Марина Рєвкова, Станіслав Борисов. Щоб досягнути таких успіхів необхідно скласти важкі іспити [2].

Значну роботу в області промоції українського вина здійснює Асоціація крафтових виноробів, яку очолює Світлана Цібак та Асоціація сомельє із нещодавно переобраним на новий термін Іваном Бачуриним. Обидві команди будують амбітні плани щодо розвитку національного виноробства та зростання його ролі на глобальному ринку вина. Так, уже два роки поспіль Асоціація сомельє України у партнерстві з Укрвинпромом проводять відбір найкращих вин України, що увійдуть до всесвітньо відомого музею вина (La Cité du Vin в Бордо). Власне, завдяки таким тактичним наполегливим крокам формується позитивний імідж українського вина у світі. Важливим напрямом роботи зазначених організацій є просування культури споживання вин локальних виробників на внутрішньому ринку шляхом організації благодійних вечерь-дегустацій у співпраці з рестораном «Глек» (м. Київ). Шеф-кухар Андрій Северенчук відповідальний за створення смачних страв з локальних продуктів, а представники Асоціації підбирають найкращі зразки українських вин з різних регіонів та розповідають про них під час вечері. Усі виручені кошти від продажу квитків та благодійного аукціону спрямовуються на допомогу виноробам, які перебувають на фронті [5].

Промоція українського вина має кілька виражених аспектів, одним з них є успішність та затребуваність українських виноробів у галузі, їх визнання як професіоналів. На сьогодні вони володіють багатьма здобутками та медалями, як здобули на українських та міжнародних конкурсах. Топові українські вина виготовляють як з відомих сортів винограду, так і з локальних. Все частіше в полі зору виробників перебувають сорти, які були створені в Україні, такі як Сухолиманський та Одеський чорний, автохон Телькі Курук, які є податливими до експериментів. Власне на експерименти українських виноробів мотивують сомельє, які створюють винні тренди та транслюють світову культуру споживання вина на український енологічний ринок. Іноземним вайнловерам, які

хочуть більше вивчити Україну як винний регіон цікаві саме оригінальні локальні вина.

Іван Бачурін уже понад 5 років входить до складу журі різноманітних винних конкурсів стверджує, що рівень якості українського вина справді підвищився, тому рекомендує зосередитися на купівлі саме українських виробників, які мають добру репутацію на ринку, це можуть бути як незалежні крафтові підприємства, так і визнані лінійки від великих брендів. Українські вина поступово стають символом престижу та унікального смаку, також їх придбання є нагодою підтримати локального виробника [1].

Богдан Павлюх – єдиний в Україні сомельє, який отримав золотий диплом Міжнародної Асоціації Сомельє, вже понад 10 працює у напрямку вивчення та популяризації вина. Основним напрямом його діяльності є реклама національної винної карти та винної культури заради їх масштабування. На його думку популяризації вина сприяє той факт, що вино в Україні має статус алкогольного продукту, проте без акцизної марки, що значно спрощує діяльність його виробникам. При цьому українській виноробній справі є до чого прагнути, оскільки у Європі вино вважається харчовим продуктом [7].

Наталія Вілінська – віце президентка АСУ працює у напрямку підтримки організації у світовому просторі. Вона брала участь у Генеральній асамблеї ООН у Хельсінкі, активно спілкується з іноземними колегами. Представники Асоціації проводять активну роботу щодо виходу закордонних алкогольних брендів з ринку росії [2].

На думку Івана Бачуріна найбільш вдалим вибором щодо реклами вина є зосередження на розвитку винної галузі в Україні. Кожен український сомельє має бути добре обізнаним з особливостями українського вина. Важливим рекламним аспектом є пропагування національної винної культури серед гостей закладів ресторанного господарства, спеціалізованих крамниць, здійснення вербальної промоції унікальних зразків вина під час тематичних івентів. Перевагою є те, що українські вина займають достойні позиції у картах багатьох ресторанів Європи, на них вже сформований сталий попит. Асоціація Сомельє України співпрацює з багатьма виноробами, бренд SHABO є генеральним національним партнером організації. Власне бренди такої категорії виводять українські вина на новий світовий рівень.

Важливим аспектом промоції українського вина є ініційований АСУ проєкт – видання книги Винний гід України. До першого видання було включено 183 зразки вин від 48 виноробень, до другого видання – 268 від 67 господарств, а до третього – 330 від 84 виноробень. Помітним є зростання показників, починаючи від 2019 по 2021 роки, проте у 2022 року проєкт було тимчасово призупинено через повномасштабне вторгнення. В силі залишається проєкт від Музею вина La Cité du Vin (Бордо, Франція) – протягом чотирьох років туди подаються зразки українського вина.

Українські сомельє об'єктивно аналізують вина і здійснюють їх незалежну оцінку, що може розцінюватися як інструмент непрямої реклами. Так, вони

вважають вартими уваги вина SHABO – їх продукція експортується у різні країни світу, і вони спеціалізуються на виготовленні цікавих вин з локальних сортів винограду, таких як наприклад Тельті Курук. До непересічних виноробень, які рекомендують сомельє належать – Father's Wine (Гусятин, Тернопільська область), також Колоніст, Biologist, Vinoman, Beykush. Варто придбати унікальне та насичене Merlo Reserve – вино витримане понад 2 роки у французьких дубових бочках, яке виготовляють на виноробні Сергія Стаховського (Stakhovsky Wines) на Закарпатті. За порадою сомельє вина варто куштувати, щоб знати справді «своє» [2].

Робота сомельє полягає у тому, щоб досліджувати вина за регіонами, так професіоналам та споживачам легше орієнтуватись при виборі вина. На думку знавців вина варта уваги Миколаївщина. Тамтешня виноробня Бейкуш пропонує багато цікавих варіантів, на особливу увагу заслуговує Кара Кармен – асамбляж Сапераві та Темпранілью виготовлений за методом аппассіменто з підв'ялених ягід, що надає напою приємну терпкість, солодкість та насичений колір.

Вина SHABO – фаворити вин регіону серед українських сомельє. Для поціновувачів більш солодких версій вони рекомендують скуштувати Мускат Оттонель – лімітована капсульна лінійка, яка отримала визнання як в Україні, так і за кордоном. Ще один виробник – 46 Parallel і їх Grand Admiral – потрійний асамбляж Каберне Совінйон, Мерло та Сапераві, дійсно титуловане вино, що здобуло багато нагород. Big Wines – ще одна виноробня з Одещини, що славиться самобутнім та яскравим Телькі Курук, виготовленого з однойменного сорту винограду.

Сомельє рекомендують звернути увагу на Чернігівщину – найпівнічніший виноробний регіон України. Там знаходиться унікальна виноробня Виноман. Вино-матеріали для виробництва вина власники закуповують на Одещині, їх мерло визнано найкращим за версією видання Винний гід у 2021 році, також варто скуштувати їхній Каберне-Фран [1].

Гідно представити українську виноробну справу іноземним винам можуть пентати від виноробні Father's wine з Тернопільщини. Винарня виготовляє напої з американського сорту Юпітер, що дуже добре адаптувався в апелласьоні Поділля, тому вино виходить перфектним.

Виноробня Father's Wine офіційно вийшла на національний винний ринок у 2020 році у розпал пандемії Covid 19, коли з'явилося більше можливостей працювати з дому. Саме тоді власники винарні дали старт промоції власноруч виготовленого вина у соцмережах і почали працювати на доставку продукції поштою.

Власниця винарні Father's Wine Оксана Боячок вважає, що запорука успіху бренду в тому, що українські споживачі відкриті до нових вражень. Фахівцям вдалося оптимально підібрати правильні сорти, що є нетиповими для України, які дуже вдало проявили себе у тернопільському теруарі. Зараз це формує унікальну позицію, якій не має аналогів на українському ринку

вина. Основу напоїв складають автохонні сорти винограду – автохонний Дублянський чи Геліос. Унікальне вино – Рожевий квадрат від бренду Father's Wine два роки поспіль було визнано найкращим рожевим вином, яке виготовляють в Україні. Тернопільське вино є відображенням унікального шляху по невідомих сортах, в цьому полягає унікальний підхід до продукту.

Виноробня Father's Wine єдина у світі працює зі столовим сортом винограду Юпітер, який був призначений для родзинок та соків. Саме з нього виготовляють візитівку бренду Рожевий квадрат. Вино сухе, злегка присутня солодкість, щільність смаку, у букеті відчутно аромат свіжої малини, полуниці, лісової суниці, кизилу, порічки та барбарису.

Оксана Буячок – господиня виноробні Father's Wine водночас є амбасадоркою бренду. Вона вважає, що українське вино повинно мати власну ідентичність, відстоювати унікальний характер, щоб не бути подібним до вин інших країн чи винних регіонів. У виноробні дуже багато працюють над вивченням специфічних технологічних моментів, запозичують технології, експериментують з сортами винограду. Насамперед це стосується таких своєрідних процесів як ферментація та флотація, які застосовують у винарні, практично ніде в Україні не застосовують великі виробники вина, оскільки процес є дуже затратним [3].

Серед відомих амбасадорів винних брендів Юрій Глушко, який є членом журі численних винних фестивалів та конкурсів та входить до складу дегустаційної комісії Favorite Food & Drinks, він наголошує на цінності локальних вин України. Таких виноробень на території держави досить багато і вино, яке виготовляється там вирізняється надзвичайно високою якістю. На думку сомельє винною візитівкою України є такі сорти як Одеський Чорний, Телькі Курук та Цитронний Магара. Власне в Україні ці сорти демонструють найкращі результати. Українські вина експортують у близько 50 країн світу. Українське вино присутнє на ринках Британії та Японії. Завдяки зусиллям команди Wines of Ukraine, що презентують національні традиції виноробства за кордоном українські вина здобувають перші місця та отримують нагороди на міжнародних фестивалях і конкурсах.

Завдяки активній промоційній роботі українських сомельє локальне вино стає трендовим серед спільноти рестораторів. Якщо раніше у винних картах були представлені французькі, італійські та іспанські вина, то на сьогодні присутність українського вина у закладах розцінюють як необхідний та сталий елемент винної карти. Така тенденція дуже позитивна, оскільки у споживача з'являється вибір куштувати вино з різних виноробень, а у іноземних гостей є нагода відкривати для себе оригінальні українські вина і вони отримують новий приємний досвід. Коктейлі створені барменами також популяризують українське вино: поширена практика створення коктейлів з використанням українських вермутів [5].

Олександр Меєр, Засновник Клубу виномандрівників, кращий сомельє України 2018 рекомендує обирати

вино сімейних українських виноробень, які стали відомими за участю у національних та міжнародних подіях, присвячених винній культурі. Також прийнятним є формат куштувати вина, які продаються в супермаркетах, але виготовлені справді якісними виробниками, що мають хорошу репутацію на ринку. Він вважає, що успіх вина передовсім залежить від сорту винограду з якого воно виготовлене. На його думку, усі локальні сорти певною мірою цікаві для іноземних поціновувачів вина, проте стосовно їх світового визнання все ще присутній певний скептицизм. В Україні практично відсутні певні автохони, окрім кримських, усе те, що було створено у XX столітті прокладає собі шлях до визнання протягом тривалого часу. До найбільш перспективних сортів винограду сомельє відносить (Альберне), хоча у нього все ще необхідно багато інвестувати. Також цікавими з точки зору створення вин-бестселерів є Кокура та Екім Кара, які поширені у Криму [4].

Аліна Пухальська – популярна сомельє, яка має досвід роботи з найбільшою винною картою в Україні, констатує, що найбільше людей, які відвідують дегустації цікавить етимологія українських вин. Сомельє виправдовує дорогу вартість локального вина, оскільки сам процес виноробства вимагає значних інвестицій: придбання обладнання, дорогі бочки, техніка, прес, послуги енологів, аналіз ґрунтів. Також українські споживачі часто цікавляться чи є певні види українських вин аналогами грузинських, французьких чи італійських, і завданням сомельє є обґрунтувати, що такі порівняння не завжди коректні. Професіонали у сфері вина не відмовляються працювати з міжнародними сортами, але передовсім цінують те, що є унікальним для України. Вино є гордістю камерної гастрономічної національної культури.

Слідування міжнародним винним трендам та впровадження модних хвиль індустрії у винну культуру України є важливим етапом промоції і частиною роботи сомельє. Наразі акценти спрямовано на ігристі вина, оскільки весь світ надає перевагу газованим напоям, що дуже помітно на тлі зростання цін на шампанське. Українські ігристі вина високої якості, їх виробництво динамічно зростає, що можна розцінювати як данину глобальній тенденції. Ще одним пластом сучасної винної індустрії є органічне та біодинамічне виноробство. Незмінним в Україні залишається тренд на маленькі виноробні, який активно підтримується спільнотою сомельє.

Зазвичай, консультуючи клієнтів щодо вибору вина сомельє радять обирати продукцію маленьких крафтових винарень на противагу відомим мас маркет брендам, оскільки їхня продукція вирізняється високою якістю. Великі бренди не завжди можуть забезпечити високу якість, а невеличкі незалежні виноробні у позитивному аспекті вражають завдяки своєму підходу та посиленій увазі до теруару та філософії вина.

Тренд на маленькі виноробні є сталим і протягом останніх років в українському виноробстві відбулися кардинальні зміни: на українському ринку з'явилося багато крафтових виноробень, що виготовляють

надзвичайно високої якості. Крафтові винарні не орієнтуються на продаж своєї продукції у великих мережах, вино можна придбати через профільні сайти [6].

Реклама крафтового українського вина є ефективною, коли роздрібною торгівлею займаються професіонали винної справи, зокрема сомельє, які консультують клієнтів, надаючи фахові рекомендації щодо вибору вина, знають його історію та розуміються на інгредієнтах та технологіях його виготовлення. У даному аспекті вартим уваги є кейс магазину Винарня у Львові. На думку засновниці «Винарні» Юлії Матвійко відвідувачів перш за все цікавить пізнавальний аспект: цікаво відвідати винний простір, де представлено понад 150 гатунків українського вина – дуже часто гості здивовані такою кількістю асортименту. Окрім того розвивати крамницю активно допомагають експерти, які вже мають сформований позитивний імідж у світі вина. Також Винарня виступає партнером по гайдю по білих винах від Анни-Євгенії Янченко – авторки книг «Вино без правил» та «Історія вина в Україні». Крамниця є ініціатором проєкту Розмови з сомельє, гостями заходів стало багато українських сомельє. На запрошення у крамницю працює шеф-сомельє – одна з найвідоміших в Україні. Така промоція дозволяє «Винарні» розвиватися, щоб змінювати ставлення споживачів та вдосконалювати національну культуру споживання вина.

Сомельє визначають своїх фаворитів серед вин, їх авторитет має безпосередній вплив на вибір споживачів. Так, у «Винарні» рекомендують однозначно скуштувати Одеське чорне від виноробні Колоніст – червоне сухе вино автохонного сорту винограду Одеський чорний, що став візитівкою української винної справи. Його особливість у насиченому ароматі з нотками чорних ягід з димними відтінками, продовжений насиченим смаком з тонами із в'ялених фруктів у приємному посмаку.

Серед локальних вин у «Винарні» радять біле сухе вино з винограду сорту Телькі Куркук з капсульної лінійки Гранд Резерв від виноробні Шабо, унікальність напою у тому, що виноробня володіє найдавнішими виноградними лозами цього сорту, вік яких понад 50 років. Вино розкривається тонким квітковим ароматом з легкими мінеральними відтінками у смаку переплітається з вишуканими тонами витримки у французьких барріках.

Помаранчеве вино Арбіна сорту Ркацителі – фаворит засновниці Винарні, вино витримано понад 24 місяці у добох бочках від виноробні Бейкуш. Напій вирізняється безмежним смаком та ароматом: абрикос, мед, персик, апельсинова цедра, сушені польові квіти та дрібка мигдалю трансформуються у сухий інтенсивний та маслянистий смак із пряним фінішем.

На думку сомельє бар'єром щодо просування українського вина на національному ринку, є той парадокс, що воно цінується більше за кордоном, ніж в Україні. Кавісти «Винарні» працюють з тією категорією покупців, які готові розуміти цінність локальних вин [6].

«Винарня» позиціонує себе як багатогранний бренд. Крамниця активно використовує інструменти реклами

у соціальних мережах: у Instagram показано естетичні аспекти вина, у Telegram – його інтелектуальну сторону, соцмережа X (колишній Twitter) демонструє більш розважальний контент [8].

Робота сомельє у напрямку популяризації українських локальних вин на міжнародному ринку має важливий соціальний аспект, вона сприяє ініціюванню кенселу російських учасників міжнародних винних конкурсів. Зусилля, які докладають українські сомельє – це сигнал світовій спільноті, що базується на принципах прав людини, цінності людських життів та недоторканості кордонів: неприпустимо, щоб країна агресор знищувала українські міста і водночас брала участь у конкурсах сомельє та представляла свою винну культуру. Наразі членство російської асоціації сомельє у Міжнародній Асоціації сомельє призупинено, проте її виключення є надзвичайно тривалим та складним процесом [4; 8].

Висновки. Україна – держава, яка лише починає формувати свій імідж як провідний центр європейського виноробства, що є цілком природним процесом, адже для виникнення традицій потрібно час. Завдяки грамотній рекламі та роботі сомельє у сфері промоції вина відчутними є позитивні зміни: ресторани формують винні карти з різноманітним асортиментом, а українські виноробни створюють вино високої якості.

Промоція сучасної винної культури України передбачає усунення стереотипів: у державах, де присутні

багатовікові традиції вино завжди було невід'ємною складовою культури, у той же час на теренах нашої держави застілья асоціювалися з вживанням виключно міцних напоїв та іншими традиціями. Дуже важливо, щоб молоде покоління сприймало вино власне як частину культури як того потребують сучасні реалії.

В роботі сомельє у напрямку реклами українського вина присутній просвітницький аспект, що полягає у проведенні дегустацій, тематичних лекцій, знайомстві аудиторії з локальними виробниками. У такій діяльності важливою є підтримка з боку медіа у сфері популяризації культури споживання вина, це б дало можливість потенційним споживачам краще зрозуміти суть напою, отримувати позитивні враження від смаку, дізнаватися про історію та традиції його створення.

Сомельє розуміють, що привчити вайнловерів купувати український продукт є непростим завданням, бо досі немає вичерпної інформації, що таке українське вино. Тому їх завдання полягає у тому, щоб продемонструвати споживачам переваги локальних вин, їх унікальність та переконати, що вино локальних виробників може бути гідним подарунком для іноземних гостей. У таких гранях роботи полягає рекламна діяльність сомельє з метою популяризації брендів локальних вин та підвищення обізнаності споживачів з унікальною енологічною нішею яка лише починає захоплювати увагу ринку і може розглядатись як інноваційний інструмент зростання конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Українське вино дійсно чудове. Сомельє Олексій Дуров про стан українського виноробства, лайфхаки проти похмілля та свої вина-фаворити. URL: <https://nv.ua/ukr/food/drink/oleksiy-durov-pro-ukrajinske-vinorobstvo-vina-favoriti-ta-layfhaki-proti-pohmillya-50452917.html>
2. Нам допоможе завзятість. Президент Асоціації сомельє України про свою роботу та наслідки війни для виноробства країни. URL: <https://nv.ua/ukr/food/drink/prezident-asociacii-somelye-ukrajini-ivan-bachurin-pro-konkurs-na-krashchogo-somelye-ta-robotu-asu-50489159.html>
3. Що значить не можна? Засновниця української крафтової виноробни про вино як шлях по невідомості. URL: <https://nv.ua/ukr/food/drink/ukrajinske-vino-interv-yu-iz-vinorobkoyu-ta-spivzasovnicoyu-father-s-wine-50435189.html>
4. Якщо маєш вибір, його потрібно робити. Яке українське вино стане модним завтра та як протидіяти РФ у винній сфері – інтерв'ю з сомельє. URL: <https://life.nv.ua/ukr/food/drink/ukrajinske-vino-viyna-shcho-varto-sprobuvati-sogodni-ta-yak-protidiyati-rf-interv-yu-50383188.html>
5. Українське вино на слуху. Кращий сомельє України про локальне виноробство, смаки споживачів та міфи про вино. URL: <https://nv.ua/ukr/food/drink/ukrajinske-lokalne-vino-ta-yogo-misce-u-sviti-perspektivi-rozvitku-galuzi-intervyu-z-somelye-50405979.html>
6. Розмови з сомельє у Винарні: зіркова сомельє Аліна Пухальська про секрети створення вишуканих вин. URL: https://vynarnia.com.ua/rozmovy-z-somelie-alina-pukhalska/?srsId=AfmBOoqAJeLAZvtYipHWu3Hxq6BtlJYeSwhS_STXg27iy9D6nblqW7Be
7. Як обрати та де випити українське вино: поради від сомельє – Богдана Павлюха. URL: <https://lviv.travel/ua/news/de-vyputy-vyna-lviv?srsId=AfmBOopn9cNre4emawNLHAOX-rvFbY2uP43Es2oGOEA9brdYIG4QvQ-p>
8. Як популяризувати українське вино: досвід «Винарні». URL: <https://choiceqr.com/uk/news/як-популяризувати-українське-вино-до/>
9. Кожедубова Л. П. Барна справа: навчальний посібник. Київ : Науково-методичний центр ВФПО, 2023. 206 с.
10. Роїк О. Р., Маліш В. Особливості розвитку ресторанного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 66. С. 77–82.

References:

1. Ukrainske vyno diisno chudove. Somelie Oleksii Durov pro stan ukrainskoho vynorobstva, laifkhaky proty pokhmillya ta svoi vyna-favority [Ukrainian Wine is Truly Great. Sommelier Oleksii Durov on the State of Ukrainian Winemaking, Hangover Hacks, and His Favorite Wines]. Available at: <https://nv.ua/ukr/food/drink/oleksiy-durov-pro-ukrajinske-vinorobstvo-vina-favoriti-ta-layfhaki-proti-pohmillya-50452917.html> (in Ukrainian)

2. Nam dopomozhe zavzhatist. Prezydent Asotsiatsii somelie Ukrainy pro svoiu robotu ta naslidky viiny dlia vynorobstva krainy [Perseverance Will Help Us. The President of the Ukrainian Sommelier Association on His Work and the Impact of the War on the Country's Winemaking]. Available at: <https://nv.ua/ukr/food/drink/prezident-asociacii-somelye-ukrajini-ivan-bachurin-pro-konkurs-na-krashchogo-somelye-ta-robotu-asu-50489159.html> (in Ukrainian)
3. Shcho znachyt ne mozna? Zasnovnytsia ukrainskoi kraftovoi vynorobni pro vyno yak shliakh po nevidomosti [What Does “Impossible” Mean? The Founder of a Ukrainian Craft Winery on Wine as a Journey into the Unknown]. Available at: <https://nv.ua/ukr/food/drink/ukrajinske-vino-interv-yu-iz-vinorobkoyu-ta-spivzasnovniceyu-father-s-wine-50435189.html> (in Ukrainian)
4. Iakshcho maiesh vybir, yoho potribno robyty. Yake ukrainske vyno stane modnym zavtra ta yak protydiaty RF u vynnii sferi – interv’iu z somelie [If You Have a Choice, You Need to Make It. Which Ukrainian Wine Will Become Trendy Tomorrow and How to Counteract Russia in the Wine Industry – An Interview with a Sommelier]. Available at: <https://life.nv.ua/ukr/food-drink/ukrajinske-vino-viyna-shcho-varto-sprobuвати-sogodni-ta-yak-protidiyati-rf-interv-yu-50383188.html> (in Ukrainian)
5. Ukrainske vyno na slukhu. Krashchyi somelie Ukrainy pro lokalne vynorobstvo, smaky spozhyvachiv ta mify pro vyno [Ukrainian Wine is in the Spotlight. Ukraine’s Best Sommelier on Local Winemaking, Consumer Tastes, and Wine Myths]. Available at: <https://nv.ua/ukr/food/drink/ukrajinske-lokalne-vino-ta-yogo-misce-u-sviti-perspektivi-rozvitku-galuzi-intervyu-z-somelye-50405979.html> (in Ukrainian)
6. Rozmovy z somelie u Vynarni: zirkova somelie Alina Pukhalska pro sekrety stvorennia vyshukanykh vyn [Conversations with Sommeliers at Vynarnia. Star Sommelier Alina Pukhalska on the Secrets of Creating Exquisite Wines]. Available at: https://vynarnia.com.ua/rozmovy-z-somelie-alina-pukhalska/?srsId=AfmBOoqAJeLAZvtYipHWu3Hxq6BtlJYeSwhS_STXg27iy9D6nblqW7Be (in Ukrainian)
7. Yak obraty ta de vypyty ukrainske vyno: porady vid somelie – Bohdana Pavliukha [How to Choose and Where to Drink Ukrainian Wine: Tips from Sommelier Bohdan Pavliukh]. Available at: <https://lviv.travel/ua/news/de-vypyty-vyna-lviv?srsId=AfmBOopn9cNre4emawNLHAOX-rvFbY2uP43Es2oGOEA9brdYIG4QvQ-p> (in Ukrainian)
8. Iak populyaryzuvaty ukrainske vyno: dosvid “Vynarni” [How to Promote Ukrainian Wine: The Experience of “Vynarnia”]. Available at: <https://choiceqr.com/uk/news/як-популяризувати-українське-вино-до/> (in Ukrainian)
9. Kozhedubova L. P. (2023) Barna sprava: navchalnyi posibnyk [Bar business: training manual]. Kyiv: Naukovo-metodychnyi tsentr VFPO, 206 s. (in Ukrainian)
10. Roik O. R., Malish V. (2022) Osoblyvosti rozvytku restorannoho biznesu v Ukraini v umovakh voiennoho stanu [Peculiarities of the development of the restaurant business in Ukraine under martial law]. *Infrastruktura rynku*. vyp. 66. s. 77–82. (in Ukrainian)

Yurii Zhuk, Andrii Manko, Pavlo Romaniv

Ivan Franko National University of Lviv

CURRENT ASPECTS OF PROMOTING THE UKRAINIAN WINE INDUSTRY BY SOMMELIERS – AN INNOVATIVE MARKETING TOOL IN HOSPITALITY

The article explores the current aspects of promoting the Ukrainian wine industry through the activities of sommeliers as an innovative advertising tool in the hospitality sector. The modern state of Ukrainian winemaking, its dynamic development, and the key challenges faced by wine producers in domestic and international markets are analyzed. Special attention is given to the role of sommeliers in popularizing the national wine product, their interaction with producers, restaurants, and specialized retail networks. The Ukrainian wine industry is rapidly developing, with sommeliers playing a key role in its promotion. They contribute to shaping wine culture, organize tastings, and collaborate with producers and international experts. The focus is on promoting local wines and enhancing their competitiveness in global markets. The study examines the activities of the Ukrainian Sommelier Association and its contribution to the development of wine culture, particularly through organizing tastings, professional competitions, and international events. The importance of strategic partnerships between Ukrainian winemakers and sommeliers for shaping a positive image of national wine is highlighted. The growing trend of promoting local grape varieties, which shape Ukraine’s unique enological identity, is emphasized. Marketing approaches used to promote Ukrainian wine, including social media strategies, tasting events, collaborations with international experts, and wine associations, are analyzed. The main barriers to the development of the Ukrainian wine industry are identified, such as low consumer awareness, competition with foreign producers, and limited resources for large-scale promotion. In conclusion, it is proven that the activities of sommeliers play a crucial role in shaping the wine consumption culture in Ukraine, developing wine tourism, and enhancing the competitiveness of the national wine industry. The prospects for further market development through the integration of international quality standards, the expansion of the professional sommelier network, and the support of local winemakers are considered.

Keywords: sommelier, wine industry, wine marketing, Ukrainian winemaking, wine promotion.

Статтю подано до редакції 17.03.2025