

**Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний технологічний університет  
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації**



**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

**БЕНЧМАРКИНГ – ТУР ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ТУРИСТИЧНОГО  
ВІДПОЧИНКУ ПО ЛОКАЦІЯМ ВИННИХ ДОРІГ ПРИЧОРНОМОР'Я  
УКРАЇНИ**

Здобувачка Вікторія КОВБАСЮК

Керівник: Наталя ДОБРЯНСЬКА

**Кваліфікаційна робота допускається до захисту**

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР \_\_\_\_\_ Олена МЕЛІХ

Одеса -2022 рік

**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**  
(ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ)

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав.кафедри ТБ та Р

Олена МЕЛІХ

11 лютого 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Ковбасюк Вікторії Андріївни

*(прізвище та ініціали)*

1. Тема роботи: «Бенчмаркінг – тур як один із видів туристичного відпочинку по локаціям винних доріг Причорномор'я України», затверджена наказом академії від «11» лютого 2022 р. наказ № 101-03.
2. Термін задачі здобувачем закінченої роботи «01» червня 2022 р.
3. Вихідні дані до роботи: підручники, навчальні посібники, статті, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі акти, інтернет-видання.
4. Перелік питань, які потрібно розробити:  
РОЗДІЛ 1 Бенчмаркінг - тур як один із видів туристичного відпочинку.  
РОЗДІЛ 2 Причорномор'я України – локації для винних турів.  
РОЗДІЛ 3 Бенчмаркінг - тур «Винними стежками Одещини».
5. Перелік графічного матеріалу: презентація до кваліфікаційної роботи бакалавра (18 слайдів)

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи (для кваліфікаційної роботи бакалавра):

Розділ	Консультант	Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ	11.02.2022р.	06.06.2022р.

7. Дата видачі завдання – «11» лютого 2022 р.

Керівник: \_\_\_\_\_ Наталя ДОБРЯНСЬКА

Завдання прийняла до виконання \_\_\_\_\_ Вікторія Ковбасюк

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Пошук об'єкту дослідження, обґрунтування теми кваліфікаційної роботи бакалавра та погодження її з керівником	11.02.2022р. – 01.03.2022р.
2.	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел	01.03.2022р. - 01.04.2022р.
3.	Виконання першого розділу кваліфікаційної роботи бакалавра	01.04.2022р.- 20.04.2022р.
4.	Виконання другого розділу кваліфікаційної роботи бакалавра	20.04.2022р.- 05.05.2022р.
5.	Виконання третього розділу кваліфікаційної роботи бакалавра	05.05.2022р.- 20.05.2022р.
6.	Узагальнення результатів досліджень та написання висновків та пропозиції	20.05.2022р. – 01.06.2022р.
7.	Укладання списку використаних джерел	02.06.2022р.
8.	Упорядкування додатків до роботи	03.06.2022р.
9.	Написання презентації та буклету	05.06.2022р.
10.	Оформлення роботи та одержання відгуку керівників	10.06.2022р.
11.	Одержання рецензії	14.06.2022р.
12.	Захист кваліфікаційної роботи бакалавра перед екзаменаційною комісією	22.06.2022р.

Здобувачка \_\_\_\_\_ Вікторія КОВБАСЮК

Керівник роботи: \_\_\_\_\_ Наталя ДОБРЯНСЬКА

## АНОТАЦІЯ

на кваліфіковану роботу бакалавра

Робота містить 74 сторінки, 4 таблиці, 10 рисунків, список літератури з 45 найменувань.

Метою виконання роботи є розробка бенчмаркінг - туру по локаціям винних доріг Причорномор'я України.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають бенчмаркінг - тури як нова категорія туризму з метою розробки бенчмаркінг – туру по локаціям винних доріг Причорномор'я України.

Завданням роботи передбачено розробка створення бенчмаркінг - туру; визначити стан та сутність його в сфері туризму; дослідити затребуваність бенчмаркінг - туру в Україні; відвідати виноробні Причорноморської частини; розрахувати собівартість туру та ціну для туриста; задовольнити бажання та очікування туристів.

За результатами виконаної роботи сформульовано таке поняття як бенчмаркінг - тур, виявлено розвиток бенчмаркінг - турів, проведений процес вивчення і адаптації найкращих методів інших підприємств для вдосконалення власних результатів для покращення роботи власної виноробні на Причорномор'ї України, а також розроблений бенчмаркінг - тур по локаціям винних доріг Одещини.

Одержані результати можуть бути використані на поліпшення позицій по відношенню до конкурентів та розробки нових ідей; вивчення діяльності лідерів конкурентного середовища і причини їх успіху, узагальнення і використання цих відомостей в процесі побудови моделі ефективного підприємництва, а також при викладанні таких дисциплін як Організація туризму (Організація туристичних подорожей), Організація туризму (Організація екскурсійної та анімаційної діяльності), Економіка туристичної галузі та інші.

Рік захисту роботи 2022.

**THE SUMMARY**  
for a qualified bachelor's degree

The work contains 74 pages, 4 tables, 10 figures, bibliography of 45 items.

The purpose of the work is to develop a benchmarking tour of the locations of wine roads on the Black Sea coast of Ukraine.

The object of analysis, generalizations and research are benchmarking tours as a new category of tourism in order to develop a benchmarking tour of the locations of wine roads on the Black Sea coast of Ukraine.

The task of the work is to develop a benchmarking tour; determine the state and essence of it in the field of tourism; explore the demand for benchmarking tours in Ukraine; visit the wineries of the Black Sea part; calculate the cost of the tour and the price for the tourist; to satisfy the desires and expectations of tourists.

Based on the results of this work, the concept of benchmarking tour was formulated, the development of benchmarking tours was revealed, the process of studying and adapting the best methods of other companies to improve their own results to improve the work of their own winery on the Black Sea coast of Ukraine. wine roads of the Black Sea coast of Ukraine.

The obtained results can be used to improve positions in relation to competitors and develop new ideas; study of the activities of leaders of the competitive environment and the reasons for their success, generalization and use of this information in the process of building a model of effective entrepreneurship, as well as teaching such disciplines as Tourism Organization (Tourism Travel Organization), Tourism Organization (Excursion and Animation) and other.

Year of protection of work 2022.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1	
Бенчмаркинг - тур як один із видів туристичного відпочинку.....	10
1.1 Поняття бенчмаркингу в туризмі та його дослідження.....	10
1.2 Особливості бенчмаркингових турів.....	15
1.3 Огляд бенчмаркинг - турів у послугах туристичних операторів .....	19
Висновки до 1 розділу.....	23
РОЗДІЛ 2	
Причорномор'я України – локації для винних турів.....	24
2.1 Регіональні особливості винного туризму Причорноморського регіону	24
2.2 Основні виробні Причорноморського краю.....	29
2.3 Виноробні Причорномор'я: аналіз туристичних локацій .....	33
Висновки до 2 розділу.....	51
РОЗДІЛ 3	
Розробка та просування бенчмаркинг - туру «Винними стежками Одещини».....	53
3.1 Розробка програми бенчмаркинг – туру «Винними стежками Одещини».....	53
3.2 Технологічна карта бенчмаркинг - туру та екскурсії .....	55
3.3 Прорахунок вартості бенчмаркинг – туру .....	67
Висновки до 3 розділу.....	70
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ .....	79

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Розвиток України з часу незалежності є багатовекторним, проте сьогодні варто відмітити активний сплеск інтересу до розвитку туристичної сфери надання послуг, котра є найперспективнішою галуззю економіки. І це не дивно, адже територія нашої держави це гармонійне поєднання унікальних природних багатств та потужного ресурсного потенціалу – лікувальних грязей, природних термальних вод, хвойних лісів та безкрайніх полонин.

Саме тому, сьогодні сфера української туристичної індустрії включає в себе широкий спектр способів відпочинку, що задовольнить навіть самого найвибагливішого туриста – це активні види відпочинку (пішохідний, лижний, водний, велосипедний, гірський, кінний, авто-і мототуризм і спелеотуризм), лікувально-оздоровчий туризм (бальнеологічний, кліматичний, грязьовий туризм) чи релігійний туризм.

Варто також зазначити, що розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних технологій, котрі налаштовані на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей.

Крім того, туристична галузь держави є одним із джерелом наповнення бюджету країни та одночасно й популяризації культури та традицій свого регіону. А оскільки район Причорномор'я славиться своїми виноробнями, то розробка бенчмаркінг - туру по локаціям виноробень є цікавою та актуальною темою для даного дослідження.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у розробці бенчмаркінг - туру по локаціям винних доріг Причорномор'я України.

Реалізація даної мети передбачає вирішення наступних завдань:

- з'ясувати поняття бенчмаркінгу в туризмі та його дослідження;
- розглянути особливості бенчмаркінгових турів;

- здійснити огляд бенчмаркінг - турів у послугах туристичних операторів України;
- охарактеризувати основні виноробні Причорноморського краю;
- описати виноробні Причорномор'я;
- розробити бенчмаркінг - тур «Винними стежками Одещини».

Об'єктом дослідження є бенчмаркінг - тури.

Предметом дослідження є винні локації Причорномор'я.

Методи дослідження. Базовими принципами досліджуваної проблеми стали принципи наукової достовірності та всебічності, а саме: аксіологічний (ціннісний) та евристичний методи для виявлення міжпредметних зв'язків у туризмі; метод теоретичних узагальнень для опису здійснених досліджень і формулювання зроблених висновків. Метод аналізу був використаний для опрацювання наукової літератури з дослідження винних локацій Півдня України.

Наукова новизна дослідження полягає у висвітленні нового туристичного напрямку – бенчмаркінгу та розробки бенчмаркінг - туру «Винними стежками Одещини».

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що автор на основі міждисциплінарних зв'язків розглянув особливості розвитку туристичного бізнесу в Україні, визначив новий туристичний напрямок – бенчмаркінг.

Дані матеріали можна використовувати при написанні історіографічних праць з туризму, розвитку туризму в Україні, науково-популярних і навчальних посібниках, в практичній викладацькій роботі, а також при розробці широкого кола загальних проблем туристичної галузі в Україні.

Інформаційна база дослідження становить опубліковані джерела – монографії, статті, наукові дослідження та джерела мережі Інтернет.

Основні положення та результати наукової роботи доповідались, обговорювались і отримали позитивну оцінку на V Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Публічне управління і

адміністрування: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку», яка відбулася 19 травня 2022 року у Державному університеті «Одеська політехніка» та на XVIII Всеукраїнській науковій Zoom-конференції студентів з розділу «Харчові технології» та Науковій конференції здобувачів вищої освіти, яка відбулася 11-13 травня 2022 року у Одеському національному технологічному університеті. За результатами дослідження надруковано наукову працю в матеріалах конференції: Ковбасюк В.А. Бенчмаркинг – тур по локаціям винних доріг Причорномор'я України та підготовлена доповідь на тему: «Бенчмаркинг – тур як один із видів туристичного відпочинку по локаціям винних доріг Причорномор'я України» (Додаток А).

Структура роботи відповідає поставленій меті та завданням дослідження. Вона складається зі вступу, 3 розділів, що поділяються на 3 підрозділи, висновків, списку використаних джерел інформації (45 найменування). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 79 сторінок, з них основного тексту – 74 сторінки, 10 рисунків, 4 таблиці.

## РОЗДІЛ 1

### БЕНЧМАРКИНГ - ТУР ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ТУРИСТИЧНОГО ВІДПОЧИНКУ

#### 1.1. Поняття бенчмаркінгу в туризмі та його дослідження

Термін «бенчмаркінг» утворився від англійського «benchmark» – «початок відліку» (стандарт, орієнтир). В найзагальнішому значенні benchmark – це щось, що використовується як еталон при порівнянні з іншими предметами. Бенчмаркінг є мистецтвом виявляти те, що інші фірми роблять краще, а також вивчення їх методів роботи. Існує величезна кількість трактувань поняття бенчмаркінгу.

Одні вважають його продуктом еволюційного розвитку концепції конкурентно здатності, інші – програмою з поліпшення якості, інші ж зараховують його до екзотичних продуктів японської бізнес-практики. Іншими словами бенчмаркінг – це комплексний метод управління конкурентоспроможністю на основі постійного дослідження найкращих практик діяльності, а також конкурентів, лідерів галузі та організацій інших галузей. [23]

Бенчмаркінг – це процес вивчення і адаптації найкращих методів інших підприємств для вдосконалення власних результатів. Це порівняльний аналіз діяльності підприємств в різних аспектах, які мають ключове значення для розвитку.

Бенчмаркінг близький до поняття маркетингової розвідки, яка означає постійну діяльність по збору поточної інформації про зміну зовнішнього середовища маркетингу, необхідної як для розробки, так і коректування планів маркетингу.

Однак маркетингова розвідка має на меті збір конфіденційної або напівконфіденційної інформації про зміну зовнішнього середовища

маркетингу. Він теж розглядається як процес, діяльність по довгостроковому обмірковуванню конкурентної стратегії, заснованої на кращому досвіді партнерів і конкурентів в сфері туризму в цілому, і в якомусь сегменті сфери туризму на національному та міжнародному рівнях.

Мета бенчмаркінгу полягає в підвищенні ефективності власної діяльності і завоюванні лідерства в конкурентній боротьбі. В даний час бенчмаркінг, використовуючи свій головний принцип «від кращого до кращого», повертає до життя і успіху багато туристичних фірм США, Японії, Західної Європи.

Предметом бенчмаркінгу є технологія, виробничі процеси, методи виробництва фірми і обслуговувань, просування та продажу турпродукту. Результати бенчмаркінгу разом з результатами маркетингових досліджень використовуються при розробці цілей і стратегій діяльності великої кількості туристичних фірм.

Р. Вауер вважає, що «Бенчмаркінг знаходить широке поширення в логістиці, маркетингу, управлінні персоналом, фінансовому менеджменті, тобто стосовно фірми бенчмаркінг охоплює всі сфери і напрямки її діяльності. Так бенчмаркінг в логістиці дозволяє швидко і з малими витратами виявити проблемні ситуації в логістичних системах, в сферах, близьких до покупця, по виконанню замовлень і транспортуванню».

Натомість Ю, К. Шеррі стверджує, що «бенчмаркінг повинен бути постійним процесом, націленим не тільки на відповідність конкуренції, але і на перемогу над нею. у рамках бенчмаркінгу підприємницькі функції аналізуються як процеси, що створюють товар чи послугу і просувають їх на ринок. Сфера застосування бенчмаркінгу включає розробку стратегії, операції й управлінські функції, однак основним джерелом даних про ринок і про конкурентів залишається покупець»[19].

R.Venetucci розглядає бенчмаркінг «як спосіб оцінки стратегій і цілей роботи в порівнянні з першокласними ми підприємствами, щоб гарантувати довгострокове положення на ринку».

Історично бенчмаркінг спочатку був відомий як модель під назвою GAP – аналіз: проста методика оцінки «розриву» між окремими параметрами туристичної фірми і бажаними результатами (серед таких можуть виступати і позиції головного конкурента) використовувалася для оцінки слабких сторін туристичної фірми.

Технологія бенчмаркінгу створює своєрідну аналогову базу, яка може бути використана як еталонний об'єкт поглибленого предметного дослідження. Причому цілі, які переслідують туристичні фірми, використовуючи інструментарій бенчмаркінгу, можуть бути різними:

- поліпшити позицію по відношенню до конкурентів;

- знизити витрати; зміцнити конкурентну позицію;

- підвищити ступінь задоволеності покупців;

- збільшити ефективність;

- визначити слабкі місця процесу;

- розробити нові ідеї;

- вивчити діяльність лідерів конкурентного середовища і причини їх успіху, узагальнити і використовувати ці відомості в процесі побудови моделі ефективного підприємництва[28].

Бенчмаркінг в туристичній сфері – це постійний процес вивчення і оцінки турпродукту і досвіду своїх найсерйозніших конкурентів, або тих туристичних фірм, які є визнаними лідерами бізнесу (не обов'язково прямі конкуренти, і не обов'язково тільки фірми сфери туризму).

Це пошук найкращого досвіду комерційної діяльності, який веде до переваги в сфері туристичного бізнесу. Він включає процес оцінки внутрішнього стану речей в туристичній фірмі, так і зовнішньої оцінки, яка ґрунтується на певних об'єктивних фактах, що постійно збираються.

Для більшості туристичних фірм бенчмаркінг не є новим, оскільки він здійснювався в рамках конкурентного аналізу, хоча бенчмаркінг є більш деталізованим, формалізованим і упорядкованим методом, ніж метод чи

підхід конкурентного аналізу, це необхідна умова успіху будь-якої туристичної фірми.

Бенчмаркинг в туристичній фірмі виявляє її проблеми або проблеми на туристичному ринку з витратами і якістю, виявляє конкурентні переваги або недоліки туристичних фірм. Він розкриває проблеми в роботі, конкретизує їх. У керівництві німецької туристичної корпорації «ТЕЛ» переконані, що бенчмаркинг повинен бути постійним процесом, націленим не тільки на відповідність конкуренції, але і на перемогу над нею.

В рамках бенчмаркингу підприємницькі функції аналізуються як процеси, що створюють туристичний продукт і просувають його на ринок. Сфера застосування бенчмаркингу включає розробку стратегії, операції й управлінські функції, однак основним джерелом даних про ринок і про конкурентів залишається покупець.

Він розглядається і як спосіб оцінки стратегій і цілей роботи в порівнянні з першокласними туристичними фірмами, щоб гарантувати довгострокове успішне існування на ринку.

Його швидше слід розглядати як дослідження, проведене паралельно з маркетинговими дослідженнями, а не як включено до їх складу. Це обумовлюється тим, що в маркетингові дослідження традиційно включаються дослідження зовнішньої підприємницького середовища, ринку, споживачів і конкурентів, бенчмаркинг спрямований головним чином, як зазначалося вище, на вивчення кращих технологій, виробничих і обслуговуючих процесів і методів обслуговування, просування та продажу турпродукту.

Однак слід згадати, що ряд фахівців стали включати в бенчмаркинг і такі традиційні напрями маркетингових досліджень, як вивчення споживачів і конкурентів. В даному випадку різниця бенчмаркингу і маркетингових досліджень послаблюється, але такий підхід суперечить поняттям, які склалися, в області маркетингових досліджень.

Крім того, варто зазначити, що бенчмаркінг-тур можна вважати особливим різновидом промислового туризму, яка зародилася в ХІХ столітті. Першим підприємством, який відкрив свої двері для відвідувачів в 1866 році, був завод Jack Daniel's. На той момент ця практика не набула визнання і популярності у інших виробників, але це було цілком природно в епоху зростання уваги до захисту від конкуренції і різкого розвитку патентного права.

Вивченням проблем використання бенчмаркінгу в економіці з початком переходу до ринку займаються і вітчизняні вчені, точка зору яких щодо сутності цього методу близька поглядам західних дослідників. Так, Е.А. Михайлова вважає, що бенчмаркінг - це «... безперервний пошук нових ідей і подальше використання їх на практиці»

Крім того, дослідженням бенчмаркінгу займалися такі вчені – І. А. Арєнков, І. А. Арташина, Л. В. Балабанові, О. А. Подсолонко, Л. Р. Прус тощо. Теоретичними та практичними проблемами аналізу конкурентоспроможності туристичних фірм присвячено праці науковців: С.П. Гаврилюк, Л. І. Гонтаржевська, А. П. Дурович, А.С. Копанєв тощо.

Питанням формування іміджу підприємства присвятили свої наукові дослідження такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Б. Джі, Д. Дороті, Г. Кессон, В. Гарденер і С. Леві, Г. Даулінг, Н. Л. Рогалєва, Н. М. Сіняєва, Т. В. Герасимова, Т. А. Соломанідіна, С. В. Резонтов, В. Новік та ін.

Але переважна більшість публікацій розглядає лише взаємозв'язок PR технологій і питань формування іміджу. Безсумнівно, що недостатня увага, яка приділялася проблемам зв'язків із громадськістю взагалі та іміджмейкерству зокрема зумовили значне відставання нашої країни від передових технологій, що існують за кордоном

Серед вітчизняних науковців, які зверталися до питання використання бенчмаркінгу в стратегічному плануванні діяльності підприємств, слід відзначити Г. Ю. Ткачук, О. Ф. Оснач, К. І. Радченко, В. Д. Немцова, Л. Є. Довгань, З. Є. Шершньову. Більшість вітчизняних авторів, що досліджували

бенчмаркинг, вважають його процесом оцінки своєї діяльності стосовно конкурентів, лідерів у галузі та інших об'єктів порівняння [32].

Також потрібно зазначити, що оскільки бенчмаркинг - тури це фактично промисловий туризм, то останнім часом активізувалися наукові дослідження щодо розвитку промислового туризму в Україні. Так, можливості розвитку туризму на промислових територіях було проаналізовано та досліджено В.Ф. Данильчуком, необхідність охорони та заповідання антропогенних ландшафтів, оцінення їх як пам'яток індустріальної культури представлено у працях Г.І. Денисика, В.Л. Казакової, Ю.Г. Тютюнника, перспективи розвитку промислового туризму в Україні визначено В.С. Пацюком, напрями та досвід використання промислового туризму на Дніпропетровщині досліджено О.Є. Афанасьєвим, можливості та перспективи розвитку промислового туризму у східному регіоні України розглянуто О.Ю. Чередниченко.

Так, Клименко О.В., розглядала туризм як соціальне-економічне явище що дає можливість реанімувати економіку у період рецесії підопічних територій, насамперед, по так званих проблемних суб'єктах.

## 1.2. Особливості бенчмаркингових турів

Бенчмаркинг - тури - це тури на промислові діючі об'єкти, з метою почерпнути для себе корисну інформацію або для обміну досвідом у тій чи іншій справі.

Завдяки своїй наочності, дохідливості, емоційності така екскурсія є надзвичайно ефективною формою передачі знань екскурсантам, сприяє міцному засвоєнню наведених фактів, робить сильний вплив на формування духовного обличчя людини.

Бенчмаркинг - тури поділяються на:

- промислово-історичні;
- промислово-економічні;

промислово-технічні,  
природознавчі;  
профорієнтаційні.

Промислово-історичні розкривають історію підприємства, показують біографію і досягнення заводу, фабрики, транспортного вузла, сільськогосподарського підприємства, наукового чи навчального закладу. На промислово-економічних екскурсіях розкриваються питання собівартості та якості продукції, наукова організація праці.

Промислово-технічні забезпечують показ технологічного процесу, роботу окремих цехів і дільниць. Цехи – чудовий об'єкт промислового туризму, найбільш рентабельний спосіб реклами: затрати мінімальні, а вражень багато.

В особливу підгрупу виділяють промислові екскурсії, які проводять з метою професійної орієнтації підлітків, надання допомоги учням загальноосвітніх шкіл у виборі ними майбутньої професії. Подібні екскурсії присвячені детальному знайомству з різними професіями, а в ряді випадків – всебічному показу однієї-двох професій [38].

До групи природознавчих екскурсій входять географічні, оглядові природознавчі, геологічні, гідрологічні, ґрунтознавчі, ботанічні, зоологічні, екскурсії до унікальних пам'яток природи, природоохоронної або екологічної тематики.

В оглядових передбачається розкриття декількох підтем: історія краю, досягнення в економіці, культурі, науці, особливості природи і ряд інших.

Місцем проведення промислових екскурсій є заводи, фабрики, виноробні, будови промислових, житлових культурно-побутових об'єктів, сільськогосподарські підприємства, залізничні вокзали, річкові й морські порти, аеропорти, науково-дослідні інститути, вищі навчальні заклади, планетарії, театри, цирки, філармонії та інші об'єкти виробничого, навчального, наукового та соціально-культурного призначення.

Маршрути бенчмаркінг екскурсій можуть охоплювати як все підприємство в цілому, так і окремі його виробничі ділянки. Продукти, що виробляються в так званому режимі онлайн відразу ж можна помацати (а в деяких випадках зробити самим), спробувати, приміряти, купити.

Для кожної серйозної компанії – чи то автоскладальний завод, лісопилка або аеропорт – вважається поганим тоном не запрошувати туристів, це загроза репутації фірми.

Хоча, звичайно, відкриті і багато діючих підприємств. Лідер відвідуваності – завод BMW в баварському Вольфсбурзі (260 тис. туристів на рік). В одній лише Франції до 2007 року 1700 компаній прийняли туристів на своїх виробничих майданчиках. Лідирує тут припливна електростанція в Рансе, яка щорічно приймає 300 000 туристів. А в Англії шоколадну фабрику Кедберрі відвідують 400 000 осіб. В Іспанії загальним місцем стають винні тури, у Франції – сирні, в Нідерландах – квіткові [38].

Ефективна реклама підприємства, яка не потребує фінансових витрат, дієвий засіб додаткового прибутку – все це поєднує в собі промисловий туризм. Тисячі вітчизняних та зарубіжних туристів готові платити кошти, аби на власні очі побачити процес виплавки чавуну, виробництва високотехнологічних приладів, розливу напоїв, збирання машин тощо.

Приймаючи гостей на території свого підприємства, власник має нагоду презентувати його потужності і потенціал, якість продукції, переваги перед конкурентами. Такі візити можуть стати початком нових партнерських стосунків і розширенням клієнтської бази.

На сьогоднішній день пустити споживача до себе на виробництво – це дуже гарний рекламний хід. Кілька годин витонченої реклами, яку екскурсант споживає охоче, а іноді ще й платить за це. До того ж відкритися для споживача – це демонстрація чесності та прозорості управління, бездоганних технологій, впевненості у своїх перспективах перед конкурентами.

Не тільки виробництво товарів, а й виробництво послуг можна перетворити на шоу без шкоди для виробничого процесу.

Перетворення виробництва в туристичний об'єкт стимулює фірму до поліпшення корпоративного клімату і трудових відносин. Стають осмисленими прибирання в цехах, чиста робоча форма, презентабельний вигляд обладнання та багато іншого, в чому середньостатистичний директор не бачив сенсу раніше.

Та й у робітників мотивація змінюється, коли на них дивляться, як на музейний скарб. Отже, фірма отримує лояльність споживачів, ефективну підтримку брендів. А оборот сувенірних магазинів, розташованих у точках, де закінчуються екскурсії, значно вищий, ніж в інших точках з аналогічною продукцією.

Нарешті, зайве казати, як виграє бюджет міста від стимулювання продажів міських товарів і послуг. Але, крім того, міста здобувають нові бренди, нові несподівані і привабливі елементи іміджу, а також більше число туристів – цих «ходячих грошей» нашого часу. До того ж екскурсії на діючі підприємства – це, як правило, додаткове «навантаження» для інших туристичних магнітів, які сконцентровані знову ж таки в містах.

Причому найбільш популярнішими у туристів є об'єкти, які є брендами конкретних міст. Наприклад, портовий комплекс в Роттердамі або завод «Ролекс» у Цюриху. Саме місто забезпечує популярність бренду.

Залежно від мотивації людей до подорожей, промисловий туризм розрахований на фахівців, що займаються вивченням та покращенням процесу виробництва, обміном досвідом працівників різних підприємств та їх структурних одиниць, відвідуванням підприємств з ціллю укладання договорів купівлі-продажу машинного устаткування, патентування певних технологічних процесів, вивчення навколишнього природного середовища з метою його покращення, а також на спортсменів-екстремалів, що ставлять за мету отримати гострі враження та провести різного роду змагання на промислових ландшафтах.

Проте підвищена зацікавленість туристів до промислових об'єктів вимагає, перш за все, вивчення його екологічної та техногенної ситуації, гарантування безпеки туристів.

Вітчизняні промислові туристи, не в приклад своїм іноземним колегам, у достатній мірі «нетовариські», бо хочуть не привертати зайвої уваги з боку можновладців до об'єктів промислового туризму і до власного захоплення. Причиною даної обережності є страх масового припливу звичайних туристів.

### 1.3. Огляд бенчмаркінг - турів у послугах туристичних операторів України

Нині в туристичній галузі України достатньо різних альянсів, об'єднань та асоціацій, покликаних підтримувати і сприяти розвитку туристичної інфраструктури. У країні діють Всеукраїнська асоціація туристичних операторів, Всеукраїнська молодіжна туристична асоціація, Асоціація працівників навчальних закладів України туристичного та готельного профілю, Туристична асоціація України, Укрсоюзтур і багато інших.

Тільки Асоціація лідерів туристичного бізнесу сьогодні об'єднує сім великих учасників ринку туристичних послуг – компанії «Агентство «ПанЮкрейн», «Вояж-Київ», «Кандагар», «САМ», «ТЕЗ Тур», «Туртесс Тревел», «Проланд» [11].

При цьому діяльність цих маркетингових альянсів у сфері туризму поки, що обмежується лише внесенням змін та вдосконаленням галузевої законодавчої бази. Найчастіше, розглядаючи проблеми туризму в локально-спеціалізованих рамках, більшість об'єднань обмежується лише лобіюванням власних інтересів.

На жаль, можливості бенчмаркінгу як методології мультиплікації знань у рамках маркетингових альянсів досі не отримали широкого визнання як у туристичній галузі, так і в економіці України загалом. Сьогодні небагато

вітчизняних підприємств, особливо у сфері послуг, бажають розкривати секрети свого успіху. Тут спрацьовує наша національна звичка у всьому бачити так звану комерційну таємницю.

Проте саме бенчмаркінговий підхід дає організації можливість запозичити кращий досвід інших компаній, уникаючи «винаходу колеса». Дотримання цієї концепції дозволить підвищити імідж не тільки українських підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу, а й України у цілому.

Так наприклад, туристична фірма «Меридіан», що знаходиться в місті Кіровоград також має досить велику популярність в місті та за його межами, придбала великий досвід роботи і завоювала симпатію своїх партнерів і клієнтів.

Основними видами діяльності компанії являються: прийом на відпочинок і лікування дорослих, молоді, дітей в Одесі та Одеській області, в Карпатах, Криму, бронювання готелів, проведення екскурсійних програм, організація конференцій, фестивалів, семінарів, спортивних зборів, продаж путівок по Дніпру і Чорному морю та відпочинок на горнолижних курортах Європи.

У даній фірмі можна замовити такі форми поїздок, як індивідуальні поїздки (фірма виступає як турагент); прийом індивідуалів; прийом груп; прийом груп на конференції і семінари.

Крім того, туристичне агентство «Азімут – 2» займається такими видами туризму як: індивідуальний туризм, груповий туризм, маршрути вихідного дня та екскурсійне обслуговування. Дана тур фірма організовує і маршрути вихідного дня маршрути обмежені приміською зоною тривалістю 2-3 дні з відвідуванням об'єктів в межах цієї зони та бенчмаркетинг - тури на підприємства як України так і країн Європи.

В туристичній фірмі «Хелм» переважають наступні види туризму по цілям: екскурсійно-пізнавальні, рекреаційні (літній відпочинок у Чорноморську), освітньо-навчальні (пов'язані з вивченням культури, історії України в цілому і Кіровоградщини зокрема), комерційні та інші.

Так як діяльність фірми пов'язана лише з внутрішнім туризмом, подорожі - за кордон не здійснюються. Турфірма «Хелм» займається організацією автобусних перевезень та екскурсійних поїздок у всі міста України, серед них Київ, Харків, Львів, Запоріжжя, Вінниця, Полтава, Одеса, Миколаїв, Черкаси, Корсунь - Шевченківськ, Умань, Чигирин, а також відвідування туристських об'єктів Кіровоградщини [17; 30].

Кайзен Інститут Україна пропонує різноманітні бенчмаркінгові тури по всьому світу. Тоді як під час KAIZEN™ Insight Tours до Японії турист може критично оцінити побачене та сформувані стратегічне розуміння успішної діяльності компанії, наші KAIZEN™ Benchmark Tours до різних країн світу надають учасникам можливість оцінити ефективність впровадження системи KAIZEN™ із позицій власних компаній.

Досить популярними локаціями для туристичних подорожей в Україні є наступні:

Фабрика ялинкових прикрас, с. Клавдієво-Тарасове, Київська область;

Завод «Coca-Cola», с. Велика Димерка, Київська область;

Свічний заводик «Candy Light», м. Кременчук, Полтавська область;

Шоколадна фабрика «Roshen», м. Київ;

Кіностудія «FILM.UA», м. Київ.

Щодо міст, котрі мають краєвиди та місця для бенчмаркінгових турів, то серед них варто виділити Кривий Ріг – це центр промислового туризму. Надзвичайно цікавим місцем у подорожі стане відвідування кар'єру Південного гірничо-збагачувального комбінату із видобутку залізної руди. Він є найглибшим не тільки в Україні, а й одним із найбільших у Європі. Важко уявити, що це створила людина.

Розміри вражають: довжина складає 3 км, ширина сягає 2,6 км, глибина – 339 м, а площа всього кар'єру становить 570 га. Можна відвідати у складі екскурсії містом, основною родзинкою якої є кар'єр.

Цікавим пунктом промислового туру будуть відвідини заводу Interpipe у Дніпропетровську. Це металургійний електросталеплавильний завод, на якому використовується найсучасніше обладнання. На побудову об'єкта було використано 700 млн. доларів. Для власників завод – це ціле мистецтво, тому Interpipe Сталь також знаменитий своїми арт-об'єктами, автором яких є данський митець Олафур Еліассон.

Найвідомішими з них є «Дніпропетровський схід» – штучне сонце, яке підняте над рівнем землі на 60 м та «Твій вогняний візерунок» – величезні малюнки на фасаді заводу. Заслуговує на увагу і «Тунель часу», який знаходиться одразу на в'їзді.

Одеський морський порт – найбільший морський порт в Україні, унікальний за своїм масштабом. Він є торговельною артерією країни, пропускна здатність якої складає 40 млн. тонн.

Порт в Одесі – це як міні-місто у великому мегаполісі, має окремий морський вокзал, арт-галерею, музей просто неба, церкву святого Миколая, яхтовий комплекс, готель і, власне, сам порт із спеціалізованою технікою.

Закарпаття має також унікальну локацію. Теремле-Ріцька ГЕС у Закарпатті. Унікальність Теремле-Ріцької гідроелектростанції полягає в тому, що вона збудована одразу на двох річках, а саме на р. Теремля та Ріка, такого нема ніде у світі. Перепад висот між річками становить 210 м. Для інженерів було дуже складно продумати проєкт ГЕС в горах. На р. Теремлі створено греблю, яка утворила водосховище.

І вже із Вільшанського водосховища по тунелю через гори вода потрапляє до електростанції в сусідній долині. На електростанції є музей, де представлені матеріали з вироблення електроенергії.

## Висновки до 1 розділу

Для більшості туристичних фірм бенчмаркінг не є новим, оскільки він здійснювався в рамках конкурентного аналізу, хоча бенчмаркінг є більш деталізованим, формалізованим і упорядкованим методом, ніж метод чи підхід конкурентного аналізу, це необхідна умова успіху будь-якої туристичної фірми.

Бенчмаркінг в туристичній фірмі виявляє її проблеми або проблеми на туристичному ринку з витратами і якістю, виявляє конкурентні переваги або недоліки туристичних фірм. Він розкриває проблеми в роботі, конкретизує їх. У керівництві німецької туристичної корпорації «ТЕЛ» переконані, що бенчмаркінг повинен бути постійним процесом, націленим не тільки на відповідність конкуренції, але і на перемогу над нею.

В рамках бенчмаркінгу підприємницькі функції аналізуються як процеси, що створюють туристичний продукт і просувають його на ринок. Сфера застосування бенчмаркінгу включає розробку стратегії, операції й управлінські функції, однак основним джерелом даних про ринок і про конкурентів залишається покупець. Також одним із важливих факторів є те, що бенчмаркінг потрібно застосовувати постійно, адже від одного бенчмаркінг - туру не буде такого якісного результату на підприємстві. Бенчмаркінг - тур надзвичайно популярний вже багато років, але не всі підприємці використовують його для просування свого бізнесу. Але розумний бізнесмен завжди буде звертати на такі деталі як конкурентність. Маркетологи не завжди зможуть зрозуміти чого саме не вистачає виробниці для її більшої реалізації на бізнес платформі.

## РОЗДІЛ 2

### ПРИЧОРНОМОР'Я УКРАЇНИ – ЛОКАЦІЇ ДЛЯ ВИННИХ ТУРІВ

#### 2.1. Регіональні особливості винного туризму Причорноморського регіону

Причорноморський регіон справедливо вважається одним із найдревніших виноробних регіонів України. Давні греки в першу чергу оцінили його сприятливий для виноградарства рельєф. Рівнинне виноробство дозволяє дає змогу, в основному, вирощувати столові сорти та сорти, придатні для виготовлення ординарних вин.

Ще стародавні римляни вважали, що виноград, вирощений на похилій площині, дає кращий врожай. Для Одеської, Миколаївської та частина Херсонської областей є характерною м'яка зима, що дуже важливо для теплолюбної виноградної лози. Зокрема, саме на межі Північного Причорномор'я проходить межа неукривної промислової культури.

Тепла та помірна волога осінь сприяє нормальному розвитку та стиглості виноградних ягід, посушливі періоди перед збором винограду дають змогу отримати виноград високої якості.

З урахуванням макро і мікрорайонування виноградно - виноробного комплексу, геопросторової організації туристичних ресурсів, чітко окреслюються основні райони винного туризму в Україні (рис. 2.1):

- Закарпатський (Берегівський, Виноградівський, Іршавський, Мукачівський, Ужгородський райони Закарпатської області);
- Одеський причорноморський;
- Приазово – степовий.



Рис. 2.1 - Регіони винного туризму в Україні [44]

Найбільша в структурі насаджень площа виноградників у плодоносному віці знаходиться в Одеській області — 64%. Значними є також насадження виноградників у Миколаївській —13%, Херсонській —11% і Закарпатській — 8%. У цілому в 4-х регіонах країни нині зосереджено 96% усіх насаджень винограду (рис. 2.2).

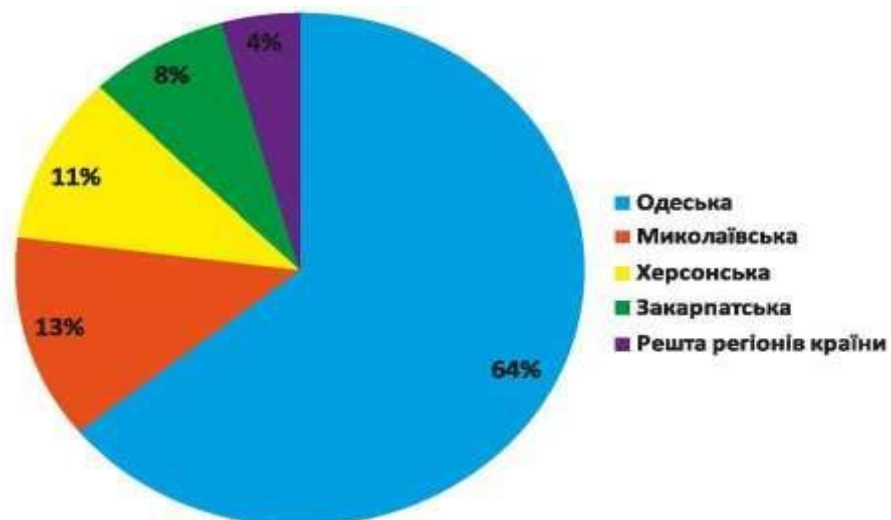


Рис. 2.2 - Структура і питома вага основних регіонів України за насадженнями винограду в плодоносному віці (без урахування площ анексованого Криму)

У решті регіонів загальна площа під виноградниками в плодоносному віці близько 4% від усієї частки в їх структурі. Тобто усе його виробництво нині зосереджене переважно в зоні Степу.

Найбільш перспективними регіонами для розвитку винного туризму є Причорноморський регіон (табл. 2.1), а саме Одеса, Білгород – Дністровськ, Болград. Всі ці райони добре розвинуті для просування та розвитку винного туризму, тут є необхідна туристська інфраструктура і гарно розвинутий виноробний комплекс, зі своїми виробниками, марками та брендами [15].

Таблиця 2.1

Порівняльна таблиця виноробень Причорноморського регіону України

Назва	Адреса	Площа виноградників, га	Сорти винограду	Кількість пляшок на рік, шт
ТОВ «Шабо»	с.Шабо, Одеська обл.	1100	30 сортів	Більше 50 млн
ПАТ «Одеса-винпром»	м.Одеса, Одеська обл.	1150	Більше 20 сортів	15 млн
Бейкуш	с.Чорноморка, Миколаївська обл.	11	6 сортів	30 тис
ПАТ Коблево	с.Виноградне, Миколаївська обл.	2450	14 сортів	45 млн
ПАТ Князя Трубецького	с.Веселе, Херсонська обл.	200	9 сортів	550 тис
КП «Курінь»	с.Степанівка, Херсонська обл.	40	9 сортів	50-60 тис

У нашій країні спроби розробити і презентувати винні тури здійснюються виноробними підприємствами у регіонах України (таблиця 2.2). Так, у 2007 р. Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє, а також Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму ФПУ вперше в Україні почала розробку винних турів по країні. У цей проект були залучені виноробні підприємства південних регіонів України – винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст». Поки в Україні кількість винних туристів, за підрахунками фахівців, становить близько 100 тисяч – це 1,5% від загальної кількості. [45].

## Суб'єкти винного туризму Причорномор'я

Підприємство	Місце розташування	Вид діяльності	Туристичний продукт
Херсонська область			
Виноробне господарство князя П.М. Трубецького	Бериславський район, село Веселе	Вирощування винограду, виробництво вина, зберігання у винних підвалах.	Тут можна в буквальному сенсі зануритися в історію, адже 8 винних підвалів зберігають більше 10 000 пляшок, серед яких близько 7 000 вин – рідкі екземпляри. Пропонується екскурсія виноробнею, екскурсія на збір урожаю, історична екскурсія, етнотур, еногастрономічний тур, дегустація, продаж вина власного виробництва.
Будинок марочних коньяків «Таврія»	м. Нова Каховка	Виробництво вина та коньяків.	Екскурсії щодо вирощування винограду, технології виробництва коньяку, зберігання та витримки у галереях, дегустація та основи етикету, продаж продукції власного виробництва.
Одеська область			
Винарня «Колоніст»	Болградський район, село Криничне	Сімейна виноробня. Виробництво вина.	Екскурсії по виноградниках, виноробних цехах і винних підвалах, дегустація вина та страв болгарської кухні, продаж продукції власного виробництва.
Винзавод «Шабо»	Білгород-Дністровський район, село Шабо.	«Центр культури вина Шабо». Виробництво вина та коньяків.	Екскурсії (історія вина, структура підприємства, винні підвали, пам'ятник Виноградній лозі, мультимедійна скульптура «Фонтан Діоніса»), дегустація, продаж продукції власного виробництва.
Винарня Grande Vallee	Овідіопольський район, селище Великодолинське	Завод «Винтрест». Виробництво винограда та вина.	Екскурсії по заводу і виноградниках, дегустація вина у супроводі сомельє, відпочинок на літній терасі, продаж продукції власного виробництва.
Миколаївська область			
Винарня «Бейкуш»	Очаківський район, село Чорноморка.	Сімейне господарство. Виробництво вина.	Екскурсії, дегустація вина, продаж вина власного виробництва, участь у гастрономічних фестивалях.

У загальному обсязі збору винограду по Одеській області (рис. 2.3) найбільшу частку займають Білгород-Дністровський, Болградський, Саратський, Тарутинський і Татарбунарський райони.

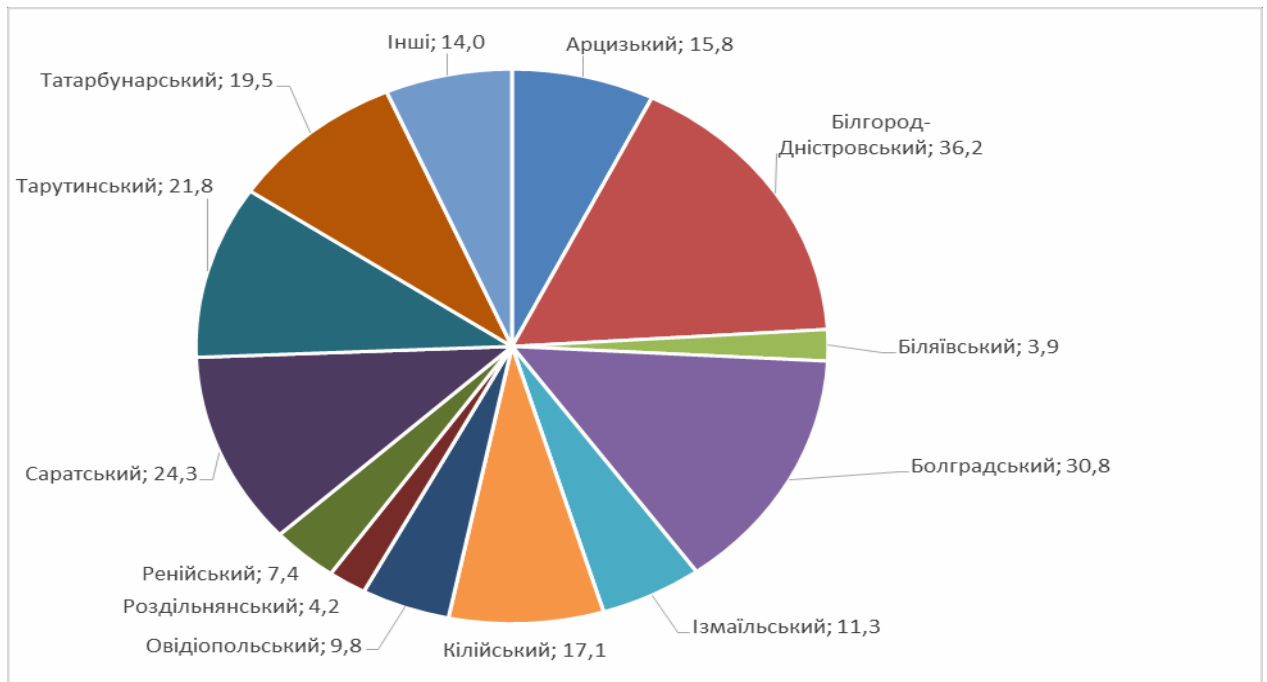


Рис. 2.3 - Частка валового збору винограду по районах Одеської області, %  
*Джерело: складено за даними Головного управління статистики в Одеській області*

У квітні 2019 року експерти проекту Євросоюзу «Підтримка системи географічних зазначень в Україні» презентували перший в Україні проект гастрономічного туризму «Дороги вина та смаку» (рис. 2.4). Даний проект створюється саме в Одеській області, адже тут проходить автошлях високої якості – Одеса-Рені. До участі в проекті залучені місцеві виробники сиру, вина та інших продуктів, усі вони дали згоду на проходження сертифікації їх продукції. За словами керівника проекту Європейської комісії «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» Саверіо Савіо, Туристичний гастрономічний маршрут «Дорога вина та смаку» має впровадити в Україні інноваційний досвід Євросоюзу і сприяти розвитку сільських територій. Адже у світі щорічні надходження від гастрономічного туризму сягають 150 млрд дол. Проект створено за підтримки Євросоюзу, українських міністерств, місцевими громадами, районною адміністрацією, обласною владою Одеської області та туристичними фірмами. Планується створення сайту [wineandtasteroads.com.ua](http://wineandtasteroads.com.ua), з картою України та картою

кожної області, на карті будуть нанесені пункти гастрономічних маршрутів, включаючи й «Дорогивина і смаку».



Рис. 2.4 - Гастрономічний маршрут «Дороги вина і смаку»

За допомогою фільтрів можна буде відсортувати тільки виноробні або тільки гастрономічні об'єкти тощо. Кожна локація матиме на порталі власну сторінку з адресою, розташуванням, годинами роботи, переліком та вартістю продукції, можливістю розрахуватися банківською картою, наявністю умов для дітей, додаткових послуги та розваг.

## 2.2. Основні виноробні Причорноморського краю

В українських сучасних реаліях, враховуючи стан виноградарсько-виноробної галузі, назріла необхідність об'єднання виноробно-винного кластера туризму регіону для максимізації прибутків, реалізації потенціалу

регіону та забезпечення раціонального використання природних ресурсів. Хоча основним об'єктом уваги є вино, туристи активно дегустують страви національної кухні і гастрономію місцевого виробництва. В Україні вже започатковано такий вид бізнесу, серед представників якого вже формуються найкращі практики винного туризму (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## Кращі практики винного туризму Причорноморського краю

Підприємство	Характерні особливості (місце розташування, форма участі)
Виноробне господарство князя Трубецького	Єдине історичне шато України. Херсонська область, Бериславський район, село Веселе. Виробництво, екскурсії (виращування винограду, виробництво вина, зберігання у винних підвалах, мальовничий краєвид на березі Дніпра), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Будинок марочних коньяків «Таврія»	Херсонська область, Нова Каховка. Вирбництво вин та коньяків, екскурсії (виращування винограду, технологія виробництва коньяку, зберігання та витримка у галереях), дегустація та основи етикету, продаж власного виробництва.
Винарня «Колоніст»	Сімейна виноробня. Одеська область, Болградський район, село Криничне. Вирбництво вин, екскурсії (екскурсії по виноградниках, виноробних цехах і винних підвалах), дегустація вин та страв болгарської кухні, продаж власного виробництва.
Винзавод «Шабо»	«Центр культури вина Шабо». Одеська область, Білгород-Дністровський район, село Шабо. Вирбництво вин та коньяків, екскурсії (історія вина, структура підприємства, винні підвали, пам'ятник Виноградній лозі, мультимедійна скульптура «Фонтан Діоніса»), дегустація, продаж власного виробництва.
Винарня Grande Vallee	Завод «Винтрест». Одеська область, Овідіопольський район, селище Великодолинське. Вирбництво вин, екскурсії (завод, виноградники), дегустація вин у супроводі сомельє, відпочинок на літній терасі, продаж власного виробництва.
Винарня «Бейкуш»	Сімейне господарство. Миколаївська область, Очаківський район, село Чорноморка. Вирбництво вин, екскурсії, дегустація вин, продаж власного виробництва, участь у гастрономічних фестивалях.

АТ «КОБЛЕВО». На підприємстві виготовляється більше 80 сортів вин. Це столові: сухі, напівсухі й напівсолодкі, кріплені, які поділяються на міцні й десертні, ігристі та вермути. Вина торгової марки «Коблево» експортуються у такі країни, як Польща, Туреччина, Грузія, Норвегія [9].

ТОВ «ІНКЕРМАН УКРАЇНА». Історія вин Inkerman розпочалася у 1961 році, коли був заснований «Інкерманський завод марочних вин». Після

складних геополітичних змін 2014 року компанії «ІНКЕРМАН УКРАЇНА» вдалося зберегти найцінніший свій ресурс – людей [36].

Завод «Винтрест». Виноробне господарство «Винтрест» засновано в 2005 році. Компанія Винтрест займається первинним і вторинним виноробством. У 2014 році компанія зареєструвала власну торгову марку «Grande Vallee» (укр. Гранд Вале) – торгова марка сухих сортових вин українського виноробного господарства. На даний час «Grande Vallee» – єдина торгова марка, що випускає ця виноробня.

Виноробне господарство князя П.М. Трубецького. Перші виноградники одного з найстаріших та відомих виноробних господарств України були закладені в маєтку «Козацьке» (Херсонська губернія) у 1896 році. Відбір земель для насаджень та сортів виноградних ліз для князя Трубецького здійснював головний винороб Російської імперії князь Лев Голіцин.

Виноробня «Одесос». Одесос – молодий виноробний проект з самого серця винного краю України, який народився у 2019 році. Ім'я виноробні тісно пов'язане з однією з версій походження назви міста, в честь давньогрецької колонії Одессос, розташованої неподалік від затоки сучасної Одеси.

Сіті Вайнері Одесос – перша в Україні виноробня міського формату. Сама виноробня знаходиться в історичному центрі,

Виноробня «Вина Гулієвих». Сім'я Гулієвих – це приклад династії виноградарів та виноробів у четвертому поколінні. Ще сто років тому історія родинного виноградарства розпочалася з Грузії, славетного виноградного краю поблизу Телаві [9].

Виноробня «Veukush winery». Це той випадок, коли пристрасть до вина призвела до заснування одного з найкращих малих виноробних господарств України і, пройшовши через терни до зірок, не перестає дивувати своїх прихильників. Засновником виноробні є Шнейдеріс Євген Леонідович. Технолог виробництва – Ольга Миколаївна Ромашко.

46 Parallel Wine Group – молода українська виноробна компанія, презентована на початку 2020 року. Засновники 46 Parallel Wine Group – Анна та Тарас Горкун – створювали сімейну компанію з ідеєю, що українське вино може і повинно стати предметом гордості. Основне кредо компанії – «Proudly Ukrainian». Саме тому вина 46 Parallel Wine Group створені.

Агрофірма РАДГОСП «Білозерський». Рік заснування 1954. Сьогодні Агрофірма «Білозерський» – один з найбільших в Україні виробників саджанців та плодово ягідної продукції. Вирощені в господарстві саджанці винограду складають близько 80% від усіх вироблених саджанців в країні.

Сімейна виноробня «Курінь». У 1992 Миколі Халупенку, аграрію за фахом, було виділено 50 га землі для організації селянсько-фермерського господарства. У 2000 році було закладено сад та перші виноградники.

Виноробня «Don Alejandro Winery» – це підприємство замкнутого циклу: власний виноградник, винний підвал, цех, дегустаційна зала, готель із рестораном. Екологічний підхід до виробництва, тільки біоорганіка. Токсичні речовини не використовуються. Вино витримується у дубових бочках, усього 70 бочок [9].

Виноробня «SliVino» – розташована в історичній зоні. З 1900 по 1917 року Анатолій Бредіхін заснував одне з найбільших винних шато на Миколаївщині.

Виноробня «Babchuk Winery» Власник виноробні Бабчук Леонід Григорович почав власну справу у 2004 році. Виноробня знаходиться у мальовничому місці на висоті пташиного польоту над річкою Південний Буг.

Виноробня «Ольвія нуво». Ольвія – антична грецька колонія, заснована вихідцями з Мілета в першій чверті VI століття до н. е. на правому березі Дніпровсько-Бузького лиману південніше від сучасного Миколаєва, територія сучасного Парутіно.

Сімейна виноробня Мар'яна та Наталії Шевченків бере свій початок з 2012 року. Біля будинку в 2012 родина висадила свій перший виноград.

Господар хоч і нещодавно займається улюбленою справою, проте вже показав хороші результати.

Сімейна виноробня «Клара Марсала» заснована у 2016 році. Виноробство із хобі поступово переростає у серйозну справу. На присадибній ділянці, як це водиться у крафтових виноробів, започатковано мінівиробництво.

Виноробня «Manzul Winehouse». Сімейна виноробня Manzul Winehouse була заснована у 2012 році. Засновник Манзул Едуард Львович разом із родиною вирішили започаткувати власну справу. Технолог харчової промисловості за фахом, за покликанням винороб та новатор. На невеличкій ділянці споруджено [17].

Виноробня «Home Wine From Boris». Сімейна крафтова виноробня Home Wine From Boris розташована на терасі багатоповерхового будинку в центрі міста. Творці виноробні сім'я - Вікторія і Борис. Мотивацією для початку.

ПрАТ «Дім марочних коньяків «Таврія». Підприємство засновано швейцарськими колоністами в 1889 році, на місці нинішнього міста Нова Каховка. Власна сировинна база Дому марочних коньяків Таврія становить 1380 га виноградників, більша частина – під крапельним зрошенням. Кліматична зона [9].

Мікровиноробня Шато «Rose». Власник Шато «Rose», Черноусов Вадим Геннадійович, заснував власну мікровиноробню у 2013 році. Цього ж року було висаджено експериментальну ділянку навколо садиби.

### 2.3. Виноробні Причорномор'я: аналіз туристичних локацій

Найбільшою виноробною Причорномор'я вважається АТ «Koblevo» історія якого почалася з далекого 1792 року, коли британець граф Кобле посадив першу виноградну лозу і розпочав історію виноробного краю південного Причорномор'я. На підприємстві виготовляється більше 80 сортів

вин. Це столові: сухі, напівсухі й напівсолодкі, кріплені, які поділяються на міцні й десертні, ігристі та вермути. Вина торгової марки «Коблево» експортуються у такі країни, як Польща, Туреччина, Грузія, Норвегія.

Регіон Коблево знаходиться в унікальному географічному розташуванні між Тилігульським лиманом, Березанським лиманом та Чорним морем, що створює ідеальні умови для виноробства. Сьогодні площа посадки винограду сягає 2500 га. Кількість кущів на 1 га становить 3333 кущі. Саджанці закупаються у найкращих європейських винних регіонах, зокрема у Франції, Італії та Німеччині. Вік лози – від 20 років.

Розкішні троянди на території заводу захищають виноградники від комах, а також служать своєрідним індикатором різних захворювань винограду, тому що починають хворіти першими. У такий спосіб можна своєчасно зреагувати і захистити виноград.

Завдяки вдалому розташуванню виробництва і виноградників урожай потрапляє на завод у період від двадцяти хвилин до двох годин, що запобігає окисленню та псуванню ягоди. «Коблево» чи не єдине виноробне підприємство в Україні, яке використовує машинний збір винограду. Для преміального виноматеріалу збір винограду відбувається тільки руками.

Зокрема, білий виноград для сортових і елітних вин збирається ручним способом уночі. Науково доведено, що з 3 години ночі до 10 ранку у виноградній ягоді найбільш оптимальна температура для збору. У ці години максимально концентруються смакові якості та аромат, тому що виноград у цей час спить.

Перша виробнича операція – відділення ягоди винограду від гребеня. Гребінь подрібнюють і використовують як добриво. Кісточки теж не викидають – їх купують виробники виноградного масла. Отже, нічого не пропадає даремно.

На виробництві використовується надсучасне обладнання та європейські інновації. Виноматеріал зберігають у сховищі, об'єм якого складає близько 20 мільйонів літрів.

Основний обсяг вина «Коблево» зберігається без витримки в бочках. Це столове ординарне вино. Однак, зараз на підприємстві є невеликий запас дубових бочок, в яких витримуються нові позиції вин «Коблево».

У рецептурі останніх використовуються 11 натуральних трав, квітів і прянощів, включаючи ефіроолійну троянду, шавлію, коріандр, лаванду, мелісу, полин, ромашку, безсмертник, мускатний горіх і ваніль [17].

ТОВ Інкерман Україна Історія вин Inkerman розпочалася у 1961 році, коли був заснований «Інкерманський завод марочних вин». Підприємство створювалося на базі підземних виробок будівельного каменю – мшанкового вапняку, що використовувався для післявоєнної відбудови та будівництва міста Севастополя. На глибині від 5 до 30 м утворилися штольні з відносно низькою, постійною температурою і вологістю, що стало передумовою для створення заводу марочних витриманих вин.

Із часу виникнення вина Inkerman вирізнялися високою якістю, виготовлялися відповідно до традицій класичного виноробства. У 2003 році була зареєстрована торгова марка «INKERMAN». У 2011 році утворився міжнародний виноробний холдинг Inkerman International зі штаб-квартирою у Стокгольмі. У 2014 році була створена ТОВ «ІНКЕРМАН УКРАЇНА», як дочірня компанія «Inkerman International AB».

Після складних геополітичних змін 2014 року компанії «ІНКЕРМАН УКРАЇНА» вдалося зберегти найцінніший свій ресурс — людей. Провідні спеціалісти виноробної галузі України почали створювати вина найвищої якості на її материковій частині. Ретельно відбираючи найкращі виноградники, пильно контролюючи весь процес, — від вирощування винограду до розливу. Сьогодні «ІНКЕРМАН УКРАЇНА» це один з небагатьох вітчизняних виробників, що може дозволити собі найкращу сировину, незважаючи на «вдалі» чи «невдалі» роки, врожай чи неврожай на окремому теруарі.

ТОВ «ІНКЕРМАН УКРАЇНА» здійснює виробництво тихих та ігристих вин під брендом Inkerman для реалізації на території України. Тихі вина

виробляються в м. Нова Каховка Херсонської обл. і смт. Великодолинське, Одеської обл., ігристі в Одесі. Для виробництва вина використовуються тільки найкращі виноматеріали українського й імпортного походження. Компанія повністю контролює процеси збору врожаю, транспортування, переробки, бродіння, витримки і розливу вина у пляшки.

Компанія має добре сегментований та диверсифікований продуктивний портфель. Серед її найбільше відомих та популярних колекцій – «Класична колекція», що є еталонною колекцією ординарних вин України, «Prima Magia», на створення якої виноробів надихнули твори славетної української художниці Марії Примаченко, та яка була зорієнтована на вибагливого споживача, що віддає перевагу європейській стилістиці вин; а також преміальна колекція «Reserve», витримана у дубових бочках [36].

Обсяг виробництва компанії у 2018 сягнув майже 8 млн пляшок на рік. Компанія виготовляє широкий спектр якісних натуральних вин – від молодих столових та ординарних до витриманих найвищої якості, що залишаються гордістю українського виноробства.

Виноробне господарство «Винтрест» засновано в 2005 році. Компанія Винтрест займається первинним і вторинним виноробством. У 2014 році компанія зареєструвала власну торгову марку «Grande Vallee» (укр. Гранд Вале) – торгова марка сухих сортових вин українського виноробного господарства. На даний час «Grande Vallee» – єдина торгова марка, що випускає ця виноробня.

Господарство оснащене сучасним обладнанням з Франції, Італії та Німеччини. Щороку для власного виробництва керівництво компанії відбирає кращі виноматеріали виключно з урожаю власних виноградників. Тому вина завжди випускаються лімітованою серією.

Виноробня розташована безпосередньо навпроти виноградників. Площа посадки виноградників складає 650 га. Щільність посадки лоз на гектар складає від 2200 до 3600 кущів на 2 га. Вік лози від 19 до 15 років. Ґрунт – каштановий чорнозем.

На базі господарства росте більше 12 європейських сортів винограду. Виноробня єдина в Україні, що вирощує і виробляє сортові вина з сорту Піно Менсьє.

Виноробне господарство «Винтрест» запрошує приєднатися до світового руху і зануритися у світ виноробства. Тут можна побачити місця, де ростуть французькі та німецькі сорти винограду; відчутти турботу, з якою їх вирощують і збирають перед тим, як відвезти на завод; подивитися на європейське обладнання, де кожна деталь впливає на смак. На виноробні проводять екскурсії та дегустації вин у супроводі професійного сомельє.

Виноробне господарство Князя П. М. Трубецького розташоване у селі Веселе, Бериславського району, Херсонської області. Перші виноградники одного з найстаріших та відомих виноробних господарств України були закладені в маєтку «Козацьке» (Херсонська губернія) у 1896 році. Відбір земель для насаджень та сортів виноградних ліз для князя Трубецького здійснював головний винороб Російської імперії князь Лев Голіцин.

Унікальні кліматичні умови, кут нахилу, склад земель, використання прогресивних технологій у виноградарстві та виноробстві дуже швидко дали результат. Уже в 1900 році на всесвітній виставці у Парижі Ріслінг цього виноробного господарства був удостоєний гран-прі. У 1902 році винороби князя Трубецького були нагороджені першою премією імені імператора Олександра III, «за краще російське виноградне столове вино», в 1903 році «за зразкову культуру виноградників».

Після 1917 року виноробня і землі Петра Миколайовича Трубецького націоналізували. Флагман радянського виноробства – винрадгосп імені Леніна – привніс в історію виноробного господарства і всієї країни легендарні марочні вина «Оksamит України», «Перлина Степу», «Наддніпрянське», які з 1949 року вважалися візитною карткою України та постачалися до Британського королівського двору. Починаючи з 1964 року марочні вина відзначили 33 золотими та срібними медалями на міжнародних виставках того часу.

З 2003 до 2011 року на підприємстві провели глобальну реконструкцію. Було реалізовано проект виноробні європейського рівня для виробництва сухих вин за класичними французькими технологіями.

Вина підприємства завоювали міжнародне визнання і посіли своє місце на українському ринку преміальних авторських теруарних українських вин. Дотримуючись принципу теруарності «Виноробне господарство князя П. М. Трубецького» виробляє вина на 100% із винограду, вирощеного на власних виноградниках, і може гарантувати контроль якості на всіх етапах народження вина. Вина витримуються у бочці від 6 до 24 місяців.

Виноробне господарство князя П. М. Трубецького — це унікальний об'єкт винного туризму в Україні. Збір врожаю приваблює на виноробню Трубецького велику кількість туристів не лише з України, але й з Європи. У 2013 році була завершена реконструкція історичної будівлі виноробні 1900 року з вежею та оглядовим майданчиком, в якому обладнано дегустаційні зали, встановлено 8 галерей винних підвалів часів Трубецького, які використовуються для витримки та зберігання вин. На території є готель на 10 номерів та атмосферний банкет-хол у старовинному крилі виноробні [19].

Одесос – молодий виноробний проєкт з самого серця винного краю України, який народився у 2019 році. Ім'я виноробні тісно пов'язане з однією з версій походження назви міста, в честь давньогрецької колонії Одессос, розташованої неподалік від затоки сучасної Одеси.

Сіті Вайнері Одесос – перша в Україні виноробня міського формату. Сама виноробня знаходиться в історичному центрі міста на вулиці Тираспольській, 26, в будівлі колишньої, знаменитої на всю країну, тютюнової фабрики Salve, відкриття виноробні заплановано на 2021 рік.

Місія Одесос заснована на філософії - «Якість важливіша обсягів». У їхньому розумінні правильного виноробства, класичні технології тисячоліття сплітаються зі знаннями і можливостями сучасності.

Особливу увагу виробництву вин Одесос приділяюче ще з етапу розвитку винограду. Починаючи з першої обрізки лоз, винороби закладають

основу майбутнього винограду, щоб отримати помірне навантаження на лози, з дотриманням всіх агрономічних заходів щодо забезпечення якості та здоров'я сировини.

Збір винограду відбувається за фактом настання його «фізіологічної зрілості». Звичайно, вміст цукрів і кислот у винограді важливо, але для нас важливіше мати стиглі таніни, насичені поліфеноли і антоціани (тіло, смак, структура і колір), і це саме те, що називають «фізіологічної зрілістю» винограду.

На виробництві використовуються ємності із нержавіючої сталі. Для витримки вина використовуються дубові бочки з французького дуба. Обладнання для переробки ягід Італійського виробництва.

Білі сорти винограду: Трамінер Рожевий. Червоні сорти винограду: Каберне-Совіньйон, Мерло.

У виноробні «Вина Гулієвих» виноградники розташовані між узбережжям Чорного моря та Дністровським лиманом. Площа ділянки 1000 га - 3300 кущів на гектар. Вік лози від 15 років.

Клімат центральної частини Одеської області підходить для вирощування майже усіх міжнародних сортів винограду завдяки 290 сонячним дням на рік

На території переважають ґрунти південного чорнозему суглинистого і легко-суглинистого механічного складу. Товщина родючого шару сягає 40 сантиметрів. Коріння винограду отримує рясне живлення, тому при врожайності понад 100 центнерів з гектара зберігається виноробна цінність ягід. Щільність суглинкових ґрунтів зумовлює появу яскравої гами квіткових ароматів у винах.

Вина витримують у дубових бочках американського та французького дубів. У наявності 295 бочок. Білі вина витримуються 9 місяців, витримка червоних вин – 12 місяців.

Виноробня «Beukush winery» розташована у с. Чорноморка, Очаківського району, Миколаївської області.

Це той випадок, коли пристрасть до вина призвела до заснування одного з найкращих малих виноробних господарств України і, пройшовши через терни до зірок, не перестає дивувати своїх прихильників. Засновником виноробні є Шнейдеріс Євген Леонідович. Технолог виробництва – Ольга Миколаївна Ромашко.

У 2010 році виникла ідея виноробного господарства. Пройшовши шлях від аналітики ґрунтів, сонцестояння та вибору саджанців, у 2012 році було закладено перший виноградник на мисі Бейкуш, береги якого омиваються з одного боку Березанським лиманом, з іншого – Бейкушською затокою.

У 2014 року отримано перший врожай. Виноробня є уособленням високотехнологічних, сучасних засобів виробництва вина. Об'єм виробництва сягає 24 тисячі літрів на рік. Для витримки використовується 64 баріки французького, американського та українського дуба. 2017 року виноробня Veukush winery отримала ліцензію на розлив.

Виноробня Бейкуш проводить дегустації вина у мальовничому місці, з якого відкривається краєвид на власні виноградники та лиман. Це місце облюбували прекрасні білі лебеді й навіть узимку не відлітають у теплі краї, дуже їм тут подобається. Поряд знаходиться Аквапарк та неповторний вид на море.

Наступна виноробня 46 Parallel Wine Group розташована в Одеській, Херсонській та Миколаївській області. Молода українська виноробна компанія, презентована на початку 2020 року. Засновники 46 Parallel Wine Group – Анна та Тарас Горкун – створювали сімейну компанію з ідеєю, що українське вино може і повинно стати предметом гордості. Основне кредо компанії – «Proudly Ukrainian» [17].

Саме тому вина 46 Parallel Wine Group створені виключно з українського винограду, народженого на 46-й «виноробній паралелі» України – у Херсонській, Миколаївській та Одеській областях.

Компанія відбирає найкращий виноград із кращих виноградних зон України, на усіх етапах контролює процес створення вина – від лози до пляшки, гарантуючи якість своїх вин.

Wine Group виробляє ігристі та тихі вина на виробничих потужностях заводів «Одесавинпром» та «Вінтрест» (Одеська область), які використовують передові технології та сучасне обладнання, де на постійній основі працює та контролює всі процеси персонал компанії. Для цього компанія використовує виключно український добірний виноград, що вирощується на замовлення за критеріями та технологією, яку вимагає покупець – модель контракт.

Досвідчені винороби 46 Parallel Wine Group створили свій стиль та профіль вин. Сьогодні компанія представлена двома брендами: преміум брендом «46 Parallel» та сучасним емоційним брендом «Apostrophe», орієнтованим на масову аудиторію. Бренд 46 Parallel включає дві колекції: колекцію преміальних витриманих та марочних авторських вин Grand Admiral та лімітовану колекцію вишуканих легких преміальних вин El Capitan, створених з найкращого винограду групи Pinot.

Об'єм виробництва за поточний рік лімітованих колекцій вин El Capitan та Grand Admiral складає 65 тисяч пляшок вина, включаючи ігристі вина. Для витримки вин використовуються 23 бочки з французького дуба марок Seguin Moreau та Eclat.

Виноробня «SliVino» розташована в історичній зоні. З 1900 по 1917 року Анатолій Бредіхін заснував одне з найбільших винних шато на Миколаївщині. Група ентузіастів віднайшла залишки підвалів шато неподалік села Сливине. Це й надихнуло родину Молчанових у 2012 році висадити першу невеличку експериментальну плантацію винограду площею 0,5 га.

Власник виноробні, Молчанов Георгій Михайлович, вже у 2017 році презентував вино власного виробництва на дегустаціях та конкурсах різних рівнів. Там вина «SliVino» почали отримувати перші професійні відгуки та

довгоочікувані нагороди. Того ж року збудовано невеличку виноробню в стилістиці XIX століття [9].

Об'єм виробництва складає 5000 літрів на рік. Для витримки вина використовується баріка українського виробництва. Виноробня створює екологічно чисте вино на диких дріжджах, без домішок та консервантів. У листопаді 2018 року виноробня «SliVino» першою в Україні отримала ліцензію для крафтових виноробів.

Регулярно проводяться дегустації для гостей від 2 до 20 осіб. Презентують шість позицій вина. На перспективу буде облаштовано невеличкий готель на території виноробні. З пагорба відкривається мальовничий вид на Південний Буг.

Сімейна виноробня «Клара Марсала» знаходиться у м. Гола Пристань, Херсонська область. Сімейна виноробня «Клара Марсала» заснована у 2016 році. Виноробство із хобі поступово переростає у серйозну справу. На присадибній ділянці, як це водиться у крафтових виноробів, започатковано міні виробництво.

Розпочалося все із декількох десятків літрів сухого вина. Своїх виноградників сімейна виноробня поки не має. На сьогодні прийнято рішення про закладку винограднику поряд із будинком. Для виробництва вина купується виноград у Херсонській області. Планується отримання ліцензії на виробництво алкогольних напоїв.

Садиба виноробів гостинно приймає відвідувачів на дегустацію. При бажанні можна замовити затишний номер, щоб відірватися від міського ритму життя, а страви з тандиру здивують справжніх гурманів. Господарі створюють справжню душевну атмосферу для відпочинку.

Виноробня «Manzul Winehouse» розташована в с. Лиманка, Овідіопольський район, Одеська область

Сімейна виноробня Manzul Winehouse була заснована у 2012 році. Засновник Манзул Едуард Львович разом із родиною вирішили започаткувати власну справу. Технолог харчової промисловості за фахом, за

покликанням винороб та новатор. На невеличкій ділянці споруджено будинок із дворівневим підвалом для максимального використання площі. Поступово крок за кроком з'явилося обладнання та почалося виробництво вина. За короткий час та малими можливостями виноробу вдалося створити власний стиль вина.

Обсяг виробництва вина сягає від 20 до 25 тисяч літрів на рік. Відбірний виноград закупається на контрактній основі в Болградському районі Одеської області. Вік лози не менше 20 років. На виробництві використовуються ферментатори загальним об'ємом 10 тисяч літрів. Для зберігання вина використовуються ємкості із нержавіючої сталі загальний об'єм яких складає 35 тисяч літрів. Для витримки вина використовуються бочки українського дуба кількістю 20 штук.

Для поціновувачів крафтового вина, на постійній проводяться дегустації вин, з національними болгарськими закусками, такими як кавирма, бринза, гаряча баницята гушки. Дегустаційний зал вміщає 15 гостей.

Виноробня «Колоніст» заснована в 2005 році, але цей бренд вже добре відомий і рестораторам, і сомельє, і любителям вина. Для вина Іван Плачков використовує тільки виноград, вирощений на південно-західних схилах самого прісноводного озера України – Ялпуг. Тому, ви не тільки потрапляєте на унікальні виноградники і в чудове винне господарство, а й опиняєтеся в красивому природному заповіднику. Виробництво «Колоніст» не велика – 140 тисяч пляшок на рік. Тим цінніше кожен зразок [17].

Тут проводять дегустаційні тури, екскурсії по виноградниками, виноробним цехами і підвалами. Крім того, можна з'їсти обід з ексклюзивних болгарських страв. Ну і звичайно ж закупитися в фірмовому магазині «Колоніст».

Крім того, власниками виноробні навіть створено спеціальний фестиваль молодого вина для туристів. Даний фестиваль молодого вина триває більше місяця - з 17 серпня до кінця вересня. Протягом цього часу

щоп'ятниці та щосуботи всі бажаючі можуть провести на виноробні більше шести годин.

Програма починається з 11:00, коли власники зустрічають гостей, пригощають їх чашкою кави з місцевою випічкою, а потім починають активності. Зазвичай власник Іван Плачков засновник виноробні особисто показує виноградники. Крім того, туристи разом із власниками можуть збирати і тиснути виноград, танцювати і пити молоде вино.

Цей напій буває тільки раз на рік і спробувати його можна тільки на території виноробні, адже він не піддається транспортуванню. Такому провину лише два тижні, воно ще не фільтроване і схоже на молоко. Молоде вино вважається одним з найкращих продуктів з точки зору оздоровлення та очищення організму воно насичене вітамінами, амінокислотами та антиоксидантами.

Після огляду виноградників туристів запрошують в бік виноробні, для огляду підвалів з бочками. Туристи можуть не тільки побачити процес витримки, а при бажанні - і щось спробувати. Адже «Ароматом» називають запах молодого вина, в той час як більш витриманий напій має більш тонкий запах, іменованій «букетом». Дегустація вина - це, по суті, оцінка запаху. Тому жінки підходять на роль дегустаторів краще, ніж чоловіки, тому що вони мають більш чутливим нюхом, особливо в період репродуктивного віку. Під час дегустації вина необхідно трохи потримати рідину в роті і тільки потім проковтнути (або сплюнути в плювальницю). Хороше вино матиме тривалий післясмак, в той час як вино низької якості – немає. Мало хто знає про те що існує правильний і неправильний спосіб тримання келиха з вином. Необхідно тримати келих за ніжку, а не за саму чашу, так як тепло вашій долоні буде нагрівати напій. У більшості випадків вино подається в келиху з вигнутими краями, які сприяють «утриманню» ароматів.

Потім екскурсія до цеху, де можна ознайомитись з виробництвом, колекційними підвалами.

Власники показують процес виготовлення ігристого вина «Бісер», яке запустили кілька років тому. Потім починаються розваги та частування в камінному залі. Під час вечері подаються традиційні молдавські страви нашої місцевості. Найпопулярніше - ягнятина старовинної бессарабської породи, яку протягом 200 років не схрещували з іншими видами. Ця ягнятина вирощується в Криничному спеціально для м'яса, а не вовни, тому вона така смачна і унікальна.

Винний льох «VINARIA». У старовинному підвалі ізмаїльських підземель розташування елітарне концептуальне винне заклад. Під чарівний розповідь господині ви можете зануриться в атмосферу аристократії вина. Для дегустації пропонуються виключно класичні сухі вина власного виробництва західно-європейських сортів винограду (білі – алиготе, Трамінер, піно грі, червоні - каберне, мерло, піно нуар). Гарним доповненням виступають місцеві сири, соління та м'ясні закуски.

Заклад зручно розташоване на перетині туристичних маршрутів - поруч з Ізмаїльським історичним музеєм і Свято-Покровським кафедральним собором, в 3 км від Ізмаїльської фортеці.

Це затишне місце створене сім'єю виноробів Польшаків з великою повагою до вина і тим, хто їм насолоджується. Тут гармонійно поєднуються старовинний стиль склепінного підвалу, авторські меблі, вінтажний декор, художнє кування і оригінальна ліпнина від Тетяни Зечу. Гостям пропонують місцеве бессарабське вино і органічні оцти зі своєю невеликою виноробні, а також традиційну бессарабську кухню.

Свої авторські сухі вина Польшаков виробляють з винограду європейських сортів на сімейному виноробні в 13 км від Ізмаїла. Виноград тут дбайливо збирають і акуратно сортують виключно вручну, щоб максимально швидко доставити на переробку. Ягоду віджимають дуже делікатно, тому вихід соку складає не більше 50% від маси. У технологічних процесах використовують сучасне італійське обладнання і дубові бочки з молдавських Кодр.

На дегустаціях у винному підвалі Vinaria представляють по 6 позицій вин, серед яких унікальні: авторське полинове вино за рецептом місцевих етнічних болгар, а також нефільтроване вина, що зберігають максимум корисних речовин. Дегустаційний сет супроводжується закусками з місцевих продуктів, які найкраще підходять до бессарабських винам.

Для дегустацій пропонується:

- 3 позиції білих і 3 позиції червоних вин по 30 мл + 1 келих ( 150 мл) вподобаного вина;
- 50 г локального сиру (бессарабська бринза овеча, коров'яча або м'який козячий сир);
- 50 г каварма (бессарабська холодна страва з баранини);
- хліб на винних дріжджах.

Дегустації тривають 1-1,5 години. Приймаються групи від 5 до 40 осіб. Вартість дегустації: 250 грн з людини.

Під час дегустацій проводиться коротка екскурсія по винному підвалу.

Болградський винний завод. Тут виготовляється вино з власного винограду. Щорічно за сезон на землях заводу збирають від 5 до 6 тисяч тонн винограду. Болградський завод реалізує повний цикл – від вирощування винограду до виробництва і розливу вин і коньяку.

Особливо тут пишаються своїм сухим білим «Аліготе» и «Крижаним вином» – виноград «рислінг» для нього збирають морозним ранком на початку грудня. У листопаді в Болграді проходить фестиваль молодого вина. З огляду на, що сам Болград – столиця бессарабських болгар, знаходиться майже на кордоні з Молдовою, там ви зможете відчути всю красу різних національних культур Придунайського краю і півдня України.

«Grande Vallée» – це молода, але дуже хороша винна торговельна марка України. Їх коник – сухі ординарні, витримані і шампанські вина. Це вино можна запросто зустріти в магазинах по всій країні, але набагато цікавіше з'їздити в винне господарство, і там все подивитися і спробувати прямо на місці.

В Інституті імені В. Є. Таїрова систематично проводяться просвітницькі дегустації та екскурсії. Мета - популяризація культури споживання вина, ознайомлення з світовими типами вин, приготованих з сортів винограду селекції Національного наукового центру «Інститут виноградарства і виноробства імені В.Є. Таїрова» Національної академії аграрних наук України.

Стандартна програма включає: відвідування Музею історії виноградарства і виноробства України, винного підвалу, проведення дегустації, прогулянка по дендропарку, на території якого розташована будівля ННЦ «ІВіВ ім. В.Є. Таїрова» НААН України.

Крім того, дана установа надає також науковий супровід, консультації. А саме у відділі механізації виноградарства та розсадництва можна замовити наступні послуги:

- здійснює розробку та виготовлення машин і знарядь для механізації робіт при обробленні виноградників і виробництві щеплених саджанців. Також розробляє механізми і пристосування для полегшення робіт на суміжних операціях в садівництві, ягідництва і квітникарстві.
- виконує капітальний ремонт згаданої техніки, переобладнання та вдосконалення існуючих машин і знарядь під сучасні технології обробітку виноградників.
- впроваджує власні розробки у виробництво і забезпечує сервісне обслуговування цієї техніки.
- робить капітальний ремонт гідроапаратури культиваторів-розпушувачів для міжкущові обробки виноградників.
- Виготовляє омегообразні ножі та противорізу зі збільшеним робочим ресурсом до прищеплювальним машинкам.
- консультує з усіх питань, пов'язаних з машинками і обладнанням для обробітку виноградників і виробництвом саджанців.
- надає допомогу виноградарям-любителям і фермерам у виготовленні ручного інструменту для щеплення винограду, плодкових і

декоративних культур, а також за прямими договорами розробляє і виготовляє інші пристосування.

Натомість відділ селекції, генетики, ампелографії і лабораторія клонової селекції має наступні платні послуги:

- надає рекомендації та підбір сортименту винограду для закладки насаджень сортів різного напрямку використання в виноградарських господарствах різних форм власності
- підбір столових сортів за термінами дозрівання для створення тривалого (до 4-6 місяців) конвеєра виробництва і споживання свіжого винограду 200-500 грн.
- консультації з питань технології виробництва посадкового матеріалу високих селекційних категорій і оригінального посадкового матеріалу 500-2000 грн
- методичні рекомендації та допомогу селекціонерам-любителям за технологією селекції винограду, комплексної оцінки отриманих гібридних форм і оформлення документів для подання до Державної комісії України по випробуванню та охороні сортів рослин 300-500 грн.
- ідентифікація сортів на основі ампелографічного опису і методів молекулярно-генетичного аналізу 500 грн / один зразок
- проведення семінарів, лекторіїв по сортименту винограду, загальних питань селекції і генетики винограду 500-4000 грн.
- проведення ознайомчих дегустацій перспективних столових сортів за термінами дозрівання від 100 / з людини
- апробація сортів на насадженнях різного віку 300-5000 грн
- консультації по ремонту і закладці насаджень сортовим матеріалом методом зеленої щеплення

Центр культури вина SHABO - унікальний соціальний проект, який був створений в 2009 році. На території розташовано 1200 га виноградників, сучасне виробництво і історія, збережена в музеях. В процесі екскурсії гостям пропонують не тільки побачити особисто процес створення вин, а й

взяти участь у професійній дегустації. Центр культури вина SHABO визнаний відкриттям десятиліття в сфері туризму, названий культурною спадщиною Європи і включений в європейську карту музеїв вина.

В структуру компанії входять «Винний Дім SHABO», «Будинок ігристих вин SHABO», «Коньячний Будинок SHABO». SHABO - єдина в Україні компанія, яка отримала право створювати преміальні вина «Контрольованих найменувань за походженням» (український аналог французьких Appellation d'origine controlee).

Екскурсійні програми:

Стандарт (1 година 30 хв.) - 280 грн / чол

Стандарт з дегустацією (2 години 30 хв.) - 360 грн / чол

Локації, що можна відвідати:

- Винний дім SHABO - знайомство с виробництвом тихих вин від відділення переробки винограду до відділення витримки
- Коньячний дім SHABO - відділення дистиляції та витримки коньячних спиртів
- Музей SHABO - багатовікова історія, двохсотрічні підвали і сучасні арт-об'єкти
- Виноградний сад і кінотеатри

Дегустація - 6 зразків продукції SHABO з колекцій Reserve і Special Edition : Шардоне Reserve сухе біле, Тельті-куруку Reserve сухе біле, Каберне Reserve сухе червоне, Сапераві Reserve сухе червоне, Мерло Limited Edition природно напівсолодке червоне, Ігристе Classic брют білий. І щоб дегустація пройшла з певним комфортом на виноробнях присутній сомельє - це експерт, який володіє навичками дегустації вина, знаннями про його виробництві, різновидах, зберіганні, подачі і сполучуваності з іншими напоями і їжею. Сомельє повинен володіти не тільки набором знань, а й певним чуттям. Завдання сомельє - не тільки знати різновиди напоїв, характеристики і року, а й уміння їх комбінувати між собою і з різноманітними стравами. Також, дуже важливий момент - вартість напою.

Важливо чітко оцінювати платоспроможність гостя і вміти запропонувати йому найкраще з кожної цінової категорії. Від особистих пристрастей гостя теж багато що залежить, і для сомельє важливо вгадати ці пристрасті і вибудувати гармонійну картину вечері, де аперитив, супровід і дижестив підкреслюють і доповнюють один одного. Крім сомельє, при ресторанах та виноробнях бувають фахівці зі складання винних погребів. Тут вже потрібні воістину енциклопедичні знання. Льох потрібно не тільки наповнити, а й зробити так, щоб з кожним роком його вміст ставало все краще і дорожче; і, нарешті, сомельє повинен вміти визначити момент, в який кожна з пляшок повинна бути відкрита. Для сомельє дуже важлива грамотна чиста мова, вміння пояснити клієнтові всі нюанси смаку і характеристики напою доступним, зрозумілим і разом з тим професійною мовою. Всі ці вміння і особливості роблять роботу сомельє однією з найскладніших, але і найбільш захоплюючих професій сучасності.

Екскурсія VIP (2 години 30 хв.) - 650 грн / чол.

Екскурсія VIP з дегустацією (3 рік. 30 хв.) - 900 грн / чол. Від двох гостей.

Локації, що можна відвідати:

- Будинок ігристих вин SHABO - архітектурний твір з неймовірною панорамою на терруар Шабо, мальовничій виноградній аркою і сучасним виробництвом. Тут можна дізнатися всі тонкощі створіння ігристих вин за класичною технологією шампанізації і методами Charmat і Charmat Lungo;

- Музей SHABO - багатовікова історія, двохсотрічні підвали і сучасні арт-об'єкти;

- Пам'ятник виноградній лозі, колекція малих скульптурних форм «Лици лози», арт-галерея;

- Мультимедійний фонтан Діоніса, Альпійська гірка;

- Історичний хересний підвал;

- Винний будинок SHABO - знайомство с виробництвом тихих вин від відділення переробки винограду до відділення витримки; енотека преміальних вин;

- Коньячний будинок SHABO - відділення дистиляції та витримки коньячних спиртів.

Дегустація - 7 зразків продукції SHABO з колекцій Grande Reserve і Special Edition: Ігристе Grand Reserve extra брют біле, Grande Reserve Шардоне сухе біле, Grande Reserve Тельтов-куруку біле сухе, Grande Reserve Каберне червоне сухе, Grande Reserve Каберне-Мерло-Сапераві червоне сухе, Ice Wine, Шабо Імперіал де Шарант.

#### Висновок до 2 розділу

Для Одеської, Миколаївської та частини Херсонської областей є характерною м'яка зима, що дуже важливо для теплолюбної виноградної лози. Зокрема, саме на межі Північного Причорномор'я проходить межа неукривної промислової культури.

Тепла та помірна волога осінь сприяє нормальному розвитку та стиглості виноградних ягід, посушливі періоди перед збором винограду дають змогу отримати виноград високої якості.

На територіях даних областей розташовуються такі винні локації як «Шабо», винний льох «VINARIA», виноробня «SliVino», виноробне господарство «Винтрест», ТОВ Інкерман Україна та інші.

Дані виноробні не лише є чудовими винними локаціями, а й хорошими зразками як потрібно вести бізнес у даній справі та цінним джерелом знань по виноробству. Це і є перевагою у Причорномор'ї що є можливість відкриття виноробні і успішного вирощення виноградників. Адже лоза винограду дуже вибаглива рослина. І багато факторів впливає на якості уже створеного продукту. Надзвичайно корисною є та інформація, що виноробня для багатьох підприємців є не тільки засобом заробітку, а являється хоббі

всього життя. Тому хочеться вкласти всі свої сили і знання для того, щоб в подальшому насолоджуватись смаком вина. Цікавим фактом є те, що на плантаціях де вирощують виноград також вирощують троянди. Багато хто б подумав, що це для краси,але наспраді якщо подивитись глибше то можна побачити більшу сутність. Так коли багато хвороб чи комах нападають на плантації у разі засухи чи різкої зміни температури, тоді троянди виступають у ролі рятувальників, адже спочатку саме вони потрапляють в зону небезпеки і тим дають можливість виноробу швидко зорієнтуватись і запобігти тому, щоб ураження потріпило і на виноградні лози.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ БЕНЧМАРКИНГ - ТУРУ «ВИННИМИ СТЕЖКАМИ ОДЕЩИНИ»

#### 3.1 Розробка програми бенчмаркинг – туру «Винними стежками Одещини»

Одеса – це не лише красива перлина біля моря, а й щедрий край землеробства та виноградарства. Особливо виноградарства, адже на її території зосереджено значну кількість винних локацій. Тому не дивно, що винні тури є популярною послугою серед туристів.

Саме тому, тури на відомі виноробні є популярними бенчмаркинг - тури, коли підприємці та власники подібного бізнесу можуть замовити собі можливість не лише ознайомитися із історією та винними локаціями підприємства, а й за окрему плату отримати певні елементи технологічного виробництва того чи іншого зразку вина.

Тому даний туристичний маршрут бенчмаркинг - туру «Винними стежками Одещини» розрахований на 5 днів та склад групи із 3 чоловік, які мають на меті ознайомитися із винними технологіями для використання у власному досвіді.

Під розроблений бенчмаркинг - тур «Винними стежками Одещини» пропонується наступний хронометраж:

День 1

07:30 – прибуття з Києва групи осіб до міста Одеси.

08:00 - 08:30 – заселення до готелю Брістоль.

08:30 – 09:30 – сніданок на території готелю Брістоль.

09:30 – 20:00 – відвідування виноробні «Колоніст», огляд технології виробництва ігристого «Бісер». Повернення до м. Одеси.

20:00 – 21:00 – вечеря в ресторані Pasta s Pizza.

21:00 – ночівля в готелі Брістоль.

День 2

8:00 – 9:00 - сніданок в готелі Брістоль.

9:30 – 12:00 - відвідування Інституту виноградарства та виноробства ім. Таїрова.

12:00 – 13:00 - обід в ресторані Yug.

14:00 - 18:00 - огляд виноградників, що знаходяться на території Інституту виноградарства та виноробства ім. Таїрова. Майстер клас по догляду за виноградниками та відібранням найкращих сортів.

18:00 - 19:00 - вечеря в ресторан Облака.

19:00 – 21:00 - прогулянка вечірньою Одесою (за бажанням);

21:00 - ночівля в готелі Брістоль.

День 3

8:00 – 9:00 - сніданок в готелі Брістоль.

9:30 – 12:30 - відвідування винного заводу «Винтрест» у с. Великодолинське.

12:30 – 13:30 - обід в кафе що знаходиться на території заводу.

13:30 - 17:30 – переїзд до с. Шабо, екскурсія на завод «Шабо» та ознайомлення із технологіями виробництва винної продукції.

17:30 - 18:30 - дегустація вина, відвідування магазину.

18:30 – 20:00 - повернення до м. Одеса.

20:00 – 21:00 - Вечеря в ресторані Амстердам.

22:00 - ночівля в готелі Брістоль.

День 4

8:00 – 9:00 - сніданок в ресторані Terrace.

9:30 – 12:30 - екскурсія на коньячний завод «Шустов».

13:00 – 14:30 - обід в ресторані Nonna.

15:00 - 18:30 - ознайомлення з технологією виробництва на заводі «Шустов».

19:00 – 20:00 повернення до готелю. Вечеря в ресторані готелю.

20:30 – 22:00 - прогулянка по центру м. Одеси (за бажанням).

22:00 - ночівля в готелі Брістоль.

День 5

8:00 – 9:00 - сніданок в готелі Брістоль.

9:30 – 14:00 укладання договорів із виноробнями на використання елементів технологій виробництва для власного користування на території ресторану Облака.

14:00 – 15:00 - обід в ресторані Облака.

15:00 - 16:00 – виселення з готелю Брістоль.

18:00 – від'їзд до міста Київ.

### 3.2. Технологічна карта бенчмаркинг - туру та екскурсії

Даний бенчмаркинг - тур розроблено згідно з ДСТУ «Туристичні послуги», «Туристично-екскурсійне обслуговування», а тому в таблиці 3.1 наведена технологічна карта карту.

Екскурсія на виноробню «Колоніст» (рис. 3.1). «Колоніст» – український виробник вина з Одеської області. У 2019 році виноробня випустила вже третій тираж ігристого «Біссер». Вино “blanc de blancs” виготовлене з сорту «Шардоне». Ручний збір ягід. 18 місяців провело у плящі.

Українська сімейна виноробня сім'ї Плачкова завжди відрізнялася старанністю і ретельністю в підході виробництва своїх вин. Пошук нових технологій і використання сучасного обладнання для виробництва, контроль всіх технологічних процесів - в цьому закладено багаторічний успіх «Колоністів» - найяскравіший представник виноробної галузі України.

## Технологічна карта бенчмаркінг - туру «Винними стежками Одещини»

Маршрут	Київ – Одеса – Київ
Тип маршруту	Кільцевий
Київ-Одеса	477 км
Одеса – «Колоніст»	190 км
«Колоніст»- Одеса	190 км
Одеса – Інститут виноградарства ім. Таїрова	18,9 км
Інститут виноградарства ім. Таїрова – Одеса	18,9 км
Одеса – Винтрест, с. Великодолинське - «Шабо» - Одеса	195,2 км
Одеса – «Шустов»	3,8 км
«Шустов»- «Одеса»	3,8 км
Одеса- Київ	477 км
Кількість туристичних груп	1
Кількість осіб у групі	3
Тип туру	індивідуальний
Вид туризму	промисловий
Тривалість туру	
днів	5
ночей	4



Рис. 3.1 - Виноробня «Колоніст»

І у випадку з створенням брютта «Bisser» Іван Плачков вибрав для себе нестандартний підхід - не в теорії, а на практиці отримати знання і досвід з виробництва ігристих. У 2013 році Іван Васильович відправився в Англію, графство Кент (батьківщина виготовлення ігристих вин королівських стандартів).

У невеликому містечку Тентендерм власник виноробні «Колоніст» Іван Плачков влаштувався на роботу простим робітником. Для того, щоб на власні очі вивчити повний цикл виробництва ігристих вин за європейськими стандартами. Лише деякі виноробні можуть відкрити таємницю виробництва своїх вин, адже невеликі технологічні секрети є запорукою виробництва унікальних вин власного бренду.

У Тендердеме Іван Васильович брав участь в налаштуванні лінії розливу, виготовляв кизельгур для процесу фільтрації кизельгуром, проводив фільтрацію, стежив за розливом, а також виконував дегоржаж і закупорку. Словом, власноруч пройшов процес створення ігристого вина.

Саме в Англії Іван Плачков і придумав назву до нового ігристому провину колоністів - «Bisser». Ця назва була особливим натхненням для винороба. На англійській землі народилася назва від двох складових - місця розташування виноробні «Колоніст», в Бессарабії, і магічних бісерінок в келиху ігристого. До слова сказати, назва ігристого вина «Колоніст» запатентовано на трьох мовах особливою транскрипцією «Биссер», «Біссер», «Bisser» для збереження одного звучання в назві в будь-якому куточку світу.

Винарня «Колоніст» виготовляє «Bisser» з винограду сорту Шардоне власних плантацій за традиційною технологією *méthode traditionnelle*, коли вино проходить два етапи бродіння: початкове бродіння в бочках або резервуарах, а після - вторинне в пляшках. Після мінімум 18 місяців витримки на дріжджах в пляшках тихе вино насичується вуглекислим газом. Далі проходить процес ремюаж - поступове перевертання вниз шийкою і прокручування пляшок з вином.

Після чого вино знімають з осаду. Завдяки тонкощам виробництва, а також географічним розташуванням виноградників виноробні, «Колоніст» пропонує найбільш наближене до смаку і аромату ігристе вино до класичних традиційним французьким шампанським - класичний брют «Bisser».

Екскурсія до підвалів Інституту виноградарства ім. Таїрова (рис. 3.2). Таїровський інститут – найстаріше в Україні науково-дослідна установа, що вивчає виноград і вино. Будівля інституту це пам'ятник архітектури. Підвали – підвали пам'ятника архітектури. Вміст підвалів – унікальна колекція вина.

На початку екскурсії групу ознайомлять з цікавою історією інституту. Потім по підземній галереї – вузькій стежині в кам'яному тунелі, стилізованому під катакомби, – пройдете до витонченої ротонди на березі лиману, звідки відкривається вид на багатоярусну терасу, засаджену виноградом. Потім подорож відбудеться винним підвалом. Затягнуті майже скам'янілою павутиною пляшки, пузаті барила уздовж стін - знаменита колекція вин інституту.



Рис. 3.2 - Інститут виноградарства і виноробства ім. В.С.Таїрова

Після огляду колекції група побуває на дегустації 14 ексклюзивних видів вин та шампанського. Сьогодні Одеса славиться своїми натуральними винами, шампанським і коньяками, які неодноразово завоювали нагороди на

престижних міжнародних виставках і конкурсах. По завершенню група зможе придбати для особистої колекції ті вина, які найбільш сподобалися на дегустації.

Крім того, потрібно зазначити, що після відвідування музею, групі запропоновано відвідати виноградники, де найкращі спеціалісти проведуть майстер - клас по вирощуванню винограду та відібрання найкращих зразків для подальшого використання у виноробній справі.

Виноробний завод "Винтрест" виробляє вина під торговою маркою "Вина Гулієвих" (рис. 3.3). Виноробне господарство розташоване у Великій Долині (Великодолинське), створено в 1998 р сім'єю виноробів Гулієвих. На землях, на яких ще в 1890-1916 рр. розташовувалися розплідники відомого в Одесі вченого-виноградаря К. Ротге, Гулієви заклали свій виноградник, саджанці для якого були придбані у французькій компанії "Хоакім Раймонд".



Рис. 3.3 - ТОВ «Винтрест»

Сучасний переробний виноробний комплекс, розташований в центрі виноградного масива. В клієнтську базу підприємства входять провідні національні бренди і виноробні підприємства. Серед них Приватне акціонерне товариство «Одесавинпром», Харківський завод шампанських вин і інші. Підприємство ТОВ «Винтрест» працює з постачальниками

кращих в Європі витратних матеріалів для виноробства «Enogrup» «CHR Hansen» «Zip Technology», забезпечуючи європейський рівень у всіх сегментах виноробного виробництва.

Експерсія на винний завод «Шабо» (рис. 3.4), який розташований в старій швейцарській колонії Шабо (Білгород-Дністровський р-он Одеської області).

На винному заводі «Шабо» можна відвідати старовинний «Королівський підвал», створений понад 200 років тому; древній хересний підвал; гігантські підземні сховища, розташовані на глибині п'яти і дев'яти метрів під землею. Крім того, для туристичних послуг пропонуються музей-лабіринт із загадковими стародавніми міфами (рис. 3.5) та великий кінозал, в якому можна побачити захоплюючу історію про поселення Шабо і його засновника Луї Гардане, швейцарського винороба.



Рис. 3.4 - Центр культури вина «Шабо»

Пізнавальна частина – величний Коньячний двір з дубовими бочками для витримки благородних коньячних спиртів; унікальний Шампанський будинок для виробництва високоякісного шампанського класичним методом; сучасний Цех холодного розливу.



Рис. 3.5 – Музей Шабо

Після ознайомчого огляду із історією винного заводу та його основними локаціями можна ознайомитись з продукцією ТМ «Шабо» в кришталевому дегустаційному залі, який розташований на «мінус п'ятому» рівні під землею серед бочок.

До слова, досить важливим моментом у даній екскурсії є ознайомлення із технологічними картами виробництва, оскільки червоні і білі сорти винограду вимагають застосування різних технологій. Для виробництва білих вин використовується технологія гребневідділення без дроблення винограду, а також делікатний процес пресування, що виключає перетирання кісточок і шкірки ягід. «Червоний спосіб» виробництва передбачає відділення гребенів з дробленням виноградних ягід.

На заводі «Шабо» дане відділення оснащено європейським обладнанням нового покоління. Сучасні технології дають можливість

виробляти тут елітні вина Shabo категорії КНП (контрольованих найменувань за походженням).

На першому етапі виноград проходить подвійну сортування. Після цього ягоди червоних сортів винограду направляються на бродіння «на меззі» в дубових чанах «Taransaud», які обладнані системою контролю температури.

Грона же білих сортів винограду без попереднього дроблення спочатку проходять процес делікатного пресування в пресах «Bucher XPlus», а потім - бродіння в дубових барріках, забезпечених температурним контролем. Високотехнологічне обладнання відділення і майстерність виноробів «Шабо» гарантують ексклюзивний підхід буквально до кожної виноградній ягоді.

З 2005 року компанія «Шабо» виробляє коньяки і бренді, а з 2013 року - виноградну горілку Shabo. Виробничі потужності комплексу забезпечують повний цикл виробництва міцних алкогольних напоїв виноградного походження. Технологічна схема повного циклу включає: вирощування і переробку винограду, отримання високоякісного виноматеріалу, дистиляцію виноградного спирту; витримку коньячних спиртів і бутлювання благородних напоїв - коньяків або виноградної горілки Shabo.

Дистиляція - найважливіший етап виробництва міцних алкогольних напоїв. У відділенні спиртокуріння знаходиться сучасна дистиляційна установка арманьячних типу, що дає можливість отримувати коньячні спирти з особливо тонким ароматом і неповторним смако-ароматичних профілем.

На виробництво ігристих вин за класичною технологією шампанізації в пляшці йде від 9 місяців до 3-х років . Протягом цього часу в кожній окремо взятій пляшці йде загадковий процес природного бродіння.

В основі ж технології за методом Шарма - як і при класичному методі шампанізації в пляшці - теж природне бродіння. Тільки роль пляшки виконують закриті резервуари (акратофори), що вміщують вміст 20 тисяч шампанських пляшок. Для народження таких ігристих вин потрібно 4-5 місяців.

Також потрібно зазначити, що за окрему ціну на виробництві можна також дізнатись і про технологічну карту виготовлення якогось певного виду вина. Так наприклад, для виготовлення вина витриманого столового сухого сортового червоного «Мерло Шабо» («Merlot Shabo» Appellation of Controlled Origin) використовуються: виноград сорту Мерло з масовою концентрацією цукрів не менше  $190 \text{ г / дм}^3$  і масовою концентрацією титрованих кислот  $6,0-9,0 \text{ г / дм}^3$

Збір, транспортування, збору та переробки продуктів винограду здійснюється відповідно до «Спільних правил збору та переробки винограду на виноматеріали» і методичними вказівками «Методика контролю якості винограду, процесу виробництва, якості та ідентифікації виноградних вин контрольованих найменувань за походженням (КНП)», затверджених Мінагрополітики України.

Виноград переробляється на лініях переробки винограду з відділенням гребенів. При необхідності, проводяться етапні сортування грон і ягід винограду, з видаленням сухих, розчавлених, пошкоджених шкідниками і хворобами ягід.

Отриману мезгу сульфитовані з розрахунку  $50-100 \text{ мг / дм}^3$  сірчистої кислоти направляють, при необхідності, на предферментаційну мацерацію холодом при температурі  $+6 - +10 \text{ }^\circ \text{C}$  терміном від 24 до 72 годин. При необхідності, проводиться коригування рН винною кислотою.

Бродіння сусла на меззі проводиться з плаваючою «шапкою» на чистій культурі дріжджів при температурі не вище  $30 \text{ }^\circ \text{C}$  з перемішуванням, в кількості, що забезпечує необхідні умови для бродіння і екстракції.

Допускалася постферментаційна мацерація сусла на меззі при температурі  $+28 - +30 \text{ }^\circ \text{C}$ . при залишковому вмісті цукрів менше  $4 \text{ г / дм}^3$  мезгу направляли на пресування. Отримане сусло направляється на до бродіння.

Для приготування вина контрольованого найменування за походженням ординарного витриманого столового сухого сортового

червоного «Мерло Шабо» ( «Merlot Shabo» Appellation of Controlled Origin) відбирали заброджений суслосамотік, вироблений на пневматичних пресах не більше 65 дав з 1 тонни винограду.

Зброджені виноматеріали знімали з дріжджового осаду, егалізували, і, при необхідності, за висновком виробничої лабораторії, направляли на яблучно-молочне бродіння. Яблучно-молочне бродіння проводили з додаванням чистої культури молочнокислих бактерій. Бродіння проводили терміном від 7 до 22 днів, при температурі 20-22° С до залишкової концентрації яблучної кислоти в виноматеріалі не більше 0,5 г / дм<sup>3</sup>.

Яблучно-молочне бродіння проводили як в емальованих або нержавіючих ємностях, так і в дубовій тарі. На витримку виноматеріали подавали в дубову тару. Термін витримки вина контрольованого найменування за походженням ординарного витриманого столового сухого сортового червоного «Мерло Шабо» («Merlot Shabo» Appellation of Controlled Origin) в дубовій тарі не менше 6 місяців при температурі навколишнього середовища 10-15 ° С.

Для досягнення розливостійкості, на підставі висновків виробничої лабораторії, виноматеріали обробляли згідно «Технологічної інструкції по обробці виноматеріалів і вин на підприємствах виноробної промисловості», «Правилами транспортування виноматеріалів і вин». Всі технологічні операції супроводжувалися сульфитацією виноматеріалів з розрахунку не більше 20 мг / дм<sup>3</sup> вільної сірчистої кислоти.

Готові розливостійкі виноматеріали направляли на відпочинок на термін не менше 10 діб і, після контрольної фільтрації, подавали на розлив, який забезпечує біологічну стабільність готової продукції.

При необхідності, виноматеріали, розлиті в пляшки, без зовнішнього оформлення, маркування та упаковки направляли в спеціальне приміщення на пляшкову витримку. Витримку здійснювали при температурі 10-15 ° С і вологості 60-70% в горизонтальному положенні на термін не менше 1-го місяця.

Після витримки пляшки направляли на зовнішнє оформлення. Чи не допускалося направляти на зовнішнє оформлення, маркування і упаковку пляшки з виявленими протіканням. Розлив, маркування, упаковка, транспортування і зберігання вина контрольованого найменування за походженням ординарного витриманого столового сухого сортового червоного «Мерло Шабо» («Merlot Shabo» Appellation of Controlled Origin) здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства.

Екскурсія на коньячний завод «Шустов» (Рис. 3.6).

Музей існує з 2013 року. За цей час він став не тільки однією з найбільш головних визначних пам'яток Одеси. Крім того, він став модним творчим майданчиком міста Одеси. Модною в найвищому сенсі цього слова. Тут проходять виставки картин і фоторобіт місцевих художників, показ знакових фільмів, презентації літературних творів, камерні концерти музики різних напрямків, благодійні аукціони.



Рис. 3.6 – Коньячний завод «Шустов»

В ході екскурсії можна відвідати 5 залів:

1 зал – Історія коньячного дому «Шустов»

2 зал – Бондарне виробництво і витримка коньячних спиртів

3 зал – Історія династії Шустових

4 зал – Історія Одеського коньячного заводу. Кінозал, де ви побачите фільм про історію легендарного напою

5 зал – Виставка.

Відвідувачам пропонується дегустація ординарних і марочних коньяків. Після закінчення екскурсії та дегустації можна придбати у фірмовому магазині продукцію заводу «Шустов».

Крім того, Одеський коньячний завод має повний цикл виробництва - від виноградника до готового коньяку, за технологічними можливостями не тільки не поступається французьким виробникам, але і перевершує багатьох з них. Це означає, що цінителі одеських коньяків отримали можливість вже сьогодні дегустувати класичні коньяки, що відрізняються високою якістю, яскравою індивідуальністю і багатством букета у всьому асортименті продукції - від ординарних «Трьох зірочок», прославленої «Десни» і витонченого «Шустова» - до елітного «Золотого Дюка».

Шампанські вина - порівняно нова категорія напоїв в асортиментному портфелі Одеського коньячного заводу, яка випускається під ТМ «Французький бульвар». Однак за рівнем якості вони не відстають від міцних напоїв. Ретельний відбір виноматеріалів, з яких виробляється вино, забезпечується професіоналізмом і досвідом технологів підприємства, які не замінять ніякі прилади. Устаткування для випуску шампанських вин вироблено і змонтовано провідними європейськими виробниками, які забезпечують найвищий рівень якості готового продукту.

Цех ігристих вин Одеського коньячного заводу, розташований на Великодолинській виробничій ділянці, випускає улюблене багатьма поколіннями «Советское шампанское», а також новий продукт, спеціально розроблений до 140-річчя заводу, - шампанське «Французький бульвар ЛЮКС».

У 2004 році завод почав випуск рожевих і червоних ігристих вин з власних виноматеріалів, отриманих з винограду елітних французьких сортів: Каберне Совіньон, Мерло, Піно Фран, Піно Нуар і ін.

### 3.3 Прорахунок вартості бенчмаркинг - туру

Як відомо, для виготовлення вина виробникам потрібно просторе приміщення, яке буде розташовуватися на околиці або за межами населеного пункту. Плюс такого приміщення полягає в тому, що до нього буде полегшений проїзд вантажних машин. На міні-заводі з виробництва вин повинні бути:

- Розливний цех - 40 кв. метрів
- Льох на глибині 3,5-4 метри для витримування (близько 300 кв. метрів).
- спиртосховища - близько 30 кв. метрів.
- котельня - до 8 кв. метрів.
- склад готової продукції - 200 кв. метрів.
- допоміжний цех для бутілювання - 30 кв. метрів.
- упорядкований офіс і допоміжні приміщення для персоналу - близько 35 кв. метрів.

На такій площі (в цілому близько 350 кв. метрів без льоху) можна виробляти до 1000 пляшок на добу і переробляти до 500 кг сировини на годину.

Саме такі підприємства по виготовленню різних видів вин і мають в своєму розпорядженні такі одеські виноробні, як «Шабо», «Шустов», «Інститут ім. Таїрова», «Колоніст», «Винтрест» на інші, котрі щороку виробляють тисячі екземплярів напою.

Крім того, потрібно також зазначити, що дані виноробні мають й унікальні технології виробництва вина, адже виробництво вина це дуже

тонкий, складний і тривалий процес. Він ділиться на кілька етапів: вирощування винограду, збір, відділення ягід і їх пресування, алкогольна ферментація та мацерація, витримка вина, фільтрація і освітлення, купажування, фільтрація і кондиціонування, розлив вина.

Якість вина починається від терруара. Це комплекс всіх характеристик, які впливають на первинну сировину - виноград. Тут важливо враховувати ґрунт, співвідношення мінералів у ній, кліматичні умови, вік лози (чим старіше, тим краще). Якісне вино виходить з винограду, що росте на схилах гір і пагорбах, розташованих недалеко від моря або океану. Правильне розташування виноградника - запорука гарного врожаю.

Виноград збирають в кінці літа - початку осені. Є окремі сорти, урожай яких збирають з першими заморозками. Якщо вино, яке здається «водянистим» на смак, вважається «розведеним». Воно могло бути зроблено з винограду, який збирали під час проливного дощу. У великих виноробних компаніях для виробництва столового вина виноград збирається машинним способом. Елітне вино виробляють з винограду, зібраного вручну.

Після збору виноград вичавлюють в спеціальному пресі. Вичавлений виноград відокремлюють від деревної складової, яка може надати остаточного продукту трав'яний присмак. Це особливо важливо для білих вин, так як присутність дубильних речовин може змінити забарвлення вина.

Далі сусло готове до ферментації і бродіння. Цей процес розрізняється залежно від кінцевого продукту. Загальним буде тільки мацерація і ферментація. Мацерація є розчинення в бродячому суслі фарбувальних речовин, які розташовуються на шкірці виноградних ягід. Ферментація з додаванням молочних бактерій зменшує вміст кислоти у вині. Цей процес перетворює агресивну яблучну кислоту в м'яку молочну.

Щоб вино набуло необхідний смак, колір і аромат, воно має настоятися. Вино витримують в дубових бутах, обсяг яких може досягати 225 літрів. Вина витримують від кількох тижнів до кількох століть (ексклюзивні вина). Бочка може використовуватися повторно.

В процесі витримки на дні посудини неминує випадати осад. Тоді вино зливають в інший чистий бут і вручну очищають первісну ємність за допомогою глини, вугілля та інших натуральних матеріалів. Потім вино зливають назад.

Після витримки вино проходить заключний етап фільтрації. Видаляються дрібні зайві частинки за допомогою хімічних речовин. Після витримання вино можуть ассамблювати, або змішувати. Це необов'язковий процес, але він може зробити ваше вино винятковим за своїми смаковими якостями.

Ігристі вина, шампанські, хереси, портвейни обов'язково купажируються. Ассамблювання - це змішування вина одного регіону і одного року збору. Купажування - змішування вин з різних регіонів і різних років урожаю.

Вино розливається в спеціальні тимчасові ємності і міститься там до приходу замовлення на пляшковий розлив. Після вино розливається в пляшки або паперові пакети, клеїться етикетка, і вино закупорюється.

Оскільки бенчмаркінг - тур «Винними стежками Одещини» має на меті ознайомлення із технологічними особливостями винних локацій, то в даному разі програмне забезпечення бенчмаркінг - туру «Винними стежками Одещини» забезпечує групі туристів ознайомлення з найбільшими виноробнями Одеської області та вивчення технологічного процесу створення певних марок вин.

У м. Одеса група буде розміщена у готелі «Брістоль» в номерах по 1 особі.

Вартість туристичної подорожі (85350 грн. на 1 особу) включає:

1. вартість проїзду з м. Київ до м. Одеси й зворотно на орендованому автомобілі класу «люкс» Lexus – 30 000 грн. (на 1 особу вартість складає 10 тис. грн.);

2. вартість проживання у готелі «Брістоль» в номерах по 1 особі та вартість харчування (сніданок + кава) (сніданок входить у вартість проживання) 20 000 грн. на 4 ночі та 5 днів на 1 особу;

3. вартість харчування (обід + вечеря) 2000 грн. на добу на 1 особу, тобто за 5 днів складатиме 10 000 грн.;

4. вартість екскурсійної програми на виноробнях 6000 грн. на 1 особу;

5. вартість додаткових послуг, таких як ознайомлення із технологією виробництва 15 000 грн. на кожному підприємстві, а таких підприємств буде 5, тобто загальні витрати складуть 75 000 грн. (в цю вартість входить показ технологічних карт в зрізаному вигляді), а на 1 особу 25 000 грн.

Собівартість туру складає: 71 000 грн на 1 особу.

Прибуток туристичної фірми (20%): 14200 грн на 1 особу.

Туристичний збір – 30 грн в день, тобто 150 грн. на 1 особу за весь період.

Вартість туру: 85350 грн на 1 особу

У вартість туру не входять: власні витрати туристів, сувеніри, тощо.

### Висновок до 3 розділу

Кожна виноробня України має свою особливість та унікальні технології виробництва вина, адже виробництво вина це дуже тонкий, складний і тривалий процес. Він ділиться на кілька етапів: вирощування винограду, збір, відділення ягід і їх пресування, алкогольна ферментація та мацерація, витримка вина, фільтрація і освітлення, купажування, фільтрація і кондиціонування, розлив вина. Кожний етап технологій виробництва унікальний по своєму і для того щоб зібрати плоди винограду потрібно купувати саму якісну виноградну лозу. В країнах, де вирощують виноград проводять фестивалі, де за бажанням можна те тільки отримати насолоду від

промислового туру, а і купити лозу для вирощування на своїй плантації. Винороби не тільки запозичують так звані новинки в інших конкурентах, вони також хочуть створити свій метод збирання чи переробки винограду.

Тур розрахований на 5 днів, для групи з 3 чоловік. Кожен день має свою максимальну насиченість за екскурсіями та переглядом матеріалів на підприємствах.

Вартість туру складає 85350 грн на 1 особу. Цінова політика не висока, оскільки цей напрям тільки розвивається, а отже, напрацювань з виноробними заводами в контексті бенчмаркінгових турів ще немає, що безпосередньо впливає на те, що підприємства будуть демонструвати туристу по факту, що дадуть подивитись із власних комерційних документів, патентів тощо.

## ВИСНОВКИ

Бенчмаркинг – це процес вивчення і адаптації найкращих методів інших підприємств для вдосконалення власних результатів. Це порівняльний аналіз діяльності підприємств в різних аспектах, які мають ключове значення для розвитку.

Технологія бенчмаркингу створює своєрідну аналогову базу, яка може бути використана як еталонний об'єкт поглибленого предметного дослідження. Причому цілі, які переслідують туристичні фірми, використовуючи інструментарій бенчмаркингу, можуть бути різними: поліпшити позицію по відношенню до конкурентів; знизити витрати; зміцнити конкурентну позицію; підвищити ступінь задоволеності покупців; збільшити ефективність; визначити слабкі місця процесу; розробити нові ідеї; вивчити діяльність лідерів конкурентного середовища і причини їх успіху, узагальнити і використовувати ці відомості в процесі побудови моделі ефективного підприємництва.

Бенчмаркинг екскурсії поділяються на промислово - історичні, промислово - економічні, промислово - технічні, природознавчі, профорієнтаційні.

Можливості бенчмаркингу як методології мультиплікації знань у рамках маркетингових альянсів досі не отримали широкого визнання як у туристичній галузі, так і в економіці України загалом. Сьогодні небагато вітчизняних підприємств, особливо у сфері послуг, бажають розкривати секрети свого успіху. Тут спрацьовує наша національна звичка у всьому бачити так звану «комерційну таємницю».

Бенчмаркинг - тур «Винними стежками Одещини» був розроблений для групи туристів – бізнесменів, терміном на 5 днів з урахуванням побажання не лише ознайомитися із красою міста та основними пам'ятками, а й оглянути основні виноробні, ознайомитися із технологіями виробництва

вин, поділитися власним досвідом із працівниками та перейняти щось нове для власних винних господарств.

Тобто бенчмаркінг - тур по локаціям винних доріг Одещини він є досить ексклюзивним. Адже тут зібрались туристи яким не просто цікаво відпочити і випити смачного вина, а ті які розбираються у технологіях його приготування та у рецептурі. Таким людям проводити екскурсію цікавіше, адже виникають цікаві запитання та пропозиції. Також одним із головних плюсів є те, що можна за певні кошти придбати для себе цікаву інформацію і в майбутньому підняти свій бізнес на інший рівень успіху.

Найбільш популярнішими у туристів є об'єкти, які є брендами конкретних міст. Залежно від мотивації людей до подорожей, промисловий туризм розрахований на фахівців, що займаються вивченням та покращенням процесу виробництва, обміном досвідом працівників різних підприємств та їх структурних одиниць, відвідуванням підприємств з ціллю укладання договорів купівлі-продажу машинного устаткування, патентування певних технологічних процесів, вивчення навколишнього природного середовища з метою його покращення, а також на спортсменів-екстрималів, що ставлять за мету отримати гострі враження та провести різного роду змагання на промислових ландшафтах.

Проте підвищена зацікавленість туристів до промислових об'єктів вимагає, перш за все, вивчення його екологічної та техногенної ситуації, гарантування безпеки туристів.

Причорноморський регіон справедливо вважається одним із найдревніших виноробних регіонів України.

Тепла та помірна волога осінь сприяє нормальному розвитку та стиглості виноградних ягід, посушливі періоди перед збором винограду дають змогу отримати виноград високої якості.

У Причорномор'ї можна виокремити наступні винні підприємства як виноробне господарство «Винтрест», «Шабо», коньячний завод «Шустов»,

інститут виноградарства і виноробства ім. Таїрова, виноробня «Колоніст» та інші.

Кожне з цих підприємств може запропонувати туристу унікальну пропозицію в рамках розробленого бенчмаркінг - туру, давайте розглянемо хронометраж.

В перший день група туристів прибуває з Києва до Одеси, заселяється в готель, снідає та їде на виноробню Колоніст з оглядом технології виробництва ігристого «Бісер».

На другий день заплановано відвідування Інституту виноградарства та виноробства ім. Таїрова та огляд виноградників, що знаходяться на території Інституту з майстер - класом по догляду за виноградниками та відібранням найкращих сортів.

Третій день дуже насичений, оскільки буде присвячений відвідуванню винного заводу «Трест» у с. Великодолинське в першій половині дня, друга половина дня присвячена екскурсії в Центр культури вина «Шабо» та ознайомлення із технологіями виробництва винної продукції.

Четвертий день пройде в м. Одесі з екскурсією на коньячний завод «Шустов» та ознайомлення з технологією виробництва на заводі «Шустов».

На п'ятий день, представники виноробень запрошуються до ресторану Облака до співпраці, на певний час (кожна виноробня на свій час) для укладання договорів з метою використання елементів технологій виробництва у власних цілях.

Під час даного бенчмаркінг - туру група ознайомиться не лише із основними виноробнями, а й візьме участь у майстер - класі та огляді виноградників.

Вартість туру на 1 людину складає: 85350 грн на 1 особу

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. KAIZEN™ Тури. URL: <https://ua.kaizen.com/learn-kaizen/tours.html>
2. Авласенко О.А. Сучасні тенденції розвитку виноробства в Україні і її регіонах. Ефективна економіка. 2014. № 6. С. 21-24.
3. Азар В. Туризм еще один феномен XX века. Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2003. №5. С. 15-17.
4. Басюк Д. І. Винний туризм як інноваційний напрямок туристичного ринку. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/basjuk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk2.htm)
5. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation>
6. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія. К. : ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
7. Белоус І. В. Особливості сучасного економічного розвитку виноградарства і виноробства України. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2010. Вип.2(53). С. 32-34.
8. Биркович В. І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. Стратегічні пріоритети. 2007. № 4(5) . С. 24-30
9. Бобираєва О. В. Рекреація в системі розширеного суспільного відтворення. Вісник Київського Національного університету ім. Т.Г.Шевченка. 2002. Вип.55. 81 с.
10. Бобираєва О. В. Становлення і розвиток сфери рекреаційних послуг як напрям інтеграції до світового господарства. Вісник Київського Національного університету ім. Т.Г.Шевченка. Вип. 57. 2002. С. 33-41.
11. Бурлина М. В. Развитие туризма как фактор формирования имиджа территории. Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. URL : [http://tourlib.net/statti\\_tourism/burlina.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/burlina.htm)
12. Винний гід України. URL : <https://www.uabestwine.com/prychornomoria>

13. Винний туризм: підручник для студентів ВНЗ. Кам'янець-Подільський, 2012, 472 с.
14. Винные туры по Одессе и окрестностям. URL: <https://tudoy-sudoy.od.ua/event-studiya/vinnyj-tur/>
15. Виноградарство та виноробство на Миколаївщині. URL: <http://mk.archives.gov.ua/component/content/article/11-docvist/1083-pub-gallery-vinogad.html>
16. Виноградова О.В., Сорочан В.О. Промисловий туризм як чинник соціально – економічного розвитку України. Вісник Донецького національного університету. 2004. Вип.1. С. 219-222.
17. Галузева Програма розвитку виноградарства та виноробства України на період до 2025 року. URL: [http://www.uazakon.com/documents/date\\_cu/pg\\_gbwsl/](http://www.uazakon.com/documents/date_cu/pg_gbwsl/).
18. Горобець Н. П. Нові технології в галузі туризму. Економіка і інформатизація. 2004. №7. С. 27-28.
19. Гостиничный и туристический бизнес. URL: <https://edusteps.com.ua/blog/1110-gostinichnyy-i-turisticheskiy-biznes-vasha-vozmozhnost-dobitsya-uspeha.html>
20. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. URL: [https://tourlib.net/books\\_tourism/gulyaev.htm](https://tourlib.net/books_tourism/gulyaev.htm)
21. Експрес-випуск Державної служби статистики України «Переробка винограду та виробництво виноматеріалів у 2016 році». URL: <http://ukrstat.org/uk/express/expr2016/01/02pdf>.
22. Жученко В. Розвиток туристсько-рекреаційної діяльності на Україні: передумови та перспективи. Регіональні перспективи. 2001. №1 (14). С. 75-81.
23. Іванов С.В., Домарецький В.В., Басюк Д.І. та ін. Винний туризм. Підручник для студентів ВНЗ. Кам'янець-Подільський, 2012. 420 с.
24. Казыбайкызы А., Муханова А.Е., Смагулова Ж.Б. Особенности и перспективы развития туризма в мире. Успехи современного естествознания. 2015. № 1-2. С. 265-269.

25. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 298 с.
26. Ковешніков В. С., Ліфіренко О. С., Стукальська Н. М. Інноваційні види туризму. Інвестиції: практика та досвід. 2016. №4. С. 3844.
27. Личова Г. Імідж України очима іноземних споживачів. Маркетинг в Україні. 2005. № 5. С. 63–66.
28. Лупенко Ю.О. Сучасні тенденції розвитку ринку продукції виноградарства в Україні. URL : <http://wineofukraine.com/index.php/455-market-trends-2015.html>.
29. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст. URL: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tJ43DhkUTQYJ:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tJ43DhkUTQYJ:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN)
30. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
31. Михайлова Е. А. Основы бенчмаркинга: эволюция концепций качества. URL: <http://www.subschet.ru/subschet.nsf/docs/583C4A33B0259D9EC325710B0049CDC1.html>
32. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Науковий вісник ОНЕУ 2013. № 1. С. 29-41
33. Найкращі вітчизняні вина за версією «Укрвинпром». URL : <https://www.epravda.com.ua/news/2018/10/20/64>.
34. Олесевич Д. Л., Кузик С. П. Фактори формування туристських потреб. Вісник Львівського університету. Серія економіка. 1993. №25. С. 29-31.

35. Пендерецький О.В. Територіальна організація промислового туризму Карпатського суспільно-географічного району та основні напрямки її вдосконалення. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/pendereckyj1-1.htm](https://tourlib.net/books_ukr/pendereckyj1-1.htm)
36. Пестушко В. М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. Географія та основи економіки. 2015. №7. С. 257-265.
37. Погуда Н. В. Сучасний стан туристичного ринку України. URL: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=3w9tOIJN2dIC&hl=uk>
38. Промисловий туризм в Україні: екскурсії з присмаком Нового року. URL : <https://discover.ua/inspiration/promislovij-turizm-v-ukraini-ekskursii-z-prismaком-novogo-roku>
39. Свида І. В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг. Науковий вісник Ужгородського університету. 2009. № 28(3). С. 64–69.
40. Смаль В. Туризм і сталий розвиток. Вісник Львівського університету. 2005. Випуск 32. С. 163-173.
41. Стойка С. О. Роль держави у розвитку туристичної індустрії України. Науковий вісник ЧДІЕУ. 2013. №1(17). С. 9-15.
42. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку : монографія. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. 268 с.
43. Шамара І. М. Теоретичні підходи до визначення поняття туризм, його сутність та роль на сучасному етапі. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2016. Вип.5. С. 167-170.
44. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом: монографія / І.М. Бабич, Д.І. Басюк, М.В. Білько та ін.; за заг. ред. П.Л. Шияна, Д.І. Басюк. - Кам'янець-Подільський: Видавець ПП Зволейко Д.Г., 2014. - 252 с.
45. Басюк Д.І. Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні: автореф. дис... д.е.н.: 08.00.03. - К., 2015. - 42 с.

# ДОДАТКИ

## НАУКОВІ ПРАЦІ

Ковбасюк В.А. Бенчмаркинг – тур по локаціям винних доріг Причорномор'я України: Матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Публічне управління і адміністрування: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку» (19 травня 2022 року). — Одеса: Державний університет «Одеська політехніка», 2022. — с. 167 - 169.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

**НАВЧАЛЬНО – НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**ЕКОНОМІЧНИЙ НАУКОВИЙ ПОРТАЛ**

**ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ І АДМІНІСТРУВАННЯ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА  
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**МАТЕРІАЛИ**

**V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

19 травня 2022 рік

Одеса – 2022

УДК 351(477)

**Публічне управління і адміністрування: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку:** Матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (19 травня 2022 року). — Одеса: Державний університет «Одеська політехніка», 2022. — 170 с.

**Редакційна колегія:**

д.е.н. проф. Філіппова С.В., д.е.н. проф. Балан О.С., д.н. держ. упр., доцент Ворона П.В., д.е.н., доцент, проф. Гусаріна Н.В., д.е.н. проф. Добрянська Н.А., д.н. держ.упр. проф. Корецький М.Х., к.н. держ. упр., д.е.н., доцент, проф. Кулінська А.В., д.е.н. проф. Лебедева В.В., д.е.н. проф. Липинська О.А., професор Марсела Слюсарчук, д.е.н., проф. Ніколюк О.В., професор Стефан Пурічі, д.е.н. проф. Ткач К.І., професор Шенк Райнер, к.е.н., ст.викладач Граціотова Г.О., к.е.н., доцент Свірідова С.С., к.е.н., доцент Сита Є.М.

У збірнику представлено роботи здобувачів, у яких висловлено результати теоретико-аналітичних досліджень та практичні пропозиції з питань публічного управління і адміністрування: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. Призначено для фахівців, науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти.

Тези надано в авторській редакції. За виклад, зміст, достовірність та якість наданих матеріалів відповідають автори.

Призначений для фахівців, науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти.

**СТАЛИЙ РОЗВИТОК ВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ В УМОВАХ  
ГЛОБАЛЬНИХ ПРОДОВОЛЬЧИХ, ЕКОЛОГІЧНИХ ТА ФІНАНСОВО-  
ЕКОНОМІЧНИХ ВИКЛИКІВ**

¶		
<b>Братінова-М.Г.¶</b>	Разные страницы	143□ □
Актуальність бізнес-планування в сучасних умовах□		
<b>Зюзіна-А.Ю.¶</b>		145□ □
Особливості брокерської діяльності на товарній біржі□		
<b>Конопельська-О.В.¶</b>		147□ □
Конкурентоспроможність підприємства та способи її підвищення□		
<b>Конопельська-О.В.¶</b>		150□ □
Проблеми та перспективи розвитку біржової діяльності в Україні□		
<b>Мерла-Д.В.¶</b>		¶ □
Шляхи удосконалення публічного управління фізичною культурою і спортом на рівні територіальної громади в умовах децентралізації□		¶ □
		152□
<b>Нікіфорчук-М.Ю., Домаскіна-О.О.¶</b>		¶ □
Цифровізація у молочному скотарстві як фактор підвищення ефективності галузі□		154□
<b>Остачук-О.І.¶</b>		¶ □
Формування корпоративної культури та її реалізація в державних органах влади України□		¶ □
		156□
<b>Пасечник-М.С.¶</b>		159□ □
Особливості використання криптовалюти□		
<b>Тумошенко-V.A.¶</b>		¶ □
Improvement of processes of provision of administrative services in conditions of decentralization of power in <u>Odessa region</u> □		¶ □
		161□
<b>Яковенко-Г.О.¶</b>		¶ □
Шляхи удосконалення системи управління персоналом в органах публічної влади□		¶ □
		163□
<b>Герасимова-Г.С.¶</b>		¶ □
Шляхи підвищення безпеки МІСЕ-туризму в Україні□		¶ □
		165□
<b>Ковбасюк-В.А.¶</b>		¶ □
Бенчмаркінг – тур по локаціям винних доріг Причорномор'я України□		¶ □
		167□
<b>Носова-Є.М.¶</b>		¶ □
Розробка та просування гастро-туру в Францію□		¶ □
		169□

## БЕНЧМАРКИНГ – ТУР ПО ЛОКАЦІЯМ ВИННИХ ДОРІГ ПРИЧОРНОМОР'Я УКРАЇНИ

*Ковбасюк В.А., бакалавр*

*Науковий керівник:*

*Н.А. Добрянська, д.е.н., професор кафедри туристичного бізнесу та  
рекреації*

*Одеська національна академія харчових технологій,*

*м. Одеса*

Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних технологій, котрі налаштовані на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей. Існує величезна кількість трактувань поняття бенчмаркінгу. В даний час бенчмаркінг, використовуючи свій головний принцип «від кращого до кращого», повертає до життя і успіху багато туристичних фірм США, Японії, Західної Європи. Технологія бенчмаркінгу створює своєрідну аналогову базу, яка може бути використана як еталонний об'єкт поглибленого предметного дослідження .

Бенчмаркінг тури поділяються на:

- промислово-історичні;
- промислово-економічні;
- промислово-технічні,
- природознавчі;
- профорієнтаційні.

В рамках нашої тематики нас цікавить саме промислово-технічний напрям бенчмаркінгу, оскільки він забезпечує показ технологічного процесу,

роботу окремих цехів і дільниць. Цехи – чудовий об'єкт промислового туризму.

А оскільки, так історично склалося, на території Причорноморського регіону є багато виноробних підприємств, то даний напрямок нйактуальніше розвивати в цьому місці.

У Причорномор'ї можна виокремити такі підприємства як виноробне господарство «Винтрест», «Шабо», коньячний завод «Шустов», інститут виноградарства і виноробства ім. Таїрова, виноробня «Колоніст» та інші.

Бенчмаркінг тур «Винними стежками Причорморя» був розроблений для групи туристів – бізнесменів ,терміном на 5 днів. Приймаючи гостей на території свого підприємства, власник має нагоду презентувати його потужності і потенціал, якість продукції, переваги перед конкурентами. Такі візити можуть стати початком нових партнерських стосунків і розширенням клієнтської бази.

Перші виноградники одного з найстаріших та відомих виноробних господарств України були закладені в маєтку «Козацьке» (Херсонська губернія) у 1896 році. Відбір земель для насаджень та сортів виноградних ліз для князя Трубецького здійснював головний винороб Російської імперії князь Лев Голіцин.Виноробне господарство князя П. М. Трубецького» — це унікальний об'єкт винного туризму в Україні. Збір врожаю приваблює на виноробню Трубецького велику кількість туристів не лише з України, але й з Європи. У 2013 році була завершена реконструкція історичної будівлі виноробні 1900 року з вежею та оглядовим майданчиком, в якому обладнано дегустаційні зали, встановлено 8 галерей винних підвалів часів Трубецького, які використовуються для витримки та зберігання вин. На території є готель на 10 номерів та атмосферний банкет-хол у старовинному крилі виноробні.

Одеський коньячний завод має повний цикл виробництва - від виноградика до готового коньяку, за технологічними можливостями не тільки не поступається французьким виробникам, але і перевершує багатьох з них. Це означає, що цінителі одеських коньяків отримали можливість вже

сьогодні дегустувати класичні коньяки, що відрізняються високою якістю, яскравою індивідуальністю і багатством букета у всьому асортименті продукції - від ординарних «Трьох зірочок», прославленої «Десни» і витонченого «Шустова» - до елітного «Золотого Дюка».

Цех ігристих вин Одеського коньячного заводу, розташований на Великодолинській виробничій ділянці, випускає улюблене багатьма поколіннями «Советское шампанское», а також новий продукт, спеціально розроблений до 140-річчя заводу, - шампанське «Французький бульвар ЛЮКС».

В Інституті імені В. Є. Таїрова систематично проводяться просвітницькі дегустації та екскурсії. Мета - популяризація культури споживання вина, ознайомлення з світовими типами вин, приготованих з сортів винограду селекції Національного наукового центру «Інститут виноградарства і виноробства імені В.Є. Таїрова» Національної академії аграрних наук України. Стандартна програма включає: відвідування Музею історії виноградарства і виноробства України, винного підвалу, проведення дегустації, прогулянка по дендропарку, на території якого розташована будівля ННЦ «ІВіВ ім. В.Є. Таїрова» НААН України.

Винзавод «Колоніст» – це сімейна справа, яка стала прибутковим бізнесом. Його засновником є нащадок болгарських колоністів Іван Плачков, який на знак пошани до справи своїх предків і назвав виноробню. Виноробня «Колоніст» заснована в 2005 році, але цей бренд вже добре відомий і рестораторам, і сомельє, і любителям вина. Для вина Іван Плачков використовує тільки виноград, вирощений на південно-західних схилах самого прісноводного озера України – Ялпуг. Тому, ви не тільки потрапляєте на унікальні виноградники і в чудове винне господарство, а й опиняєтеся в красивому природному заповіднику. Виробництво «Колоніст» не велика – 140 тисяч пляшок на рік. Тим цінніше кожен зразок.

**Список використаних джерел:**

1. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: навч. посібник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. - 185 с.
2. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. пос. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. / -К.: Центр літератури, 2004. – 272 с.
3. Кузик С.П. Географія туризму: навч. пос./ С. П. Кузик ; Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. – Київ : Знання, 2011. – 271 с

XVIII Всеукраїнська наукова Zoom-конференція студентів з розділу «Харчові технології» та Наукова конференція здобувачів вищої освіти, яка відбулася 11-13 травня 2022 року у Одеському національному технологічному університеті. Підготовлена доповідь на тему: «Бенчмаркинг – тур як один із видів туристичного відпочинку по локаціям винних доріг Причорномор'я України»

**ФАКУЛЬТЕТ****ТЕХНОЛОГІЇ ВИНА ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**  
**СЕКЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА РЕКРЕАЦІЇ***Засідання*11 травня 2022 року об 11<sup>00</sup>**ZOOM. Ідентифікатор 5030987866, пароль 2020**

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О.

Секретар – асп. Шепелева О.В.

**1. Оглядові екскурсії для школярів Прагою**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Головашич О.О.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., ст.викл. Торган В.В.

**2. Пляжний туризм Одеської області: перспективи інновацій**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Нестерчук О.О.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., ст.викл. Торган В.В.

**3. Регіональний спортивно-екстремальний туризм: інклюзія екстриму**

Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Ніколаєнко І.М.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., ст.викл. Торган В.В.

**4. Регіональний оздоровчий туризм: проблеми та методи відродження**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Росінська В.Р.

Науковий керівник – к.т.н., доц. Трішин Ф.А.

**5. Напрямки сталого розвитку регіонів через зелений туризм**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Каракаш А.В.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.т.н., ст.викл. Воскресенська О.В.

**6. Сталий розвиток туристичних дестинацій в контексті сучасності**

Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Гузев Н.К.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О.

**7. Сталість лікувально-оздоровчого туризму в регіонах України**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Гюндюз Д.А.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.е.н., ст.викл. Іванченков В.С.

**8. Розробка та просування весільних турів**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Завакевич І.М.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.т.н., ст.викл. Воскресенська О.В.

**9. Шляхи впровадження пізнавальних турів**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Рибак А.О.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.е.н., ст.викл. Шекера С.С.

**10. Розробка інклюзивного гірсько-лижного туру**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Савченко Є.В.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.е.н., ст.викл. Шекера С.С.

**11. Розробка та просування релігійного туру з України**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Рахнянська В.І.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.е.н., ст.викл. Байрачна О.К.

- 12. Розробка та просування гастротуру в напрямку Україна-Італія**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Сілецька М..С.  
Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.е.н., ст.викл. Шекера С.С.
- 13. Розробка та просування Іоуе-stoгу-туру по Україні**  
Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Васильєв І.Ф.  
Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., к.е.н., ст.викл. Шекера С.С.
- 14. Напрямки розвитку україно-грецьких туристичних відносин**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Василюгло А.О.  
Науковий керівник – д.е.н., доц. Саркісян Г.О.
- 15. Винна рекреація як напрямок розвитку лікувально-оздоровчого туризму**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Кожухар А.К.  
Науковий керівник – д.е.н., доц. Саркісян Г.О.
- 16. Розвиток індустріального туризму в післявоєнні часи різних країн**  
Студентки СВО «Магістр» ф-ту ТВтаТБ Єланська К.В., Бирка К.М.  
Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., д.е.н., доц. Саркісян Г.О.
- 17. Розвиток роздрібної торгівлі і туристичних потоків**  
Студентки СВО «Магістр» ф-ту ТВтаТБ Друкаренко М.О., Козловська О.В.  
Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., д.е.н., доц. Саркісян Г.О.
- 18. Шляхи сталого розвитку закладів курортно-рекреаційного комплексу**  
Студентки СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Чабан Я.В.  
Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О., д.е.н., доц. Саркісян Г.О.
- 19. Аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу Держави Катар**  
Студент СВО "Бакалавр" ф-ту ТВтаТБ Адам В. Є.  
Науковий керівник – доц. Орлова М. Л.
- 20. Розробка та просування гастро-туру в Японію**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Вольф В.В.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А., ст.викл. Воскресенська О.В.
- 21. Розробка та просування гастро-туру в Францію**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Носова Є.М.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А., ст.викл. Воскресенська О.В.
- 22. Розробка та просування гастро-туру в Португалію**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Шишко М.С.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А., ст.викл. Воскресенська О.В.
- 23. Розробка та організація рекламного туру в Туреччину**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Нікітенко Є.О.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А., ст.викл. Воскресенська О.В.
- 24. Розробка та просування шопінг-туру в напрямку Україна-США: сучасні проблеми і перспективи розвитку**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Похіленко К.А.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А., ст.викл. Воскресенська О.В.
- 25. Розробка та просування гастро-туру в напрямку Україна-Мексика**  
Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Нікіфорова С.І.  
Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А., ст.викл. Воскресенська О.В.

**26. Бенчмаркінг – тур як один із видів туристичного відпочинку по локаціям винних доріг Причорномор'я України**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Ковбасюк В.А.

Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.

**27. Шляхи підвищення безпеки МІСЕ – туризм в Україні**

Студентка СВО «Магістр» ф-ту ТВ та ТБ Герасимова Г.С.

Науковий керівник – проф. Добрянська Н.А.

**28. Сучасний стан та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Іванова В.Т.

Науковий керівник – к.т.н., доцент Калмикова І.С.

**29. Аналіз розвитку еногастрономічного туризму в напрямку Одеса–Рені**

Студентка СВО «Магістр» ф-ту ТВ та ТБ Мільчева Н.С.

Науковий керівник – к.т.н., доцент Калмикова І.С.

**30. Дестинації гастрономічного туризму в Італії**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Самойленко А.

Науковий керівник – к.т.н., ст.викл. Воскресенська О.В.

**32. Види саке в Японії**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Вольф В.В.

Науковий керівник – к.т.н., ст.викл. Воскресенська О.В.

**33. Стратегія рекламного туру в сучасних умовах на прикладі Туреччини**

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Никитенко Л.

Науковий керівник – к.т.н., ст.викл. Воскресенська О.В.

## Перевірка тексту на плагіат

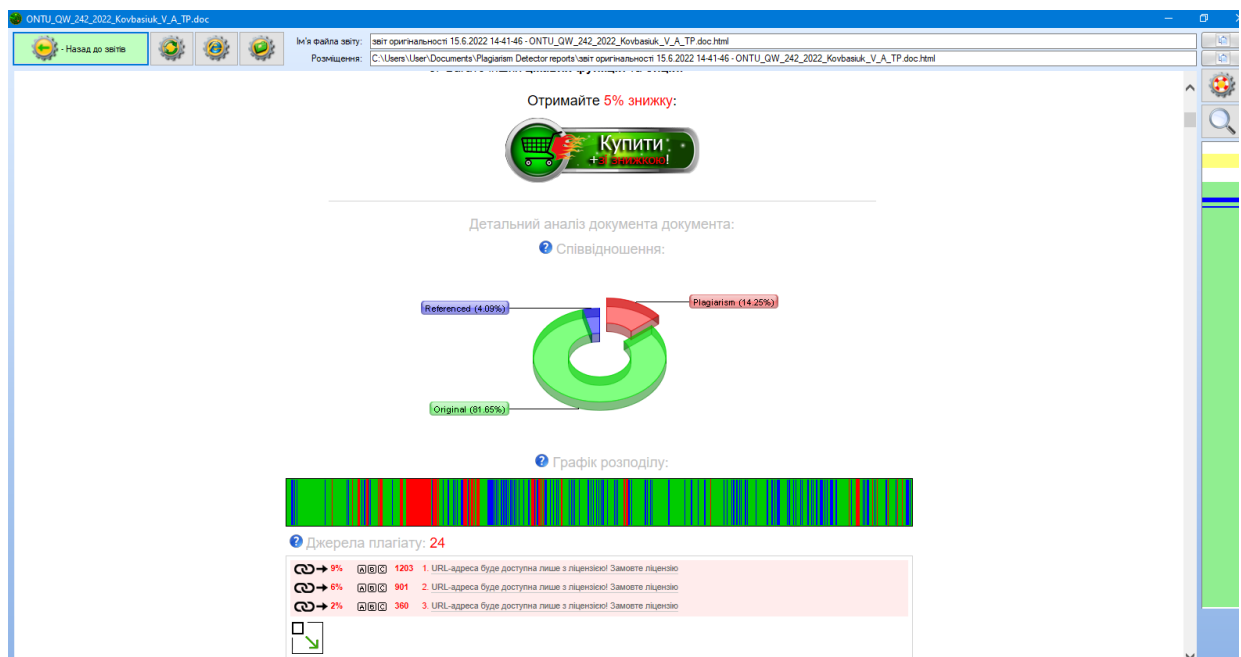
Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема: «Бенчмаркинг – тур як один із видів туристичного відпочинку по локаціям винних доріг Причорномор'я України»

Засіб перевірки <https://plagiarism-detector.com/>

Унікальність по фразам > 30 %

Унікальність по словам > 30 %



Керівник: \_\_\_\_\_ Наталя ДОБРЯНСЬКА

Здобувачка: \_\_\_\_\_ Вікторія КОВБАСЮК

## ПРЕЗЕНТАЦІЯ

результатів наукових досліджень до  
кваліфікаційної роботи бакалавра

## Слайд 1

Міністерство освіти і науки України  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

**БЕНЧМАРКИНГ - ТУР ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ  
ТУРИСТИЧНОГО ВІДПОЧИНКУ ПО ЛОКАЦІЯМ  
ВИННИХ ДОРІГ ПРИЧОРНОМОР'Я УКРАЇНИ**



Здобувачка Вікторія КОВБАСЮК

Керівник: Наталя ДОБРЯНСЬКА

## Слайд 2

Метою дослідження є  
бенчмаркинг – тур по локаціям винних  
доріг Причорномор'я України

Предметом бенчмаркингу є технологія,  
виробничі процеси, методи  
виробництва фірми і обслуговувань,  
просування та продажу турпродукту.

Об'єктом дослідження є бенчмаркинг -  
тури.



## Слайд 3

### НАУКОВА ЧАСТИНА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Основні положення та **результати наукової роботи** доповідались, обговорювались і отримали позитивну оцінку на:

1. V Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Публічне управління і адміністрування: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку», яка відбулася 19 травня 2022 року у Державному університеті «Одеська політехніка»
2. XVIII Всеукраїнській науковій Зооп-конференції студентів з розділу «Харчові технології» та Науковій конференції здобувачів вищої освіти, яка відбулася 11-13 травня 2022 року у Одеському національному технологічному університеті.

За результатами дослідження надруковано наукову працю в матеріалах конференції: Ковбасюк В.А. Бенчмаркінг – тур по локаціям винних доріг Причорномор'я України

Підготовлена доповідь на тему: « Бенчмаркінг – тур як один із видів туристичного відпочинку по локаціям винних доріг Причорномор'я України»

## Слайд 4

Бенчмаркінг – це процес вивчення і адаптації найкращих методів інших підприємств для вдосконалення власних результатів. Це порівняльний аналіз діяльності підприємств в різних аспектах, які мають ключове значення для розвитку.



Результати бенчмаркінгу разом з результатами маркетингових досліджень використовуються при розробці цілей і стратегій діяльності великої кількості туристичних фірм.

## Слайд 5



Бенчмаркинг - тури поділяються на:

- ▣ промислово-історичні;
- ▣ промислово-економічні;
- ▣ промислово-технічні,
- ▣ природознавчі;
- ▣ профорієнтаційні.



Сьогодні небагато вітчизняних підприємств, особливо у сфері послуг, бажають розкривати секрети свого успіху. Тут спрацьовує наша національна звичка у всьому бачити так звану «комерційну тасмینیю».



В рамках нашої тематики нас цікавить саме промислово-технічний напрям бенчмаркинг, оскільки він забезпечує показ технологічного процесу, роботу окремих цехів і дільниць. Цехи – чудовий об'єкт промислового туризму.



## Слайд 6

## Історія Причорномор'я України

Причорноморський регіон справедливо вважається одним із найдревніших виноробних регіонів України. Давні греки в першу чергу оцінили його сприятливий для виноградарства рельєф. Рівнинне виноробство дає змогу, в основному, вирощувати столові сорти та сорти, придатні для виготовлення ординарних вин.



Регіони виноного туризму в Україні

## Слайд 7

## Суб'єкти винного туризму Причорномор'я

Підприємство	Місце розташування	Вид діяльності	Туристичний продукт
<b>Херсонська область</b>			
Виноробне господарство князя П.М. Трубецького	Бериславський район, село Веселе	Вирощування винограду, виробництво вина, зберігання у винних підвалах.	Тут можна в буквальному сенсі зануритися в історію, адже в винних підвалах зберігають більше 10 000 пляшок, серед яких близько 7 000 вин - рідкі екземпляри. Пропонується екскурсія виноробною, екскурсія на збір урожаю, історична екскурсія, етнотур, еногастрономічний тур, дегустація, продаж вина власного виробництва.
Будівля марочних коньяків «Таврія»	м. Нова Каховка	Виробництво вин та коньяків.	Екскурсії щодо вирощування винограду, технології виробництва коньяку, зберігання та витримки у галереях, дегустація та основні етикету, продаж продукції власного виробництва.
<b>Одеська область</b>			
Винарня «Колоніст»	Болградський район, село Криничне	Сімейна виноробня. Виробництво вин.	Екскурсії по виноградниках, виноробних цехах і винних підвалах, дегустація вин та страв болгарської кухні, продаж продукції власного виробництва.
Винарня «Шабо»	Білгород-Дністровський район, село Шабо.	«Центр культури вина Шабо». Виробництво вин та коньяків.	Екскурсії (історія вина, структура підприємства, винні ідеали, пам'ятник виноградній лозі, мультимедійна скульптура «Фонтан Діоніса»), дегустація, продаж продукції власного виробництва.
Винарня Grande Vallee	Овідіопольський район, селище Великодолинське	Завод «Вингрест». Виробництво винограду та вин.	Екскурсії по заводу і виноградниках, дегустація вин у супроводі сомельє, відпочинок на літній терасі, продаж продукції власного виробництва.
<b>Миколаївська область</b>			
Винарня «Бейкуш»	Очаківський район, село Чорноморка.	Сімейне господарство. Виробництво вин.	Екскурсії, дегустація вин, продаж вина власного виробництва, участь у гастрономічних фестивалях.

## Слайд 8

## Порівняльна таблиця виноробень Причорноморського регіону України

Назва	Адреса	Площа виноградників, га	Сорти винограду	Кількість пляшок на рік, шт
ТОВ «Шабо»	с. Шабо, Одеська обл.	1100	30 сортів	Більше 50 млн
ПАТ «Одеса-винпром»	м. Одеса, Одеська обл.	1150	Більше 20 сортів	15 млн
Бейкуш	с. Чорноморка, Миколаївська обл.	11	6 сортів	30 тис
ПАТ Коблево	с. Виноградне, Миколаївська обл.	2450	14 сортів	45 млн
ПАТ Князя Трубецького	с. Веселе, Херсонська обл.	200	9 сортів	550 тис
КП «Курінь»	с. Степанівка, Херсонська обл.	40	9 сортів	50-60 тис

## Слайд 9

## Кращі практики винного туризму Причорноморського регіону

Підприємство	Характерні особливості (місце розташування, форма участі)
Виноробне господарство князя Трубецького	Єдине історичне шато України. Херсонська область, Бериславський район, село Веселе. Виробництво, екскурсії (виращування винограду, виробництво вина, зберігання у винних підвалах, мальовничий краєвид на березі Дніпра), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Будинок марочних коньяків «Таврія»	Херсонська область, Нова Каховка. Виробництво вин та коньяків, екскурсії (виращування винограду, технологія виробництва коньяку, зберігання та витримка у галереях), дегустація та основи етикету, продаж власного виробництва.
Винарня «Колоніст»	Сімейна виноробня. Одеська область, Болградський район, село Криничне. Виробництво вин, екскурсії (екскурсії по виноградниках, виноробних цехах і винних підвалах), дегустація вин та страв болгарської кухні, продаж власного виробництва.
Винзавод «Шабо»	«Центр культури вина Шабо». Одеська область, Білгород-Дністровський район, село Шабо. Виробництво вин та коньяків, екскурсії (історія вина, структура підприємства, винні підвали, пам'ятник Виноградній лозі, мультимедійна скульптура «Фонтан Діоніса»), дегустація, продаж власного виробництва.
Винарня Grande Vallee	Завод «Винтрест». Одеська область, Овідіопольський район, селище Великодолинське. Виробництво вин, екскурсії (завод, виноградники), дегустація вин у супроводі сомельє, відпочинок на літній терасі, продаж власного виробництва.
Винарня «Бейкуш»	Сімейне господарство. Миколаївська область, Очаківський район, село Чорноморка. Виробництво вин, екскурсії, дегустація вин, продаж власного виробництва, участь у гастрономічних фестивалях.

## Слайд 10

## Підприємства з виробництва вина для бенчмаркінг - туру

У Причорномор'ї можна виокремити такі підприємства, як виноробня «Колоніст», Інститут виноградарства і виноробства ім. Таїрова, виноробне господарство ТОВ «Винтрест», Центр культури вина «Шабо», коньячний завод «Шустов», та інші.



Виноробня «Колоніст»



ТОВ «Винтрест»



Центр культури вина «Шабо»



Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є.Таїрова



Коньячний завод «Шустов»

## Слайд 11

## Бенчмаркинг - тур «Винними стежками Одещини»

Бенчмаркинг - тур «Винними стежками Одещини» був розроблений для групи туристів - бізнесменів, які мають на меті ознайомитися із винними технологіями для використання у власному досвіді.

Бенчмаркинг - тур «Винними стежками Одещини» розрахований на 4 ночі та 5 днів.  
Склад групи 3 чол.

Приймаючи гостей на території свого підприємства, власник має нагоду презентувати його потужності і потенціал, якість продукції, переваги перед конкурентами. Такі візити можуть стати початком нових партнерських стосунків і розширенням клієнтської бази.

## Слайд 12

## Хронометраж: День 1

07:30 - прибуття з Києва групи осіб до міста Одеси.  
08:00 - 08:30 – заселення до готелю Брістоль.  
08:30 - 09:30 - сніданок на території готелю Брістоль.  
09:30 – 20:00 – відвідування виноробні «Колоніст», огляд технології виробництва ігристого «Бісер».  
Повернення до м. Одеси.  
20:00 – 21:00 – вечеря в ресторані Pasta s Pizza.  
21:00 – ночівля в готелі Брістоль.



## Слайд 13

## Хронометраж: День 2



8:00 - 9:00 - сніданок в готелі Брістоль.  
 9:30 - 12:00 - відвідування Інституту виноградарства та виноробства ім. Таїрова.  
 12:00 - 13:00 - обід в ресторані Yug.  
 14:00 - 18:00 - огляд виноградників, що знаходяться на території Інституту виноградарства та виноробства ім. Таїрова. Майстер клас по догляду за виноградниками та відібранням найкращих сортів.  
 18:00 - 19:00 - вечеря в ресторан Облака.  
 19:00 - 21:00 - прогулянка вечірньою Одесою (за бажанням);  
 21:00 - ночівля в готелі Брістоль.

## Слайд 14

## Хронометраж: День 3

- 8:00 - 9:00 - сніданок в готелі Брістоль.
- 9:30 - 12:30 - відвідування винного заводу «Винтрест» у с. Великодолинське.
- 12:30 - 13:30 - обід в кафе що знаходиться на території заводу.
- 13:30 - 17:30 - переїзд до с. Шабо, екскурсія на завод «Шабо» та ознайомлення із технологіями виробництва винної продукції.
- 17:30 - 18:30 - дегустація вина, відвідування магазину.
- 18:30 - 20:00 - повернення до м. Одеса.
- 20:00 - 21:00 - Вечеря в ресторані Амстердам.
- 22:00 - ночівля в готелі Брістоль.



## Слайд 15

## Хронометраж: День 4

8:00 - 9:00 - сніданок в ресторані Terrace.  
9:30 - 12:30 - екскурсія на коньячний завод «Шустов».  
13:00 - 14:30 - обід в ресторані Nonna.  
15:00 - 18:30 - ознайомлення з технологією виробництва на заводі «Шустов».  
19:00 - 20:00 повернення до готелю. Вечера в ресторані готелю.  
20:30 - 22:00 - прогулянка по центру м. Одеси (за бажанням).  
22:00 - ночівля в готелі Брістоль.



## Слайд 16

## Хронометраж: День 5

8:00 - 9:00 - сніданок в готелі Брістоль.  
9:30 - 14:00 укладання договорів із виноробнями на використання елементів технологій виробництва для власного користування на території ресторану Облака.  
14:00 - 15:00 - обід в ресторані Облака.  
15:00 - 16:00 – виселення з готелю Брістоль.  
18:00 - від'їзд до міста Київ.



## Слайд 17

## Цінова політика бенчмаркінг - тур «Винними стежками Одещини»

Вартість туристичної подорожі включає:

1. вартість проїзду з м. Київ до м. Одеси й зворотно на орендованому автомобілі класу «люкс» Lexus - 30 000 грн. (за 1 особу вартість складає 10 тис. грн.);
2. вартість проживання у готелі «Брістоль» в номерах по 1 особі та вартість харчування (сніданок + кава) (сніданок входить у вартість проживання) 20 000 грн. на 4 ночі та 5 днів за 1 особу;
3. вартість харчування (обід + вечеря) 2000 грн. на добу за 1 особу, тобто за 5 днів складатиме 10 000 грн.;
4. вартість екскурсійної програми на виноробнях 6000 грн. за 1 особу;
5. вартість додаткових послуг, таких як ознайомлення із технологією виробництва 15 000 грн. на кожному підприємстві, а таких підприємств буде 5, тобто загальні витрати складуть 75 000 грн. (в цю вартість входить показ технологічних карт в зрізаному вигляді), а за 1 особу 25 000 грн.

- Собівартість туру складає: 71 000 грн за 1 особу.
- Прибуток туристичної фірми (20%): 14200 грн за 1 особу.
- Туристичний збір - 30 грн в день, тобто 150 грн. за 1 особу за весь період.

Вартість туру: 85350 грн за 1 особу

- У вартість туру не входять: власні витрати туристів, сувеніри, тощо.

## Слайд 18

