

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



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Шляхи організації екскурсійного туру до винзаводу Коблево
для іноземних туристів»

Здобувачки Коленченко В.О.

4 курсу групи 242-51с

Керівник: доцент Калмикова І.С.
(посада, прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 22 листопада 2022 р., протокол № 5

Завідувачка кафедри ТБтаР _____ Наталія ДОБРЯНСЬКА
(назва кафедри) (підпис) (Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Одеса – 2022 рік

Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації
Спеціальність 242 Туризм 24 Сфера обслуговування
Освітня програма міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри
туристичного бізнесу та рекреації
д.е.н., проф. Добрянська Н.А.

“ ___ ” _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра

Коленченко Валерії Олександрівни
(прізвище та ініціали)

1. Тема роботи: Шляхи організації екскурсійного туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів, затверджена наказом по академії від **15. 08.2022 р. № 459-03**
2. Термін здачі студентом закінченої роботи **«15» грудня 2022 р.**
3. Вихідні дані до роботи: підручники, навчальні посібники, первинні документи, законодавчі та нормативні акти, звіти туристичних підприємств, статистична звітність.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, котрі необхідно розробити):
РОЗДІЛ 1 Дослідження винного туризму
РОЗДІЛ 2 Аналіз сучасного стану винного туризму в Україні
РОЗДІЛ 3 Розробка та просування туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів
5. Перелік графічного матеріалу: презентація до кваліфікаційної роботи бакалавра (15 слайдів).

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи, що відносяться до їх компетенції:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	Наталя ДОБРЯНСЬКА	15.08.22	22.11.22

7. Дата видачі завдання – 15.08.2022р.

Керівник _____

(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____

(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів випускної роботи бакалавра	Термін виконання етапів роботи
1	Розгляд інформації стосовно винного туризму.	30.08.2022
2	Аналіз світового досвіду винного туризму	10.09.2022
3	Надання 1 розділу на перевірку керівнику.	25.09.2022
4	Аналіз сучасного стану винного туризму в Україні	05.10.2022
5	Дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні	10.10.2022
6	Надання 2 розділу на перевірку керівнику.	15.10.2022
7	Характеристика винзаводу Коблево як локації винного туризму	23.10.2022
8	Розробка винного туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів	20.11.2022
9	Перевірка 3 розділу керівником.	10.12.2022

Здобувачка _____

(підпис)

Керівник _____

(підпис)

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник Коленченко В.О. _____

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 53 сторінки, 4 таблиці, 7 рисунків, список літератури з 40 найменувань.

Метою виконання роботи є розробка туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають сучасний стан винного туризму в Україні

Завданням роботи передбачено проаналізувати, згрупувати інформацію, статистичні дані, дослідити туристичний потенціал Одещини.

Розробити винний тур для іноземних туристів на вин завод «Коблево»

За результатами виконаної роботи сформульовані шляхи покращення організації та просування екскурсійного туру в Одещині

Одержані результати можуть бути використані в практичній діяльності суб'єктів туристичного бізнесу

Рік захисту роботи 2022.

ANNOTATION

to the qualification work of the bachelor

The work contains 53 pages, 4 tables, 7 drawings, a bibliography of 40 titles

The aim of implementation of work is development of tour to винзаводу of Koblevo for foreign tourists

The current state of wine tourism in Ukraine is the object of analysis, generalizations and research

The task of the work is to analyze, group information, statistical data, and explore the tourist potential of Odesa.

Develop a wine tour for foreign tourists to the Koblevo wine factory

Based on the results of the work performed, ways to improve the organization and promotion of the excursion tour in Odesa were formulated.

The obtained results can be used in the practical activities of tourism business entities.

The year of job protection is 2022.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1	
Дослідження винного туризму	9
1.1 Поняття винного туризму	9
1.2 Світовий досвід розвитку винного туризму	13
1.3 Особливості розвитку винного туризму в Україні	19
Висновки до 1 розділу	22
РОЗДІЛ 2	
Аналіз сучасного стану винного туризму в Україні	24
2.1 Сучасний стан винного туризму в Україні	24
2.2 Дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні	26
2.3 Організація і особливості проведення винних турів в Україні	28
Висновки до 2 розділу	33
РОЗДІЛ 3	
Розробка туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів	35
3.1 Характеристика винзаводу Коблево як локації винного туризму	35
3.2 Розробка винного туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів	40
3.2.1 Маршрут туру	40
3.2.2 Технологічна карта туру	41
3.2.3 Програма туру Кишинів-Коблево	43
3.3 Розрахунок вартості екскурсійного туру Кишинів-Коблево	45
Висновки до 3 розділу	47
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ	52
ДОДАТКИ	57

ВСТУП

Одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм – тематичний вид туризму, який передбачає ознайомлення з виробництвом, традиціями споживання, дегустацію і придбання алкогольних напоїв безпосередньо у виробника в конкретному регіоні. Тому дослідження розвитку Одеського регіону в аспекті винного туризму в Україні є надзвичайно актуальною. Стан питання полягає у розкритті теоретичних та практичних щодо розвитку Одещини в аспекті винного туризму в Україні. Варто відзначити, що вітчизняними авторами, такі як Баглей Д. В., Басюк Д. І., Басюк Д. І., Божук Т. І., Горшкова Л. О., Іванов С. В., Любіцева О. О., Матвеев В. В., Михайлюк О. Л., Нездоймінов С. Г., Патійчук В. О., були досягнуті наукові результати в галузі теоретичних основ вирішення проблем вдосконалення процесу розвитку регіональних аспектів винного туризму в Україні. [1]

Об'єктом дослідження є винний туризм.

Предметом дослідження є сучасний стан та перспективи винного туризму України в регіональному аспекті.

Метою дипломної роботи є розробка туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів.

Реалізація мети дослідження обумовила постановку та вирішення наступних завдань: визначити поняття винного туризму; дослідити особливості розвитку винного туризму в Одещині; провести дослідження світового досвіду розвитку винного туризму; проаналізувати сучасний стан винного туризму в Україні; провести дослідження регіону в аспекті винного туризму в Україні; дослідити особливості організації процесу проведення винних турів на території України; обґрунтувати шляхи вдосконалення винних турів в Україні; розробити винний тур для іноземних туристів на винзавод Коблево.

Теоретичною і методичною основою дослідження є законодавчі та нормативні акти України, наукові розробки вітчизняних та зарубіжних

економістів щодо вдосконалення процесу розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні, інструктивні матеріали, інші періодичні видання, науково-дослідні розробки вищих навчальних закладів, тощо.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання для вивчення закономірностей розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні. Крім цього, використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; системний аналіз; синтез; інформаційне моделювання; абстрагування.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що у роботі сформульовані і обґрунтовані в дослідженні висновки і пропозиції можуть бути використані в подальших теоретичних дослідженнях підвищення розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні.

РОЗДІЛ 1

Основи винного туризму

1.1 Поняття винного туризму

Винний туризм – це окремий вид спеціалізованого (гастрономічного) туризму. Винний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, що здатні генерувати істотні економічні і соціальні виплати для учасників туристичного ринку та місцевих виробників харчової продукції та напоїв. Винний туризм включає в себе (табл. 1.1):

Таблиця 1.1

Складові винного туризму

відвідування виноградних плантацій, сільськогосподарських виноробних підприємств, дегустацію місцевих сортів винограду;
ознайомлення з технологією виготовлення алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
ознайомлення з історією виноробства, пивоваріння, національних традицій вживання, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок;
відвідування дегустаційних залів і підвалів;
відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина;
участь у винних фестивалях і тематичних святах;
участь в спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах, майстер-класах і т.п.

Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий і європейський ринок різними методами, в тому числі за допомогою винних турів всередині самої країни, які будуть розширювати уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних так і для іноземних туристів (споживачів). З іншого боку винний туризм може стати додатковою статтею доходів для місцевих і державного бюджетів

України. На жаль, на сьогодні винні тури недостатньо широко представлені на українському туристичному ринку, і далеко не всі туристичні компанії і туроператори можуть надати даний турпродукт по території України. Що стосується наукових досліджень українських авторів, з даної проблематики, то вони практично не ведуться. Було знайдено незначну кількість публікацій з цього питання. Більшість авторів не згадують в своїх роботах даний вид туризму взагалі, або коротко розглядають його в контексті зеленого туризму. Вони говорять про винний туризм як інструмент поживлення господарської діяльності за рахунок припливу іноземних туристів. У своїх дослідженнях розглядають винний туризм як частину зеленого туризму, який сьогодні користується великою популярністю в світі, але в нашій країні починає тільки зароджуватися. Також дослідники пропонують приблизну програму такого туру, порівнюючи її з аналогами в Західній Європі. [1] В результаті дослідження приходимо до висновку, що відпочинок такого плану на Одещині для іноземних туристів менш привабливий, ніж в Західній Європі.

Принципова відмінність даного дослідження від проведених раніше полягає в тому, що ми пропонуємо виноробні тури по Україні для іноземних туристів, а також розглядаємо такий туризм не як частина зеленого, а як принципово новий напрямок в туризмі України. Виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства і заводи, що спеціалізуються на випуску виноградарсько-виноробної продукції. Саме поняття «винний тур» пов'язано з відвідуванні виноробних регіонів, де в залежності від програми туру, подорож можуть супроводжувати цікаві події та екскурсії. Це може бути участь у винних фестивалях, огляд древніх замків, відвідування багатовікових виноградників, погребів, дегустація місцевих вин, спілкування з майстрами-виноробами, вечеря за стародавніми традиціями, відвідування центрів винотерапії і навіть театралізовані дійства у винних підвалах.

Винний туризм як комплексний туристичний продукт включає набір основних, додаткових і супутніх послуг. З огляду на особливості кожного виду туризму, вони можуть бути традиційними і специфічними (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Специфіка обслуговування туристичного продукту винного туризму

Види послуг	Основні послуги	Додаткові послуги
Традиційні	Транспортне обслуговування, проживання, харчування	Організація екскурсій до місцевих туристичних об'єктів, послуги гідів-перекладачів, послуги з прокату туристичного спорядження, торгівельне обслуговування, лікувально-профілактичні та косметичні послуги
Специфічні	Розміщення у винних готелях, гостьових віллах і будинках виноробів, оселях сільського зеленого туризму, харчування у спеціалізованих винних ресторанах, організація еногастрономічних	Відвідування плантацій винограду, дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та енотек; відвідування дегустаційних залів, дегустація вин, коньяків; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; лікувальне та профілактичне

		обслуговування на основі ампелотерапії та винотерапії; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях.
Супутні послуги	Основні: послуги місцевої інфраструктури	придбання традиційних продуктів харчування, придбання устаткування і обладнання для дегустації, зберігання, транспортування, виготовлення вина та інших алкогольних напоїв; доставка алкогольних напоїв

Основний сенс винного туризму – простий, захоплюючись темою вина, людина акцентує увагу на нюансах: спостереження за дозріванням винограду, як місцеві жителі, того чи іншого регіону, доглядають за лозою і гронами, як збирають виноград, як з нього виробляють вино.

Осінь є найкращою порою року для винного туризму, адже саме восени, з кінця вересня по початок листопада, йде збір врожаю винограду. Саме в цей період року, можна взяти участь у зборі врожаю, так як виноград збирають в основному вручну, спробувати придушити виноград або ж зробити своє вино з особливим букетом, який придумаєте самі. [2]

Отже, сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-

класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо. Тому в усіх виноробних регіонах світу зараз намітилися тенденції щодо посилення та активізації подальшого розвитку винного туризму завдяки поширенню рекламної продукції місцевих виробників вина, залучаючи у цей процес усі наявні ресурси території – відвідування історичних пам'яток та виноробних заводів, розширення інфраструктури обслуговування туристів й запровадження спрощеної системи надання туристичних віз та організації ярмарок і виставок із продажу вина.

1.2 Світовий досвід розвитку винного туризму

Туризм в сучасному світі є невід'ємною складовою сталого розвитку будь якого регіону. Сталий розвиток туризму базується на доктрині сталого розвитку, яка спрямована на зміну відносин людини і природи заради розширення можливостей економічного зростання, і на створення скоординованої глобальної стратегії виживання людства, орієнтованої на збереження і відновлення природних спільнот в масштабах, необхідних для повернення до меж господарської місткості біосфери. Найбільш відомим виноробним регіоном світу вважається Європейський. Серед лідерів цього напрямку є такі країни як Італія, Франція, Іспанія, Португалія та Угорщина.

Користуючись все більшою популярністю винний туризм охоплює не лише окремі країни, але набуває масштабного характеру охоплюючи країни Африки Австралії Північної та Південної Америки. Бурхливий та стрімкий розвиток винного туризму у світі підтверджують той факт, що виноробні регіони не лише намагаються розвивати даний тематичний вид туризму, але її просувають поряд з ним місцеві туристичні продукти, тим самим отримуючи додаткові економічні та соціальні вигоди. За даними Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization) до 2022 року одним з

найпопулярніших видів міжнародного туризму стануть 16 тематичних турів, одним з яких є винні тури. Виноробний туризм являє собою симбіоз пізнавальної програми, пов'язаної з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшої дегустацією готової продукції, а також відвідуванням визначних пам'яток даного регіону. На наш погляд, це новий вид спеціалізованого тематичного туризму, що стоїть на стику розважального та зеленого туризму. За функціональною ознакою винні тури бувають:

- культурно-пізнавальні та технологічні;
- рекреаційно-оздоровчі (лікувальні, косметичні та профілактичні);
- винний сільський зелений туризм та екотуризм;
 - винно-розважальні (ярмаркові, шопінгові, подієво-гастрономічні тощо);
 - освітні (школи виноробів, сомельє), науково-ділові та ін.

Винні тури культурно-пізнавального спрямування передбачають ознайомлення з традиціями виноградарства, оригінальною технологією виноробства, асортиментом вин місцевого виробництва та їх дегустацією, вивчення історії винного промислу, пам'яток життя й діяльності видатних виноробів. За даними Міжнародної організації виноградарства та виноробства у 2021 році спостерігалася світове виробництво вина скоротилися на три відсотки в порівнянні з 2020 року. Слід зазначити, що при зменшенні об'єму виноробства спостерігалася тенденція до збільшення споживання вина. Лідерами по споживанню вина у 2021 році стали США – 32,6 млн. гл. Країна утримує цю позицію з 2014 року. Невеликий перепочинок в зниженні споживання вина в традиційних виноробних країнах. Помірне зниження у Франції, збільшення споживання в Італії, Іспанії та Німеччині. Великобританія повернулася до рівня 2018 року. [3]

У Китаї споживання вина в 2021 році збільшилася на 3.5% у порівнянні з 2020. В Австралії – збільшення споживання (5.8 млн. гл), в Новій Зеландії – невелике зменшення (0.9 млн. гл). У Південній Африці споживання вина між

2020 і 2021 р знову зросла – 4,5 млн. гл. У Південній Америці в 2021 році споживання вина було нижче, ніж в 2020 р, особливо в Аргентині (-5%) і в Чилі (-10%). У Бразилії, навпаки, споживання вина збільшилося на 6% . В свою чергу, світовими лідерами з виробництва вина найвищої якості вважаються Італія і Франція. У 2020 році Міжнародна організація виноградарства та виноробства опублікувала доповідь про стан світового ринку вина. Останні дані показують тренд до стабілізації загальної кількості площ під виноградниками – як у Франції, так і в Румунії, Німеччини та Греції. Є країни, що вибиваються з тренда – в Іспанії площі скоротилися на 8 000 га (2021 рік порівняно з 2020 р.), в Італії відбулося збільшення на 5000 га. Площі виноградників за межами Європи залишилися стабільні між 2020 і 2021 роками – загальна площа виноградників склала близько 3.6 млн. га. У Китаї, після десяти років цілеспрямованого зростання, намітилося зниження темпів збільшення площ виноградників – на 2021 рік налічується 870 000 га. У Туреччині – зменшення площ на 19 700 га з 2020 року. Ніяких значних змін за площами виноградників в Південній Америці і Океанії. З 2015 року відбувається повільне зменшення площ в Південній Африці – в 2021 р. налічується 125 000 га. Що стосується виробництва вина, то у 2021 році світове виробництво вина (не включаючи виноградний сік і сусло) впало до 250 млн. гл – в порівнянні з 2020 роком виробництво знизилося на 23,6 млн. гл.

Таку цифру можна розцінювати як історично низьку. У країнах Євросоюзу обсяг виробництва в 2021 році склав 141 млн. гл. - на 14.6% менше, ніж в 2020 р. Це на 4.5% менший результат, ніж у 2015 році, коли був 18 вироблений дуже низький обсяг вина (147 млн. гл). До такої ситуації призвели складні погодні умови в основних країнах-виробниках вина в Європі. У порівнянні з 2020 роком, виробництво в Італії, Франції, Іспанії та Німеччині впало на 17%, 19%, 20% і 15% відповідно. У 2021 році в США виробництво вина збереглося на досить високому рівні – близько 23,3 млн. гл. Після значного впливу Ель-Ніньо в 2019 році виробництво вина в

Південній Америці в різних країнах проявилось по-різному. В Аргентині – збільшилося виробництво в порівнянні з 2020 р., але не повернулося до того рівня, який був на початку декади. У Бразилії – повернення до нормальних показників. У Чилі обсяг виробництва знову знизився, навіть після 2019 року. В Австралії обсяг виробництва вина продовжує збільшуватися і повертатися до рівня 2005 року. [3]

Оскільки Італія тримає гілку першості у виробництві та споживанні вина, а отже є одним з лідерів винного гастрономічного туризму, вважаємо доцільним більш детально дослідити розвиток даного виду туризму та його особливості в Італії. Стрімкий розвиток винного туризму суттєвою відзначався і на розвитку туризму в цілому. Так, в Італії протягом останніх 10 років кількість туристів подвоїлася. Особливо збільшилася кількість відвідувачів гастрономічних турів розвитку винного гастротуризму. Цьому сприяло багато факторів, зокрема, вина на території Італії мають довгу історію. Сприятливі природні умови Апеннінського півострова ідеально підходили для виноградарства та виноробства ще з найдавніших часів .

Якщо головними умовами для виноробства хороших вин вважати наявність гірських схилів, сонце і жаркий клімат, то Італія якнайкраще відповідає цим умовам. В Італії існують та успішно функціонують безліч турів винного характеру. Особливо це стосується таких популярних міст як Тоскана, Рим, Венеція. Тури, в принципі, є схожими, однак різняться кількістю днів перебування в країні та ціною. Вартість туру від п'яти днів буде коштувати від двох тисяч євро (разом з перельотом та проживанням), з обов'язковим дегустацією дорогих сортів вин, а також куштування смачної італійської їжі.

За оцінками фахівців, на сучасний міжнародний ринок виноробної промисловості припадає 180 млрд дол. США . Він оцінюється як сектор, роль якого зростає у розвитку сільських районів у таких країнах, як Франція, Італія, Іспанія, Греція, Угорщина, Румунія, Молдова, Болгарія та ін. Зараз досить популярним заняттям у Європі є еногастрономія – мистецтво підбору

та поєднання вин до певних кулінарних страв та продуктів харчування. Від латинського «ено» – вино, «гастроном» – комплекс правил із приготування їжі. У багатьох регіонах світу це заняття стало досить популярним і тим самим сприяє припливу туристів, які подорожують країнами у пошуках нових гастрономічних відкриттів. Практично в усіх країнах, провідних виробників вина, є «винні шляхи», що розпочинаються від виноградника, виноробного підприємства, складських приміщень і до центрів продажу. Проте зараз його старовинні будівлі й підземелля прилаштовані під винні магазини, склади й погребі, а також дегустаційні зали, які зачаровують відпочивальника своєю таємничістю та надають відомим винним брендам ще більшої привабливості й популярності, що є чистим піарним продуктом туристично-винної індустрії. Отже, винний туризм зародився і найбільш розвинений в Європі. Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим в світі виробником і експортером вин і лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини. Україна є європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. На європейський і світовий ринок українська виноробна продукція просувається повільними темпами, в силу ряду об'єктивних економічних і політичних причин.

За даними Всесвітньої туристичної організації, починаючи з 2021 р. одним із найпопулярніших видів міжнародного туризму стануть тематичні тури, зокрема винні. Винний туризм являє собою пізнавальну програму, пов'язану з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, а також відвідуванням визначних пам'яток даного регіону. Винний туризм зародився і найбільш розвинений у Європі. [4]

Варто відзначити, що Європа є найбільшим у світі виробником і експортером вин та лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів.

Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності становлять досить значну статтю доходу в бюджетах Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини. Споживання вина у світі з 2008 по 2019 р. має тенденцію до зростання – з 227,0 до 252,0 млн гл. Пік споживання припав на 2016 р. – 254,2 млн гл.



Рис. 1.1 Загальний обсяг споживання вина у світі в 2008–2019 рр.

Статистичні дані виробництва вина у світі за 2008–2020 рр. показують, що за кордоном ідеально сформоване підґрунтя для розвитку винного туризму. Проте найпопулярніші винні готелі світу розташовані у найрозвиненіших виноробних регіонах Європи: Франції, Італії, Іспанії. Саме тому винні тури по цих країнах користуються високим попитом серед туристів із різних країн світу. Також для туриста, який подорожує виним маршрутом, пріоритетною є якість цих маршрутів, а отже, і зупинятиметься він у готелях, які розташовані поблизу виноробних господарств із найкращим рейтингом. Нині винні готелі перетворюються на багатофункціональні винні курорти: льохи і дегустаційні зали, басейни і кабінети для енотерапії (лікування хронічних захворювань за допомогою вина), екскурсійні програми та лекції, музеї та тематичні виставки, майстер-класи і навчальні курси.

Про значення, яке для деяких районів виноградарства і виноробства має енотуризм, може свідчити такий факт: в Ельзасі близько 23% виробленого вина купують туристи, а в Бургундії ці показники становлять

12%. Подібні тенденції спостерігаються і в інших країнах. Дослідження, проведені в Італії, показали, що 80% охоплених аналізом господарів виноградників дозволяли туристам купувати тут же вироблене ними вино. Більше того, у 95% випадках турист мав можливість 24 придбати, крім вина, й інші продукти. Районом Італії, в якому можна спостерігати швидкий розвиток енотуризму, є Ломбардія, де організовано 15 винних маршрутів. Подорожуючи ними в 2015 р., можна було відвідати 207 винних ресторанів зі спеціально підготовленою для туристів «культурно-гастрономічною» програмою, а також переночувати в 275 агротуристських господарствах, спеціалізованих на вирощуванні винограду та виробництві вина. У виноробному районі Ваполіселла (провінція Верона) туристи можуть відвідати 78 виноградників і 13 винних ресторанів. Винний туризм пропагується також у відомому виноробному районі Соаве (також розташованому в провінції Верона). Тут свої послуги пропонують 24 господарства, які спеціалізуються на виноградарстві та виробництві вина. У всіх із них можна проводити закупівлю вина, крім того, в деяких можна купити масло, сири, овочі та ін. Вищенаведені приклади свідчать про те, що винний туризм володіє мультиплікативним ефектом та не обмежується лише споживанням вина. [5]

1.3 Особливості розвитку винного туризму в Україні

В Україні є ряд регіонів, в яких вдало поєднується географічні, екологічні, кліматичні, культурні та політичні умови для вирощування винограду та виробництва вин. У цих регіонах повинні бути організовані винні тури. Виноград теоретично може вирости на більшій частині території України за винятком крайніх північних і високогірних Карпатських районів (52-га паралель, що проходить трохи північніше Києва, вважається в Європі північною межею виноградарства), реально промислове виноградарство в Україні розвинене тільки в Одеській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій та Закарпатській областях. Ми маємо позитивні

чинники конкурентоспроможності українського виноробства, зокрема, низька вартість робочої сили в традиційних виноградарських районах. Українські вина значно дешевше аналогічних вин Європи, при цьому високої якості, а іноді і перевершують світові аналоги. Однак, на відміну від західно- і південно-європейських країн, в українських виноробів немає розкручених «брендів» тому серед «марочних» вин на світовому ринку вони конкурувати не в змозі. Серед «дешевих вин» конкуренція ще жорсткіша – світовий ринок переповнений вином з Чилі, ПАР, Австралії і США, де активно впроваджується «інтенсивне» виноробство, засноване на масованому застосуванні добрив і виведенні нових «сверхурожайних» сортів.

Саме винний туризм сприятиме рекламі українських вин, що так необхідно для вітчизняної виноробної продукції. Цілі і методи винного туризму в повній мірі відповідають туристичної діяльності як найважливішому чиннику діалогу культур, поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій інших народів, оскільки виноробство виступає невід'ємною частиною соціально-культурного спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу.

У винному туризмі можна визначити кілька фундаментальних принципів: автентичність, атрактивність, культура споживання, комплексність. [6]

В Україні існують передумови для успішного розвитку винного туризму, оскільки держава входить в двадцять світових лідерів виробництва цього сонячного напою. Ключовим фактором розвитку ринку винного туризму в Україні виступають підприємства і структури, пов'язані з виробництвом і продажем алкогольної продукції. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України становить в межах 20%, що є досить високим показником для економіки (для порівняння внесок туризму у ВВП України становить близько 1%). Виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про

що свідчать економічні ніші на 14 європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотуризм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (АТ «Коблево», ТОВ ПТК «Шабо», і ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали. Під час екскурсії туристи відвідують унікальні підвали, де в дубовій тарі на витримці перебувають сухі, десертні, міцні і лікерні вина. Тут також можна придбати марочні і колекційні вина. Популярністю серед туристів користується «Центр культури вина Шабо» (с. Шабо, Білгород-Дністровський район, Одеська область), розташований в 70 кілометрах від Одеси. Це перший і поки єдиний освітній комплекс в Україні, який об'єднує в собі унікальний музейний лабіринт, оригінальні культурні об'єкти, історичні винні підвали і сучасне високотехнологічне виробництво. «Центр культури вина Шабо» – це соціальний проект компанії «Шабо», включений до Європейської карту музеїв вина. Його головна мета – підвищення в Україні культури споживання вина, яке є мірилом цивілізації і надбанням національної культури, також підвищена увага до якості продукту. Практиками туристичного бізнесу і фахівцями – енологами розробляються тематичні винні маршрути. Зокрема, слід відзначити оригінальну туристичну поїздку «Винні перлини України» Туристам пропонується 12-денний тур по найкращим виноробним і коньячним підприємствам України. [7] Туристичним інформаційним центром Закарпаття на замовлення Асоціації приватних виноробів краю розроблений унікальний турпродукт «Винний шлях Закарпаття» та підготовлено екскурсоводів за маршрутом, розроблені анімаційні програми, щоб перетворити виноробні господарства в туристичні об'єкти підвищеної привабливості і

продемонструвати збір винограду, гастрономічні традиції, культуру виноробства а також запропонувати дегустацію вина і традиційні сувеніри.

Висновки до 1 розділу

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

1. Визначено, що сучасний винний туризм в Україні передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо.

2. Досліджено, що виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотуризм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (АТ «Коблево», ОВ ПТК «Шабо», та ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали.

3. Обґрунтовано, що винний туризм зародився і найбільш розвинений в Європі. Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим в світі виробником і експортером вин і лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини. Україна є європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. На європейський і світовий ринок українська виноробна продукція просувається повільними темпами, в силу ряду об'єктивних економічних і політичних причин.

РОЗДІЛ 2

Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку винного туризму в Україні

2.1 Сучасний стан винного туризму в Україні

В Україні такий напрям діяльності, як винний туризм, лише починає поширюватися, тому європейський досвід функціонування винних готелів може бути корисним для українських готельєрів, тим паче, що, за прогнозами деяких спеціалістів у цій галузі, за сприятливих факторів через кілька десятків років український винний туризм може досягти європейського конкуруючого рівняю

Так, винороби і власники винних ресторанів та будинків пропонують туристам не лише відвідати винні погребі та провести дегустацію різних вин, а й послуги харчування, ночівлі, придбання сувенірів (найчастіше пов'язаних із виноградом і вином), різних продовольчих товарів і виробів їх переробки, а іноді навіть прогулянки на конях, велосипедні прогулянки, екскурсії по території. У підсумку найчастіше туристи виноробних господарств значну частину своїх коштів витрачають не на покупку винних виробів та їх дегустацію, а на туристично-рекреаційні послуги. [8]

Існує також імовірність споживання туристами вина, яке вони скуштували під час винного туру, на постійній основі, тобто прихильності туристів до певного типу вина, виробленому в певному місці, що підвищує доходи винних господарств у разі і встановлює безпосередній контакт виробників і туристів. Також зазначається істотний вплив енотуризму на локальний ринок, що проявляється у зростанні податкових відрахувань, що сприяють розвитку інших видів послуг.

Україна вважається європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. Проте на європейській і світовий ринки наша виноробна продукція просувається повільними темпами в силу низки

об'єктивних 25 економічних і політичних причин, серед яких: недостатнє фінансування виноробства з боку держави, відсутність податкових пільг, високі акцизні ставки, скорочення площ виноградників та обсяги виробництва виноматеріалів. Незважаючи на це, розвиток винного туризму суттєво впливає на рівень соціально-економічного розвитку виноробних регіонів і країни у цілому, є важливим складником агропромислового комплексу України.

Виноробство на території сучасної України з'явилося ще в XI столітті в північній частині країни (навколо Києва і Чернігова), де вино почали виробляти. Починаючи з 2000 року обсяги виноробства в Україні почали зростати. Зокрема, виробництво вина мало тенденцію до зростання починаючи з 2003 року і до 2013 року. Але вже у 2014, враховуючи політичну та економічну ситуацію відбулося скорочення обсягів виноробства на 46% у порівнянні з 2013 роком. В першу чергу, це сталося через втрату Криму. Втрата Криму погано відбилася на українському виноробстві, але не загубила його. Хоча, після 2014 року кількість виробленого вина впала ще більше – з 1,5 до 1,2 га за два роки, і зараз продовжує триматися на тому ж рівні. Ключовою умовою розвитку винного туризму в Україні є ефективне функціонування підприємств виноградарського комплексу. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України оновить близько 20% , що є досить високим показником для національної економіки. Динаміку обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2013–2020 рр. [9]

Згідно з даними, починаючи з 2013 р., зменшуються обсяги виробництва вина. У 2014 р. було вироблено 170 млн літрів вина, а це майже вдвічі (42,5%) менше порівняно з 2013 р. Станом на 2020 р. цей показник становить лише 66,4 млн літрів, тобто 22,5% від загального обсягу за 2013 р. Ми вважаємо, що такий різкий спад обсягу виробництва винної продукції пов'язаний з анексією Криму, оскільки на території АРК до 2013 р. вироблялося до 35% від загального обсягу по Україні. Причиною скорочення обсягів виробництва вина, на нашу думку, може бути імпорт дешевої

продукції з невисокими показниками якості, оскільки вона стала серйозним конкурентом вітчизняного винного бізнесу. Отже, виноробний туризм базується на використанні природних, соціальноекономічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції.

2.2 Дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні

Україна входить в найпродуктивніших європейських регіонів. Найпродуктивніший – тому що саме тут клімат найкраще підходить для винограду: йому завжди було «комфортно» в помірному континентальному і теплому субтропічному кліматі Європи .

Наявність в Україні 9 виноградних макрозон і 46 мікрозон дозволяє стверджувати, що Україна – країна, здатна виробляти вина у великій кількості і представляти на ринку багато ексклюзивних торгових марок, адже вина називаються переважно за місцем їх походження. На наступній карті України виділені макрозони, які, як і на світовій мапі виноградарства, тісняться поруч: в Одеській області 3 макрозони і 16 мікрозон, в Херсонській – відповідно 2 і 10, в Миколаївській – 2 і 12, одна макрозона в Запорізькій області; окремо в цій компанії розташувалася Закарпатська область, в якій 1 макрозона і 12 мікрозон.

Якщо розглянути виробництво вина в Україні у процентному співвідношенні , то основні виноробні підприємства розташовані у Одеській (55%), Закарпатській (15%), в Херсонській (15%) областях, Миколаївській (5%) і відповідно ці регіони є центрами розвитку винного туризму в Україні .

В Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури. Розглядаючи

виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні, можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами. За даними асоціації «Виноградари і винороби України», в Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомими виноробними підприємствами Півдня України вважаються «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод». Більша частина продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких – ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо». Щомісяця «Шабо» випускає близько 1 млн пляшок вина та 1,6 млн пляшок коньяку. Підприємство працює переважно на власній сировині, а в разі нестачі закуповує виноград у місцевих фермерів. Херсонщина – благодатна і своєрідна виноробна область України. Природні умови тут дуже сприятливі для обробки виноградної культури, а специфічні ґрунтово-кліматичні умови місцевості дають змогу виробляти як тонкі, ніжні, свіжі столові, так і досить екстрактивні десертні вина. Основним винним виробником Херсонської області є АТ «Князь Трубецькой», що виробляє марочні сухі таврійські вина. Миколаївська область представлена заводом АТ «Коблево», який вважається одним із потужних виноробних підприємств України. Завод був побудований у 1982 р. та налічує у своєму володінні понад 2 500 га виноградних плантацій. Також у Миколаївській області випускається винна продукція АТ «Радсад», добре відома як в Україні, так і за кордоном. Отже, регіоном із найбільш стійкими традиціями виноградарства та виноробства є Закарпаття. Тут на відміну від південних регіонів практично немає 29 великих підприємств. Велика частина виробних

потужностей розташована у радгоспах або приватних садибах. У рік такі підприємства виробляють від 1 тис до 25–30 тис літрів вина, а площі, які задіяні під виноградні плантації, становлять від 0,2 до 7 га. Серед відомих виноробних господарств – орендне підприємство «Ужгородський коньячний завод», АПТП «Бобовище», ДП АПФ «Леанка». [10]

2.3 Організація і особливості проведення винних турів в Україні

До числа найбільших виробників виноробної продукції за регіонами України входять «Шабо» (Одеська область), агрофірма радгосп «Білозерський» (Херсонська область), Одесавинпром (торгова марка «Французький бульвар»), тощо.

На Закарпатті хоч вино продають і повсюди, у більшості своїй це вина із приватних запасів місцевих господарств. Найбільш відомими є такі винні марки як «Чизай», «Контар». Найвідомішими виноробнями південної України вважаються Шабо, Одесавинпром, Одеський коньячний завод «Шустов», Бейкуш, Коблево. Проаналізуємо стан популярних виноробних господарств Причорноморського регіону України. 6 виноробень, серед яких ТОВ «Шабо», ПрАТ «Одесавинпром», Бейкуш, АТ «Коблево», досліджено за такими критеріями: розміщення, площа виноградників, сорти винограду, що вирощуються, кількість виготовлених пляшок на рік, чистий дохід від реалізації за 2017 рік та чистий прибуток за 2017 рік. Таким чином маємо, що Коблево є найбільшою за площею виноробнею Півдня (2450 га). Найбільшими ж за чистим доходом від реалізації є Одесавинпром, Шабо, площа виноградників яких є меншою за площу виноградників Коблево більш ніж у два рази. Це підприємства, які випускають мільйони пляшок на рік. Що стосується виноробень із меншими виробничими потужностями – менше мільйону пляшок на рік, то в цьому випадку ситуація гірша.

Винний туризм може стати додатковою статтею доходів для місцевих і державного бюджетів України. Слід також зауважити, що серед безлічі вигід,

які несуть винні тури, на особливу увагу заслуговує виникнення у туристів (споживачів вина) прихильності до певного виду вина, виробленого в конкретному місці. Це сприяє не лише зростанню продажу вина і, відповідно, зростанню доходів виробника, а й дає можливість виникнення безпосереднього контакту між туристом і виробником (минаючи численних посередників), можливість отримання від туриста важливої інформації, що стосується оцінки пропонованого вина [11]

Для перспективи розвитку винного туризму в Україні, треба зосередитись на наступних напрямках:

1. розробка програм сталого розвитку регіонів, державна і муніципальна підтримка заходів зі створення сприятливого організаційно-правового клімату для розвитку туризму, створення регіональних і національних винних і гастрономічних маршрутів, в рамках яких має бути передбачено створення спеціалізованих туристичних об'єктів – етноресторанов, дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ і містечок а також тематичних заходів, які будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту, підвищення туристичної привабливості регіону. Ця робота повинна поєднуватися з нормативно-правової та інституційної підтримкою розвитку вітчизняного виноробства в умовах глобальної конкуренції на європейському і світовому ринках продуктів і напоїв з урахуванням правил СОТ, норм і вимог до якості продукції;
2. вивчення міжнародного досвіду розвитку винного туризму співпрацю з кращими виробниками Італії, Іспанії, Франції, Швейцарії в області виноробної, харчової та переробної промисловості, впровадження екологічно чистих технологій, а також використання сучасного маркетингового комплексу

просування продовольчої продукції і брендингу продукції окремих центрів виноробства та виноробних регіонів;

3. просування винних турів по Україні з метою збільшення внутрішніх і міжнародних туристичних потоків, підвищення культури споживання вина, ознайомлення з якісною натуральною продукцією місцевих виробників. Для популяризації національних гастрономічних традицій за підтримки Державної служби туризму і курортів України та професійних об'єднань планується національний проект «Український винні шляху» для висвітлення багатого і різноманітного асортименту вин та інших алкогольних напоїв, ознайомлення з історико-культурною спадщиною українського виноробства. В рамках проекту буде створено Національний список об'єктів винного і гастрономічного туризму, винно-гастрономічний путівник по українським регіонам, календар фестивалів семінарів і конференцій, а також тематичний сайт в мережі Інтернет.

Дослідження динаміки розвитку туристичної індустрії Одеського регіону свідчить про потенціал розвитку регіонального продукту винного туризму. Регіон в 2018 році зайняв третє місце в державі за надходженнями від сплати туристичного збору, до місцевого бюджету надійшло 11,5 мільйонів грн., що майже на 26% більше, ніж у 2017 році. За даними обласної державної адміністрації, в 2018 році регіон відвідали 6,2 мільйонів туристів. Основними сегментами серед іноземних гостей є туристи з Молдови, Ізраїлю, Румунії, Білорусі та Польщі. За даними ДП «Украерорух» Одеський аеропорт увійшов у трійку лідерів за кількістю злетів та посадок, здійснених українськими та зарубіжними авіакомпаніями у 2018 році. До потенційних учасників винного туризму можна віднести підприємства туристичного бізнесу регіону, що позиціонують винні тури до Бессарабії як власний турпродукт, серед яких: ТТР «Тур Одеса», «Л-Тур Одеса», «Веселка Тур», «Авеста тур», Бюро Подорожей «Ван Дер Тур», «Вилкове Пелікан Тур»,

«Вилкове Тур», «Бессарабія Тур». У квітні 2019 року, в рамках проєкту Євросоюзу «Підтримка системи географічних зазначень в Україні» започаткували перший в Україні пілотний проєкт еногастрономічного туризму «Дороги вина та смаку». Для реалізації проєкту міжнародні експерти обрали Одеську область саме тому, що в регіоні побудовано сучасний автобан – Одеса-Рені, на півдні області згуртовані національні виновиробники та інфраструктура сфери гостинності. Туристичний продукт «Дорога вина та смаку» спрямовано на впровадження кращого досвіду Євросоюзу в сфері диверсифікації послуг аграрного туризму і розвитку сільських територій. У регіоні розпочалися роботи з ознакування туристичного маршруту «Дороги вина та смаку Української Бессарабії». Згідно з заходами проєкту Євросоюзу «Географічні зазначення в Україні» перші відповідні дорожні знаки встановлять в 41 Ізмаїльському районі. Вагомим креативним ресурсом винного туризму має бути міжнародний фестиваль вина «Volgrad Wine Fest», який проходить щорічно, 11-12 листопада в Болграді та збирає кілька десятків учасників. Серед них – винороби самого різного масштабу – від фермерів до великих промислових підприємств з усієї Одеської області, з інших областей України та сусідньої Молдови. Тільки фермерів-виноробів представлено більше трьох десятків. І це не рахуючи родинних за духом виробників сиру, бринзи та різних болгарських національних страв. З огляду на те, що місто Болград вважається неофіційною столицею болгарської діаспори в Україні, культурна програма переважно представляє собою традиційну болгарську народну творчість . Отже, винний туризм, – це одна з форм спеціалізованого регіонального туризму, що заснована на відвідуванні різних винних регіонів, виноробних підприємств, а також дегустації продукції виноробів. Для регіональних програм розвитку територій винний туризм є продуктом інтеграції у рамках єдиної концепції креативних ресурсів і туристичних послуг, існуючих або потенційних в сфері виноробства, одним із напрямів стратегії економічного зростання регіону. Трендом сучасних подорожей є зростання сегменту

туристів, які шукають можливість додати своєму відпочинку більше яскравості в сфері місцевої гастрономії, як у відчуттях, так і в якості послуг та придбаних товарів. Туристи, які відвідують виноробні регіони України, стимулюють синергічний ефект щодо розвитку інших секторів економіки територій. [12]

Отже, для України винний туризм поки що не типове явище. Відсутність значної кількості заводів які готові розкривати свої двері та секрети перед туристами, відсутність належної інфраструктури, низький рівень державної підтримки та недосконалість законодавства – основні, але не єдині, причини які гальмують розвиток не лише винного гастрономічного туризму, але і туризму в цілому.

Висновки до 2 розділу

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

1. Досліджено, що ключовою умовою розвитку винного туризму в Україні є ефективне функціонування підприємств виноградарського комплексу. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України становить близько 20% , що є досить високим показником для національної економіки. Варто відзначити, що виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарськовиноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції.

2. Проаналізовано, що в Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури. Розглядаючи виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні, можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами.

3. Виявлено, що для України винний туризм поки що не типове явище. Відсутність значної кількості заводів які готові розкривати свої двері та секрети перед туристами, відсутність належної інфраструктури, низький рівень державної підтримки та недосконалість законодавства – основні, але

не єдині, причини які гальмують розвиток не лише винного гастрономічного туризму, але і туризму в цілому.

РОЗДІЛ 3

Розробка туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів

3.1 Характеристика винзаводу Коблево як локації винного туризму

Розвиток туристичної галузі в Коблівській об'єднаній територіальній громаді Березанського району є стратегічним напрямком розвитку громади і має істотний позитивний вплив на стан справ у таких галузях економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання. Таким чином розвиток винного туризму в Коблівській об'єднаній територіальній громаді є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки регіону. [13]

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Коблівській об'єднаній територіальній громаді на наступні три роки, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні державного підходу до туризму, як до тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан району в цілому. Оскільки Коблівська об'єднана територіальна громада не має потужної промислової складової, розвиток туризму зможе збільшити кількість робочих місць, надходження до місцевого бюджету, сприятиме розвитку нових видів бізнесу, пов'язаних з обслуговуванням туристів, та ін. Об'єктивно громада має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та міжнародного (в'їзного) туризму.

Виходячи з наявності загальновизнаних можливостей для розвитку туризму, зумовлених унікальними природними, історико-культурними, етнографічними особливостями, в громаді можуть розвиватися декілька видів туризму, серед яких пріоритетними є водний, спортивно-оздоровчий, сільський зелений, екологічний, культурно-пізнавальний, екскурсійний, а особливо – винний туризм.

Серед проблем, які стримують розвиток галузі, є:

- незадовільний стан доріг або відсутність належно облаштованих стежок до визначних туристично-екскурсійних об'єктів;
- недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури та, зокрема, в межах Тилігульського лиману;
- недостатня кількість облаштованих туристичних шляхів;
- відсутність пільгового кредитування галузі та несприятливі умови кредитування суб'єктів туристичної діяльності. [14]

У Коблево екскурсії можуть бути не тільки корисними, але ще й дуже смачними. Звичайно ж, до них належать ті, що передбачають дегустацію. На щастя таких програм досить багато.

Наприклад, екскурсії на винзавод Коблево пропонують своїм гостям захоплюючу подорож у світ вишуканих напоїв. Завод виноробства Коблево широко відомий своєю якісною продукцією. Безумовно, він вже завоював величезну популярність не лише серед любителів гарного вина, а й тих, хто виявляє інтерес до процесу його виготовлення. Завод виноробства Коблево розташований зовсім неподалік курортної зони. Тому екскурсії тут особливо популярні під час літнього-осіннього сезону.

Екскурсія на винзавод Коблево – це цікава подорож з історії та виробництва «напою богів». Ціни прийнятні, екскурсію на винзавод може дозволити собі будь-який турист. Винзавод KOBLEVO пропонує два напрямки екскурсій – Лайт та Преміум версію. Давайте розглянемо ціни та що входить у ціну квитка:

ЛАЙТ - 400 гривень з особи. У вартість входить екскурс по винзаводу та дегустація вин Бордо, 10 видів вин, ігристих вин та коньяку.

ПРЕМІУМ — 550 гривень з особи. У вартість входить екскурсія та дегустація вермутів, Такадо та вина лінійки Селект та Резерв.

Як було зазначено, завод виноробства Коблево перебуває зовсім поруч із курортом. Він розташований у Березанському районі Миколаївської області. А якщо бути точнішим, у селі Виноградне. На маршруті туристи

дістаються буквально за півгодини. Відстань справді невелика. Якщо ви проїжджаєте трасою М-14, перебуваючи вже в селі Коблево, то вдалині можна побачити будівлю заводу. [15]

Екскурсії на винзавод Коблево – одні з найулюбленіших серед курортників та просто мешканців міст. Перше, що варто згадати, це виноградники. Вони висаджені в унікальному місці. Ця територія знаходиться між знаменитим Тилігульським лиманом та Чорним морем. Крім того, виноградники знаходяться на одній паралелі з виноградниками французького Божоле - 46-й. Чому саме ця територія вважається найбільш родючою для вирощування винограду? Справа в тому, що земля тут відмінно підходить для посадки та подальшого вирощування, оскільки знаходиться далеко від промислових підприємств та дороги. Загалом виноградники займають територію 2500 гектарів.

До речі, завод виноробства Коблево було збудовано 1982 року. Безумовно, з того часу він тримає марку і зберігає свою репутацію досі.

Ассортимент сортів винограду, що вирощують в Коблево:

Таблиця 3.1

Сорти винограду в Коблево

№	Назва сорту
1	Аліготе
2	Шардоне
3	Совіньон блан
4	Рислінг рейнський
5	Мускат Оттонель
6	Каберне Совіньон
7	Сапераві

Одним із популярніших винних сортів є Аліготе (Aligote) - французький винний сорт винограду народної селекції. Він відноситься до еколого-географічної групи західноєвропейських сортів винограду. Аліготе - один з основних на Україні сортів винограду для виробництва високоякісних

сортних соків, столових вин, шампанських, купажних виноматеріалів. З винограду готують марочні столові вина Перлина степу і Аліготе Золота балка. Вино краще пити молодим, здатність до витримки невисока. Виноград можна споживати в свіжому вигляді. Аліготе мало придатний для механізованого прибирання врожаю через великої втрати соку. [16]

Збір урожаю тут відбувається щороку наприкінці курортного сезону. Як правило, це початок вересня. Особливістю збору винограду є час, який ідеально підходить для цього процесу. Саме з 3-ї години ночі і до ранку ягоди винограду зберігає максимум смаку та аромату. Тому зриваючи їх, усі необхідні якості зберігаються. Такий процес називають селективним прибиранням. І все це туристи у подробицях зможуть побачити та почути під час екскурсії. Та інформація, яку туристи дізнаються на екскурсії, не доступна у вільному доступі. Тому таку можливість упустити не можна.

Варто зазначити, що екскурсії на винзавод Коблево пропонує індивідуальні та групові програми. Щодо дегустації, то вона теж входить у вартість. У середньому час екскурсії займе від півтори до трьох годин.

До речі, ігристі вина торгової марки Marengo теж виробляють на винзаводі Коблево. А всю продукцію можна придбати у фірмовому магазині навпроти автостанції.

В асортименті заводу представлено ооколо 30 видів вин. Одним з найпопулярніших є вино кагор. Продукція заводу удостоєна безлічі нагородили и премій: 2 золотих, 18 срібних и 10 бронзових медалей, Які були отримані на різноманітних конкурсах у різних куточках України.

Таблиця 3.2

Асортимент продукції винзаводу Коблево

Вина ТМ Коблево	червоні – солодке напівсолодке, сухе, напівсухе	білі- солодке, напівсолодке сухе, напівсухе	рожеві- солодке, напівсолодке, мускат напівсолодкий
Вермути ТМ Маренго	червоне дісертне	біле дісертне, біле дісертне ароматизоване	
Ігрисі вина ТМ Коблево		біле- брют, солоке	
Ігрисі вина ТМ Маренго	червоне солодке	біле напівсолодке	
Вина Коблево ХО Reserve	червоне сухе	біле сухе	

Таблиця 3.3

Характеристика вин заводу Коблево

Біле	Червоне
Совіньон	Сапераві
Шато Монік	Шато Бель
Шардоне Коблево	Шато Ларош
Франческа	Бастардо
Мускат солодке	Шато Беруз

Словом, екскурсія на винзавод однозначно вартує того, щоб знайти час на поїздку. Ви дізнаєтеся не тільки як вино, але й спробуєте різні сорти цього напою. Безумовно, дегустацію передбачено в екскурсії на винзавод Коблево. Просто побачити виробництво вина замало. Кожному після побаченого,

звичайно ж, захочеться скуштувати напій. Варто зазначити, що дегустація вина Коблево відбувається під шефством досвідченого сомельє, який навчить розбиратися в тонкощах смаку та аромату напою. Сомельє розповість, як розуміти вино, і впізнавати сорт навіть за запахом. До речі, у процесі дегустації ви зможете спробувати одразу кілька видів червоних та білих вин. Тому екскурсія на винзавод Коблево справді насичена. [17]

3.2 Розробка винного туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів

Для розробки винного туру для іноземних туристів було обрано винзавод АТ «Коблево», Миколаївська область, а саме для іноземних туристів з Молдови.

3.2.1 Маршрут туру



Винно-гастрономічний тур TABLE&WINE

Запрошуємо відправитись в трьохденний винно-гастрономічний тур в Коблево. Насичена програма, смачні дегустації, майстер-класи з приготуванням авторських коктейлів зроблять цю подорож незабутньою.

Програма туру

1-й день

- 06.00 Виїзд з Кишиніва з жд вокзала, на комфортабельному автобусі (в дорозі зупинки для особистого сніданку та відпочинку)
- 9.30-10.30 Перетин кордону
- 13.00-14.00 Прибуття в Коблево
- 14.30 Заселення в готель «De La Vita»
- 15.00 Екскурсія та дегустація вин АТ«Коблево». Побачимо виробничу лінію бутильованої вина, прогуляємося по красивій території заводу. Подивимося фільм про виробництво вина від виноградної лози до благородного напою. Екскурсія пройде по винних погребях з віковими дубовими бочками. Далі отримаємо задоволення дегустацією різних видів вин

під розповіді професійного сомельє та розробимо індивідуальний коктейль на основі представлених вин під назвою «Сувенір с собою».

- Вільний час на самостійну прогулянку на території заводу, або перекус канапками.
- 19.00 Повернення в готель
- 19.30 Вечеря в ресторані готелю

2-й день

- 10.00 Сніданок в ресторані Веранда в стилі «Вино-кава»
- 10.30 Вільний час
- 11.00 Відвідування спа-центру
- 14.00 Повернення в готель
- 14.30 Обід в ресторані готелю
- 15.00 Вільний на березі моря до вечора
- 19.00 Вечеря з феєр-шоу в ресторані Веранда

3-й день

- 9.00-10.00 Сніданок в ресторані готелю
- 10.30 Виселення
- 11.00 Автобус до Кишиніву

Технологічна картка

Таблиця 3.3

Назва маршруту	М.Кишинів-м.Коблево
Відстань маршруту	М.Кишинів- м.Коблево-м.Кишинів (398 км)
Кількість туристів	2 людини
Час подорожі	3 дні(2 ночі)
Вартість туру	15000 грн

В таблиці зроблена технологічна карта туру.Описаний маршрут і яку відстань треба подолати(рис.3.1), кількість людей і днів у турі. Також, присутні дані початкової точки і напрямлення туристів. Так само преведена

приблизна сума, яка буде витрачена туристами на протязі трьох днів відпочинку.

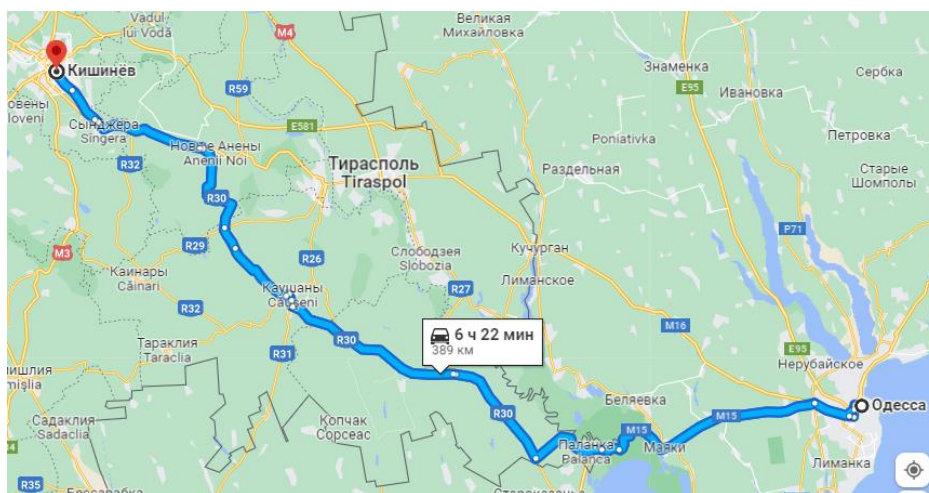


Рис.3.1 Загальна відстань між всіма пунктами розташування

На карті зображений спільний маршрут від м.Кишинів до м.Коблево і зворотній шляхом. Розглядаємо на прикладі трансферу, так як перетин з перельотом неможливий по причині військових дій.

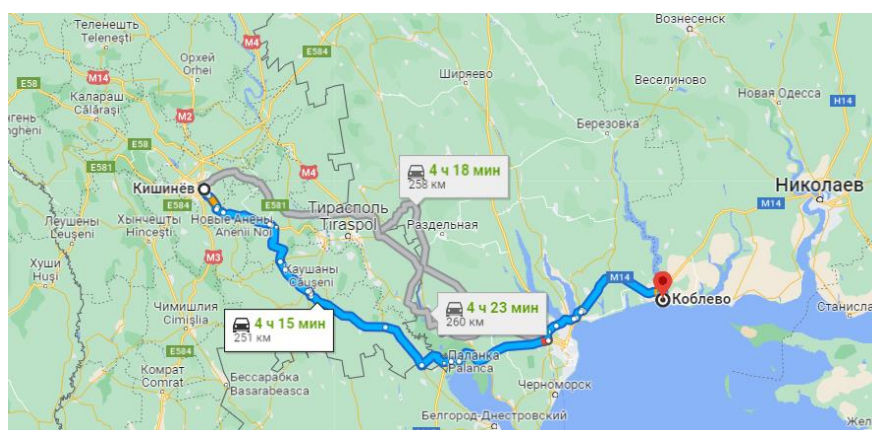


Рис.3.2 Автобус із м.Кишинів до м.Коблево

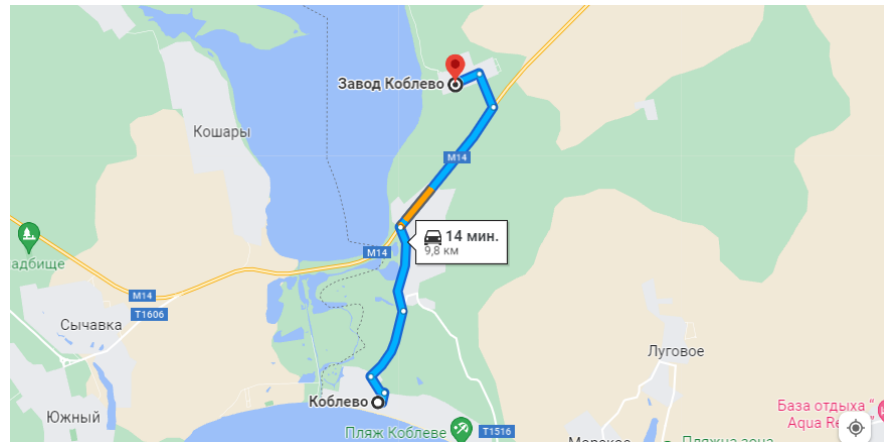


Рис.3.3 Карта переміщення до винзаводу Коблево

Поїздка до винзаводу Коблево займає незначну кількість часу. На автобусі відстань 10 км, що дорівнює 15-20 хвилинам їзди. Екскурсія та дегустація вин, а також прогулянка по місцевості. Зворотній маршрут займає таку саму відстань і час, тому в приклад приведений один рисунок на карті.

3.2.3 Програма туру Кишинів-Коблево

День перший

Програма екскурсійного туру починається з дороги на комфортабельному автобусі по маршруту Кишинів-Коблево, загальний час на шлях і перетин кордону приблизно складає 8 годин. По прибуттю, першочергово відбувається заселення в готель «De La Vita». Також в цю суму включене харчування при готелі, одже після заселення наші туристи відправляються на обід. Далі трансфер відвозить на екскурсію до Винзаводу Коблево, що розташований в 8 км. від готелю. На екскурсію відведено 4 години. Включає в себе перегляд фільму, прогулянку по території, відвідування виробництва. Особливу увагу приділено історії виробництва продукції, вирощуванню, обробці винограду та народження вина, а також дегустацію продукції. Цікавий бонус це розробка індивідуального коктейлю під назвою «Сувенір з собою» на основі декількох

видів вин, а саме: KOBLEVO Бордо Каберне, KOBLEVO Бордо Шардоне. Досвідчений сомельє налаштує процес створення коктейлів, що подарує незабутнє враження. Подарунок від заводу – маленький шейкер для особистого напою, куди залишиться тільки насипати трохи льоду.

Сума екскурсії -500 грн. З людини. Після цього, є вільний час на перекус канапками, далі приїзжає автобус і відвозить туристів на територію готелю.

Після насиченого дня туристи відправляються на вечерю в ресторан готелю, далі мають нагоду прогулятися вздовж лінії моря, випити придбане вино і з очікуванням цікавої програми наступного дня відправитись відпочивати.

День другий

Ранок починається добре, якщо в ньому присутня не тільки кава. Тому наші туристи відправляються в ресторан «Веранда», який розташований в 10 хвилинах пішої ходьби від території готелю. Там до сніданків включений бокал ігристого вина з цікавою назвою сава.

Вартість сніданку – 150 грн. з людини.

Після сніданку є вільний час на прогулянку по місцевості, покупку сувенірів, тощо. В обід туристи прямують до спа-центру «White House» на вінне спа, в

1. Розпарювання в ІЧ сауні/хаммамі (30 хв)

2. Пілінг на основі виноградної кісточки, гібіскусу, мускатного горіха, лаванди (30 хв)

3. Обгортання на основі вина, меду, білої та блакитної глини (30 хв)

4. Балійський традиційний масаж всього тіла (60 хв)

Традиційне чаювання

Час процедури – 2.5 години

Вартість – 500 грн. з людини.

Від відпочинку теж треба відпочити, тому туристи прямують в готель, де через пів години їх очікує обід, та мають нагоду провести час до вечора на березі моря. Вечорі заплановане відвідування кулінарного майстер-класу з приготування риби, під час якого учні навчаться готувати кілька

ізсканних страв з риби. Все кухонне приладдя і продукти для уроку видаються на місці. Заняття проходить в невеликій групі.

Після майстер-класу туристи дегустують страви, під яскраве фajer –шоу.

Ціна майстер-класу з вечерею – 700 грн. з людини.

Третій день

Крайній день відпочинку починається зі сніданку на території готелю, далі виселення, трансфер до Кишиніву. На цьому тур закінчується.

3.3 Розрахунок вартості екскурсійного туру Кишинів – Коблево

На цей екскурсійний тур був наданий бюджет у розмірі 15000 грн. на двох людей.

1600 – готель за дві ночі

1500 – харчування на території готелю

1000 – екскурсія

1000- спа

2000 – харчування в інших закладах, в суму доданий майстер-клас

7000 – трансфер за майже чотири дні

Залишок суми можна індивідуально розформувати на сувеніри, покупку вин на екскурсіях, вечірні атракціони, тощо.

Просування туристичного продукту - це цілий комплекс який спрямований на продаж, створення реклами.

Поза всяким сумнівом, одним з найбільш ефективних каналів взаємодії туроператора і кінцевого споживача є інтернет взагалі і соціальні мережі зокрема. Слід сказати, що туристичний бізнес став одним з піонерів в області просування в соціальних мережах: туроператори досить давно осмислили можливості для просування бізнесу, які відкривають соціальні мережі. Говорячи про способи залучення клієнтів, можна умовно розділити їх на декілька категорій для зручності сприйняття. Одне із запропонованих ділень буде засновано на специфіці використовуваного інструментарію. Друге – на самому типі залучення клієнтів. Інструментарій ми ділимо на три основні категорії: робота з представництвами клієнта в соціальних мережах,

приховані методики просування на нейтральних майданчиках, комплексна медіа-кампанія. Говорячи про типи організації кампанії просування, слід згадати методику цільового залучення, в основі якої лежить робота із спеціально виявленими шляхом аналізу цільовими категоріями споживачів. Другий метод – масова кампанія, що має на увазі максимально широке охоплення населення.

Клієнтський трафік, може бути значно розширений за рахунок з соціальних мереж. У соціальних мережах Facebook, , Youtube, Twitter, – десятки мільйонів зацікавлених інтернет користувачів, кожен з яких потенційно може стати Вашим клієнтом. Чому саме цей набір соціальних мереж? Тому, що вони – лідери в україномовному сегменті інтернету. Тому, краще зосередиться на просуванні в основних соціальних мережах – і робити це якісно.

Комплексна кампанія – найскладніший, дорожчий і при цьому ефективніший метод просування. У комплекс включуються всі вище описані інструменти роботи з клієнтом, а також ряд додаткових рішень. Приміром, публікації у блогах, що містять в собі відразу три паралельно вирішувані завдання: SEO ефект, орієнтований на просування сайту замовника, ефект прямих (чи прихованих) продажів, а також механізм "відкладеного інтересу". За рахунок виставлених тегів, система дозволить знайти публікацію у видачі пошукової системи через місяці і роки після публікації. Кожна комплексна медіа-кампанія розробляється для кожного клієнта індивідуально, орієнтується на досить тривалий – від кварталу – термін реалізації. В ході роботи над комплексом, необхідно дотримуватися спочатку складеного медіа-плану.

Тільки ефективно організована робота дозволить забезпечити дійсно видатний результат.

Висновки до 3 розділу

В цьому розділі ми прорахували скільки коштуватиме туристам відпочинок в Коблево.

У перший день туру іноземні туристи познайомляться з Коблево і його колоритом. Познайомляться з винзаводом Коблево і його асортиментом. На другий день туру туристи зможуть прогулятися вздовж лінії моря, насолодитись місцевими видами, відвідати заклади біля моря. На третій день іноземні туристи з накопиченими емоціями, виїжджають до дому.

Головним в просуванні туру поза всяким сумнівом, одним з найбільш ефективних каналів взаємодії туроператора і кінцевого споживача є інтернет взагалі і соціальні мережі зокрема. Такі як соціальний Facebook, Youtube, Twitter,. Публікації у блогах, що містять в собі відразу три паралельно вирішувані завдання: SEO ефект, орієнтований на просування сайту замовника, ефект прямих (чи прихованих) продажів, а також механізм "відкладеного інтересу".

ВИСНОВКИ

Визначено, що сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо. Виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотуризм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (ПАТ «Коблево», ТОВ ПТК «Шабо», та ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали.

Обґрунтовано, що винний туризм зародився і найбільш розвинений в Європі. Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим в світі виробником і експортером вин і лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та 47 Угорщини. Україна є європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс,

який виробляє різноманітну виноробну продукцію. На європейській і світовий ринок українська виноробна продукція просувається повільними темпами, в силу ряду об'єктивних економічних і політичних причин. Ключовою умовою розвитку винного туризму в Україні є ефективне функціонування підприємств виноградарського комплексу. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України оновить близько 20%, що є досить високим показником для національної економіки. Варто відзначити, що виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарськовиноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції.

В Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури. Розглядаючи виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні, можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами. Для України винний туризм поки що не типове явище. Відсутність значної кількості заводів які готові розкривати свої двері та секрети перед туристами, відсутність належної інфраструктури, низький рівень державної підтримки та недосконалість законодавства – основні, але не єдині, причини які гальмують розвиток не лише винного гастрономічного туризму, але і туризму в цілому.

У даній роботі ми зробили аналіз технологічної карти і зрозуміли скільки людей братиме участь в турі. Виявили то на чому будуть здійснювати подорож іноземні туристи. В даному розділі ми написали то де будуть жити іноземні туристи і де відпочивати. Створили для іноземних туристів тур завдяки якому вони зможуть відпочити в Одещині. Так само ми прорахували скільки коштуватиме туристам відпочинок в Коблево. Відкрили для себе багато цікавих місць куди можна і потрібно відправляти туристів для відвідування і знайомства з історією Одещини.

У перший день туру іноземні туристи познайомляться з Коблево і його колоритом. Познайомляться з винзаводом Коблево і його гастрономічними багатствами. На другий день туру туристи зможуть прогулятись вздовж лінії моря, насолодитись місцевими красотами, відвідати заклади біля моря. На третій день іноземні туристи з накопиченими емоціями, виїжджають до дому.

Головним в просуванні туру є інтернет взагалі і соціальні мережі зокрема. Ми використовуємо для просування туру такі як соціальний Facebook, Youtube, Twitter. Публікації у блогах, що містять в собі відразу три паралельно вирішувані завдання: SEO ефект, орієнтований на просування сайту замовника, ефект прямих (чи прихованих) продажів, а також механізм "відкладеного інтересу".

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом: монографія; за заг. ред. П.Л. Шияна, Д.І. Басюк. К.: Видавець ПП Д.Г. Зволейко, 2014. 252 с.
2. Баглей Д. В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях. Конструктивна географія та раціональне використання при-родних ресурсів. 2014. № 10. С. 3–15.
3. Басюк Д. І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму. Географія та туризм: науковий збірник. К.: Альтерпрес, 2012. Вип. 19. С. 28-37.
4. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-itscurrent-status-and-forecasts-114/21576-114-435> (дата звернення: 25.05.2021)
5. Басюк Д. І., Бадещенкова К. С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. Сборник научных трудов «SWORLD». 2014. №1. Т.37. С.48-56.
5. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 квітня 2011 р. Луганськ, 2011. Том 2. № 6. С. 171–177.
6. Винний туризм: підручник для студентів ВНЗ. С. В. Іванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк та ін. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. 472 с.
7. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія; за наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.
8. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Випуск 17. Частина 1. С. 68-71.

9. Іванов С. В. Винний туризм : підручник для студ. вищ. навч. закл. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О. В., 2012. 472 с. 50
10. Іванов С. В. Підготовка фахівців для винного туризму в Національному університеті харчових технологій: традиції та перспективи. Вища школа. 2012. № 6. С. 7-15.
11. Іванов С. В., Домарецький В. О., Басюк Д. І. та ін. Винний туризм. Кам'янець Подільський.: ФОП Сисин О. В., 2012. 472 с.
12. Иванова-Тонева П. Виненият туризм элемент от пазарната стратегия на винопроизводителите. Винен туризм: традиция и съвременност: Черноморски туристически форум, 15-17 октомври 2009, Варна 2009; ред. кол. Марин Нешков и др.; [предг. Марин Нешков]. Варна: Славена, 2009. С. 87-94. 14. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий аспект. Географія і туризм: зб. наук. пр.; за ред. Б.Я. Олійника. К.: Альтер прес, 2012. Вип. 24. С. 93 – 99.
13. Матвеев В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Х. : ХДУ, 2015. № 10, Ч. 4. С. 29–31. 16. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Наук.вісн. ОНЕУ. 2013. № 1. С. 29–41.
14. Москаленко Д. М., Сильчук Т. А., Зуйко В. І. Розширення інноваційних послуг у сфері гостинності. Економіка та управління підприємствами. 2020. Випуск 58-2. С. 33-38.
15. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти: підручник. К.: Кондор, 2011. 430 с.
16. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України. Агросвіт. 2013. № 22. С. 46-52.
17. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 8. Частина 1. 2014. С.136-141.

18. Нездоймінов С. Г. Локальний кластер винного туризму як фактор територіального розвитку. Матеріали Міжнародної науково-практичної 51 конференції «Адміністративно-територіальні та економічно-просторові кордони регіонів», КНЕУ, 19-20 березня 2020 р. С. 350-354.

19. Осипов В. Виноградарство та виноробство України. Сучасний стан, проблеми, тенденції розвитку. Економіст. 2015. № 5. С. 28–31.

20. Патійчук В. О. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали III міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 15–16 грудня 2015 р.); за ред. В. Й. Лажніка. Луцьк: Вежа-Друк, 2015. С. 162–167.

21. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 30–31 березня 2017 р.). Луцьк : Терен, 2017. С. 26–34. 25. Патійчук В., Кирик А. Особливості сучасного розвитку винного туризму в Молдові. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2019. № 1 (385). С. 97-105.

22. Петрусенко О. Молодая лоза винного туризма. Мир продуктов. 2013. Июнь. С. 48–49.

23. Пергат А.П. Винный туризм Украины, как составляющая винных туров Европы. Географические науки. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/91211/22-Pergat.pdf?sequence=1> (дата звернення: 25.05.2021)

24. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія; за заг. ред. професора В. Г. Герасименка; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов, І.В. Давиденко та ін. Одеса: «Астропринт», 2013. 304 с.

25. Diduh M. The Perspective of the Development of the Vinous Tourism in the Ukrainian Danube. Journal of Danubian Studies and Research. 2013. Vol. 3, № 2. P. 340- 350.

26. Hall M., Johnson G., Cambourne B., Macionis N., Mitchel R., Shaples L. Wine tourism around the world: development, management and markets. London: Butterworth#Heinemann, 2002. P. 1-24.
27. Hall M. Wine Tourism Around the World. Camboune Brock, Macionis Nik. Winepress Ltd., 2011. 312 p.
28. Olaru O. Wine Tourism – An Opportunity For The Development Of Wine Industry. Olaru. URL: http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari_2012_2/AnaleFSE_2012_2_024.pdf (дата звернення: 25.05.2021)
29. Peeples Niche Trend in the Tourism Market: Wine Tourism in Italy. URL: https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peeples_Sarah_Wine_TourismItaly.pdf?sequence=7 (дата звернення: 25.05.2021)
30. Storchmann K. Wine Economics. Journal of Wine Economics. Vol. 7. № 1. 2012. P. 1-33.
31. Wine Business Online. URL: <http://www.winebusiness.com> (дата звернення: 25.05.2021)
32. «Wine Curmudgeon». URL: www.winecurmudgeon.com (дата звернення: 25.05.2021)
33. Wine Tourism Development in Northern Greece. URL: https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-042816-042630/unrestricted/Wine_Tourism_Development_in_Northern_Greece.pdf (дата звернення: 25.05.2021)
34. Tapachai N. Applying a tourism micro cluster model to rural development planning: a case study of Kaeng Ruang village in Thailand, Часопис соціально-економічної географії, 2019, 26, pp 45-54.
35. World Tourism Organization. URL: <https://www.wto.org> (дата звернення: 25.05.2021)
36. Записки про подорожі та туризм. URL: https://ozi.pp.ua/prosuvannya-turystychnoji-kompaniji-v-sotsialnyh-merezhah_7245/

37. Програма розвитку туризму Коблевської сільської ради. URL: <http://kamr.org.ua/ru/node/26>

38. Винний гід України. URL: <https://www.uabestwine.com/koblevo>

39. Натуральні вина Кobleво. URL: <https://www.koblevo.ua/products>

40. Сорт винограду Аліготе. URL: <https://agrarii-razom.com.ua/culture-variety/aligote>

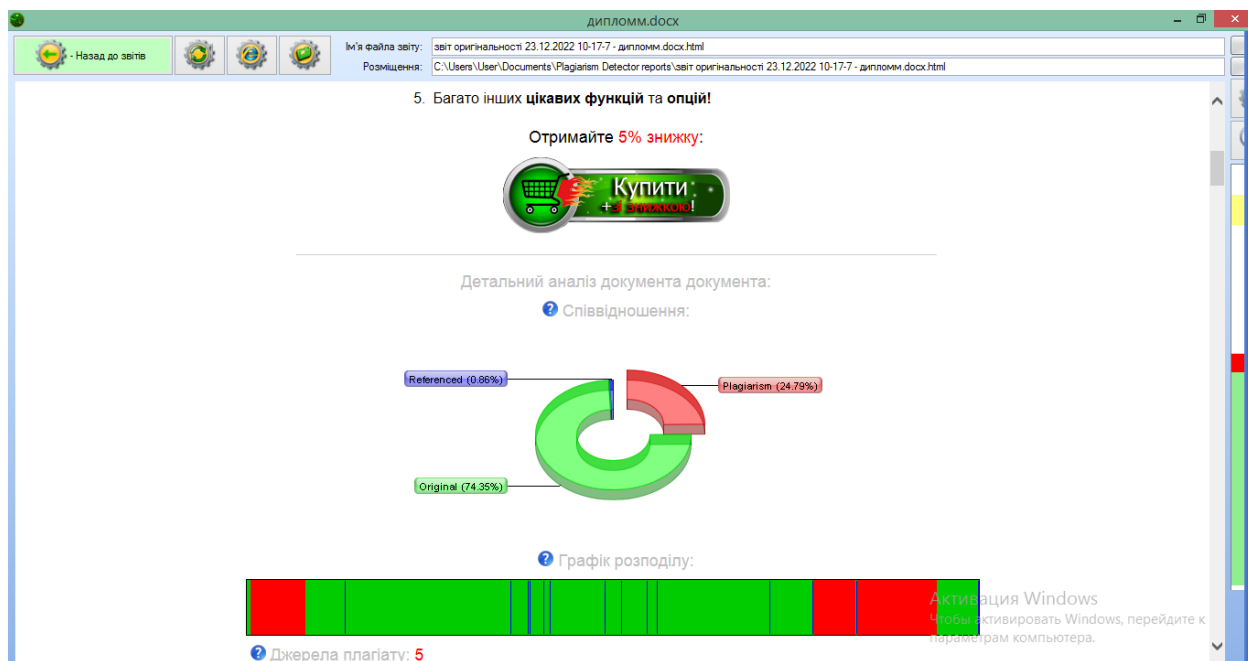
ДОДАТКИ

Додаток А

Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема: «Шляхи організації екскурсійного туру до винзаводу Коблево для іноземних туристів»



Засіб перевірки PlagiarismDetector

Унікальність по фразам > 30 %

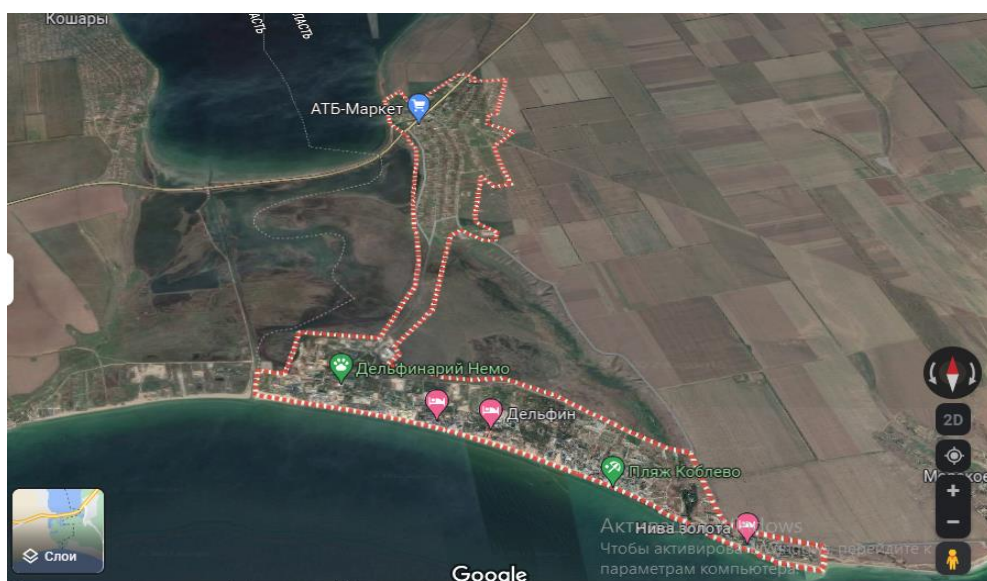
Унікальність по словам >30 %

Керівник: _____ Ірина КАЛМИКОВА

Здобувач: _____ Валерія КОЛЕНЧЕНКО

Додаток Б

Географічне положення винзаводу Коблево



Додаток С

Винзавод Коблево. Технічне приміщення



Додаток Д

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



ПРЕЗЕНТАЦІЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА
На тему: «ШЛЯХИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРУ
ДО ВИНЗАВОДУ КОБЛЕВО ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ»

Здобувачка: Валерія КОЛЕНЧЕНКО
Керівник: Ірина КАЛМИКОВА

Одеса-2022/11

Чтобы активировать
разрешения, нажмите

- Метою виконання роботи є розгляд розвитку винного туризму Одещини для іноземних громадян.
- Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають сучасний стан винного туризму в Україні
- Завданням роботи передбачено проаналізувати, згрупувати інформацію, статистичні дані, дослідити туристичний потенціал Одещини.
- Розробити винний тур для іноземних туристів на вин завод «Коблево»
- За результатами виконаної роботи сформульовані шляхи покращення організації та просування екскурсійного туру в Одещині.



Загальна характеристика винного туризму

Винний туризм – це окремий вид спеціалізованого (гастрономічного) туризму. Винний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, що здатні генерувати істотні економічні і соціальні виплати для учасників туристичного ринку та місцевих виробників харчової продукції та напоїв .

Складові винного туризму
Відвідування виноградних плантацій, дегустація місцевих сортів винограду
Ознайомлення з технологією виготовлення алкогольних напоїв на виробництві
Ознайомлення з історією виноробства, національних традицій вживання, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок
Відвідування дегустаційних залів і підвалів
Відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина
Участь у винних фестивалях і тематичних святах
Участь в спеціалізованих виставках, форумах, конкурсах, майстер-класах, тощо

Основний сенс винного туризму – простий, захоплюючись темою вина, людина акцентує увагу на нюансах: спостереження за дозріванням винограду, як місцеві жителі, того чи іншого регіону, доглядають за лозою і гронами, як збирають виноград, як з нього виробляють вино.

Отже, сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо. Тому в усіх виноробних регіонах світу зараз намітилися тенденції щодо посилення та активізації подальшого розвитку винного туризму завдяки поширенню рекламної продукції місцевих виробників вина, залучаючи у цей процес усі наявні ресурси території – відвідування історичних пам'яток та виноробних заводів, розширення інфраструктури обслуговування туристів й запровадження спрощеної системи надання туристичних віз та організацій ярмарок і виставок із продажу вина.

Стан винного туризму в світі

Споживання вина у світі з 2008 по 2019 р. має тенденцію до зростання – з 227,0 до 252,0 млн гл. Пік споживання припав на 2016 р. – 254,2 млн гл.

Статистичні дані виробництва вина у світі за 2008–2020 рр. показують, що за кордоном ідеально сформоване підґрунтя для розвитку винного туризму. Проте найпопулярніші винні готелі світу розташовані у найрозвиненіших виноробних регіонах Європи: Франції, Італії, Іспанії. Саме тому винні тури по цих країнах користуються високим попитом серед туристів із різних країн світу.



Сучасний стан винного туризму в Україні

Наявність в Україні 9 виноградних макрозон і 46 мікрозон дозволяє стверджувати, що Україна – країна, здатна виробляти вина у великій кількості і представляти на ринку багато ексклюзивних торгових марок, адже вина називаються переважно за місцем їх походження. На наступній карті України виділені макрозони, які, як і на світовій мапі виноградарства, тісняться поруч: в Одеській області 3 макрозони і 16 мікрозон, в Херсонській – відповідно 2 і 10, в Миколаївській – 2 і 12, одна макрозона в Запорізькій області; окремо в цій компанії розташувалася Закарпатська область, в якій 1 макрозона і 12 мікрозон.

Для перспективи розвитку винного туризму в Україні, треба зосередитись на наступних напрямках:

- розробка програм сталого розвитку регіонів, державна і муніципальна підтримка заходів зі створення сприятливого організаційно-правового клімату для розвитку туризму, створення регіональних і національних винних і гастрономічних маршрутів, в рамках яких має бути передбачено створення спеціалізованих туристичних об'єктів – етноресторанів, дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ і містечок а також тематичних заходів, які будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту, підвищення туристичної привабливості регіону. Ця робота повинна поєднуватися з нормативно-правовою та інституційною підтримкою розвитку вітчизняного виноробства в умовах глобальної конкуренції на європейському і світовому ринках продуктів і напоїв з урахуванням правил СОТ, норм і вимог до якості продукції.

- вивчення міжнародного досвіду розвитку винного туризму співпрацю з кращими виробниками Італії, Іспанії, Франції, Швейцарії в області виноробної, харчової та переробної промисловості, впровадження екологічно чистих технологій, а також використання сучасного маркетингового комплексу просування продовольчої продукції і брендингу продукції окремих центрів виноробства та виноробних регіонів;
- просування винних турів по Україні з метою збільшення внутрішніх і міжнародних туристичних потоків, підвищення культури споживання вина, ознайомлення з якісною натуральною продукцією місцевих виробників. Для популяризації національних гастрономічних традицій за підтримки Державної служби туризму і курортів України та професійних об'єднань планується національний проект «Український винні шляху» для висвітлення багатого і різноманітного асортименту вин та інших алкогольних напоїв, ознайомлення з історико-культурною спадщиною українського виноробства. В рамках проекту буде створено Національний список об'єктів винного і гастрономічного туризму, винно-гастрономічний путівник по українським регіонам, календар фестивалів семінарів і конференцій, а також тематичний сайт в мережі Інтернет.

Коблево пропонує своїм гостям захоплюючу подорож у світ вишуканих напоїв. Завод виноробства Коблево широко відомий своєю якісною продукцією.

Ознайомимось з продукцією, на прикладі білого та червоного вин



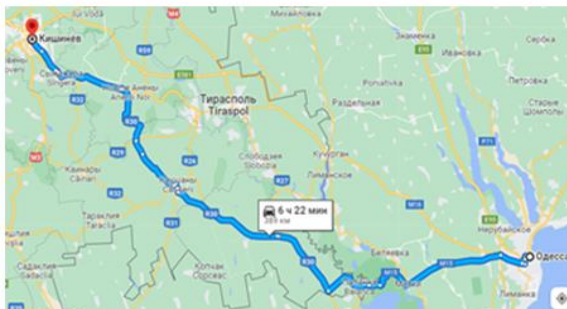
Біле	Червоне
Совіньон	Сапераві
Шато Монік	Шато Бель
Шардоне Коблево	Шато Ларош
Франческа	Бастардо
Мускат солодке	Шато Беруз

Автори: С.С.С.С.С.С.

Технологічна карта туристичного маршруту м.Кишинів-м.Коблево

Назва маршруту	М.Кишинів-м.Коблево
Відстань маршруту	398 км
Кількість туристів	2 людини
Час подорожі	3 дні (2 ночі)
Вартість туру	15000 грн.

Загальна відстань маршруту з м.Кишинів до м.Коблево



Перший день туру



Винно-гастрономічний тур TABLE & WINE

Запрошуємо відправитись в трьохденний винно-гастрономічний тур в Коблево. Насичена програма, смачні дегустації, майстер-класи з приготуванням авторських коктейлів зроблять цю подорож незабутньою.

Програма туру

1-й день

- 06.00 Виїзд з Кишиніва з жд вокзала, на комфортабельному автобусі (в дорозі зупинки для особистого сніданку та відпочинку)
- 9.30-10.30 Перетин кордону
- 13.00-14.00 Прибуття в Коблево
- 14.30 Заселення в готель «De La Vita»
- 15.00 Екскурсія та дегустація вин АТ«Коблево». Побачимо виробничу лінію бутильованої вина, прогуляємося по красивій території заводу. Подивимося фільм про виробництво вина від виноградної лози до благородного напою. Екскурсія пройде по винних погребях з віковими дубовими бочками. Далі отримаємо задоволення дегустацією різних видів вин під розповіді професійного сомельє та розробимо індивідуальний коктейль на основі представлених вин під назвою «Сувенір с собою».
- Вільний час на самостійну прогулянку на території заводу, або перекус канапками.
- 19.00 Повернення в готель
- 19.30 Вечеря в ресторані готелю

2-й день

- 10.00 Сніданок в ресторані Веранда в стилі «Вино-кава»
- 10.30 Вільний час
- 11.00 Відвідування спа-центру
- 14.00 Повернення в готель
- 14.30 Обід в ресторані готелю
- 15.00 Вільний на березі моря до вечора
- 19.00 Вечеря з фаєр-шоу в ресторані Веранда

3-й день

- 9.00-10.00 Сніданок в ресторані готелю
- 10.30 Виселення
- 11.00 Автобус до Кишиніву

Розрахунок вартості екскурсійного туру Кишинів-Коблево

На цей екскурсійний тур був наданий бюджет у розмірі 15000 грн. на двох людей.

- 1600 – готель за дві ночі
- 1500 – харчування на території готелю
- 1000 – екскурсія
- 1000- спа
- 2000 – харчування в інших закладах, в суму доданий мастер-клас
- 7000 – трансфер за майже чотири дні

Залишок суми можна індивідуально розформувати на сувеніри, покупку вин на екскурсіях, вечірні атракціони, тощо.

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ ☺