

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



**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ НОВОГО АВТОРСЬКОГО ВИННОГО
ТУРУ З УКРАЇНИ ДО ФРАНЦІЇ**

Здобувачки

Ярославни МАМОТЕНКО

Керівник

Ірина КАЛМИКОВА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР _____

Олена МЕЛІХ

Одеса - 2022 рік

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
(ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ)

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Олена МЕЛІХ

11 лютого 2022 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Ярославна МАМОТЕНКО

1.Тема роботи «Розробка та просування нового авторського винного туру з України до Франції»

Затверджена наказом академії від «03» листопада 2022 р. № 921-03.

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 06.06.2022

3. Вихідні дані роботи наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, наукові журнали тощо

4.Перелік питань, які потрібно розробити

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ ФРАНЦІЇ

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ НОВОГО АВТОРСЬКОГО ВИННОГО ТУРУ З УКРАЇНИ ДО ФРАНЦІЇ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

ДОДАТКИ

5. Перелік графічного матеріалу

Презентація до кваліфікаційної роботи (14 слайдів)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ	11.02.2022	06.06.2022

7. Дата видачі завдання 11.02.2022

Керівник _____ Ірина КАЛМИКОВА

Завдання прийняла до виконання _____ Ярославна МАМОТЕНКО

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1	Підбір та обробка інформації	14.02-14.03.2022
2	Написання розділу 1	15.03-04.04.2022
3	Написання розділу 2	05.04-26.04.2022
4	Написання розділу 3	27.04-25.05.2022
5	Оформлення роботи	26.05-31.05.2022

Завдання прийняла до виконання _____ Ярославна МАМОТЕНКО

Керівник _____ Ірина КАЛМИКОВА

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 83 сторінки, 1 таблиця, 7 рисунків, список літератури з 38 найменувань, 4 додатки.

Метою виконання роботи виступає розробка проєкту винного авторського туру з України до Франції.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають винні регіони Франції, а тур розроблено на прикладі регіону Бордо.

Завданням роботи передбачено розробити проєкт авторського винного туру з урахуванням аналізу винних регіонів та особливостей розробки винних турів.

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки доцільності сформованого туру та можливість його реалізації на практиці.

Одержані результати можуть бути використані для впровадження розробленого туру в освітній процес ОНТУ.

Рік захисту роботи 2022

ANNOTATION

to the qualification work of a bachelor

The work contains 83 pages, 1 table, 7 figures, bibliography of 38 titles, 4 appendices.

The purpose of the work is to develop a project of a wine author's tour from Ukraine to France.

The object of analysis, generalization and research are the wine regions of France, and the tour is based on the example of the Bordeaux region.

The task of the work is to develop a project of the author's wine tour, taking into account the analysis of wine regions and the peculiarities of the development of wine tours.

Based on the results of the work performed, conclusions are formulated on the expediency of the formed tour and the possibility of its implementation in practice.

The obtained results can be used to implement the developed tour in the educational process of ONTU.

Year of protection of work 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ	8
1.1. Поняття та класифікація туризму	8
1.2. Характеристика винного туризму як молодого виду туристичної подорожі	17
1.3. Особливості розробки та формування винних маршрутів	22
Висновки до 1 розділу	29
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ У ФРАНЦІЇ	31
2.1. Загальна характеристика Франції	31
2.2. Винні регіони Франції	38
2.3. Сучасний стан туризму у Франції	48
Висновки до 2 розділу	53
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ НОВОГО АВТОРСЬКОГО ВИННОГО ТУРУ З УКРАЇНИ ДО ФРАНЦІЇ	55
3.1. Розробка та просування винного туру	55
3.2. Вартість туру	60
Висновки до 3 розділу	63
ВИСНОВКИ	64
Список використаних джерел	66
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

Актуальність теми. Все більшого розвитку в регіонах вирощування виноградної лози та інших фруктових рослин набуває новий вид туризму – винний, як одна із форм зеленого туризму. Базується він на вивченні процесів вирощування винограду та інших винних субстратів, а також виробництві вина, дегустації готової винної продукції та відвідуванні виноробень, виноградників, фестивалів й інших різних заходів, які пов’язані з вином.

В сучасних умовах економічного розвитку винний туризм інтенсивно розвивається в різних регіонах світу та Європи зокрема. Він є джерелом значних прибутків, оскільки може поєднуватися з усіма іншими видами туризму й може слугувати доповненням туристичних програм та маршрутів для дорослих рекреантів. Окрім того, його значення посилюється й в культурно-пізнавальному та гастрономічному плані. Адже виноробство є давньою господарчо-етнічною традицією. Тому кожна країна завдяки винному туризму може популяризувати свою культуру, звичаї, національну специфіку господарства та гастрономічних інтересів. Це також стимулює розвиток відсталих аграрних районів Європи й світу загалом та зумовлює притік коштів до місцевих бюджетів, що є актуальним і для України.

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.

Тому дослідження теми обґрунтування розвитку регіонального аспекту винного туризму в Україні є надзвичайно актуальною.

Об’єкт дослідження – винний туристичний продукт.

Предмет дослідження - розробка та просування винного туру.

Мета дослідження – розробити новий винний тур.

Завдання дослідження полягає в наступному:

—охарактеризувати винний туризм як новий вид спеціалізованого туризму;

- дослідити винний туризм у Франції;
- розробити винний тур.

Інформаційною базою 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.

У даній роботі були використані наступні методи: аналіз, синтез та експеримент.

Теоретична і практична значущість роботи полягає в тому, що проєкт туру можна використовувати туроператорам для продажу та впровадити в дисципліну Еногастрономічний туризм для спеціальності 242 «Туризм».

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів, висновків. У першому розділі подана характеристика та класифікація туризму в цілому, а також винного туризму зокрема. У другому розділі аналізуються винні локації у Франції. У третьому розділі розроблено проєкт нового авторського винного туру.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та класифікація туризму

З розвитком потреб та життя людини розвивається й туризм, набуває нових форм та видів. Так, наприклад, зараз з'являється онлайн туризм, який був спровокований пандемією Covid-19.

Ринок розростається, тому потрібно постійно визначати та моніторити нові визначення туризму, класифікаційні ознаки туризму, особливості безпеки та страхування в туризмі, а також інші організаційні та законодавчі формальності.

Згідно закону України «Про туризм» туризм - тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [1].

Відповідно до даного визначення можна привести різні класифікаційні ознаки туризму. Наведемо ті, що зазначені в законі України «Про туризм».

Туризм має певні організаційні форми, визначені законом як міжнародний і внутрішній туризм (рис 1.1.)

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

- дитячий;
- молодіжний;
- сімейний;
- для осіб похилого віку;

Міжнародний туризм

в'їзний туризм -
подорожі в межах
України осіб, які
постійно не
проживають на її
території

виїзний туризм -
подорожі громадян
України та осіб, які
постійно проживають
на території України,
до іншої країни

Рис.1.1. Форми міжнародного туризму

- для осіб з інвалідністю;
- культурно-пізнавальний;
- лікувально-оздоровчий;
- спортивний;
- релігійний;
- екологічний (зелений);
- сільський;
- підводний;
- гірський;
- пригодницький;
- мисливський;
- автомобільний;
- самодіяльний тощо. [1]

Але виходячи з запропонованої класифікації, можна зробити висновок, що тут багато різних класифікаційних ознак, які об'єднали, а тому потрібно розділити ці види туризму більш детальноше.

Залежно *від категорій осіб*, які здійснюють туристичні подорожі існують такі види туризму:

- дитячий;
- молодіжний;
- сімейний;
- для осіб похилого віку;
- для інвалідів.

Зрозуміло, що мета таких подорожей буде різною. Так, для дитячого туризму найбільш доцільними мають бути подорожі з культурно-освітньою, оздоровчо-лікувальною або спортивною метою. Що стосується молодіжного туризму, то найбільш часто подорожі проводять з спортивною та культурно-освітньою метою. Мета сімейного туризму - оздоровчо-лікувальна, культурно-пізнавальна, релігійна та спортивна. Особи похилого віку здійснюють, в основному, подорожі оздоровчо-лікувальні, релігійні, культурно-пізнавальні.

Залежно *від мети* подорожі туризм поділяють на такі види:

- спортивний;
- пізнавальний (екскурсійний); -діловий;
- любительський (мисливський, рибальський);
- релігійний;
- рекреаційний;
- реабілітаційний;
- професійно-прикладний;
- учбовий;
- краєзнавчий; -пригодницький;
- експедиційний;
- комерційний;
- комбінований;
- культурно-освітній;
- лікувально-оздоровчий;
- екологічний (зелений), тощо.

Запропоновані підходи до класифікації туризму, на наш погляд, безперечно заслуговують уваги, але деякі позиції не мають чіткості та

викликають певні питання. Так, не зрозуміло, чим відрізняються такі види туризму, як: діловий від комерційного, лікувально-оздоровчий від реабілітаційного (класифікація в залежності від мети подорожі); чому вид туризму "водний" віднесено у групу "за характером туристичного маршруту" та у групу "залежно від засобів пересування" тощо. Тому пропонуємо наступну класифікацію туризму.

В залежності від *мети* туризм може бути: ***культурно-освітнім, оздоровчо-лікувальним, релігійним та спортивним.***

Так, *спортивний туризм* має за мету спортивне удосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає удосконалення всього комплексу знань, умінь і навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування людини по місцевості. Для реалізації спортивної мети здійснюють подорожі, насичені природними перешкодами, що дає змогу класифікувати їх як спортивні походи. За участь у спортивних походах можуть присуджуватися спортивні розряди і звання. Детальнішу класифікацію спортивного туризму розглянемо нижче.

Пізнавальний туризм проводиться з метою розширення знань та уявлень щодо тих чи інших об'єктів, пам'яток соціального та природного змісту.

Діловий туризм передбачає здійснення турів, в процесі яких вирішуються комерційні справи: подорожі на конференції, симпозіуми, виставки тощо.

Релігійний туризм це здійснення подорожі віруючими по святих місцях.

Реалізація *культурно-освітньої* мети здійснюється при подорожах по містах, регіонах, країнах в процесі яких туристи знайомляться з архітектурою, пам'ятниками, музеями, опановуючи історію, культуру, звичаї та традиції різних народів.

Лікувально-оздоровча мета здійснюється в процесі рекреаційного, реабілітаційного та зеленого туризму.

Зелений туризм має на меті прилучити жителів міст до відпочинку у екологічно-чистому районі сільської місцевості. Такі подорожі в основному здійснюються сім'ями. Позитивні сторони цих подорожей: чисте повітря, екологічно-чисте харчування, розміреність та неспішність життя тощо.

Рекреаційний туризм це відновлення фізичних й психічних сил людини засобами туризму. Це туризм активного відпочинку й оздоровлень, тому його часто називають оздоровчим.

Реабілітаційний туризм має цільову функцію - лікування визначених захворювань засобами туризму. При цьому використовуються необхідні кліматичні умови різних місць перебування туристів, цілющі джерела, дозоване навантаження на прогулянках, тощо.

Професійно-прикладний туризм має за мету удосконалення професійних знань, умінь, навичок засобами туризму. Наприклад, для геологів, географів, військових певних спеціальностей й інших професій удосконалення в подоланні природних перешкод в умовах професійної діяльності досягається спеціальним тренуванням в туристичних походах.

Учбовий туризм це здійснення подорожі з метою отримання певних знань.

Велика різноманітність видів туризму та форм його проведення зумовлює необхідність виділення груп, за якими зручно його класифікувати:

- *за характером туристичного маршруту* існують такі види туризму: рівнинний, гірський, водний, спелео, повітряний, космічний, змішаний;

- *залежно від засобів пересування*: пішохідний, лижний, кінний, автомобільний, велосипедний, водний, автобусний, залізничний, авіаційний, комбінований;

- *за місцем проведення подорожі* розрізняють туризм внутрішній (національний) та зовнішній (міжнародний);

- *за діяльністю* - туризм з активними (веслові судна, плоти, катамарани, велосипеди та інші) і пасивними (морські та річкові круїзи, подорожі на автобусах, яхтах, тощо) засобами пересування;

- *за способом організації подорожі* (організований і неорганізований, плановий та самодіяльний);

- *за туристичною програмою* (традиційний, екзотичний та екологічний);

- *за сезонністю* (літній, зимовий та міжсезонний туризм);

- *за рівнем доступності й соціальної значимості* в житті суспільства туризм ділиться на соціальний, що має масовий характер у зв'язку з його доступністю широким колам населення, й елітарний, доступний з тих або інших причин (за ціною, за фізичним навантаженням тощо) обмеженому контингенту.

В залежності від місця *проведення подорожі* туризм ділять на *міжнародний* та *внутрішній*, який може бути далеким й близьким в залежності від відстані. Міжнародний туризм в свою чергу поділяється на в'їзний (іноземці на Україну) та виїзний (громадяни України - за кордон). Внутрішній туризм передбачає подорожі громадян в межах своєї держави. Як міжнародні, так і внутрішні подорожі можуть проводитися з культурно-освітньою, оздоровчо-лікувальною, релігійною та спортивною метою, що організовуються для дітей, молоді, сімей тощо.

За організаційними основами туризм ділиться на *організований і неорганізований*. Організований туризм за формами організації ділиться на плановий й самодіяльний.

При *плановому* туризмі учасники подорожують на автобусах, літаках, теплоходах, у поїздах по наперед намічених маршрутах, зупиняються в готелях або на турбазах, де їм надається ночівля, харчування й екскурсовод. У плановому туризмі туристичні послуги надаються певними організаціями (туристичними фірмами й приватними особами, що мають патенти на право туристичної діяльності та ін.) у визначеному (плановому) порядку за путівками. Туристичні послуги можуть бути комплексними та приватними, наприклад: розробка маршрутів, комплектування груп, матеріально-технічне забезпечення (транспорт, харчування, проживання, супроводження,

туристичне спорядження, забезпечення безпеки, екскурсії тощо). У плановому туризмі існують закономірні вимоги до туристичної діяльності (ліцензування, сертифікація та ін.).

У *самодіяльному* туризмі туристичні послуги забезпечуються на основі самодіяльності туристів. Туристи самі обирають маршрути і спосіб пересування, забезпечують собі харчування, нічліг і місце відпочинку, намічають і здійснюють екскурсії.

Словом "самодіяльність" називають прояв особистого почину в будь-якій справі. Самодіяльність є високою формою соціальної активності та її варто розуміти як внутрішнє детерміноване самовираження особистості або групи. Тому самодіяльний туризм є соціально-значущим явищем. Самодіяльний туризм, як сфера масової самодіяльності містить у собі все різноманіття аматорських туристичних заходів, які проводяться відповідно до нормативної бази організації туризму в країні. Низка документів а також ряд державних та громадських організацій, що контролюють їх дотримання, створюють керовану систему самодіяльного туризму. Цим самодіяльний туризм і відрізняється від неорганізованого туризму, де випадки порушення правил охорони навколишнього середовища й інших нормативних актів не є поодинокими. Чітка організація, продумана розробка маршруту, правильне проведення подорожі й дотримання дисципліни-без всього цього неможливе виконання туристичних завдань туристичними засобами. Виконання функцій керівника туристичної групи пов'язано з наявністю у особи певних якостей: організаторських, комунікативних, креативних тощо. Крім цього, керівник та члени туристичної групи повинні володіти знаннями та вміннями з географії, гідрології, біології, метеорології, історії, етнографії, медицини, кулінарії та ін., що забезпечує безпечне здійснення подорожі.

За складом учасників туризм ділиться на індивідуальний і груповий. При цьому в залежності від *категорії осіб* туризм може бути: *шкільний, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку.*

Розглянемо більш докладно класифікацію спортивного туризму. Спортивний туризм є: соціальним (за рівнем доступності й соціальної значимості), самодіяльним (в залежності від організаційних основ), активним (за фізичним навантаженням), і, як правило, груповим (за складом учасників).

Мотиви занять спортивним туризмом різноманітні і залежать від особистості, але найчастіше це: спортивне вдосконалення, оздоровлення, пізнання навколишнього середовища і самого себе, спілкування в малих групах. Результатом занять спортивним туризмом можна вважати: фізичний і духовний розвиток людини; естетичне та морально-вольове виховання; пізнання історії та сучасності, культур та звичаїв місцевого населення, дбайливе відношення до природи та поваги до національних традицій; розвиток та підвищення рівня знань, умінь, навичок подолання природних перешкод тощо.

Існують різні види спортивного туризму: пішохідний, гірський, лижний, водний, велосипедний, спелео, вітрильний, автомобільний та мотоциклетний. Всі вони в основному відрізняються засобами пересування (лижний - на лижах; водний - на туристичних байдарках, плотах, катамаранах; велосипедний - на велосипеді тощо). Але є три види, де пересування здійснюється пішки по місцевості різного характеру. Так, пішохідні походи можуть здійснюватися в будь-якій місцевості: ліси, болота, пустелі, тайга, гори тощо. Гірські походи здійснюються тільки у відносно молодих, високих (більше 3500-4000 метрів над рівнем моря) горах. При подоланні таких перешкод потрібні навички скелелазіння та альпінізму. На жаль, на території України таких гір бракує. Райони для походів з гірського туризму високих категорій складності - Кавказ, Алтай, Памір тощо. Що стосується спелеотуризму, то він полягає у здійсненні походів по природних печерах. У Кримських горах та на Тернопіллі є велика кількість таких об'єктів, що дає змогу здійснювати походи різної складності.

Об'єднавши всі вищенаведене, можна зробити класифікаційну блок-схему, наведену на рис.1.2.

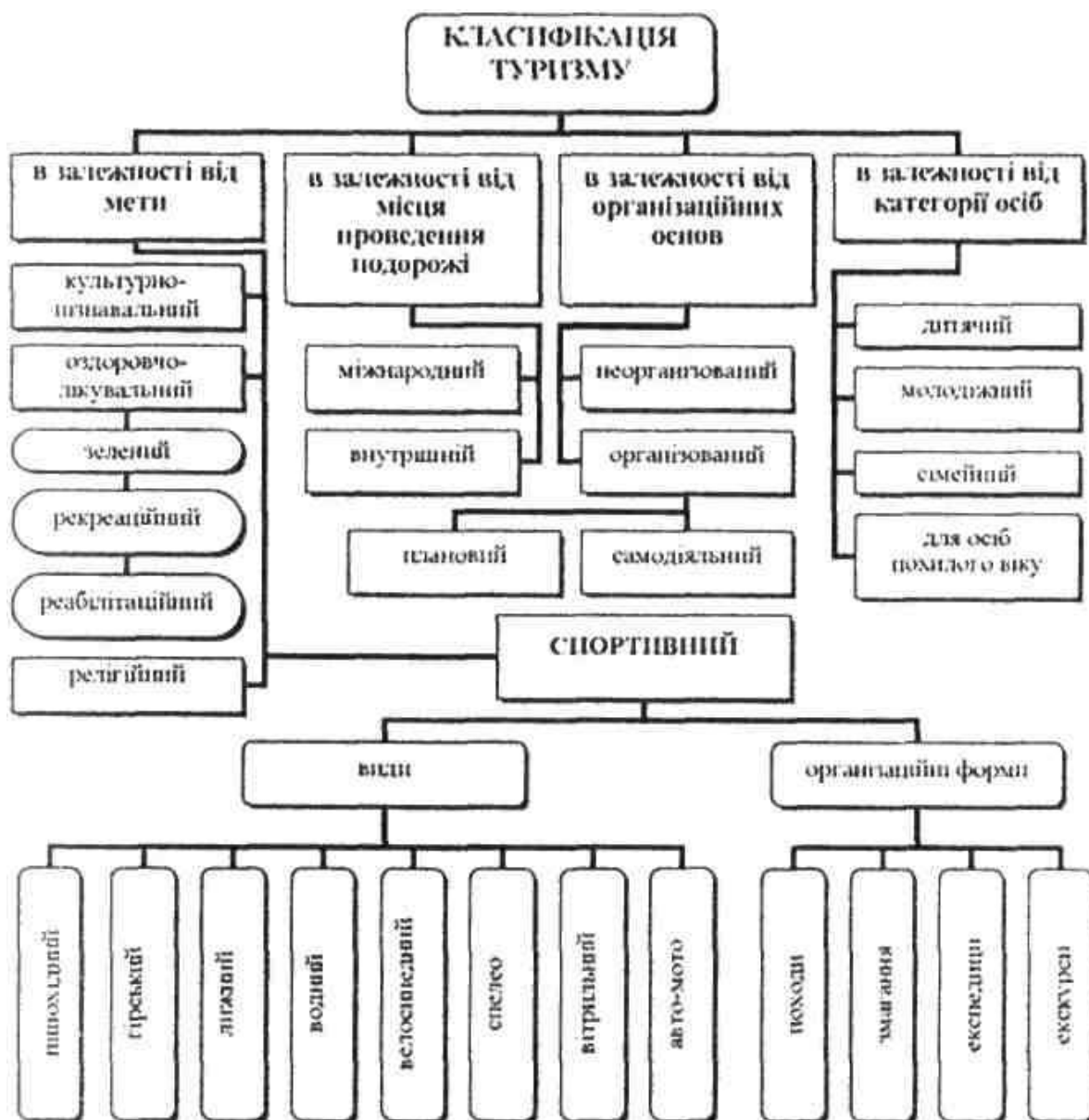


Рис. 1.2. Класифікація туризму

Організаційними формами спортивного туризму є: походи, змагання, експедиції, екскурсії, характеристику яких розглянуто в наступному розділі.

Види активного туризму, що не включенні в спортивну класифікацію, різноманітні. До найбільш відомих із них відносяться: гірськолижний, водомоторний, кінний та інші.

З розвитком суспільства з'являються й розвиваються нові види туризму. При цьому частина з них відокремлюється від туризму в якості окремих видів спорту, таких, як альпінізм, скелелазіння, спортивне орієнтування, водний слалом та ін. У той же час і туризм вбирає в себе

елементи інших видів спорту, удосконалюючи техніку туристичних походів і подорожей.

Різні форми туризму мають характерні ознаки. До таких ознак відносяться: рівень доступності й соціальної значимості туризму, місце занять туризмом, організаційні основи туризму, туристична програма, фізичне навантаження на туристичному маршруті, сезонність туристичних маршрутів, склад учасників. [2]

Існують так звані незвичайні види туризму, які дуже щільно засіли в серця туристів. До них відносяться (на прикладі України):

- гастрономічні тури до центрів сироваріння, виноробства і тощо;
- туристичні польоти в космос (це найдорожчий вид туризму);
- відвідування Чорнобильської радіоактивної зони;
- перебування кілька тижнів (або днів) в якості послухника в буддистському монастирі;
- відвідування відомих в'язниць;
- польоти на повітряній кулі (вони вперше з'явилися в Стародавньому Китаї). [3]

1.2. Характеристика винного туризму як молодого виду туристичної подорожі

Найбільш популярним та улюбленим серед туристів є пізнавальний вид туризму.

Пізнавальний туризм в більшості країн став об'єднуватися з гастрономічним та винним, оскільки пізнання нових територій, вивчення етносу, релігії, побуту, історії без вивчення особливості їжі не може бути повноцінним. Вино і подорожі завжди були тісно взаємопов'язаними, адже пригостання гостей національними напоями, перш за все вином, є елементом гостинності практично всіх народів світу

Відзначимо, що в українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму, вживаються терміни «винний туризм», «виноробний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «еногастрономічний туризм» та «енотуризм».

Часто зустрічаються терміни «пивні тури», «віскі-тури». Окремі фахівці розглядають винний туризм як вид хобі-туризму (Т.І. Божук, Л.А. Прокопчук), тематичного гастрономічного туризму (С.В. Іванов, В.О. Патійчук), спеціалізованого туризму (Д.І. Басюк, К.С. Бадещенкова). У дослідженнях іноді можна зустріти визначення «алкотуризм» і «п'яний туризм» – подорож у будь-яку географічну місцевість для розпиття спиртних напоїв [4].

Винний туризм є важливим елементом двох галузей – виноградарсько-виноробної та туристичної. Справедливим також є те, що винна промисловість і туризм знаходяться у різних сферах економічної діяльності, значно відрізняються за мікроекономічними характеристиками, є суттєві відмінності у технології, організації та управлінні виробництвом, механізмах економічної діяльності, нормативній базі і т.ін. Винне виробництво значною мірою залежить від сировинної бази, спеціалізується на випуску стандартизованої однорідної продукції, прибуток створюється за рахунок додаткової вартості та зростання обсягів. Туризм як галузь сфери послуг характеризується перш за все орієнтацією на задоволення споживачів, комплексною взаємодією різноманітних підприємств та диференційованою ціновою політикою. Проте, через широкий діапазон економічних, технічних, культурних, соціальних, професійних та маркетингових факторів ці дві галузі економіки поєднуються у винному туризмі із взаємною користю та значними вигодами для регіонів та країн.

Тим не менш для туристичної індустрії вино є суттєвим фактором привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг [5]. Для об'єктів винного туризму це одним зі способів

збільшити обсяги прямих продажів та привернути увагу до проблем виноробів.

Розуміння переваг такої інтеграції визначає проблематику досліджень та практичної діяльності у напрямку винного туризму. За повідомленнями світових інформаційних агентств популярність винного туризму зростає. На сьогоднішній день тільки в Італії налічується приблизно п'ять мільйонів активних винних туристів, прибутковість цього бізнесу - близько 2.5 мільярдів євро на рік. Експерти вважають, що винний туризм використовує тільки 20% потенціалу і може легко подвоїти обороти в найближчому майбутньому.

На сьогодні у всіх виноробних регіонах світу вважають доцільним розвивати і підтримувати цей вид тематичного туризму відповідно, рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв та просувати місцевий туристичний продукт, одержуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів - поціновувачів вина. Це стосується в першу чергу, відомих європейських виноробних регіонів - Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також країн "Нового Світу вина" таких як Австралія, Аргентина, Чилі, США та Південна Африка, де винний туризм відіграє важливу роль в популяризації місцевої продукції виноробства.

Цілі і методи винного туризму повною мірою відповідають соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності як найважливішого чинника діалогу культур, поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій інших народів, адже виноробство є невід'ємною частиною соціально-культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу [6].

Принципи винного туризму у світі дуже прості: дегустувати вина тільки в місцях їхнього безпосереднього виробництва, щоб міцно зв'язати у своїй пам'яті та уяві букет і смак напою з таємницею його походження через природу, історію та дух місцевості, технологічну культуру виробництва, особисто познайомитися з виноробами, дізнатися про вікові традиції господарства. [7]

Винний туризм протягом десятиліть був важливою частиною виноробної промисловості. Це допомагає отримувати дохід, зберігаючи та розвиваючи культурну спадщину виноробного регіону. Таким чином, винний туризм може стати ключовим елементом сталого розвитку виноробних регіонів у всьому світі. Щоб зібрати достовірну інформацію на цю тему, Hochschule Geisenheim University в листопаді 2021 року провели глобальне онлайн-опитування за участю 1579 виноробних підприємств з більш ніж 40 країн.

Результати опитування чітко показують, що засади сталого розвитку прийшли у виноробну індустрію, а також у винний туризм, і, безсумнівно, відіграватимуть важливу роль у майбутньому. А велика кількість учасників відображає глобальний інтерес до цієї теми».

Серед основних підсумків дослідження – те, що світові виноробні демонструють все більшу увагу до екологічних засад роботи та впроваджують дружні до довкілля практики, як-от дбайливе використання енергії, переймаються розробкою довгострокової стратегії та співпрацею з регіональними компаніями щодо екологічних та інших ініціатив. 40% виноробень – учасників опитування – заявили, що довкілля є найважливішою опорою сталого винного туризму, й турбота про природу неодмінна складова стратегії сучасної відповідальної компанії.

Цікавими є дані дослідження в розрізі країн. Так, наприклад, Франція декларує, що в екологічному контексті для них найбільше значення має біорізноманіття, для Австрії – регіональні особливості, а для США – енергія. Наприклад, в Шато Чизай вивчають проєкт з перетворення залишків лози після сезонних обрізок на екопаливо[8].

У своїй монографії Д. І. Басюк зазначила фундаментальні принципи винного туризму, до яких автор віднесла: автентичність, атрактивність, комплексність та культуру споживання [9]. Характеризуючи принцип атрактивності автор передбачає таку організацію програми винних турів, за якої туристи отримали б яскраві та оригінальні враження не лише від

споживання вина, а й від технології виробництва, приміщення, інтер'єру, посуду, творів мистецтва пов'язаних із виноробством, а також забезпечення виняткової атмосфери відвідання об'єкта винного туризму.

На сьогоднішній день існує велика кількість міжнародних організацій, що здійснюють свою діяльність у сфері гастрономічного туризму, а саме: Всесвітня організація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) Міжнародна асоціація кулінарного туризму (The International Culinary Tourism Association) Міжнародний інститут кулінарного туризму. В багатьох країнах також активно функціонують національні організації в сфері гастрономічного туризму: Іспанська асоціація вина і кулінарного туризму (Spanish Association of wine and culinary tourism) (2009), Національна організація винного туризму Грузії (2014).

На сьогоднішній момент винний туризм більше відповідає дегустаційному туризму. Проте винний туризм може трактуватися як відвідування виноградників, винних заводів, винних фестивалів для дегустації та придбання вина [10].

Зарубіжні дослідники вважають, що в основі моделі винного туризму лежить інтерес до вина, який мотивований привабливою місцевістю та можливістю дегустації. Культурний пейзаж виноградної плантації, пам'ятки архітектури, мальовничі села, замки, шато, виноробні заводи, особлива атмосфера спілкування з людьми, які закохані у вино, феєричні свята і багата палітра смаків під час дегустації – це важливо і для туристів, і для виробників вина, які приймають ділові рішення щодо організації винного туру. [11]

Тому підприємства беручи до уваги все вищенаведене формують свої пропозиції також додатковими послугами, такими як:

- відвідування плантацій виноградників, 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 та підвалів, дегустація вин, коньяків, інших видів алкогольної продукції;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина;
- участь у винних фестивалях та тематичних святах;
- відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах.

Максимальний розвиток винного туризму можна досягти об'єднавши винний, етнографічний та зелений і сільський туризми.

1.3. Особливості розробки та формування винних маршрутів

Формування національного винного туризму значною мірою визначається розвитком мережі регіональних винних шляхів – спеціально прокладених туристичних маршрутів, що передбачають відвідування виноградників, виноробних підприємств, винних фестивалів у поєднанні з відпочинком та розвагами. Досвід європейських країн, США, Австралії, ПАР свідчить про те, що винні шляхи успішно створюються й ефективно функціонують за умови активної підтримки держави та скоординованої роботи зацікавлених підприємств і організацій регіону. До прикладу, у Франції, у винному регіоні Лангедок – Русійон, 1994 року було створено Регіональний комітет розвитку туризму Лангедок – Русійон, яким на основі поєднання місцевих архітектурно – історичних пам'яток та об'єктів виноградарства й виноробства було сформовано декілька винних маршрутів з метою підтримки місцевої економіки та стимулювання виробників винної продукції. Інші європейські країни – Угорщина, Молдова, Португалія – почали формувати маршрути винного туризму з урахуванням регіонального розвитку культурно – пізнавального й сільського зеленого туризму.

Багато винних шляхів та маршрутів у Європі розвиваються за підтримки Європейської ради винних доріг, офіс якої розташований у Бордо. Ця рада об'єднує більше 60-ти винних областей і регіонів та співпрацює з Асамблеєю винних регіонів Європи.

Європейська рада винних доріг зосередила свою діяльність у таких ключових напрямках:

- інвентаризація й опис винних шляхів у різних країнах Європейського континенту;
- формування стандартизованої системи піктографічної інформації на винних маршрутах та окремих об'єктах винного туризму;
- консалтингова підтримка створення нових винних шляхів, їх подальшого розвитку й функціонування;
- маркетинг винного туризму, поширення інформації про винні тури, фестивалі, відкриття нових об'єктів;
- інформаційна підтримка винного туризму через мережу Інтернет, налагодження взаємообмінів між країнами та регіонами, наукові дослідження, видання фахової літератури, співпраця з ЗМІ. [12]

Успішний розвиток винного шляху як туристичного продукту, значною мірою залежить від ефективного управління й координації, Європейською радою винних шляхів та Асамблеєю винних регіонів Європи розроблено операційні інструменти, які допомагають об'єднати роботу всіх зацікавлених підприємств і систему управління винними шляхами, а саме:

1. Маркетингові дослідження ринку та ґрунтовне вивчення різних сегментів потенційних винних туристів, їх вимог і потреб для розроблення багатоступеневого диференційованого продукту.

2. Ознайомлення з успішним досвідом уже існуючих винних шляхів, основними досягненнями і проблемами в їх функціонуванні, на цій основі розроблення регіональних маршрутів з урахуванням не тільки розташування об'єктів винного туризму, але й місцевої транспортної та готельної інфраструктури, привабливих туристичних цікавинок тощо.

3. Розроблення і реалізація заходів підтримки винного шляху, що передбачає прийняття програмних та нормативних документів, які б сприяли діяльності суб'єктів винного туризму, а також передбачали вимоги якісного туристично-екскурсійного обслуговування, екологічної безпеки, якості й безпеки винної та гастрономічної продукції. Цей напрям також передбачає підтримку в галузі підготовки кадрів, бізнес-консультування, ведення бухгалтерського обліку, маркетингу, застосування інформаційних технологій, доступ до кредитних ресурсів тощо.

4. Пошук зацікавлених учасників винного шляху та координація їх діяльності з метою максимального забезпечення інтересів. Як правило, до організації винного шляху можуть бути залучені

- винні заводи й виноградно-виноробні підприємства;
- органи державної влади та місцевого самоврядування;
- готелі й інші засоби розміщення; – туристичні оператори та турагенції;
- ресторани, бари, кафе, дегустаційні зали, винні підвали;
- дистриб'ютори винної й гастрономічної продукції;
- заклади культури і дозвілля, музейні установи, екскурсбюро;
- оселі сільського зеленого туризму;
- освітні заклади; – лікувально – профілактичні заклади (санаторії, профілакторії);
- підприємства, що надають додаткові та супутні туристичні послуги;
- професійні асоціації виноробів, сомельє, кулінарів;
- організації інноваційної інфраструктури: бізнес-центри, інноваційні фонди, бізнес-інкубатори, фонди підтримки підприємництва, ресурсні центри й центри регіонального розвитку. [13]

Важливим питанням є налагодження комунікацій між зацікавленими учасниками винного шляху та спосіб формування взаємозв'язків між ними. У світовій і вітчизняній практиці такими формами об'єднання виступають або професійні асоціації та союзи, або регіональні кластерні моделі.

1. Просування і маркетинг туристичного продукту винного шляху, створення і підтримка відповідного бренда, формування комунікаційної політики в рамках загальної маркетингової стратегії регіону й у взаємодії з інформаційною політикою окремих виробників.. У комплексі маркетингових комунікацій винного шляху та продуктів винного туризму фундаментом є формування громадської думки (ФГД) і PR. Саме стадія закладання фундаменту повинна пророблятися найбільш ретельно, тому що від його якості залежить якість усього будинку.

А тому винний туризм потрібно сприймати 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. 1.1).

Таблиця 1.1. Специфіка обслуговування туристичного продукту винного туризму

Види послуг	Основні послуги	Додаткові послуги	Супутні послуги
1	2	3	4
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	Послуги місцевої інфраструктури

Продовження табл. 1.1

1	2	3	4
Специфічні	Розміщення у винних готелях, гостьових віллах і будинках виноробів, оселях сільського зеленого туризму, харчування у спеціалізованих винних ресторанах, організація еногастрономічних банкетів	Відвідування плантацій виноградників, 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.	Придбання традиційних продуктів харчування, придбання устаткування і обладнання для дегустації, зберігання, транспортування, виготовлення вина та інших алкогольних напоїв; доставка алкогольних напоїв

Аналізуючи таблицю, можемо сказати, що основними послугами в туризмі є транспортне обслуговування, проживання і харчування. Специфічність даних послуг у винному туризмі проявляється у виборі винних готелів, традиційних садиб виноробів, відвідуванні ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина, участі у еногастрономічних трапезах тощо. [14]

Наступний крок за формуванням громадської думки та PR-компанією – це реклама. Реклама більшою мірою, ніж інші елементи комплексу комунікацій, пов'язана з діяльністю щодо формування громадської думки, але більш конкретизована й чітко орієнтована на певні цільові аудиторії. Реклама створює умови як для успішного особистого продажу, так і для ефективного

стимулювання збуту. Її головне завдання – здійснення споживачем дії, тобто покупки, крім того, не менш важливим для виробників винної продукції є підтримка та зміцнення лояльності споживача до торгової марки чи регіону виробництва. Ефективне впровадження зазначеного маркетингового комплексу забезпечує високий рівень попиту на винні тури. [15]

Обов'язковими елементами винного шляху є дегустаційні зали та винні підвали, які фокусують інтерес туристів до вина й повною мірою забезпечують можливість продегустувати винні напої і придбати його у виробників. Для невеликих виноробних підприємств дегустаційний зал / винний підвал – це важливий пункт продажу власної продукції з огляду на складність виходу на мережі роздрібною торгівлі та зовнішні ринки.

В умовах гострої конкуренції на ринку алкогольної продукції висока якість запропонованих вин і професійне обслуговування є запорукою не тільки успішних продажів, але й тривалого інтересу та прихильності до виробників. Оскільки саме у винному підвалі відбувається контакт туриста і вина так би мовити «віч- на-віч», важливо врахувати фактори, які визначають позитивні або негативні враження людей і їх подальшу споживчу поведінку.

Серед вагомих факторів слід відзначити:

- розташування та інтер'єр дегустаційного залу/винного підвалу;
- високі якісні характеристики вина;
- асортимент;
- ціну;
- культуру обслуговування;
- атракції, можливість для набуття нового досвіду і знань.

Два останніх фактори особливо важливі, оскільки гарне проведення часу, насолода від якісної їжі та вина, гостинність персоналу, манера спілкування й увага до кожного гостя формують позитивні емоції та враження, які визначають мотивацію як для покупки, так і до повернення в цю місцевість.

Фахівці в галузі винного туризму Брок Кембоерн та Нікі Макайос на основі аналізу існуючої європейської й американської практики виділяють

головні проблеми формування винних шляхів. Для того щоб спростити створення нових винних шляхів та поліпшити ефективність уже існуючих, необхідно звернути увагу на розроблення оптимального маршруту винного шляху, який би враховував особливості рельєфу і мальовничість пейзажу, транспортну доступність, поєднання відвідування виноградників, винних підприємств, дегустаційних залів та винних підвалів з можливістю оглянути природні та історичні пам'ятки, музеї, галереї, ринки, магазини.

Туристи повинні мати чітку карту такого маршруту з достатньою інформацією про всі туристичні об'єкти, а також засоби розміщення, харчування, додаткових послуг [16]. По-друге, необхідно потурбуватися про підготовку кадрів та підвищення кваліфікації уже працюючого персоналу. Спеціалізоване навчання в галузі винного туризму визначає якість послуг для відвідувачів, а з точки зору стратегічного розвитку винного регіону професійна підготовка свідчить про вихід за рамки аматорства чи окремого захоплення і початок серйозного бізнесу. По-третє, важливим є подолання корпоративних інтересів та пом'якшення конкуренції між окремими виробниками у мікрорегіоні, подолання конкурентних тенденцій і розвиток партнерського співробітництва між секторами індустрії туризму та підприємствами виноградно-виноробної галузі. Усвідомлення необхідності співпраці для створення і просування туристичного продукту та об'єднання зацікавлених сторін у тій чи іншій формі виступає необхідною умовою для успішного функціонування винного шляху.

Фахівці туристичного бізнесу та спеціалісти – енологи розробляють тематичні винні маршрути. Зокрема, потрібно відмітити оригінальну туристичну подорож розроблену Туристичним інформаційним центром Закарпаття на замовлення Асоціації приватних виноробів краю «Винний шлях Закарпаття» та підготовлено екскурсоводів по маршруту, розроблено анімаційні програми, щоб перетворити виноробні господарства на туристичний об'єкт підвищеної привабливості й продемонструвати збір винограду, гастрономічні

традиції, культуру виноробства, а також запропонувати дегустацію вина та традиційні сувеніри.

Серед критеріїв оцінювання ефективності розвитку винних шляхів у контексті сталого розвитку регіону можна розглядати:

- оригінальність продукту, його різноплановість і диференціацію;
- співвідношення ціни та якості;
- інформаційну й маркетингову підтримку;
- наявність кваліфікованого персоналу;
- розвиток інфраструктури;
- вплив на культуру споживання та здоровий спосіб життя;
- зростання туристичних потоків у регіоні;
- розвиток виноградно - виноробних підприємств, зростання обсягу прямих та оптових продажів. [17]

Винні дороги розвиваються лише з комплексним підходом та максимальною підтримкою держави, учасників та туристичних фірм.

Висновки до 1 розділу

Винний туризм найбільш популярний напрямок в туристичному бізнесі. Передбачає дегустацію місцевих сортів винограду, відвідування заводів з виробництва вина, де можливо ознайомитися з технологією виробництва, зберігання, відвідування дегустаційних залів та інших приміщень з метою дегустації місцевих вин, а також можна відвідувати ресторани, які пропонують місцеву вину карту з функцією дегустації тощо.

Все це приводить до того, що винний туризм більше схожий до дегустаційного виду, але на сучасному етапі його виділяють окремо саме через відвідування виноградників, заводів, фестивалів тощо.

З метою його максимальної популяризації розвивають такий напрям діяльності як винні дорожні маршрути або винні шляхи. Розвивати якісно ці

дороги можна лише при якісному та оригінальному продукті, коли ціна та якість співпадають, на підприємстві працює висококваліфікований персонал, туристична інфраструктура розвивається та відповідно розвиваються й виноградно-виноробні підприємства.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ ФРАНЦІЇ

2.1. Загальна характеристика Франції

Франція – це високорозвинута держава на заході Європи, межує на північному сході з Бельгією і Німеччиною, на сході з Німеччиною, Швейцарією й Італією, південному-заході з Іспанією й Андоррою, на півдні



омивається Середземним морем, на заході — Атлантичним океаном. Входить до Великої вісімки країн світу. Девізом країни є три відомих слова: "Свобода, Рівність, Братерство". Це країна славетної історії, моди, вина і поцілунків. Прапор Франції наведено на рис.2.1. [18]

Рис. 2.1. Прапор Франції

Франція є найбільшою країною Західної Європи. Більша частина країни лежить на європейському континенті (до складу держави входить 20 заморських територій). Протяжність країни з півдня на північ складає майже 1000 км. Територія Франції омивається Атлантичним океаном, протокою Ла-Манш, Північним і Середземним морями.

Французька Республіка надзвичайно різноманітна в плані рельєфу. Найнижча точка країни — дельта Рони. Найвища — гора Монблан (4810 м), найбільша вершина Альп. На півдні, вздовж кордону з Іспанією, простягнулися гори Піреней. На південному сході розташовані Альпи й гори Юра, які відокремлюють Францію від Італії та Швейцарії. Між долинами Рони, Луари й Гаронни розташований Центральний Французький масив, який являє собою результат руйнування давніх гір. Гори Вогези відокремлюють річку Рейн від рівнин Ельзасу. Північ Центральної Франції зайнятий

Паризьким басейном, на південному заході біля підніжжя Піренейських гір розташована Гаронська низовина, на південному сході — низовина Рони.

По території країни протікає кілька великих річок, які впадають в Атлантичний океан або Середземне море. Найбільша річка Франції — Луара, яка в минулому була важливою торговою артерією. Інші великі річки: Рона, Сена, Гаррона. Рона є найповноводнішою річкою. Вона впадає в Середземне море та утворює велику болотисту дельту, в якій розташований заповідник Камарг.

Територія Франції значно змінена діяльністю людини. Величезна площа зайнята сільськогосподарськими угіддями, виноградниками та пасовищами. Ліси займають близько 30 % території. У північних і західних районах переважають широколистяні ліси (дуб, бук, береза), на середземноморському узбережжі — субтропічна рослинність. В лісах живуть олені, козулі, лисиці, кабани. На узбережжі можна зустріти багато птахів. Камарг є ареалом проживання фламінго. На півдні Франції (в Провансі) живуть гекони. [22]

Клімат Франції досить різноманітний, але на більшій частині території країни він помірний з теплим літом і м'якою зимою. Середземноморське узбережжя характеризується субтропічним кліматом з жаркою погодою літом і дощовим холодним періодом. Східна Франція — помірний клімат з порівняно жарким літом і прохолодною зимою. Північний захід країни характеризується помірним морським кліматом з прохолодним літом. У гірських районах Альп і Піренеїв інші умови — зими холодні й снігові.

Океанічний вплив проявляється у встановленні теплої вологої погоди. Західні повітряні маси, проходячи над теплими водами Північно-Атлантичного течії (продовження Гольфстріму), насичуються вологою. При проходженні над океаном це повітря влітку охолоджується, а взимку прогрівається. У результаті при поширенні західних повітряних мас рідко спостерігаються екстремальні температури. Наприклад, у Бресті, на північному заході країни, середня температура січня 7°C, липня - 17°C. Тут

волого, за рік налічується 185 днів з опадами, а загальна сума опадів досягає 840 мм. Більша частина опадів випадає у вигляді безперервного морозячого дощу. Хмарність зазвичай висока, великі снігопади і морози бувають рідко.

Континентальний вплив супроводжується сухою погодою з більш різкими температурними контрастами. Повітряні маси, що надходять зі сходу з обширних внутрішніх частин Євразії, приносять мало вологи. При цьому взимку встановлюється холодна погода, а влітку - жарка. Наприклад, в Страсбурзі, на сході країни, середня температура січня -1°C , взимку період з температурами нижче 0°C зазвичай складає 80 днів, включаючи не менше 20 днів зі снігом. Проте літо в Страсбурзі жарке і часто задушливе, характерні рясні дощі.

Середземноморський вплив поширюється на приморську зону шириною 160 км на півдні Франції. Зими тут м'які і вологі, хоча більша частина опадів випадає у вигляді нетривалих злив, а в проміжках між ними стоїть ясна погода. Літо жарке і сухе. Наприклад, в Марселі середня температура січня 7°C , а липня 22°C , хоча вдень температура іноді підвищується до 38°C . Середня річна сума опадів складає 580 мм, у році налічується 95 днів з опадами. Містраль, холодний вітер, іноді дме з півночі, особливо взимку, приносить незвично холодну погоду на середземноморське узбережжя Франції.

Місцями клімат істотно змінюється з висотою - в таких гірських районах, як Вогези, Юра, Центральний масив, Піреней і Альпи. У цілому з висотою температура знижується, а кількість опадів збільшується. У горах навіть у розпал літа вдень бувають низькі температури і сильні снігопади. Більша частина снігу навесні і влітку тоне, але на великих висотах сніг зберігається, там розвинені льодовики. Монблан покритий снігом цілий рік.

[18]

Вона посідає провідне місце у світі за обсягом промислового й сільськогосподарського виробництва. Вважається четвертою за значенням промисловою країною світу, провідною сільськогосподарською державою

Західної Європи, їй належить четверте місце у світі за експортом капіталу. Промисловість забезпечує 1/3 робочих місць, 40% інвестицій, 80% вартості експорту. Видобувають кам'яне вугілля (понад 7 млн т), лігніти (понад 1,5 млн т), природний газ (понад 3 млрд куб. м), нафту (близько 3 млн т), залізну руду, боксити, цинк, уран, золото, калійну, кам'яну і кухонну солі. Річне виробництво електроенергії становить понад 450 млрд кВт/год. 2/3 (за іншими даними — 3/4) виробництва електроенергії забезпечують атомні електростанції. Це — важлива специфічна ознака Франції. Розвинені чорна і кольорова металургія. Виплавляються чавун, сталь, алюміній, мідь, свинець, цинк тощо. Машинобудування — провідна галузь промисловості. Випускають автотранспортні засоби, судна, трактори, авіаційну та аерокосмічну техніку. Розвинені електротехніка, радіоелектроніка, а також хімічна, нафтохімічна і нафтопереробна галузі промисловості. Французькі парфуми, текстиль, одяг і галантерея здобули визнання в усьому світі. Промисловість країни територіально тяжіє до району Великого Парижа, півночі, сходу, портових міст Середземноморського узбережжя та інших. Французи любляють смачно поїсти. Французька кухня вважається однією з найвишуканіших у світі. Світового рівня розвитку досягла харчова промисловість, зокрема виноробство. З вином французи не розминаються: п'ють його і тоді, коли сідають за кермо автомобіля. Через це річно на французьких автошляхах гине до 7 тис. осіб.

Розвинені всі види транспорту. Довжина залізниць — 34 тис. км, автошляхів — близько 1 млн км.

Понад півсотні міст країни сполучені між собою швидкісними залізницями. У 1994 р. під Ла-Маншем прокладено залізнично-автомобільний тунель. Внутрішнє судноплавство здійснюється Сеною (від Парижа до моря), Рейном і каналами Сена — Севр, Марна — Рейн тощо. Тоннаж морського флоту — близько 4 млн брутто-реєстрових т. Отже, Франція є помітною морською державою. Головні морські порти — Марсель, Гавр, Дюнкерк, Руан, Нант-Сен-Назер, Бордо. На них випадає 90% вантажообороту морських портів

країни. Міжнародні аеропорти — у столиці, Бордо, Ліллі, Ліоні, Марселі, Ніцці, Страсбурзі, Тулузі.

Основні експортні товари — промислове устаткування, побутові прилади, хімічні товари й напівфабрикати, одяг, взуття, автомобілі, сільськогосподарська продукція.

За обсягом зовнішньої торгівлі та експорту промислової продукції Франція посідає четверте місце у світі (після США, ФРН і Японії). Частка експорту у внутрішньому валовому продукті після 1981 р. перевищує 25%.

Імпортують товари промислового призначення, продукцію машинобудування, транспортне устаткування, нафту, деякі продукти харчування та напої тощо.

Головні зовнішньоторговельні партнери — країни Європейського Союзу, передусім Німеччина та Італія.

Франція вважається одним із найпр-вабливіших регіонів іноземного туризму. Щороку її відвідують понад 50 млн осіб. Туризм — важливе джерело валютних надходжень.[23]

Всі ці особливості географічного розташування, політичної підтримки та клімату сприяють розвитку також й сільського господарства.

Франція займає 1-е місце у Західній Європі за виробництвом основних видів продовольства та 2-е - з виробництва м'яса, картоплі та винограду. Основою цього стали сприятливі природні умови і великі площі придатних для використання земель. Орні землі займають 19 млн га, луки і пасовища — 12 млн.га. Найкращі орні землі Франції знаходяться в басейні Сени і на північному сході. На більш зволоженому північному заході переважають луки та пасовища.

Загальний високий рівень розвитку країни також позитивно позначився на сільськогосподарському виробництві — воно належить до інтенсивних і високопродуктивних. Широкого поширення в галузі габула оренда, постачальницько-збутова кооперація.

У сільському господарстві працює 1,2 млн чол., середній розмір ферм становить 28 га. В цілому переважають малі та дрібні господарства - до 20 га. В умовах посилення конкуренції з боку інших країн ЄС та країн, що розвиваються, все більшого значення набувають великі господарства, що користуються підтримкою держави (проводиться субсидування фермерів). У виробництві кращі показники характерні для Північної Франції, гірші — для південних районів. [18]

Важливу роль відіграє виноградарство. За збором винограду, виробництвом і експортом вина, споживанням його на душу населення Франція займає друге місце в світі, лише трохи поступаючись Італії. Щороку у Франції збирають біля 7 млн.т винограду, понад 600 млн.літрів вин. Французькі вина вважаються найкращими в світі. Виноградна лоза потрапила в Галлію ще за римських часів. Північною межею її поширення стала умовна лінія, яка простягається від Нанта до Реймса через Париж.

Виноград для власних потреб вирощують повсюдно, майже в кожному господарстві. Товарне виробництво сконцентроване у великих господарствах, які мають погребі. Майже 1/2 вина надходить з півдня, але це дешеві столові сорти. Базою високоякісних марочних вин (бордоське, анжуйське, бургундське, шампанське, рейнське) є невеликі за площею анклав з властивими лише їм ґрунтами, експозицією схилів, сортом лози, методами вирощування і переробки. У назвах виноробної продукції знайшли втілення не тільки назви колишніх провінцій, а й таких міст Франції, як Кагор і Коньяк. Майже 40% вироблених вин припадає на район Лангедоку. [18]

Сьогодні не можливо уявити у винному світі без свята Le Beaujolais Nouveau. Його ще називають “Винний Новий рік” або свято Божоле Нуво.

В третій четвер листопада в усьому світі відзначають свято молодого вина – Божоле Нуво. Божоле Нуво – вино видне вже за походженням: Франція, Бургундія, регіон Божоле. Його виробляють із сорту винограду Гаме.

Молоде вино регіону Божоле не сприймається французами всерйоз, бо це, скоріш, весела традиція та успішний маркетинговий хід. Про це свідчить

те, що щороку близько 40 млн пляшок цього напою експортується в більш ніж 100 країн світу і користується неабиякою прихильністю. У французів навіть є звичай – пройти в цей день по кількох барах і в кожному випити по келиху Божоле Нуво. [19].

В даному регіоні є багато інших сортів винограду та вин, але свято заслуговує це вино, через те, що раніше продаж молодого вина в пабах та барах був незаконним. Вина осіннього врожаю можна було продавати лише у грудні. Проте, 9 листопада 1951 року цю заборону скасували. І наймолодше вино з можливих регіону Божоле з'явилося у бістро всіх регіонів Франції, стало модним у Парижі. День, коли Божоле Нуво відкривають та п'ють, вирішили відзначати кожного третього четверга листопада. Щоб популяризувати традицію, їй навіть вигадали рекламний слоган: “Божоле Нуво прибуло” («Le Beaujolais est arrivé!»)

Цей слоган прославив Божоле Нуво спочатку у франкомовних країнах: Бельгії та Швейцарії, а після слава дісталася і англомовних країн, насамперед Великобританії.

Процес його виробництва дуже цікавий. Виноград витримується в невеликих чанах до тижня, а потім бродить близько місяця. Тобто після закінчення процесу ферментації його одразу розливають по пляшках. Його аромат і смак стає від цього яскравим, насиченим, ягідним, при цьому майже відсутні таніни, а вміст алкоголю дуже високий. Це приємний п'янкий напій, який ідеально підходить для завершення осіннього періоду та символізує закінчення збору врожаю винограду. Свято молодого вина відзначають майже у кожному виноробному регіоні, але саме Божоле Нуво стало його символом. [20].

Божоле Нуво не є колекційним вином, його не можна довго зберігати: вже до першого березня наступного за врожайним року вино втрачає свої властивості.[19]

Розглядаючи регіон Божоле можна побачити, що тут виготовляють не лише знамените молоде вино, всього звідси походить ще 12 всесвітньо відомих вин.

Особливістю винної галузі є те що, що саме у Франції з'явилися такі важливі ключові поняття, як «терруар» і «апелласьон». Також це була перша країна, яка розробила систему стандартизації якості. Згодом принцип категоризації вин запозичили інші країни, в тому числі Італія, Іспанія і Португалія.

Францію можна відвідувати цілий рік. Найкраща погода з травня по жовтень. Зима на більшій частині території м'яка, але досить волога. Найкращий період з точки зору погоди та кількості туристів все ж є міжсезоння (весна або осінь). Липень і серпень — найвищий сезон з величезною кількістю туристів. Також в південних і центральних районах Франції може бути досить жарко. <https://mandry.club/krainy/france/>

2.2. Винні регіони Франції

Багато сомельє та винних експертів вважають, що вивчати світ вина треба починати з Франції. Там багато виноробних регіонів і кожен з них унікальний, має свої неповторні характеристики, а це значить, що і вина можуть значно відрізнятися одне від одного. Розглянемо найвідоміші.

Бордо - найстаріший регіон, розташований на Атлантичному узбережжі в помірному кліматі. Червоні вина Бордо вважаються світовим еталоном якості. Для їх виробництва в основному використовується чотири сорти винограду: Каберне Совіньон, Каберне Фран, Мальбек і Мерло. Регіон ділиться на безліч апелласьонів, найзнаменитіші: Медок, Грав, Сен-Емільон і Сотерн. Історично склалося так, що виробництвом вин в Бордо займаються невеликі приватні господарства, іменовані «шато», в перекладі з французької мови – «замок». Вони шанують традиції предків і ретельно стежать за якістю [21].

Найвідоміші вина: Château Haut Brion, Château Lafite Rothschild, Château Latour, Château Margaux, Château Mouton Rothschild, Château Ausone, Château Cheval Blanc, Château Grand Renouil, Château du Pavillon, Château Petrus. [24]

1. Каберне Совіньйон (Cabernet Sauvignon). Один із найвідоміших сортів для виробництва червоних вин. Напої з цієї ягоди виходять дуже насиченими, із високим вмістом танінів. У них присутні смаки чорної смородини, чорниці, чорноплідної горобини, фіалки, чорного та запашного перцю, спаржі, імбиру, ванілі, диму, шкіри та сигарного хьюмідора.

2. Мерло (Merlot). Ще один дуже поширений сорт винограду, який в асамбляжі з каберне совіньйон є знаковим для всього регіону. У м'якому смаку мерло відчуються тони сливи, вишні, лохини, шовковиці, оливок, м'яти, розмарину, фенхелю, шкіри, тютюну, карамелі, шоколаду, кави, диму та ванілі.

3. Каберне Фран (Cabernet Franc). З XVIII століття він активно вирощується на околицях Лібурні, де розташовані апелласьони Помероль та Сент-Емільйон. Одна з головних особливостей напою з цього різновиду винограду - аромат зеленого перцю, що робить його схожим на недозрілий каберне совіньйон. У Бордо каберне фран використовується у купажі із вищезгаданими сортами.

4. Пті вердо (Petit Verdot). Частіше постає як частина блендів, а моносортовом варіанті трапляється дуже рідко. Вино з пті вердо у чистому вигляді має практично чорний колір та високий рівень танінів.

5. Карменер (Carménère). Пізньодозріваючий сорт винограду, який був популярним до XVIII століття. Зараз він вирощується лише у кількох бордоських господарствах. Вино з карменера має середню щільність, з відтінками ягід та чорного перцю. [25]

Бургундія – це великий і неоднозначний регіон на сході країни, з різними ґрунтами і кліматичними умовами, тому вина Бургундії дивують своєю різноманітністю смаків. Переважно тут культивується виноград сортів

Шардоне і Аліготе. Найпрестижніші виноробні місцевості Бургундії: Шаблі, Кот і От-Кот, Маконне і Шалон. [21]

Тут виробляють одні з найдорожчих вин у світі. Бургундські напої виготовляються з таких самих сортів винограду (піно нуар і шардоне), що й в інших областях, проте є дещо, що відрізняє їх від побратимів — терруар. Це сукупність природно-кліматичних факторів та особливостей місцевості, що впливає на сортові характеристики вина. Рельєф, тип ґрунту, вітру, наявність водойм, лісів, кількість сонячних променів, тваринний та рослинний світ – все це робить напої регіону унікальними.

1. Grand Cru. Вищий клас напоїв із регіону Кот-д'Ор (Côte-d'Or). До нього відносяться лише 2% бургундських вин, які відрізняються високою вартістю та великою колекційною цінністю. Вони призначені для зберігання у льохах, при цьому витримувати їх потрібно щонайменше 5-7 років. На етикетці вказується лише назва виноградника, а не села та маркування Grand Cru.

2. Premier Cru. До цієї категорії входять приблизно 12% бургундських напоїв, які слід витримувати від трьох до п'яти років. Як правило, на пляшці вказується найменування виноградника, села та, безпосередньо, маркування Premier Cru.

3. Village Wines. Напої, виготовлені з винограду, зібраного в межах одного з 42 сіл або в некваліфікованому винограднику. Вина з кожної місцевості мають свої особливі якості та характеристики. Їхня частка на ринку регіону становить 36%. Розкупорювати напої можна вже за два-чотири роки після дати виробництва.

4. Regional wines. Найширша категорія вин, що виготовляються у всьому регіоні або на території, що перевищує площу окремого села. Такі напої не потребують витримки.

При виборі бургундського вина також слід звертати увагу як на клас, так і регіон, де було зроблено. Так, дуже цінується біле Шардоне з північного району Шаблі, яке має більшу кислотність і менш фруктовий смак, ніж подібні

напої з інших регіонів. А білі та червоні вина з Кот-д'Ор (Cote d'Or) вражають своїми цінами та найвищою якістю. [26]

Божоле - невеликий регіон поблизу Ліону. Вина Божоле в тренді щороку. Зараз, наприклад, дуже популярне Божоле Нуво – молоде вино. У нього навіть є свій день, який вигадали та популяризували французи. Вина ці особливі, так як регіон невеликий, та ще й до всього – холодний. Тому вирощують тут один сорт винограду – Гаме. Взагалі, вина з регіону Божоле через холод та інші неприємності з боку природи і погоди, не можуть зберігатися довго, витримуватися роками в бочках, тому молоді вина випивають одразу. [21]

Зіркою Божоле є сорт Гаме (Gamay), з якого виробляється переважна кількість місцевого вина. Такий напій має аромат черешні та полуниці, а при карбонічній мацерації (ферментація в ємностях, заповнених вуглекислим газом) набуває відтінків банана та карамелі. В результаті використання такої техніки виходять легкі червоні та рожеві вина, практично позбавлені танінності - Beaujolais Nouveau. Традиційно їх продаж починається з початку півночі третього четверга листопада — через шість тижнів після збору першого врожаю.

У регіоні існує неофіційна назва купажованого вина — бордоський бленд. В його основі лежать каберне совіньйон та мерло, які можуть доповнюватися каберне франом, мальбеком та пти вердо у різних пропорціях та комбінаціях. Дуже рідко до асамбляжу входить карменер. [26]

Шампань - усім відома батьківщина ігристих вин. Регіон знаходиться на півночі Франції біля кордону з Бельгією і Люксембургом. Винахідником шампанського вважається чернець-бенедиктинець П'єр Періньон, який першим піддав вино подвійному бродінню. У Шампані роблять білі і рожеві ігристі вина. Цікаво, що у виробництві використовуються два червоних сорти Піно Нуар і Піно Пенье, а також білий виноград сорту Шардоне. [21]

1. Blanc de Noirs. Біле вино або в цьому випадку шампанське, виготовлене з темного винограду. При видавлюванні соку йде мінімальний

контакт із шкіркою, тому майбутній напій має приємний жовтуватий, а не червоний колір. У Шампані Blanc de Noirs роблять із сортів піно нуар і піно мені або їх суміші.

2. Blanc de Blancs. Найкласичніший вид шампанського, який виготовляється з білого винограду шардоне. Порівняно з ігристим з темних сортів, цей напій має цитрусовий присмак, що згодом перетікає в медовий відтінок.

3. Rosé Champagne. Цей ігристий напій має ніжний рожевий колір, фруктовий аромат та землістий смак. При його виготовленні прозорий сік темного винограду на короткий термін залишають мацеруватися разом із шкіркою, внаслідок чого і виходить такий колір. Інший спосіб виробництва - коли в основу білого кюве (сік першого віджиму) додається червоне вино. [26]

Долина Луари - найбільший за площею регіон, що розтягнувся на 300 км в долині річки Луари. Клімат змінюється від морського до континентального. Площа величезна, тому тут розташована велика кількість апелласьонів. Розрізняють чотири великі зони, кожна з яких володіє особливим характером: місцевість Нанта, Анжу, Турень і Центральна Лаура. Виноград в регіоні культивується на східних схилах пагорбів. Перевага надається сортам: Каберне Фран, Гаме, Піно Нуар, Совіньон, Шардоне і Шенен. Тут пролягають близько 800 км винних маршрутів, які охоплюють усі основні регіони – Турень, Анжу-Сомюр, Нант та Верхню Луару. Крім дегустацій різних видів цього прекрасного напою, подорож Долиною Луари включає відвідування старовинних замків.

Характерна особливість місцевих вин – вони не можуть довго зберігатися, тому випивають молодими. У Луарі виробляються найрізноманітніші вина: червоні, білі, рожеві, сухі, напівсухі, солодкі і навіть ігристі. [21]

1. Sancerre та Pouilly-Fumé. Білі вина з совіньон блан, які виробляються в однойменних апелласьонах Сансер і Пуї-Фюме у Верхній Луарі. Візитною карткою цих кислотних мінеральних напоїв є аромат

висіченого кременю або рушничного пороху - *pierre à fusil*. Також у них відчуваються нотки агрусу та свіжої зелені.

2. Шен блан (*Chenin blanc*). Сорт, з якого виходять чудові напої різного ступеня сухості. Більшість цих виноградників знаходиться біля міст Анжу і Турень. Такі вина мають тони меду, айви, смаженого мигдалю та лаймового листя, а також специфічний запах мокрої вовни або затхлого каменю.

3. *Muscadet*. Біле вино з сорту мелон де бургонь (*Melon de Bourgogne*), яке виробляється в апелласьоне Мюскаді. Для розвитку додаткової ароматики його часто витримують на осаді, що надає напою м'якіший і багатший смак. На етикетці при цьому має бути напис - *sur lie*. Також у мюскаді відчуваються нотки яблук, цитрусів та зеленого перцю із солонуватим відтінком.

4. Каберне Фран (*Cabernet franc*). Найпоширеніший сорт червоного винограду. Тут його називають бретон (*Breton*), на честь абата, який зробив цю рослину популярною в регіоні. Найбільша кількість червоного вина з каберне франа виготовляється в апеласьонах Сомюр та Шинон. Тут воно цінується за аромат стиглих ягід та спецій. У легших винах можна відчуті ноти графіту і лакриці, а темних — сигар і виробленої шкіри. [26]

Долина Рони - регіон протяжністю 225 км на півдні Франції. Долина Рони ділиться на два субрегіону: північний і південний, так як різниця в кліматі і ґрунтах між двома його частинами істотна. Окрім білих, рожевих та червоних, в Долині Рони можна знайти натуральні солодкі вина, зроблені з Мускату та Гренашу. Культивують такі сорти червоного винограду, як Сіра, Гренаш, Каріньян, Мурведр, Сенсо, Кунуаз, Вакарез. Що до білих: Марсан, Уні Блан, Гренаш Блан, Пікпуль, Віоньє. [21]

1. *Côtes du Rhône*. Найбільший апелласьон регіону, де виробляються червоні, рожеві та білі вина. Але майже 90% із них — червоні напої на основі ронського бленду (*GSM*), який складається з сортів гренаш,

сиру та мурведра. У таких винах відчуваються ноти чорносливу та чорної смородини.

2. Châteauneuf-du-Pape. Цей апелласьон теж відомий своїми винами із класичного бленду. Але тут також можна зустріти багатосортові напої з виноградів GSM та сорти кунуаз.

3. Hermitage. На цій території виробляють червоні та білі вина із сортів сиру, русану та марсану. Вони відрізняються своєю насиченістю та високою концентрованістю, а також ароматами чорних ягід та маслин.

4. Tavel. Район, де виготовляються прекрасні рожеві сухі вина з гренажу, сиро і сенсо з яскравим фруктовим смаком. Це одні з небагатьох таких вин, які при витримці лише стають кращими. [26]

Прованс - найдавніший регіон з м'яким кліматом, в якому виноградну лозу почали вирощувати грецькі колоністи ще в VI столітті до нашої ери. Місцевість використовує широкий спектр виноградних сортів: Мурведр, Сіра, Гренаш, Каберне Совіньон, Бурбулан, Клерет, Семільон, Совіньон. Вважається, що одні з найкращих рожевих вин виробляють саме тут. Нажаль, розе затьмарило усіх свої білих та червоних "родичей", хоча вони також заслуговують окремої уваги. [21]

1. Côtes de Provence. Найбільший апелласьон Провансу виробляє головний марочний напій цієї місцевості - рожеве вино. Основні сорти для нього - гренаш, мурведр, сенсо, тибурен (Tibouren) та сиру. Ці вина відрізняються свіжим смаком із фруктовими та квітковими ароматами.

2. Coteaux d'Aix-en-Provence. Другий за величиною апелласьон, який робить усі види вина, але більше спеціалізується на червоному. Разом з рожевим воно виготовляється із сортів гренаш, мурведр, сенсо, сиру, кунуаз, каріньян та каберне-совіньон. Основою для білого вина є верментино (Vermentino) або, як його називають місцеві, ролле (Rolle), а також клерет (Clairettes), гренаш блан, совіньон блан та уні блан (Ugni Blanc).

3. **Vandol.** Регіон спеціалізується на насиченому червоному вині, основним інгредієнтом якого є мурведр. Його частка становить щонайменше 50%. Також у місцевий бленд входять гренаш та сенсо.

4. **Cassis.** Прекрасні повнотілі білі вина з ароматами трав. Вони виробляються з сортів клерет, марсан, уні блан та совіньйон блан. [26]

Історичний та виноробний регіон розташований у долині річки Рейн на північному сході Франції, біля кордону Німеччини та Швейцарії. Погода тут недостатньо жарка для червоних сортів, тому Ельзас славиться своїми білими винами різного ступеня насолоди. Більшість із них — багатосортові, що не дуже характерно для країни, і мають маркування Alsace AOC. Білі напої з певних виноградників позначаються Alsace Grand Cru AOC, а ігристі Crémant d'Alsace AOC. Усі вина цього регіону, за винятком останніх, можна дізнатися з витягнутої пляшки-флейти.

Ельзаська винна дорога тягнеться на 170 км - від міста Мольсем на півночі до містечка Тан на півдні. Вона пролягає вздовж найкрасивіших сіл і популярних виноделен. Це найстаріший винний маршрут у Франції.

Тут вирощують популярні сорти такі як :

1. **Гевюрцтрамінер (Gewürztraminer).** Дуже ароматний різновид білого винограду з рожевою шкіркою, з якого виходять вина із золотаво-мідним відтінком. У смаку такого напою відчуваються нотки лічі, абрикоса, персика, ананаса, дині, імбиру, пелюсток троянд та диму. Десертні вина цього сорту виготовляють із винограду пізнього врожаю, який збирається вручну, що впливає на його ціну.

2. **Рислінг (Riesling).** Ще один білий сорт, що росте біля річки Рейн. Він має високу природну кислотність, що робить його одним з найпопулярніших видів для вин пізнього врожаю. Рислінги мають легке тіло, йому притаманні аромати цитрусових і кісточкових фруктів, білих квітів і бензину. Останній свідчить про високу якість напою.

3. **Піно гри (Pinot Gris).** Вина з нього відрізняються насиченим золотим кольором зі складним ароматом, у якому відчуваються лимон, лайм,

білий нектарин, груша, яблуко, мед та абрикос. До 2007 року цей виноград в Ельзасі називали Токау або Токау d'Alsace, доки Європейська комісія не заборонила таке найменування в регіоні, щоб уникнути плутанини з угорськими токайськими винами.

4. Мускат (Muscat). На відміну від таких самих вин з півдня Франції, ельзаський сорт — сухіший, зі стійким і тонким ароматом свіжого винограду, іноді з квітковими нотками. Напій має прозорий золотистий колір із сріблястими відблисками. Він чудово підходить у вигляді аперитиву.

5. Піно блан (Pinot Blanc). Вина цього сорту мають легкий аромат стиглих садових фруктів із квітковими відтінками. Це білий варіант піно нуару блідо-жовтого кольору із зеленими відблисками.

6. Сільванер (Silvaner). Одне з традиційних вин, прозорого кольору із зеленуватим відтінком. Воно має свіжий легкий аромат з фруктовим квітковим букетом і нотами свіжоскошеної трави.

7. Піно нуар (Pinot Noir). Єдиний сорт червоного винограду, який вирощується в Ельзасі, з якого виробляють легкі напої зі смаком вишні, малини та смородини. [26]

Лангедок-Руссійон - регіон, що займає перше місце у Франції, як по обсягам виробництва, так і по площі, зайнятій виноградниками. В звязку з тим, що протягом довгого часу якість вина тут поступалася обсягам, зараз тут пропонують вина із шармом і характером. Саме тут найбільше експериментують із напоєм. Регіон досить поважають за натуральні солодкі вина – мускати Люнеля, Міравеля, Рівзальта. Із червоних – морі та баньюльсе. Із білого винограду тут зустрічається Шардоне, Клерет, Гренаш Блан, Рислінг, Бурбулен, Марсан, Мускат. Із червоних сортів: Каріньян, Сіра, Гренаш, Сенсо, Мело та Мурведр. [21]

1. Blanquette de Limoux. Білі ігристі вина на сотню років старші за своїх побратимів із Шампані, що робить Ліму батьківщиною цього напою. Основним компонентом прабатька шампанського є виноград мозак, який

блендується з сортами шенен блан та шардоне. В результаті виходить висококислотне вино з фруктовим ароматом та вираженим яблучним тоном.

2. Corbiers. Щільні червоні вина, родом із гірського регіону Корб'єр. У їхньому насиченому смаку відчуваються стиглі ягоди та фрукти, а також солодкі спеції. Іноді присутній аромат диму та шкіри.

3. Minervois. Найдавніший вид червоного вина у регіоні, відомий ще з часів Римської Імперії. Він виготовляється з сортів гренаш, сиру, мурведр та каріньян та має повний смак із пряним ароматом та відтінками диких фруктів.

4. Picpoul de Pinet. Оригінальне біле вино, яке виготовляється з найдавнішого сорту винограду на території Франції. Воно має практично прозорий колір із зеленими відблисками, а в тонкому ароматі відчуваються нотки кольорів акації та глоду. [26]

Південно-західний регіон - це збірна назва кількох ізольованих один від одного виноробних локацій, які знаходяться в адміністративному окрузі Аквітанія. Не дивлячись на те, що вина об'єднує спільна тепла потужність, грубий, але привабливий характер сорту, з якого вони зроблені, вони досить відрізняються та відображають різноплановість теруарів. Білі сорти Південно-Західного регіону: Совіньон, Семільон, Мюскадель, Мозак, Курбю, Гро Мансен. Червоні: Каберне Совіньон, Каберне Фран, Мерло, Мальбек, Таннат, Фер Серваду.

Жюра - регіон на сході Франції, візитна картка якого – жовте вино, яке безумовно треба спробувати хоч раз у житті. Після багаторічної витримки воно набуває аромат грецького горіху. Також не варто обходити і класичні вина на основі Шардоне або Саваньєна. Червоні вина виробляють з винограду сортів Труссо, Піно Нуар та Пульсар. [21]

Вина Корсики особливі тим, що для того, щоб їх спробувати – треба їхати у Францію або дуже постаратися. Вино тут виробляють давно, а от на експорт майже нічого не відправляють. Але справа того варта, адже делікатні та ароматні вина Корсики точно заслуговують уваги. Тут культивують такі

сортів, як Верментіно та Мусках – з білих, Неллюціо, Шьякорело та Гренаш – з червоних. [21]

1. Patrimonio. Північний апелласьон, де виготовляються найкращі червоні вина острова на основі сорту санджовезе (Sangiovese), який називається ньеллучо (Nielluccio). Таке вино має характерний букет «Макія». У ньому відчуваються нотки прогрітих південним сонцем середземноморських трав і вічнозелених чагарників - ялівцю, розмарину, чебрецю, мирту.

2. Ajaccio. Тут виробляють вина, серед яких виділяються білі із сорту верментино – ключового виду цієї категорії на Корсиці. В основу червоних входить ще один традиційний сорт - шаккарелло, який повинен становити не менше 40% від кінцевого обсягу напою.

3. Muscat du Cap Corse. Ці солодкі вина виготовлені із сорту білий мускат (Muscat Blanc a Petits Grains) із додаванням натурального винного спирту. Такий напій отримав назву vin doux naturel і, по суті, є білим винним вином з високим вмістом алкоголю. [26]

Кожен регіон особливий, виноград вбираючи про своєму рості красу, любов, клімат, дає унікальний смак, післясмак, ароматність вину.

2.3. Сучасний стан туризму у Франції

Серед галузей нематеріальної сфери діяльності Франції виділяється туризм. Ще до другої світової війни за кількістю іноземних туристів Франція посіла перше місце в світі, зараз — третє (майже 40 млн чол. щороку), трохи поступаючись Італії та Іспанії. Природні й соціально-економічні умови Франції сприятливі як для екскурсійно-пізнавального, так і для лікувально-оздоровчого та спортивного туризму.

Серед природних рекреаційних факторів — теплий, помірний і субтропічний клімат, три морські узбережжя з пляжами, гірські масиви Альп і

Піренеїв, численні джерела цілющих вод. Країна славиться своїми приморськими і гірськими курортами, спортивними базами.

Франція з її двотисячолітньою історією багата на пам'ятки історії, культури, архітектури і мистецтва. Вони охоплюють стародавню римську епоху, середньовіччя, нові часи і сучасність. Насиченість території соборами, монастирями, палацами, фортецями і різноманітними музеями є однією з найвищих у світі. Ці споруди майже не зазнали руйнувань у ХХ ст. На охорону культурної спадщини витрачаються великі кошти, вона активно використовується для організації всіляких ювілеїв, свят, фестивалів тощо.

Франція має добре розвинену туристичну інфраструктуру, яка включає транспорт, заклади харчування, готелі, а також організацію турів, забезпеченість інформацією, картами, сувенірами тощо. Останнім часом усе більшого значення набувають об'єкти для проведення конференцій, нарад, симпозіумів, а також індустрія розваг.

Найважливішу роль у розвитку іноземного туризму відіграє зовнішній фактор — наявність спроможної клієнтури. Поруч з Францією розташовані багаті північно-західні європейські держави. Більш як 4/5 іноземних туристів у Франції — це німці, англійці, бельгійці, голландці, швейцарці та скандинави, решта — американці, японці й араби.

Одним з найпопулярніших видів туризму виділяють вино-гастрономічний туризм, це й не дивно, оскільки винно-гастрономічний туризм — доволі молодий вид подорожування, який стрімко набирає популярності у світі. На сьогодні прибутковість такого бізнесу — близько 6,5 млрд євро на рік [27].

На сьогодні винно-гастрономічний туризм взагалі, та французький зокрема, можна умовно розділити на такі види: сільський «зелений», міський, фестивальний та навчальний [28].

Сільський туризм передбачає, що основна частина подорожі проходить у провінційній місцевості, де туристи можуть спостерігати й брати участь у процесі збору врожаю, виготовленні того чи іншого продукту, дегустації,

просто влитися в «екологічний», «зелений» спосіб життя. Найчастіше сюди відносять і винний туризм, оскільки головним його принципом є дегустація вина в місці виробництва [29].

Серед найпопулярніших виноробних регіонів Франції – Бордо, Бургундія, Долини Рони та Луари, Ельзас, Шампань, Лангедок-Русільйон та Прованс. Кожен із них розділений на субрегіони та апелласьйони.

Найпопулярнішим у Бордо є регіон Медок. Тут щорічно виробляється більше 112 млн пляшок вина, з яких дві третини в апелласьйонах О-Медок і Медок [30]. Тут розміщені 4 найзнаменитіші виноробні Франції – шато Латур, шато Марго, Мутон Ротшильд і шато Лафіт. Більшість виноградників та виноробних підприємств відкриті для відвідання туристами. Саме тут розміщено й більшість центрів винотерапії [31].

Бургундія – не менш популярний регіон, проте не всі господарства приймають туристів. Найпопулярнішими є чисельні шато Шаблі, Кот-де-Бон та Божоле. По всій Бургундії, в третій четвер листопада, проходить відоме свято Божоле Нуво, що збирає туристів з усього світу [32].

В Долині Луари практично всі виноградники відкриті для туристів. Тут винний туризм часто поєднується з відвідуванням чисельних замків.

Кращі виробники вин Ельзасу – Трімбах, Крайденвайсс, Ботт-Гайл пропонують туристам екскурсії, ресторани та розміщення в готелях. Ельзас також є лідером серед випуску біовин та вин із заморожених ягід винограду [32]. Кожного серпня тут проходить регіональна виставка вин.

Регіон Шампань щороку реалізує 300 млн пляшок шампанського та вважається найбагатшим виноробним регіоном Франції. Найпопулярнішими є екскурсії та дегустації в Реймсі. Для туристів відкриті фабрики шампанських вин «Поммері», «Теттінгер», «Руінар» та «Піппер-Хайдсік» [33].

Регіони Прованс, Лангедок-Русільйон та Долина Рони часто об'єднують в один винний тур. Загалом, у цих трьох регіонах виробляється 65 млн далл вина, з яких 23 млн – споживається та закупається туристами [34].

Міський винно-гастрономічний туризм можна розглядати як наслідок зростання добробуту населення. Просто похід у ресторан не лише став загальнодоступним, а й перестав здаватися чимось надзвичайним. Споживач став більш вимогливим та обізнаним щодо кулінарії.

Одним із найвідоміших та найвпливовіших ресторанних рейтингів на сьогодні є «Червоний путівник» або «Червоний гід Мішлен», що оцінює ресторани за тризірковою шкалою. Згідно цього путівника, станом на 2014 р. більшість тризіркових ресторанів розміщувалися в Парижі. Ресторани цієї ж категорії є також у Жуаньї, Сольє, Ежені-ле-Бен, Ліоні, Вайрьє-дю-Лак, Шаньї, Руані, Сен-Бонне-ле-Фруа, Ілльхаузерні, Баренталі, Лагіюлі, Померолі, Канкалі й Валансі [35].

Експерсії на фабрики та інші виробництва є одним із найпоширеніших видів гастрономічного туризму. Найпопулярніші експерсійні виробничі підприємства з виробництва меду, сиру та фуа-гра. Вони розміщені по всій території країни. Проте більшість популярних серед туристів сироварень сконцентровані на південному сході (Лангедок-Русільйон, Прованс та Рона-Альпи) та в Ельзасі. Більшість же «туристичних» ферм фуа-гра розміщена в регіонах Аквітанія та Південь-Піренеї.

Трюфельні ферми поширені в Лімузені, Провансі, Франш-Коте, Іль-де-Франс, безпосередньо навколо Парижу – основного споживача трюфелів, та регіоні Шампань-Арденни.

Так звані «маслинні млини» – підприємства з виробництва оливкової олії, зосереджені майже виключно в Провансі.

Відвідати шоколадну фабрику туристи мають можливість у Бретані та Нормандії, Пікардії та околицях Парижа. Невеличкі ж «шоколатеріє», де виготовляється та продається шоколад ручної роботи, можна зустріти по всій Франції. Станом на грудень 2013 р. їх нараховувалося до 10 000 [36].

Устричні та осетрові ферми розміщені на вузьких узбережних смугах уздовж Атлантичних берегів Бордо, Пуату-Шарант, Західної Луари, Бретані й у Середземноморських затоках Лангедок-Русільйону та Провансу. Лідером за

популярністю та прибутками є підприємства Аркашонської затоки (Бордо) [37].

Ферми з вирощування спеціального виду жаб для приготування славнозвісних «жаб'ячих лапок» розміщені по всій країні. Проте масової популярності серед туристів власне ферми не здобули, незважаючи на феноменальний попит на цей продукт у ресторанах країни [35].

Таким чином, сільський та міський винно-гастрономічний туризм представлені майже у всіх регіонах Франції. При цьому кожен регіон залишається самобутнім та має свою спеціалізацію.

Фестивальний туризм є чи не найдавнішою складовою кулінарних та винних подорожей по Франції. Ще в XVI ст. трапляються письмові згадки про відвідання мешканцями сусідніх сіл і містечок свят врожаю винограду, молодого вина або сиру.

Навіть на сьогодні, якщо інші види винно-гастрономічного туризму в більшості своїй орієнтовані на іноземного туриста, то серед відвідувачів різноманітних фестивалів в'їзні туристи складають лише 30–50 %, а внутрішні – 70–50%, відповідно [34].

Проте, без перебільшення, майже кожен населений пункт має своє гастрономічне свято або фестиваль. Переважно вони присвячені вину чи винограду, сиру, стравам із птиці, млинцям чи пирогам, шоколаду та іншим продуктам.

Навчальний винно-гастрономічний туризм у Франції залишається найпопулярнішим серед спеціалістів харчової та виноробної промисловості усього світу. У Парижі, Марселі, Ліоні, Тулузі, Бордо, Страсбурзі, Монпельє, Нанті, Орлеані та Діжоні розміщені найпопулярніші та найдорожчі кулінарні школи, школи сомельє, навчальні центри та MBA з управління ресторанним та винним бізнесом. Якщо раніше серед студентів переважали американці та європейці, то останній тренд – переорієнтація на китайську та японську аудиторію [38].

Висновки до 2 розділу

Франція держава, в якій розвинуті всі сфери діяльності, починаючи від транспорту й закінчуючи сільським господарством. Цьому сприяє географічне положення.

Клімат даної країни різний й залежить від регіону, проте більша частина країни знаходиться в помірній кліматичній зоні з м'якою зимою та теплим літом, що дало змогу розвивати виноградарство по всій території країни.

Франція друга країна світу (після Італії) за обсягом виробництва та споживання вина на душу населення. Це також популяризується завдяки винному святу Le Beaujolais Nouveau. Його ще називають “Винний Новий рік” або свято Божоле Нуво. Божоле Нуво – вино з регіону Божоле. Його виробляють із сорту винограду Гаме.

Франція рада туристам протягом всього року, проте найкращий період для відвідування – травень-жовтень. Найбільш приплив туристів саме влітку липень-серпень.

Серед туристів дуже популярні винні тури Францією. Кожен регіон має свої винні дороги. Виноробних регіонів багато, всі мають свої особливості, тому й винні дороги є унікальними. Найвідомішими регіонами є:

1. Бордо, який славиться елітними еталонними червоними винами
 2. Бургундія, яка славиться найдорожчими винами світу.
 3. Божоле – це регіон, де вирощують так зване молоде вино, яке не підлягає довгому зберіганню.
 4. Долина Луари – найбільший виноробний регіон.
 5. Прованс – найдавніша винна місцевина Франції.
 6. Долина річки Рейн – історичний виноробний регіон.
- тощо

Маючи таку гарну географію вина, не дивно, що дана галузь розвивається, відбуваються максимальні колаборації між представниками різних галузей, так наприклад, об'єднуються винороби, виноградарі,

ресторатори, готельєри та інші з метою створення карти винних доріг певного регіону та приваблювання туристів.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ НОВОГО АВТОРСЬКОГО ВИННОГО ТУРУ З УКРАЇНИ ДО ФРАНЦІЇ

3.1. Розробка та просування винного туру

Винні поїздки до Франції – це дивовижна можливість познайомитися з цією прекрасною країною. Вони надають унікальну можливість відвідати виноробні угіддя всесвітньовідомих шато та невеликі сімейні виноробні, пообідати у міській національній таверні або у приємному колоритному ресторанчику. Тут можна відпочити та смачно поїсти як місцевий гурман. В рамках винного туру турист зможе пізнати для себе зовсім іншу Францію, просту та колоритну, насичену красою та затишком.

Розробка нового авторського винного туру з України до Франції в розрізі дуже багатьох розроблених винних доріг справа не з легких. Проте пропонуємо обрати певний один регіон та присвятити всю подорож саме обраному регіону.

Регіон для подорожі – Бордо

Термін подорожі – 7 днів/6 ночей

Вік подорожуючих – 18+

Відповідно до цих вихідних даних пропонуємо розроблений тижневий тур.

День перший

Туристи прилітають до Франції: авіапереліт до аеропорту Gare de Bordeaux з Борисполя.

Розташовуються в готелі Hilton Garden Inn Bordeaux Centre та відпочивають.

14:00 – 19:00 – оглядова екскурсія містом Бордо (рис.3.1.).

19:00 – 21:00 – вечеря в ресторані «POINT ROUGE»

Відпочинок

Експерсійна група виходить з готелю та переміщується за наступним маршрутом: готель Hilton Garden Inn Bordeaux Centre – Церква Святого хреста – Бургундські ворота – Ворота Кайо – Площа Камілі Джуліан - Музей декоративного мистецтва та дизайну – Музей Аквітанії – Біржа Праці - Площа Андре Меньє – ресторан «POINT ROUGE»

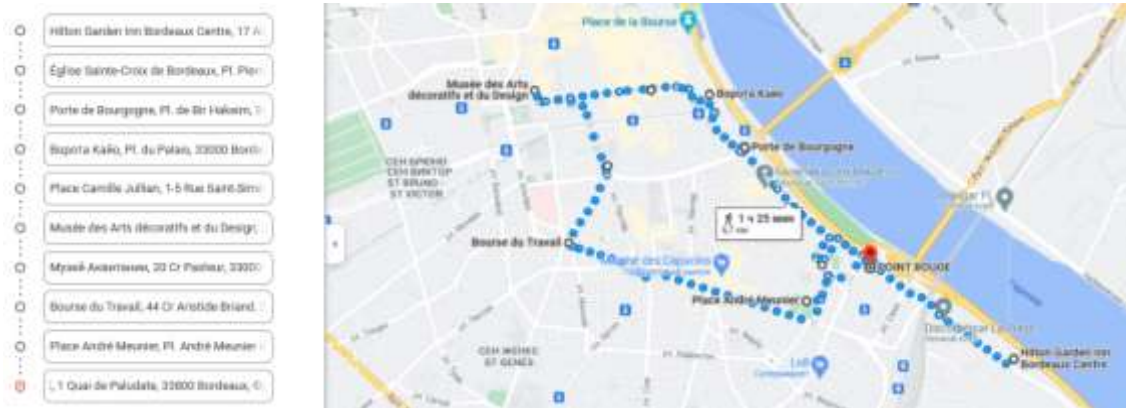


Рис.3.1. Оглядова екскурсія містом Бордо

День другий (рис.3.2)

Сніданок.

9:00-14:30 - Переїзд в Медок. Протягом даного переїзду туристична група відвідає винобні: Шато Марго (Chateau Margaux), Шато Маукай (Château Maucaillou), Шато Грюо Лароз (Château Gruaud Larose)

14:30 – 15:30 – обід в Шато Грюо Лароз (Château Gruaud Larose)

15:30 - 18:30 – переїзд та перебування в Шато Лафіт Ротшильд (Chateau Lafite-Rothschild)

18:30 - 19:30 - вечеря в Шато Лафіт Ротшильд (Chateau Lafite-Rothschild)

19:30 – 20:50 – переїзд до готелю Hilton Garden Inn Bordeaux Centre

Відпочинок

Протягом дня туристи відвідують виноробні, які розташовані вздовж ріки Гаронна. Зможуть продегустувати різні вина, в тому числі й в Шато Марго

Premier Grand Cru Class 1855 року, оскільки саме воно очолює рейтинг ТОП-5 кращих вин міста Бордо.

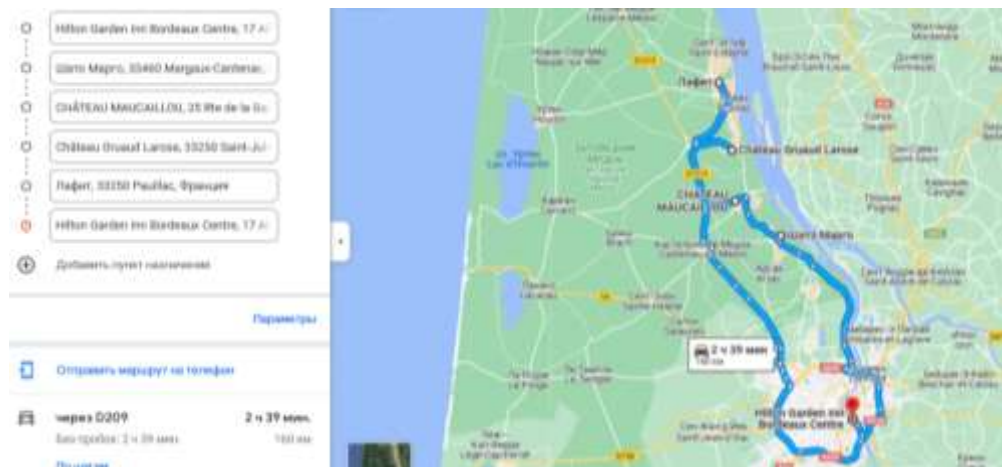


Рис.3.2. Програма другого дня

День третій (рис. 3.3.)

Сніданок.

9:00-10:30 - переїзд до Аркашона, на узбережжя Атлантики. Це мілководна місцевість, що славиться своїми найкращими устрицями на території всієї Франції.

10:30 – 17:00 – перебування на території Аркашон з обідом на набережній в ресторані Café de la Plage - Restaurant Chez Pierre

17:00 – 18:30 – повернення до Hilton Garden Inn Bordeaux Centre

Відпочинок

Протягом дня туристи відвідають Мавританський парк, Нотр Дам Вазиліка, Café de la Plage - Restaurant Chez Pierre (де скуштують устриці), а потім з 14:00 вільний час до 17:00. В 17:00 збори біля Café de la Plage - Restaurant Chez Pierre. Протягом вільного часу можна буде поніжитися на пляжі, покататися на велосипеді або погуляти.



Рис.3.3. Програма третього дня

День четвертий (рис.3.4)

Сніданок.

9:00 - 10:00 - - переїзд до Сент-Емільйон

10:00 – 19:00 – перебування на території Сент-Емільйон

19:00 – 20:00 – повернення до Hilton Garden Inn Bordeaux Centre

Відпочинок

Перебування на території селища Сент-Емільйон – передбачає перегляд середньовічних руїн, залишків стародавнього королівського палацу та монастирської колегії, а також прогулянку ринковою площею.

Після прогулянки маршрут буде проходити виноградниками та виноробнями.

У підземеллях міста знаходяться старовинні винні льохи. Все місто Сент-Емільйон (Saint-Emilion) входить до переліку архітектурних пам'яток організації ЮНЕСКО. Біля цього містечка ви побачите ті виноградники, що виростають, які прославляють вина Бордо на весь світ. Туристи відвідають сьогодні замок виноробства "Великих вин", зможуть продегустувати вина тонкого смаку - бордо.



Рис.3.3. Програма четвертого дня

День п'ятий

Сніданок.

9:30-10:00 - Переїзд в SPA Les Sources de Caudalie

10:00-21:00 – Перебування в SPA Les Sources de Caudalie.

Саме на винограднику Шато Сміт-О-Лафітт, Гран Крю класі де Грав (Grand Cru classé de Graves), за кілька кілометрів від Бордо, з'явилася косметична марка Кодалі, заснована на екстрактах винограду та вина.

Spa Vithérapie Caudalie, перший у своєму роді у Франції, відкрився в 1999 році, об'єднавши корисні властивості води з природного гарячого джерела, яка видобувається з глибини 540 метрів на території домену, та екстрактів продуктів виноробства. Цей SPA-центр, площею 1500 м², пропонує ексклюзивні процедури, як, наприклад, знаменитий Gommage Crushed Cabernet, обгортання з використанням меду департаменту Жиронда та винних дріжджів, ванна у винній бочці або винний масаж.

21:00-21:30 - Повернення до готелю

Відпочинок

День шостий

Вільний день.

В рамках вільного дня пропонується туристам взяти додаткову платну екскурсію:

— Національний парк Піренеї;

- Оглядова екскурсія містом Тулуза;
- Винна екскурсія в Тулузі;
- Заповідник Е Жеопарк Де Кос дю Керсі;
- Заповідник Перігор-Лімузен.

День сьомий

Сніданок.

Виселення з готелю Hilton Garden Inn Bordeaux Centre.

Туристи прилітають до Києва: авіапереліт до аеропорту Бориспіль з Gare de Bordeaux.

Даний запропонований тур передбачає: відвідування виноградників, дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення вин безпосередньо на виробництві; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та енотек; відвідування дегустаційних залів та підвалів, дегустація вин.

3.2.Вартість туру

Винний тур є досить насиченим, а, отже, й витратним. Потрібно розрахувати вартість туру для визначення його ефективності.

Входить до вартості туру:

1. Авіапереліт Бориспіль - Gare de Bordeaux – Бориспіль. Компанія – перевізник – Ryanair. Вартість квитків – 228 євро в обидва кінця
2. Проживання 6 ночей в готелі Hilton Garden Inn Bordeaux Centre. Вартість номеру 1075 євро. Номер двомісний номер Делюкс із 2 односпальними ліжками зі сніданком.

Номер оснащено 2 односпальними ліжками.

Характеристика номера:

- 24 кв. м

- Вид на місто
- Кондиціонер
- Власна ванна кімната
- Телевізор з плоским екраном
- Звукоізоляція
- Безкоштовний Wi-Fi
- Туалетно-косметичні засоби
- Душ
- Сейф
- Туалет
- Рушники
- Розетка поблизу з ліжком
- Робочий стіл
- Телевізор
- Холодильник
- Телефон
- Приладдя для прасування одягу
- Супутникові канали
- Чайник/кавоварка
- Праска
- Радіо
- Опалення
- Фен
- Дзвінок-"будильник"/будильник
- Килимове покриття
- Шафа або гардероб
- На вищі поверхи можна піднятися на ліфті
- Туалетний папір
- Захисні кришки на розетках для безпеки дітей

- Захисні бар'єри для дітей
- Антисептик для рук
- Індивідуальний кондиціонер в номерах гостей
- 3. Вечеря в ресторані «POINT ROUGE»:
 - Смажені кальмари в емульсії чорного часнику та пюре з зелені, хрустка вафельна картопля – 18 євро
 - Равіолі з лангустину, біск і цукати кумкват – 18 євро
- 4. Трансфер другого дня – 30 євро
- 5. Екскурсії виноробнями другого дня (в тому числі дегустації) – 395 євро
- 6. Обід в Шато Грюо Лароз (Château Gruaud Larose) - 42 євро
- 7. Вечеря в Шато Лафіт Ротшильд (Chateau Lafite-Rothschild) – 38 євро
- 8. Трансфер третього дня – 30 євро
- 9. Обід на набережній в ресторані Café de la Plage - Restaurant Chez Pierre – 120 євро
- 10. Трансфер четвертого дня – 30 євро
- 11. Екскурсії виноробнями четвертого дня (в тому числі дегустації) – 424 євро
- 12. Обід в Шато Ла Гренжі - 50 євро
- 13. Вечеря в Шато Мангу – 42 євро
- 14. Повноцінний день в SPA Les Sources de Caudalie – обрано Ритуал «зоряний день у серці виноградників», вартість якого складає 500 євро, додатково обід та вечеря – 90 євро:
 - Догляд за обличчям Vinergetic C+ або будь-який інший 50-хвилинний догляд за обличчям
 - Подрібнений скраб Каберне
 - Фірмовий масаж або будь-який інший 50-хвилинний масаж
 - Ванна з виноградних вичавок
 - Обгортка на вибір - медово-винне або Мерло

- Термальна лазня та хамам
- Обід
- Вечеря

Не входить до вартості туру:

1. Напої в ресторані «POINT ROUGE»
2. Експедиція: Національний парк Піренеї; Оглядова експедиція містом Тулуза; Винна експедиція в Тулузі; Заповідник Е Жеопарк Де Кос дю Керсі; Заповідник Перігор-Лімузен.
3. Віза
4. Медичне страхування

Вартість туру - 3130 євро

Прибуток турфірми (20%) – 626 євро

Ціна туру на 1 особу складає 3756 євро.

Висновки до 3 розділу

Франція славиться своїми винними дорогами. Тому запропонувати щось нове дуже складно, проте ми спробували дати оновлений поштовх винному туризму, зробивши його гастрономічно-оздоровчим.

Тур передбачає тижневу подорож до Бордо з віковим обмеженням 18+.

Туристів чекає заселення в готель відомої мережі Hilton, оглядові експедиції Бордо, Медок, Сент-Емільйон, Аркашон тощо, також туристи відвідають виноробні, виноградники, спа салон з енотерапією тощо

До вартості туру входить проживання, харчування, трансфер, експедиції та дегустації, авіапереліт.

Ціна на одну особу складає 3756 євро.

ВИСНОВКИ

Туристичний бізнес набирає обертів, особливо після відновлення сфери гостинності на фоні пандемії. Одним з популярних напрямків для подорожуючих є еногастротуризм.

Винний туризм та гастрономічний туризм тісно пов'язані один з одним.

Оскільки кожен з них передбачає дегустацію, перший - місцевих сортів винограду, місцевих вин, а також можна відвідувати ресторани, які пропонують місцеву вину карту з функцією дегустації, а другий – дегустацію місцевих страв тощо. Все це приводить до того, що винний туризм більше схожий до дегустаційного виду, але на сучасному етапі його виділяють окремо саме через відвідування виноградників, заводів, фестивалів тощо.

Франція друга держава світу, після Італії, щодо винних турів. Цьому способствує й кліматичні умови.

Оскільки клімат тут різний в різних регіонах, різні підземні води, то й вино має різні присмаки, які роблять його унікальним, неповторним та дорогим.

Серед туристів найбільш популярними є такі регіони як Бордо, Бургундія, Божоле, Прованс та інші.

Для розробки туру був обраний регіон Бордо, та навколо міста побудований маршрут.

Маршрут має всі характеристики винного туру, оскільки туристична група відвідає виноградники, виноробні, подивиться на процес виробництва вина, побачить процес багатовікового зберігання пляшок з вином, а також відвідають дегустаційні зали для дегустацій.

Оскільки на території Франції продаж та споживання алкоголю дозволено з 18 років, то туристична група також буде мати це вікове обмеження.

Туристи будуть проживати в готелі відомої готельної мережі Hilton.

Протягом кожного дня туристів чекає насичена програма:

1. Оглядова екскурсія містом Бордо.
2. Огляд в регіоні Медок виноробень з дегустаціями місцевих вин
3. Відпочинок на узбережжі Аркашон з дегустацією вин та устриць
4. Огляд в регіоні Сент-Емільйон виноградників та виноробень, оглядова екскурсія селищем.
5. Відвідування спа центру SPA Les Sources de Caudalie, який пропонує різні програми, в тому числі й такі послуги як обгортання з використанням меду департаменту Жиронда та винних дріжджів, ванна у винній бочці або винний масаж тощо.
6. На шостий день туристи можуть відвідати ті місця, які їм найбільше хотілось б. За додаткову плату їм пропонують такі екскурсії: Національний парк Піренеї; Оглядова екскурсія містом Тулуза; Винна екскурсія в Тулузі; Заповідник Е Жеопарк Де Кос дю Керсі; Заповідник Перігор-Лімузен.
7. Виселення з готелю та переліт до Борисполю

До вартості туру входить проживання, харчування, трансфер, екскурсії та дегустації, авіапереліт.

Ціна на одну особу складає 3756 євро. З кожного проданого туру, туристична фірма буде заробляти 626 євро.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15 вер. 1995 р. № 324/95-ВР. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Грабовський Ю.А., Скалій О.В., Скалій Т.В. Спортивний туризм [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/grabovsky11.htm
3. Основні види туризму та їх характеристика. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://tourkazka.com/osnovni-vydy-turyzmu-ta-yikh-kharakterystyka/>
4. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/17.pdf
5. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип.17. Ч.1. С.68-71.
6. Карташова О.Г. Соціально-економічні умови розвитку туристичних винних кластерів в Україні Бізнес-навігатор. 2017. Вип.4-2(43). С.58-63.
7. Спілка виноробів Закарпаття [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://spilka-vinorobiv.com.ua/vynnyj-turyzm/>
8. Виноробня Шато Чизай [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://chizay.com/vynnyj-turyzm-zakarpatia/>
9. Басюк Д.І. та ін. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики Монографія. За наук. ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.
10. Патійчук В.О., Оболончик А.В. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/29/1242/>.

11. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності [Електронний ресурс] / Режим доступу:http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/17.pdf
12. Іванов С.В. Винний туризм [Текст] / С.В. Іванов, В.О. Домарецький, Д.І. Басюк та ін – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. – 472 с.
13. Маслов Е.С. Можливість розвитку винного туризму та готельного комплексу / Е.С. Маслов // Вчені записки ТНУ. Економіка, 2007. – Т.20 (59). – No 1. – С. 102 – 107
14. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/gorshkova.htm
15. Рибінцев В.О. Маркетинг винограду і вина: дис. д-ра економ. наук / В.О. Рибінцев. – К., 2002.
16. Hall M. Wine tourism around the world / С. М. Hall, Liz Sharples, Brock Cambourne. – Elsevier Butterworth–Heinemann, 2000. – 348 p.
17. Басюк Д. І. Інноваційні принципи розвитку винного туризму в Україні / Дарія Іванівна Басюк // Економіка та управління підприємствами [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/econrig_2014_5_15.pdf
18. Географічна характеристика Франції [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua/france>
19. Uwines - просто о вине [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://uwines.com.ua/events/le-beaujolais-nouveau-est-arrive-svyato-molodogovyna-u-kyivi/>
20. Uwines - просто о вине [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://uwines.com.ua/likbez/bozhole-nuvo-pochemu-vokrug-etogo-vina-stolko-shuma/>

21. Uwines - просто о вине [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://uwines.com.ua/likbez/geografiya-vyna-vynorobni-regiony-francziyi/>
22. Туристична фірма Мандри-клуб [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://mandry.club/krainy/france/>
23. Франція. Загальна довідка – Державна підтримка Українського експорту [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/z_info/fra/1038.html
24. Туристична фірма Мандри-клуб [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://mandry.club/mista/bordo/>
25. 13 виноробних регіонів Франції ч.1. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://planetofhotels.com/guide/ru/blog/13-vinodelcheskikh-regionov-francii>
26. 13 виноробних регіонів Франції ч.2. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://planetofhotels.com/guide/ru/blog/13-vinodelcheskikh-regionov-francii2>
27. FAOSTAT [On-line database]. – Access regime : <http://faostat.fao.org/>
28. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області) / Т. І. Божук, Л. А. Прокопчук // Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку. Матеріали 6 Міжнар. наук.-практ. конф. (28–29 квітня 2011 р., м. Луганськ). – Вип. 6. – Т. 2. – Луганськ, 2011. – С.171–177.
29. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Дарія Іванівна Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
30. Bordeaux statistics database [On-line database]. – Access regime : http://www.newbordeaux.com/documents/bordeaux_vs_france_figures.html
31. Pesme J. O. Strategic operations and concentration in the Bordeaux-Aquitaine region / J. O. Pesme, M. C. Belis-Bergouignan, N. Corade // International Journal of Wine Business Research. – 2010. – Vol. 22. – № 3. – P. 22–31.

32. Кларк О. Винный атлас / О. Кларк. – М. : Изд-во ВВРГ, 2005. – 336 с.
33. Duijker H. The Wine Atlas of France / H. Duijker. – Beazley Publisher, 2008. – 264 p.
34. Hall M. Wine Tourism Around the World / Michael C. Hall, Liz Sharples, Brock Camboune, Nik Macionis. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
35. Michelin-starred restaurants – the Michelin Guide / France restaurants. [Electronic resource – PDF document]. – Access regime : <http://http://www.viamichelin.com/uploads/2013/redguidefrance.pdf>
36. FAOSTAT [On-line database]. – Access regime : <http://faostat.fao.org/>
37. Bordeaux statistics database [On-line database]. – Access regime : http://www.newbordeaux.com/documents/bordeaux_vs_france_figures.html
38. Asero V. From Wine Production to Wine Tourism Experience: the Case of France / Vincenzo Asero and Sebastiano Patti //AAWE Working Paper. – November 2009. – № 54. – 17 p. – (Business) [Electronic resource – PDF document]. – Access regime : http://www.wine-economics.org/aawe/wp-content/uploads/2012/10/AAWE_WP54.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А. Календар виноградаря

Січень — Лютий:

Якщо дозволяє погода, можна вивозити перегній всю зиму, складати його в кінець рядів. Із 20 – 22 січня можна розпочинати обрізку лози неукритих на зиму кущів. Коли немає морозу, перегній розкидається в рядах і прикопується. Ремонтуються знаряддя праці, оприскувачі. Готуються ящики для прищепи і допоміжні матеріали. Проводиться заготівля опор для шпалер. Якщо опори з деревини, їх спеціально обробляють, щоб попередити загнивання. Переглядають заготовлену лозу. В кінці лютого з маточника винограду готують лозу для підщепи. Вкриті на зиму кущі, в більш теплих місцях, можна розкривати.

Березень:

Вкриті на зиму ґрунтом виноградні кущі потрібно відкрити. Перед відкриттям бажано внести азотні добрива. Необхідно перевірити як перезимували бруньки. Після розкриття винограду можна продовжувати обрізку кущів.

Квітень:

Закінчують обрізку лози до «плачу лози» та набухання бруньок. Обрізану лозу виносять в кінець рядів, підправляють опори. При необхідності роблять підсадку кущів. В кінці квітня починають обкопування. Готуються до захисту від можливих пізніх приморозків. Проводять заготівлю хімічних препаратів і підв'язувальних матеріалів. Закінчують весняну підсадку.

Травень:

На початку місяця, до цвітіння, закінчують першу обробку. Коли виноград відцвів і видно грона можна починати вибірку пагонів. Проводять першу підв'язку. Роблять щеплення та обприскування проти мільдю (пероноспорозу). В кінці місяця роблять ще одне обприскування.

Червень:

Можна копати і прополювати ряди, щоб ґрунт був м'який і розсипчастий. Потрібно не допускати розростання виноградної лози. Для цього її обламують і підв'язують. Можна робити зелене щеплення. Зараження мільдю

(пероноспорозом) в червні найбільш вірогідне і небезпечне, тому потрібно слідкувати за його появою. Проводять обприскування кущів і грон. При появі оїдіуму (борошнистої роси) роблять обприскування препаратами сірки. Шкілка (розсадник винограду) теж потребує догляду. Якщо червень сухий, проводять її полив.

Липень:

Продовжують перекопку ґрунту, підв'язку лози. Якщо виникає потреба, проводять чеканку (прищипування верхівок лози) та пасинкування. Продовжують захист виноградників від пероноспорозу і борошнистої роси. В кінці місяця можна починати збирати ранньостиглі столові сорти (Перлина Сабо, Їршаї Олівер та інші). При потребі поливають шкілку.

Серпень:

Кінець літніх операцій з кущем винограду. В останній раз кущ підправляють, підв'язують і проводять чеканку та пасинкування. Розташовані близько до ґрунту грона підв'язують вище. Якщо потрібно, ще раз обприскують. Закладені нові виноградники, шкілки, зелені прищепи теж уважно оглядають та обприскують. При розмноженні винограду проводять апробацію (виявлення та видалення неврожайних та домішкових сортів). Збирають ранні сорти винограду.

Вересень:

Продовжують апробацію. Збирають стиглий столовий виноград. При дозрівання ранніх технічних сортів, починають їх збирати. Перед збиранням винограду миють обладнання, посуд. Зібраний виноград відразу пресують. Визначають цукристість у соку і напрямок його переробки.

Жовтень:

Настав основний час збирання врожаю. Якщо дозволяють погодні умови, можна залишити виноград для повного досягання, щоб був дуже доброї якості з високою цукристістю. Проводиться обережний збір винограду. Віджимки після пресування складають і заготовляють для одержання спирту.

Листопад:

При необхідності роблять підсадку винограду. Проводять заготівлю лози для розмноження. Там, де виноград буде удобрюватися, поглиблюютьряди. Можна внести перегній, суперфосфат, калійні добрива. Розкривають шкілку, відбирають кращий посадковий матеріал. Якщо він повністю не використовується, залишок необхідно ретельно прикопати. Також прикопують нарізану лозу. Старі забраковані кущі викорчуюють, відводять надлишкові воли на пагорбах і схилах.

Грудень:

Продовжують роботи на винограднику. При відсутності морозів ремонтуютьшляхи, підпорні стінки тощо. Вивозять і вносять органічні добрива.

Додаток Б. Календар винороба

Січень — Лютий:

В січні проводять першу переливку – знімання з осаду вина з пізно зібраного винограду. Кожні два тижні доливають бочки, а кожні чотири тижні закурюють (сульфітують) порожні і обтирають їх ганчірками з зовні. Мезгу і дріжджовий осад переганяють для одержання спирту (перекурка).

Березень:

Доливка вина, закурювання пустих бочок.

Квітень:

Доливка вина, закурювання пустих бочок і обтирання їх ганчірками ззовні.

Травень:

Проводиться друге зняття з осаду. З підняттям температури повітря, потрібно розраховувати на повторне бродіння вин, де були залишки цукру. У тепліших підвалах, в цьому випадку, з повних бочок відбирають вино, щоб не вихлюпувалося під час бродіння. Пусті бочки закурюють і обтирають ззовні.

Червень:

Доливка вина, закурювання пустих бочок і обтирання їх ганчірками ззовні.

Липень:

Доливка вин, сульфитація порожніх бочок та обтирання всіх бочок ззовні.

Серпень:

Починається підготовка до масового збирання винограду. Проводиться ремонт обладнання, бочок, посуду. Білється давильня (приміщення для пресування), винпідвал, підручні приміщення. Продовжується доливка вина, сульфитація порожніх бочок та обтирання бочок ззовні.

Вересень:

Проводиться переливка, третє зняття з осаду старих вин. Вина доливають, пусті бочки закурюють і обтирають ззовні.

Жовтень:

Слідкують за процесом бродіння, а також за накопиченням вуглекислого газу — це може призвести до нещасного випадку. Неповні бочки, після бурхливого

бродіння доливають майже до верху, залишаючи трохи місця для можливого доброджування.

Після закінчення сезону винобрання, миють обладнання, посуд, засоби для переробки винограду і відкладають до наступного сезону. Старі вина, врожаю попередніх років перевіряють на повноту доливу, при необхідності, роблять доливку, порожні бочки сульфітують і продовжують регулярно обтирати ганчіркою поверхні всіх бочок.

Листопад:

Після бурхливого бродіння роблять доливку вина. Для тихого доброджування залишають бочки трохи недолитими. Після закінчення бродіння не слід тримати бочки неповними. Порожні бочки миють, залишають отвором вниз, щоб стекла вся вода, сушать і сульфітують. Можна почати першу переливку вин з врожаю, що зібрано раніше.

Грудень:

Роблять першу переливку. Дріжджові осадки переварюють на спирт (перекурка). Пресовану та виброджену мезгу теж доброджують і виварюють. Регулярно доливають поні бочки, пусті – сульфітують, ззовні їх витирають. Протягом року, один раз в місяць, закурюють приміщення підвалу.

Додаток В. Презентація до кваліфікаційної роботи бакалавра



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ НОВОГО АВТОРСЬКОГО ВИННОГО ТУРУ З УКРАЇНИ ДО ФРАНЦІЇ

Здобувачки Ярославна МАМОТЕНКО

Керівник Ірина КАЛМИКОВА

Винний туризм

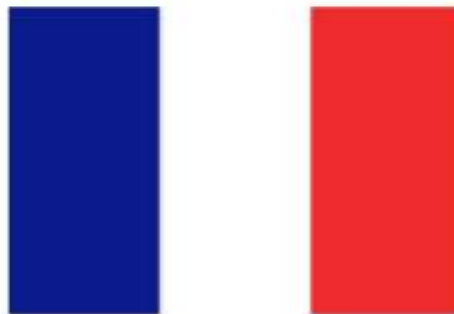
- ▶ це спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання та купівлю вина безпосередньо у виробника
- ▶ Винні тури бувають: культурно-пізнавальні; рекреаційно-оздоровчі та лікувальні; гастрономічні; винний сільський зелений туризм та агротуризм; винно-розважальні; освітні та науково-ділові та технологічні тощо

Винні тури можуть включати:

- відвідування плантацій виноградників, 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 та підвалів, дегустація вин, коньяків, інших видів алкогольної продукції;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина;
- участь у винних фестивалях та тематичних святах;
- відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах.

Територія Франції

- Франція – це високорозвинута держава на заході Європи,
- Межує на північному сході з Бельгією і Німеччиною, на сході з Німеччиною, Швейцарією й Італією, південному-заході з Іспанією й Андоррою, на півдні омивається Середземним морем, на заході — Атлантичним океаном.
- Входить до Великої вісімки країн світу.

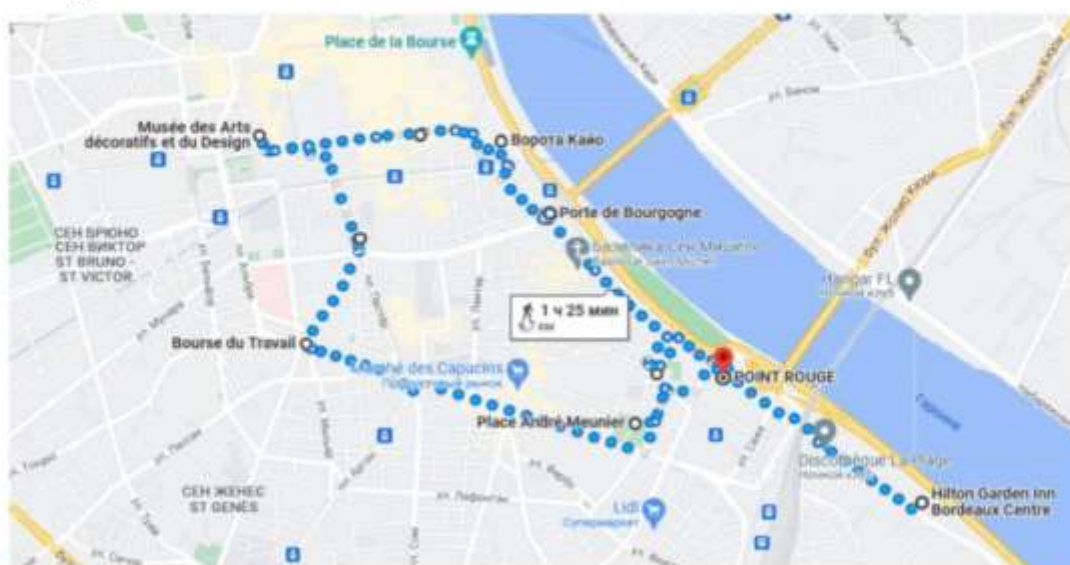


Регіони Франції



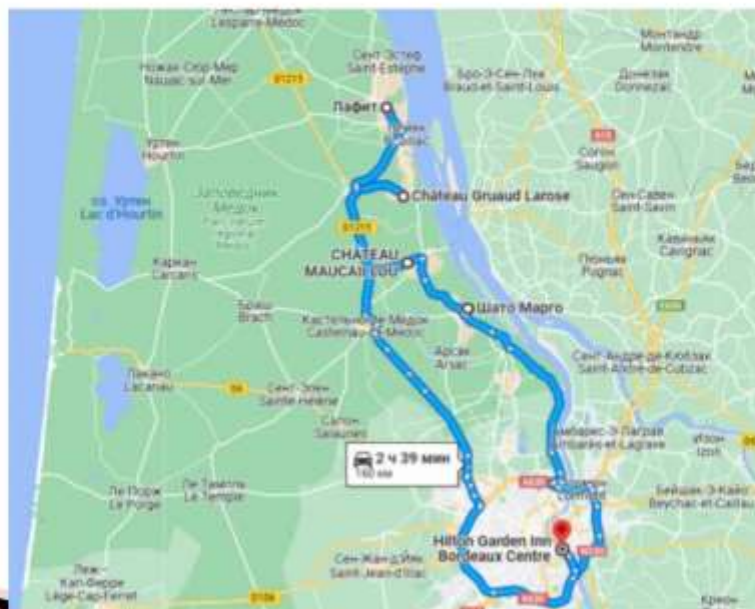
Проект авторського винного тури

1 ДЕНЬ



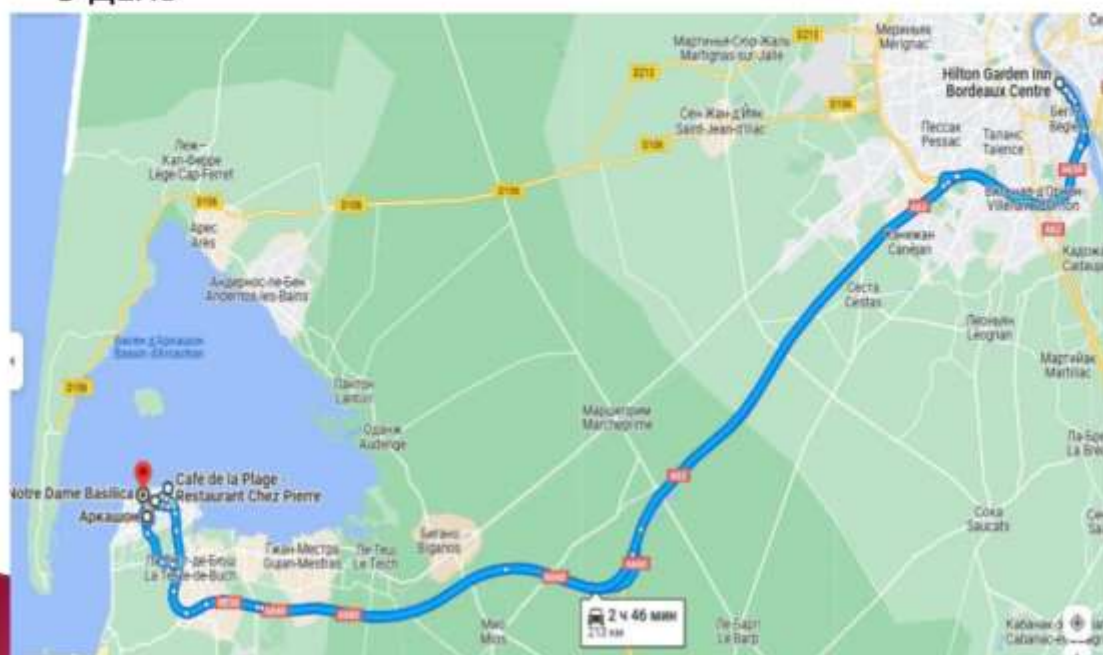
Проект авторського винного туру

2 ДЕНЬ



Проект авторського винного туру

3 ДЕНЬ



Проект авторського винного туру

4 ДЕНЬ



Проект авторського винного туру

5 ДЕНЬ



Проект авторського винного туру

6 ДЕНЬ



Проект авторського винного туру

7 ДЕНЬ



Вартість авторського винного туру

Ціна туру на 1 особу складає 3756 євро

До вартості туру	
входить	не входить
Проживання	Напої в ресторані «POINT ROUGE»
Харчування	Екскурсія: Національний парк Піренеї; Оглядова екскурсія містом Тулуза; Винна екскурсія в Тулузі; Заповідник Е Жеопарк Де Кос дю Керсі; Заповідник Перігор-Лімузен.
Трансфер	Віза
Екскурсії та дегустації за маршрутом	Медичне страхування
Авіапереліт	

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!!!



Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема: «Розробка та просування нового авторського винного туру з України до Франції»

Засіб перевірки: Plagiarism-detector

Унікальність по фразам > 30 %

Унікальність по словам > 30 %



Керівник _____ Ірина КАЛМИКОВА

Здобувачка _____ Ярославна МАМОТЕНКО