

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



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**ШЛЯХИ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОРСЬКОГО ВИННОГО ТУРУ В НАПРЯМКУ
УКРАЇНА-КАНАДА**

Здобувача/ки Альони ПЛУКЧИ

Керівник/ки: 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	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри ТБтаР

Олена МЕЛІХ

(підпис)

11 лютого 2022 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Альона ПЛУКЧИ

1. Тема роботи «Шляхи організації авторського винного туру в напрямку Україна-Канада»

Затверджена наказом по академії від « 03 » 11. 2021 р. № 921-03.

2. Термін здачі студентом закінченої роботи 06.06.2022

3. Вихідні дані до роботи

Теоретичні та практичні посібники з організації туризму, довідкова література, електронні ресурси

4. Перелік питань, котрі необхідно розробити

Розділ 1. Винний туризм: сутність та характерні риси

Розділ 2. Перспективи розвитку винного туризму в Україні та Канаді

Розділ 3. Організація авторського винного туру «Крижані вина Канади»

5. Перелік графічного матеріалу

Презентація до кваліфікаційної роботи на 19 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/ки _____ Ірина КАЛМИКОВА

Завдання прийняв/ла до виконання _____ Альона ПЛУКЧИ

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1	Пошук об'єкту дослідження, обґрунтувати теми кваліфікаційної роботи бакалавра та погодження керівником.	11.12 - 20.12
2	Складання бібліографії та ознайомлення з літературними та електронними джерелами	23.12 - 15.01
3	Виконання першого розділу	17.01 - 28.02
4	Виконання другого розділу	08.03-02.04
5	Виконання третього розділу	07.04 - 21.05
6	Оформлення роботи	23.05 - 30.05
7	Захист кваліфікаційної роботи бакалавра	27.06.2022

Здобувач/ка _____ Альона ПЛУКЧИ

Керівник/ки _____ Ірина КАЛМИКОВА

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 74 сторінок, 9 таблиць, 12 рисунків, список літератури з 30 найменувань, 2 додатків.

Метою виконання роботи є аналіз винного туризму Канади. Виявлення проблем та перспектив розвитку винного туризму в Канаді та розробка винного туру із України в Канаду.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають - винний туризм та особливості організації винного туру.

Завданням роботи передбачено дослідження сутності винного туризму, розвитку винного туризму у Канаді та розробка винного туру.

За результатами виконаної роботи сформульовані теоретичні аспекти та стан винного туризму у Канаді.

Одержані результати можуть бути використані при розробці програм розвитку винного туризму в Канаді та Україні і бути використаними при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей міжнародного туризму, міжнародних відносин, країнознавства.

Рік захисту роботи 2022 р.

ANNOTATION
to the qualification work of a bachelor

The work contains 74 pages, 9 tables, 12 figures, bibliography of 30 titles, 2 appendices.

The purpose of the work is to analyze Canadian wine tourism Identifying problems and prospects for the development of wine tourism in Canada and the development of a wine tour from Ukraine to Canada.

The object of analysis, generalizations and research are wine tourism and features of the organization of the wine tour.

The task of the work is to study the essence of wine tourism, the development of wine tourism in Canada and the development of wine tours.

Based on the results of the work, the theoretical aspects and the state of wine tourism in Canada are formulated.

The obtained results can be used in the development of programs for the development of wine tourism in Canada and Ukraine and be used in the development of special courses for students majoring in international tourism, international relations, country studies.

Year of defense of the thesis 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ВИННИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРНІ РИСИ	9
1.1 Винний туризм як різновид гастрономічного туризму	9
1.2 Сучасний стан винного туризму в Україні та Канаді	19
1.3 Загальні принципи організації винних турів	31
Висновок до 1 розділу	43
РОЗДІЛ 2 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА КАНАДІ	45
2.1 Об'єкти винного туризму в Україні	45
2.2 Об'єкти винного туризму в Канаді	47
2.3 Порівняльний аналіз організації винних турів України та Канади	54
Висновок до 2 розділу	57
РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ АВТОРСЬКОГО ВИННОГО ТУРУ «Крижані вина Канади»	58
3.1 Розробка маршруту авторського винного туру «Крижані вина Канади»	58
3.2 Програма туру з додатковими атракціями	62
3.3 Розрахунок вартості розробленого туру	76
Висновок до 3 розділу	79
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83
ДОДАТКИ	87

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туристична галузь та окремі її елементи на сьогоднішній день стають вагомим елементом для вітчизняної та міжнародної економіки. Туристична галузь залучає усе більше елементів економічної сфери. Гастрономічний вид туризму та його підвид винний туризм є ефективним соціальним та економічним фактором, що сприятливо впливає на будь яку територію, оскільки сільська територія на якій відбувається певний вид туризму розвивається, за рахунок залучення до туристичного ринку праці осіб, що знаходяться в зоні, що не досліджується чи які займалися лише сільським господарством або виноробством, однак не займалися рекламою власних господарств.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є винний туризм.

Предметом дослідження дипломної роботи є перспективи і сучасний стан винного туризму Канади у регіональному аспекті.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз винного туризму Канади, виявлення проблем та перспектив розвитку винного туризму в Канаді та розробка винного туру із України в Канаду.

Реалізація мети кваліфікаційної роботи зумовила постановку й вирішення наступних завдань:

- визначити поняття винного туризму;
- дослідити особливості розвитку винного туризму у Канаді;
- провести дослідження Канадського досвіду розвитку винного туризму;
- розробити маршрут винного туру по території Канади.

Методичною й теоретичною основою дослідження є наукові розробки зарубіжних і вітчизняних економістів з удосконалення процесу розвитку регіонального аспекту винного туризму у Канаді, інструктивні матеріали, інші періодичні видання, науково-дослідні розробки вищих навчальних закладів, та ін.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання з метою вивчення закономірностей розвитку регіонального аспекту винного туризму у Канаді.

1 РОЗДІЛ ВИННИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРНІ РИСИ

1.1 Винний туризм як різновид гастрономічного туризму

Одним з найбільш перспективних напрямів в сфері розвитку ринку туризму є винні тури по Україні та винний вид туризму в цілому. Сфера туризму на сьогоднішній день стає вагомим елементом для вітчизняної та міжнародної економіки. Туристична галузь залучає усе більше елементів економічної сфери.

Гастрономічний та його підвид винний туризм є ефективним соціальним та економічним фактором, що сприятливо впливає на будь яку територію, оскільки сільська та приміська територія на якій відбувається певний вид туризму розвивається, за рахунок залучення до туристичного ринку праці осіб, що знаходилися в сірій зоні чи які займалися лише сільським господарством або виноробством.

На сьогоднішній день винний вид туризму в Україні має величезні перспективи для розвитку має по всій території нашої країни. До регіонів які мають перспективи для розвитку належать Закарпаття, Одещина, Крим та Миколаївщина. На зазначених територіях також розвинена туристична інфраструктура, до якої відносять готелі, ресторани, транспортні шляхи та історико-культурну спадщину. Також ці території мають сприятливі природно-кліматичні умови.

Винний туризм є тематичним видом туристичної діяльності, який пов'язаний із ознайомленням із технологією виробництва, історією й культурою споживання вин у певному регіоні чи території й їхньою дегустацією безпосередньо в виробника цих вин. Винні тури є важливим елементом 2 сфер вітчизняної економіки, а саме сфери туризму й виноградарсько-виноробної. Для індустрії туризму вино є значним фактором привабливості туристичного продукту, елементом харчування, мотивом спеціальної поїздки та відпочинку,

розваг і лікування. Для підприємств, які займаються виробленням вина, цей туристичний напрямок є одним з способів привернути увагу туристів та місцевого населення до власної торгової марки, завоювати довготривалу прихильність споживачів, які ознайомившись з існуючою винною колекцією, а також підвищити кількість прямих продаж в винних підвалах й дегустаційних залах [1 с. 111].

Дослідження та вивчення процесів, що відбуваються в сфері виноробства, винного туризму й культури споживання вина займалися закордонні дослідники та науковці, а саме: Гетс Д., Паркер Р., Ріджвей Д., Мельтцер Г., Мейл П. тощо. В дослідженнях українських дослідників та вчених Баглей Д. В., Любіцевої О. О., Матюшенко Р. В., Божук Т. І. Досліджуються аспекти розподілу винного туризму за технологією організації й метою поїздки чи мандрівки. Дослідженням питань міжнародного досвіду з організації винних турів, класифікацією винних турів залежно від уподобань і смаків мандрівників займаються Басюк Д. І., Іванов С. В., Матвеев В. В., Михайлюк О. Л., Патійчук О. В. тощо.

Необхідно зазначити, що у туризмології України не існує єдиного визначення даного терміну цього виду подорожі, застосовується терміни «винний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «виноробний туризм», «еногастрономічний туризм» й «енотуризм».

Досить часто застосовується поняття «пивні тури», «віскі тури». Деякі науковці та дослідники вивчають винні тури як вид хобі-туризму, до таких науковців відносять Божук Т. І., Прокопчук Л. А. Дослідженням тематичних гастротурів займаються: Іванов С. В., Патійчук В. О. Дослідженням спеціалізованого туризму займаються: Басюк Д. І., Бадещенкова К. С.

В наукових працях інколи можна зустріти термін «алкотуризм» та «п'яний туризм», що представляють собою мандрівку до будь-якої географічної території з метою розпиття спиртних напоїв. На думку Божук Т. І. та Прокопчук Л. А., що в власних наукових працях вивчають термін винного туризму, що за їх

визначенням є спеціалізованим видом туризму, який має на меті споживання, дегустацію, купівлю вина безпосередньо в виробника.

Цей вид туризму включає в себе відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів, ресторанів і підвалів, які пропонують послуги:

- відвідування винних фестивалів;
- дегустації вина;
- відвідування інших спеціалізованих заходів.

Також винні тури передбачають не тільки дегустацію напоїв, а і ознайомлення із традиціями виноробства у державі чи її області [3, с. 172]. Із точки зору Патійчук В. О., винним туризмом є туристичні мандрівки, що пов'язані із відвідуванням різноманітних місць виробництва вина, винні тури передбачають не тільки дегустацію напоїв, а і ознайомлення із традиціями виноробства у державі [8]. Михайлюк О. Л. визначає виноробні тури як симбіоз пізнавальних програм, які пов'язані із дослідженням процесу вирощування та збору винограду, його переробкою та подальшою дегустацією готової продукції, із відвідуванням визначних пам'яток виноробної області.

Автор визначає, що винний туризм є спеціалізованим туризмом, який стоїть на стику зеленого і розважального туризму [7, с. 31]. Винні тури можуть трактуватися як відвідування винних заводів, виноградників, винних фестивалів для дегустації вина й його придбання [8]. Іноземні науковці вважають, що у основі моделі винних турів лежить інтерес до вина, що вмотивований можливістю дегустації й привабливою місцевістю. Культурний пейзаж виноградної плантації, мальовничі села, замки, шато, пам'ятки архітектури, виноробні заводи, особлива атмосфера спілкування із місцевим населенням, що закохані в вина, феєричні свята та багата палітра смаків при дегустації є важливим й для мандрівників, й для виробників вина, що приймають ділові рішення відносно організації винних турів.

На основі узагальнення головних наукових підходів у цій роботі пропонується визначення винного туризму - спеціалізований вид туризму, що пов'язаний із ознайомленням із технологією, історією також культурою споживання вина у певному регіоні і його дегустацією безпосередньо в виробника. Винний туризм як комплексний туристичний продукт включає в себе головні, супутні та додаткові послуги. Із огляду на особливості всіх видів туризму, вони можуть бути специфічними чи традиційними. При більш детальному аналізі можна сказати, що головними послугами у туристичній сфері є проживання, транспортне обслуговування та харчування.

Специфічність цих туристичних послуг в винних турах проявляється в обранні традиційних садіб виноробів, винних готелів, відвідуванні ресторанів, які пропонують послуги дегустації вина, участі в еногастрономічних трапезах та ін. Традиційними додатковими послугами в винних турах є організація екскурсій до місцевих туристичних об'єктів, послуги із прокату туристичного спорядження, послуги гідів-перекладачів, торговельне обслуговування та ін. Крім традиційних послуг, наявні також спеціалізовані види турів, що включають в себе специфічні додаткові послуги. Додаткові послуги в винних турах – це:

- ознайомлення із історією виноробства, відвідування спеціалізованих енотек й музеїв;
- відвідування підвалів і дегустаційних залів, дегустація вин й ін. видів алкогольної продукції;
- ознайомлення з плантаціями виноградників;
- дегустація місцевих сортів винограду;
- відвідування ресторанів, які пропонують послуги із дегустації вина;
- участь туристів в винних фестивалях й тематичних святах;
- дослідження технології виготовлення різноманітних видів алкогольних напоїв на виробництві;

– відвідування й ознайомлення з спеціалізованими виставками, форумами, конференціями, конкурсами й аукціонами.

Якщо розглядати винні тури за критерієм мети мандрівки й технології організації, то тури розподіляються на [1, с. 69]:

- винний зелений, сільський й агротуризм;
- винно-розважальний тур;
- культурно-пізнавальний тур;
- рекреаційно-оздоровчий тур;
- ділові, в тому числі освітні й наукові.

Із дослідження можна сказати, що винний тур на культурно-пізнавальній основі, передбачає ознайомлення з оригінальною технологією виноробства, традиціями виноградарства, асортиментом вин місцевого виробництва й їхньою дегустацією, дослідження історії винного промислу, пам'яток діяльності й життя видатних виноробів, відвідування виставок, музеїв та енотек та ін. Найчастіше до програм винних турів входить пізнавальна екскурсія до виноградників, до підприємств, які мають технологічні лінії з виготовлення різноманітних видів винно-коньячної продукції, тобто хересу, ігристих вин, мадери та коньяків, а також участь в тематичних культурних подіях, насамперед в святах з виноробства.

Найпоширенішою формою винних турів є екскурсії до виноробних підприємств із дегустацій вин в дегустаційних залах. В них можна спробувати вино й коньяк із гарантією якості й автентичності. При проходженні екскурсії туристи дізнаються безліч цікавої інформації про вина цього регіону, отримують навички правильного споживання вина й історію виноробства. Мандрівникам пропонують дослідити технологічний процес виробництва вина, спуститися до підвалів із величезними бочками та бутами, ознайомитися з таїнством дозрівання вина, ознайомитися із унікальними традиціями й асортиментом вин й міцних напоїв певного господарства [1, с. 132].

В якості тематичного напрямку культурно-пізнавального винного туризму необхідно розглядати еногастрономічні тури, що представляють собою систему правил відносно правильного відбору вина до тієї або іншої страви, для подальшого отримання у результаті приємного смакового поєднання. При проходженні цієї мандрівки люди можуть знайомитися із культурою споживання вина й його поєднанням із іншими стравами й гастрономічними продуктами, найбільш часто з сиром, рибними і м'ясними делікатесами. Провідні туристично-екскурсійні організації пропонують ознайомитися із дегустаційними залами, приєднатися до екскурсій в виноробні підприємства з дегустацією вин, а також відвідувати винні фестивалі й навіть спеціальні багатоденні програми, що представляють собою винні тури із відвідування підприємств відомої виноробної області.

Певними туроператорами у нашій країні за сприяння фахівців-енологів розроблялися й розробляються нині тематичні винні тури [2, с. 33]. Іншим видом винного виду туризму є рекреаційно-лікувальний туризм, що ґрунтується на пропозиції послуг лікувально-профілактичного, лікувального й косметологічного призначення, застосуванні винограду й вина у лікувальних цілях, наприклад енотерапія, винотерапія та ампелотерапія також використовують у лікувальних і оздоровчих закладах. Якщо розглядати кожен з підвидів винного туризму, то можна сказати, що винотерапія є комплексом оздоровчих, лікувальних й косметологічних технологій, які мають за основу цілющі властивості вин й виноградного соку.

Насамперед винотерапія передбачає дозоване споживання білого та червоного вина. На сьогоднішній день вважають, що лікувальний ефект вино терапії може бути пов'язаний з наявністю в виноградному напої поліфенолу, якому властива антиоксидантна дія. Проведення різноманітних процедур винотерапії спричиняє виведення із організму токсинів, зміцненню кровоносних судин та нормалізації кровообігу. Крім того, масажі, винні маски й обгортання

покращують мікроциркуляцію крові у судинах, зволожують й пом'якшують її, насичують шкіру мікроелементами, повертають молодість та пружність шкіри [3, с. 174]. Інтерес до ампелотерапії тобто застосування виноградних кісточок й листя з лікувальними цілями – пояснюється їхніми косметологічними властивостями.

Науковцями та дослідниками було доведено, що в виноградних кісточках міститься значний обсяг активних речовин, таких як поліфенол, що володіє унікальною здатністю пов'язувати вільні радикали, які формуються у людському організмі під дією сигаретного диму, сонячних променів, стресу та забрудненої атмосфери. Вільні радикали є однією із причин старіння людського організму також вони спричиняють формування серцево-судинних та злоякісних захворювань [3, с. 175]. На території південного заходу Іспанії, Франції, Італії, Угорщини, США також України, а саме Закарпаття туристам пропонують ванни із червоним вином, обгортання тканиною, що просочена вином та медом, також «п'яний масаж». Процедури ампелотерапії й винотерапії пропонують в санаторіях й СПА-готелях на території Одеської й Закарпатської областей [2, с. 36].

На думку Божук Т. І. й Прокопчук Л. А., найбільш вдалою формою є з'єднання сільського і винного туризму. Проживання у садибі сільського зеленого туризму надає змогу мандрівників долучитися до процесів збору й вирощування винограду, культури споживання вина й його вирощування. А екскурсійна програма по обласних тур маршрутах з відвідуванням музеїв та замків може поєднуватися з вечірньою дегустацією вина чи придбанням колекційного вина й сувенірної продукції [4, с. 175]. Також важливим підвидом винних турів є діловий винний тур, що має за мету участь в конкурсах, професійних зібраннях, конференціях з енології й виноробства, а також в винних аукціонах, що є своєрідним дзеркалом розвитку цієї сфери, джерелом цін та інформації, способом

прогнозування кон'юнктурних змін, як в туристичній сфері, так й в виноробній сфері.

Виставкові заходи займають особливе місце у арсеналі сучасної маркетингової діяльності. Участь в роботі ярмарків й виставок – потужний і ефективний спосіб функціонування іміджу й комунікацій виноробних організацій, оскільки учасник виставки отримує великі можливості, щоб відвідування стенду залишило в споживача або потенційного партнера необхідну інформацію й перетворилося у яскраве враження, насамперед за допомогою мистецьких програм, дегустацій та лотерей тощо.

В галузі виноробства, вина й гастрономії найпопулярнішими є такі виставкові заходи як:

- виставка вин й гастрономічних товарів Gourmet Selection в Франції;
- симпозіум і виставка з питань виноробства Unified Wine & Grape Symposium в США, а саме в Сакраменто;
- міжнародна виставка спиртних напоїв й вин VINITALY в Італії;
- міжнародна виставка спиртних напоїв й вин ProWein у Німеччині;
- міжнародна виставка пивоваріння, вин й технологій виготовлення напоїв InterWine China у Китаї тощо [5, с. 8].

В залежності від побажань мандрівників, можливо організувати індивідуальний чи груповий тур. Індивідуальні тури організовує туристична компанія (переважно найдорожчий варіант) чи сам мандрівник. Ці типи винних турів підходять для тих осіб, які мають специфічні інтереси й не хочуть залежати від решти групи, бути вільними в власних переміщеннях та рішеннях. Перевага даного виду подорожі – в можливості самим планувати тур з «мапою в руках» в залежності від своїх інтересів і смаків. Проте найбільші й знамениті французькі виноградники приймають тільки групові екскурсії й лише за попередньою домовленістю із конкретною туристичною фірмою [5, с. 12].

Групові тури організуються турорганізацією на замовлення для деякої групи туристів чи за стандартним, по заздалегідь розробленому маршруту для усіх бажаючих. Груповий тур зазвичай добре організований, передбачає комплекс головних туристичних послуг, насамперед транспортне обслуговування, включаючи перевезення по маршруту туру й трансфер в туристичному центрі, розміщення у ГРК, екскурсії, харчування, придбання вина й супутніх товарів також додаткові послуги [6, с. 30]. Переважно вині тури тривають менше одного тижня, проте зустрічаються подорожі, що розраховані тільки на 2-3 дні. Ці тури можуть бути приурочені до конкретної події в виноробстві зокрема, початок сезону збирання врожаю винограду та виготовлення молодого вина та ін. Виняток складають профілактично-лікувальний тур, що вимагають визначення тривалості процедур, як правило, від чотирнадцяти до двадцяти одного дня. За економічним критерієм в залежності від вартості маршруту, який встановлює рівень послуг й організацію продажу турів, поділяють: комерційний тур, елітарний тур, соціальний й інсентивтур також прес-тури й рекламні тури [1, с. 201]. Почати характеристику туру із елітного VIP-туру, що передбачає режим «найбільшого сприяння» у подорожах, тобто вищий стандарт послуг та збільшену увагу при обслуговуванні, набір послуг наданих послуг може бути досить неординарним та формуватися із врахуванням усіх побажань туриста.

Це практично завжди індивідуальний тур. Як правило, інтерес в цих турах складає придбання й дегустація унікального вина чи поповнення й формування винних колекцій [1, с. 335]. Продовжуючи характеристику винного туру, зупинимось на особливостях комерційного туру, що надається туристам на комерційних засадах в широкому ціновому діапазоні. Комерційний винний тур може бути розрахований як на любителя, так й на професіонала. Програми винних турів можуть бути побудовані за принципом інклюзів-туру або пекідж-туру. Окрім послуг розміщення в готелях й транспортного, найбільш часто до

програми винного туру входить пізнавальна екскурсія до виноградників й виноробних підприємств, споживчі дегустації, участь в тематичній культурній події, насамперед в святі виноробства, майстер-класах, винно-гастрономічному фестивалі також придбання різних аксесуарів для споживання вина і вин [6, с. 337].

Особливістю такого туру є спеціально спланована програма перебування, що поряд з відпочинком й екскурсіями включають заходи освітнього характеру: професійні заходи із виноробами, дегустаторами, фермерами-виноградарями, енологами й сомельє, відвідування організацій із інноваційними технологічними й технічними розробками, участь в наукових також мистецьких форумах, майстер-класах й тренінгах та ін.[7, с. 339].

Таким чином, можна стверджувати, що на цьому етапі сучасні винні тури передбачають широкий спектр видів туристичної діяльності, таких як:

- відвідування дегустаційних підвалів й залів;
- ознайомлення із історією виноробства;
- відвідування спеціалізованих виставок і музеїв;
- ознайомлення з плантаціями виноградниками;
- ознайомлення із технологією виготовлення різноманітних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
- відвідування ресторанів та інших закладів, які пропонують послуги з дегустації вина й майстер-класи від сомельє;
- дегустація туристами місцевих сортів винограду;
- участь в виному фестивалі й тематичному святі;
- участь й відвідування спеціалізованих виставок, форумів, конференцій, конкурсів, винних аукціонів та ін.

Таким чином, у всіх виноробних регіонах наразі намітилися тенденції до активізації й посилення подальшого розвитку винного туризму завдяки поширенню рекламної продукції місцевих виробників вина, залучаючи в даний

процес всі наявні ресурси території: розширення інфраструктури обслуговування мандрівників та запровадження спрощеної системи надання туристичних віз й організації виставок та ярмарок з продажу вин, відвідування виноробних заводів й відвідування історичних пам'яток.

1.2 Сучасний стан винного туризму в Україні та Канаді

Харчування на сьогоднішній день є складовою матеріальної культури. При розгляданні його із даної точки зору, то розглядаємо особливості технологій: вирощування деяких с/г культур, що є характерними для цієї місцевості, їхню обробку й переробку, кулінарія та приготування їжі, її споживання. Із харчуванням пов'язані деякі ритуали також традиції, застосування відповідних меблів, посуду, облаштування приміщень, їх декор та ін. Дослідники розрізняють їжу святкову, повсякденну, ритуальну із особливостями її споживання також приготування. Туристична галузь та окремі її елементи на сьогоднішній день стають вагомим елементом для відчизняної та міжнародної економіки. Туристична галузь залучає усе більше елементів економічної сфери.

Гастрономічний вид туризму та його підвид винний туризм є ефективним соціальним та економічним фактором, що сприятливо впливає на будь яку територію, оскільки сільська територія на якій відбувається певний вид туризму розвивається, за рахунок залучення до туристичного ринку праці осіб, що знаходилися в зоні, що не досліджується чи які займалися лише сільським господарством або виноробством, однак не займалися рекламою власних господарств. Таким чином, харчування є елементом традиційної етнічної культури, крім того належить до найменш трансформованих складових матеріальної культури, зокрема, незважаючи на глобалістичні тенденції нинішньої організації харчування. Тобто, етнічна кулінарія є важливим туристичним ресурсом, на основі якого функціонує гастротуризм й його підвиди.

Люди ще з давніх часів уважали кулінарію мистецтвом, до них належали й греки. А в Давньому Римі в другому столітті до нашої ери, ще за часів правління імператора Адріана на Палантинському пагорбі у Римі було засновано Академію кулінарного мистецтва [8]. На сьогоднішній день в ресторанній справі розвиваються етнічні ресторани, що пропагують етнічну кухню по усьому світові, наприклад ресторани «високої» французької кухні, індійські, італійські, китайські та мексиканські та інші. Деякі напої і страви таким чином «включені» до асоціативного ряду туристів, входять до програм перебування у туристичній дестинації. Через смакові рецептори, «через шлунок» люди пізнають культуру деякого народу, який проживає на території, що відвідує мандрівник.

Гастротуризм чи кулінарний туризм це складова культурно-просвітницького виду туризму є одним із найбільших елементів туристичного ринку. Гастротуризм презентує етнічну та регіональну кухню як складову традиційної культури деякого етносу чи його частини. Гастротуризм має власну внутрішню структуру. Структурувати гастрономічний туризм можна за видами напоїв і страв, за етнічними ознаками, технологією приготування страв, особливостями споживання тощо. Структурно до складу гастротуризму входить винний туризм, що передбачає проведення мандрівки для отримання вражень від споживання вин у областях його безпосереднього вирощування.

Розвиток винних турів пов'язаний із наведеними нижче аспектами:

1) виховання культури споживання вин є споживанням вин є складовою частиною загальної культури харчування. У областях виноробства дана культура наявна, вона є традицією, у інших областях ця культура вимагає упровадження через систему деяких заходів із пропаганди культурного споживання вин. Таким чином, у першу чергу необхідно підкреслити культурний аспект розвитку винних турів, це надає можливість розглядати цей вид туризму як складову загального виховання через виховання культури споживання вин. Культура споживання вин створила професію сомельє, що допомагає людям в підборі вин, є радником та

у цей же час консультантом, що виховує смак, також культуру споживання. Саме даній меті сприяє розвиток відповідних лекцій й дегустаційних залів, екскурсії до винних погребів та ін. [9,10].

2) специфіка технологічного процесу, що обумовлює ризикованість й складність виноробної справи. Виноробство належить до ресурсо-орієнтованих сфер агропромислового комплексу, по причині того, що виноград є продуктом малотранспортабельним. Якість вин як кінцевих продуктів виноробства, залежить від властивостей сировини. Тут постають наведені нижче питання:

а) погодні, природно-кліматичні, ландшафтні умови вирощування винограду. Від обсягу днів із високою температурою, тривалості сонячного сяйва, кількості вологи, обсягу опадів, експозиції схилів, якості ґрунтів тощо. залежить якість винограду й у кінцевому рахунку залежить й якість вина;

б) селекційні, що пов'язані із роботою над вдосконаленням наявних сортів, тобто стійкість до погодних умов, що передбачає посухостійкість та перепади температури, також виведенням нових сортів;

в) виробничі, коли традиційні виноробські технології з'єднуються із можливостями більш нових технологій. Виноградарство є трудомістким процесом та галуззю діяльності, вирощування винограду вимагає постійної роботи, догляду, оскільки рослина винограду хворіє, утрачає власні властивості, звідси: робота виноградаря є важким та ризикованим бізнесом, відчувається брак робочих рук й кваліфікованих робітників.

Також трудомістким є процес виноробства. Робота винороба є також ризикованою справою, що залежить як від попиту на ринку, так й від погодно-кліматичних умов території. Саме із огляду на складні умови проростання й виробництва кожна пляшка має прописаний «паспорт» з встановленими умовами проростання винограду й виробництва, оскільки даним встановлюються смакові особливості вин кожного окремого року для визначеної території. Звідси, винний туризм може бути елементом ділового туризму, насамперед коли даний процес

відноситься виконання виробничих завдань, наприклад укладання угод із закупівлі вина.

3) еногастрономія є напрямком у туристичній сфері, що має за мету пропаганду традиційних для деякої місцевості продуктів, що вирощувалися із дотриманням традиційних технологій на екологічно чистій території, виготовлення із даних продуктів страв за традиційними для цієї території технологіями й їхнє споживання. Еногастрономія передбачає комплексне споживання вин разом з іншими традиційними продуктами, до яких відносять: м'ясні продукти, сири, фрукти й овочі [11]. Таким чином, еногастрономія репрезентує кулінарне мистецтво деякої місцевості, вона виключно локальна, «прив'язана» не лише до місцевості, а і до деякого об'єкту, наприклад сироварні, виноробного підприємства та фазенди. У державах із розвиненим винним туризмом, насамперед Франція, Італія та Іспанія, а у останні роки й Чилі, Австралія та Аргентина еногастрономічний напрямок розвивається переважно на базі виноробних підприємств.

4) ампелотерапія є використанням вин із лікувальною метою, в випадку коли лікувальні властивості вина успішно використовуються у комплексі із кліматотерапією й бальнеотерапією [12].

Винний тур передбачає використання вин у районі їх безпосереднього вирощування, тобто його локалізаційні особливості є джерелом пропаганди туристичних можливостей переважно сільської місцевості, «туристичної глибинки» й є шляхом пропаганди умов й можливостей областей виноробства з розвитку туристичної галузі через споживання вин. До дегустації вин додаються страви національної кухні, ознайомлення із культурою, архітектурою, історією, природою певного краю, його сьогоденням також оглядові екскурсії.

Окрім того терміни виробництва молодого вина та збору винограду після завершення «пікового» туристичного сезону, надає можливість продовжити туристичний сезон та сприяє розвитку туристичної сфери на певній території чи

регіоні. А коли процедура споживання вина виставляється як свято виникають винні фестивалі, наприклад в Німеччині та Іспанії й інших державах, що уже мають славу виноробних, що також пропагують культуру споживання вин та виноробство держав й регіонів.

Усім відомі «гранди» ринку виноробства: Іспанія, Португалія, Італія, Франція, Греція, Німеччина, Угорщина, США, а саме Каліфорнія, Аргентина, Чилі, Грузія, Австралія й даний список можна продовжувати. У даних державах розвивається і винний туризм, вино із даних держав є сувеніром та складовою туристичного іміджу (а почасти, бренду) держави/регіону. Винні тури можна також розглядати як один із механізмів просування винного продукту держави на ринок виноробної продукції, що є доволі щільним, із високою конкуренцією [13,14].

Україна, можливо, і не належить до «клубу винних грандів», проте має виноробство як традиційну сферу АПК. Як відомо із археологічних джерел, ще із п'ятого століття до нашої ери у давньогрецьких полісах, які розташовувалися у Криму, а саме Херсонес й Пантікапей також Причорномор'ї тобто Ольвія, мешканці займались вирощуванням винограду й виноробством, а із кінця вісімнадцятого століття у даних областях розпочинається уже промислове виноробство. В тисяча дев'ятсот тринадцятому році площа під виноградниками на півдні нашої країни складала майже п'ятдесят чотири тисячі гектар, а на початок 1990-х років складала більше ста семидесяти тисяч гектар [15] Однак, із того часу виноградарство зазнає лише втрат: зменшуються площі виноградників, не вистачає коштів на оновлення посадкового матеріалу, зменшується державна підтримка селекційної роботи.

Необхідно відзначити, що незважаючи на складні умови, плідно працює ННЦ «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова» в селищі Таїрове, Одеська області. Зміни погодно-кліматичних умов, що спричинені «глобальним потеплінням» також призводять до зменшення врожаю і виноградників. Також

гострою проблемою є проблема збуту виноробної продукції. Із одного боку, не достатньо продумана цінова політика держави, із іншого, контрафактний товар й недобросовісна конкуренція наносять значні витрати виноробству й не сприяють утворенню культури споживання вина в громадян України. Досить часто виникає питання експорту продукції виноробної сфери.

За інформацією Асоціації «Виноградари та винороби України», у державі кожного року виробляється більше двадцяти п'яти тисяч тон виноматеріалів й кожного року їхнє виробництво, унаслідок зазначених й ще безлічі інших причин, знижується на п'ятнадцять-двадцять відсотків [3] Традиційно виноробними областями є:

1) Крим, де на сьогоднішній день концентрується приблизно половина площ під виноградниками тут знаходяться найвідоміші українські винороби такі як: агрофірма «Магарач», концерн «Масандра», завод шампанських вин «Новий світ», винзаводи Євпаторії, Алушти також Бахчисарая тощо;

2) Причорномор'я тобто Миколаївська, Одеська та Херсонська області відомі винами «Шабо» та «Коблево» тощо;

3) Закарпаття тобто Хуст, Ужгород та Виноградово та ін. Окрім вина, у даних областях виготовляють коньяк: «Шабо», «Коктебель» й «Тиса»[16].

На сьогоднішній день винний вид туризму в Україні має величезні перспективи для розвитку має по всій території нашої країни. До регіонів які мають перспективи для розвитку належать Закарпаття, Одещина, Крим та Миколаївщина. На зазначених територіях також розвинена туристична інфраструктура, до якої відносять готелі, ресторани, транспортні шляхи та історико-культурну спадщину. Також ці території мають сприятливі природно-кліматичні умови.

В результаті досліджень галузі туризму та його окремого виду винного туризму можна зробити висновок, що розвиток та усе більше поширення даної сфери економічної та соціальної діяльності сприятливо впливає як на економіку

держав так і на соціальний розвиток населення як України так й Канади. Покращення соціального стану населення відбувається за рахунок як в'їзного туризму так й внутрішнього через передачу традицій, звичаїв та знань. Поліпшення економічного становища відбувається за рахунок надходження до бюджетів територіальних громад коштів від туризму.

Створення сприятливих умов для розвитку великих та малих господарств надасть можливість більш продуктивно використовувати наявні можливості та ще більше їх розвивати, при цьому не створюючи велике навантаження на навколишнє природне середовище та не створюючи загрозу для нього. У Україні відомі виробники шампанських вин: підприємство «Артемівське», підприємство «Новий світ» також підприємство «Київське». Координаційну політику у галузі виноробства й виноградарства влада здійснює через підприємство «Укрвинпром». У цей же час із метою об'єднання зусиль для спільної політики на ринку виноробства й виноградарства винороби і виноградарі утворили ряд громадських організації, серед яких найбільш потужна - Асоціація «Виноградарі та винороби України». Вихованню культури споживання вин та просуванню винної продукції на внутрішньому ринку держави сприяє Всеукраїнська асоціація сомельє й виноробів, що на базі школи сомельє готує кадри для ресторанних і торгових підприємств. Тобто, можна стверджувати, що, незважаючи на деякі проблеми розвитку, виноробство й виноградарство в Україні мають тривалу традицію, виробничу й ресурсну базу, систему збуту, підготовки кадрів й науково-технічних розробок, організаційний ресурс тобто систему громадської підтримки, державного управління та спеціалізовані засоби масової інформації, тобто є створеною, потужною сферою, що має можливість використовувати туристичну галузь як засіб поширення знань про власну діяльність [17].

Поєднання можливостей туризму і виноробства є основою для розвитку винного туризму, а таким чином й: розширення можливостей для збуту

продукції, виховання культури споживання вин громадянами та залучення додаткових споживачів, у тому числі і іноземних мандрівників й просування винних продуктів як виробничого так і регіонального брендів й сувенірів. Через винний туризм мандрівники можуть підтримувати розвиток підприємств: «Новий Світ» та «Артемівськ» й ін. також регіональні бренди: Закарпаття, Крим та Причорномор'я.

Тобто, є усі підстави для утворення Асоціація винного туризму, до якої мають бути залучені всі перераховані складові сфери виноробства й виноградарства й складові туристичної галузі рис.1.1.



Рис. 1.1- Орієнтовна структура Асоціації винного туризму України

Можливо, саме такі галузеві об'єднання, що утворюють видові туристичні ринки, стануть основою, деяким «локомотивом» розвитку туристичної сфери у областях, що не спеціалізуються на туризмі, й додатковим поштовхом для інтенсифікації туристичної сфери у відомих дестинаціях. Можливо, утворення такої, однієї із перших, асоціацій, при загальній пасивності держави із розвитку туристичної галузі, є шляхом розвитку як туризму, так й окремих виробничих сфер, деяких територій. Проте у традиційній українській кухні велику роль

відіграє не лише як інші напої, що також мають локальне походження й можуть рекламувати туристичні можливості деякої території.

У період з дві тисячі десятого по дві тисячі двадцятий роки дуже зросла культура споживання меду населенням, а саме завдяки державній підтримці пасічників, діяльності їх громадських об'єднань та проведенню фестивалів та ін. Одним із медових продуктів є питний мед тобто медовуха. Медовуха є напоєм, що утворений на основі технології бродіння медового продукту із додаванням чи без додавання інших компонентів, таких як: смородина й інші ягоди чи трави та ін. Мед виробляється у безлічі областей нашої країни, має власні яскраві регіональні відміни. Уже діють асоціації: виробників медовухи та бджолярів України. Відповідно, у Закарпатті розроблений тур «Медовий шлях», що користується значним попитом. Є у традиційній українській кухні і ще один популярний народний продукт, такий як: наливки й настоянки, популяризація яких може стати доповненням до винного туру й сприятиме популяризації деяких областей, формуванню спеціалізованих дестинацій.

Розвиток винного виду туризму у нашій країні, зважаючи на досвід держав із розвиненим виноробством, на стан виноробства і виноградарства у державі, має перспективи, проте потребує підтримки та координації зусиль зацікавлених сторін.

Таким чином утворення галузевих асоціацій, у цьому разі Асоціації винного туризму України, може бути шляхом до формування у державі такого видового туристичного ринку. Винний вид туризм вказує ще на один шлях розвитку гастротуризму та кулінарного туризму у державі: через пропаганду страв та напоїв - до просування регіонів, утворення кластерів та дестинацій, що є напрямком перспективного розвитку туристичної сфери, перспектив регіонального розвитку. Застосування туризму як засобу для просування вітчизняної виноробної продукції є одним з методів інтенсифікації як розвитку туризму, так й виноробства у Україні.

Канада – друга за величиною країна світу за площею – далеко не найочевидніша з виноробних країн, і все ж її виноградники здатні виробляти як якість, так і кількість. Потужні купажі Каберне і ароматні сухі рислінги грають важливу роль у винному портфелі країни, але соковито солодке крижане вино безперечно є флагманським канадським винним стилем. Канадська виноробна промисловість існує в першу чергу в чотирьох провінціях: Онтаріо і Британська Колумбія, які відповідають за 98 відсотків якісного виробництва вина, і Квебек і Нова Шотландія, які є новими регіонами виноградарства і мають невелику, але лояльну місцеву прихильність (Рис.1.2 Виноробні регіони Канади). Незважаючи на величезні географічні розміри Канади, її щорічне виробництво вина становить лише 2 відсотки від виробництва сполучених штатів.



Рис.1.2 - Виноробні регіони Канади

Максимально використовуючи свої надійно холодні зимові температури, канадські виробники вина стали світовими лідерами з виробництва крижаного вина. Він був введений німецьким іммігрантом Вальтером Хайнле в 1972 році, який отримав виноград з долини Оканаган. Inniskillin випустив перше комерційне крижане вино в 1984 році, і до кінця 1980-х років численні виноробні з Ніагари залишали виноград заморозувати перед збором врожаю.

Сьогодні Канада виробляє більший обсяг крижаного вина, ніж всі інші країни разом узяті. Хоча він виробляється у всіх виноробних регіонах, 90 відсотків надходить від виробників Онтаріо. Тут високе середнє середнє значення сонячних годин дозволяє винограду розвиватися до морозних температур на початку зими. Відаль - витривалий гібридний сорт, який найчастіше зустрічається в крижаному вині. Лоза має сильну стійкість до холодних температур з товстими виноградними шкірками, які не дають ягодам розколюватися пізно в період вегетації. Також плідно виробляються Рислінг, Гевурцтрамінер і Каберне Франк.

Vintners Quality Alliance (VQA) - це регулюючий орган, який представляє підхід, заснований на апеляції, до канадського вина. Членство дозволяє виноробам використовувати логотип VQA на своєму вині, і це забезпечує ступінь забезпечення якості для потенційних споживачів. У центрі уваги VQA - сорти вініфери, з яких популярністю користуються Рислінг, Шардоне, Піно Нуар і бордоські сорти. Відібраним гібридам, таким як Відаль і Марехал Фох, також дозволяється носити позначення VQA. Канада виробляє величезний асортимент сортів винограду, стилів вина та купажів, з кожним роком розвивається все більше регіональних страв.

Ця система контролю якості не обходиться без суперечок. Вина, позначені як «Cellared in Canada», багато хто вважає найбільш сумнівною експлуатацією застарілого винного закону. Класифікація дозволяє імпортувати та проводити в Канаді іноземний попередньо ферментований виноград. У Британській Колумбії 100 відсотків винограду необхідно імпортувати, тоді як в Онтаріо мінімум 30 відсотків повинні вироблятися на місцевому рівні.

Канадський віскі, як правило, легший і гладкіший, ніж інші віскі, хоча доступні різні фасони. Більшість канадських віскі - це багатозернові суміші, включаючи ячмінь, кукурудзу і жито на мішанці, і його потрібно розім'яти, дистилювати і витримати мінімум три роки в Канаді. Незважаючи на те, що

багатьох досі називають «житніми», у власне машбілі немає законодавчої мінімальної вимоги до цього зерна. Жито все ще використовується, так як надає характерний аромат, але зазвичай це невелика частка суміші (Рис. 1.3 Доступність винограду/суміші).

Історія дистиляції Канади налічує понад 200 років і є такою ж довгою, як і у США. Він має більш характерний шотландський вплив, що пояснює, чому пише віскі без «е».

Джона Молсона зазвичай визнають першим дистилятором, відкривши свої кадри в 1799 році. У Квебеку за 30 років до цього працював лікєро-горілочний завод, але неясно, чи виробляв він віскі. До середини 19 століття в Канаді працювало понад 200 спиртзаводів.



Рис. 1.3 - Доступність винограду/суміші

1.3 Загальні принципи організації винних турів

Методологія побудови дослідження туризму, а саме ринок послуг винного туризму ґрунтується на класифікації факторів, які впливають на туристів та мандрівників, насамперед зовнішніх стимулюючих факторів, особистісних

факторів й класичними підходами до сегментації туристичного ринку: демографічним, географічним, психографічним також поведінковим.

В ході маркетингово дослідження ринку послуг винного туризму, проводимого Басюк Д.І., респондентам було надано анкету закритого типу. Насамперед, 2 питання були спрямовані на встановлення рівня потенціального інтересу до винного туру й відсутності чи наявності деякої мотивації і досвіду до купівлі винного туру. Тобто це дослідження структури реального й потенційного ринків.

Згідно результатів першого питання було визначено, що сто тридцять сім респондентів, а саме вісімнадцять відсотків обрали б винні тури для проведення відпустки. Переважно це були жителі великих міст, які мають вищу освіту.

З проведеного дослідження було встановлено, що опитані особи чітко виявляють власні переваги, оскільки доволі незначна частка надала перевагу комбінації винного туру із культурно-пізнавальним туром, а саме п'ять осіб, чи пляжним туризмом, а саме чотири особи.

Таким чином, повністю закономірно, що найменше винний тур комбінуються із заняттям спортивно-екстремальним туризмом, таку комбінацію серед респондентів обрала лише одна особа.

Результати відповідей туристів наведені в таб. 1.1.

Таблиця 1.1

Розподілення відповідей відносно критеріїв обрання виду туризму

№	Види відпочинку	Частота	Відсоток, %
1	рекреаційно-пляжний;	234	31
2	культурно-пізнавальний;	261	35
3	винно-гастрономічний в поєднанні із іншими видами туризму	10	1

Продовження табл. 1.1

4	винно-гастрономічний;	127	17
5	спортивно-екстремальний.	117	16
6	Усього відповідей	740	100

Результати проведеного дослідження вказують на те, що винний вид туризму наразі займає 3 місце за популярністю серед респондентів, поступаючись лише культурно-пізнавальному- тридцять п'ять відсотків респондентів та рекреаційно-пляжному- тридцять один відсоток виду відпочинку. Графічне зображення результатів проведеного дослідження наведено на рис.1.2. та 1.3.

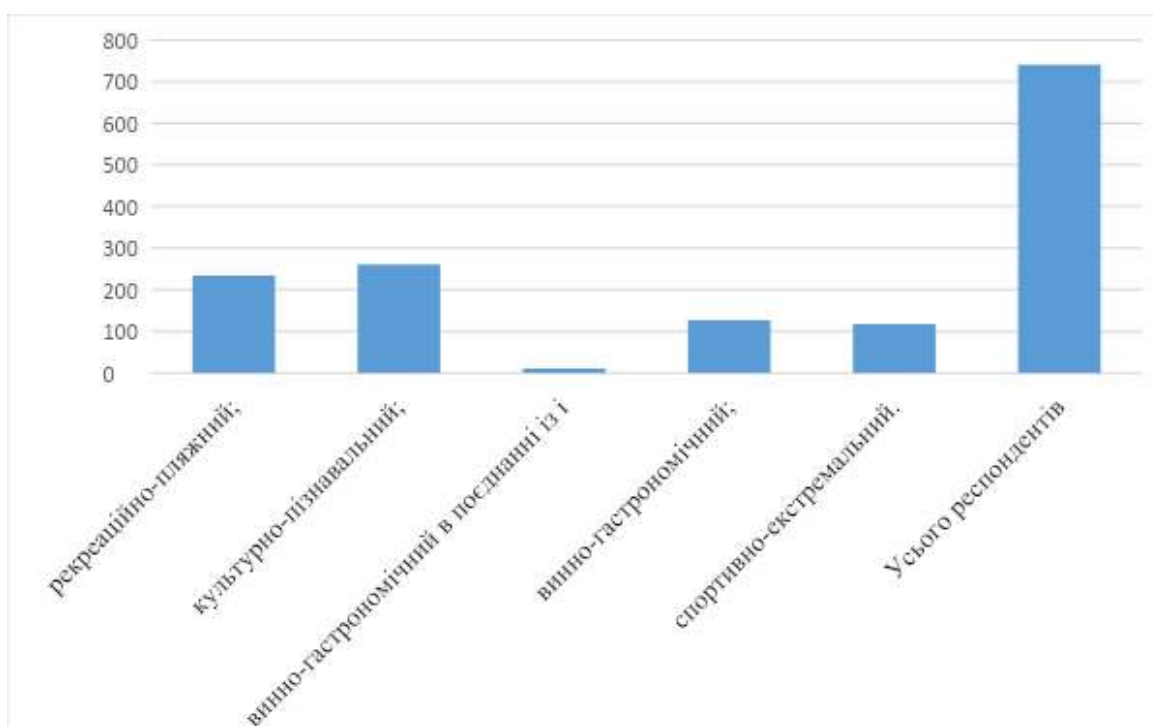


Рисунок 1.4- Розподілення відповідей респондентів відносно критеріїв обрання виду туризму

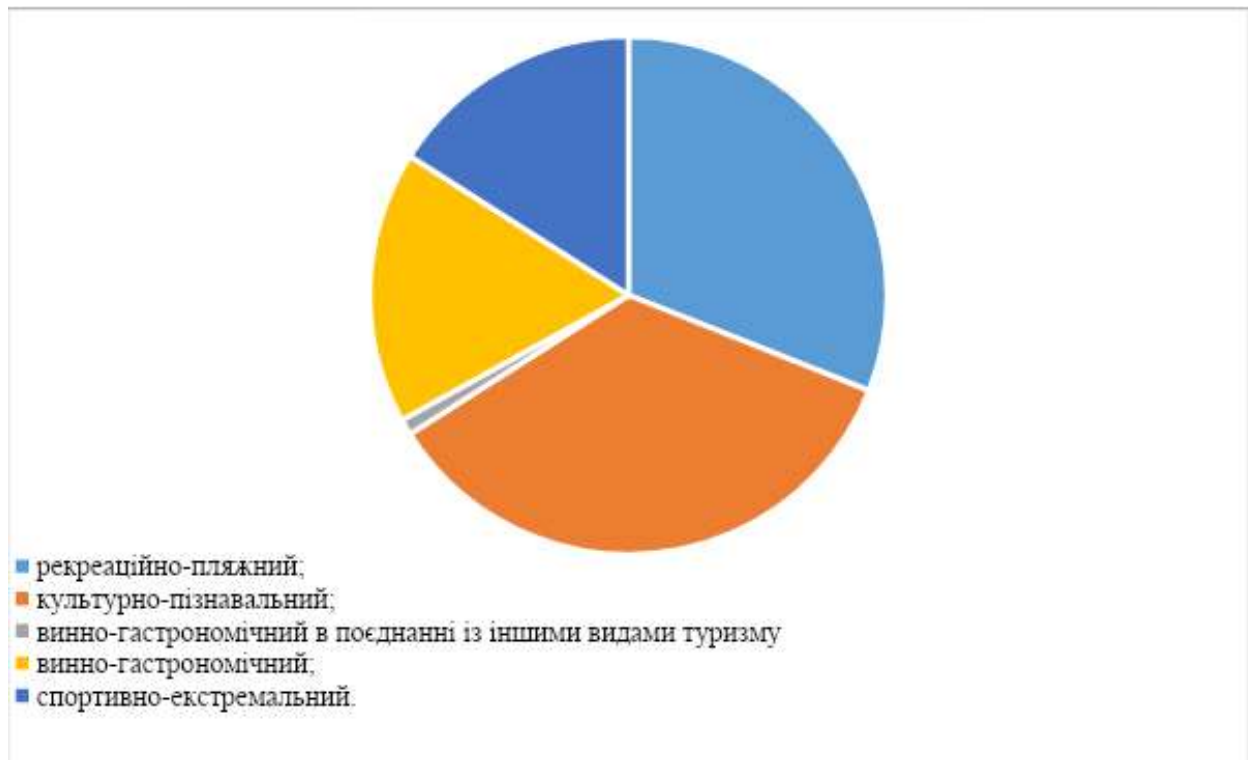


Рисунок 1.5- Сегментація ринку туристичних послуг за видами туристичної діяльності

З метою встановлення співвідношення між потенційним і реальним ринком винного виду туризму необхідно було з'ясувати, наскільки споживачі ознайомлені із цим видом туризму та чи мають вони відповідну мотивацію й досвід до цього виду поїздки. Тож було запропоноване питання «Чи брали Ви коли-небудь участь у винно-гастрономічному турі?».

Отримані дані показали, що понад половини респондентів знайомі із тими чи іншими формами винних турів й цікавляться культурою споживання вина. Таким чином, 11,8 відсотків споживачів вже подорожували винними шляхами, а 34,5 відсотків брали участь в винних виставках й дегустаціях. Як гарну перспективу ринку можна оцінити те, що тридцять відсотків потенційних мандрівників планують винний тур. Однак, сто шістьдесят два респонденти не зацікавлені в винному туризмі й не мають наміру замовляти винний тур.

Таблиця 1.2

Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи брали Ви коли-небудь участь у винно-гастрономічному турі?»

Варіант відповіді	Частота	Відсоток
1. так;	83	11
2. ні, і не планую	162	22
3. відвідував(ла) дегустації;	171	23
4. ні, але планую;	222	30
5. відвідував(ла) виставки;	102	14
Усього відповідей	740	100

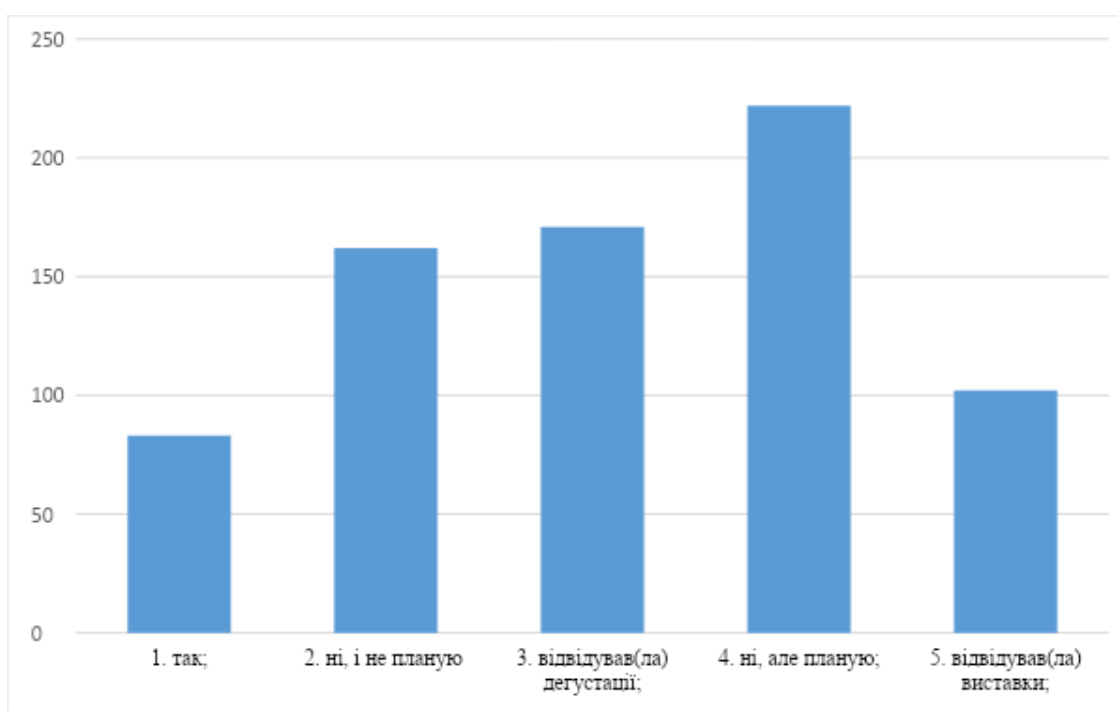


Рисунок 1.6- Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи брали Ви коли-небудь участь у винно-гастрономічному турі?»

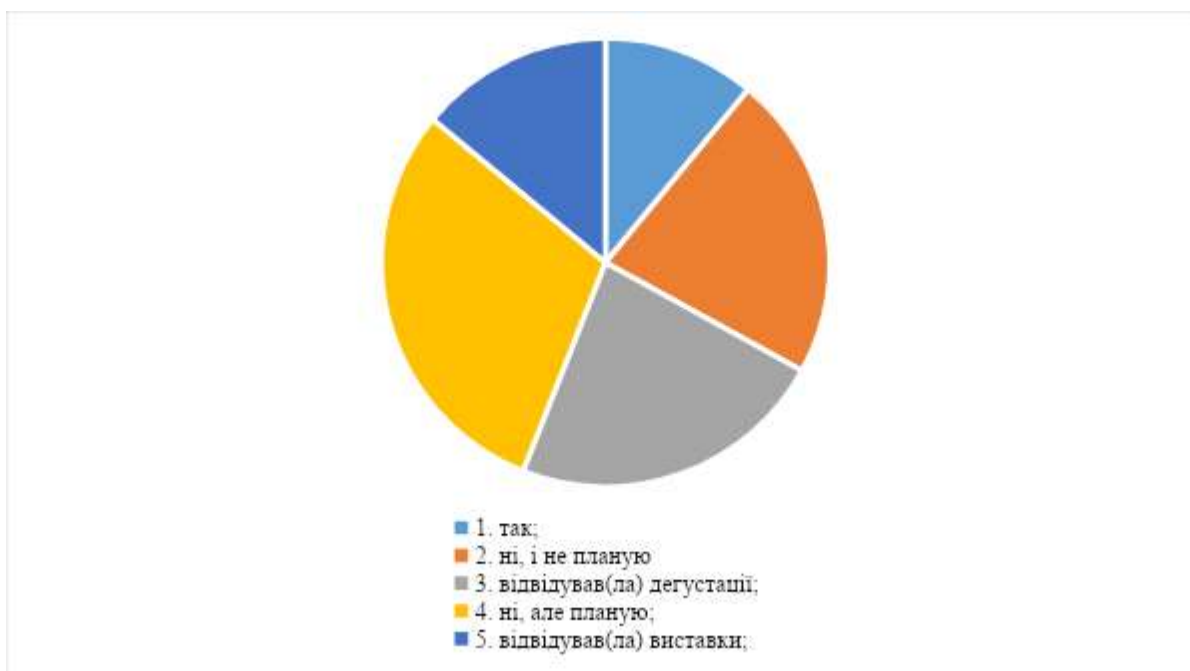


Рисунок 1.7- Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи брали Ви коли-небудь участь у винно-гастрономічному турі?»

Тобто, можна виділити 3 сегменти туристів, що уже брали участь в винних турах або окремих їх елементах чи просто зацікавлені в подібному виді відпочинку, що відображено в таб. 1.3. Природно, що при цьому частина споживачів, що обрала негативну відповідь, не береться до уваги [18].

Таким чином, перший сегмент є реальними споживачами, що вже побували в винному турі. Другий сегмент є потенційними споживачами винного туру, що вже мають деякий пізнавальний й сенсорний досвід, проте ще не брали участь в повноцінному винному турі.

Досить великим є й третій сегмент, який указує на те, що в винному туризмі є безліч потенційних споживачів, що за достатнього рівня платоспроможності, зможуть долучитися до винних поїздок. Основу даного сегменту складають особи різноманітного віку переважно із вищою й неповною вищою освітою.

Відносно розподілу за професіями, то необхідно відзначити, що винними турами найбільше цікавляться респонденти, які працюють в сфері послуг-23,5

відсотки чи займаються приватним бізнесом-19 відсотки. Також великий обсяг реальних й потенційних споживачів винних турів складають працівники сфери освіти й науки також держслужбовці.

Як відомо, винні тури передбачають досить широким спектр видів туристичної діяльності, насамперед:

- ознайомлення із технологією виготовлення різноманітних видів алкогольних напоїв на самому виробництві;
- ознайомлення з плантаціями виноградників також дегустація місцевого винограду;
- дослідження історії виноробства, ознайомлення з колекцією спеціалізованих виставок і музеїв, енотек;
- участь в винному фестивалі й тематичного свята;
- Відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах й аукціонах.

Сегмент третій є потенційними винними туристами, що ще не мають досвіду участі в винному турі й інших заходах, проте хотіли б долучитися до них. Більш детальна характеристика отриманих сегментів наведена у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Аналіз сегментів потенційних споживачів винного туру за демографічними дескрипторами

Демографічні дескриптори	Частка відповідей по сегментам, відсотків			Усього відповідей
	Сегмент перший	Сегмент другий	Сегмент третій	
Всього відповідей в сегменті	83	273	222	578
Стать:				
чоловіча	47	159	133	339
жіноча	36	114	89	239

Продовження табл. 1.3

Вік:				
Двадцять- тридцять років	19	78	68	165
Тридцять-сорок років	22	74	54	150
Сорок-шістдесят років	20	66	62	148
Понад шестидесяти років	22	55	38	115
Освіта:				
середня	8	26	23	57
неповна вища	22	92	77	187
вища	51	158	123	332
Професія:				
приватний бізнес;	26	49	35	110
освіта, наука;	9	30	20	63
виноробна промисловість	0	2	1	3
сфера послуг;	11	68	57	136
туризм;	7	18	14	39
медицина;	8	26	19	53
військова служба	2	13	10	25
держслужбовець;	13	30	19	62
будівництво;	5	18	20	43
промисловість;	3	19	24	46

Таким чином, аналізуючи табл. 1.3 можна зробити висновок, що найбільшим сегментом є другий, що вказує на те, що більшість респондентів цікавляться культурою споживання вина й, за можливістю, долучаються до різноманітних пізнавальних заходів, які пов'язані із цим. Природно, що ці особи переважно середнього й молодого віку із вищою освітою. Маючи досвід участі в різноманітних винних фестивалях й дегустаціях, ці особи мотивовані до замовлення винного туру.

З метою ефективного планування турів варто враховувати особливості поведінки обраної аудиторії потенційних мандрівників, смаки туристів відносно

змістового наповнення турів й запропонувати ті послуги, що викликають найбільший інтерес потенційних мандрівників. Тож на розсуд респондентів було представлено вибір різноманітних форм винних турів із пропозицією обрати той вид діяльності, що викликає інтерес. Узагальнена інформація обраних варіантів респондентів наведені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Відповіді респондентів за формами винних турів

Форма винного туризму	Частота	Відсоток
екскурсія на виноградники та виноробні підприємства	117	17
комплексний винний тур	168	24
відвідування винних фестивалів й виставок;	83	12
еногастрономічна вечеря	136	20
майстер клас із еногастрономії	76	11
дегустація вина із лекцією досвідченого сомельє;	107	16
Усього відповідей	740	100

У результаті проведеного опитування було встановлено, що найбільшу кількість голосів було віддано на користь комплексних винних турів. Багато мандрівників хотіли б взяти участь в еногастрономічній вечері, а також відвідати й ознайомитися з виноробними підприємствами й виноградниками. Дуже багато туристів зробили вибір на користь лекції-дегустації досвідченого сомельє. Найменший інтерес серед туристів викликають винні фестивалі, свята й майстер - класи із еногастрономії. Графічно це наведено на рис. 1.5.

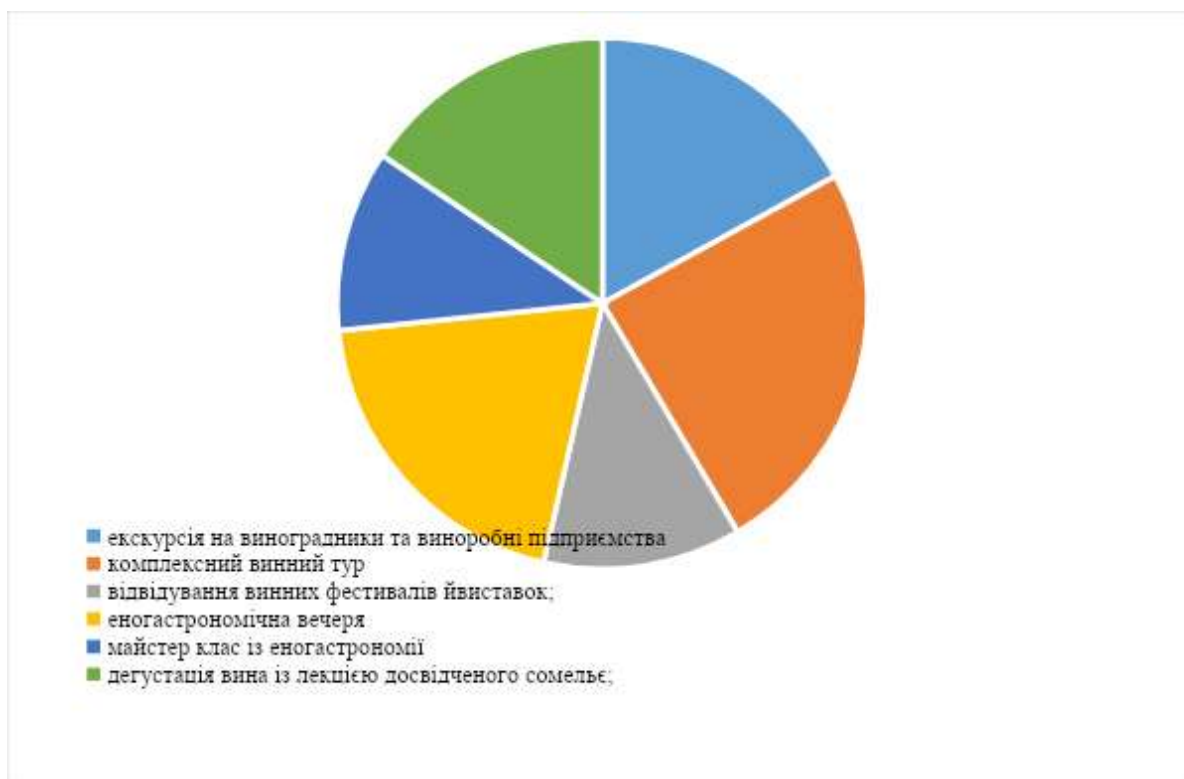


Рисунок 1.8- Пріоритетність обрання видів діяльності в винному туризмі

Оскільки винні тури можуть виступати основою додаткового доходу для виноробного підприємства, потенційним мандрівників було запропоновано вказати обсяг пляшок вина, що вони б хотіли придбати під час турів. За інформацією західних дослідників, при організації дегустацій і екскурсій виноробна організація може підвищити кількість продажів до тридцяти відсотків. Це підтвердила й інформація нашого опитування. П'ятдесяти шести відсотків респондентів планують придбати до п'яти пляшок вина, тридцяти трьох відсотків відсотків хотіли б придбати до домашньої колекції майже на десять пляшок, й досить значний обсяг поціновувачів зорієнтована на покупку понад десяти пляшок.

Для функціонування конкурентоспроможних винних турів, важливо з'ясувати, яка ціна винного туру є найбільш привабливою для туристів. Результати проведеного дослідження засвідчили, що понад половина

потенційних мандрівників, а саме п'ятдесят шість відсотків орієнтуються на недорогі пропозиції вартість яких складає до п'ятсот євро, ще тридцять два відсотки готові придбати винні тури у ціновому діапазоні від п'ятисот до тисячі євро. Також шість відсотків туристів розраховують на елітний рівень послуг, ще для п'яти % туристів ціна не є вирішальним фактором. Отримані дані вказують на те, що понад половина туристів ще не готові витратити значні кошти на подорож, й при обрані винного туру будуть орієнтуватися на ціну.

Практичний та науковий інтерес викликають пріоритети туристів відносно географії винних турів. Тож цілком закономірно, що лідерами є держави і регіони із традиційно високою культурою виноробства вина, насамперед це Франція, Італія також Іспанія. Популярність винного туру в даних державах пояснюється тим, що на цій території об'єкти культурної спадщини та унікальні природні ресурси поєднуються з добре розвиненою інфраструктурою винного виду туризму. Подорожуючи в винних турах до традиційних винних країн і регіонів, усі учасники збагачуються враженнями і знаннями відносно технології, історії, палітри смаків й ароматів різноманітних сортів вина, культури споживання вина та національних традицій.

Відвідування виноробних областей і країн зазвичай супроводжується тематичними екскурсіями: льохів та виноградників, ознайомленням із унікальними колекціями вина, сімейними і народними традиціями, оглядами стародавніх замків, спілкуванням із майстрами-виноробами, театралізованими виставами в винних підвалах. Серед країн-фаворитів були також Угорщина, Аргентина й Південно-Африканська Республіка[23]. Певні споживачі також обрали Китай та Японію як об'єкти винних турів. В даних державах виноробство має недовгу історію, однак активно завойовує позиції на світовому і внутрішньому ринках. Показово, що при обрані «Ваша відповідь», було зазначено ще десять держав, серед яких найбільш часто указувались Грузію і Україну.

В результаті опитування було встановлено та оцінено конкурентну ситуацію на ринку послуг винного туризму. Серед найпопулярніших операторів в даному сегменті було наведено такі як: турорганізація «Балаклава Тур», туроранізація «Тез-тур», турорганізація «Королівські подорожі», турорганізація «Кримський винний тур», туристична організація «Гарячі путівки», туристична організація «Гермес», туристична організація «Кий Авіа Крим», турорганізація «Вояж», організація «Час на мандри», туристична організація «Золота підкова», туристична організація «Пегас тур» та турорганізація «Корега-тур» тощо. Це пов'язано з тим, що Українські туристичні агенції уже починають звертати увагу на винні тури, в якості перспективного туристичного продукту.

Таким чином, узагальнюючи отриману інформацію, у результаті проведення дослідження, можна стверджувати, що в Україні ринок послуг винного туризму досить активно розвивається, наявний також досить значний перспективний попит на винний тур. Як джерело дослідження було обрано різноманітні категорій потенційних мандрівників, можна стверджувати, що наявні категорії споживачів, що можуть бути обрані у якості цільових для просування винного туру для турорганізацій й виноробних організацій. Також можна стверджувати, що винними мандрівниками можуть стати особи будь-якого віку, статі й професії. В результаті досліджень галузі туризму та його окремого виду винного туризму можна зробити висновок, що розвиток та усе більше поширення даної сфери економічної та соціальної діяльності сприятливо впливає як на економіку держав так і на соціальний розвиток населення як України так й Канади. Покращення соціального стану населення відбувається за рахунок як в'їзного туризму так й внутрішнього через передачу традицій, звичаїв та знань. Поліпшення економічного становища відбувається за рахунок надходження до бюджетів територіальних громад коштів від туризму.

Створення сприятливих умов для розвитку великих та малих господарств надасть можливість більш продуктивно використовувати наявні можливості та ще більше

їх розвивати, при цьому не створюючи велике навантаження на навколишнє природне середовище та не створюючи загрозу для нього[19].

Однак, цей продукт усе ж орієнтований на людей освічених, що мають бажання не лише відпочити на протязі подорожі, а і дізнатися дещо нове про культуру й історію споживання вина. Проведене дослідження також надає можливість встановити перспективні напрями організації винних турів й встановити фінансові межі, що є прийнятними для туристів.

Висновок до 1 розділу

В результаті виконання першого розділу було досліджено ринок винного туризму та теоретичні аспекти діяльності винного туризму. Для індустрії туризму вино є значним фактором привабливості туристичного продукту, елементом харчування, мотивом спеціальної поїздки та відпочинку, розваг і лікування. Для підприємств, які займаються виробленням вина, цей туристичний напрямок є одним з способів привернути увагу туристів та місцевого населення до власної торгової марки, завоювати довготривалу прихильність споживачів, які ознайомившись з існуючою винною колекцією, а також підвищити кількість прямих продаж в винних підвалах й дегустаційних залах. На сьогоднішній день винний вид туризму в Україні має величезні перспективи для розвитку на всій території нашої країни. До регіонів які мають перспективи для розвитку належать Закарпаття, Одещина, Крим та Миколаївщина. На зазначених територіях також розвинена туристична інфраструктура, до якої відносять готелі, ресторани, транспортні шляхи та історико-культурну спадщину. Також ці території мають сприятливі природно-кліматичні умови.

В результаті досліджень галузі туризму та його окремого виду винного туризму можна зробити висновок, що розвиток та усе більше поширення даної сфери економічної та соціальної діяльності сприятливо впливає як на економіку держав так і на соціальний розвиток населення як України так й Канади. Покращення соціального стану населення відбувається за рахунок як в'їзного туризму так й внутрішнього через передачу традицій, звичаїв та знань. Поліпшення економічного становища відбувається за рахунок надходження до бюджетів територіальних громад коштів від туризму.

Створення сприятливих умов для розвитку великих та малих господарств надасть можливість більш продуктивно використовувати наявні можливості та

ще більше їх розвивати, при цьому не створюючи велике навантаження на навколишнє природне середовище та не створюючи загрозу для нього.

Таким чином утворення галузевих асоціацій, у цьому разі Асоціації винного туризму України, може бути шляхом до формування у державі такого видового туристичного ринку. Винний вид туризм вказує ще на один шлях розвитку гастротуризму та кулінарного туризму у державі: через пропаганду страв та напоїв - до просування регіонів, утворення кластерів та дестинацій, що є напрямком перспективного розвитку туристичної сфери, перспектив регіонального розвитку.

2 РОЗДІЛ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА КАНАДІ

2.1 Об'єкти винного туризму в Україні

Сфера туризму на сьогоднішній день стає вагомим елементом для вітчизняної та міжнародної економіки. Туристична галузь залучає усе більше елементів економічної сфери.

Гастрономічний та його підвид винний туризм є ефективним соціальним та економічним фактором, що сприятливо впливає на будь яку територію, оскільки сільська та приміська територія на якій відбувається певний вид туризму розвивається, за рахунок залучення до туристичного ринку праці осіб, що знаходилися в сірій зоні чи які займалися лише сільським господарством або виноробством.

На сьогоднішній день винний вид туризму в Україні має величезні перспективи для розвитку має по всій території нашої країни. До регіонів які мають перспективи для розвитку належать Закарпаття, Одещина, Крим та Миколаївщина. На зазначених територіях також розвинена туристична інфраструктура, до якої відносять готелі, ресторани, транспортні шляхи та історико-культурну спадщину. Також ці території мають сприятливі природно-кліматичні умови. До числа найбільших виробників виноробної продукції за областями нашої країни входять підприємство «Шабо» в Одеській області, агрофірма радгосп підприємство «Білозерський» у Херсонській області, Одесавинпром - торгова марка «Французький бульвар», Французькі виноградні технології та ін. Чудовим прикладом є також підприємство «Артвайнері», що зовсім нещодавно дебютував в якості найбільшого виробника ігристих вин в Східній Європі. Цей завод взяв за основу традиції французького регіону

Шампань та виготовляє власне ігристе вино на глибині сімдесят два метри під землею в уже покинутих гіпсових шахтах вісімнадцятого століття [20].



Рис. 2.1 Українські виробники виноробної продукції

Хоч на території Закарпаття вино продають й повсюди, в більшості своїй це вина з приватних запасів місцевих господарств. Найвідомішими є такі винні марки як «Контар» та «Чизай». Найбільш відомими виноробнями на території південної України є підприємство Одесавинпром, підприємство Одеський коньячний завод «Шустов», підприємство Бейкуш, підприємство Коблево, підприємство Шабо, підприємство «Вина князя Трубецького» та сімейна виноробня «Курінь». Проаналізуємо стан найпопулярніших виноробних господарств причорноморського регіону нашої країни. Шість виноробень, серед яких товариство з обмеженою відповідальністю «Шабо», Бейкуш, підприємство

«Коблево», підприємство «Одесавинпром», підприємство «Князя Трубецького» та виноробня «Курінь», дослідження було проведено за такими критеріями як: площа виноградників, сорти винограду, розміщення, що саме вирощуються, обсяг виготовлених пляшок на рік, чистий дохід від реалізації за дві тисячі двадцять перший рік й чистий прибуток за дві тисячі двадцять перший рік. Тобто, Коблево є найбільшою за площею виноробнею південної частини України, а саме дві тисячі чотириста гектар, однак дана виноробня має не найбільший дохід. Найбільшими ж за чистим доходом від реалізації є виноробні Шабо та Одесавинпром площа виноградників яких є меншою за площу виноградників Коблево більш ніж в 2 рази [27,29].

Дані підприємства випускають мільйони пляшок на один рік. Що стосується виноробень з меншими виробничими потужностями – вони випускають менше одного мільйона пляшок на рік, то у даному випадку ситуація гірша.

Варто також розглянути негативні фактори, які стримують розвиток виноробної галузі економіки. Серед цих негативних факторів є [30]:

1. Припинення фінансової державної підтримки галузі, й внаслідок цього припинення закладення молодих виноградних насаджень й нерівномірні умови конкуренції із іноземними виробниками вина.

2. Заборона реклами вина й, внаслідок цього, нижчий рівень культури споживання винної продукції в населення.

Менше можна зазначити позитивних факторів, які сприяють розвитку виноградного-виноробної сфери у нашій країні [1]:

1. Початок процесу періодизації провідних підприємств й фермерських господарств на виробництво вина і органічного винограду й виноробної продукції.

2. Значне підвищення врожайності виноградних насаджень за рахунок нових посадок з впровадженням новітніх технологій.

3. Активізація Мінагрополітики України й громадських галузевих організацій у частині законодавчої ініціативи щодо дерегуляції чинних законодавчих актів. Таким чином можна зробити висновок, що для нашої країни винний вид туризму поки що не типове явище. Відсутність великого обсягу заводів, що готові розкривати власні двері й секрети перед мандрівниками, низький рівень державної підтримки й недосконалість законодавства, відсутність належної інфраструктури є головними, проте не єдині, причини що гальмують розвиток не тільки винного гастротуризму, проте й туристичної сфери у цілому.

2.2 Об'єкти винного туризму в Канаді

Винний туризм Канади досить популярний та перспективний напрямок туризму. Туристи з усього світу приїждять до Канади з метою ознайомлення з його історією та культурою.

Святкування кухні й вина є великою частиною Культури Онтаріо. Онтарійське вино, розміщене на території південного сходу Канади, розвивався на протязі поколінь й наразі є досить популярним туристичним напрямком й визначною пам'яткою держави. Історія сягає тисяча вісімсот одинадцятого року, в той час коли чоловік німець на ім'я Йоганн Шиллер пересадив гібриди і лабруску штату Пенсильванія на двадцяти акрах на березі р. Кредит, що в Кукс Віллі, приблизно у двадцяти кілометрах на захід від Торонто. У той період після заборони алкоголю в тисяча дев'ятисотому роках виноробні підприємства й сучасні виноробства не розпочали працювати повністю до тисяча дев'ятсот сімдесят четвертому році. Виноробні Онтаріо утворили програму «Vintners Quality Alliance» (VQA), щоб встановити географічні найменування й сформувати суворі стандарти виробництва. Необхідно більш детально ознайомитися з культурою й історію розвитком виноробної справи, а також деякі

із найпопулярніших виноробних областей та територій, що наразі сформовані у провінції.

Онтаріо є провідним виробником винограду у Канаді, що вирізняє цю провінцію її винами. В даний період історії країна перебувала у розквіті колонізації й утворювала себе як «Нова Франція». Європейці оселялися та ставали власниками житла на новій землі, а у Європі життя продовжувало процвітати.

Склалося враження, ніби колонізація змусила переселенців почати деякі речі з чистого аркуша, що у той же час уже були просунуті у ін. державах та регіонах. Виноробна справа нічим не відрізняється. Безліч любителів спробували власні сили в виробництві вина, проте дикі «*Vitis riparia*» та «*Vitis labrusca*» були гіршої якості в порівнянні із європейськими винами. Самюель де Шамплен й Картьє були часткою найдавніших повідомлень про те, що хтось робив вино. Дане явище було пов'язано із єзуїтами приблизно у тисяча шістсот тридцятих роках, де дані представники релігії мали потребу у вині для сакраментальної мети. Із даним доповненням до культури вино виготовляли, проте не продавали. Минув час між аматорським й релігійним виноробством й продажем через таверни і виноградники.

Прошло приблизно одне століття, організація стала популярним для цих сфер, як виноградарство й виноробство. До того, як алкоголь й вино стали державною промисловістю, такі організації, як «Виноградари Онтаріо», керували виноградниками. Правління даної організації розпочалося у тисяча дев'ятсот сорок сьомому році й було утворено для обслуговування потреб й представництва інтересів виноградарів в їх стосунках із переробниками. Відтак винороби отримали популярність в винній промисловості. В тисяча дев'ятсот сорок сьомому році у Онтаріо було тридцять п'ять тисяч акрів територій на якій вирощувався виноград, з яких виробники зібрали дві з половиною тонни винограду[29].

На початку виноград був призначений тільки з метою вирощування для десертів, консервів, слабоалкогольних продуктів й соків. В наступні десятиліття характер виноробної і виноградної промисловості досить різко змінився. Цей процес проходив між вісімдесят дев'ятого й дев'яносто першого року двадцятого століття. У той час виробники видалили вісім тисяч акрів гібридної ліани й лабруски і замінили ці сорти на традиційні європейські «*Vitis vinifera*». Із даним коригуваннями проходило розширення виноградника, де оновлені зміни продовжилися із акцентом на виробництво «*Vitis vinifera*». Найкращими виноробними організаціями були у даному регіоні:

- Виноробня «Дві сестри». Займає високе місце в особистому рейтингу безлічі людей, особливо місцевого населення. Історія винзаводу розпочалася з посадки перших виноградників у 2007 році двома сестрами, метою яких було принести надзвичайні вина та кулінарні враження в серце Ніагари-он-зе-Лейк. Виноробня та виноградники займають понад 130 акрів у Онтаріо. . На цій території розташований один із найбільш зрілих виноградників. Грунт на даній території ідеальний, оскільки він швидко висихає на протязі вегетаційного періоду, що забезпечує підвищений колір й дубильні речовини у їхніх червоних сортах. Висаджені сорти включають в себе Каберне Фран, Каберне Совіньйон, Мерло, Пті Вердо, Шардоне, Рислінг і Совіньйон Блан. Команда виноробів займається виробництвом лінійки вин, що варіюються від складних повнотілих червоних до елегантних терруарних білих. Виноробня утримує 4 виноградники:

- Джон-стріт - найбільш зрілий виноградник підприємства. Розташований на суб-апелясьйоні річки Ніагара охоплює 68 акрів і є домом для перших насаджень 2007 року. Сорти винограднику включають Мерло, Каберне Совіньйон, Каберне Франк і Шардоне. Вони процвітають завдяки помірному ефекту озера

Онтаріо на півночі і річці Ніагара на сході, що поєднуються і забезпечують тривалий вегетаційний період, який ідеально підходить для пізньостиглих червоних вин.

- Виноградник Святого Давида розташований в суб-апелясйоні Лавці Святого Давида охоплює площу в 31 акр. Висаджений в 2017 році, цей виноградник є домом для Мерло, Каберне Совіньйон і невеликої частки Пті Вердо. Поєднання теплого повітря з Ніагари-он-зе-Лейк та глинисто-суглинистих ґрунтів призводять до найбільшого потенціалу дозрівання для червоного винограду пізнього сезону, що тут висаджені.
 - Хантер Роуд – Посаджений в 2020 році виноградник розташований в суб-апелясйоні Ніагарського озера. Через помірний клімат біля озера Онтаріо він є ідеальним місцем для дозрівання пізнього Каберне Франк. Завдяки такому розташуванню очікується, що вина матимуть більш насичений фруктовий смак, колір та танніність і зниженні рослинні якості.
 - Ніагара Парквей був висаджений у 2020 році і в основному містить ароматичні білі вина, Совіньйон Блан та Рислінг. Цей виноградник присвячений ароматним збалансованим винам. Він розташований в суб-апелясйоні річки Ніагара і межує з нею на сході.
- Інніскілін. Розташований на Ніагарському півострові, Inniskillin отримали першу ліцензію на виноробню в Канаді. Співзасновники Дональд Зіралдо та Карл Кайзер зіграли важливу роль у тому, щоб IceWine став синонімом Канади. Виноробня почала виробляти крижане вино в 1983 році. У 1991 році вони отримали одну з найвидатніших винагород у світі – Le Grand Prix d’Honneur Vinexpo, Бордо за свій IceWine 1987 року.

- Пілітері Естеїт. Історія виноробні Pillitteri Estates починається покоління тому в самому серці старого світу Сицилії. Вирощування винограду стало способом життя для сім'ї Пілліттері в Ракальмуто. Для Гері Пілліттері відкриття виноробні Pillitteri Estates у червні 1993 року стало кульмінацією прижиттєвої мрії. З моменту прибуття в Канаду з рідної Сицилії в 1948 році і протягом багатьох років як виноградар в Ніагарі і винороб-любитель, його метою було відкриття власної виноробні. Переломний момент стався 1993 року, коли Гері завоював золоту медаль для свого Icewine на аматорських змаганнях з вина в Ніагарі. Виноград збирають переважно з сімейних виноградників площею трохи більше 100 акрів, засаджених сортами винограду Vitis vinifera та Французьким гібридом. Виноробня Pillitteri Estates пишається тим, що виробляє один з найвишуканіших дарів природи — Icewine. Вино має високий вміст натурального цукру, з низьким вмістом алкоголю, має дивовижний рівень кислотності, інтенсивно солодке та ароматне. Pillitteri Ice Wine - це унікальний дегустаційний досвід зі смаками, які можуть варіюватися від медового персика та абрикоса до більш тропічних фруктів, таких як манго.
- Reif estate. Також розташована на Ніагарському півострові виноробня заснована Клаусом Рейф почала працювати з IceWine на початку 1980-х років. Відомий винний критик Роберт М. Паркер оцінив їх крижане вино 1987 року серед найкращих вин, які він коли-небудь куштував. Попит на крижане вино зріс, і виноробня зросла з виробництва 1300 літрів до 20000 в 1998 році. Його животворне крижане вино виробляється з 27-річного участку винограднику, розташованого окремо для щорічного збору врожаю спеціально для крижаного вина.



Рис.2.2 Канадські виноробні

Крижане вино чи айсвайн це десертне вино, що виробляється із винограду, замороженого на лозі. Крижане вино було винайдене на території сучасної Німеччини у Франконії. Перша письмова згадка датується 1794 роком. У Канаді крижане вино готують зазвичай із винограду сорту Рислінг. В північних територіях країни надають перевагу сортам Грюнер Вельтлінер, Вельшрислінг чи Гевюрцтрамінер. Винороби Нового Світу експериментують з червоними сортами винограду, такими як Мерло чи Каберне Совіньйон. Канадці віддають перевагу сорту Відаль Блан, він товстошкірий також пізньостиглий[5].

Крижане вино виробляють із ягід винограду, що збирають й переробляють у замороженому стані. Згідно закону, в Канаді для виробництва вина дозволяють використовувати ягоди заморожені до температури не менше -8°C , в Канаді — до температури не менше -7°C . З іншого боку якщо температура впаде на кілька градусів нижче цих показників, сік із ягід буде неможливо екстрагувати, врожай

буде втрачений. Оптимальна температура повітря, зазвичай, буває зимою чи при перших осінніх заморозках. Виноград для крижаного вина збирають вночі чи на світанку вручну, зазвичай в рукавицях, щоб виноград так й залишався замороженим. Зібрані ягоди відразу передають у виноробню, де їх подрібнюють на дробарці, а потім переносять під прес. Вода, яку містить сік, замерзає, перетворюючись в кристали льоду, котрі залишаються під пресом. А цукор, кислоти й інші речовини концентруються в невеликій кількості сусла, яке виходить з пресу. Виноград повинен потрапити під прес при температурі не вище -7°C . Приміщення повинне бути попередньо відкритим та охолодженим [2]. Внаслідок високого вмісту цукру сусло зброджується досить довго, 3 — 6 місяців. Після бродіння отримують вино із невисоким вмістом спирту й дуже високим вмістом остаточного цукру.

2.3 Порівняльний аналіз організації винних турів України та Канади

Аналізуючи винні регіони України та Канади можна стверджувати, що й на території України й на території Канади вони досить значні. Без перебільшення можна стверджувати, що історія виноробства на території України більш давня ніж на території Канади, а саме шосте століття до нашої ери та сімнадцяте століття нашої ери відповідно.

Гастрономічний вид туризму та його підвид винний туризм є ефективним соціальним та економічним фактором, що сприятливо впливає на будь яку територію, оскільки сільська територія на якій відбувається певний вид туризму розвивається, за рахунок залучення до туристичного ринку праці осіб, що знаходилися в зоні, що не досліджується чи які займалися лише сільським господарством або виноробством, однак не займалися рекламою власних господарств. Дослідивши винний туризм Канади можна стверджувати, що він орієнтований як на внутрішніх туристів так і на зарубіжних. Однак в Україні ця

тенденція не утворилася, не достатньо ефективна рекламна компанія дозволяє залучати до винного туризму на території України переважно українців [30].

Найбільш відомими виноробнями на території південної України є:
Найбільш відомими виноробами України є:

1. Виноробня «Шабо»,
2. Виноробня Бейкуш,
3. Виноробня «Коблево»,
4. Виноробня «Одесавинпром»,
5. Виноробня «Князя Трубецького»
6. Виноробня «Курінь»,
7. Одеський коньячний завод «Шустов»,
8. Виноробня «Вина князя Трубецького».

Наведені вище виноробні відносяться до найбільших в Україні. Це дослідження було проведено за такими критеріями як: площа виноградників, сорти винограду, розміщення, що саме вирощуються, обсяг виготовлених пляшок на рік, чистий дохід від реалізації за дві тисячі двадцять перший й чистий прибуток за дві тисячі двадцять перший рік.

Найбільш відомими виноробами Канади є:

1. Виноградник «Дві сестри»,
2. Виноградник «Інніскіллір»,
3. Виноградник «Піліттері»,
4. Виноградник «Реіф Естеіт» та ін. розташовані в регіоні Онтаріо.

В результаті досліджень галузі туризму та його окремого виду винного туризму можна зробити висновок, що розвиток та усе більше поширення даної сфери економічної та соціальної діяльності сприятливо впливає як на економіку держав так і на соціальний розвиток населення як України так й Канади. Покращення соціального стану населення відбувається за рахунок як в'їзного туризму так й внутрішнього через передачу традицій, звичаїв та знань.

Поліпшення економічного становища відбувається за рахунок надходження до бюджетів територіальних громад коштів від туризму.

Висновок до 2 розділу

Таким чином, узагальнюючи отриману інформацію, у результаті проведення дослідження, можна стверджувати, що в Канаді ринок послуг винного туризму досить активно розвивається, наявний також досить значний перспективний попит на винний тур. Як джерело дослідження було обрано різноманітні категорії потенційних мандрівників, можна стверджувати, що наявні категорії споживачів, що можуть бути обрані у якості цільових для просування винного туру для турорганізацій й виноробних організацій.

Також можна стверджувати, що винними мандрівниками можуть стати особи будь-якого віку, статі й професії. Однак, цей продукт усе ж орієнтований на людей освічених, що мають бажання не лише відпочити на протязі подорожі, а і дізнатися дещо нове про культуру й історію споживання вина. Проведене дослідження також надає можливість встановити перспективні напрями організації винних турів й встановити фінансові межі, що є прийнятними для туристів. В результаті досліджень галузі туризму та його окремого виду винного туризму можна зробити висновок, що розвиток та усе більше поширення даної сфери економічної та соціальної діяльності сприятливо впливає як на економіку держав так і на соціальний розвиток населення як України так й Канади. Покращення соціального стану населення відбувається за рахунок як в'їзного туризму так й внутрішнього через передачу традицій, звичаїв та знань. Поліпшення економічного становища відбувається за рахунок надходження до бюджетів територіальних громад коштів від туризму.

Створення сприятливих умов для розвитку великих та малих господарств надасть можливість більш продуктивно використовувати наявні можливості та ще більше їх розвивати, при цьому не створюючи велике навантаження на навколишнє природне середовище та не створюючи загрозу для нього.

3 ОРГАНІЗАЦІЯ АВТОРСЬКОГО ВИННОГО ТУРУ «Крижані вина Канади»

3.1 Розробка маршруту авторського винного туру «Крижані вина Канади»

Формування туристичного маршруту туру «Крижані вина Канади» має такі етапи як:

1. Вибір пунктів маршруту, тобто місць чи об'єктів;
2. Ієрархізація даних місць чи об'єктів;
3. Обрання об'єктів чи місць показу, початку й закінчення туру;
4. Розробка схеми маршруту і оптимізація туру.

Розробка схеми туру «Крижані вина Канади» і його програмне забезпечення є сильно пов'язаним процесами, що проходять паралельно. Розрахунок вартості туру засновується на організаційно-технічних заходах із пошуку партнерів й укладених угод [4].

Перший етап розробки закордонного туру ґрунтується на обранні пунктів маршруту. Характеристиками щодо обрання об'єктів та місць показу є їх атрактивність, з метою задоволення мети поїздки, можливість забезпечити різноманітність програми перебування на даній території, його забезпеченість послугами гостинності й транспортна доступність.

Другий етап розробки туру «Крижані вина Канади» ґрунтується на ієрархізації пунктів туру провадиться за наведеними вище критеріями, при цьому головна увага має бути звернена на транспортну доступність й клас гостинності обраних пунктів туру. Мета цього етапу це виділення тобто диференціація об'єктів та місць туру відповідно до мети подорожі із виділенням пунктів дислокації із тривалим програмним забезпеченням також маршрутних пунктів.

Третій етап розробки туру «Крижані вина Канади» ґрунтується на виборі початкового й кінцевого пунктів туру провадиться за показником транспортної доступності, тобто зв'язності із місцем постійного проживання потенційних

подорожуючих тобто зоною дії туристичного оператора, типу транспортних засобів та взаємозамінності видів транспорту [4].

Четвертий етап розробки туру «Крижані вина Канади» ґрунтується на розробці схеми маршруту туру, який залежить від обраної форми. Маршрут туру є напрямком переміщення людей. За схемою маршрути туру можуть бути кільцеві, лінійні, радіальні й комбіновані. Вибір місць та об'єктів маршруту погоджується із програмою відповідно до обраного виду туризму, терміну також класу обслуговування.

1. Лінійний маршрут: Пп-Пр₁-Пр₂-Пр_n-Кп;
2. Кільцевий маршрут: Пп-Пр₁-Пр₂-Пр_n-Кп-Пп;
3. Радіальний маршрут: Пп/Кп-Пр₁- Пп/Кп, Пп/Кп-Пр₂- Пп/Кп, Пп/Кп-Пр_n- Пп/Кп.

Умовні позначення: Пп - початковий об'єкт та місце маршруту туру; Пр – проміжне місце із порядковим номером 1,2,..,n; Кп - кінцевий пункт маршруту; - напрямок руху.

Обрання схеми маршруту туру залежить від транспортної системи: густоти й технічного стану транспортної мережі, конфігурації транспортної мережі, рівня розвитку окремих видів транспорту, рівня розвитку транспортної інфраструктури, які забезпечують надійність й безпеку роботи транспорту [3].

Для туру можна зобразити так: на окремій ділянці території з умов атрактивності туристичних ресурсів й транспортного забезпечення виділені 5 пунктів, які пов'язані між собою залізничним сполученням й автошляхами вищої категорії. Необхідно дати оцінку положення кожної вершини у графі. Для цього використовується показник центральності, який визначається за кількістю інцидентів, що представляє собою кількість ребер, які надходять із даної вершини. Схема маршруту у даному випадку формується як комбінована й має 2 варіанти руху:

- Перший V2 - V3 - V5;

- Другий V2 - V5 - V3.

Варіативність побудови маршруту туру визначається за показником цілісності, який у теорії графів називається цикломатичним числом й показує обсяг замкнених циклів у графі й чим більше p - тим цілісним є граф та більше варіантів маємо при побудові схеми маршруту туру. Через те, що ми маємо декілька варіантів побудови схеми руху по маршруту туру, суттєвим є оцінка графа у цілому задля порівняльної параметризації пропонованих схем.

П'ятим етапом є оптимізація маршруту туру. Даний процес передбачає встановлені ряду суб'єктивних й об'єктивних обмежень. Об'єктивні обмеження засновані на умовах сегментації ринку, а суб'єктивні засновані на можливостях туристичного оператора. Обмеження встановлюються перш за все цільовим споживчим сегментом, що передбачає: життєвий цикл сім'ї, вік, стиль й рівень життя та ін. Часові обмеження стосуються перш за все сезонності поїздки. Економічні обмеження виходять із умов функціонування ринку тобто з кон'юнктури ринку, стану конкурентного середовища, цінової політики та ін.

Головним обмеженням на початковому етапі розробки туру є обмеження у часі й засобах по забезпеченню комфортності здійснення туристичної діяльності. Саме часові обмеження визначають вибір транспортних засобів й їхнього типу під час проходження маршруту. Обрання транспортного засобу необхідно розглядати як введення певних обмежень у організаційні параметри туру. До таких параметрів відносять: кількість туристів у групі та відповідно вибір форми туру впливають на його вартість й організацію.

Типи транспорту й види транспортних засобів дуже різняться за власними характеристиками. Безперечно, впровадження та розробка на ринок туризму нових турів містять значні елементи ризику. Маркетологами підраховано, що на ринку послуг провалюється до вісімнадцять відсотків новинок, які вступили у стадію комерційного освоєння[1, с.17]. Серед можливих причин подібних невдач виділяють:

- Невірна оцінка ємності ринку;
- Неправильна система збуту;
- Неправильне визначення потреб клієнтури чи будь-яка інша помилка у задумі туру;
- Погано організована реклама;
- Недооцінка можливостей конкурентів.

Усе вище наведене ще раз підтверджує те, що організація діяльності підприємства із розробки та планування подорожей «Крижані вина Канади» є невід'ємним компонентом організації для здійснення успішної діяльності на туристичному ринку[2,8].

Для того щоб ефективно функціонувати, недостатньо лише надавати повний спектр послуг. Насамперед, потрібно постійно удосконалювати власну діяльність за різними напрямками, щоб виділитися із всього безлічі туристичних організацій.

Виділити себе із загального обсягу туристичних агентств можна, як мінімум, 2 способами. По-перше, розробивши новий, ніким не пропонований раніше маршрут, що зробити досить проблематично. По-друге, можна вдатися до такого потужного важеля впливу на свідомість людей, як реклама чи використовувати інші маркетингові ходи й, при розумно складеному плані, можна досягти значного ефекту.

З метою підтримки успіху компанії, потрібно постійно шукати нові методи удосконалення діяльності туристичної організації, особливо при формуванні туру «Крижані вина Канади» та впровадження його на ринок[8].

Вдосконалення організації по просуванню й формуванню туру «Крижані вина Канади» необхідно здійснюватися проведенням заходів за цими напрямками:

Першим напрямком є підготовка, перепідготовка також підвищення кваліфікації фахівців підприємств. Підготовка фахівців повинна являти собою цільове, конкретно спрямоване навчання, кінцевою метою якого є забезпечення

організації достатнім обсягом працівників, чії професійні якості повною мірою повинні відповідати виробничо-комерційним цілям організації. З метою більш ефективного впровадження туру на туристичний ринок, торговому персоналу необхідно пройти підготовку по вдосконаленню навичок продажів й ділового спілкування із клієнтами. Таку підготовку потрібно проводити в вигляді семінарів, обміну досвідом та запрошення консультантів.

Другим напрямком є постійна робота туристичної фірми з власними туристичними агентами. Робота із туристичними агентствами у даний момент є одним із основних напрямків поточної й стратегічної діяльності будь-якого туроператора.

Наприклад, необхідно використовувати шляху здійснення власної діяльності із формування туру «Крижані вина Канади» та впровадження його на ринок у житті. Оскільки саме від цього й залежить попит на продукцію фірми, прибуток й, звичайно ж, репутація компанії.

3.2 Програма туру з додатковими атракціями

Нами було розроблено винний тур до Канади, для реалізації туру було обрано регіон Онтаріо, який є одним з найбільших регіонів по виробництву вина в Канаді і виробляє 90 відсотків крижаного вина. Для відвідування було обрано період кінця літа через показовість виноградників та майбутнього врожаю. Кількість туристів - 6 осіб. Супроводом групи є керівник групи.

Таблиця 3.1.

Загальна інформація туру “Крижані вина Канади”

Характеристика туру	
За характером організації	Плановий

Продовження табл. 3.1.

За формою організації	Груповий
За терміном та тривалістю	Травень - Вересень
За віком учасників подорожі	Молодіжний, середньовіковий та для старших людей
За метою	Винний туризм
В залежності від способів пересування	Комбінований (повітряний, наземний)
Клас обслуговування	перший клас
Кількість людей у групі	6
Маршрут	лінійний
Пункти маршруту	Торонто, Ніагарський водоспад, «Inniskillin», «Pillitteri», «Two Sisters Winery», «Reif Estate».

Відповідно до проведеного дослідження розвитку винного туризму у Канади, необхідно зазначити, що найбільш відомими в сучасних умовах є виноробні організації у Едмонтоні, Онтаріо та Луїзіані. Тур «Крижані вина Канади» заснований на відвіданні виноробних господарств у Онтаріо, а саме:

1. Виноробня «Two Sisters Winery»
2. Виноробня «Inniskillin»
3. Виноробня «Pillitteri Estate Winery»
4. Виноробня «Reis Estate»

Програма туру є основою інформаційного листа туру для туристів, в програмі туру вказані переміщення, відвідувані заходи, екскурсії, обіди, вільний час, ночівлі і так далі з вказанням часу.

Загальна програма туру викладена у таблиці 3.2

Таблиця 3.2

Програма туру

Час	Заходи	Вартість канадський доллар/ особу
День 1		
9:50	Виліт з Варшавського аеропорту ім. Ф. Шопена.	663
16:40	Приліт до аеропорту Торонто.	
18:00	Поселення в готель «DoubleTree by Hilton Toronto Downtown» (108 Chestnut Street, M5G 1R3 Торонто, Канада), вільний час.	1 995
19:00	Вечеря в ресторані готелю, ночівля.	-
День 2		
7:00	Сніданок в готелі «DoubleTree by Hilton Toronto Downtown».	Включено у вартість
8:00	Тур до Ніагарського водоспаду з круїзом та обідом.	134,07
18:00	Повернення до готелю.	-
19:00	Вечеря в ресторані «C'est what?», вільний час.	20
22:00	Повернення в готель, ночівля.	-
День 3		
8:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
11:00	Дегустація вин у Виноробні «Inniskillin»	60
12:45	Екскурсія виноробнею «Pillitteri» з дегустацією.	45
14:00	Повернення до готелю.	-
15:00	Обід в ресторані «House on Parliament». Вільний час	33
18:00	Повернення до готелю.	-
19:00	Вечеря в ресторані готелю, вільний час. Ночівля.	-
День 4		
8:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
12:00-14:00	Обід в ресторані The Blake House.	33
16:00	Екскурсія виноградниками та виноробнею «Two Sisters Winery» з дегустацією.	125
18:00	Вечеря в ресторані Kitchen76 at Two Sisters Winery.	35

Продовження таблиці 3.2

22:00	Повернення до готелю. Вільний час, ночівля.	-
День 5		
8:00-9:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
12:00	Прогулянка ринком Сент-Лоуренс та обід.	82
17:00-18:30	Екскурсія виноробнею «Reif Estate» з оглядом виноградників та дегустацією вин.	36
20:30	Повернення до готелю.	-
21:00	Вечеря у ресторані «Canoe Restaurant & Bar».	50
23:00	Повернення до готелю, ночівля.	-
День 6		
8:00-9:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
11:00	Виселення з готелю «DoubleTree by Hilton Toronto Downtown».	-
16:45 9:05(+1)	Виліт з аеропорту Торонто. Приземлення в Варшавському аеропорту ім. Ф. Шопена.	663

Опис туру

Перший день:

Перший день подорожі розпочинається з вильоту з Варшавського аеропорту імені Фредеріка Шопена о 9:50 7 серпня авіакомпанією Lufthansa з пересадкою у Франкфурт-на-Майні тривалістю 2 години 15 хвилин. Приліт до Міжнародного аеропорту Торонто Пірсон відбудеться о 16:20 того ж дня. Групу туристів зустрічає гід з водієм. Трансфер до готелю DoubleTree by Hilton Toronto Downtown (108 Chestnut Street, M5G 1R3 Торонто, Канада), поселення.

Готель DoubleTree by Hilton розміщений в центрі міста Торонто на відстані 30 км від аеропорту Торонто Пірсон. На території розташовано критий басейн з підігрівом, ресторан, бар та фітнес-центр. Усі номери закладу оформлені зі смаком та оснащені телевізорами з плоским екраном, кабельними каналами, кондиціонером, сейфом, кавоварками, окремими ванними кімнатами з феном.

Після поселення у туристів є вільний час для відпочинку пред вечерею в ресторані при готелі о 19:00.

Другий день:

Другий день розпочинається в 7:00 зі сніданку в готелі. В 8:00 ранку туристів чекатиме тур по Ніагарському водоспаду з круїзом та обідом. Тур розпочинається з моменту посадки в автобус. Гід розповість про захоплюючу географію та спадщину водоспаду. Шляхом до водоспаду будуть робитися зупинки аби сфотографувати неймовірні пейзажі. Діставшись до водоспаду в туристів буде час насолодитися пейзажем та зробити покупки. Після цього туристи відвідують обід з дегустацією місцевих вин та круїз судном компанії Хорнблауер біля основи водоспаду. Загалом поїздка триватиме біля 10 годин.

В 18:00 туристи повертаються до готелю та мають час підготуватися до вечері. О 19:00 відбудеться вечеря в ресторані «С'est what?». Розміщений нижче рівня вулиць міста, ресторан є по-домашньому затишний місцем з крафтовим пивом та канадською кухнею. «С'est what?» розташований в історичній частині Базару Святого Лоуренсу в Старому місті. Етимологія назви є досить туманною після 30 років роботи закладу, але засновник розповідає, що на гучній вечірці з достатньою кількістю пива його спросили назву ще не збудованого закладу і незчувши відповів – «Say what?». Після вечері група повертається до готелю на ночівлю.

Третій день:

Після сніданку у готелі туристи відправляються на дегустацію вин до виноробні Inniskillin о 11:00. Садиба може похвалитися відреставрованими та перепланованими історичними будівлями, оточеними гектарами пишних виноградників. Вино та гастрономія займають центральне місце в Inniskillin, одного з найстаріших і найпрестижніших виноробних заводів Ніагари-он-зе-Лейк. З приголомшливими розважальними майданчиками від залитої сонцем П'яцца до Залу засновників група насолодиться стравами регіональної кухні в поєднанні з п'ятьма ексклюзивними винами, відзначеними нагородами.

Inniskillin представляє 4 серії столових вин та 4 серії крижаного вина. До столових вин входять:

1. Niagara Estate Series – ці вина виготовляються з винограду *Vinifera* з обраних виноградників, які відображають сортові стилі та виняткові смаки сортів винограду, вирощених у всьому регіоні Ніагари. Білі без дубової витримки та червоні з легкою або відсутньою дубовою витримкою.
2. Reserve Series – виноград збирається із певних партій преміальних виноградників по всьому Ніагарському півострові для обмеженої серії вин. Ця серія представляє найкращу збірку кожного сорту винограду з різних виноградників.
3. Discovery Series – ці вина демонструють інноваційну, ремісничу сторону досвіду та допитливості винороба. Для створення ексклюзивних і рідкісних вин акцентують увагу на унікальних сортах винограду, купажі, невеликих партіях, видатні марочних та фірмових стилях.
4. Montague Vineyard Series – ці вина походять з специфічних виноградників, що мають виразні характеристики унікальні за ґрунтом, кліматом та технологією вирощування винограду. По-справжньому терруарні вина, що виробляються лише в роки виняткового вінтажу.

Крижане вино представляється в серіях:

1. Vidal Icewine – Відаль гібридний виноград (Угні Бланк та Зейбель), що має товсту шкірку придатну для збирання врожаю в кінці сезону. Цей сорт найчастіше використовують для виробництва крижаного вина в Онтаріо. Його гарна натуральна кислотність дає чудову структуру до соковитості його тропічних ароматів та смаків манго і лічі. Vidal Icewine виробляють в двох чітких стилях – без дубової витримки для свіжого фруктового акценту та з дубовою витримкою задля додавання складності.

2. Riesling Icewine – Рислінг класичний культурний сорт винограду підходящий для крижаного вина. Його тропічні та цитрусові аромати та смаки надають елегантність обумовлену природною високою кислотністю.
3. Cabernet Franc Icewine – характеристики червоних ягід винограду Cabernet Franc проявляють себе в крижаному вині в вигляді полуничного смаку та аромату. Це крижане вино абсолютно відрізняється від білих крижаних вин. Колір передається лише під час пресування через відсутність контакту зі шкіркою під час ферментації. Чим раніше його зберуть, тим темніше буде колір та глибше смак.
4. Sparkling Ice Wine – для виготовлення цього ігристого вина використовують метод Шарма – вторинне бродіння проходить у великій металевій ємності з нержавіючої сталі. Свіжий та живий - цей стиль надає відчуття сухості крижаному вину, оскільки бульбашки розсікають природну солодкість червоних ягід або тропічних ароматів.

Наразі список вин, які можна спробувати включає:

- 2020 Reserve Series Pinot Gris, \$20.95
- 2019 Reserve Series Pinot Noir, \$25.95
- 2010 Winemaker's Series Pinot Noir, \$80.95
- 2018 Vidal Icewine, \$49.95
- 2001 Vidal Icewine, \$200.95

Після о 12:45 групу чекає екскурсія і дегустація виноробнею Pillitteri Estate Winery. Тур винооробнею та дегустація вин з приватним гідом, який ознайомить вас з вигродниками, сучасним виробництвом, еноотекою та бочковий льох. Кульмінацією туру стане індивідуальна дегустація в приватній кімнаті. Туристи спробують преміальні вина та вина з сімейної колекції під керівництвом одного з експертів з вина. Крижані вина Pillitteri є унікальним продуктом виноробної майстерності з смаками, що можуть варіюватися від медового

персика та абрикосу до більш тропічних фруктів як манго. Гід ознайомить гостей із філософією виробництва та відмінностями в стилях вина та сортах винограду.

На даний момент виноробня пропонує 8 варіантів крижаного вина:

1. 2013 Canada Collection Select Late Harvest Cabernet,
2. 2013 Reserve Kerner Icewine,
3. 2013 Reserve Shiraz Icewine,
4. 2015 Reserve Vidal Icewine,
5. 2016 Carretto Vidal Icewine,
6. 2017 Family Reserve Cabernet Franc Icewine,
7. 2017 Family Reserve Cabernet Sauvignon Icewine,
8. 2017 Family Reserve Riesling Icewine.

В 14:00 група повертається до готелю аби відпочити та підготуватися до обіду.

В 15:00 обід в ресторані «House on Parliament». The House on Parliament вже 20 років є відомою туристичною дестинацією, розташований у кварталі Кеббеджтаунн в центрі Торонто. Цей квартал відомий своїми двоквартирними вікторіанськими будинками визнаними як «найбільша безперервна територія збереженого вікторіанського житла в усій Північній Америці». The House on Parliament – це багаторівневий громадський паб у британському стилі з внутрішнім двориком і патіо на даху, відомий як один з найкращих гастропабів у місті з дивовижним вибором розливного пива. Раніше це місце було розміщено за двома окремими сусідніми адресами. Хаотичний простір справді затишний, атмосфера варіюється в усій таверні від сонячних внутрішніх двориків до похмурої задньої зони та затишної верхньої кімнати.

Група має вільний час на прогулянку до повернення до готелю о 18:00. В 19:00 подається вечеря в ресторані при готелі.

Четвертий день

В 8:00 день розпочинається зі сніданку в готелі. Після нього відпочиваючи мають вільний час.

В 12:00 обід в ресторані The Blake House. Спроектований відомими архітекторами Ноксом і Елліотом і побудований у 1891 році, The Blake House є однією з останніх пам'ятних споруд Торонто, де поєднуються вікторіанська архітектура кінця 19 століття та архітектура Другої імперії. Його перший власник, шановний Едвард Блейк, був другим прем'єр-міністром Онтаріо і лідером федеральної ліберальної партії між 1878-1887 роками. Він також був засновником юридичної фірми, відомої сьогодні як Blake, Cassels & Graydon. У той час Джарвіс-стріт була обсаджена деревами бульваром величних особняків, як показано на стінних фресках і малюнках. Серед сусідів Блейка були провідні канадські родини, такі як Каутри, Мессеї та Гудерхеми. Будинок залишався в родині Блейків до 1917 року. Відтоді будинок змінив кількох власників, оскільки вулиця забудовувалась більш сучасними спорудами. У 60-х роках The Blake House був перетворений в Celebrity Club, ексклюзивний вечірній клуб. Незабаром він став легендарним пабом Red Lion. Відомий британський карикатурист Бен Вікс також багато років займав другий поверх у 90-х.

Сьогодні Джарвіс-стріт зазнала джентрифікації. Старим будинкам було відновлено колишню славу, а нові багатопверхові споруди додали сучасність. У тому ж ключі The Blake House зазнав масштабної реконструкції і запрошує гостей поглинути в історію, сидячи на сонячному патіо, випиваючи місцеву пінту, або всередині біля оригінального дров'яного каміна, потягуючи вино. Ресторан пропонує блюда британської та канадської кухні та широкий вибір пива та вин.

В 16:00 подорожуючі відвідують виноробню Two Sisters Winery.

Виноробня Two Sisters Winery – це унікальна дестинація, прекрасна та нестаріюча. Прагнення виробника зробити ультра-преміальні вина, які потребують вищих виноградарських навичок, починається ще на виноградниках..

Метою виноградарів є обробляти виноград з максимальною увагою від виноградника до пляшки.

Екскурсія розпочнеться біля винзаводу та прогулянки біля відзначених винагородами виноградними лозами. Гості дізнаються про три різні сорти, вирощуванні на виноградниках: Каберне Фран, Мерло і Каберне Совіньйон, а також дізнаються про наші методи управління виноградниками. Досвідчені винні консультанти поділяться історією виноробні, дадуть огляд терруару річки Ніагара та обговорять процес виробництва. Після цього послідує дегустація на відкритій веранді. Під керівництвом винних консультантів гості познайомляться з п'ятьма винами відзначеними винагородами.

По завершенню екскурсії з дегустацією група переходить до ресторану Kitchen76 розміщену при виноробні. Ресторан має натхненний італійською кухнею вибір страв з відтінком Ніагари. Kitchen76 пропонує смачне, елегантне меню, що використовує продукти місцевих фермерів, а також сезонні продукти з власного господарства – у прекрасно сервованих стравах, які чудово поєднуються з винами Two Sisters Winery.

Після вечері подорожуючі повертаються до готелю на ночівлю о 22:00.

П'ятий день

На початку дня після сніданку в 8:00 туристи мають вільний час до півдня.

В 12:00 група відправиться на прогулянку ринком Сент-Лоуренс.

Ринок Сент-Лоуренс – це один з найбільших ринків у світі, кожен продавець як частинка живого та автентичного лоскутного ковру. Матері, батьки, сини та доньки чия тяжка праця та любов до їжі та їх ремесла створили історію ринку. Ринковий комплекс Сент-Лоуренс сьогодні складається з трьох основних будівель: Південного ринку, Північного ринку та залу Святого Лаврентія.

Головний та нижній рівні Південного ринку містять понад 120 спеціалізованих торговців, відомих різноманітністю та свіжістю своїх фруктів, овочів, м'яса, риби. Зернових, хлібобулочних та молочних продуктів та

унікальністю непродовольчих товарів. На другому поверсі розташована Галерея ринку, виставковий простір для культурних заходів міста.

Північний ринок відомий насамперед своїм суботнім фермерським ринком, традицією, що розпочалася на цьому місці в 1803 році і продовжується сьогодні. По неділях понад 80 торговців антикваріатом заповнюють Північний ринок і навколишню площу, демонструючи свої товари від світанку до 17:00. Другий поверх Північного ринку використовується для рекламних заходів, блошиних ринків, виставок та великих світських зустрічей.

Зал Святого Лаврентія, побудований ще у 1850 році, сьогодні на першому поверсі розташовує роздрібні підприємства, а на другому – міські офіси. Третій поверх, відреставрований у 1967 році як проект Сторіччя міста Торонто, містить Велику Залу, яка разом з допоміжними приміщеннями приймає особливі заходи.

Прогулянка триватиме протягом 3 годин з можливістю пройтися ринком, придбати товари та пообідати на ринку.

В 17:00 подорожуючі відправляються на екскурсію з дегустацією до виноробні Reif Estate. Reif Estate Winery одна з засновницьких сімейних виноробень Ніагари-он-зе-Лейк, заснована в 1982 році Евальдом Рейфом, а пізніше придбана племінником Клаусом В. Рейфом. Сьогодні Reif виробляє вина зі свого виноградника, вперше посаженого в 1977 році. Виноградник площею 125 акрів розташований в субапеляції річки Ніагара, де найкраще ростуть сонцелюбиві сорти винограду. Східні схили та тривалий вегетаційний період пом'якшуються річкою, оскільки повітряні потоки відсікають ранні весняні та пізні осінні заморозки. Виноградник розташований у найтеплішому регіоні Онтаріо, який ідеально підходить для виробництва багатих насичених вин. Але час теж має значення. Господарство також є домом для деяких з найстаріших насаджень винограду в Канаді, що є перевагою для виробників у прохолодному кліматі, як-от Онтаріо, оскільки зрілі лози дозрівають раніше. Вони також

виробляють терруарні вина, тож коли ви скуштуєте вина, ви відчуєте сутність виноградника.

Сьогодні Reif Estate виробляє вина зі свого виноградника, вперше висадженого в 1977 році. Наразі виноробня запропонувати такі вина:

- Білі – River Road Cider, Black Vintage Chardonnay Reserve 2016, Back Vintage Chenin Blanc 2018, Black Vintage Sauvignon Blanc Reserve 2017, Case of Vidal, Chardonnay 2019, Chardonnay Kiln-Dried, Chardonnay Reserve 2017, Chardonnay Semillon 2019, Chardonnay Steel 2019, Chanin Blanc 2020, Drea's Sauvignon Blanc 2019, Gewurztraminer 2019, Gewurztraminer Reserve 2019, Kerner Reserve 2019, Pinot Grigio 2021, Riesling 2020, Riesling Reserve 2020, River Road Gewurztraminer Riesling 2019, Sauvignon Blanc 2021, Semillon 2017, Stars Sparkling Riesling, Sun Skin Fermented Vidal 2019, The Hanging Man Kerner 2020, Vidal 2018, Vidal Late Harvest 2019;
- Рожеві – Drea's Rose 2020, Fortune Gamay Rose 2020;
- Червоні – Back Vintage Kiln-Dried Cabernet 2009, Cabernet Franc Reserve 2019, Cabernet Gamay 2020, Cabernet Kiln-Dried 2015, Cabernet Merlot 2019, Cabernet Sauvignon 2020, Cabernet Sauvignon First Growth 2016, Cabernet Sauvignon Reserve 2017, Drea's Cabernet Franc, Drea's Cabernet Franc, Drea's Dornfelder, Magician Shiraz Pinot 2019, Meritage Red 2017, Merlot 2019, Merlot First Growth 2016, Merlot Reserve 2018, Pinot Noir 2019, Pinot Noir First Growth 2016, Shiraz 2019;
- Десертні – Vidal Select Late Harvest 2019, Vinea;
- Крижане вино – Cabernet Icewine Grand Reserve 2019, Riesling Icewine Grand Reserve 2017, Vidal Icewine 2018, Vidal Icewine 2019, Vidal Icewine Grand Reserve 2017.

Виноробня може похвалитися однією з найвитонченіших, освітніх дегустацій. Екскурсія виноградниками триватиме 45 хвилин, протягом яких гід розповість про історію виноробні та технологію виробництва їх відзначених нагородами вин. Продовження екскурсії буде проходити в винному бутіку, в якому винні консультанти проведуть дегустацію з 3 видів вин на вибір: Essential Wines за \$12, Premium Wines \$16, Back Vintage Wines за \$20, чи Icewine Flight за \$30.

Після відвідання Reif Estate група повертається до готелю перед останньою вечерею в 21:00 в Canoe Restaurant & Bar. Поєднуючи людей через сучасну канадську кухню, канойне ремесло надихнуло на страви, які відображають різноманітний ландшафт Канади. Кухарі ресторану тісно співпрацюють з фермерами та постачальниками, щоб отримати найкращі органічні інгредієнти з усієї країни. З Canoe відкривається найкращий краєвид у Торонто: з одного боку стоїть вежа CN , з іншого — літаки, що приземляються в аеропорту міста, а за горизонтом — блискучий краєвид Торонто. Меню закладу – це авантюрне, дивовижне та просто смачне свято смаків та інгредієнтів з усієї Канади. Тут знайдеться фуа-гра з Квебеку, найшаріша свіжа тихоокеанська риба, а також чудові продукти та молочні продукти з Онтаріо. Почніть з буррата Онтаріо з маринованими огірками і насінням прерій, або з квебекської фуа-гра з ревенем, рожевим перцем і безе сумах. Качина грудка, копчена в чаї, подається з мусом з качиною печінкою, пастернаком і ніагарською грушею-пашот вражаюча. Бар пропонує широкий вибір авторських коктейлів у канадському стилі, приготованих із фуражних інгредієнтів та місцевих спиртних напоїв, значну винну карту, яка містить пляшки як канадського виробництва, так і з усього світу: Аргентинські мальбеки, Новозеландський Совіньйон Блан, мінеральний ріслінг Ніагарського півострова та піно нуар з Британської Колумбії.

В 23:00 повернення в готель на ночівлю.

Шостий день

Після сніданку група готується до виселення перед від'їздом з готелю о 11:00. Трансфер до аеропорту Торонто, виліт о 16:45 авіакомпанією Air Canada з пересадкою у Франкфурт-на-Майні тривалістю 1 година 10 хвилин. Приліт до Варшавського аеропорту імені Фредеріка Шопена.

Маршрут туру наведений на рис.3.1., рис.3.2.

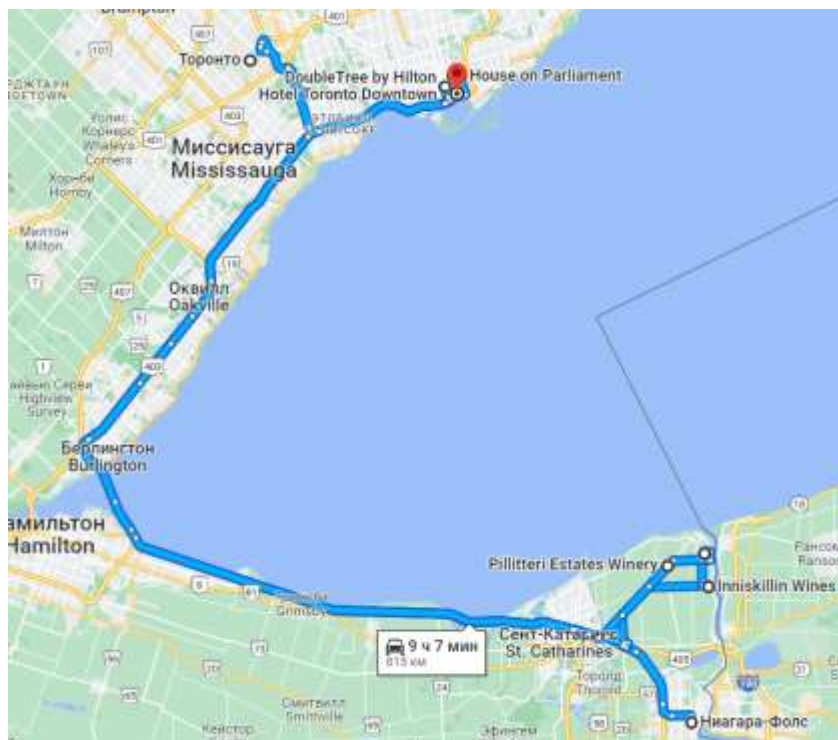


Рис. 3.1 Маршрут туру «Крижані вина Канади»

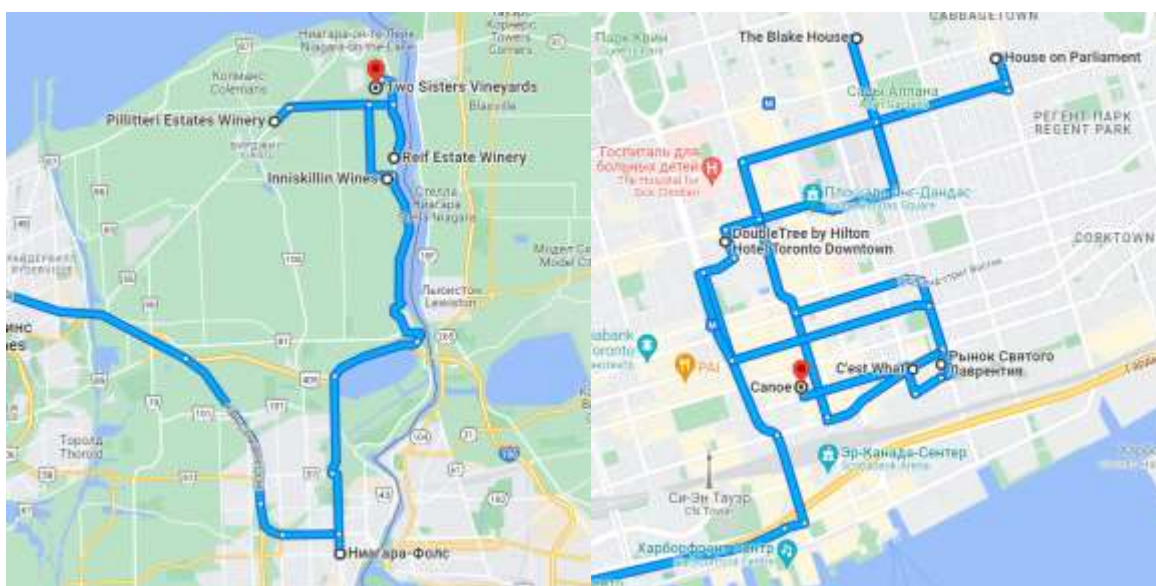


Рис. 3.2 Наближений маршрут туру «Крижані вина Канади»

3.3 Розрахунок вартості розробленого туру

Реалізація туру потребує певних витрат. В таблиці 3.2 проведено розрахунок собівартості туру на групу з 6 чоловік та на 1 особу.

Таблиця 3.4

Калькуляція собівартості винного туру

№	Стаття	Питома Вартість, CAD	Сума (група з 6 осіб)
1	А) Оформлення документів, договорів	185	1 110
2	Б) Транспорт – Авіапереліт Оренда Автомобілю	1 326 226	7 956 1 356
3	В) Розміщення Готель «DoubleTree by Hilton Downtown»	1 995	11 970
4	Г) Послуги харчування - Вечеря в ресторані «C'est what?» - Обід в ресторані «House on Parliament» - Обід в ресторані The Blake House - Вечеря в ресторані Kitchen76 at Two Sisters Winery - Вечеря у ресторані «Canoe Restaurant & Bar»	20 33 33 35 50	120 198 198 210 300
5	Д) Екскурсійне обслуговування - Тур до Ніагарського водоспаду з круїзом та обідом. - Дегустація вин у Виноробні «Inniskillin» - Екскурсія виноробнею «Pillitteri» з дегустацією. - Екскурсія виноградниками та виноробнею «Two Sisters Winery» з дегустацією. - Екскурсія ринком Сент-Лоуренс та обід. - Екскурсія виноробнею «Reif Estate» з оглядом виноградників та дегустацією вин.	134,07 60 45 125 82 36	804,42 360 270 750 492 216
6	Е) Додаткові (інші) витрати- - ПЛР тест	22	132
7	Ж) Страхування	27	162
8	Разом	4 434,07	26 604,42

Виходячи з усього вище наведеного вартість туру на одну особу складає 1948 дол.

Розрахунок проводиться з урахуванням таких категорій як :

- Оформлення документів, договорів,
- Транспорт,
- Розміщення,
- Послуги харчування,
- Екскурсійне обслуговування,
- ПЛР-тест,
- Страхування.

У вартість туру не входять особисті витрати та обіди та вечері, що не передбачені програмою туру.

Для просування туру «Крижані вина Канади» було обрано соціальні мережі, адже основні покупці турів - молоді люди. Основним шляхом популяризації своєї продукції є таргетна реклама, вартість якої складає від 1 долара за добу, оптимальний термін реклами складає один місяць.

Таргетована реклама бере до уваги дані, отримані під час відстеження активності користувачів в мережі, історію пошуку і персональну інформацію з профілів (наприклад, Facebook). Вона дозволяє сфокусуватися на аудиторії з конкретними інтересами і вподобаннями.

Таблиця 3.5

Витрати на просування та рекламування туру «Крижані вина Канади»

Спосіб просування	Кількість	Вартість одиниці, CAD	Загальна вартість, грн
Інтернет-розсилка	Кожен день, на безкоштовних ресурсах	0	0

Продовження табл. 3.5

Таргетова реклама в соціальних мережах	щодня, протягом 1 місяців	6.73	161.61
Затрати на створення відео повідомлення	1 раз	67.3	1616.1
Витрати на трансляцію рекламного повідомлення	Реклама раз в тиждень, протягом місяця	67.3	1616.1
Загальні витрати			3393.81

Такий підхід дозволяє оптимізувати рекламний бюджет, скоротити витрати та підвищити ефективність кампанії. Таргетована реклама націлена на аудиторію, яка зацікавлена у вашому продукті або пропозиції. Вона більш результативна, ніж інші рекламні канали, які намагаються охопити найбільшу аудиторію. Для просування туру нами буде затрачено

Висновки до 3 розділу

Нами було розроблено авторський винний тур в напрямку Україна-Канада «Крижані вина Канади», який буде тривати 6 днів та 5 ночей. Період туру – травень-вересень.

В перший день відбуватимеся переліт Варшава-Торонто, поселення в готель «DoubleTree by Hilton Downtown».

В другий день: екскурсія до Ніагарського водоспаду, вечеря в ресторані «C'est what?».

Третій день: дегустація вин у Виноробні «Inniskillin», екскурсія виноробнею «Pillitteri» з дегустацією, обід в ресторані «House on Parliament».

Четвертий день: обід в ресторані The Blake House, екскурсія виноградниками та виноробнею «Two Sisters Winery» з дегустацією, вечеря в ресторані Kitchen76 at Two Sisters Winery.

П'ятий день: Екскурсія ринком Сент-Лоуренс та обід, екскурсія виноробнею «Reif Estate» з оглядом виноградників та дегустацією вин, вечеря у ресторані «Canoe Restaurant & Bar».

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для авторського туру «Крижані вина Канади» становить – 4434,07 канадських доларів.

-

ВИСНОВКИ

Таким чином, за результатами проведеного дослідження було зроблено висновки.

Встановлено, що винний туризм на сьогодні передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності:

- відвідування плантацій виноградників;
- відвідування ресторанів, які пропонують послуги дегустації вин й майстер-класів від сомельє;
- відвідування винних тематичних свят й фестивалів;
- дегустація місцевих сортів винограду;
- ознайомлення із технологією виготовлення різноманітних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
- відвідування дегустаційних підвалів і залів;
- ознайомлення із історією виноробства, відвідування спеціалізованих виставок та музеїв;
- участь також відвідування спеціалізованих виставок, форумів, конференцій, конкурсів, винних аукціонів та ін.

Було встановлено, що виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за ціновими, так й смаковими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському продовольчому ринку й інших, що формуються українськими товаровиробниками.

Також було обґрунтовано, що винний туризм започаткувався й найбільш розвився на території Європи. Це пов'язано із тим, що країни Європи є найбільшими у світі виробниками та експортерами вин та лідируючими регіонами за обсягом відвідин мандрівників. Подорожі та виробництво виноробної продукції у сукупності становлять велику частину доходу до

бюджетів Італії, Іспанії, Франції, Німеччини, Греції, Австрії, Португалії й Угорщини.

Канада є країною, яка має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, що створює різноманітну виноробну продукцію. На світовий й європейський ринок українська виноробна продукція просувається досить повільними темпами, в силу ряду об'єктивних політичних та економічних причин.

Досліджено, що важливою умовою розвитку винних турів у Канаді є ефективне функціонування організацій виноградарського комплексу. Їхня частка у роздрібному продовольчому товарообігу країни оновить приблизно двадцять відсотків, що є високим показником для економіки держави. Необхідно зазначити, що винний туризм має за основу використання природних й соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різноманітних областей країни, де є виноградарсько-виноробні заводи і господарства, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції.

Також було досліджено, що у Канаді налічується безліч регіонів, що характеризуються вдалим поєднанням екологічних, географічних, кліматичних, культурних й політичних умов для вирощування різноманітних сортів винограду й виробництва вин. Саме в даних областях доцільно організовувати винні тури. Досліджуючи виноробну галузь країни за обсягом виробленого вина в процентному співвідношенні, можна встановити, що головні виноробні організації розміщені у північних областях.

Було встановлено, що для нашої держави винний туризм поки що не типове явище. Відсутність великого обсягу заводів, що готові розкривати власні секрети й двері перед мандрівниками, відсутність належної інфраструктури, не достатній рівень державної підтримки й недосконалість законодавства – головні, проте не єдині, причини що гальмують розвиток не тільки винного гастрономічного туризму, а й туризму у цілому.

Нами було розроблено винний тур до Канади, для реалізації туру було обрано регіон Онтаріо, який є найбільшим виробником вина. Для відвідування було обрано період кінця літа через показовість виноградників та майбутнього врожаю. Кількість туристів - 6 осіб. Супроводом групи є керівник групи.

Екскурсійне обслуговування туру включає: екскурсія до Ніагарського водоспаду, екскурсія з дегустацією до виноробень “Inniskillin”, “Pillitteri”, “Two Sisters Winery”, “Reif Estate”, Екскурсія по ринку Сент-Лоуренс, відвідування ресторанів «C'est what?», «House on Parliament», «Kitchen76 at Two Sisters Winery», «Canoe Restaurant & Bar».

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «Крижані вина Канади» становить: 4 434,07 канадських доларів. У вартість туру входить: сніданки, проживання, харчування, яке вказане в турі, екскурсії та дегустації; трансфер по країні Канада; страхування, ПЛР-тести. У вартість не входить: обіди та вечері, крім тих, щовказано в програмі туру, особисті витрати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом: монографія; за заг. ред. П.Л. Шияна, Д.І. Басюк. К.: Видавець ПП Д.Г. Зволейка, 2014. 252 с.
2. Баглей Д. В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях. Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. 2014. № 10. С. 3-15.
3. Басюк Д. І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму Географія та туризм: науковий збірник. К.: Альтерпрес, 2012. Вип. 19. С. 28-37.
4. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-itscurrent-status-and-forecasts-114/21576-114-435> (дата звернення: 06.05.2022)
5. Басюк Д. І., Бадещенкова К. С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. Збірник наукових праць "SWORLD". 2014. №1. Т.37. С.48-56.
6. Божук Т.І. Сучасний стан та перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 квітня 2011р. Луганськ, 2011. Том 2. № 6. С. 171-177.
7. Винний туризм: підручник для студентів ВНЗ. С. В. Іванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк та ін. Кам'янець-Подільський: ФОП Сісін О.В., 2012. 472 с.
8. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія; за наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця: ВП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.
9. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Випуск 17. Частина 1. С. 68-71.

10. Іванов С. В. Винний туризм: підручник для студ. вищ. навч. закл. Кам'янець-Подільський: ФОП Сісін О. В., 2012. 472 с. 50
11. Іванов С. В. Підготовка фахівців для винного туризму у Національному університеті харчових технологій: традиції та перспективи. Вища школа. 2012. №6. С. 7-15.
12. Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін. Винний туризм. Кам'янець Подільський.: ФОП Сісін О. В., 2012. 472 с.
13. Іванова-Тонєва П. Виненіят туризм елемент від пазарнату стратегія на виновиробникі. Винен туризм: традиція та сучасність: Чорноморський туристичний форум, 15-17 жовтня 2009, Варна 2009; ред. кільк. Марін Нешков та ін; [Предг. Марін Нешков]. Варна: Славена, 2009. С. 87-94.
14. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий аспект Географія та туризм: зб. наук. пр.; за ред. Б.Я. Олійника. К.: Альтер прес, 2012. Віп. 24. С. 93 - 99.
15. Матвєєв В. В. Винний туризм як рекламний фактор та інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виновиробних підприємств України. наук. вісн. Вінниця. держ. ун-ту. Х.: ХДУ, 2015. № 10, Ч. 4. С. 29-31.
16. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Наук.вісн. ОНЕУ. 2013. № 1. С. 29-41.
17. Москаленко Д. М., Сільчук Т. О., Зуйко В. І. Розширення інноваційних послуг у сфері гостинності. Економіка та управління підприємствами. 2020. Випуск 58-2. З. 33-38.
18. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти: підручник. К.: Кондор, 2011. 430 с.
19. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України. Агросвіт. 2013. № 22. С. 46-52.

20. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 8. Частина 1. 2014. С.136-141.

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

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

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

24. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 30-31 березня 2017 р.). Луцьк: Терен, 2017. С. 26–34.

25. Патійчук В., Кирик О. Особливості сучасного розвитку винного туризму у Молдові. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2019. №1 (385). С. 97-105.

26. Петрусенко О. Молода лоза винного туризму. Світ продуктів. 2013. Червень. С. 48-49.

27. Пергат А.П. Винний туризм України як складова винних турів Європи. Географічні науки URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/91211/22-Pergat.pdf?sequence=1> (дата звернення: 06.05.2022)

28. Ринки туристичних послуг: стан та тенденції розвитку: монографія; за заг. ред. професора В. Г. Герасименка; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С.

Галасюк, С. Г. Нездоймінов, І.В. Давиденко та ін. Одеса: "Астропринт", 2013. 304 с.

29. Руднєва М. Г. Винний туризм Молдови. наук. праці Нац. ун-ту харчових технологій. 2015. Т. 21, № 2. С. 176-182.

30. Шольц-Куликов Є. П. Маршрути винного туризму у Криму. Кримські канікули. 2011. № 1 (12). З. 48-50. 52

ДОДАТКИ

Додаток А

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА НА ТЕМУ:

“ШЛЯХИ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОРСЬКОГО ВИННОГО
ТУРУ В НАПРЯМКУ УКРАЇНА-КАНАДА”

Здобувач вищої освіти:
Плукчі Альона Петрівна

Керівник:
Калмикова Ірина Семенівна

87

— Мета, об'єкт та предмет дослідження

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз винного туризму Канади, виявлення проблем та перспектив розвитку винного туризму в Канаді та розробка винного туру із України в Канаду.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є винний туризм.

Предметом дослідження дипломної роботи є перспективи і сучасний стан винного туризму Канади у регіональному аспекті

88

Поняття "винного туризму"



У туризмології України не існує єдиного визначення даного терміну цього виду подорожі, застосовується терміни «винний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «виноробний туризм», «еногастрономічний туризм» й «енотуризм».

В наукових працях інколи можна зустріти термін «алкотуризм» та «п'яний туризм», що представляють собою мандрівку до будь-якої географічної території з метою розпиття спиртних напоїв.

Підсумовуючи у цій роботі пропонується визначення винного туризму - спеціалізований вид туризму, що пов'язаний із ознайомленням із технологією, історією також культурою споживання вина у певному регіоні і його дегустацією безпосередньо в виробника.

89

Види туристичної діяльності в винних турах

Відвідування дегустаційних підвалів й залів;

Ознайомлення з плантаціями виноградарниками;

Дегустація туристами місцевих сортів винограду;

Ознайомлення із історією виноробства;

Відвідування спеціалізованих виставок і музеїв;

Участь в винному фестивалі й тематичному святі;

Ознайомлення із технологією виготовлення різноманітних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;

Відвідування ресторанів та інших закладів, які пропонують послуги з дегустації вина й майстер-класи від сомельє;

Участь й відвідування спеціалізованих виставок, форумів, конференцій, конкурсів, винних аукціонів та ін.

90

Аспекти розвитку винних турів

- 1) виховання культури споживання вин
- 2) специфіка технологічного процесу
- 3) еногастрономія
- 4) ампелотерапія

91

Сучасний стан виноробства в Канаді

Канадська виноробна промисловість існує в першу чергу в чотирьох провінціях: Онтаріо і Британська Колумбія, які відповідають за 98 відсотків якісного виробництва вина, і Квебек і Нова Шотландія, які є новими регіонами виноградарства і мають невелику, але лояльну місцеву прихильність. Незважаючи на величезні географічні розміри Канади, її щорічне виробництво вина становить лише 2 відсотки від виробництва сполучених штатів.



92

Сучасний стан виноробства в Канаді

Максимально використовуючи свої надійно холодні зимові температури, канадські виробники вина стали світовими лідерами з виробництва крижаного вина. Сьогодні Канада виробляє більший обсяг крижаного вина, ніж всі інші країни разом узяті. Хоча він виробляється у всіх виноробних регіонах, 90 відсотків надходить від виробників Онтаріо. Тут високе середнє значення сонячних годин дозволяє винограду розвиватися до морозних температур на початку зими.



93

Об'єкти винного туризму в Канаді

Онтаріо є провідним виробником винограду у Канаді, що відрізняє цю провінцію її винами. Вино Онтаріо, розміщене на території південного сходу Канади, розвивалося на протязі поколінь й наразі є популярним туристичним напрямком й визначною пам'яткою держави.

Найкращими виноробними організаціями були у даному регіоні:

- Виноробня "Two Sisters Vineyards"
- Виноробня "Inniskillin"
- Виноробня "Pillitteri"
- Виноробня "Reif Estate Winery"



94

Розробка авторського винного туру в Канаду



95

Загально характеристика туру "Крижані вина Канади"

Характеристика туру	
За характером організації	Плановий
За формою організації	Груповий
За терміном та тривалістю	Травень - Вересень
За віком учасників подорожі	Молодіжний, середньовіковий та для старших людей
За метою	Винний туризм
В залежності від способів пересування	Комбінований (повітряний, наземний)
Клас обслуговування	перший клас
Кількість людей у групі	6
Маршрут	лінійний
Пункти маршруту	Торонто, Ніагарський водоспад, «Inniskillin», «Pillitteri», «Two Sisters Winery», «Reif Estate».

96

Програма туру

Час	Заходи	Вартість канадський доллар/особу
День 1		
9:50	Виліт з Варшавського аеропорту ім. Ф. Шопена.	663
16:40	Приліт до аеропорту Торонто.	
18:00	Поселення в готель «DoubleTree by Hilton Toronto Downtown» (108 Chestnut Street, M5G 1R3 Торонто, Канада), вільний час.	1 995
19:00	Вечера в ресторані готелю, ночівля.	-
День 2		
7:00	Сніданок в готелі «DoubleTree by Hilton Toronto Downtown».	Включено у вартість
8:00	Тур до Ніагарського водоспаду з круїзом та обідом.	134,07
18:00	Повернення до готелю.	-
19:00	Вечера в ресторані «C'est what?», вільний час.	20
22:00	Повернення в готель, ночівля.	-

97

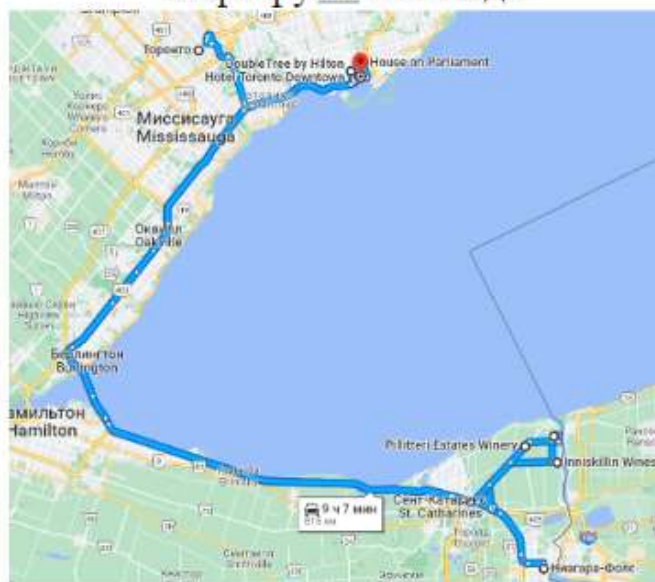
День 3		
8:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
11:00	Дегустація вин у Виноробні «Inniskillin»	60
12:45	Екскурсія виноробнею «Pillitteri» з дегустацією.	45
14:00	Повернення до готелю.	-
15:00	Обід в ресторані «House on Parliament». Вільний час	33
18:00	Повернення до готелю.	-
19:00	Вечера в ресторані готелю, вільний час. Ночівля.	-
День 4		
8:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
12:00-14:00	Обід в ресторані The Blake House.	33
16:00	Екскурсія виноградниками та виноробнею «Two Sisters Winery» з дегустацією.	125
18:00	Вечера в ресторані Kitchen76 at Two Sisters Winery.	35
22:00	Повернення до готелю. Вільний час, ночівля.	-

98

День 5		
8:00-9:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
12:00	Прогулянка ринком Сент-Лоуренс та обід.	82
17:00-18:30	Експерсія виноробною «Raif Estate» з оглядом виноградників та дегустацією вин.	36
20:30	Повернення до готелю.	-
21:00	Вечера у ресторані «Canoe Restaurant & Bar».	50
23:00	Повернення до готелю, ночівля.	-
День 6		
8:00-9:00	Сніданок в готелі. Вільний час.	Включено
11:00	Виселення з готелю «DoubleTree by Hilton Toronto Downtown».	-
16:45 9:05(+1)	Виліт з аеропорту Торонто. Приземлення в Варшавському аеропорту ім. Ф. Шопена.	663

99

Маршрут по Канаді



100

Калькуляція собівартості винного туру

№	Стаття	Питома Вартість, CAD	Сума (група з 6 осіб)
1	А) Оформлення документів, договорів	185	1 110
2	Б) Транспорт – Авіапереліт Оренда Автомобілю	1 326	7 956
		226	1 356
3	В) Розміщення Готель «DoubleTree by Hilton Downtown»	1 995	11 970
4	Г) Послуги харчування		
	•Вечеря в ресторані «C'est what?»	20	120
	•Обід в ресторані «House on Parliament»	33	198
	•Обід в ресторані The Blake House	33	198
	•Вечеря в ресторані Kitchen76 at Two Sisters Winery	35	210
	•Вечеря у ресторані «Canoe Restaurant & Bar»	50	300

101

Калькуляція собівартості винного туру

5	Д) Екзкурсійне обслуговування		
	•Тур до Ніагарського водоспаду з круїзом та обідом.	134,07	804,42
	•Дегустація вин у Виноробні «Inniskillin»	60	360
	•Екзкурсія виноробнею «Pillitteri» з дегустацією.	45	270
	•Екзкурсія виноградниками та виноробнею «Two Sisters Winery» з дегустацією.	125	750
	•Екзкурсія ринком Сент-Лоуренс та обід.	82	492
	•Екзкурсія виноробнею «Reif Estate» з оглядом виноградників та дегустацією вин.	36	216
6	Е) Додаткові (інші) витрати- •ПІР тест	22	132
7	Ж) Страхування	27	162
8	Разом	4 434,07	26 604,42

102

Витрати на просування та рекламування туру «Крижані вина Канади»

Спосіб просування	Кількість	Вартість одиниці, CAD	Загальна вартість, грн
Інтернет-розсилка	Кожен день, на безкоштовних ресурсах	0	0
Таргетова реклама в соціальних мережах	щодня, протягом 1 місяця	6,73	161,61
Заграти на створення відео повідомлення	1 раз	67,3	1616,1
Витрати на трансляцію рекламного повідомлення	Реклама раз в тиждень, протягом місяця	67,3	1616,1
Загальні витрати			3393,81

103

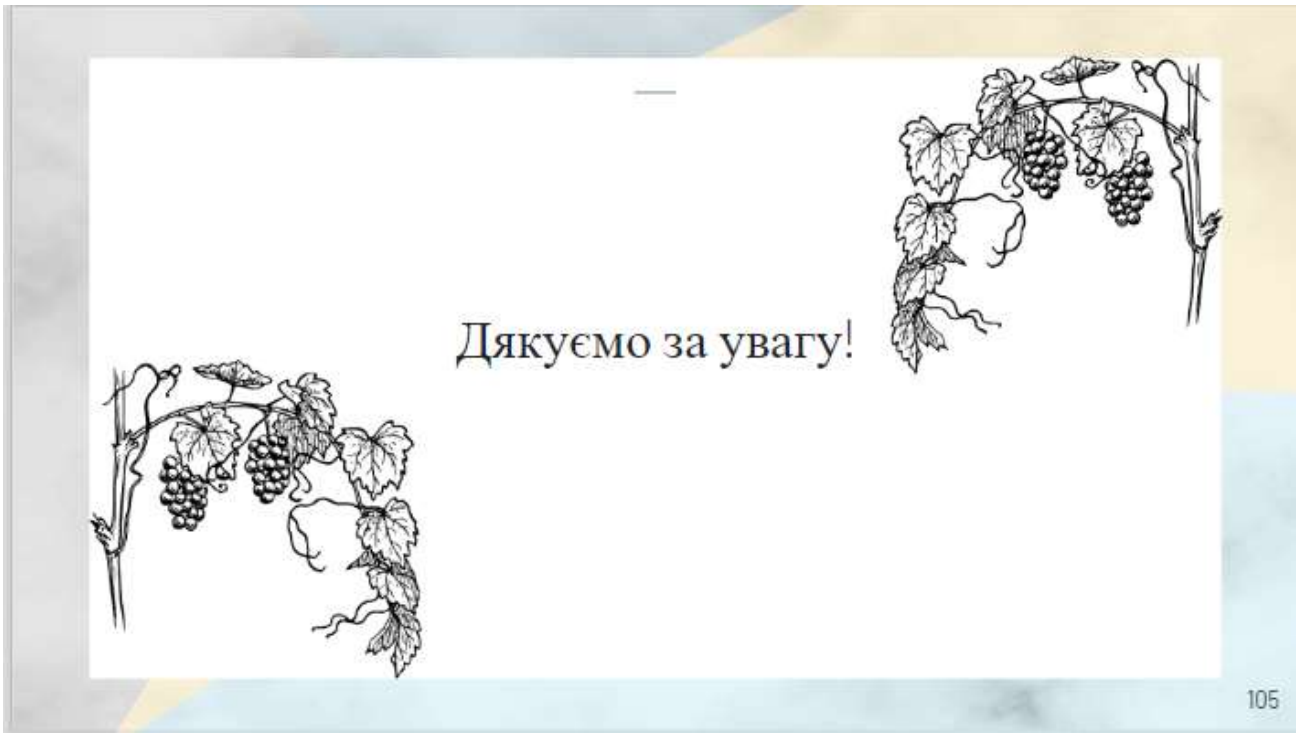
Висновки

За результатами досліджень встановлено, що:

1. Винний туризм є тематичним видом туристичної діяльності, який пов'язаний із ознайомленням із технологією виробництва, історією й культурою споживання вин у певному регіоні чи території й їхньою дегустацією безпосередньо в виробника цих вин.
2. Канада є країною, яка має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, що створює різноманітну виноробну продукцію. У Канаді налічується безліч регіонів, що характеризуються вдалим поєднанням екологічних, географічних, кліматичних, культурних й політичних умов для вирощування різноманітних сортів винограду й виробництва вин.

Нами було розроблено винний тур до Канади, для реалізації туру було обрано регіон Онтаріо, який є найбільшим виробником вина. Для відвідування було обрано період кінця літа через показовість виноградників та майбутнього врожаю. Кількість туристів - 6 осіб. Супроводом групи є керівник групи. Екскурсійне обслуговування туру включає: екскурсія до Ніагарського водоспаду, екскурсія з дегустацією до виноробень "Inniskillin", "Pillitteri", "Two Sisters Winery", "Reif Estate", Екскурсія по ринку Сент-Лоуренс, відвідування ресторанів «C'est what?», «House on Parliament», «Kitchen76 at Two Sisters Winery», «Canoe Restaurant & Bar». Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «Крижані вина Канади» становить: 4 434,07 канадських доларів. У вартість туру входить: сніданки, проживання, харчування, яке вказане в турі, екскурсії та дегустації; трансфер по країні Канада; страхування, ПЛР-тести. У вартість не входить: обіди та вечері, крім тих, що вказано в програмі туру, особисті витрати.

104



Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема: «Шляхи організації авторського винного туру в напрямку Україна-Канада»

Засіб перевірки Plagiarism Detector.

Унікальність по фразам > 30 %

Унікальність по словам > 30 %

https://plagiarism-detector.com 1/28

Детектор Плагіату v. 1991 - Звіт оригінальності: 27.06.2022 9:25:51

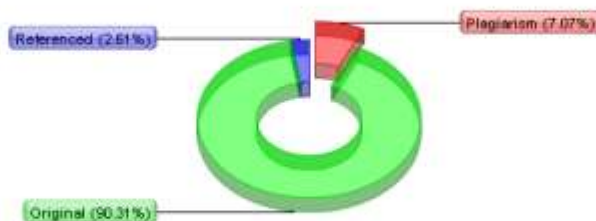
Перевірений документ: ONAFT_BT_242_2022_PLUKCHI_A_P_TP.pdf Ліцензія: Звіт оригінальності згенеров. незареєстр. демо-версією!

🔍 Тип пошуку: Пошук Перепису 🔍 Знайдено мову: Uk

🔍 Тип перевірки: Інтернет-перевірка
[tee_and_enc_string] [tee_and_enc_value]

Детальний аналіз документа документа:

🔍 Співвідношення:



https://plagiarism-detector.com 2/28

Графік розподілу:



Джерела плагіату: 9

→ 7%	ABC	1147	1. URL-адреса буде доступна лише з ліцензією! Замовте ліцензію
→ 1%	ABC	226	2. URL-адреса буде доступна лише з ліцензією! Замовте ліцензію
→ 1%	ABC	226	3. URL-адреса буде доступна лише з ліцензією! Замовте ліцензію

Дані оброблених ресурсів: 192 - ОК / 8 - Помилко

Важливі примітки:

Wikipedia:	Google Books:	Сервіси платних робіт:	Античіт:
			
[не знайдено]	[не знайдено]	[не знайдено]	[не знайдено]

Звіт проти обману UACE:

- Статус: Аналізатор **Увімкнений** Нормалізатор **Увімкнений** схожість символів встановлено **100%**
- Виявлений відсоток забруднення Unicode: **В,3%** з обмеженням: 4%
- Документ не нормалізовано: відсотків не досягнуто [5%]
- Усі підозрілі символи будуть позначені фіолетовим кольором: **abcd...**
- Знайдено невидимі символи: [0]

Рекомендація з оцінки:
Ніяких особливих дій не потрібно. Документ в порядку.

[uace_abc_stats_header]
[uace_abc_stats_html_table]

Активні посилання (URL-адреси, витягнуті з документа):
URL не знайдено

Виключено:
URL не знайдено

Включено:
URL не знайдено

Керівники: _____ Ірина КАЛМИКОВА

Здобувачка: _____ Альона ПЛУКЧІ