

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розроблення винного туру територією Тоскани (Італія) та його
просування на ринку України»**

Студентки 4 курсу, 19 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»,
спеціальність 242 «Туризм»
освітня програма «Міжнародний
туризм»

підпис студента

Дегтярєва
Аліна
Вадимівна

Науковий керівник
к.е.н., доцент

підпис керівника

Дупляк Тетяна
Петрівна

Гарант освітньої програми
к.н.держ.упр., доцент

підпис гаранта

Кравцов Сергій
Станіславович

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую
Зав. кафедри
Ткаченко Т.І.
« » _____ 2022 р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентці**

Дегтярьовій Аліні Вадимівні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення винного туру в регіоні Тоскана (Італія) та його просування на ринку України»

Затверджена наказом ректора від «01» листопада 2022 р. № 2900

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 02 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідження теоретичних засад, перспектив та проблем формування винного туру регіону Тоскана та реалізації на ринку України.

Об'єкт дослідження: винний туризм регіону Тоскана

Предмет дослідження: розвиток винного туризму в Україні

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис винного туру

1.2. Діагностика ринку винного туризму

1.3. Ресурсний потенціал Тоскани для розвитку винного туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ВИННОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ТОСКАНИ

2.1. Розроблення винного туру територією Тоскани (Італія)

2.2. Заходи та інструменти просування винного туру на ринку України

2.3. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	02.12.2022
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	10.02.2023
4	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	21.04.2023
5	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023-22.05.2023	22.05.2023
7	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 02.06.2023	02.06.2023
9	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання: 2 грудня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Дупляк Тетяна Петрівна

8. Гарант освітньої програми _____ Кравцов Сергій Станіславович

9. Завдання прийняла до виконання студентка ____ Дегтярьова Аліна Вадимівна

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Дегтярьова Аліна Вадимівна виконала випускну кваліфікаційну роботу у повному обсязі в установлені терміни згідно з календарним планом виконання роботи. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам вищої школи, має практичне значення та наукову новизну, актуальний напрям досліджень. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі визначено теоретичні підходи до сутності винного туризму, а також проведено діагностику ринку винного туризму та досліджено ресурсний потенціал Тоскани для розвитку винного туризму. У другому розділі розроблено та економічно обгрунтовано маршрут, програму та заходи з просування винного туру на ринку України.

Випускна кваліфікаційна робота рекомендується до захисту в ЕК та заслуговує на позитивну оцінку. Дослідження є самостійною авторською роботою, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями. Робота пройшла перевірку на плагіат. Виявлені недоліки усунуті. Електронну версію роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

Робота пройшла попередній захист _____

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Дегтярьової Аліни Вадимівни може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії

Гарант освітньої програми _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Кравцов С.С.

Завідувач кафедри _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Ткаченко Т.І.

« _____ » 2023р

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВИННОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Теоретичної базис винного туру.....	9
1.2. Діагностика ринку винного туризму.....	14
1.3. Ресурсний потенціал Тоскани для розвитку винного туризму.....	20
РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТ ВИННОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ТОСКАНИ.....	27
2.1. Розроблення винного туру територією Тоскани (Італія)	27
2.2. Заходи та інструменти просування винного туру на ринку України.....	33
2.3. Економічне обґрунтування туру	40
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТКИ	54

ВСТУП

Актуальність. Винний туризм – відносно новий напрямок, метою якого є знайомство з країною через дегустацію вина в місці його виробництва, а також вивчення виноробних традицій та технологій, відвідування винних заводів, виноградників, різних фестивалів вина.

У разі міжнародної конкуренції, чи то для туризму чи виноробної промисловості, винний туризм є важливим козирем для Італії, тим паче, що у світі діяльність з розвитку винного туризму останніми роками постійно збільшується. Культура винограду та виробництво вина в Італії відомі з найдавніших часів. Зацікавленість туристів італійським виноробством та винним виробництвом зростає з кожним роком. У зв'язку з цим зростає і популярність винного туризму та кількість охочих познайомитися з винною культурою. Унікальне географічне положення Тоскани та місцеві сорти винограду є дуже сприятливими факторами для розвитку винного туризму, і хоча виноробство пов'язане з великими витратами, Тоскана має великий потенціал розвитку винного туризму напряму.

Мета роботи: дослідження теоретичних засад, перспектив та проблем формування винного туру територією Тоскани та реалізації на ринку України.

Об'єктом дослідження у цій роботі є винний туризм на території Тоскани.

Як **предмет** дослідження виступає розвиток винного туризму в Україні.

Мета дослідження: виявлення специфіки та потенціалу розвитку винного туризму у цьому регіоні.

Мета дослідження передбачає вирішення наступних конкретних **завдань**:

1. Розкрити теоретико-методологічні поняття теми;
2. Вивчити передумови та історію розвитку винного туризму у світі;
3. Визначити унікальність та описати специфіку виноробної галузі Тоскани;
4. Розробити проект винного туру Тосканою.
5. Провести аналіз пропозиції на українському ринку;

На вирішення поставлених завдань використовувалися такі **методи дослідження**: теоретичний аналіз літературних джерел, порівняння, описовий метод, хронологічний метод.

Дослідження споживачів, виявлення основних потреб і мотивів придбання туристичних послуг та аналіз споживчої поведінки туристів та екскурсантів було висвітлено в працях західних науковців, зокрема у публікаціях таких авторів як І. Давиденко, С. Іванов, Д. Басюк, М. Дидух, П. Иванова-Тонева, О. Михайлюк, М. Hall, G. Johnson, James E. Wilson, K. Storchmannb [7].

Структура випускної кваліфікаційної роботи зумовлена поставленими цілями та завданнями та представлена запровадженням, двома розділами, висновками, списком літератури, представлено в роботі 11 таблиць та 2 рисунки. У висновку підбиваються підсумки виконаної роботи, формулюються висновки, засновані на вивченому матеріалі, описуються переваги створеного туристичного продукту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис винного туру

Винний туризм – особливий вид туризму, відпочинку та подорожей. Що включає дегустацію, покупку вина, прямо на місці його виробництва. Винний туризм – це відвідування виноградників, ресторанів, винних фестивалів, погребів зберігання.

За однією з легенд, місцем виноробства вважається Кіпр. Ще легендарний цар Соломон у своїй «Пісні пісень» оспівував чудовий кіпрський виноград, а Страбон у своїх листах говорив, що найкраще вино у світі – кіпрське. За легендами сам Аполлон подарував виноградний прес жителям острова, а виноградна лоза була посаджена Афродітою, і перший винороб острова був її коханим. У Європі винний туризм почав розвиватись ще на початку минулого століття. Сьогодні любителі та знавці вина можуть самі, за допомогою туроператора, обрати ті країни та їхні регіони, вина яких ними найбільше цінуються.

Зараз Європа має у своєму розпорядженні великі туристичні можливості та ресурси для організації тематичних турів країнами, пов'язаними з культурою вирощування винограду та виробництвом вина. У програму таких турів можна включати екскурси в історію, що містять численні легенди про вина та особливості культури їх споживання, проживання в середньовічних замках та замських садибах, участь у мальовничому та яскравому святкуванні збору першого врожаю винограду, а також різні дегустації з подальшою покупкою покуштів, що сподобалися. Слід зазначити, що практично будь-яка країна має потенціал для розвитку гастротуризму, адже в кожній країні своя неповторна національна кухня, свої традиції гостинності.

Не існує єдиного визначення винного туризму, яке було б одноставно прийняте у всіх країнах, але можна порівняти думку різних авторів у табл. 1.1

Таблиця 1.1

Сучасні підходи до поняття туризму, пов'язаного з дегустацією напоїв, у дослідженнях різних учених

№	Термін	Автор	Думка
1	Винний туризм	Т.І. Божук та Л.А. Прокопчук [5]	це спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю вина безпосередньо у виробника. Він включає відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів, підвалів та ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; відвідування винних фестивалів;
2	Винний туризм	В.О. Патійчук [22]	це туристичні подорожі, пов'язані з відвідуванням різних місць виробництва, винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні
3	Виноробний туризм	О.Л. Михайлюк [8]	виноробний туризм як симбіоз пізнавальної програми, пов'язаної з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, з відвідуванням визначних пам'яток виноробного регіону.

4	Винний туризм	В.А. Рибінцев [10]	як частину зеленого туризму, який сьогодні користується великою популярністю в світі, але в нашій країні починає тільки зароджуватися.
5	Еногастромічний туризм	Д.І. Басюк [4]	Передбачає вивчення традиційних для конкретної місцевості продуктів, алкогольних та безалкогольних напоїв та культури їх поєднання та споживання

Джерело: Розроблено автором

Винний туризм безпосередньо пов'язаний із національною кухнею. Будь-яка національна кухня має свої ексклюзивні рецепти, але в деяких країнах мистецтво приготування їжі зведене у культ. Отже, там особлива культура їжі.

Винні тури відносяться до спеціальних видів туризму, оскільки вони мають такі ознаки: не масові, досить рідкісні; трудомісткі під час створення кінцевого турпродукту; капіталомісткі; можуть поєднувати кілька видів туризму та ін.

Сподівання для поїздки у винний тур бувають різні, обумовлені багатьма чинниками: фінансовими можливостями, соціальним становищем, віросповіданням, віком, національними уподобаннями, а також модою на знайомство з винною культурою, виноробством.

Винні тури поділяються на три групи:

1 група – екскурсійно-пізнавальні поїздки, під час яких відбувається ознайомлення з усіма етапами виноробства, виробництва та зберігання вин, які неодмінно включають дегустацію виробленої продукції;

2 група – тури для професійної аудиторії: бармени, сомельє. У ході цих поїздок відбувається безпосереднє знайомство з технологічними особливостями

виробництва різних сортів вин, їх дегустація, а також демонстрація винної карти цього регіону;

3 група – тури, що пропонують участь у різноманітних спеціалізованих заходах [11].

Принципи винного туризму дуже прості: пробувати вина тільки в місцях їх виробництва, щоб міцно пов'язати у своїй пам'яті та своїй уяві букет та смак напою з таємницею його походження у природі, історії та душі місцевості. Не зайвим буде оцінити також технологічну культуру виробництва, особисто познайомитися з виноробами, дізнатися про вікові традиції господарства.

Один із найоригінальніших і найцікавіших видів туризму народився з початком 20 століття в країнах, серед інших відмінних рис яких виділяється виготовлення різноманітних сортів вина. До таких країн належить і Франція – з її вишуканим різноманіттям напою богів, і Італія – з терпким присмаком солодкого асортименту італійських винних шедеврів. Природно, винна спрямованість такого туризму визначила його назву – так з'явилося поняття винного туризму, присвяченого дегустації різних сортів вина безпосередньо у місцях їх виробництва. Особливо цікавим є такий вид туризму, якщо проба вина різних національних виноградників супроводжується ознайомленням з історією розвитку того чи іншого заводу виготовлення чи культурної передісторії прилучення країни до винної справи. А осягнення таємниці рецептурних вишукувань та ритуалу подачі винного напою пов'яже воєдино в думках туриста унікальну історію його виготовлення з містикою його неповторного смаку. Справжні шанувальники цього виноградного напою присвячують такому туризму весь свій вільний час.

Модна новинка на туристичному ринку – лікування вином. Лікувальні та дієтичні властивості вин отримали загальне визнання у багатьох народів. Провину приписувалося божественне походження. Згідно з переказами, до Єгипту лозу привіз Озіріс, до Греції та Риму - Діоніс і Бахус, до Вірменії - Ной, на Кіпр - Сатурн, до Іспанії - напівбог Геріон. І всюди «напій від бога», звичайно при його помірному вживанні, виявляв свої цілющі властивості. В Іліаді Гомера

згадуються імена двох лікарів, які давали вино пораненим та користувалися ним під час перев'язки ран. "Молоком старих" називав вино Платон. Численними дослідженнями доведено, що вино уповільнює процеси старіння, підвищує імунітет, нормалізує функції серцево-судинної та нервової систем.

У наші дні енотерапевтами стають дипломовані лікарі, які використовують невеликі дози вина для лікування та профілактики різноманітних захворювань. Курси енотерапії можна пройти у санаторіях, розташованих у районах, де вирощують виноград. Незважаючи на зростаючу популярність енотерапія, вона не визнана офіційними органами системи охорони здоров'я, оскільки немає достатньої інформації про користь та шкоду вина. Поки що ще проводилися дослідження, які б довели чи спростували основні тези енотерапевтів.

Винний туризм не обмежується споживанням вина, а має мультиплікативний ефект. В організації та обслуговуванні «винних маршрутів» беру участь господарські та громадські організації.

- Виробники вина та винопитні заклади;
- Місцева влада;
- Люди, які надають агротуристські послуги;
- Власники ресторанів та кафе;
- Власники готелів;
- Туристські бюро (турагенти, туроператори);
- Фірми, що займаються виробництвом додаткових атрибутів у розвиток винного туризму;
- Школи та інші інститути тематичної освіти;
- Підприємства та культурні центри, які надають додаткові послуги.

Дуже часто власники винних ресторанів пропонують туристам не тільки можливість відвідування льохів та дегустації вина (часом за плату, а частіше безкоштовно), але також харчування, нічліг, купівлю вина, придбання сувенірів, а також різних продовольчих товарів (зазвичай це сири, олія, свіжі) овочі та фрукти, а також вироби їх переробки). Нерідко у господарствах з вирощування

винограду та виробництва вина туристи мають можливість використовувати для прогулянок коней чи велосипеди. Це означає, що в більшості випадків туристи, які відвідують виноробні господарства, більше грошей витрачають на нічліги, харчування спортивно-рекреаційну діяльність, ніж на дегустацію вина та купівлю кількох пляшок вина додому. Крім того, власники винних виробництв можуть розраховувати, що після повернення додому деякі туристи почнуть купувати вино, яке скуштували у туристичній подорожі. Все це говорить про те, що розвиток винного туризму може мати істотне значення не тільки для підвищення доходів господарів, які займаються вирощуванням винограду та виробництвом вина, але також впливати на локальний ринок праці, викликаючи збільшення податкових відрахувань, сприяючи розвитку інших видів послуг.

1.2. Діагностика ринку винного туризму

Головними світовими регіонами виноградарства і, отже, виноробства є території, розташовані відповідно між 30 і 50 північної та південної широти. Виноробні країни північного поясу розташовані у північній півкулі, південного – відповідно у південній. Найбільшими виробниками вин північного поясу є Франція, Португалія, Іспанія, Італія, Німеччина, Грузія. У південному поясі виділяються Аргентина, Чилі, ПАР, Австралія та Нова Зеландія. Для виробництва білих, червоних та рожевих вин використовують білі та червоні технічні сорти культурного винограду [3].

Усі перелічені країни сьогодні є одночасно провідними центрами світового винного туризму. Вони розвиваються різноманітні напрями останнього залежно від цілей, із якими турист приїжджає у конкретну країну.

Модель екскурсійного винного туризму вирізняється серед інших моделей, оскільки є універсальною. Вона включає і відвідування виноробних підприємств, і знайомство з природою, історичною та художньою спадщиною, і навіть активний відпочинок. Така модель поширена у всіх країнах світу, де розвинене виноробство.

Приватним випадком екскурсійної моделі винного туризму є спеціально-тематична (дегустаційна), яка має на увазі знайомство винних туристів з конкретними видами, стилями, зразками вин. Організація спеціально-тематичного винного туризму досить складна через різноманітність видів вин, часто вона вимагає співучасті спеціаліста зі спеціальною освітою.

Усі вина мають різноманітні технології виробництва та поділяються на тихі натуральні, тихі спеціальні, тихі ароматизовані та насичені вуглекислим газом (табл. 1.2). В основі даної класифікації лежать два фундаментальні показники: кількість цукру та етилового спирту.

Таблиця 1.2

Види виноградних вин

Групи вин	Тип вин	
Тихі спеціальні	Сухі, напівсухі, напівсолодкі, солодкі	
	Кріплені	
	Солодкі	
	Напівдесертні	
	Десертні	Напівсолодкі
		Солодкі
		Лікерні
Тихі ароматизовані	Лікерні	
	Сухі	
Насичені вуглекислим газом	Сухі	
	Десертні	
Насичені вуглекислим газом	Ігристі	
	Шипучі	

Джерело: Розроблено автором [26]

У середині V століття, у зв'язку з навалою варварів, було винищено практично всі виноградники, але завдяки ченцям середньовіччя виноробство відродилося знову. У ранньому Середньовіччі охоронницею навичок та ремесел цивілізації була Церква. Монастирі, що виникали всюди, розчищали схили пагорбів і обносили стінами поля з виноградними лозами. Кафедральні собори, звичайні храми і, насамперед, монастирі стали власниками чи творцями більшості найбільших виноградників Європи. Технологія, термінологія, стилі

вина та навіть деякі сорти винограду зароджувалися саме у стійких рамках Церкви. Аж до початку XVII ст. вино займало унікальне становище, залишаючись єдиним серед напоїв предметом оптової торгівлі, що піддається – певною мірою – зберіганню. Суперників воно не мало, оскільки вода була небезпечною для пиття, ель швидко псувався, не було ні міцних напоїв, ні тих, що містять кофеїн.

Ситуація змінилася XVII в.: спочатку з Центральної Америки завезли шоколад, потім з Аравії – кави, і з Китаю – чай. Голландці освоїли процес перегонки, ель завдяки хмелю перетворився на пиво, терпиміше до зберігання. Виробництво вина виявилось на межі катастрофи, врятувати його могли лише нові ідеї.

Саме тоді з'явилися скляні винні пляшки та усвідомлення того, що закупорене в них воно зберігається довше, ніж у бочці. Приблизно тоді були винайдені пробка і штопор, і вино набуло того вигляду, якого ми звикли.

У винній промисловості часто використовується поняття Старого та Нового Світу. Основними регіонами винного туризму Старого Світу (табл. 1.3) є Франція, Італія, Іспанія, Португалія, Угорщина, Грузія. Світовими лідерами з виробництва вина найвищої якості є Італія та Франція [31].

Таблиця 1.3

Топ-10 країн за обсягом виробництва вина у 2022 році

Країна	Об'єм (в млн гектолітрів)
Італія	50,3
Франція	44,2
Іспанія	33
США	23,1
Чілі	12,4
Австралія	12,1
Аргентина	11,4
ЮАР	10,2
Німеччина	8,9
Португалія	6,7

Джерело: на основі інформації з інтернет-мережі [28]

Розглядаючи кожен з цих регіонів окремо, можна сказати, що виноробство та винний туризм у Франції мають особливе значення для культури та розвитку туризму в цій країні. Франція посідає перше місце за обсягами виробництва вина. Найкращими виноробними регіонами є Ельзас, Бордо, Бургундія, Шампань, Прованс. Ці ж регіони мають найвищий відсоток відвідуваності туристами завдяки розвиненій виноробній промисловості та насиченій культурно-пізнавальній програмі [32].

Вина Франції на світовому ринку виділяються завдяки своїй високій якості. Найбільші виноробні компанії Франції, заради яких у цю країну з'їжджаються мільйони туристів, такі як LVMH - такі знамениті сорти вин, як Dom Pérignon, Krug, Veuve Clicquot, Cheval Blanc, Yquem або Pier Castel - славиться випуском Roche Mazet, Baron de Lesta інші [7].

Італію, від Франції відрізняє наявність особливого терруару. Терруар – це сумісність клімату, ґрунту та розташування виноградників, саме ці критерії визначають надалі букет вина, та термін його витримки. Головною відмінністю італійського виноробства є виробництво великої кількості солодких червоних вин. Її найвідоміші червоні вина: Бароло, Брунелло-де-Монтальчино, Таурази, Кьянті Класіко. Відмінні білі вина виготовляються з Вердиччіо – цікавого сорту винограду з властивими тонами горіха. Багато туристів відвідують Італію, щоб насолодитися її «смаковими» відмінностями, від інших регіонів Старого Світу [7, с. 119].

Іспанія – регіон, який прославив Наполеон I Бонапарт, адже саме завдяки ньому весь світ дізнався про іспанський херес. Процес виготовлення хересу складний і своєрідний, у ньому використовуються особливі сорти винограду: Паломіно, Москатель та Педро Хіменес, і «хересна» бактерія, яка надає цьому вину особливий терпкий аромат. Ще одним знаменитим винним напоєм є ігристе вино «Кава», яке виробляється в Барселоні [6].

Головним туристичним регіоном енотуризму в Іспанії, вважається Ріоха – основний виноробний регіон, у якому виробляють все знамените вино з винограду сорту Темперанілло. Для туристів, Іспанія цікава як коридою, і своєю

багатовіковою історією, а й чудовими винами, виробленими біля цієї країни [6, с.93].

Невелика країна, але з однією з найцікавіших історією, завдяки якій весь світ дізнався про нові континенти – Португалія. Ця країна прославилася на весь світ кріпленими винами – портвейном та мадерою. Основними регіонами виноробства та винного туризму є: Мадейра, Алентежу, Дору, Сетубал, Естермадура [31, с.142].

Португалія має великий потенціал для розвитку винного туризму. Її історико-культурний комплекс, порівняний із площею виноградників, яких досить багато, для такої маленької країни.

Головна перлина Європи – Угорщина, країна давніх виноробних традицій із багатою різноманітністю вина. Головна коштовність Угорщини – дивовижний "Токай". Як любив говорити Гетте, токайське - це "король вин і вино королів". Егер є найстарішим містом Угорщини, в якому поєднуються спадщина середньовіччя і епохи Відродження. Так само він відомий своїм вином «Бича кров». Рецепт вина – це секрет угорських виноробів. Тільки їм відомі потрібні пропорції [31, с. 172]. Разом із ознайомчими програмами винних турів, останнім часом все більшої популярності набирає винотерапія – оздоровлення людини методом лікування виноградними винами [6, с. 124].

Країна величних Кавказьких гір та безкрайніх виноградників – Грузія. Країна, яка великою кількістю винограду може потягатися тільки з Францією. Країна, де їжа – це витвір мистецтва, а культура винопиття, це важлива складова іміджу країни.

На території Грузії виділено п'ять виноградарських зон: Кахеті, Картлі, Імереті, Рача-Лечхумі та Зона Чорноморського узбережжя. Основні сорти вина: Сапераві, Кіндзмаріулі, Мукузані, Ркацителі, Цинандалі [6, с. 249]. Для європейських туристів, Грузія самотутня і непередбачувана країна, з давньою історією, де цікаво побувати, і цікаво дізнатися [14].

У сучасному світі зростає інтерес до вин Нового Світу, регіонами їх виробництва є: США, Чилі, Аргентина, Австралія. Виноробство зародилося у цих регіонах кілька століть тому [7, с.247].

Основним світовим постачальником Нового Світу є США. У США виробництвом вина займається 50 штатів, які надають туристичні послуги і для винного туризму. Основними туристичними штатами, у розвиток винного туризму, є: Каліфорнія, Вашингтон і Орегон [6, с.192]. На території США вирощуються в основному ендемічні сорти винограду, такі як: катаубо, конкорд, делавео. Ще однією популярною у виноробному світі країною Нового Світу стає Чилі. Виняткове поєднання м'якого клімату, схожого на середземноморський та різноманітність ландшафтів роблять Чилі унікальним місцем для вирощування екологічно чистого винограду. У Чилі розташовані найбільші у світі органічні виноградники [31, с. 328].

Основні регіони вирощування винограду в Чилі, це: Андські висоти, Центральна долина, Касабланка та Сан-Антоніо. Завезені з Європи сорти винограду, такі як: Совіньйон Руж, Карменер, Мерло, Шардоне, Совіньйон Блан і Ріслінг, чудово виростають на території Чилі.

Не менш відомою Латино-Американською країною, яка займається виноробством, є Аргентина. Лідером з виробництва винограду в Аргентині є область Мендоса, що межує з Чилі. У цій країні є найстаріше сімейне підприємство «Суккарді» - що входить у світову систему міжнародного винного туризму і єдине в країні. Області Сан-Хуан і Сальта, також дуже популярні для любителів винного туризму.

Найпівденнішою країною з вирощування винограду є Австралія. Кліматичні особливості Австралії чудово підходять для виноробства та винного туризму. Австралія – як туристичний регіон, мало відвідуємо, порівняно коїться з іншими країнами [6, с. 274]. Пов'язано це з віддаленістю регіону від основних транспортних розв'язок.

Основну частину австралійських вин виробляють в основних виноградарських регіонах, таких як Долина Хантер, Новий Південний Уельс та

Долина Баросса. Головними виробниками Австралії є: Дромана Естатейт, Джеймс Ірвін, Хаан Вайнс, Торберек [31, с. 374].

Винний туризм – це можливість вивчити найдавніше мистецтво виноробства; побачити, спробувати та відчутити таємниці створення вина. Порівнюючи регіони Старого та Нового Світу, можна зробити висновок, що невід'ємними характеристиками, що відрізняють виноробство та винний туризм цих двох основних регіонів, є: традиції, сортовий склад, смак, ставлення до навколишнього середовища та маркетинг

1.3. Ресурсний потенціал Тоскани для розвитку винного туризму

Успіх італійського винного сектору, поряд із всесвітньою популярністю італійської кухні з боку попиту та політикою диверсифікації туристичного продукту з боку пропозиції, спонукали до серйозного та скоординованого підходу до розвитку винного туризму в Італії. В даний час в країні створено понад 150 винних маршрутів, які супроводжуються різноманітними тематичними маршрутами по виноробних регіонах. Вино, як і багато інших типових продуктів, вважається важливим елементом туристичного ринку, і воно може становити вирішальну привабливість певної території. У багатьох країнах вино є водночас і вираженням культури території, і вмістилищем традицій, що йдуть корінням у давнину. Вино можна розглядати як особливий елемент культури, який відображає традиції, ідентифікує місцеву спільноту та її ідентичність. Інша особливість вина полягає в тому, що воно містить сильне відсилання до території, на якій воно виробляється.

Винний туризм поширився по всій Італії і в кожному регіоні має особливе значення з точки зору економіки, території, історії, соціального та культурного ландшафту. Аналізуючи річний звіт винного льоху Італії, який був складений ICQRF на основі даних, записаних у комп'ютеризованих реєстрах вина (14 травня 2020 року), у 2020 році було 50,3 мільйона гектолітрів вина. Примітно, що майже 58% вина в Італії фізично зберігається в північних регіонах. У Венето

знаходиться майже чверть національного вина, завдяки значному впливу запасів у провінціях Тревизо (10 %) і Верона (9 %). У цих двох провінціях більше вина (9,7 млн. гектолітрів), ніж у Апулії та Сицилії разом (8,3 млн. гектолітрів). Зокрема, згідно з (рис. 1.1) Венето займає майже 25 %, Емілія Румунія – 11,4 % і Тоскана – 11,2 % відповідно [17].

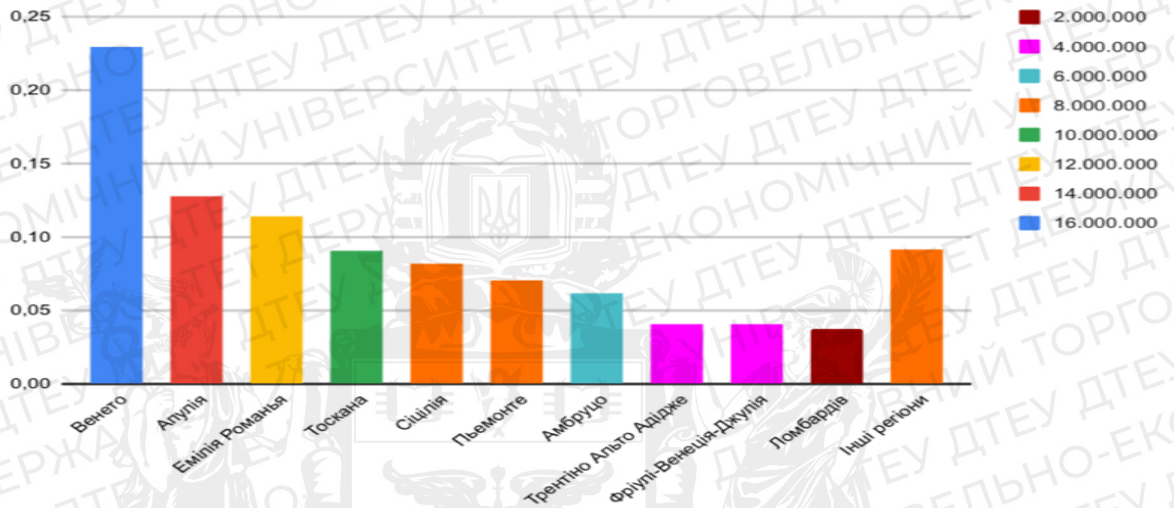


Рис. 1.1. Запаси вина за регіонами

Джерело: взято автором з сайту [9]

Також згідно рис. 1.2 можна побачити що на північі Італії зосереджено найбільший запас вина.

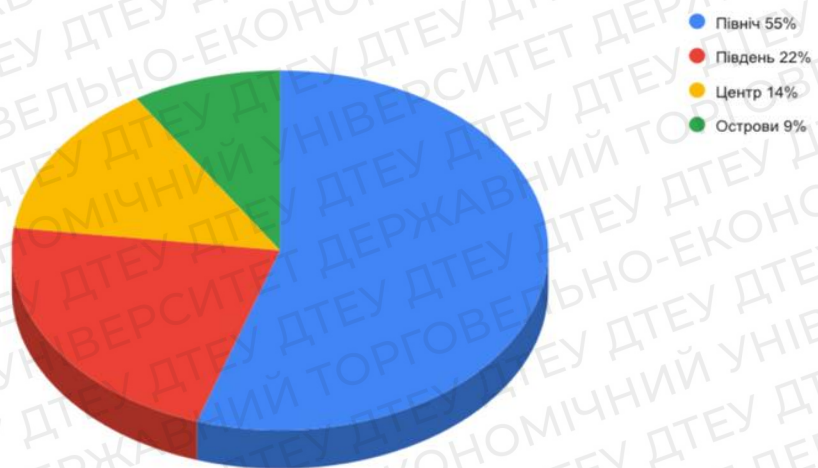


Рис. 1.2. Запаси вина за географічними регіонами

Джерело: Взято автором з сайту [9]

Винний туризм є ключовим сектором для італійської економіки, зокрема, винні маршрути, метою яких є просування сільських районів як туристичних напрямків. Це явище відповідає підходу «локалізації туристичних пакетів», який підкреслює важливість валоризації та популяризації території через створення тематичних маршрутів. Винні маршрути як модель виникли в кількох ключових виробничих секторах: вирощуванні винограду та туристичному секторі. Винні маршрути були засновані Національним законом № 268 від 1999 року, який визначає їх як маршрути, створені в географічних районах, де виробляються якісні вина [30].

Метою цього закону є використання виноробних територій і виноробень, що містять культурні, історичні та ресурси, а також надання можливості туристам отримати від них користь. Таким чином були створені різноманітні Винні маршрути. В даний час в Італії існує більше 150 винних маршрутів [27].

Тоскана — це унікальне місце, яке поєднує виняткові природні ландшафти, культурну спадщину та велику історію. Цей регіон розділений на десять провінцій, а саме Ареццо, Флоренція, Гроссето, Ліворно, Лукка, Маса-Каррара, Піза, Пістоія, Прато та Сієна. Комплексні моделі обробки охоплюють 38% і 29% сільськогосподарських угідь у провінціях Лукка та Маса-Каррара та більше 20% сільськогосподарських угідь у провінціях Ареццо, Флоренція, Ліворно, Пістоія та Прато, тому вони вважаються представниками сільськогосподарського ландшафту Тоскани [29].

Тоскана є одним із найважливіших виноробних регіонів Італії за площею оброблених земель. У Тоскані розвиток винного туризму охоплює сільську місцевість. Винний туризм є рушійним фактором, завдяки якому Тоскана отримала перше місце на премії Wayn Award у 2012 році, отримавши номінацію як «Найкращий винний напрямок» через рік після того, як Флоренція та Сієна отримали аналогічну номінацію через «Travelers Choice Awards» від Tripadvisor [18]. Розглядаючи місцевий винний туризм, в цьому регіоні є деякі ключові фактори, здатні сприяти розвитку ринку. Необхідно присвятити деякі з

найважливіших: пейзаж; сільський спосіб життя; багатство типової та якісної сільськогосподарської продукції та продуктів; бренди та території. Кожен із цих аспектів є цінним для винного туризму в Тоскані, і його можна розглядати як конкурентну перевагу, яка є важливим елементом у сегментації пропозиції.

Тоскана – регіон Італії, відомий у всьому світі якістю свого ландшафту, і це перший італійський регіон, який розробив ландшафтний план, об'єднавши міське та територіальне планування з ландшафтним плануванням. Ландшафт визнано фундаментальним ресурсом для економіки регіону, але територіальне планування має мати справу з національними законами, розвитком сільської місцевості, захистом навколишнього середовища, збереженням історичних особливостей та цінностей.

Одним із скарбів Тоскани — невід'ємною частиною культурної та історичної традиції, її гордістю та багатством є вино. Подорож Тосканою втрачає половину свого сенсу, якщо вона обмежується виключно знайомством зі скарбами історії та мистецтва — відвідуванням музеїв та соборів, але ігнорує знайомство з місцевим виноробством, адже більшість тосканських «міст мистецтва» оточена винними пагорбами, де роблять свої власні унікальні вина. Без вина в Тоскані неможливо уявити жодну місцеву трапезу, а сам «напій богів» у тосканців сприймається як частину їжі, а чи не спосіб захмеліти.

Однією з найважливіших особливостей ландшафту Тоскани є ліси, оскільки це другий регіон Італії за площею лісів, який охоплює близько 53,4% території регіону. Тоскана є п'ятим регіоном Італії за розміром; 67% території класифікується як пагорби, 25% - як гори, переважно в Апеннінському хребті, і лише 8% - як рівнини. Територія області в основному відноситься до сільської (93 %).

Тоскана також є першим регіоном Італії для агротуризму. Різноманітність географічних умов, різноманіття сільського господарства та рівень цілісності історичних сіл сприяють збереженню високоякісного ландшафту. Це і є тосканський пейзаж, що став символічним — настільки, що подібні картини в

інших куточках землі також називають «тосканськими». Пагорби відіграють не останню роль не лише у пейзажі, а й у виноробстві Тоскани: саме в горбистій частині зосереджена більшість найкращих виноградників. Але найголовнішою визначною пам'яткою тосканської природи залишається виноградна лоза.

У цьому контексті сільський спосіб життя відіграє вирішальну роль, оскільки він є синонімом повільного життя, повільних міст, що підкреслює прагнення передавати цінності спокійного життя, присвяченого традиційній та справжній винній культурі. Крім того, сільський спосіб життя підкреслює такі складові, як ландшафт, дбайливе ставлення до природи, місцеві страви та напої.

Привабливість сільського способу життя пов'язана з високою якістю сільських поселень і місцевих продуктів (наприклад, вина), а ринкова ціна обробленої землі в деяких районах вища, ніж ціна землі, що використовується під міську забудову.

Територія займає стратегічне положення по відношенню до відомих туристичних міст Флоренції, Сієни, Пізи, Вольтерри та Сан-Джiminьяно. Відсутність культурних «гарячих точок» компенсується наявністю багатьох середньовічних сіл з елементами архітектури безперечного шарму.

Традиції виноробства існують у Тоскані вже понад три тисячоліття, вперше робити вино тут почали ще етруски – творці першої великої культури в італійській історії. У сотнях етрусських гробниць, що дійшли до наших днів, основним сюжетом чудових фрескових розписів служать саме сцени бенкету з рясними виливами, а древні римляни взагалі рахували етрусків, своїх північних сусідів, гіркими п'яницями.

Природні умови Тоскани дуже різноманітні та чудово підходять для виноробства, адже територія регіону на дві третини складається з пагорбів (25% покрито горами, і лише 9% займає рівнина). Саме пагорби, покриті виноградниками, стали візитною карткою Тоскани, причому Вергілій писав, що: «Бахус [бог виноробства у римлян] любить пагорби» [18].

Області Тоскани значно відрізняються між собою, але майже завжди сприятливі для виробництва вина, чому сприяє і тосканський клімат — від

холодних вітрів із півночі та сходу Тоскану захищає високий гірський хребет Апеннін, а на південному заході Тоскану омивають води Тірренського моря.

Різноманітність тосканського ландшафту, кліматичних умов і місцевої геології відобразилися в такій же яскравій і різноманітній палітрі вин, що виробляються, загальна кількість найменувань яких досягає декількох десятків. Вважається, що з етруських часів у Тоскані обробляють червоний сорт Санджовезе і білий сорт Требб'яно, які досі (особливо в першому випадку) залишаються основою місцевого виноробства. Іншими автохтонними тосканськими сортами вважаються Канайоло, Чиледжоло, Колоріно, Мальвазія Нера, Алеатіко (червоні), Требб'яно, Верначча, Верментіно, Мальвазія Б'янка, Ансоніка. Серед поширених у Тоскані міжнародних сортів слід назвати Каберне Совіньйон, Каберне Фран, Мерло, Петі Вердо, Сіра (червоні), Совіньйон Блан, Шардоне, Аліготе, Віоньо [23].

Санджовезе (Брунелло) – король серед італійських сортів винограду. Його назва перекладається з італійської як «кров Юпітера» і символізує примхливу вдачу цього винограду. У Тоскані виноград став своєрідним символом тосканських вин і вирощується у величезних обсягах. Цей сорт вкрай теплолюбний, боїться холодів та заморозків, а тому свої найкращі риси характеру може відкрити лише у теплому, але не гарячому кліматі. Слід зазначити, що сорт Санджовезе досягає свого розквіту лише на мізерних ґрунтах, причому на висоті 250-300 метрів над рівнем моря. Подібні умови з бідними кам'янистими ґрунтами мають лише 4 області в Тоскані - К'янті Класіко, Монтальчино, Монтепульчано та К'янті Руфіна, і саме звідси походять найкращі вина Тоскани [16].

Треббіано (Уньї Блан) – широко відомий італійський сорт. Вина з нього відрізняються великим вмістом кислоти, легкого типу, з нейтральним ароматом, малим відсотком цукру, тому можуть подаватися до будь-яких страв [25].

Загальна кількість туристів Італії за останні двадцять років представлена на рис. 1.3.

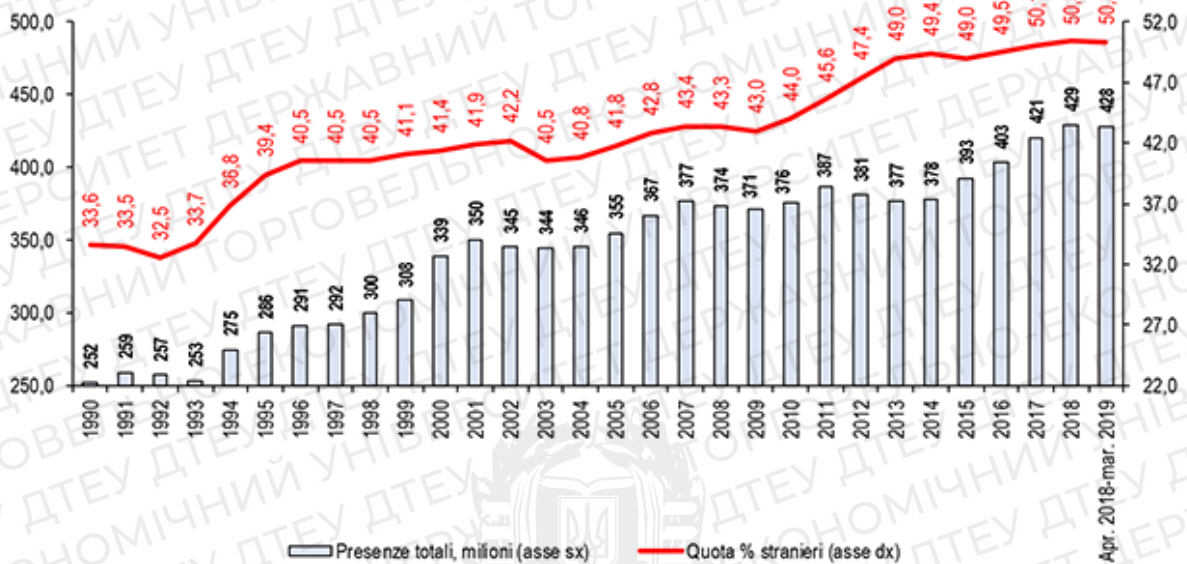


Рис. 1.3. Загальна кількість туристів Італії за останні двадцять років
1998-2018

Джерело: взято з електронного ресурсу [16]

На початку 80-х років ХХ століття в Тоскані почали вирощувати такі сорти, як Каберне Совіньйон, Мерло, Піно Нуар і Сіра, з яких були отримані напрочуд гарні вина. Холмистий рельєф, сприятливі ґрунтови та кліматичні умови зробили Тоскану ідеальною для виноградарства та виноробства. За обсягом вироблених вин DOC і DOCG Тоскана займає 3 місце після П'ємонту та Венето. 85% вироблених у районі вин – червоні, 15% – білі [24].

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТ ВИННОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ТОСКАНИ

2.1. Розроблення винного туру територією Тоскани (Італія)

Одним із скарбів Тоскани – невід’ємною частиною культурної та історичної традиції, її гордістю та багатством є вино. Подорож Тосканою втрачає половину свого сенсу, якщо вона обмежується виключно знайомством зі скарбами історії та мистецтва – відвідуванням музеїв та соборів, але ігнорує знайомство з місцевим виноробством, адже більшість тосканських «міст мистецтв» оточена винними пагорбами, де роблять свої власні унікальні вина. Без вина в Тоскані неможливо уявити жодну місцеву трапезу, а сам «напій богів» у тосканців сприймається як частину їжі, а чи не спосіб захмеліти. У наші дні культуру виробництва та споживання вина в Тоскані можна назвати зразковою, при цьому, незважаючи на те, що вино щодня присутнє в житті будь-якого тосканця, зустріти тут по-справжньому п'яного майже неможливо. Тоскана поряд з П'ємонтою є головним виноробним регіоном Італії та однією з найважливіших винних областей планети. У Тоскані розташовані тисячі виноделен, що відрізняються один від одного за номенклатурою вин і ступеня їх популярності. Тосканські винороби можуть похвалитися великим списком вин.

Винний тур в Тоскані також сприяє розвитку місцевого винного бізнесу, придбання винних товарів та популяризації тосканських вин у світі. Винний тур є важливим елементом економічного розвитку регіону, який забезпечує роботу десятків тисяч людей та приносить важливий внесок в бюджет.

В Тоскані також є багато винних туристичних маршрутів, де можна відвідати виноробні хати, демонструвати процес вироблення вина, відчувати атмосферу регіону та спробувати вина в найкращих винних барах та ресторанах.

В загальному, винний тур по Тоскані – це відмінний спосіб відчувати культуру, традиції та винну культуру країни, де виноробство є важливою частиною її історії та культури.

Маршрут туру комбінований: Київ - Краків- Лісабон - Алентежу - Сетубал - Сінтра - Колареш - Порту - Варшава – Київ. Детальний маршрут туру наведений в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Маршрут винного туру територією Тоскани

Країна/місто	Час, год/хв	Відстань, км	Транспортний засіб
Київ-Краків	11 годин	876 км	Автобус
Краків-Піза	14 годин	1365 км	Літак
Піза-Лукка	30 хвилин	20 км	Автобус
Лукка-Монтекатіні-Терме	30 хвилин	32 км	Автобус
Монтекатіні-Терме-Флоренція	1 година	50 км	Автобус
Флоренція-Греве Кьянти	45 хвилин	30 км	Автобус
Греве Кьянти-Гайоле ин Кьянти	35 хвилин	30 км	Автобус
Гайоле ин Кьянти-Раполано Терме	40 хвилин	35 км	Автобус
Раполано Терме-Монтепульчано	30 хвилин	33 км	Автобус
Монтепульчано-Вал д'Орсия	23 хвилини	18 км	Автобус
Вал д'Орсия-Сиена	1 година	50 км	Автобус
Сиена-Сан-Джмініньяно	50 хвилин	43 км	Автобус
Сан-Джмініньяно-Піза	1 година 20 хвилин	77 км	Автобус
Піза-Варшава	17 годин 20 хвилин	1618 км	Літак
Варшава-Київ	11 годин 20 хвилин	848 км	Автобус

Джерело: Розроблено автором

Основним транспортом пересування цього винного туру Тосканою буде автобус. Також, тур буде супроводжуватися гідом - це відмінний спосіб

дізнатися більше про історію тосканського виноградарства та культуру. Такий тур забезпечить зручність та комфорт туристам, не потребуючи від них водіння або пошуку прокладення маршруту. При цьому гід надасть цікаву інформацію про кожен відвідуваний об'єкт, включаючи історію, локальні традиції та процес виробництва вина не тільки в конкретних екскурсійних місцях, а й під час дороги між DESTINATIONAMI тим самим забезпечить доступність інформації туристам.

У програму туру входить відвідування виноградних ферм та виноробень, дегустація великого вибору вин від різних виноробних зон Тоскани. Відвідування ресторанів та барів, де можна спробувати відомі вина та національну їжу, яка добре відповідає до вина. Також, цей тур поєднаний з відпочинком в містах, які відомі своїми культурними і мистецькими DESTINATIONAMI.


В цілому, наш винний тур Тосканою стане незабутнім досвідом для всіх туристів, які цінують вино та культуру (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Продуктова програма винного туру Тосканою

День	Маршрут	Характеристика
День 1	Київ – Краків	15:00-15:30 збір групи біля Центрального Вокзалу м. Києва та виїзд до міжнародного аеропорту Кракова 17:00-17:20 зупинка на заправці АЗС ОККО біля м. Житомир 19:20-19:30 зупинка на заправці АЗС ОККО м. Ровно 22:30-22:45 зупинка на заправці АЗС ОККО м. Львів
День 2	Краків- Піза-Лукка	01:00-02:00 перехід кордону, зупинка 06:00-07:00 прибуття до аеропорту Кракова, виліт 09:00-09:30 прибуття до м. Піза. Посадка до автобусу 10:00-13:00 оглядова пішохідна екскурсія головними пам'ятками Пізи. Відвідування Пізанської вежі та інших пам'ятних місць 13:30-14:30 обід в ресторані 14:45-15:20 збір групи та поїздка до виноробні 15:30-17:45 дегустація вин на тосканській виноробні Tenuto Adamo Winery 18:00-21:20 переїзд до м. Лукка. Вільний час. Вечеря у ресторані. Заселення в готель “EuroStars Toscana”

День	Маршрут	Характеристика
День 3	Лукка- Монтекатіні Терме- Флоренція	08:30-09:20 сніданок. Виселення з готелю 09:30-10:00 посадка в автобус. Виїзд на екскурсію 10:00-13:00 дегустація на фермі HOLDING Вуонамісо. Познайомимося з процесами виробництва вина та зберемо виноград 13:20-15:00 посадка в автобус. Від'їзд групи до міста Монтекатіні Терме. Обід у закладі 15:20-16:30 пішохідна екскурсія по місту, де досі на вулицях міста зберігається велич минулого. Насолодимось духом минулих часів, прогулюючись міськими вуличками . Від'їзд групи до м. Флоренції 17:30-19:30 прибуття до м. Флоренції. Екскурсія по найкрасивіших вулицях міста 19:45-20:30 вечеря 20:45-21:00 заселення в готель Bellavista Hotel&Osteria. Ночівля
День 4	Флоренція- Греве Кьянти- Гайоле ин Кьянти- Раполано Терме	08:00-08:30 сніданок у готелі 08:45-09:30 виселення з готелю. Виїзд на дегустація 09:30-12:00 екскурсія по території. Дегустація вин на тосканській виноробні Castello di Verrazzano і дізнаєтесь відмінності різних сортів вин 12:15-13:15 після екскурсії обід в ресторані на території замку 13:20-14:00 збір групи та посадка в автобус. Поїздка до наступної локації 14:15-16:30 екскурсія по Castello di Ama та дегустація вина. Знайомство з унікальною історією регіону та культурою 16:45-17:30 збір та виїзд до міста Раполано Терме 17:45-19:00 заселення в готель Molino Hotel Lodola. 19:45-20:30 вечеря в ресторані. Ночівля
День 5	Раполано Терме - Монтепульчано	08:00-09:20 завтрак в готелі. Виселення з готелю. 09:30-13:00 відвідування термального басейну Terme San Giovanni, пропонують відпочиваючим бальнеологічні та SPA - процедури для лікування, а також з профілактичною метою для здоров'я. 13:20-14:00 обід на території комплексу 14:15-15:00 збір групи. Відправка на обзорну екскурсію у м. Монтепульчано. Середньовічне

День	Маршрут	Характеристика
		<p>тосканське село на пагорбі з неймовірним видом на виноградники 15:15-17:00 дегустація вина та сиру в Cantina Ercolani - Città Sotterranea & museo 17:15-17:30 відправка на іншу екскурсію 17:45-19:45 відвідування підземної історичної виноробні De' Ricci Cantine Storiche 20:00-21:00 вечеря в закладі 21:15-21:30 заселення в готель Hotel Panoramic Montepulcian</p>
День 6	Монтепульчано - Val d'Orcia- Сієна 	<p>08:30-09:15 завтрак в готелі. Виселення 09:30-10:45 приїзд до найпопулярнішої локації Тоскани – долина Val d'Orcia. Невелика екскурсія 11:00-11:30 переїзд до виноробні 11:45-14:00 дегустація тосканських вин та прогулянка територією Corte Pavone Winery 14:30-15:30 обід у ресторані неподалік Il Moro 15:45-16:45 прибуття до м. Сієна 17:00-18:30 екскурсія з гідом по місту Сієна. Вільний час 19:30-20:30 вечеря в центрі міста 20:45-21:00 заселення в готель Villa Montarioso</p>
День 7	Сієна-Сан Джімініяно- Піза-Варшава- кордон	<p>08:30-09:15 завтрак в готелі. Виселення та збір групи 09:20-10:00 переїзд до наступної екскурсії 10:15-12:15 проведення часу на виноробні Vernaccia di San Gimignano Wine 12:20-13:45 збір групи. Обід поблизу виноробні 13:50-15:00 прибуття до аеропорту м. Пізи 16:00-18:00 виліт та прибуття до м. Варшава Модлін 18:30-18:45 посадка в автобус до м.Києва</p>
		<p>21:00-21:15 зупинка на заправці біля м.Люблин 23:20-00:30 проходження кордону</p>
День 8	Кордон-Київ	<p>04:00-04:15 зупинка на заправці АЗС ОККО м. Ровно 06:00-06:15 зупинка на заправці АЗС ОККО м. Житомир 08:00-08:30 прибуття на Центральний Вокзал м.Києва</p>

Джерело: розроблено автором

2.2. Заходи та інструменти просування винного туру на ринку України

Україна є європейською державою, яка має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виготовляє різноманітну виноробну продукцію. На європейський та світовий ринок наша виноробна продукція просувається повільними темпами, через низку об'єктивних економічних та політичних причин.

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

На жаль, на сьогодні винні тури недостатньо широко представлені на українському туристичному ринку, і далеко не всі туристичні компанії та туроператори можуть надати цей турпродукт територією України. Щодо фундаментальних наукових досліджень українських авторів з цієї проблематики, то вони практично не ведуться. Було знайдено незначну кількість публікацій з цього питання. Більшість авторів не згадують у своїх роботах даний вид туризму взагалі, або стисло розглядають його в контексті зеленого туризму [2].

В Україні є низка регіонів, в яких вдало поєднуються географічні, екологічні, кліматичні, культурні та політичні умови для вирощування винограду та виробництва вин. У цих регіонах мають бути організовані винні тури. Виноград теоретично може вирости на більшій частині території України за винятком крайніх північних та високогірних Карпатських районів (52-а паралель, що проходить трохи північніше Києва, вважається в Європі північним кордоном виноградарства), реально промислове виноградарство в Україні розвинене тільки в Автономній Республіці Крим, Одеській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій та Закарпатській областях [19]. Кожен із цих регіонів досить розвинений у туристичному відношенні, тут є необхідна туристична

інфраструктура та розвинений виноградарсько-виноробний комплекс зі своїми виробниками, марками та брендами. Ми маємо позитивні чинники конкурентоспроможності українського виноробства, зокрема низьку вартість робочої сили у традиційних виноградарських районах. Українські вина значно дешевші за аналогічні вина Європи, при цьому високої якості, а іноді й перевершують світові аналоги.

Однак, на відміну від західно- та південно-європейських країн, українські винороби не мають розкручених "брендів", тому серед "марочних" вин на світовому ринку вони конкурувати не в змозі.

Серед "дешевих вин" конкуренція ще жорсткіша - світовий ринок переповнений вином із Чилі, ПАР, Австралії та США, де активно впроваджується "інтенсивне" виноробство, засноване на масованому застосуванні добрив та виведенні нових "надврожайних" сортів [20]. Саме винний туризм сприятиме рекламі українських вин, що так необхідно для вітчизняної виноробної продукції.

На наш погляд, найперспективнішими регіонами для винного туризму в Україні є: АР Крим, Причорноморський регіон (Одеська, Миколаївська та Херсонська області) та Закарпатська область.

Найбільш відомі марочні десертні вина торгової марки "Массандра" розташовані в АР Крим. До цього об'єднання входять 9 заводів Південного та Південно-Східного берега; дегустаційні зали є в Ялті, Массандрі, Гурзуфі, Алушці, Алушті, Сонячногірському, Морському, Веселому, Судаку, Сімферополі; мережа фірмових магазинів майже повсюдно. Дізнатися історію вітчизняного виноробства та провести дегустацію можна у Національному інституті винограду та вина «Магарач». Натуральні сухі вина представлені продукцією заводів "Інкерман" (Севастополь) та "Фонтан" (Бахчисарай). Міцними винами славиться "Діоніс" (Сімферополь), завод "Коктебель" славиться своїми унікальними десертними винами та коньяками. Справжнім заповідником кримських аборигенних сортів винограду (наприклад, "Чорний лікар") є "Сонячна долина". Червоні та білі ігристі вина випускає Завод

шампанських вин "Нове Світло", зі своїм музеєм виноробства Нового Світу; Севастопольський комбінат "Золота балка", а також Севастопольський винзавод та фірма "Ізумруд" у Джанкої. На кожному з цих підприємств можна здійснити екскурсію винними підвалами, а потім і дегустацію. Також були розроблені та запропоновані 2 виноробні маршрути для Криму, так звані «Виноробні кільця Криму». «Виноробні кільця Криму» - спеціалізовані, планові, кільцеві та групові маршрути. Обидва «Виноробні кільця Криму» починаються та закінчуються в одному пункті – м. Сімферополі. Маршрути розраховані як на іноземних, так і на вітчизняних туристів.

За даними асоціації «Виноградарі та винороби України» [9], на Одещині вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомі винні підприємства півдня України - "Одесавінпром" та "Одеський коньячний завод". Основна частина продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо». За інформацією Української торгово-промислової конфедерації, у 2012 році частка "Шабо" на ринку бутильованого вина склала 3,4%.

Херсонщина – благодатна та своєрідна виноробна область України. Природні умови тут дуже сприятливі для вирощування виноградної культури, а специфічні ґрунтово-кліматичні умови місцевості дозволяють виробляти тонкі, ніжні, свіжі столові, так і досить екстрактивні десертні вина. Основними виробниками Херсонської області є АТ «Князь Трубецькою» та «Кам'янське», що виготовляють марочні сухі таврійські вина («Наддніпрянське», «Перлина степу», «Оksamит України», «Ркацителі Бериславське», «Дівоча фортеця»). Білозерські виробники вина під торговою маркою "Білозерський" [21].

На березі Дніпра біля міста Нова Каховка вже понад 70 років існує коньячне виробництво – агрофірма «Таврія». Всесвітньо відоме французьке місто Коньяк знаходиться на тій самій паралелі. Спирт для приготування деяких коньяків іноді доставляють з Франції. Переважно використовуються свої виноматеріали – вирощуються елітні сорти винограду за новітньою

технологічно-комп'ютеризованою системою краплинного зрошення та фітомоніторингу [15].

Миколаївська область представлена насамперед заводом «Коблево», який є одним із найбільш оснащених та потужних підприємств України первинного та вторинного виноробства. Біля заводу, на родючих землях заповідника Тілігуло, знаходяться понад 2500 гектарів власних виноградників заводу. Тому це підприємство має бути обов'язково включено у винні тури Північного Причорномор'я. Також у Миколаївській області випускається винна продукція АТ "Радсада" добре відома як в Україні, так і за кордоном. За якістю вона нічим не поступається відомим кримським маркам [20].

Регіоном з найбільш "стійкими" традиціями виноградарства та виноробства є Закарпаття, яке є північно-західним краєм "середньодунайської" виноробної області, основна частина якої знаходиться в сусідній Угорщині. На Закарпатті на відміну від південних регіонів практично немає великих підприємств. Тут більшість виробничих потужностей розташована в радгоспах будівлі 60-70-х років минулого століття або в приватних садибах. «Рік такі підприємства виробляють від 1 тис. до 25–30 тис. л вина. У цьому площі, задіяні під виноградники, становлять від 0,2 до 7 га» [15]. Географія виноробних підприємств свідчить про те, що такі об'єкти існували, чи не в кожному районному центрі, проте багато хто з них вже припинив діяльність або продовжує випускати символічні обсяги вина. Серед відомих підприємств: орендне підприємство "Ужгородський кон'ячний завод", АПТП "Бобовище" - с.Бобовище, Мукачівський р-н, АПТП "Мукачівський" - Мукачеве, АПФ "Леанка" - с.Середнє, Ужгородський р-н. Закарпаття – регіон красивих ландшафтів, з цікавими традиціями та культурою, насамперед культурою виноробства [12].

Отже, в Україні сформувалася потужна ресурсна база для проведення винних турів її регіонами. Натомість, на сьогодні, є низка гострих проблем для їх ефективного впровадження та просування.

Основними проблемами у просуванні українських винних турів на європейський та світовий ринок є:

- низький рівень інформатизації туристичного бізнесу;
- ліцензування виноробного бізнесу;
- винні тури поки що продукт немасовий і специфічний, вони переважно цікаві суто фахівцям - сомельє або людям, пов'язаним з ресторанним бізнесом;
- нераціональне використання ресурсного потенціалу рекреації та туризму;
- відсутність узгодженої маркетингової діяльності у сфері туризму, продуманого брендингу туристичних продуктів;
- неконкурентоспроможність туристичної та готельної пропозиції щодо співвідношення ціна якість.

В результаті проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1. Україна має значні ресурси для організації виноробного туризму.
2. Виноробний туризм – це один із нових напрямків у спеціалізованому туризмі України, що стоїть на стику пізнавального, розважального та зеленого туризму, який тільки починає зароджуватися в нашій країні.
3. Виноград та вино – це продукти певної місцевості. Кожен виноробний район виділяється своїми природними та соціально-економічними умовами формування. У п'яти виноградарсько-виноробних регіонах України (АР Крим, Одеська, Миколаївська, Херсонська та Закарпатська області) є об'єкти, що відрізняються своєю індивідуальністю та виробляють певні марки вин.
4. Для якнайшвидшого та ефективного розвитку винного туризму необхідне створення інституційних важелів формування конкурентних переваг винних турів на рівні регіонів, областей та держави в цілому, а також впровадження кредитно-фінансових механізмів підтримки.

Аналізуючи український та зарубіжний досвід винного туризму, досліджуючи проблему його розвитку, було зроблено висновок, що напрями його просування зосереджені у заходах щодо вдосконалення складових

потенціалу винного туризму. До них відносяться: популярність бренду, наявність природно-кліматичних ресурсів, виноградників, наявність традиційних та сучасних виноробень, культурно-історичні ресурси, інфраструктура, якісна продукція та супутні сервісні послуги.

На основі дослідження рівня розвитку кожної складової потенціалу розробила комплекс заходів щодо розвитку винного туризму:

- створення державної програми розвитку виновиробництва як агропромислового комплексу, залучення нових інвестицій для технічної модернізації та реконструкції підприємств та підготовки відповідних кадрів;
- створення єдиної термінологічної бази з розкриттям основних понять та визначень, єдиного винного законодавства та системи контролю якості вин за походженням;
- створення єдиної мережі «винних доріг» між виноробнями та здійснення ними руху транспорту;
- включення культурно-історичного аспекту до програм екскурсій;
- впровадження додаткових сервісних послуг у процес обслуговування на виноробнях;
- створення єдиного інформаційного центру, спрямованого на популяризацію брендів винних підприємств та винного туризму в цілому.

Запропоновані заходи щодо просування вимагають інвестиційні вкладення та без підтримки держави їх не здійснити. Необхідно створити інвестиційні стимули для виноробів у вигляді пільг та субсидій, грантів та фінансової підтримки на покриття витрат частково чи повністю.

Як показано у табл. 2.3 на даний момент немає єдиного методу просування туру, але якщо використовувати в сукупності і правильно, то це призведе до результату. Стратегії просування в інтернеті може бути кілька. Наприклад, можна за допомогою соцмережі залучати людей на свій сайт. Або ж продавати прямо з облікового запису інстаграма або фейсбука. Але найзручніший і найрезультативніший це Google. Тому що реклама відповідає інтересам користувачів.

Медіа-план та кошторис туру

Канал	Термін дії	Кількість в місяць	Витрати за 1 день	Витрати за 1 міс
Контекстна реклама в Google	Кожного дня	30	250 грн	7500 грн
Реклама Youtube	Кожного дня	30	150 грн	4500 грн
Сторінка Facebook та Instagram	Раз в три дні	10	Без витрат, тому що особисто	-
Віконна графіка	Раз на місяць	1	500 грн	500 грн
Білборди	Раз в 1,5 неділі	3	3500 грн	10500 грн
Мурали	Раз на місяць	1	500 грн	500 грн
Штендер	Раз на місяць	1	1500 грн	1500 грн

Джерело: розроблено автором

Також можна використовувати YouTube для просування, що дозволить зацікавити більшу кількість клієнтів. Відео буде показано перед іншими відео з кнопкою "Пропустити рекламу".

2.3. Економічне обґрунтування туру

Головним завданням даної роботи безумовно є розробити оригінальний турпродукт, який поки що відсутній на ринку, але може бути цікавим для споживача. Крім того, для наочності, є найважливішим розробити турпродукт, який відповідав би запитам на обидва найбільш популярні види туризму, як у

світовій, так і в українській тургалузі – рекреаційний та культурно-пізнавальний. Тури в Тоскану можуть бути вкрай цікаві для тих, кому близька тема вина та гастрономії (тут і далі, говорячи про молодь ми матимемо на увазі осіб віком приблизно від 21 до 45-50 років, які подорожують без дітей)

Тому в цій роботі було прийнято рішення створити зовсім новий турпродукт, який би зацікавив людей із середнім і вищим середнім доходом, а також у цій роботі наочно відбив потенціал Тоскани.

Основною особливістю цього туру є те, що при базуванні в одному регіоні, туристи матимуть змогу щодня відвідати нову частину Тоскани, продегустувати вина та ознайомитися з усіма визначними пам'ятками регіону.

При економічному обґрунтуванні даного турпродукту, перш за все, слід зазначити кілька ключових моментів:

- 1) У зв'язку з сезонністю відпочинку в Тоскані, цей турпродукт буде затребуваний з квітня до жовтня.
- 2) Група у заїзді складатиметься з 30 осіб.
- 3) Заїзд здійснюватиметься із Києва (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Таблиця заїздів

1 заїзд	03.04	10.04
2 заїзд	17.04	24.04
3 заїзд	26.04	03.05
4 заїзд	08.05	15.05
5 заїзд	22.05	29.05
6 заїзд	05.06	12.06
7 заїзд	19.06	26.06
8 заїзд	03.07	10.07
9 заїзд	17.07	24.07
10 заїзд	31.07	07.08
11 заїзд	21.08	28.08
12 заїзд	04.09	11.09
13 заїзд	18.09	25.09
14 заїзд	02.10	09.10
15 заїзд	16.10	23.10

Джерело: Розроблено автором

Як ми бачимо, загалом планується 15 заїздів. З них 5 у високий сезон (у таблиці виділено жирним шрифтом). При розрахунках із заповнюваності ми виходитимемо з того, що у високий сезон заповнюваність буде максимальною. А в решту десяти заїздів ми виходитимемо з недобору приблизно в 15-18%, тобто приблизно в 5 осіб. Таким чином, протягом 5 заїздів ми матимемо максимальну заповнюваність, а ще протягом 10 заїздів виходитимемо з того, що заповнюваність у заїзді 25 осіб з 30. Отже, оплата за вхідні квитки на об'єкти показу та за харчування буде нижчою. А ось витрати за авіаквитки та готель, а також витрати на оренду транспорту, оплату послуг гіда та аніматора залишаться на колишньому рівні.

Відстань від Києва до Кракова 876 км, тобто час проходження зі столиці до аеропорту Кракова близько 11 години. Подання нашого автобуса здійснюється із Києва. За даними різних сайтів, середня ціна оренди автобуса складає 34 000 грн у два боки, включаючи послуги надання двох водіїв.

При підборі рейсу ми відразу ж відкидаємо варіанти прильоту та відльоту пізньої ночі та рано вранці, вважаючи їх неприйнятними. Також неприйнятними для нас будуть рейси зі зміною аеропорту або пересадкою довше 5 годин. найдешевший з усіх варіантів рейсів для нас є рейс компанії Ryanair (Краків-Піза-Варшава).

Також нам потрібно взяти в оренду автобус Італією. Загальна кількість кілометрів становитиме 420 км. Вивчивши різні італійські сайти за цінами на оренду автобуса і вибравши найбільш підходящу фірму для нас, сума вийде 700 євро на всі дні.

Тепер провівши аналіз та обравши варіанти транспорту та трансферту ми переходимо безпосередньо до розрахунку витрат на даний турпродукт, виходячи з витрат на кожну окрему його складову.

I. Витрати на колективний засіб розміщення та харчування.

Провівши раніше порівняльний аналіз у регіоні Тоскана, ми визначили, що найбільш вигідним є розміщення в готелях, які не є мережевими. Середня ціна за номер у всіх готелях в одному ціновому діапазоні. Враховуючи, що на 7 місяців

ми забезпечимо готелю завантаження в 30 осіб, то ми розраховуємо на суттєву знижку в 20%, при цьому знижку ми братимемо від липневої ціни, яка за літом є середньою. Сніданки включено у вартість ціни за ніч. Номерний фонд і харчування ми бронюємо по жорсткому блоку, так що відмовитися від оплати за будь-яку кількість людей ми не маємо права, незалежно від кількості туристів, що заїхали (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Розрахунок вартості проживання та харчування

Назва готелю	Вартість проживання на особу з урахуванням знижки за день + сніданок	Вартість проживання на групу за день
Eurostars Toscana	40€	1190€
Bellavista Hotel&Osteria	28€	865€
Molino Della Lodola	44€	1335€
Hotel Panoramic Montepulciano	22€	650€
Villa Montarioso	27€	812€
Разом	162€	4852€

Джерело: розроблено автором

II. Витрати на переліт. Авіапереліт є однією з найдорожчих складових.

Вартість йде з урахуванням знижки для туроператора (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Вартість авіаквитків

Напрямок	Ціна квитка на одного туриста з урахуванням знижки	Ціна квитка на всю групу з урахуванням знижки
Краков - Піза	60€	1800€
Піза - Варшава	65€	1950€
Разом	125€	3750€

Джерело: розроблено автором

III. Витрати на транспорт та трансфер. При розрахунку вартості витрат на транспорт та трансфер нам необхідно розрахувати, по-перше, вартість оренди автобуса (з водієм), по-друге, витрати на бензин.

А) Витрати оренду автобуса. Ми беремо оренду двох різних автобусів. Один буде з Києва до Польщі, а інший з Італії. Перший автобус ми оформляємо на 12 годин на один бік і 12 годин на зворотний. Другий оформляємо на 6 днів для кожного заїзду. При цьому, за фактом співпраця з орендодавцем буде безперервною протягом чотирьох місяців. Як уже було згадано в тексті, приблизна вартість оренди на зміну(день) одного 35-місного автобуса становить 17000 грн. Нам потрібний автобус у дві сторони, тоді сума виходить 34 000 грн. Оренда автобуса по Італії за 6 днів виходить 700 € (28 000 грн). Ми розраховуємо і тут на суттєву знижку 15%. Разом на день з України до Польщі та назад: 34000 грн - знижка 15% = 29000 грн. А оренда по Італії за тиждень виходить 28 000 - знижка 10% = 25200 грн. Разом за весь транспорт на один заїзд виходить 54 200 грн на 30 туристів. За 1 туриста виходить 1810 грн.

Б) Витрати бензин. Щоб розрахувати наші витрати на бензин, необхідно знати наш кілометраж, який ми наберемо в процесі трансферту та екскурсій. В таблиці 2.7 розраховані підсумкові витрати на пересування протягом тижня.

Таблиця 2.7

Розрахунок транспортних витрат

Разом за усі дні	2142 км
Разом по Україні	1724 км
Разом по Італії	418 км
Разом вартість бензину при ціні на дизельне паливо 65грн/літр(Італія) та 45грн/літр(Україна) і витраті автобуса 30 літрів на 100км	$1724 * 30 / 100 = 517$ літра (по Україні) $418 * 30 / 100 = 126$ літра(по Італії) $517 * 45 = 23265$ грн $126 * 65 = 8190$ грн Разом: 31455 грн
Разом з непередбаченими витратами: резервним кілометражем, оплатою стоянки, непередбаченими витратами в дороз	$31455 + 1800$ грн = 33255 грн

Джерело: розроблено автором

Таким чином, підсумкові витрати на оренду автобуса з водієм і транспортні витрати (бензин + парковка + непередбачені витрати) дорівнюють 33255 грн+54200грн = 87455 грн на всю групу на один заїзд.

IV. Витрати на об'єкти туристичного показу та гіда. Сюди входять витрати на вхідні квитки у виноробні, дегустації сирів та вина, відвідування термальних джерел та гід на весь тур. У нашому турпродукті нам необхідний гід-супровідник. Це екскурсовод, який супроводжує туристів протягом усієї їх пізнавальної поїздки протягом 8 днів та супроводжує її в день заїзду-від'їзду. Розрахунок у таблиці 2.8

Таблиця 2.8

Витрати на об'єкти туристичного показу

Найняття гіда на всі дні	250€ - Доба 2000€ - весь тур на групу 67€ - на людину
Вхід та дегустація вина та сирів	9 екскурсій = 250€ на людину
Термальні джерела	1 доросла людина = 18€
Разом на 1 людину:	335€=13275 грн

Джерело: розроблено автором

Підсумкові витрати на групу за один заїзд подано в таблиці 2.9

Таблиця 2.9

Підсумкові витрати на групу та на одного туриста

Стаття витрат	Сума на одного туриста	Сума за всю групу
Витрати на об'єкти туристичного показу	13275 грн	398250 грн
Транспортні витрати	2915 грн	87455 грн
Готель	6420 грн	192265 грн
Обід та вечеря	6000 грн	180000 грн
Авіаквитки	4955 грн	148600 грн
Разом	33565 грн	1006950 грн

Джерело: розроблено автором

Як видно, з цієї таблиці найбільші витрати пішли на об'єкти туристичного показу та транспорті витрати, друга за обсягом витрат стаття це розміщення та харчування в ресторанах на обід та вечерю, авіаквитки вийшли найдешевшими.

З цієї таблиці можна зробити висновки про витрати на одну особу, а точніше на одну людину-місце, тому що не всі тури будуть продані, проте туроператор все одно нестиме витрати на ці місця. Виходячи з собівартості на одну людину виробляється туроператорську націнку, яка складе для цього туру 12% від собівартості. Таким чином вартість туру складе: $33565 + 33565/100 * 12 = 33565 + 4027 = 37600$ грн на одну особу. Для наочності представлена таблиця 2.10 - Динаміка туристських заїздів по місяцях.

Таблиця 2.10

Динаміка туристських заїздів по місяцях

Місяць	Кількість заїздів	Кількість туристів
Квітень	3	90
Травень	2	50
Червень	2	50
Липень	2	50
Серпень	2	50
Вересень	2	50
Жовтень	2	60

Джерело: розроблено автором

Як бачимо, основне навантаження посідає популярніші квітень і жовтень. У табл. 2.11 представлені розрахунки з доходності даного турпродукту за сезон.

Таблиця 2.11

Розрахунок прибутковості турпродукту

	Заїзди	Очікувана кількість туристів	Очікувані витрати	Очікувані доходи	Очікуваний прибуток
Разом за весь сезон	15	400	13 млн 426 тис грн	15 млн 040 тис грн	1 млн 614 тис грн

Джерело: розроблено автором

Як ми бачимо, виходячи з таблиці, прибуток від турпродукту за сезон очікується більш ніж у розмірі 1,5 мільйона грн. Однак з урахуванням витрат на створення турпродукту, а також на його розкручування ця сума є цілком гідною. Також варто відзначити і позитивний аспект, який полягає у можливій підтримці державою такого турпродукту, що може позитивно позначитися не лише на розвитку та репутації даного турпродукту, а й усієї компанії.



ВИСНОВКИ

1. Винний туризм сьогодні – це сфера туризму, що розвивається, представляє інтерес для різних дестинацій, спільнот та інших учасників. Як було зазначено вище, винний туризм і виноробство нерозривно пов'язані між собою. Винний туризм є важливою складовою діяльності приватних виноробень, туристських підприємств та дестинацій. Сьогодні завдяки збільшеному інтересу до винної культури цей вид туризму стає все більш популярним.

2. У випускній кваліфікаційній роботі було розглянуто основні поняття туристського продукту, пов'язані з ним поняття, а також особливості його розробки та просування. Туристський продукт має певні особливості, тому що йому притаманні характеристики послуг. Невідчутність турпродукту відрізняє його від товару, що зумовлює специфіку діяльності туристських організацій.

3. Розробка турпродукту має бути заснована на результатах аналізу поточної ситуації на туристському ринку та визначенні його потенціалу. Крім того, важливим є процес планування з метою подальшого визначення перспектив розвитку та здійснення конкретних дій щодо розробки продукту. Просування створеного турпродукту, що передбачає його розвиток над ринком, має мати зважений характер і відповідати потребам певного цільового сегмента.

4. В даній роботі розроблений туристський продукт може сприяти розширенню сфери діяльності туроператорів, залученню нових клієнтів та збільшення прибутку, а також дозволить зміцнити становище на ринку туристських послуг. Він також здатний посилити позиції Тоскани у внутрішньому туризмі та допомогти у розвитку туризму, освіті громадян та розвитку дестинації, а також економічному розвитку Тосканського регіону в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. А. А. Попов. Секрети сомельє. К., 2009. С. 64.
2. Баглей Д. В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях: Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів, 2014. N 10. С. 4.
3. Балинін К.А. Філософія терруару: моделі міжнародного винного туризму // Туризм і рекреація: фундаментальні та прикладні дослідження: тр. XII Міжнар. наук. практ. конф., 25-26 квітня 2017. С. 162
4. Басюк Д.І. Теоретичні та прикладні аспекти формування дестинацій винного туризму: монографія. /Д.І. Басюк / Монографія. Кам'янець-Подільський, 2014. – 272 с.
5. Божук Т.І., Прокопчук Л.А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області) // Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI Міжнар. наук.-практ. конф. (28-29 квітня 2011 р.). Луганськ, 2011. Т.2. № 6. С. 172.
6. Джозеф Роберт. Винний туризм. Гід мандрівника, 2008р. / Винний туризм. Гід мандрівника: Переклад з англійської, 2008, С. 189.
7. Іванов С. В. Підготовка фахівців для винного туризму в національному університеті харчових технологій: традиції та перспективи / С. В. Іванов, Д. І. Басюк. – Вища школа. – 2012. – No 6. – С. 7-15.
8. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України // Наук. вісн. ОНЕУ. 2013. № 1. С. 31.
9. Пергат А. П. Виноробні тури у туризмі Криму // Матеріали Міжнародної наукової конференції, присвяченій 70-річчю географічного факультету (Сімферополь, 20-22 травня 2004 р.). - Сімферополь: ТНУ ім. В.І. Вернадського, 2004. - С. 102-104.
10. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка; // авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С.

Галасюк, С. Г. Нездоймінов, І.В. Давиденко та ін. Одеса: «Астропринт», 2013. С. 98

11. Щербакова, С. А. Сучасний стан та особливості розвитку енотуризму в Грузії / С. А. Щербакова // Суспільство. економіка. Культура: актуальні проблеми, практика розв'язання: зб. наук. ст. VI міжнар. наук.-практ. конф., Барнаул (28 березня 2016 р.). - Барнаул: Концепт, 2016. - Ч. 1. - С. 237-241.

12. Вина та коньяки Карпат [Електронний ресурс] // URL: <http://asinfo.com.ua/karpaty/article.php?id=3>

13. Винні тури Тосканою [Електронний ресурс] // URL: <https://www.toscana-tour.ru/toscana-vinnye-tury/>

14. Винний туризм у Грузії [Електронний ресурс] // URL: <http://awd.ru/vinnyj-turizm-v-gruzii>

15. Вино України [Електронний ресурс] //URL: <http://www.ukrwine.kiev.ua/news/1944>

16. Дослідження - В Італії налічується 428 мільйонів туристів, при цьому у 2018 році +2% [Електронний ресурс] // <https://www.confartigianato.it/2019/07/studi-sono-428-milioni-le-presenze-turistiche-in-italia-con-un-2-nel-2018-italia-prima-in-ue-per-turismo-destate-nei-settori-interessate-della-domanda-turistica-207-mila-impresе-artigia/>

17. Запаси вина у різних регіонах Італії за 2020 рік [Електронний ресурс] // URL: <https://vigneviniequalita.edagricole.it/featured/nelle-cantine-giacenze-per-655-milioni-di-ettolitri-di-vino/>

18. Італійський винний туризм, супер Тоскана [Електронний ресурс] // URL: <https://www.cinellicolombini.it/en/forum-en/italians-wine-tourism-super-tuscany/attachment/cantina-antinori-nel-chianti-classico-2/>

19. Ольга Піневич-Тодорюк. «У вина одна вина – вічно не вистачає» [Електронний ресурс] // URL: <https://drinks.ua/news/u-vina-odna-vina-vechno-ne-hvataet/>

20. Офіційний сайт асоціації виноградарів та виноробів України [Електронний ресурс] // URL: <http://awwu.org.ua>

21. Офіційний сайт World Tourism Organization [Електронний ресурс] // URL: <http://www2.unwto.org/ru>
22. Патійчук В.О., Оболончик А.В. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі [Електронний ресурс] // URL: https://tourlib.net/statti_ukr/patijchuk2.htm.
23. Список виноградників Тоскани - автохтонні та міжнародні [Електронний ресурс] // URL: <https://italysfinestwines.it/vitigni-toscana/>
24. Тоскана [Електронний ресурс] // URL: <https://old.goodwine.ua/ru/wine-info-oenology/2101-toskana>
25. Тоскана. Про найвідоміші італійські вина [Електронний ресурс] // URL: https://altavina.ru/blog/articles/tuscany_about_the_most_famous_italian_wines/
26. Які бувають вина: види вин за сортами, за типами [Електронний ресурс] // <https://jak.bono.odessa.ua/articles/jaki-buvajut-vina-vidi-vin-za-sortami-za-tipami.php>
27. 150 винних доріг в Італії: важливість назв [Електронний ресурс] // URL: <https://www.cinellicolombini.it/forum/150-strade-del-vino-limportanza-dei-nomi/#:~:text=Per%20concludere%20bisogna%20essere%20consapevoli,vino%20e%20confondono%20i%20turisti.>
28. 10 країн за обсягом виробництва вина у 2022 році [Електронний ресурс] // URL <https://spb.winestate.ru/top-10-stran-po-obemam-proizvodstva-vina-v-2022-godu>
29. 10 провінцій Тоскани: Керівництво по території [Електронний ресурс] // URL: <https://www.tuscanypeople.com/province-della-toscana-guida-completa/>
30. Legge 27 luglio 1999, n. 268 , «Disciplina delle "strade del vino"», art. 1 // URL: <https://www.parlamento.it/parlam/leggi/992681.htm#:~:text=L'obiettivo%20della%20presente%20legge,delle%20%22strade%20del%20vino%22.>
31. Benoist Simmat, Daniel Casanave. La increíble historia del vino, 2019. p. 107

32. Hugh Johnson. World Atlas of Wine 8th Edition, 2007 . p. 96
33. Hugh Johnson. Vintage: The Story of Wine, 2008. p. 98
34. Packett Madeleine, Hammec Justin. Wine Folly/ Wine: Guida pratica. 2020. p. 135.
35. Rick Steves. Florence & Tuscany, 2023 Travel Guide, p. 25.



ДОДАТКИ

Додаток А

Винна карта Італії



Джерело: Google