

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«РОЗРОБЛЕННЯ ВИННОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ СИЦИЛІЇ (ІТАЛІЯ)
ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ
УКРАЇНИ»**

Студента 4 курсу, 21 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Міжнародний
туризм»

підпис студента

Максакової
Анни
Володимирівни

Науковий керівник
канд.пед.наук,
доцент

підпис керівника

Клімова Алла
Миколаївна

Гарант освітньої програми
канд.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

Тетяна ТКАЧЕНКО

« ____ » _____ 2022р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Максаковій Анні Володимирівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення винного туру територією Сицилії (Італія) та організація його ефективної реалізації на ринку України»

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

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідити теоретичні засади і розробити практичні рекомендації щодо розроблення винного туру територією Сицилії (Італія) та організація його ефективної реалізації на ринку України

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту винного туризму на ринку туристичних послуг

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні засади процесу розроблення винного туру територією Сицилії (Італія) та організація його ефективної реалізації на ринку України

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

ВСТУП

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

1.1. Діагностика ринку винного туризму

1.2. Ресурсний потенціал Сицилійського регіону для розвитку винного туризму

1.3. Маршрут і програма нового винного туру територією Сицилії

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО
ВИННОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ СИЦИЛІЇ (ІТАЛІЯ) НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. План маркетингових комунікацій

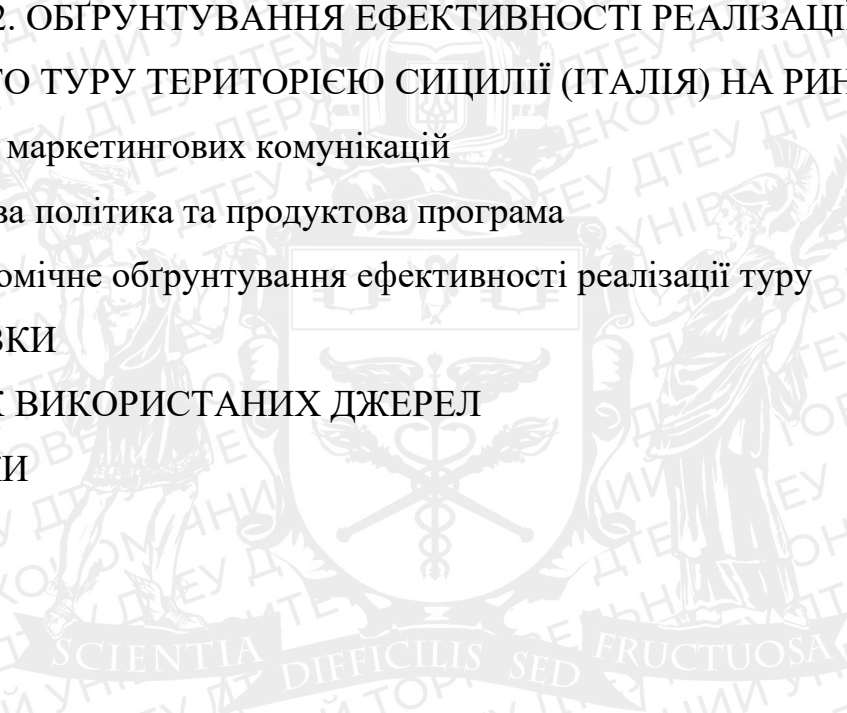
2.2. Цінова політика та продуктова програма

2.3. Економічне обґрунтування ефективності реалізації туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ



5. Календарний план виконання 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- 25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022- 23.12.2022	21.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 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– 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 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 «21» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Клімова А.М.
(підпис, прізвище, ініціали)

8. Гарант освітньої програми

Кравцов С.С.
(підпис, прізвище, ініціали)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Максакова А.В.
(підпис, прізвище, ініціали)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Максакова А.В. виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему «Розроблення винного туру територією Сицилії (Італія) та організація його ефективної реалізації на ринку України» відповідно до вимог освітньої програми «Міжнародний туризм» за спеціальністю «Туризм».

У вступі роботи обґрунтовано актуальність теми, наведено характеристику сучасного стану досліджуваної проблеми, визначено мету і завдання, зазначено об'єкт і предмет дослідження.

У першому розділі випускної кваліфікаційної роботи «Теоретико-прикладні засади формування туристичного продукту винного туризму» автором вивчено та проаналізовано теоретичний базис винного туризму, продіагностовано ринок винного туризму та ресурсний потенціал Сицилійського регіону для розвитку винного туризму.

У другому розділі випускної кваліфікаційної роботи «Обґрунтування ефективності реалізації нового винного туру територією Сицилії (Італія) на ринку України» розроблено план маркетингових комунікацій, запропоновано заходи та інструменти просування винного туризму територією Сицилії (Італія) на ринку України, проведено економічне обґрунтування реалізації туру.

Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Дослідження є самостійною авторською роботою, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями.

Випускна кваліфікаційна робота Максакової А.В. відповідає встановленим вимогам та рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Клімова А.М.

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Максакової А.В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Кравцов С. С

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Ткаченко Т. І

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 2023р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВИННОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Діагностика ринку винного туризму.....	9
1.2. Ресурсний потенціал Сицилійського регіону для розвитку винного туризму.....	15
1.3. Маршрут і програма нового винного туру територією Сицилії.....	19
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ВИННОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ СИЦИЛІЇ (ІТАЛІЯ) НА РИНКУ УКРАЇНИ	27
2.1. План маркетингових комунікацій.....	27
2.2. Цінова політика та продуктова програма.....	32
2.3. Економічне обґрунтування ефективності реалізації туру.....	34
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	39
ДОДАТКИ	41

ВСТУП

Актуальність. Винний туризм – один із перспективних напрямків розвитку сучасного ринку туристичних послуг, являє собою тематичний вид туризму, пов'язаний з технологією виробництва та культурою споживання вин у певному регіоні, історією становлення та дегустацією безпосередньо у виробника.

Винний туризм вважається важливим елементом двох галузей – туристичної та виноградарсько-виноробної. Так для виноробних підприємств винний туризм є одним із засобів привернути увагу туристів до своєї торгової марки, завоювати прихильність споживача, та збільшити обсяги продажів на винних підвалах та дегустаційних залах. Для туристичної індустрії можливість дегустації вина є вагомим фактором привабливості туру, мотивом для спеціальної подорожі, елементом розваг, харчування та лікування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Культуру виробництва, споживання вина та винний туризм, досліджували у своїх працях такі закордонні науковці: Х. Джонсон, М. Холл, Д. Гетс, Б. Кемброн, а також П. Мельтцер, Р. Паркер, Д. Ріджвей.

Також свій внесок у дослідження вина та виноробства зробили такі вітчизняні вчені, як: М. Білько, Т. Божук, Г. Валуйко, О. Михайлюк, В. Марінченко, В. Рибінцев, В. Домарецький, Л. Прокопчук та ін.

Італія популярна країна серед туристів, як осередок винного туризму. 3-поміж великої кількості винних регіонів Італії можна виділити Сицилію. Острів омивається трьома морями: Середземним, Іонічним та Тірренським. Клімат із вологим та спекотним літом, вулканічні ґрунти - все це робить Сицилійський регіон сприятливим до виноградарства. Виноград тут швидко дозріває, перші роботи зі збору врожаю починаються вже в серпні. 127 600 га – загальна площа сицилійських виноградників. До основних червоних сортів відносяться Неро, Сіра, Д'авола, Каберне Савіньон, Мерло, до білих – Катарратто, Шардоне, Дзібіббо, Анасоніка. Окрім того, на Сицилії

створюються культові вина Марсала.

Мета роботи: дослідити теоретичні засади і розробити практичні рекомендації щодо розроблення винного туру територією Сицилії (Італія) та організація його ефективної реалізації на ринку України

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту винного туризму на ринку туристичних послуг

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні засади процесу розроблення винного туру територією Сицилії (Італія) та організація його ефективної реалізації на ринку України

Досягнення поставленої цілі передбачає формулювання наступних завдань:

- визначити поняття винного туризму;
- продіагностувати ринок винного туризму;
- визначити сучасний стан розвитку винного туризму світу;
- дослідити ресурсний потенціал Сицилійського регіону (Італія) для розвитку винного туризму;
- розробити новий винний тур територією Сицилії (Італія);
- обґрунтувати ефективність реалізації нового винного туру територією Сицилії (Італія) на ринку України.

У процесі дослідження використано: історичні, економічні, статистичні, методи, методи моделювання, теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу, порівняння та ін.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Діагностика ринку винного туризму

Винний туризм (енотуризм) – це спеціалізований вид туризму, на меті якого є відвідування місць виробництва вина, дегустація, споживання та купівля вина безпосередньо у виробника.

Розглянемо визначення винного туризму, складені вітчизняними авторами у табл. 1.1

Таблиця 1.1

«Визначення винного туризму за різними авторами»

Автор	Визначення
В.О. Патійчук	Винний туризм – це туристичні подорожі, пов’язані з відвідуванням місць виробництва вина
Т.І. Божук та Л.А. Прокопчук	Винний туризм – спеціалізований вид туризму, з метою споживання, дегустації, та купівлі вина безпосередньо у виробника. Додатково включає відвідування дегустаційних залів, підвалів та ресторанів, плантацій виноградників; відвідування спеціалізованих заходів та винних фестивалів. Також ключовим елементом винного туризму є ознайомлення з традиціями виноробства в країні
О.Л. Михайлюк	Виноробний туризм – це поєднання відвідування визначних пам’яток виноробного регіону з пізнавальною програмою, яка передбачає вивчення вирощування і збору винограду, його переробку та подальшу дегустацію вже готового продукту. Також автор зазначає, що цей вид туризму є спеціалізованим і стоїть на стику розважального і зеленого туризму

Джерело: Складено автором за даними [3]

На думку зарубіжних дослідників, в основі моделі винного туризму є інтерес до вина, вмотивований можливістю дегустації та привабливою місцевістю. Пам’ятки архітектури, замки, пейзажі виноградних плантацій,

виробничі заводи, шато, неосяжна палітра смаків та чарівна атмосфера спілкування з людьми, закоханими у вино, під час дегустації – є важливою складовою для туристів і виробників вина, які приймають рішення щодо організації винного туру.

Досить різні елементи входять до складу організації програми винного туру (рис. 1.2), найчастіше це відвідування плантацій виноградарників, пізнавальні екскурсії, походи на виноробні, та масові тематичні культурні заходи такі, як свято виноробства. Як правило, винні тури тривають сім-десять днів, але зустрічаються поїздки тривалістю два-три дні.

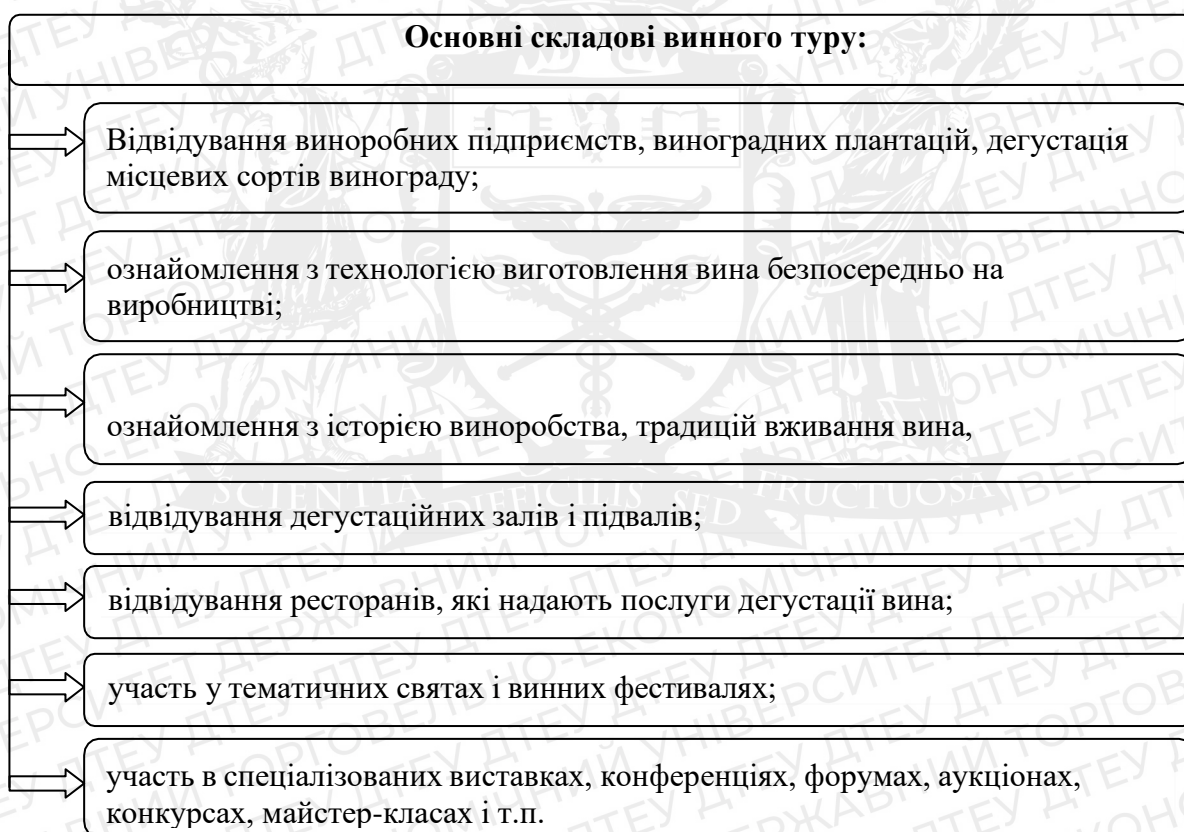


Рис.1.2. Складові винного туру

Джерело: Складено автором за даними [5]

Напрямок винного туризму бере свій початок в Європі ХХ ст. з розвитку винних маршрутів у Франції та Німеччині. На той момент місто Ельзас (Франція) було основним туристично-винним регіоном. Поштовхом для нового розвитку цієї галузі у 80-90-ті роки ХХ ст. в Європі стали наслідки стрімкої

урбанізації, які викликали ностальгію за традиційними галузями виробництва, відпочинком в сільській місцевості та споживанням натуральних продуктів харчування. В цей період зелений туризм у Європі розвивався дуже активно. У його забезпеченні велику роль відігравали традиційні галузі виробництва – виноробство, хлібопечення, сироваріння, виробництво ковбас, посуду та інших продуктів народного вжитку і харчування, включаючи розвиток етнічних ремесл, а також вивчення місцевих обрядів та звичаїв, які мають вагоме культурно-естетичне та мистецько-художнє значення. Це сприяло активізації винного туризму в багатьох країнах Південної Європи, а саме Італії, Іспанії, Франції, Португалії, Греції та інших винних територій.

За оцінками фахівців, дохід, який приносить продаж вина в Європі, складає 6,5 млрд євро на рік. За даними офіційних ресурсів, станом на 2012 р. виноробні регіони Європи склали близько 50% від загального виробництва вина у світі (Франція – 18%, Італія – 17%, Іспанія – 14%, Німеччина – 3%) [7].

Залежно від функціональної спрямованості та мети подорожі вирізняють такі винні тури: культурно-пізнавальні; лікувальні та рекреаційно оздоровчі; гастрономічні; винно-розважальні; винний зелений туризм та агротуризм; освітні, науково-ділові та технологічні тощо (рис. 1.3).

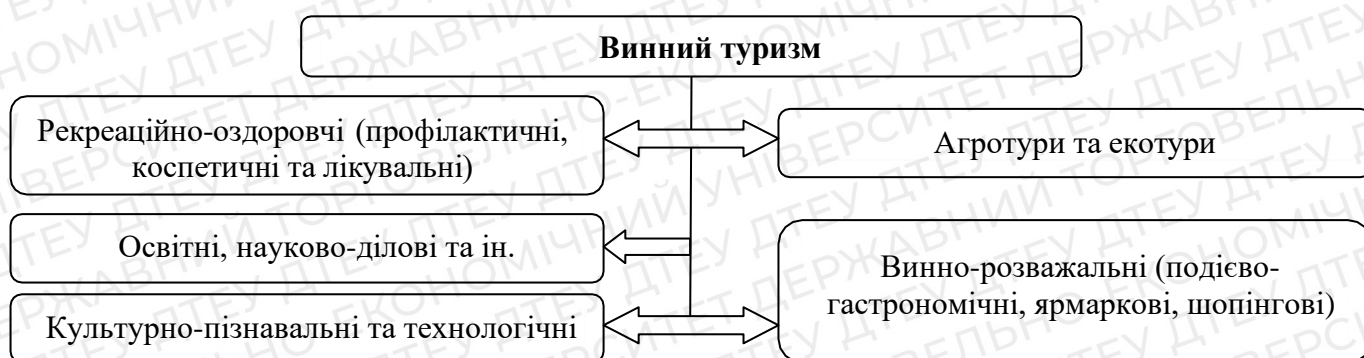


Рис. 1.3 Основні види винних турів

Джерело: Складено автором за даними [5]

Рекреаційно-оздоровчий та лікувальний винний туризм базується на пропозиції лікувальних, лікувально-профілактичних та косметологічних послуг

на основі винотерапії, яка заснована на цілющих властивостях вина. В сучасних умовах погіршеної екологічної ситуації, цей напрямок винного туризму є досить популярним в Європі та США, оскільки складається з комплексу оздоровчих, лікувальних та косметологічних технологій, що покращують здоров'я та надають омолоджуючий ефект, використовуючи цілющі властивості вина, виноградного соку та листя.

За оцінками фахівців, наразі такі винотерапевтичні тури є дуже популярними в Італії, Німеччині та Франції. Більш орієнтовані на жіночу частину туристів-рекреантів середнього віку та заможні верстви населення. Вартість таких турів складає від 1000 до 5000 євро [7]. Наприклад, на півдні Франції бажаним туристам пропонують винні тури за 3500 євро, до складу яких входять відвідування ванн із червоним вином, «п'яний масаж» та обгортання простирадлами, просоченими вином та медом. Але експерти із винотерапії застерігають про негативні наслідки таких винних лікувань, які можуть призводити до алкоголізму, спричинити шлункові кровотечі, гострі отруєння та спровокувати шкірні захворювання, алергії тощо [4].

Винні культурно-пізнавальні тури спрямовані на ознайомлення з традиціями виноградарства, асортиментом вин місцевого виробництва та їх технологією приготування, дегустації та вивчення історії винного промислу. Як правило до програм туру входять екскурсії з відвідуванням виноградних плантацій, участь у тематичних культурних подіях, таких як свято вина.

У таких країнах Європи як Італія, Німеччина, Франція, Іспанія, Португалія, Греція, Болгарія, Румунія, Угорщина та Молдова досить популярними серед туристів з усього світу є так звані подорожі національними «винними шляхами» з відвідуванням центрів виноробства, виноградників, погребів та ресторанів. Наприклад, в Італії прокладено спеціальні «винні маршрути» з назвами «Strada del Vino», «Strada di Chianti» та інші.

Фахівці з туризму вважають, що найбільш вдалою є форма поєднання винного, зеленого, етнографічного та сільського туризму. Проживаючи поряд з місцями вирощування винограду, туристи мають змогу приєднатися до процесу

його збирання та вирощування, традицій вживання та виробництва вина. В Європі найбільш популярними турами такого плану є культурно-пізнавальні, відпочинкові та ділові, в тому числі гастрономічні та видовищні.

Станом на сьогодні, туристичний ринок розширює свій спектр послуг, впроваджуються інновації у звичних туристичних сферах, з'являються нові галузі, стандартні туристичні тури доповнюються новими програмами. У 2010 р. в Лісабоні на конференції Всесвітньої туристичної організації були надані результати дослідження «Tourism 2020 Vision», в якому прогнозують що винний туризм стане одним із найпопулярніших видів туризму в майбутньому.

Організація туристичних фестивалів та інших подібних атракцій є розширенням спектру послуг, які надаються в туризмі, такі заходи є засобом впровадження цілорічних туристичних сезонів та приваблюють великі потоки туристів. У Європі вже багато років поспіль проводиться велика кількість винних свят та фестивалів, найвідомішими з них є: винний фестиваль у Штуттгарті – «Stuttgart Wine Village», винний фестиваль Борд – «Bordeaux fete le vin», Токайський винний фестиваль – «Tokaji Borok Fesztiválja», «Фестиваль врожаю» в Нойштадт (Пфальц, Німеччина) – «Neustadt Grape Harvest Festival», «Cantine Aperte» – День відкритих винних льохів в Італії, Свято збирання врожаю в Ріосі – «Rioja Harvest Festival», винний фестиваль Мадейри – «Madeira Wine Festival», Празький тиждень вина – «Prague Wine Week» та ін. [7].

За оцінками фахівців, сучасний міжнародний ринок виноробної промисловості складає 180 млрд дол. США [9]. Частка цього сектору зростає серед сільських районів в таких країнах, як Італія, Іспанія, Румунія, Франція, Греція, Угорщина та ін. Завдяки розвитку винного туризму збільшуються потоки туристів, відбувається загальний розвиток сільських зон та з'являється більше можливостей в працевлаштуванні сільського населення. Наразі розвиваються такі нові винні регіони Європи, як Болгарія, Хорватія, Словенія, Угорщина. Також і в нововключених країнах ЄС активно йдуть процеси з розвитку винного туризму, таких, як Румунія, де у 2011 р. в м. Бузеу був

відкритий виноробний центр «Lacerta», за допомогою австрійських інвестицій у розмірі 8 млн євро.

На світовому рівні розвитком винного туризму займається міжнародний проєкт «Great Wine Capitals». За дослідженнями цієї організації, перевагами, які надає енотуризм окремому виноробному підприємству та суспільству загалом є на першому місці – позитивний імідж (69% респондентів), додаткові надходження (62%), зміцнення позиції торгової марки (54%), стимулювання інших видів туризму (53%).

Найбільш популярними послугами у винному туризмі споживачі вважають (рис. 1.4): винні дегустації (83%), екскурсії на виноробні (75%), відвідування еногастрономічних обідів та ресторанів (40%), проживання в спеціалізованих закладах розміщення (29%), а також відвідування культурних пам'яток, спорт, розваги (21%), відвідування виставок (17%), музеїв (10%), винних SPA (3%).

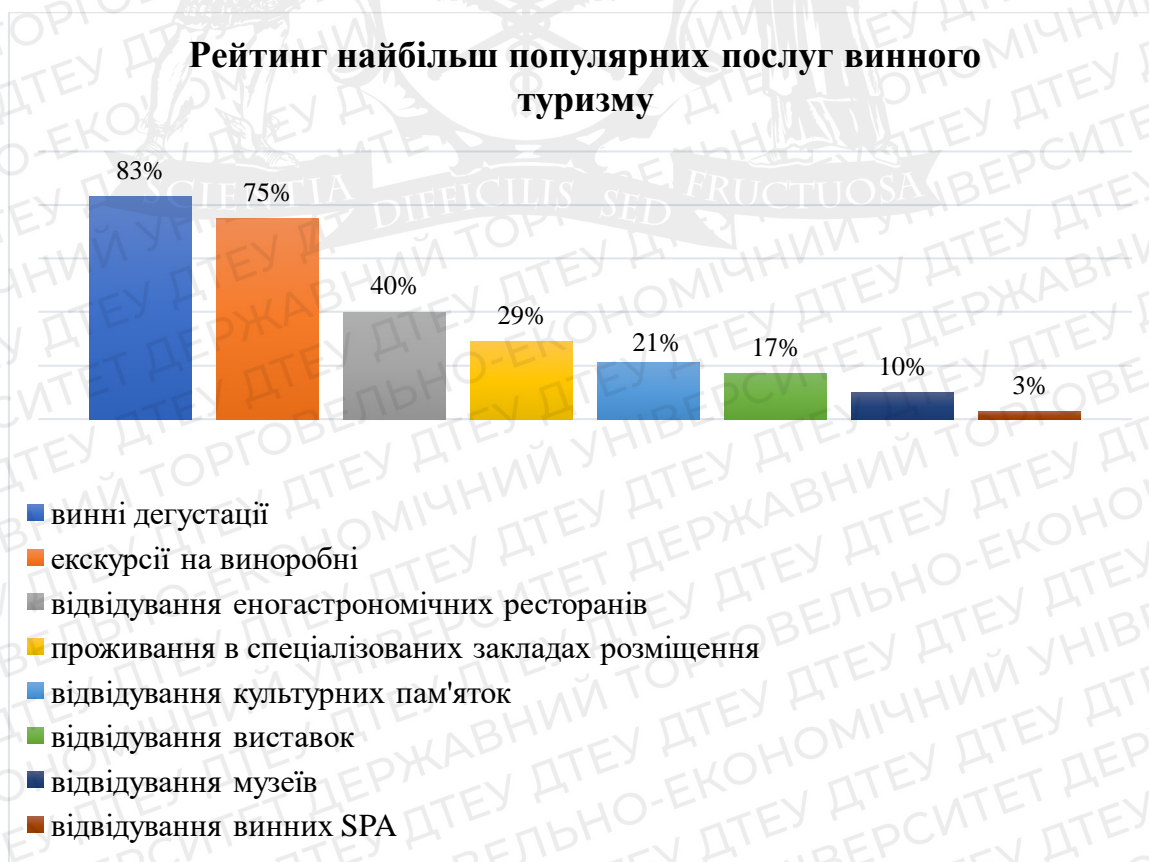


Рис. 1.4. Найбільш популярні послуги винного туризму серед туристів

Джерело: Складено автором

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

Дослідивши ринок винного туризму, ми визначили такі тенденції винного туризму в Європі, як взаємопов'язаність цього виду туризму з іншими туристичними галузями, збільшення різновидів винних турів, зростання ролі та кількості винних фестивалів як туристичної атракції, розширення географії винного туризму Європи та збільшення його ролі як достатньо нової туристичної галузі.

Можна зробити висновок, що роль цього виду туризму зростає з кожним роком, розширюється географія та його спектр послуг. Країнами лідерами винного туризму в Європі є Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Греція, Німеччина, також нарощують свій винно-туристичний потенціал Угорщина, Словенія, Румунія, Болгарія та Хорватія.

1.2. Ресурсний потенціал Сицилійського регіону для розвитку винного туризму

Італія, безумовно, одна з найцікавіших країн Європи для туристів. Кожен з її регіонів вартий окремої уваги, а особливо острів Сицилія.

Сицилія – це найбільший острів Середземного моря та адміністративний регіон Італії, який має власний парламент, що знаходиться в столиці острова – місті Палермо. Три миси надають острову трикутної форми, тому древні греки називали Сицилію Тринакрією. Від Апеннінського півострова Сицилію відокремлює канал «Стретто-ді-Мессіна», загальна ширина якого не більше

трьох кілометрів.

Острів омивають три моря – Середземне, Тірренське та Іонічне. Клімат із спекотним та вологим літом робить регіон сприятливим до виноградарства, загальна площа сицилійських виноградників становить 127 600 га. На Сицилії переважно випускають білі вина. До основних білих сортів відносяться Шардоне, Ансоніка, Катарратто, Дзібіббо, до червоних – Неро Д'авола, Каберне Совіньон, Мерло. До того ж на Сицилії створюють культові вина Марсала.

За даними Італійської Ради з туризму, Сицилія – третій за значенням виноробний та гастрономічний напрямок Італії після Тоскани і П'ємонту. На всю територію острова, лише три області займаються виноробством. Це провінція Трапані, яка розташована на захід від провінції Палермо і Агрідженто. Друга область з високою концентрацією виноробства це Катанія, зосереджено воно більшою мірою біля однієї знакової локації – навколо вулкана Етна, цей безперервно тліючий вулкан підноситься на 3357 метрів над рівнем моря, навколо його побудована вузькоколійна залізниця під назвою «Ferrovia Circumetnea» протяжністю 111 км. Так звані «винні поїзди» курсують цією залізницею по місцям кращих виноробень регіону. Третя – це провінції міст Сіракузи і Рагузи, на півдні Сицилії.

Також дослідивши туристичний ринок Сицилії, можна виділити найпопулярніші туристичні міста регіону: Таорміна, Чефалу, Марсала, Трапані, Сіракузи, Катанія та Палермо (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

«Ресурси для розвитку винного туризму Сицилійського регіону»

Дестинація	Об'єкт показу	Рік спорудження	Сучасний стан	Джерело інформації
Палермо	Норманський палац (Palazzo de Normanni)	9 століття	Відреставрований	[12]
	Кафедральний соборний палац	1179-1186 рр.	Реконструйований	[12]
	Виноробня «Duca di Salaparuta»	1824 р.	Працює	[12]

Продовження табл. 1.5

Дестинація	Об'єкт показу	Рік спорудження	Сучасний стан	Джерело інформації
	Театр Массімо	1874-1897 рр.	Відреставрований	[12]
Сіракузи	Кафедральний собор Різдва Діви Марії	5 століття	Відреставрований	[14]
	Археологічний парк Неаполіс	5 ст. до н.е.	Руїни	[14]
	Церква Санта-Лючія-алла-Бадія	15 століття	Відреставрований	[14]
	Вузькоколійна залізниця «Ferrovia Circumetnea»	1889 -1898 рр.	Працює	[10]
Катанія	Кафедральний собор Святої Агати	1078 р.	Відреставрований у 1711 р., купол у 1802 р.	[10]
	Римський театр	2 століття	Руїни	[10]
	Парк Етни «Parco dell'Etna»	1987 р.	Працює	[10]
	Виноробня «Benanti»	1988 р.	Працює	[10]
	Грецький театр	3 ст. до н.е.	Відреставрований у 19 столітті	[15]
Таорміна	Кафедральний собор Сан-Нікола	13 століття	Відреставрований у 15-17 століттях	[15]
	Палац Корвайя	11 століття	Перебудований у 14-15 століттях	[15]
	Собор-базиліка Чефалу	1131-1240 рр.	Відреставрований	[18]
Чефалу	Палац Остеріо Магно	14 століття	Відреставрований у 1988 р.	[18]
	Базиліка Святого Лаврентія	1421 р.	Відреставрований	[17]
Трапані	парк Вілла Маргарита	1914-1915 рр.	Відреставрований у 21 столітті	[17]
	Виноробня «Cantine Pellegrino»	2004 р.	Працює	[17]

Джерело: *Складено автором*

Не дивлячись на те, що Таорміна дуже маленьке місто, воно є одним із найвідвідуваніших туристичних напрямків Італії. Його історія починається ще в IV столітті. Місто налічує багато дестинацій, які варто відвідати, наприклад, Грецький театр, побудований у III ст. до н.е. греками і згодом повністю перебудований римлянами, Кафедральний собор (Duomo di Taormina),

відкритий сад «Villa Comunale».

Чефалу – одне із приморських міст північного узбережжя Сицилії, в провінції Палермо. Це дуже гарний морський курорт, невід’ємною частиною якого є древній собор Чефалу (Duomo di Cefalu), що має статус всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, його будівництво почалося ще в XII столітті та тривало сотні років, проте навіть зараз собор не вважається добудованим. Також є такі пам’ятки як Храм Джебільмана (Santuario Gibilmanna), палац Остеріо Магно.

Дивовижне місто – Сіракузи, зараховане до культурної спадщини ЮНЕСКО, є батьківщиною Архімеда і єдиним місцем у всій Європі, де росте очерет. Славиться своїм Кафедральним собором, зведеним у V ст., спочатку це була візантійська церква Богоматері з колонадою, а вже у VII столітті храм перебудували у собор. Також тут знаходяться руїни відомого грецького театру, який був зведений у V ст. до н.е., під наглядом архітектора Демокоса. Споруда, розрахована колись на 15 тисяч глядачів, вважається однією з найбільших у світі серед античних театрів. Гірше зберігся Римський амфітеатр дуже великих розмірів. Його структура у формі еліпса нагадує римський Колізей. Історики припускають, що арену використовували для циркових вистав і гладіаторських боїв.

Палермо не безпідставно називають музеєм під відкритим небом, адже в ньому можна побачити дуже велику кількість пам’яток різних епох – Королівський норманський палац (Palazzo dei Normanni), Палатинську капеллу (Cappella Palatina), середньовічний кафедральний собор успіння Богоматері (Cattedrale di Vergine Assunta), Базиліка Сан-Лоренцо (Basilica di San Lorenzo fuori le mura), катакомби капуцинів, собор Святого Миколая Грецького (an Nicola dei Greci) та інші. Також в місті Палермо знаходяться винні погребі «Abbazia Santa Anastasia», «Abraxas», «Cantine Torrecchia», «Miceli», «Mid», «Vesco».

Катанія – це яскравий представник історичних регіонів Сицилії, в якому можна насолодитися прогулянками історичними вуличками і побачити замок Кастелло Урсіно (Castello Ursino), Бенедиктинський монастир, Соборну площу,

на якій стоїть собор Святої Агати (Cattedrale di Sant'Agata) та фонтан Слона (Fontana dell'Elefante). А ще відвідати виноробні «Antica Tenua del Narfo», «Barone Scammassa», «Benanti», та парк Етни (Parco dell'Etna) – територія на котрій розмістилася виноробня «Wine Resort Village», розташована серед лісів та історичних виноградників, які виходять на узбережжя Таорміни.

«Місто між двома морями» – Трапані, розтягнулося на косі між Тірренським та Середземним морями. Чудовий історичний центр, має багато культурних прошарків: древній район Казалікко, єврейський квартал Джудекка, середньовічні руїни Кастелло-де-Терра (Castello di Terra). Також місто налічує ще багато пам'яток культури: Базилика Святого Лаврентія (La Basilica di San Lorenzo), Фонтан Сатурна (La Fontana di Saturno), Башта з двома годинниками (La torre dell'Orologio), парк Вілла Маргарита (Parco di Villa Margarita). Місто Трапані також відоме виробництвом солі, та виноробнями «Cantina Sociale» та «Cantine Pellegrino».

1.3. Маршрут і програма нового винного туру територією Сицилії

Організація програми винного туру включає в себе досить різні елементи. Найчастіше це пізнавальні екскурсії, відвідування виноградників та походи на виноробні, також участь у винних фестивалях і масових заходах, таких як свято виноробства. Переважно тривалість винних турів складає до 7-12 днів, рідше можливі тури на 2-3 дні. Також туроператори пропонують індивідуальні винні тури, метою яких є професійне ознайомлення з виноробною справою.

Винний туризм має кілька простих положень. Найголовніше з них – це дегустувати вино лише в місці його виробництва. Серед шанувальників вина існує принцип, що чим далі вино знаходиться від місця де воно виростило і дозрівало, тим гірше його смак, тому для туристів-гурманів, які захоплюються вином, не існує далеких відстаней (наприклад, велика кількість туристів планують свій винний тур за 6-7 місяців).

Провівши дослідження, ми виявили, що 75% виробництва вина Сицилії припадає на великі кооперативні господарства, їх кількість досягає близько 30, серед них «Cantina Cooperativa Ermes», «Duca di Salaparuta», «Settesoli», «Cantine Europa», «Colomba Bianca cooperativa», «Tasca d'Almerita», «Principe di Corleone», «Cusumano», «Pellegrino», «Barone Montalto», «Cantine Paolini», «Donnafugata», «Planeta», «Firriato», «Cantina Birgi», «Ivam», «Nicosia», «Grottarossa», «Rapitala», «Solsicano», «Arini Curatolo», «Fratelli Lombardo», «Orestyadi», «Tenimenti Zabù».

«Tasca D'Almerita» – історичне господарство, було засноване 1830 року у центральній частині Сицилії. Випускають близько 3 млн пляшок на рік, займаються дослідницькою роботою щодо сортів nero d'Avola та інзолію. Експорт складає 45%.

«Firriato» – це велике господарство, яке було засноване у 1994 році. Площа виноградників займає майже 200 га, випускають 4 млн пляшок на рік. Займаються культивуванням автохтонних сортів, експорт складає 75%.

Історичне господарство сімейного управління, «Feudo Montoni», у центральній частині Сицилії, засноване у 1469 році. Є ділянка винограду nero d'Avola, лози якого ростуть на власному корінні.

«Baglio di Pianetto» – утворилося 1995 року неподалік Палермо. Виноградники займають 52 га, є ділянки у Ното.

Кооперативне господарство «Settesoli» було засноване 1958 року. До нього входять 2 тисячі виноградарів, загальна площа яких становить 6 тисяч га, на рік випускають 25 млн пляшок. Експорт складає 70%.

Група «Duca di Salaparuta» об'єднує три бренди: «Corvo» та «Duca di Salaparuta», засновані в 1824 році; «Florio», утворений у 1833 році. Сумарний випуск складає 9 з половиною млн пляшок на рік.

Господарство «Planeta» об'єднує кілька виноробень, розташованих у різних частинах Сицилії, у тому числі на Етні, Ното та Рагузі. Виноградники займають 250 га.

Кооперативне господарство «Centopassi» створено у 2001 році на землях,

конфіскованих у мафії. Назвою виноробні став однойменний фільм «Сто кроків», присвячений Пеппіно Імпасто, журналісту, борцю з організованою злочинністю. Виноградники займають близько 90 га, розташовані в провінції Палермо. Культивують автохтонні та міжнародні сорти.

Процес розробки туристичного продукту базується на результатах маркетингових досліджень, які передбачають систематизацію та аналіз тенденцій ринку та допомагають виявити актуальні потреби майбутніх клієнтів. Вивчення таких потреб стає передумовою розробки нового тематичного туристичного продукту та сегментації його цільової аудиторії, поділу її на однорідні групи споживачів, які мають суттєві відмінності, проте мають однакові характеристики всередині групи. Аналіз потенціалу ринку має вагоме значення для створення програми маркетингових комунікацій, щодо просування та підтримки туристичного продукту.

У залежності від побажань туристів, можлива організація наступних поїздок: груповий тур, індивідуальний тур та приєднання до групи (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

«Види поїздок»

За характером організації подорожі	Організація
Груповий тур	Організовується туристичною фірмою для певної групи людей. Зазвичай програма групових турів добре організована і не припускає внесення змін.
Індивідуальний тур	Організовується туроператором (зазвичай найдорожчий варіант), або самим туристом. Найбільше підходять людям, які не хочуть залежати від решти групи людей і самостійно вирішувати які винні локації відвідувати.
Приєднання до групи	Гарний варіант для тих туристів, які одну частину подорожі хочуть провести індивідуально і другу поєднати з мандрівною групою по винному маршруту. В такому випадку туристи самі вирішують, з ким і де вони будуть відпочивати, отримуючи можливість потрапити у добре організований тур.

Джерело: Складено автором за даними [1]

Будь-яка винна подорож складається із стандартного набору тур послуг, доповнених гастрономічними складовими:

- Міжнародний авіапереліт, або будь-який переїзд до місця початку винної подорожі – поїздом, автомобілем і т. д.

- Трансфер, також туристи можуть організувати подорож на власному автомобілі по «винним дорогам» з відвідуванням виноградників, виноробень, замків та ресторанів.

- Розміщення в готелі.

- Харчування.

- Відвідування виноробень та дегустація вин. Є обов'язковою частиною будь-якої винної подорожі. Як правило візит до виноробні включає в себе: відвідування виноградників з докладним описом місцевості та особливостей ґрунту; відвідання погребів та виноробень; відвідування музеїв виноробні, якщо такі є; дегустація вина. Під час дегустації турист дізнається про особливості різних видів вина, їх відмінність від інших, з якими стравами краще вживати дане вино, а також навчають розпізнавати його смакові тонкощі. У більшості виноробень можна придбати вино на місці.

- Додаткові послуги. До них відноситься все, що йде додатково до програми: відвідування галерей та музеїв, прогулянки на яхтах та катерах, відвідування театру, будь-які екстремальні активності або просто пляжний відпочинок.

Фахівці з туризму відзначають, що організація винного туризму є позитивним фактором діяльності в період економічної кризи, що вимагає значних інвестицій, але швидко окупується в коротко- та середньостроковій перспективі. Тому нами був розроблений винний культурно-пізнавальний тур «Яскрава Сицилія».

1. Мета винного туру «Яскрава Сицилія»:

- Ознайомлення туристів з традиціями виготовлення вина на Сицилії, популярного регіону Італії.

- Підтримка розвитку виноробної справи.

- Популяризація активного культурно-пізнавального, морального та духовного відпочинку, а також занурення у дивовижну природу місцевості.

2. Локації туру: Катанія – Сіракузи – Рагуза – Таорміна – Мессіна – Чефалу – Терміні – Палермо – Трапані (табл. 1.7)

Таблиця 1.7

Локації туру «Яскрава Сицилія»

Локація	Географічні координати	Територія	Населення
Катанія	37°29'32" пн. ш. 15°04'13" сх. д.	180,88 кв. км	315 601 (2014 р.)
Сіракузи	37°50'49" пн. ш. 15°16'68" сх. д.	204,08 кв. км	122 503 (2014 р.)
Рагуза	36°55'44" пн. ш. 14°43'58" сх. д.	442,5 кв. км	73 030 (2014 р.)
Таорміна	37°51'00" пн. ш. 15°18'00" сх. д.	13,16 кв. км	11 086 (2014 р.)
Мессіна	38°11'00" пн. ш. 15°33'00" сх. д.	211,23 кв. км	236 962 (2017 р.)
Чефалу	38°02'22" пн. ш. 14°01'19" сх. д.	65,80 кв. км	14 310 (2017 р.)
Терміні	37°98'37" пн. ш. 13°69'55" сх. д.	77,57 кв. км	26 144 (2017 р.)
Палермо	38°06'56" пн. ш. 13°21'43" сх. д.	158,88 кв. км	673 735 (2017 р.)
Трапані	38°01'03" пн. ш. 12°32'10" сх. д.	271 кв. км	68 528 (2017 р.)

Джерело: складено автором

3. Хронометраж та кілометраж туру (табл. 1.8).

Таблиця 1.8

«Хронометраж та кілометраж туру «Яскрава Сицилія»

Київ – Варшава	Відстань: 900 км Час: 18 год 40 хв (автобусом)
Варшава – Катанія	Відстань: 2550 км Час: 2 год 45 хв (літаком)
Катанія – Сіракузи	Відстань: 66 км Час: 55 хв (автомобілем)
Сіракузи – Рагуза	Відстань: 77 км Час: 1 год 28 хв (автомобілем)
Рагуза – Таорміна	Відстань: 158 км Час: 2 год 09 хв (автомобілем)
Таорміна – Мессіна	Відстань: 51 км Час: 47 хв (автомобілем)
Мессіна – Чефалу	Відстань: 165 км Час: 1 год 55 хв (автомобілем)
Чефалу – Терміні	Відстань: 34 км Час: 35 хв (автомобілем)
Терміні – Палермо	Відстань: 39,8 км Час: 42 хв (автомобілем)
Палермо – Трапані	Відстань: 107 км Час: 1 год 21 хв (автомобілем)
Трапані – Варшава	Відстань: 4490 км Час: 14 год 35 хв (літак, 2 пересадки)
Варшава – Київ	Відстань: 900 км Час: 16 год 30 хв (автобусом)

Джерело: складено автором

4. *Дата проведення туру* – з 25 вересня по 5 жовтня. Ласкаве сонце, м'яка погода, осінь – найкращий час для подорожей на Сицилію.

5. *Тривалість проведення туру* – 11 днів (2 дні на авіаперельоти між Сицилією та Києвом). Розрахований на 10 осіб.

6. *Сегмент споживачів туристського ринку*.

Особи будь-якої національності, статі та професійного статусу. Програма туру розрахована на осіб які досягли повноліття.

7. *Програма винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія»* (табл. 1.9).

Таблиця 1.9

**«Програма винного культурно-пізнавального туру
«Яскрава Сицилія»**

Час	Зміст програмних заходів
День 1 Київ – Варшава	
12:00	виїзд автобусом з київського центрального залізничного вокзалу
День 2 Варшава – Катанія	
05:40	прибуття до автовокзалу «Варшава-Заходня», Варшава
06:00	трансфер до аеропорту
15:30	переліт до Катанії (Італія)
16:00	трансфер та заселення до готелю «Suite time Van Gogh»
18:00	екскурсія, прогулянка по місту. Також у туристів буде змога повечеряти в місцевому ресторані.
21:00	прибуття до готелю, відпочинок
День 3 Катанія	
09:00	сніданок в готелі
10:00-13:00	вільний час в місті, також за бажанням гості можуть спробувати місцеву кухню під час прогулянки чи замовити щось в ресторані готелю.
20:00	екскурсія: туристи зможуть спробувати 7 вин Етни, відвідати 2 виноробні, спробувати місцеві продукти, такі як мед та сицилійська оливкова олія, та насолоджуватися сицилійським обідом.
21:00	прибуття до готелю, ночівля
День 4 Катанія	
07:30	сніданок в готелі
14:30	6-годинний підйом на вершину гори Етна
15:00	вільний час, туристи гуляють по місту, куштують місцеву їжу, можуть придбати сувеніри

Продовження табл. 1.9

Час	Зміст програмних заходів
17:00	екскурсія з дегустацією вина по сільській місцевості Катанії, тур по апельсиновому саду
21:30	прибуття до готелю, ночівля
День 5 Катанія – Сіракузи - Рагуза	
08:30	сніданок в готелі (не враховано до вартості), виселення з готелю
10:00	прибуття до м. Сіракузи
11:30	екскурсія на човні: мальовничий круїз на човні навколо острова Ортідж з панорамним видом.
13:00	вільний час, туристи можуть погуляти містом, пообідати в місцевому ресторані.
15:00	пішохідна екскурсія: історичний центр Ното, екскурсія з гідом бароковими церквами Ното на Сицилії.
16:30	виїзд та прибуття до м. Рагуза
16:40	поселення до готелю «Itria Palace»
17:00	екскурсійний тур по м. Рагуза - 3-годинний сицилійський бароко та винна дегустація
20:30	вільний час, туристи можуть самостійно прогулятися містом
23:00	прибуття до готелю, відпочинок
День 6 Рагуза – Таорміна - Мессіна	
08:30	сніданок в готелі
10:20	виїзд та прибуття до м. Таорміна
12:00	вільний час, туристи можуть самостійно прогулятися по місту та відчути його колорит
17:00	екскурсія: Хрещений батько та мафія з сицилійським обідом – туристи зможуть відвідати селища Savoca та Forza D'Agro, де знімався Хресний батько. Вивчити реальну історію мафії. Насолоджуватися смаком сицилійської пасти з вином у чарівному панорамному ресторані.
18:20	виїзд та прибуття до м. Мессіна
18:30	поселення в готель «Elysium b&b»
18:40	тур на заході сонця - Виноробня «Tenuta di Castellaro» – туристи ознайомляться з місцевими винами та закусками на виноробні з неперевершеним краєвидом.
22:00	прибуття до готелю, відпочинок
День 7 Мессіна – Чефалу	
09:00	сніданок в готелі (не враховано до вартості)
11:30	індивідуальна екскурсія містом: знайомство з історією та архітектурою під час екскурсії Мессіною з гідом.
15:00	вільний час, туристи можуть пообідати в ресторані, придбати сувеніри, та прогулятися містом
17:30	виїзд та прибуття до м. Чефалу
17:40	заселення до готелю «Hotel Kalura»
21:30	дегустація вин у Кастельбуоно. Туристи матимуть змогу прогулятися центром міста, перш ніж вирушити на виноробню «Abbazia Sant'Anastasia», щоб спробувати одні з кращих вин Сицилії
22:00	прибуття до готелю, відпочинок

Продовження табл. 1.9

Час	Зміст програмних заходів
День 8 Чефалу – Терміні	
09:00	сніданок в готелі
12:00	пішохідна екскурсія з гідом та мозаїки собору Чефалу. Туристи матимуть змогу прогулятися стародавнім єврейським кварталом і сицилійськими вуличками, та увійти до Собору Чефалу, внесеного до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО
15:00	вільний час, туристи можуть спробувати кухню в місцевому закладі та прогулятися містом
16:00	виїзд та прибуття до м. Терміні
16:10	поселення до готелю «Il Gabbiano»
20:00	екскурсія з гідом по місту та Museo Civico
21:30	вільний час по місту, вечеря в місцевому ресторані
22:00	прибуття до готелю, відпочинок
День 9 Терміні – Палермо - Трапані	
09:00	сніданок в готелі
10:00	виїзд та прибуття до м. Палермо
14:00	індивідуалізований піший тур із гідом містом. Туристи матимуть змогу подивитися на місто очима його мешканця. Дізнатися секрети про те, де купувати продукти, як пересуватися містом та багато іншого.
15:30	вільний час, туристи можуть пообідати в місцевому закладі, прогулятися містом, придбати сувеніри
17:00	екскурсія по музею Палаццо Конте Федеріко
19:00	виїзд та прибуття до м. Трапані
19:10	2-годинний тур солончаками. Туристи дізнаються, як виробляється сіль, і поспостерігають за фламінго в соляних басейнах в ході цієї екскурсії.
21:00	вільний час та можливість повечеряти та спробувати вино в одному з місцевих закладів.
23:00	прибуття до готелю, відпочинок
День 10 Трапані - Варшава	
07:00	сніданок в готелі
08:00	трансфер до аеропорту
09:15	виліт до Варшави (2 пересадки, 1 – Рим, 2 – Лондон)
21:50	прибуття в аеропорт, Варшава
День 11 Варшава – Київ	
03:10	посадка на автобус, Автовокзал «Варшава-Заходня», Єрусалимські алеї;
21:00	прибуття на київський центральний залізничний вокзал

Джерело: Складено автором

Програма туру насичена різноманітними екскурсіями, дегустаціями, та майстер-класами, які мають розважальний та просвітницький характер.

РОЗДІЛ 2

ОБГРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ВИННОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ СИЦИЛІЇ (ІТАЛІЯ) НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. План маркетингових комунікацій

Кожен елемент комплексу маркетингових комунікацій туристичного підприємства має свої прийоми та методи, але всі вони переслідують одну ціль – сприяння успішному виконанню тактичних і стратегічних завдань реалізації концепції маркетингу. Комунікаційні завдання маркетингу не можуть ефективно виконуватись якщо туристичне підприємство буде нехтувати такими складовими комплексу маркетингу, як відсутність правильного вибору продукту, методів збуту та ціни. Також, елементи комплексу маркетингових комунікацій присутні в структурі таких специфічних прийомів як участь фірми у ярмарках та виставках, формування фірмового стилю.

Туристичні фірми, при організації маркетингових комунікацій, стикаються з однією проблемою, яка полягає у тому, що пропоновані ними послуги не мають матеріально-речової форми. Саме тому, особливе значення має чітке описання як самих послуг, так і вигод, які отримує клієнт від їх придбання.

Цільова аудиторія новоствореного винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» складатиметься з наступної групи людей:

1. Українські туристи та туристи з-за кордону, які зацікавлені культурою і традиціями споживання вина та бажають дізнатися про це більше.
2. Люди, які хочуть нових вражень і пригод та хочуть відвідати незвичайні місця.
3. Професійні сомельє, які хочуть провести час за улюбленою справою та вдосконалити свої знання.
4. Люди, які захоплюються Сицилією, її культурою, архітектурою та природою.

Тобто програма маркетингових комунікацій буде спрямована саме на ці групи споживачів винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія».

Основні заходи, які спрямовані на розвиток новоствореного винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія»:

1. Участь у міжнародних туристичних заходах (конференціях, виставках, семінарах, форумах) на перспективних та цільових ринках, організація їх проведення в Україні.
2. Розробка та впровадження промо-кампаній для ключових сегментів, просування винного туру «Яскрава Сицилія» в каналах поширення інформації, які найчастіше використовуються туристами – ЗМІ, туроператори, блогери, авіакомпанії та заклади гостинності, міжнародні організації тощо.
3. Організація і проведення презентацій туру та його особливостей в Україні і закордоном, які спрямовані на поширення знань про Сицилію та її виноробну справу, її історико-культурну спадщину та туристичний потенціал.
4. Підвищення рівня інформування туристів про туристичні послуги через розміщення інформації у ЗМІ (інтернет-ресурси, банерна реклама, журнали, email-розсилка).
5. Підвищення привабливості винного туризму та його популяризація серед потенційних клієнтів.
6. Створення достатньої кількості інформативних багатомовних карт і буклетів, путівників винними дорогами Сицилії, для поширення їх серед торгових представництв та туристів з України та з-за кордону.
7. Сприяння обміну соціальною рекламою з різними містами, населеними пунктами, регіонами України та за кордоном.
8. Проведення конкурсів, фестивалів та масових заходів, пов'язаних з популяризацією виноробної справи та винного туризму на Сицилії.

Продемонструємо в табличній формі, які саме носії маркетингових комунікацій плануються для кожного сегменту споживання, з вищезазначених завдань по просуванню (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Носії реклами для цільових аудиторій

№	Цільова аудиторія	Засоби маркетингових комунікацій
1	<p>Українські туристи та туристи з-за кордону, які зацікавлені культурою та традиціями споживання вина та бажають дізнатися про це більше.</p> 	<p>Інтернет-сайти та блоги: розміщення рекламних оголошень на популярних туристичних сайтах та блогах може бути ефективним засобом залучення уваги до туру потенційних туристів.</p> <p>Рекламні матеріали: виготовлення буклетів, інформаційних карт та флаєрів а також банерів зможе повернути більшу кількість уваги до туру.</p> <p>Соціальні медіа: соціальні мережі – Instagram, Facebook, YouTube є неймовірно дієвим та потужним засобом розповсюдження інформації та привертання уваги як туристів з України, так і з-за кордону. На цих платформах можна буде опубліковувати пости з інформацією, фото та відео-презентації про винний туризм та виноробство на Сицилії.</p> <p>Туристичні агентства: можуть допомогти поширювати інформацію про тур серед своїх клієнтів. Також співпраця з туристичними агентствами може допомогти повернути іноземних туристів до винного туру по Сицилії.</p> <p>Туристичні виставки: участь потенційних клієнтів у туристичних виставках у країнах, звідки приїжджають туристи є ефективним способом привертання уваги до виноробства та винного туризму на Сицилії.</p>
2	Люди, які хочуть нових вражень і пригод та хочуть відвідати незвичайні місця.	Інтернет ресурси, сайти та блоги, соціальні мережі, рекламні матеріали, журнали, туристичні агентства та заклади гостинності.
3	Професійні сомельє, які хочуть провести час за улюбленою справою та вдосконалити свої знання.	Соціальні медіа, інтернет-сайти та блоги, заклади ресторанного господарства, майстер-класи для сомельє, туристичні виставки.
4	Люди, які захоплюються Сицилією, її культурою, архітектурою та природою.	Туристичні агентства, туристичні журнали, готельні підприємства, інтернет-сайти та блоги, соціальні медіа, банерна реклама.

Джерело: Складено автором

В сучасному світі головним джерелом отримання та надання інформації є медіа простір, тому для зацікавлення українських споживачів будемо застосовувати всі вищезазначені комунікаційні канали. Основним призначенням контент-плану є просування винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» саме на українському ринку. Для досягнення цієї мети

нами був розроблений план дій, який включає наступні етапи, що представлені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Програма заходів з просування винного культурно-пізнавального туру
«Яскрава Сицилія» на ринку України**

Етапи	План
Планування	Оцінити ресурси для розробки та реалізації контенту та контент-плану, розробити тематику програм.
Розробка контенту	Створити візуальний та текстовий контент, який буде акцентувати цікавість та користь винного туризму по Сицилії.
Публікація контенту	Розміщення контенту на туристичних порталах, форумах, сайтах закладів гостинності, персональному блозі, сайті та соціальних мережах та інших ресурсах.
Моніторинг та аналіз результатів:	Аналіз кількості переглядів, коментарів, репостів та вподобань на різних платформах, а також аналіз ефективності розміщення контенту та зміна стратегії просування, якщо це буде необхідно.

Джерело: Складено автором

Так як винний туризм є специфічним видом туризму, його рекламна кампанія і маркетингові засоби комунікацій повинні організовуватись завчасно, тому нами був визначений термін за 8 місяців до початку туру. Просування буде здійснюватися також і за допомогою туристичних агенцій, тому план розроблений саме з урахуванням посад, які повинні відповідати і виконувати певні дії. Контент-план по просуванню винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія», наведений нижче у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Контент-план по просуванню винного культурно-пізнавального туру

№	Етапи	Заходи	Час виконання	Бюджет, тис. грн	Відповідальний за виконання
1	Планування та створення контенту	- Створення концепції візуального, текстового та графічного контенту, що буде відображати культуру та традиції Сицилії. - Проведення досліджень з визначення цільової аудиторії.	2 місяці	10	Заступник керівника туроператора

Продовження табл. 2.3

№	Етапи	Заходи	Час виконання	Бюджет, тис. грн	Відповідальний за виконання
		<ul style="list-style-type: none"> - Розробка контент-плану та тематики програм. - Створити візуальний та текстовий контент, який буде акцентувати цікавість та користь винного туризму по Сицилії. - Створення фото-матеріалів, відео-презентацій, та статей про винні, культурні та природні об'єкти Сицилії. 			
2	Розміщення та розширення контенту	<ul style="list-style-type: none"> - Розміщення контенту на туристичних порталах та форумах. - Розміщення контенту в соціальних мережах, таких як Instagram, Facebook, та YouTube. - Взаємодія з закладами гостинності для розміщення та поширення інформації про винний тур. - Проведення онлайн-конкурсів з виграшем винного туру до Сицилії. - Використання рекламних оголошень у соціальних мережах та туристичних сайтах для залучення уваги цільової аудиторії. 	2 місяці	8	Служба маркетингу та реалізації туристичних послуг
3	Промо-кампанія та підготовка до туру	<ul style="list-style-type: none"> - Відправлення інформаційних листів, email-розсилок цільової аудиторії про деталі винного туру. - Проведення промо-кампанії в туристичних агентствах, та закладах гостинності, задля привернення уваги щодо винного туру. - Забезпечення логістики задля проведення туру 	4 Місяці	20	Служба маркетингу та реалізації туристичних послуг
4	Після туру	<ul style="list-style-type: none"> - Після успішного проведення винного туру, розміщення фото- та відеоматеріалів у 	5 місяців	5	Служба маркетингу та реалізації туристичних

Продовження табл. 2.3

№	Етапи	Заходи	Час виконання	Бюджет, тис. грн	Відповідальний за виконання
		соціальних мережах, а також розсилка їх учасникам для подальшої взаємодії та реклами.			послуг
5	Завершальний етап	- Оцінка кількості прибутку.	6 місяць		Бухгалтерія, планово-фінансовий відділ
	Всього витрат			43	

Джерело: складено автором

Так як вже відомо що початок туру запланований на 25 вересня, то реалізацію запропонованих заходів необхідно почати з січня.

2.2. Цінова політика та продуктова програма

Туристичний продукт «Яскрава Сицилія» розрахований на 11 днів (з яких 2 розраховані на переліт), отже розробимо технологічну карту туру та цінову політику.

Трансфер туристів із України буде відбуватись двома способами:

1. Наземний транспорт. З Києва до Варшави та у зворотному напрямку туристів буде перевозити автобус.
2. Повітряний транспорт. Організований переліт з Варшави до міжнародного аеропорту Катанії та з Трапані до аеропорту Варшави.

Після програми перебування нами було складено технологічну карту туру, в ній зазначаються всі технологічні подробиці туру (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Технологічна карта винного культурно-пізнавального туру

Маршрут	Катанія – Сіракузи – Рагуза – Таорміна – Мессіна – Чефалу – Терміні – Палермо – Трапані.
Тип маршруту	лінійний
Кілометраж загальний	2340 км автобусом та 7040 км літаком

Продовження табл. 2.5

Кількість туристичних груп	1
Кількість осіб у Групі	10
Тип туру	Автобусний
Вид туризму	винний
Тривалість	11 днів
Днів	11
Ночей	10
Екскурсія 1	Екскурсія з дегустацією вина по сільській місцевості Катанії, тур по апельсиновому саду.
Екскурсія 2	Екскурсія з дегустацією «7 вин Етни» по «Parco dell'Etna», відвідання 2 виноробень.
Екскурсія 3	Екскурсія на човні: мальовничий круїз на човні навколо острова Ортідж з панорамним видом.
Екскурсія 4	Пішохідна екскурсія: історичний центр Ното, екскурсія з гідом бароковими церквами Ното на Сицилії.
Екскурсія 5	Екскурсійний тур по м. Рагуза - 3-годинний сицилійський бароко та винна дегустація.
Екскурсія 6	Екскурсія: туристи зможуть відвідати селища Savoca та Forza D'Agro, де знімався Хресний батько.
Екскурсія 7	Тур на заході сонця - Виноробня «Tenuta di Castellaro» – туристи ознайомляться з місцевими винами.
Екскурсія 8	Екскурсія містом: знайомство з історією та архітектурою під час екскурсії Мессіною з гідом.
Екскурсія 9	Дегустація вин у Кастельбуоно. Виноробня «Abbazia Sant'Anastasia».
Екскурсія 10	Екскурсія з гідом та мозаїки собору Чефалу (м. Чефалу).
Екскурсія 11	Екскурсія по музею Палаццо Конте Федеріко (м. Палермо).
Екскурсія 12	2-годинний тур солончаками. Туристи дізнаються, як виробляється сіль (м. Трапані).
Кількість гідів	2
Кількість водіїв	2

Джерело: Складено автором

Нами був розроблений кошторис винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія». Розрахунок цінової політики і собівартості туру наведені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Калькуляція собівартості винного культурно-пізнавального туру
«Яскрава Сицилія» (у розрахунку на 1-го туриста на 11 діб)**

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники		
		Кількість діб	Ціна	Вартість, грн
1.	Трансфер	-	-	20800
3.	Проживання	10 ночей	-	16000
4.	Страховка	11 діб	600	6000
5.	Екскурсійне обслуговування	-	-	15000
6.	Разом прямих витрат			$20800 + 16000 + 6000 + 15000 =$ 38900
7.	Загальновиробничі витрати (15% від прямих витрат)	-	-	$38900/100*15 = 5835$
8.	Витрати на просування (20% від прямих витрат)	-	-	$38900/100*20 = 7780$
9.	Виробнича собівартість	-	-	$38900 + 5835 + 7780 =$ 52515
10.	Прибуток (націнка)	30%	-	$52515/100*30 =$ 15754
11.	Ціна на 1-го туриста, без ПДВ	-	-	$52515 + 15754 =$ 68269
12.	ПДВ	20%	-	$68269/100*20 =$ 13653
13.	Ціна продажу на 1-го туриста, з ПДВ	-	-	$68269 + 13653 =$ 81922

Джерело: Складено автором

Таким чином, вартість винного туру «Яскрава Сицилія» на одного туриста складає 81922 грн (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 52515 грн.

2.3. Економічне обґрунтування ефективності реалізації туру

Аргументуємо економічні результати від реалізації винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» до одного із регіонів Італії – Сицилії. Винний туризм являється одним із специфічних видів туризму та проводиться один раз на рік, а отже він не прив'язаний до туристичних потоків. Програма туру розрахована на 10 туристів, тому пропонуємо розглянути економічний

ефект на групу українських туристів з 10 осіб, та на 20 і 35 осіб для більшої вірогідності.

Визначення потенційних можливих витрат та доходів є базою для оцінки ефективності запропонованих заходів. За допомогою даних про прогноз попиту туристичних продуктів та їх калькуляції, було визначено прогнозовані результати від формування та продажу продукту винного туризму територією Сицилійського регіону та організація його ефективної реалізації на українському ринку. Прогнозовані результати розміщені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Прогнозовані результати від формування та продажу винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» у регіоні Сицилія, Італія, на 2023 рік

Кількість туристів в групі	Дохід від вітчизняних туристів	Прямі витрати, грн	Непрямі витрати (просування та загальновиробничі), грн	Прибуток до оподаткування, грн	Податок на прибуток, грн	<i>Чистий прибуток, грн</i>
10	819220	38900	136150	682690	136530	157540
20	1638440	778000	272300	1365380	273060	315080
35	2867270	1361500	476525	2389415	477855	551390

Джерело: Складено автором

Прогнозований обсяг доходів від продажу винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» до Італійського регіону Сицилії, за результатами прогнозованих розрахунків, станом на 25 вересня 2023 року складатиме 157540 грн або 3868,7 євро. Прогнозовані прямі витрати (собівартість) складатимуть 38900 грн, прогнозовані непрямі витрати (загальновиробничі витрати та витрати на просування туру) складатимуть 136150 грн.

Таким чином, можемо зробити висновок, що розроблений нами туристичний продукт винного туризму «Яскрава Сицилія» до Італійського регіону Сицилії, може бути якісно реалізований на ринку України.

ВИСНОВКИ

Завдання, які поставлені в кваліфікаційній роботі, було повністю виконано.

1. Сицилія – найбільший острів Середземного моря, його площа – понад 25 000 кв. км, а довжина берегової лінії – близько 1000 км. Є автономним регіоном Італії. Складається із провінції Агрідженто, Енна, Кальтанісетта, Катанія, Мессіна, Палермо, Рагуза, Сиракуза і Трапані. Адміністративний центр — Палермо. На півночі берег переважно скелястий, на півдні — піщаний. Від континентальної Італії острів відокремлений Мессінською протокою. Його найменша ширина – 3,1 км.

Для Сицилії переважно характерний гористий ландшафт. Рівнини займають лише 14% її території. У північно-східній частині острова знаходиться діючий вулкан Етна, що піднімається над рівнем моря на висоту 3329 м. Навколо Сицилії розташовано 37 островів, які об'єднані в кілька груп. На одному з Ліпарських островів знаходиться постійно активний вулкан Стромболі.

2. Провівши дослідження, ми визначили, що сучасний винний туризм має широкий спектр туристичної діяльності, таких як відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів вина безпосередньо на виробництві; відвідування спеціалізованих музеїв та виставок, ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи сомельє; участь у спеціалізованих форумах, конкурсах, конференціях, винних аукціонах тощо.

Наразі переважають такі тенденції винного туризму в Європі, як взаємопов'язаність цього виду туризму з іншими туристичними галузями, збільшення різновидів винних турів, зростання ролі та кількості винних фестивалів як туристичної атракції, розширення географії винного туризму Європи та збільшення його ролі як достатньо нової туристичної галузі.

Також було визначено, що такі заходи, як організація туристичних винних фестивалів та інших подібних атракцій з розширення спектру послуг, які надаються в туризмі, приваблюють великі потоки туристів та є засобом впровадження цілорічних туристичних сезонів.

3. Сицилія є дуже сприятливим регіоном для розвитку винного туризму, саме тому нами був розроблений винний культурно-пізнавальний тур «Яскрава Сицилія». План маркетингових комунікацій передбачений на декілька сегментів споживачів. Основним призначенням контент-плану є просування винного туру «Яскрава Сицилія» Сицилійського регіону на ринку України. Винний туризм є специфічним видом туризму, саме тому рекламна кампанія повинна відбуватись заздалегідь та план маркетингових комунікацій розрахований на 8 місяців до початку туру. Просуванням туристичного продукту покладене на туристичні агенції та місцеві органи, тому план розрахований на посади, які будуть відповідальні за певні дії.

4. Нами була запропонована програма винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» до Сицилійського регіону. Вона дозволяє ознайомитися з культурою та історією Сицилії, відвідати безліч виноробень та виноградників, спробувати різноманітну кількість видів вина та місцеву кухню. Програму розраховано на 11 днів (2 з яких відведені на переліт) перебування. Також була представлена технологічна карта туру та розроблена калькуляція собівартості на 1 українського туриста. Вартість винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» до Сицилії складає 81922 грн (включно з ПДВ), собівартість туру для туристичної компанії – 52515 грн.

5. Також нами було розраховано економічний ефект від реалізації винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» до регіону Сицилія. За результатами проведених розрахунків було встановлено, що прогнозований обсяг доходів від продажу винного культурно-пізнавального туру «Яскрава Сицилія» на 25 вересня 2023 року за першим варіантом складатиме 157540 грн або 3868,7 євро. Прогнозовані прямі витрати (собівартість) складатимуть 38900

грн, прогнозовані непрямі витрати (загально виробничі витрати та витрати на просування туру) складатимуть 136150 грн.

Таким чином, можемо зробити висновок, що розроблений нами туристичний продукт винного туризму «Яскрава Сицилія» до Італійського регіону Сицилії, може бути якісно реалізований на ринку України.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д. І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму / Д.І. Басюк // Географія та туризм: науковий збірник. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 19. – С. 28-37
2. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія; за наук. ред. Д. І. Басюк. – Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. – 318 с.
3. Винний туризм: підручник для студ. вищ. навч. закл. / С.В. Іванов, В.О. Домарецький, Д.І. Басюк та ін. – Кам'янець-Подільський: Сисин О.В., 2012. – 472 с.
4. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності / Л.О. Горшкова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – Вип. 17. – Ч. 1. – С. 68-71
5. Іванов С.В. Винний туризм : підручник для студ. вищ. навч. закл. / С.В. Іванов, В.О. Домарецький, Д.І. Басюк та ін. – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О. В., 2012. – 472 с.
6. Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Х.: ХДУ, 2015. – № 10. – Ч. 4. – С. 29–31.
7. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія /за заг. ред. проф. В.Г. Герасименка; авт. кол.: В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов, І.В. Давиденко та ін. – Одеса: "Астропринт", 2013. – 304 с.
8. Федорченко В.К. та ін. Педагогіка туризму. / В.К. Федорченко. – К.: Видавничий дім «Слово», 2004. – 296 с.
9. Hall M. Wine Tourism Around the World / Michael C. Hall, Liz Sharples // Camboune Brock, Macionis Nik. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
10. Катанія, пам'ятки. URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/italiya/kataniya> (дата звернення: 21.01.2023).

11. Мессіна, автобусні тури. URL: <https://www.accordtour.com/vsi-avtobusni-tury/italiia/messina> (дата звернення: 21.01.2023).
12. Палермо, путівник. URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/italiya/palermo> (дата звернення: 21.01.2023).
13. Рагуза, путівник. URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/italiya/raguza> (дата звернення: 21.01.2023).
14. Сіракузи – земля Архімеда і Теокріта. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/2159841.html> (дата звернення: 21.01.2023)
15. Таорміна, пам'ятки. URL: <https://euroways.com.ua/taormina.html> (дата звернення: 21.01.2023).
16. Терміні, пам'ятки. URL: <https://poradumo.com.ua/369641-palermo-siciliia-pamiatki-plitaji-goteli-vidpochinok/> (дата звернення: 21.01.2023).
17. Трапані – історія та пам'ятки. URL: <https://italy4.me/sicilia/trapani/> (дата звернення: 21.01.2023).
18. Чефалу, путівник. URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/italiya/chefalu> (дата звернення: 21.01.2023).
19. Olaru O. Wine Tourism – An Opportunity For The Development Of Wine Industry / Olaru. URL: <http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari> (дата звернення: 21.01.2023).
20. Peoples Niche Trend in the Tourism Market: Wine Tourism in Italy / S. Peoples. URL: https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peoples_Sarah_WineTourismItaly.pdf?sequence=7 (дата звернення: 21.01.2023).
21. Wine Business Online. URL: <http://www.winebusiness.com> (дата звернення: 21.01.2023).
22. World Tourism Organization. URL: <https://www.wto.org> (дата звернення: 21.01.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Маршрут туру «Яскрава Сицилія»

The image displays two screenshots from a travel application. The top screenshot shows a flight route from Warsaw, Poland to Catania, Italy. The bottom screenshot shows a road route around Sicily, Italy, starting and ending in Catania.

Flight Route: Варшава, Польша—Катанія, Італія

- Прямые (5 в неделю): 2 ч 45 мин.
- С пересадкой: Мин. 4 ч 30 мин.
- Цена за билет туда-обратно, 30 окт. – 3 нояб. от 930 руб.
- КLM, Lufthansa, Air France...
- [Смотреть результаты в Google Авиабилетах](#)

Катанія: популярні місця

- Рестораны
- Гостиницы
- Бары
- Кофейни
- Ещё

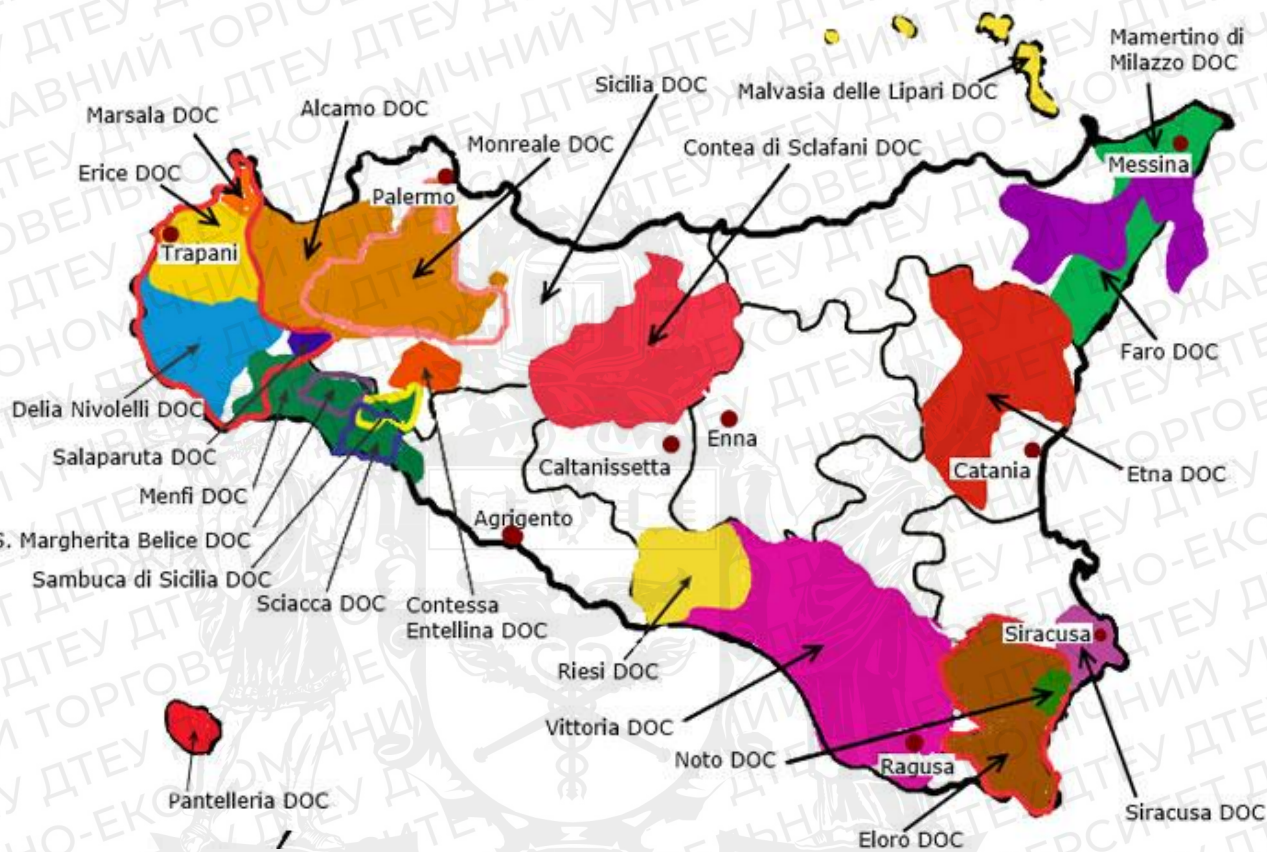
Road Route: Катанія, Італія

- Гостиницы
- Бензин
- Зарядка ЭМ
- Развлечения
- Кемпинги
- Ещё

Route details: Катанія, Італія → Трапани → Палермо → Чефалу → Мессина → Таормина → Катанія. Duration: 9 ч 51 мин. Distance: 729 км.

Джерело: Складено автором

Карта виноробень Сицилії



Джерело: Складено автором за даними [21]