

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри к.е.н., доцент
Давиденко І.В. (_____)
“ ____ ” _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою
«Економіка та організація туристичної діяльності»
на тему:
**«УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ
ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ (НА
ПРИКЛАДІ ГРОМАДСЬКОГО ОБ'ЄДНАННЯ «ЦЕНТР КУЛЬТУРИ
ВИНА ШАБО»»**

Виконавець:

Студентка гр.47 ФМЕ

Міхеда К.С.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к. п. н., доцент кафедри ТтаГРБ

(науковий ступінь, вчене звання)

Мартінова Н. С.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2024

АНОТАЦІЯ

Міхеда К.С., Удосконалення організації надання екскурсійних послуг на підприємствах індустрії туризму (на прикладі громадського об'єднання «Центр культури вина Шабо»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

В роботі визначено теоретичні засади організації надання туристичних екскурсійних на різних підприємствах індустрії туризму. Розглянуто поняття та види екскурсійних послуг як складової туристичної діяльності, а також організаційно-технологічне забезпечення надання екскурсійних послуг. Визначено особливості управління діяльністю з надання екскурсійних послуг на підприємствах, які функціонують в сфері винного туризму.

Надано організаційно-економічну характеристику діяльності громадського об'єднання «Центру культури вина Шабо». Проаналізовано діяльність з надання екскурсійних послуг організацією. Проведено оцінку якості надання екскурсійних послуг споживачам Центру.

Надано рекомендації щодо підвищення якості існуючих екскурсій та розрахунок ефективності пропозицій Центру. Запропоновано можливості для розробки нових екскурсійних послуг для розвитку винного туризму в Одеському регіоні на базі Центру.

Ключові слова: екскурсія, екскурсійна послуга, технологія надання екскурсійних послуг, якість надання екскурсійних послуг, винний туризм

ANNOTATION

Micheda K.S., Improving the organization of providing excursion services at the tourism industry enterprises (on the example of the Shabo Wine Culture Center public association)

The qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in specialty 242 "Tourism" for educational program "Economy and organization of tourist activities". Odessa National Economic University, Odessa, 2024

Diploma thesis identifies the theoretical principles of the organization of providing tourist excursions at various enterprises of the tourism industry. The concept and types of excursion services as a component of tourist activity, as well as organizational and technological support for the provision of excursion services, are considered. The peculiarities of management of the activity of providing excursion services at enterprises operating in the field of wine tourism have been determined.

The organizational and economic characteristics of the activity of the public association "Shabo Wine Culture Center" are provided. The organization's activity in providing excursion services was analyzed. An assessment of the quality of the provision of excursion services to consumers of the Center was carried out.

Recommendations on improving the quality of existing excursions and calculating the efficiency of the Center's proposals were provided. Opportunities for the development of new excursion services for the development of wine tourism in the Odesa region on the basis of the Center are offered.

Key words: excursion, excursion service, technology of providing excursion services, quality of excursion services, wine tourism

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	6
1.1. Поняття та види екскурсійних послуг як складової діяльності в сфері туризму	6
1.2. Організаційно-технологічне забезпечення надання екскурсійних послуг	11
1.3 Особливості управління діяльністю з надання екскурсійних послуг на підприємствах індустрії туризму в контексті розвитку винного туризму	16
Висновки до розділу 1	24
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГО ЦКВ ШАБО З НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ В СФЕРІ ВИННОГО ТУРИЗМУ	26
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності ГО ЦКВ Шабо як підприємства винного туризму	26
2.2. Характеристика діяльності ГО ЦКВ Шабо з надання екскурсійних послуг	31
2.3. Оцінка якості надання екскурсійних послуг на ГО ЦКВ Шабо	36
Висновки до розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНЛАЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГО ЦКВ ШАБО ЗІ СТВОРЕННЯ ТА НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ В СФЕРІ ВИННОГО ТУРИЗМУ	43
3.1. Рекомендації щодо підвищення якості існуючих екскурсій та розрахунок ефективності пропозицій	43
3.2. Можливості для розробки нових екскурсійних послуг для розвитку винного туризму в Одеському регіоні	48
Висновки до розділу 3	58
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	66

ВСТУП

Сімейна справа родини Іукурідзе - виноробна компанія Шабо - об'єднує потужний виробничий комплекс з сучасним європейським обладнанням та майже дві тисячі років традицій виноробства. Заснована в 2003 році на базі найстарішого винного виробництва України в селі Шабо. У її структуру входять «Винний дім Шабо», «Будинок ігристих вин Шабо», а також «Коньячний дім Шабо».

Удосконалення організації надання екскурсійних послуг на підприємствах індустрії туризму є надзвичайно актуальною темою в сучасних умовах. Туризм є однією з найдинамічніших галузей економіки, яка здатна генерувати значний прибуток і сприяти розвитку регіонів. В умовах глобалізації та підвищення конкуренції на туристичному ринку, необхідність забезпечення високого рівня обслуговування та унікальних вражень для туристів стає вирішальною.

Компанія Шабо увійшла до ТОП-25 кращих роботодавців України 2020. А також є одним з найбільших платників податків виноробної галузі країни біля 10 років. Це підтверджено нагородами регіонального і національного рейтингу «Сумлінні платники податків». За цей час відрахування компанії до бюджету зросли майже в 30 разів. У 2008 році сума податків становила 17,3 млн грн, за 6 місяців 2020 року - 243,7 млн грн.

Компанія активний учасник у питаннях життєзабезпечення та благоустрою села Шабо. Постійно надає матеріальну допомогу дитячим дошкільним закладам, районним лікарням, школам і гімназіям села, спонсорує спортивні команди, підтримує культурні та спортивні заходи

Один з важливих соціальних проектів – це створення у 2009 році Центру культури вина Шабо (далі «ЦКВ Шабо»). Його мета – дати можливість кожному бажаючому особисто побачити, де створюються благородні напої та відчутти себе частиною українського виноробства. ЦКВ Шабо визнаний відкриттям десятиліття в сфері туризму, названий культурною спадщиною

Європи і включений в європейську карту музеїв вина. Щорічно його відвідують десятки тисяч туристів.

Актуальність роботи полягає в тому, що зростаюча кількість туристичних пропозицій вимагає від підприємств постійного вдосконалення своїх послуг. «ЦКВ Шабо», як і інші подібні установи, повинен пропонувати унікальні, якісні та інформативні екскурсії, які приваблюють туристів і забезпечують конкурентну перевагу. Сучасні туристи стають все більш вимогливими та обізнаними. Вони очікують високого рівня сервісу, інформативних та інтерактивних екскурсій. Вдосконалення організації надання екскурсійних послуг дозволить задовольнити ці потреби та підвищити рівень задоволення відвідувачів. Туристичне підприємство «ЦКВ Шабо», відіграє важливу роль у розвитку місцевої економіки. Вдосконалення екскурсійних послуг сприятиме збільшенню кількості туристів, що, в свою чергу, стимулюватиме розвиток суміжних галузей — готельного бізнесу, ресторанів, транспортних послуг тощо.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних та практичних засад удосконалення організації надання екскурсійних послуг на підприємствах індустрії туризму (на прикладі «ЦВК Шабо») з метою забезпечення його стійкого розвитку та конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг в сучасних воєнних умовах. Відповідно до мети дослідження в кваліфікаційній роботі були поставлені наступні **завдання**:

- визначитися з поняттям та видами екскурсійних послуг і їх організаційно-технологічним забезпеченням;
- розглянути особливості управління діяльністю з надання екскурсійних послуг на підприємствах винного туризму;
- надати організаційно-економічну характеристику діяльності ГО ЦКВ Шабо і його характеристику з надання екскурсійних послуг;
- провести оцінку якості надання екскурсійних послуг ГО ЦКВ Шабо;
- запропонувати рекомендації щодо підвищення якості існуючих екскурсій в ГО ЦКВ Шабо;

- запропонувати шляхи для можливості розробки нової екскурсійної послуги в ГО ЦКВ Шабо.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність екскурсійного підприємства на прикладі ГО ЦКВ Шабо.

Предметом дослідження є напрямки удосконалення організації надання екскурсійних послуг на підприємствах індустрії туризму.

Основними **методами дослідження** в цій кваліфікаційній роботі є системний аналіз, аналіз і синтез, індукція та дедукція, факторний і системно-структурний аналіз, табличний і графічний методи, групування, класифікація, ранжування, порівняння, оцінка, SERVQUAL методика, SWOT-аналіз і PEST-аналіз. Для формалізації даних і обробки статистичної інформації використовувалась програма MS Excel.

Теоретичною основою роботи є підручники, монографії, статті та ін., що пов'язані з економікою туристичного бізнесу, управління діяльністю екскурсійних підприємств, теоретичними аспектами винного туризму.

Інформаційною базою послужили нормативно-правові акти в сфері туризму, державні стандарти на туристичному підприємстві, статистичні дані галузевих збірників, звітні матеріали та дані ГО ЦКВ Шабо.

Структура та зміст кваліфікаційної роботи: робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи 83 сторінки тексту. Робота містить 8 таблиць, 22 рисунків, список використаної літератури складається із 28 найменувань. До роботи додається 3 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та види екскурсійних послуг як складової діяльності в сфері туризму

Слово екскурсія має латинське коріння і перекладається як вибігання, військовий набіг, вилазка, поїздка. В різні часи вона мала різне тлумачення. У теперішній час можна виділити декілька аспектів для розгляду поняття екскурсія (рис.1.1).

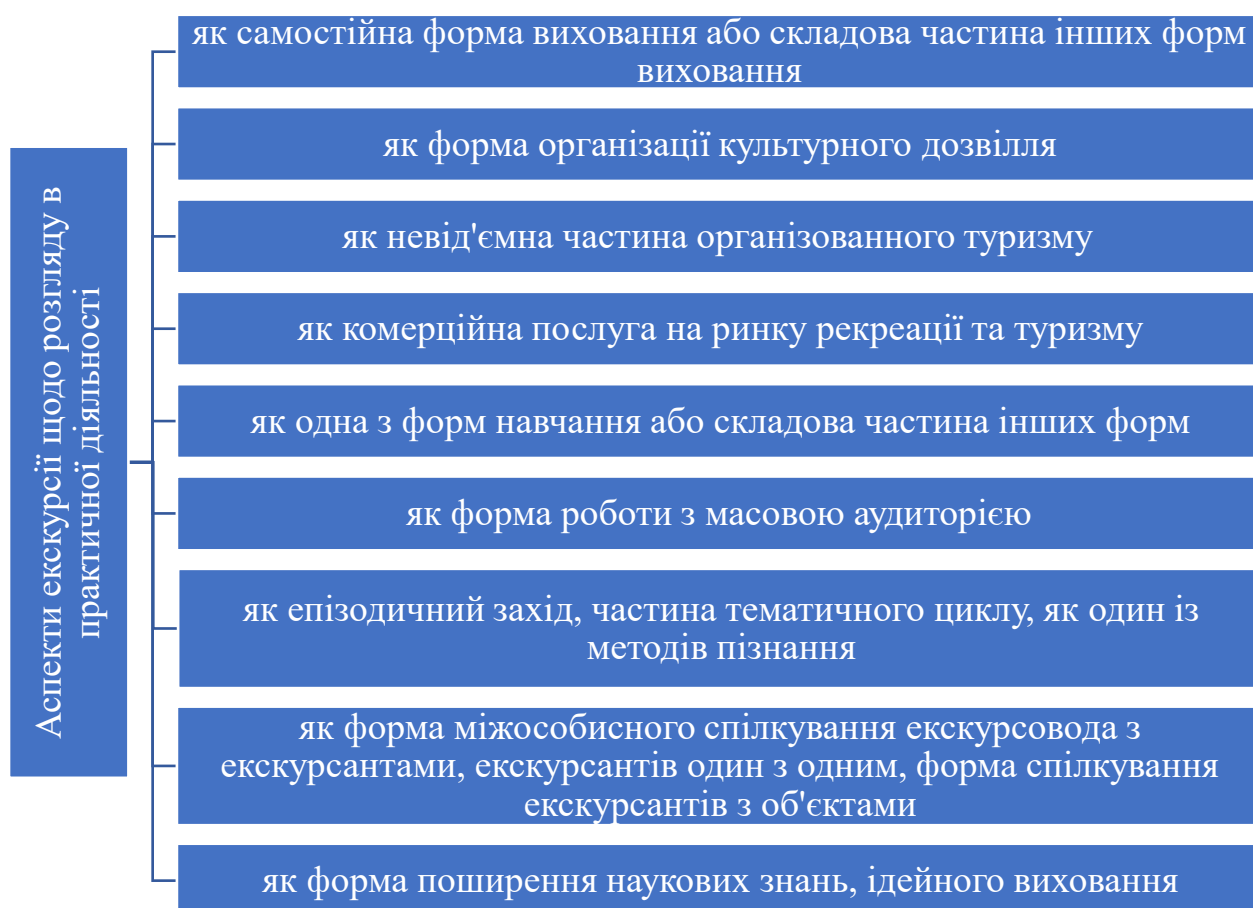


Рис. 1.1 – Аспекти екскурсії щодо розгляду у практичній діяльності

Джерело: [1]

У екскурсії безліч аспектів, які відображають її сутність. Вона присутня у таких сферах життя як спілкування, освіта, виховання, бізнес, культура тощо.

У своїй праці [1] С. Г. Нездойминов узагальнює існуючі визначення терміну екскурсія і пропонує наступні визначення: «Екскурсія – цілеспрямований та запрограмований наочний процес пізнання особою оточуючого світу, побудований на поєднанні зорових, слухових та інших вражень, який проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця – екскурсовода. Екскурсія – туристична послуга тривалістю до 24 годин у супроводі екскурсовода за заздалегідь затвердженим маршрутом для забезпечення задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів.» [1, с. 20].

Узагальнюючи матеріал джерел [1] і [2] можна виділити наступні функції екскурсії:

- інформаційна функція полягає у передачі нових знань;
- організація культурного досуга, дозвілля, розваг;
- наукова пропаганда;
- комутативна функція;
- розширення кругозору;
- виховна функція полягає у формуванні інтересів особистості.

Ознаки екскурсії можна поділити на загальні і специфічні. До загальних ознак за думкою автора [1] можна віднести:

- 1) Тривалість екскурсії загалом може бути від 45 хвилин до однієї доби.
- 2) Екскурсанти мають бути сформовані в групи, або ж екскурсії надаються індивідуально.
- 3) Екскурсовод, що проводить екскурсію повинен мати підтверджену документально відповідну професійну підготовку.
- 4) Присутність в екскурсії наочних екскурсійних об'єктів на місці їхнього розташування.
- 5) Наявність маршруту екскурсії який заздалегідь складений.
- 6) Певна тема екскурсії, що відповідає цілеспрямованості показу.

7) Участь екскурсантів (спостереження, вивчення та дослідження об'єктів показу).

У кожної екскурсії можуть також бути свої специфічні ознаки:

- 1) В автобусних екскурсіях це може бути обов'язковий вихід з автобусу для огляду місцевості.
- 2) У музейних екскурсіях – це знайомство з музейними експонатами.
- 3) У виробничих екскурсіях – це демонстрація виробництва.

Класифікація екскурсій наведена на рис. 1.2. Кількість видів екскурсій рахується десятками і постійно збільшується з часом. Це пов'язано з конкуренцією і з технологічним проривом. З появою інформаційних технологій класичне уявлення про екскурсію дуже змінилося і набуло нового значення. Також з'явилися такі неочікувані види екскурсій як екскурсії з дегустацією, фотоекскурсії або паломницькі екскурсії. Не так давно з'явилися перші космічні екскурсії.

Екскурсійна діяльність зв'язана з туристичною діяльністю. Згідно з джерелом [3] «Екскурсійні послуги – це специфічний вид послуг, спрямований на задоволення інформаційно-пізнавальних потреб споживачів (туристів і екскурсантів) у місцях тимчасового перебування. Надання екскурсійних послуг реалізується шляхом організації екскурсійного обслуговування, яке становить комплекс цілеспрямованих дій туристсько-екскурсійних підприємств з розробки, організації та реалізації екскурсійних послуг» [3, с.8]. Зв'язок туристичної і екскурсійної діяльності наведено на рис.1.3.

До туристичних послуг можна віднести: перевезення, тимчасове розміщення, харчування, екскурсійне, курортне, спортивне, розважальне та інше обслуговування. Таким чином екскурсійна діяльність являє собою один із видів туристичних послуг і врегульована у Законі України «Про туризм» [6].

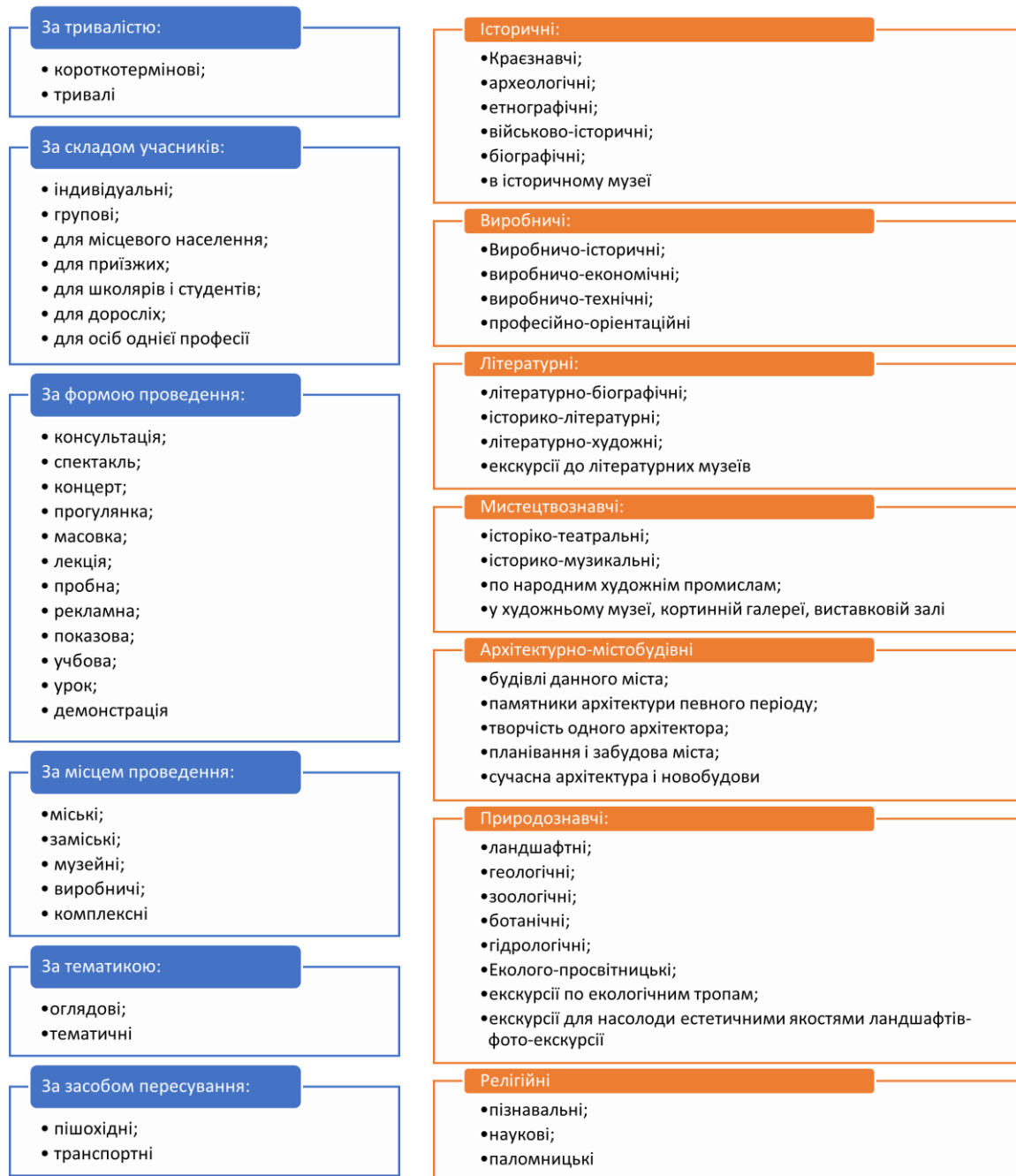


Рис. 1.2 – Класифікація екскурсій за основними ознаками та тематикою
Джерело: [3, 4]

Попит на екскурсійні послуги залежить від екскурсійних потреб споживачів, які підтримуються фінансовою можливістю. Пропозиція екскурсійного продукту обумовлена різними чинниками, такими як наявність виробників, рівень розвитку галузі та наявність екскурсійних ресурсів. Екскурсійні послуги включають різноманітні види діяльності для задоволення

потреб і розваг клієнтів у вільний час, такі як відпочинок, екскурсії та подорожі.

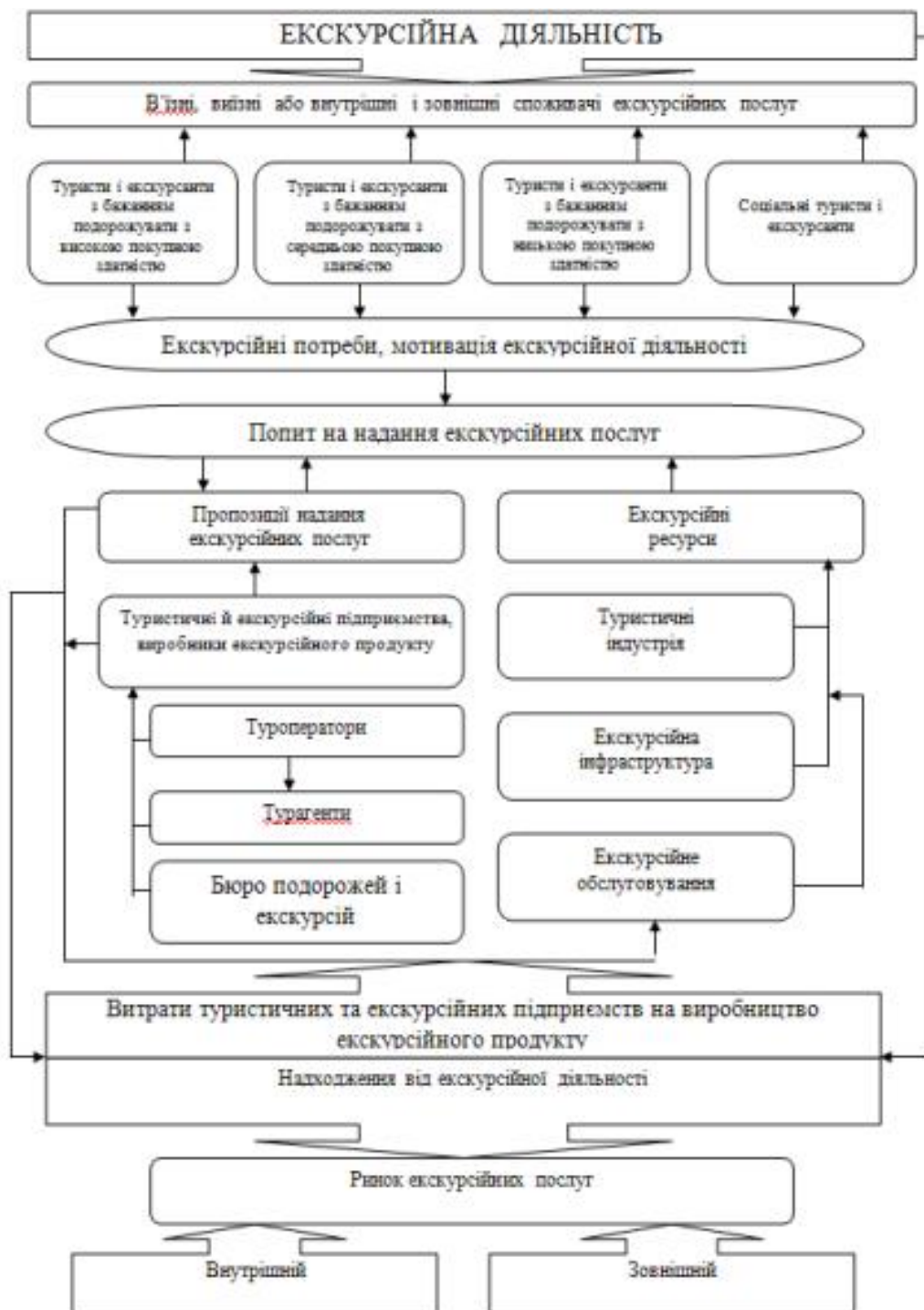


Рис. 1.3. Схема функціонування ринку екскурсійних послуг

Джерело: [5]

На ринку екскурсійних послуг взаємодіють різні групи учасників:

туристи та екскурсанти, туроператори, турагенти, бюро подорожей і екскурсій. Ці особи є споживачами та виробниками екскурсійного продукту. Споживачами є громадяни з певними мотиваціями для подорожей та достатньою фінансовою здібністю. Виробниками є підприємства туристичної індустрії, які мають за мету отримання прибутку і задоволення потреб клієнтів у екскурсійних послугах.

1.2. Організаційно-технологічне забезпечення та надання екскурсійних послуг

Проведення екскурсій необхідно при дотриманні необхідних організаційних вимог [1, 7].

1. *Екскурсовод перевіряє необхідну документацію:* методичну розробку екскурсії; схему маршруту руху транспортного засобу або групи; «портфель екскурсовода»; договір на екскурсійне обслуговування; список екскурсантів.

2. *Знайомство групи і екскурсовода.* Якість екскурсії значною мірою залежить від вражень від екскурсовода. Тому ще на етапі знайомства необхідно справити правильне враження на групу. Після знайомства екскурсовод дає групі декілька хвилин перед тим як розпочати екскурсію.

3. *Розміщення групи біля об'єктів.* При розміщенні групи необхідно врахувати погодні умови (дощ, спеку, сніг та інші), віддаленість від об'єкту показу, віддаленість від інших екскурсійних груп. Екскурсовод повинен мати декілька місць розташування біля одного об'єкту.

4. *Вихід і повернення до автобусу екскурсантів.* Екскурсовод першим виходить на зупинках для показу об'єктів. Попереджає про зупинки заздалегідь. Після того, як більше половини групи вийшло з автобусу, екскурсовод може показати напрямок руху. При посадці в автобус екскурсовод чекає біля дверей автобусу і непомітно рахує кількість екскурсантів, щоб переконатись, що всі сіли в автобус.

5. *Пересування екскурсантів.* Місце екскурсовода при переміщенні

групи у центрі групи. При пересуванні група не повинна розтягуватися більш ніж на 5-7 м. Швидкість руху залежить від складності рельєфу.

6. *Місце екскурсовода.* В автобусі місце екскурсовода як правило біля водія. Він повинен бачити об'єкти про які буде розповідати і групу, а також група повинна бачити його. Стояти під час руху автобусу екскурсоводу і екскурсантам забороняється.

Біля об'єкту показу екскурсовод повинен стояти у півоберту, щоби бачити його і групу.

7. *Дотримання часу відведеного на екскурсію і розкриття окремих підтем.* У методичній розробці вказується точний час екскурсії, але можуть бути відхилення по тривалості, які не залежать від екскурсовода. Запізнення групи, не вчасно поданий транспорт, або сніданок інші випадки змушують екскурсовода скоротити час на екскурсію. Але жодна тема не повинна бути упущена. Час можна скоротити за рахунок не повного розкриття теми.

8. *Техніка проведення екскурсії при русі автобусу.* Під час руху автобусу екскурсовод користується мікрофоном. При відсутності або несправності мікрофону екскурсовод повинен розказувати або до початку руху автобусу, або після припинення роботи двигуна.

9. *Відповіді на питання екскурсантів.* Екскурсовод відповідає на питання по закінченню екскурсії. Питання поділяються на дві групи: питання пов'язані з методикою проведення екскурсії (питання екскурсовода, на які відповідають екскурсанти; питання які поставлені в ході розповіді на які відповідає екскурсовод; риторичні питання для активізації уваги екскурсантів) і питання пов'язані з технікою проведення екскурсій (питання що задаються учасниками екскурсій за темою).

10. *Паузи в екскурсії.* При розповіді екскурсовод дотримується пауз. Вони можуть бути пов'язані з використанням людьми часу для обмірковування почутого та побаченого, а можуть надаватися для короткочасного відпочинку екскурсантів.

11. *Техніка використання «портфеля екскурсовода».* Кожний експонат

екскурсії має свій порядковий номер. Демонстрація об'єктів проходить з робочого місця екскурсовода. Передача в руки екскурсантів не рекомендується але може проводитись при автобусній екскурсії для заповнення часу.

12. *Дотримання елементів ритуалу.* При відвідуванні культових місць різних конфесій, цвинтарів, меморіалів, поховань повинно дотримуватись правил поведінки. Про ці правила повинен знати заздалегідь екскурсовод і повідомити про них екскурсантів.

Технологія проектування та формування послуги «екскурсія» докладно розглянута в джерелі [1, 7] і складається з наступних етапів:

1. *Визначення мети і завдань екскурсії.* Мета – заради чого проводиться екскурсія, завдання – як можна досягти мети екскурсії шляхом виконання її завдань.

2. *Вибір теми та її обґрунтування, аналіз ресурсів.* Тема екскурсії визначає її назву. Матеріал який відбирається для екскурсії має розкривати тему в повному обсязі.

3. *Відбір літератури і складання бібліографії.* Після визначення з темою екскурсії іде відбір письмових джерел, в яких вона присутня. Список літератури поділяється на дві групи: основна і додаткова література. Перелік літератури розмножується в декількох екземплярах для зручності в роботі.

4. *Визначення інших джерел екскурсійного матеріалу.* Крім літератури джерелами по темі екскурсії можуть також бути відеофільми, електронні ресурси, державні архіви, музеї, спогади учасників і очевидців історичних подій.

5. *Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів.* В якості об'єктів можуть виступати: пам'ятні місця, будівлі, споруди, природні об'єкти, експозиції музеїв, пам'ятки археології, пам'ятки мистецтва. Екскурсійні об'єкти повинні добре розкривати тему екскурсії і не повинні повторюватися в інших темах. Якщо цього уникнути не можливо, то необхідно в кожній темі розкривати об'єкт по новому в руслі заданої тематики.

Об'єкти також можна поділити на однопланові (ріка, рослина, будинок) і багатопланові (ліс, поле, архітектурний ансамбль); основні і додаткові; повністю збережені, частково збережені і ті що втрачені.

Відбір об'єктів закінчується складанням «Картки об'єкту» на кожний з них, до якої прикріплюється фото. Кількість об'єктів не повинна перевищувати 15-20 одиниць.

Для оцінки відібраних об'єктів необхідно враховувати наступні критерії: пізнавальна цінність, популярність, незвичайність об'єкту, зовнішня виразність, збереженість, місцезнаходження, тимчасове обмеження показу об'єкту.

6. *Упорядкування схеми маршруту екскурсії.* Маршрут повинен сприяти розкриттю теми екскурсії. Існують три варіанти побудови маршруту екскурсії: хронологічний, тематичний, тематико-хронологічний. При формуванні маршруту бажано не проходити декілька разів одні і ті самі місця; необхідно враховувати технічну можливість огляду об'єкту, наприклад наявність зупинки; переїзд або перехід між об'єктами не повинен перевищувати 15 хвилин.

7. *Об'їзд або обхід маршруту.* Складається з вирішення наступних завдань:

- поглянути на план маршруту, вулиці та площі, які пролягають через нього;
- уточнити місце розташування об'єктів та потенційну зупинку для екскурсійного автобуса або пішохідної групи;
- ознайомитися з доступом до об'єктів на автобусі або місцями стоянок;
- визначити час, необхідний для огляду об'єктів, їх опису та переміщення автобуса або пішохідної групи, а також з'ясувати загальну тривалість екскурсії;
- перевірити доцільність включення об'єктів до маршруту екскурсії;
- обрати найкращі місця для огляду об'єктів та варіанти розташування екскурсійної групи;
- вибрати методику ознайомлення з об'єктом;

- виявити потенційно небезпечні ділянки маршруту з метою забезпечення безпеки туристів.

8. *Підготовка контрольного тексту екскурсії.* При підготуванні тексту екскурсії необхідно дотримуватись наступних вимог: стислість, чіткість формулювань, необхідна кількість фактичного матеріалу, наявність інформації з теми, повне розкриття теми, літературна мова.

9. *Комплектування «Портфеля екскурсовода».* Портфель екскурсовода це папка, або портфель в якому міститься комплект наочних матеріалів. Вони необхідні для відновленні відсутньої ланки при показі і для надання зорового уявлення про об'єкт.

10. *Визначення методичних прийомів проведення екскурсії.* На цьому етапі «проходить: відбір ефективних методичних прийомів для висвітлення підтем, методичних прийомів, які рекомендуються залежно від екскурсійної аудиторії, часу проведення екскурсії, особливостей показу; визначення прийомів збереження уваги екскурсантів і активізації процесу сприйняття екскурсійного матеріалу; вироблення рекомендацій з використання виразних засобів у мові екскурсовода [1, с.39]»

11. *Визначення техніки ведення екскурсії.* Ведення екскурсії охоплює всі аспекти організації екскурсійного процесу і стосується як екскурсовода, так і водія і учасників екскурсії. Основні вказівки стосуються:

- місць зупинок транспорту та виходів для огляду об'єктів;
- маршруту між об'єктами і його швидкості;
- демонстрації матеріалів "портфеля екскурсовода";
- використання пауз для наголошення на певних моментах;
- строгого дотримання відведеного часу на кожен підтематичний блок;
- організації відповідей на питання учасників екскурсії;
- впорядкування елементів ритуалу під час екскурсії;
- розташування екскурсовода під час огляду об'єктів і пересування групи.

12. *Складання методичної розробки екскурсії.* «На титульному аркуші розташовують дані: найменування екскурсійної установи, назва теми

екскурсії, вид екскурсії, довжина маршруту, тривалість в академічних годинах, прізвища й посади укладачів, дата затвердження екскурсії керівником екскурсійної установи (печатка і підпис). На наступній сторінці викладають мету й завдання екскурсії, схему маршруту із вказівкою об'єктів і зупинок під час екскурсії, список підтем. Наступна сторінка - текст вступу, основної частини і висновків. Далі - технологічна карта. Наступне - матеріали «портфеля екскурсовода», які супроводжуються списком із порядковими номерами і назвами експонатів. Ще картки об'єктів і список використаних джерел» [1, с.40].

13. *Складання індивідуального тексту.* Кожен екскурсовод повинен створити свій індивідуальний текст екскурсії, спираючись на контрольний текст. Відмінність індивідуального тексту від контрольного що в ньому матеріал подається в послідовності, в якій показуються об'єкти і має розподіл на частини.

14. *Прийом (здача) екскурсії.* При наявності позитивної оцінки контрольного тексту екскурсії і методичної розробки, «портфеля екскурсовода», карти маршруту проходить здача екскурсії керівнику творчої групи.

15. *Затвердження технологічних документів екскурсії.* При позитивному рішенні комісії при здачі екскурсії, а також при розрахованій її вартості і норми прибутку керівником туристичної установи видається наказ про затвердження екскурсії і закріпленням за нею екскурсоводів.

1.3. Особливості управління діяльністю з надання екскурсійних послуг на підприємствах індустрії туризму в контексті розвитку винного туризму

Туристична індустрія відіграє ключову роль у економіках різних країн. Вона представляє собою комплекс взаємопов'язаних галузей та видів діяльності, спрямованих на організацію споживання різноманітних

туристичних послуг. В Україні на сучасному етапі спостерігається процес інтеграції агропромислового та туристичного секторів, що призводить до розвитку еногастрономічного туризму зі своїм унікальним еногастрономічним продуктом [8]

Еногастрономічний туризм є формою подієвого туризму, яка виникає за участю суб'єктів виноробної та харчової промисловостей. Цей вид туризму спирається на створення еногастрономічних туристичних послуг, які інтегруються у туристичний продукт і пропонуються на туристичному ринку.

Еногастрономічний туризм визначається як інтеграційна форма туризму, що включає в себе співпрацю різних суб'єктів з різних секторів економіки. Серед цих суб'єктів виробництва (виноградники, виробники вина, сільське господарство, риболовля тощо), переробних підприємств (виноробні, олійні, молочні заводи), готельно-ресторанного сектору (ресторани, готелі, заклади харчування), транспортних компаній, мереж роздрібної торгівлі та освітнього сектору.

Таким чином, в еногастрономічному туризмі межі туристичного бізнесу розширюються на агропромисловий сектор та виробників алкогольних напоїв, що сприяє диверсифікації виробництва на сільських територіях за допомогою туризму [8] .

Підприємства первинної і вторинної індустрії туризму включають усі види організацій, послуг, та продуктів, які сприяють розвитку та забезпеченню потреб у туристичному секторі. Важливо враховувати, що обидва сектори взаємопов'язані та співпрацюють для забезпечення якісного та цікавого туристичного досвіду.

Первинна індустрія туризму охоплює безпосередні види діяльності, які залежать від природних та культурних ресурсів. Це можуть бути різноманітні туристичні об'єкти та діяльності, які привертають туристів до конкретних місць. Деякі приклади первинної індустрії туризму включають:

1. «Екологічний туризм»: відвідування природних заповідників, парків, гірських регіонів з метою насолоди природою та дикою флорою та фауною.

2. «Культурний туризм»: поїздки до історичних пам'яток, музеїв, архітектурних пам'яток, де відвідувачі можуть дізнаватися про культурну спадщину регіону.

3. «Агротуризм»: відвідування фермерських господарств, сільських районів з метою познайомлення з сільським господарством, традиціями сільського життя та сільською культурою.

4. «Пригодницький туризм»: активні види відпочинку, такі як скалолазіння, раптові походи, водні види спорту, які привертають людей за екстримом та пригодами.

5. «Паломництва»: відвідування релігійних місць, святих об'єктів та паломницьких маршрутів з релігійними мотивами.

Ці види туризму зазвичай базуються на унікальних природних, культурних та історичних ресурсах кожного регіону, що робить їх цікавими для туристів з різних країн та культур.

Вторинна індустрія туризму охоплює широкий спектр підприємств, послуг і продуктів, що надаються туристам під час подорожей та відпочинку. Це включає такі сфери діяльності як:

1. Готелі і гостьові будинки: місця для проживання та надання різних видів зручностей для туристів.

2. Ресторани та кафе: місця, де туристи можуть насолоджуватися місцевою та світовою кухнею.

3. Транспортні компанії: пасажирські перевезення, включаючи авіа, залізничні, автобусні та морські перевезення.

4. Туроператори і турагентства: організація турів, включаючи транспорт, проживання, екскурсії та інші послуги.

5. Розважальні заклади: театри, кінотеатри, клуби, парки розваг та інші місця для розваг.

6. Сувенірні магазини та ринки: продаж місцевих ремесел, сувенірів та подарунків для туристів.

7. Екскурсійні агенції: організація екскурсій та ознайомчих програм для

туристів.

Ці підприємства і послуги доповнюють та підтримують первинну індустрію туризму, створюючи комфортне та захоплююче середовище для подорожей та відпочинку туристів.

Сучасний туризм в Україні можна класифікувати за метою подорожі (рис. 1.4).

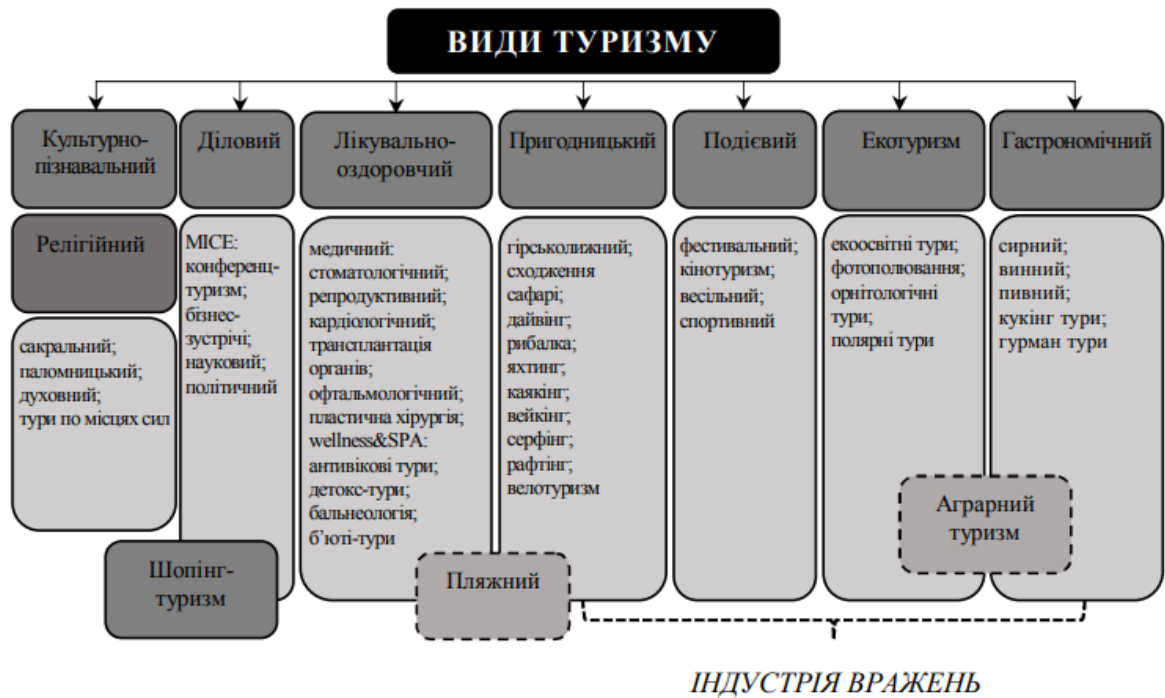


Рис. 1.4 – Сучасні види туризму

Джерело [9]

Туризм охоплює багато сфер життя: здоров'я, відпочинок, пригоди, освіту, роботу, релігію, гастрономічні уподобання тощо.

Винний туризм це форма туризму, яка спрямована на відвідування виноробних регіонів, винних погребів, винних маєтків та участь у дегустаціях вин та винних турів.

За думкою Д.І. Басюк, «винний туризм – спеціальний вид туризму, що пов'язан із історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та споживанням алкогольних напоїв у виробника» [10, с. 38]. Розвиток винного туризму сприяє: підтриманню виробників

винограду і вина; збільшенню тривалості туристичного сезону в регіоні; підвищенню туристичного іміджу в регіоні; збільшенню прибутків від туризму; сприяє розробці нових винних екскурсій, фестивалів та ін.

Винний туризм, без сумніву, є одним з найбільш романтичних варіантів подорожей, а період організації так званих "винних турів" найбільш активний у вересні-жовтні, коли відбувається збір врожаю, і туристи мають можливість не лише спробувати молоде вино, але й приєднатися до збору винограду. Окрім самих вин, шанувальників винного туризму приваблюють культурні ландшафти виноградників, архітектурні пам'ятки, мальовничі села, замки, винні заводи, а також особлива атмосфера спілкування з ентузіастами вина, захоплюючі свята і розмаїття смаків під час дегустацій.

Винний туризм базується на ідеї, що дегустувати вино варто саме в тому місці, де воно було створено, щоб зв'язати у пам'яті і уяві букет та смак напою з таємницею його походження через природу, історію та дух місцевості, технологічну культуру виробництва, а також особисте знайомство з виноробами, вивчення вікових традицій виноградарства та виноробства. Основними принципами винного туризму є автентичність, привабливість, культура споживання і комплексність. Так, багато фахівців та шанувальників вина переконані, що вино варто дегустувати саме на місці його виробництва, оскільки кожен регіон, відомий як теруар, має свою особливу енергію, що відбивається на смаку і ароматі напою.

З точки зору популяризації культурної спадщини регіону та продукції місцевих виробників, винний туризм має велике значення. Подорожуючи у винні регіони, туристи знайомляться з традиціями виробництва вина, а також сприяють збереженню цих традицій і культурного пейзажу в цілому. Також винний туризм сприяє підвищенню упізнаваності та популярності місцевих вин на ринку, а також забезпечує економічні та соціальні вигоди для місцевих громад [11].

Основні аспекти винного туризму включають:

1. Відвідування виноробних маєтків: туристи можуть дізнатися про процес виробництва вина, від винограду до кінцевого продукту, відвідуючи винні маєтки та погребі.
2. Дегустації вин: туристи мають можливість спробувати різні сорти вин, оцінювати їх смак, аромати та властивості.
3. Екскурсії по винних регіонах: відвідування винних регіонів, де можна побачити виноградники, дізнатися про місцеві сорти винограду та традиції виноробства.
4. Гастрономічні враження: парування вин з місцевою кухнею та стравами, які ідеально підходять до конкретних сортів вин.
5. Події та фестивалі: участь у винних фестивалях, дегустаційних заходах, майстер-класах зі смакування вин та інших подіях, пов'язаних з виноробством.

Винний туризм є популярним серед любителів вина та тих, хто цікавиться процесом виробництва вина та його культурою. Він дозволяє туристам отримати унікальний досвід, насолоджуючись винами та красою винних регіонів.

Винний туризм окремо пов'язаний із виноробством і має великий вплив на розвиток виноробень країни. Виноробний туризм крізь призму виноробства добре розглянуто в [12]. А в [13] авторка використовує поняття виноробного туризму, який на відміну від винного туризму являє собою особливий вид туризму на стику пізнавального і зеленого туризму і уособлює в собі «симбіоз пізнавальної програми, пов'язаної з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, з відвідуванням визначних пам'яток виноробного регіону».

Одним з основних показників ефективного управління діяльністю сучасного підприємства, особливо в сфері послуг, є системна робота із забезпечення якості цих самих послуг, що підтверджується теоретичними розробками [14].

Для оцінки якості туристичного продукту існує низка методик. Вони добре розкриті в роботі В.І. Охота, В.Я. Брич [15] і О. Оливко [16].

Згідно з [15] вагоме місце в дослідження якості туристичних послуг займають оціночні показники методики SERVQUAL [17], які використовують для оцінки наданих послуг: матеріальності, упевненості, співчуття, чуйності, надійності. Згідно методики клієнтам надається перелік з 22 питань, на який вони відповідають до отримання послуги і після її отримання. Йде порівняння очікування клієнта і реальності при наданні послуги.

О. Оливко пропонує низку показників для оцінки діяльності туристичного підприємства, яка наведена на рис. 1.5.

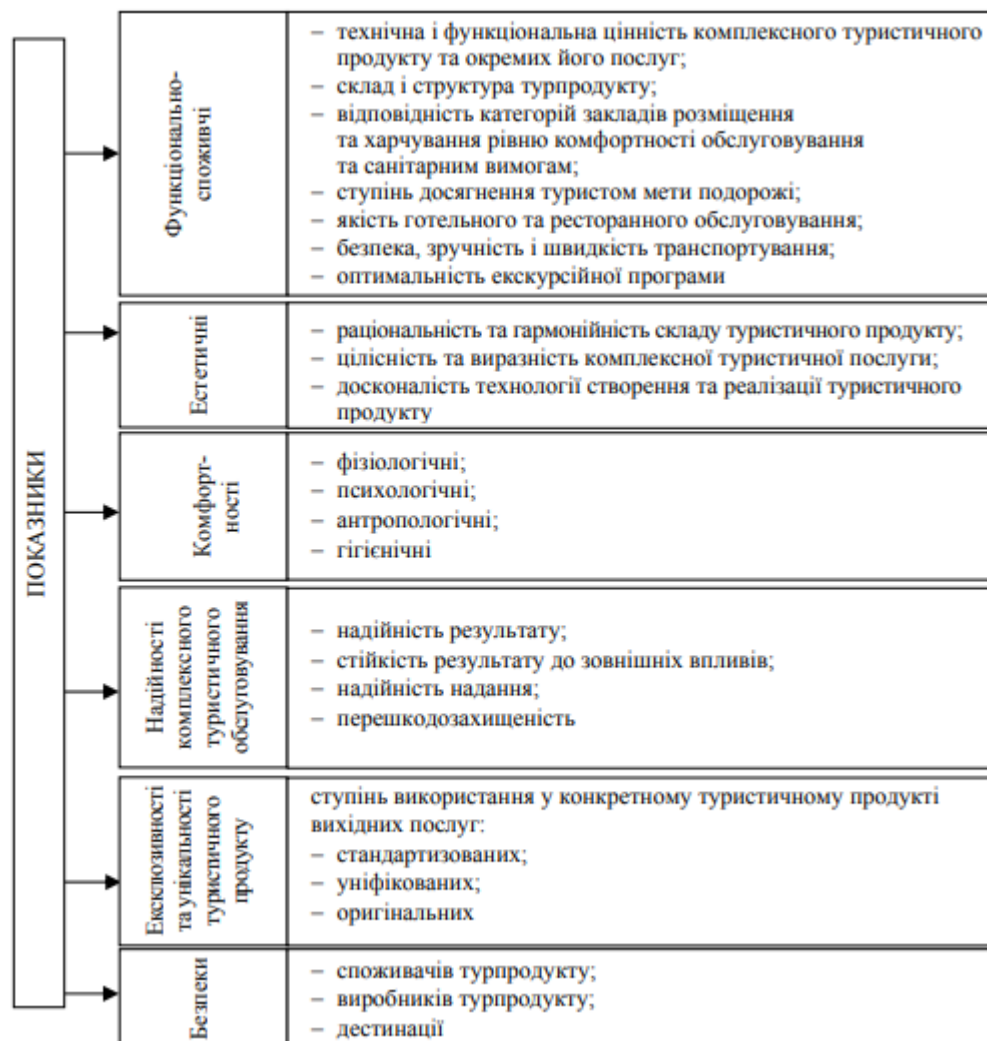


Рис. 1.5. – Параметри якості та споживчої цінності комплексного туристичного обслуговування

Джерело [16]

На рис 1.5. наведено параметри якості будь-якого туристичного підприємства. Однак ці параметри для кожного напрямку будуть свої.

Для екскурсійного підприємства О. Оливко пропонує наступні якісні складові екскурсійного обслуговування: оптимальність екскурсійної програми, кваліфікація екскурсовода, задоволення інтересів екскурсантів, естетичність, достовірність та повнота висвітлення матеріалів, додаткові послуги під час екскурсії, безпека [16, с. 61].

Нездойминов С.Г. в [1, с. 69] пропонує наступні критерії оцінки якості екскурсії: 1) оцінка змісту екскурсії (доступність, об'єктивність, науковість, нерозривний зв'язок з життям, практикою та інше); 2) наскільки логічно побудована екскурсія, вміло підібрані факти, наявність протиріч, переконливість екскурсовода; 3) новизна змісту; 4) послідовність викладання матеріалу; 5) переконливість екскурсії (правдивість і глибина змісту, наявність яскравих моментів, авторитетність джерел); 6) методика проведення екскурсії, яка залежить від екскурсовода (наскільки він цікаво і зрозуміло зміг викласти матеріал).

Якість самої екскурсії повинна оцінюватися два рази: з позиції екскурсанта і з позиції професійних екскурсоводів.

До позитивних якостей екскурсії для слухачів можна віднести: «інформаційну насиченість, змістовність; гарно підібрані об'єкти показу; факти, що запам'ятовуються; життєво корисні приклади; приваблива манера проведення екскурсії» [1, с. 66].

Недоліки екскурсії: переважання розповіді над показом, надмірна інформаційність, ескізність (побіжність показу і розповіді), етюдність (коли незначне виступає на перший план), надмірна тривалість, або дуже коротка екскурсія, погана організація.

Професійна оцінка якості екскурсії враховує: якість методичної документації (технологічна карта, контрольний та індивідуальний тексти екскурсії, «портфель екскурсовода»), використання методичних прийомів і техніки ведення екскурсії, її постійне удосконалення.

Прослуховування екскурсії це її перевірка професійними екскурсоводами, яка заноситься у «картку прослуховування екскурсії». Також до професійної оцінки належить рецензування екскурсії.

Висновки до розділу 1

Сумуючи усе вищесказане можна зробити наступні висновки відносно особливостей надання екскурсійних послуг на підприємствах туристичної діяльності.

1. Екскурсії мають забезпечувати високий рівень інформативності, надаючи туристам глибокі знання про об'єкти відвідування, їхню історію, культуру та значення.
2. Індивідуальний підхід на екскурсійному підприємстві полягає в наданні персоналізованих екскурсій, адаптованих до потреб, інтересів та очікувань різних груп туристів.
3. Залучення висококваліфікованих та досвідчених гідів, які володіють не тільки знаннями, але й комунікативними навичками дозволяє ефективно передавати інформацію та взаємодіяти з туристами.
4. Використання сучасних інтерактивних методів (наприклад, мультимедіа, рольових ігор, дегустацій тощо) є актуальним для активної участі туристів у процесі екскурсії.
5. Забезпечення високих стандартів безпеки та комфорту для туристів під час екскурсій, включаючи організацію транспорту, харчування та інших послуг є необхідністю не тільки у воєнних умовах, а і у повсякденному житті.
6. Ретельне планування маршрутів, часу відвідувань та логістики дозволить уникнути затримок і забезпечити максимально ефективне використання часу туристів.
7. Врахування сезонних і погодних умов при плануванні екскурсій дозволить забезпечити найкращі умови для туристів.

8. Використання сучасних технологій, таких як мобільні додатки, аудіогід системи, віртуальні тури та інші інновації збільшить якість екскурсійних послуг.

9. Впровадження екологічно відповідальних практик, зокрема мінімізація впливу на природні та культурні об'єкти буде сприяти сталому туризму.

10. Збирання відгуків та оцінок від туристів дозволить постійно удосконалювати екскурсійні послуги та підвищувати рівень задоволення клієнтів.

Надання екскурсійних послуг на підприємствах туристичної діяльності вимагає врахування цих особливостей для забезпечення високого рівня обслуговування, задоволення туристів та створення позитивного іміджу компанії.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГО ЦКВ ШАБО З НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ В СФЕРІ ВИННОГО ТУРИЗМУ

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності ГО ЦКВ Шабо як підприємства винного туризму

Винний туризм є релятивно новим явищем на ринку туристичних послуг України. В [18] пропонуються наступні, перспективи розвитку винного туризму в Україні повинні бути спрямовані на наступні напрямки:

- Розробка програм сталого розвитку регіонів та підтримка з боку держави і місцевих органів влади для створення сприятливого організаційно-правового клімату для розвитку туризму. Це включає створення регіональних та національних винних та гастрономічних маршрутів та спеціалізованих туристичних об'єктів, таких як етноресторани, дегустаційні зали, музеї гастрономії, етнічні поселення та селища, а також тематичні заходи, що сприяють створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту та підвищенню його привабливості.

- Вивчення міжнародного досвіду розвитку винного туризму та співпраця з кращими виробниками Італії, Іспанії, Франції, Швейцарії у сферах виноробства, харчування та переробної промисловості. Це включає впровадження екологічно чистих технологій та використання сучасного маркетингового комплексу для просування продукції та брендування виробів окремих виноробних центрів і регіонів.

- Просування винних турів по Україні з метою збільшення внутрішніх та міжнародних туристичних потоків, підвищення культури споживання вина та ознайомлення з якісною природною продукцією місцевих виробників. Для популяризації національних гастрономічних традицій у співпраці з Державною службою туризму та курортів України та професійними об'єднаннями планується національний проект "Українські винні маршрути" з

метою відображення багатого та різноманітного асортименту вин та інших алкогольних напоїв, ознайомлення з історико-культурною спадщиною українського виноробства. Пропонується створити національний список об'єктів винного та гастрономічного туризму, винно-гастрономічний путівник по українським регіонам, календар фестивалів, семінарів та конференцій, а також тематичний веб-сайт.

Центр культури вина Шабо, розташований у селі Шабо за 70 кілометрів від Одеси, є унікальним місцем, що об'єднує сучасні технології виробництва вина, старовинні винні підвали, дегустаційну залу, а також експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також Музей вина та виноробства.

Цей центр, заснований у 2009 році як соціальний проект компанії "Шабо", є першим єдиним такого роду комплексом в Україні і має на меті підвищення культури вживання вина в Україні. Щороку відвідує його десятки тисяч осіб, зокрема багато сімейних туристів.

Центр представляє Україну на карті музеїв вина Європи, є членом міжнародної "Асоціації культурного та туристичного обміну" і визнаний об'єктом винної культурної спадщини Європи.

Загальна площа Центру культури вина SHABO близько 4 га. Дім ігристих вин SHABO розташований у мальовничому місці, серед виноградників Шабо, і займає загальну площу близько 1,5 га. Поруч з «Центром культури вина Шабо» розташувався затишний ресторан «Шабський дворік» на 350 посадочних місць. Ініціатива щодо створення центру належить голові правління компанії "Шабо", Важа Іукурідзе.

Компанія ГО "Центр Культури Вина ШАБО" зареєстрована 27.05.2010 за юридичною адресою: Україна, Одеська обл., Білгород-Дністровський р-н, село Шабо, вул. Швейцарська, будинок 10. Керівником організації є Царук Ганна Зіновіївна. На момент останнього оновлення даних 12.02.2024 стан організації – «не перебуває в процесі припинення». Код ЄДРПОУ 37058082. Громадська організація. Розмір статутного капіталу – 0 грн. Статус

неприбуткової організації отриманий 09.06.2010 в категорії «Громадські об'єднання» [19].

Види діяльності:

91.33.0 Діяльність громадських організацій, н. в. і. г

Учасники і бенефіціари [20]:

1) Шустова Ірина Валеріївна. Адреса засновника: Україна, 65114, Одеська обл., місто Одеса, вул. Люстдорфська дорога, будинок 222, корпус 1, квартира 12.

2) Царук Ганна Зіновіївна. Адреса засновника: Україна, 67770, Одеська обл., Білгород-Дністровський р-н, село Шабо, провулок Островського, будинок 7.

3) Шелехов Юрій Миколайович. Адреса засновника: Україна, 65098, Одеська обл., місто Одеса, вулиця Стовбова, будинок 5.

Загальна характеристика ГО "ЦКВ ШАБО" наведена в табл.2.1.

Таблиця 2.1.

Загальна характеристика підприємства ГО "ЦКВ ШАБО"

Показник	Характеристика
Тип і клас підприємства	Екскурсійна організація, гастрономічний туризм, винний туризм
Назва підприємства	Громадська організація «Центр культури вина Шабо»
Адреса	Одеська область, Білгород-Дністровський район, с. Шабо, вул. Швейцарська, 10
Контактний телефон	+380 48 7000 210; +380 48 714 36 86
Електронна адреса	e.kosulnikova@shabo.ua, j.sergeeva@shabo.ua zvrit37058082@ukr.net
Веб-сайт:	https://shabo.ua/czentr-kulturi-vina/
Організаційно-правова форма господарювання	Громадська організація, неприбуткова організація
Форма власності	Приватна
Місткість екскурсійної групи (осіб)	30 осіб
Загальна площа	38500 м ²
Час роботи:	Субота - неділя 10:00 - 16:00, за записом

Послуги	індивідуальні чи групові екскурсії з дегустацією або без дегустації, бронювання окремої дати та часу візиту, подарункові сертифікати.
Середній чек	600 грн
Способи оплати	Готівковий та безготівковий розрахунок
Рівень завантаження ресторану	Завантаження в сезон травень-вересень досягає 80%; в інший період в середньому -40%
Загальна чисельність персоналу	5 людей
Дата створення	2009 р

Джерело: створено автором

Схема організаційної структури підприємства наведена в рис. 2.1.

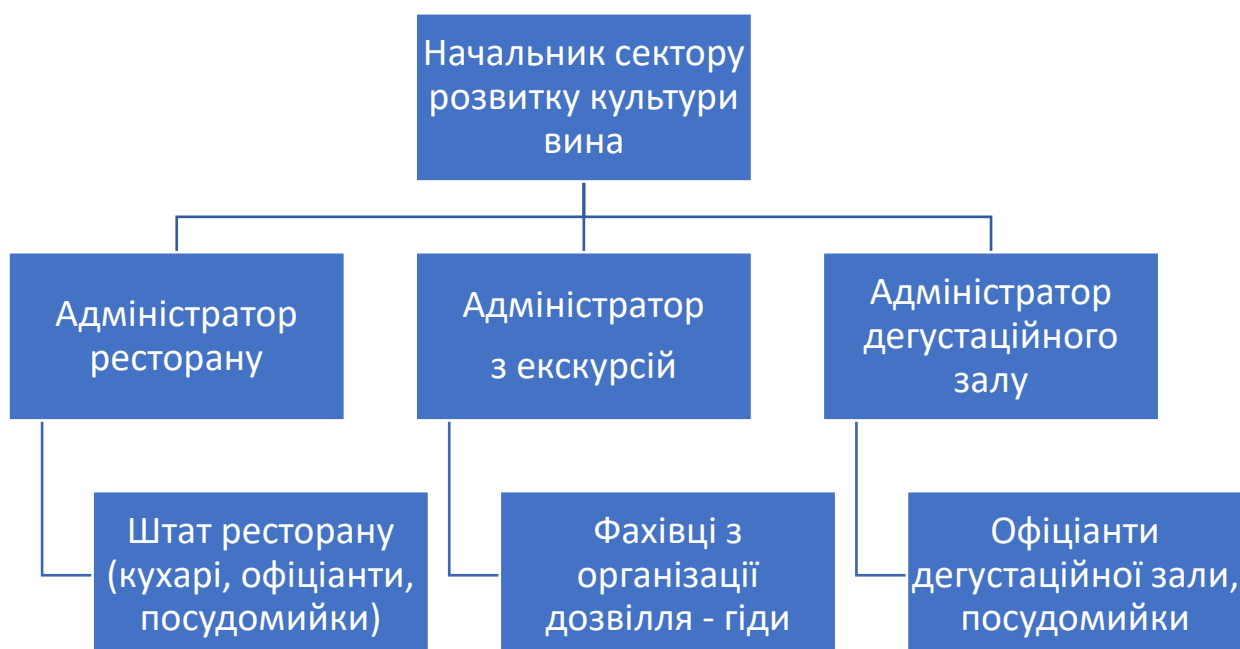


Рис. 2.1 – Організаційна структура ЦКВ Шабо

Джерело: створено автором

Начальник сектору розвитку культури вина – це головуючий ЦКВ Шабо. До його обов’язків входить координація усіх ланок, які приймають участь в послугах ЦКВ Шабо. Він координує екскурсійну та гастрономічну частини екскурсій. Взаємодіє з усім заводом Шабо. Приймає участь у розробці маркетингової політики заводу Шабо, що стосується поширення культури вина серед потенційних клієнтів.

Адміністратор з екскурсій займається розробкою разом з гідами екскурсійної програми, комунікацією з гостями ЦВК Шабо, організацією екскурсійних груп.

Фахівці з організації дозвілля – гіди – розробляють і проводять екскурсії. «Екскурсовод – фахівець, під керівництвом якого здійснюється з відповідними коментарями показ об'єктів, підпорядкований меті визначеної теми. Гід-перекладач – особа, яка володіє фаховою інформацією про країну (місцевість) перебування, визначні місця, об'єкти показу, а також мовою іноземних туристів, яких приймають, або загальнозрозумілою для них мовою, надає екскурсійно-інформаційні, організаційні послуги та кваліфіковану допомогу учасникам туру в межах договору про надання туристичних послуг» [21].

Адміністратор дегустаційного залу – займається організацією дегустаційної частини екскурсії: вирішує питання забезпечення, зберігання і використання продукції заводу Шабо. Офіціанти дегустаційної зали обслуговують гостей у дегустаційній залі. Посудомийки займаються прибиранням і миттям посуду.

Біля території заводу Шабо розміщено ресторан грузинської та європейської кухні «Шабський дворік», до якого запрошують гостей ЦВК Шабо. Керує рестораном – адміністратор, у якого у підпорядкуванні штат ресторану (офіціанти, кухарі і прибиральниці).

Основною метою ЦВК Шабо не є отримання прибутку. Інформація, що розміщена на сайті [20] підтверджує цю інформацію (табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

Фінансові показники ЦВК Шабо

Показник	2022	2021	2020
Дохід, грн	7600	0	20400
Чистий прибуток, грн	0	0	0
Активи, грн	0	0	0
Зобов'язання, грн	0	0	0
Кількість працівників	1	1	0

Джерело: [20]

Є данні на сайті ЦВК Шабо [22] де вказано про кількість відвідувачів. Це близько 50 000 людей. Середня вартість екскурсії становить 600 грн, це може давати дохід компанії близько 30 000 000 грн. Звичайно у період війни кількість відвідувачів значно впала. На сьогоднішній день екскурсії проводять кожну суботу тричі на день. Можемо порахувати, що при кількості екскурсантів не більше 30 людей дохід становить приблизно 3 500 000 грн.

Не зважаючи на це основною метою громадської організації ЦВК Шабо є підвищення культури вина серед населення. Додатковим результатом є прибуток від реалізації продукції Шабо серед відвідувачів центру, а також реклама продукції Шабо.

2.2. Характеристика діяльності ГО ЦВК Шабо з надання екскурсійних послуг

ГО ЦВК Шабо пропонує наступні види екскурсії [22]:

1) Стандарт. Вартість екскурсії – 400 грн. За пакетом «Стандарт» можна відвідати наступні локації:

- музей SHABO -де можна почути історію створення, подивитися двохсотрічні погребі та сучасні архітектурні об'єкти;
- подивитися виноградний сад, а також відвідати два сучасних кінотеатри;
- винний дім - ознайомлення з виробництвом тихих вин від відділення переробки винограду до відділення витримки;
- відвідання коньячного дому - відділення дистиляції та витримки коньячних спиртів;
- подивитися на мультимедійний фонтан Діоніса.

Час проведення (тричі на день): о 10:00, 13:00, 16:00 год.

2) Екскурсія з дегустацією. Вартість становить - 480 грн.

Локації, що туди входять:

- музей SHABO -де можна почути історію створення, подивитися двохсотрічні погребі та сучасні архітектурні об'єкти;

- подивитися виноградний сад, а також відвідати два сучасних кінотеатри;
- винний дім - ознайомлення з виробництвом тихих вин від відділення переробки винограду до відділення витримки;
- відвідання коньячного дому - відділення дистиляції та витримки коньячних спиртів;
- подивитися на мультимедійний фонтан Діоніса.
- також відвідувачу надають можливість оцінити смак шести візитівок українського виноробства: тихі вина з колекцій Reserve та капсулу природно-напівсолодких Limited Edition, а також ігристе за класичним методом шампанізації.

Час проведення (тричі на день): о 10:00, 13:00, 16:00 год.

3) **VIP.** Вартість екскурсії — 1 000 грн. Ця екскурсія надає право відвідати наступні локації:

- резиденція ігристих вин SHABO — вражаючий архітектурний шедевр, що відкриває захоплюючий вид на територію SHABO. Відвідуючих тут очікує мальовнича виноградна арка, яка відзначається сучасним обладнанням для виробництва. Надається можливість дізнатися про всі нюанси виготовлення ігристих вин за класичною технологією шампанізації в пляшках, а також за використанням технологій Charmat і Charmat Lungo;
- музей SHABO - це захоплююча подорож у неймовірну історію, де надається змога побачити двохсотрічні погребі та сучасні артоб'єкти;
- пам'ятник виноградній лозі — унікальна колекція малих скульптурних форм під назвою "Ліки лози" та артгалерея;
- мультимедійний фонтан Діоніса та Альпійська гірка;
- історичний хересний підвал;
- винний дім - це можливість ознайомитися з виробництвом тихих вин, від відділення переробки винограду до відділення витримки, а також насолодитися енотекою преміальних вин;
- коньячний дім - відділення для дистиляції та витримки коньячних спиртів.

4) **Екскурсія з дегустацією.** Екскурсійний пакет з дегустацією доступний за 1 450 грн і включає відвідування таких місць:

- резиденція ігристих вин SHABO — вражаючий архітектурний об'єкт з неймовірним видом на територію SHABO, у якому ви дізнаєтесь про тонкощі виробництва ігристих вин за класичною технологією шампанізації в пляшках, а також за технологіями Charmat і Charmat Lungo;
- музей SHABO — це історичне місце з двохсотрічними погребями та сучасними артоб'єктами;
- пам'ятник виноградній лозі та колекція малих скульптурних форм "Лики лози" у супроводі артгалереї;
- мультимедійний фонтан Діоніса та Альпійська гірка.
- історичний хересний підвал.
- винний дім — це місце, де ви зможете ознайомитися з виробництвом тихих вин від відділення переробки винограду до відділення витримки, а також насолодитися енотекою преміальних вин;
- коньячний дім — відділення для дистиляції та витримки коньячних спиртів;
- під час екскурсії надається змога оцінити смак семи візитівок українського виноробства, зокрема ігристих та тихих вин з колекцій Grand Reserve, Ice Wine, а також новинку сезону - Шабо Імперіал де Шарант.

Технологія проведення екскурсії розпочинається з розроблення технологічної документації, індивідуального та контрольного тексту екскурсовода, портфеля екскурсовода.

Звіт стосовно організації екскурсії містить такі кроки:

1. Визначення цілей та завдань екскурсії.
2. Вибір теми.
3. Підбір літератури й складання бібліографії.
4. Визначення інших джерел екскурсійного матеріалу.
5. Відбір та вивчення об'єктів екскурсії. Створення картки об'єкта.
6. Складання маршруту екскурсії.
7. Проведення маршруту.

8. Підготовка тексту екскурсії.
9. Складання "Портфеля екскурсовода".
10. Визначення методичних прийомів проведення екскурсії.
11. Визначення техніки ведення екскурсії.
12. Розробка методики екскурсії.
13. Складання індивідуального тексту.
14. Проведення (та оцінка) екскурсії.
15. Погодження екскурсії.

Підготовка екскурсії включає створення відповідної технологічної документації, яка зберігається у методичному кабінеті екскурсійного підприємства. Ця документація включає:

1. Список літератури за відповідною темою екскурсії, включаючи книги, брошури та статті, що використовувалися при підготовці екскурсії.
2. Картки (паспорти) об'єктів, які входять до маршруту, з докладним описом кожного об'єкта.
3. Контрольний текст екскурсії, що включає уточнений екскурсійний матеріал та основні питання, які розглядаються.
4. Індивідуальний текст екскурсовода, що розробляється окремим екскурсоводом на основі контрольного тексту та методичної розробки.
5. Схему (карту) маршруту, на якій відображено шлях руху екскурсійної групи та місця для спостереження.
6. Портфель екскурсовода, який містить наочні посібники, такі як фотографії, схеми, карти та інше.
7. Методичну розробку екскурсії з рекомендаціями щодо проведення екскурсії та використання методичних прийомів.
8. Додаткові матеріали екскурсії, такі як реферати, довідки, цифровий матеріал тощо.
9. Список екскурсоводів, які мають допуск до проведення екскурсії, що постійно поповнюється новими екскурсоводами.

Карта маршруту за однією з екскурсій в ЦВК Шабо наведена на рис.2.2.



Рис. 2.2. – Карта маршруту при відвідуванні Екскурсії з дегустацією у ЦВК Шабо

Джерело: створено автором

При відвідуванні Екскурсії з дегустацією гості ЦВК Шабо послідовно проходять 23 будівлі де оглядають близько 42 об'єкти. В якості примірника у дипломі було розроблено технологічну карту однієї з екскурсій, що пропонує ЦВК Шабо (додаток А).

2.3. Оцінка якості надання екскурсійних послуг на ГО ЦКВ Шабо

З метою оцінки якості надання послуг на підприємстві ГО ЦКВ Шабо скористуємося підходами та методиками, які було запропоновано нами у п.1.3 роботи [14-17]. Для спрощення процедури оцінки як приклад звернемося до однієї з найпопулярніших пропозиції екскурсійних послуг ЦКВ Шабо – екскурсії з дегустацією.

Якщо спиратися на якісні складові екскурсійного обслуговування даної пропозиції ЦКВ Шабо за думкою О. Оливко [16, с. 61], то можна дійти таких висновків за критеріями:

- *оптимальність екскурсійної програми.* Під оптимальність екскурсійної програми розуміється програма, яка в змозі максимально задовольнити потреби та очікування туристів, враховуючи ефективність використання ресурсів і часу. Програма досліджуваної Екскурсії з дегустацією включає різноманітні визначні місця, історичні та культурні об'єкти, які цікаві та значимі для туристів. Екскурсія збалансована за тривалістю і сприяє створенню позитивного враження та бажання туристів повертатися знову.

- *кваліфікація екскурсовода.* Екскурсія проводиться висококваліфікованими гідами, які добре знають завод і «ЦКВ Шабо», вміють зацікавити аудиторію та готові відповісти на запитання туристів.

- *задоволення інтересів екскурсантів.* До екскурсії включенні елементи, що дозволяють туристам активно брати участь у процесі (наприклад, інтерактивні демонстрації, дегустації, майстер-класи), що підвищує їх зацікавленість та задоволення. Також до екскурсантів застосовується індивідуальний підхід, що враховує побажання сімей з дітьми, людей похилого віку, та людей з обмеженими можливостями. Це надає більше комфорту та зручності і підвищує їх загальні враження.

- *естетичність.* Екскурсія включає місця з мальовничими пейзажами, які дарують візуальне задоволення. Є наявність квіткових композицій, охайних алей, і оригінальних інсталяцій. В екскурсії використовується

ілюстративний матеріал, фотографії, відео та презентації, які доповнюють розповідь гіда, і допомагають створити більш повний і естетично приємний образ.

- *достовірність та повнота висвітлення матеріалів.* Достовірність та повнота висвітлення матеріалів в екскурсії означають надання туристам точних, правдивих і детальних відомостей про місця та об'єкти, які вони відвідують. Це сприяє створенню надійного та професійного іміджу екскурсійної програми, підвищуючи довіру та задоволеність екскурсантів.

- *додаткові послуги під час екскурсії.* Під час екскурсії відвідувачам пропонується можливість придбати вина, про які вони дізналися зі змісту екскурсійної програми та дегустації у фірмовому магазині Шабо із наданням інформаційних буклетів із детальною інформацією про вина та подарунковий фірмовий пакет. Також у ресторані «Шабське подвір'я» гості екскурсійної програми можуть скуштувати страви, супроводжуючи трапезу смакуванням вин, які було представлено під час дегустації, отримати нові враження від поєднання смаків блюд та вин, а також відпочити.

- *безпека.* При відвідуванні «ЦВК Шабо» екскурсанти захищені на фізичному рівні (наявність охорони, наявність укриття при повітряній тривозі, наявність засобів і кваліфікованного персоналу для надання першої медичної допомоги), на психологічному рівні (в ЦВК шабо створена доброзичлива атмосфера, що дозволяє висловлювати вільно свої думки) і на інформаційному рівні (ЦВК Шабо зберігає конфіденційність щодо своїх відвідувачів).

Оцінемо якість екскурсії з дегустацією від ГО «ЦКВ Шабо» з позиції екскурсанта. Для цього, спираючись на теоретичні підходи до оцінки якості [1, с. 66], скористуємося відгуками споживачів зі сайту підприємства. До основних позитивних якостей даної пропозиції для відвідувачів можна віднести: естетичну привабливість місцевості; цікавість експонатів, інформаційну насиченість, змістовність; цікавість і святковість дегустацій, якість продукції; гарну команду, яка любить свою роботу та інше.

Основними недоліками з точки зору споживачів даної екскурсії можна вважати: відсутність дегустації коньяків, відсутність дитячої кімнати, переважання відео матеріалів над розповіддю, велика вартість екскурсії і додаткових послуг, неможливість відвідування разом з тваринами.

Якість екскурсії з дегустацією від ГО ЦКВ Шабо з позиції професійних екскурсоводів ми пропонуємо оцінити за підходом С.Г. Нездойминова [1, с. 69]. Прокоментуємо кожний критерій:

1) Оцінка змісту екскурсії. За змістом Екскурсія з дегустацією має наступні характеристики: вона є доступною для сприйняття широкого кола відвідувачів, має науково підґрунтя, об'єктивна в поданні інформації з різних точок зору, має нерозривний зв'язок з життям і корисна для практики.

2) Логічність. Факти які є в змісті екскурсії підібрані логічно, не мають протиріч і переконливо доносяться до слухачів.

3) Новизна. Завдяки добрій роботі екскурсоводу з підготовки змісту екскурсії, його роботі з першоджерелами, гарним зв'язкам з місцевим населенням і особистій високій кваліфікації зміст екскурсії має новизну, оскільки добре висвітлює історію саме виноробні Шабо, що раніше не робилось так добре.

4) Послідовність викладання матеріалу. Матеріал викладається послідовно, майже в хронологічному порядку від простого до складного.

5) Переконливість екскурсії. Для переконливості змісту екскурсії використовуються оригінальні експонати-докази, авторитетні джерела, кваліфікація екскурсовода і наявність яскравих моментів, які впливають на всі відчуття відвідувачів.

6) Методика проведення екскурсії. Екскурсовод який проводить екскурсію має достатню кваліфікацію, великий досвід в роботі, гарні отзиви відвідувачів і любов до своєї справи. Матеріал викладається досить цікаво і зрозуміло.

Професійна оцінка якості Екскурсії з дегустацією на ГО «ЦКВ Шабо» повинна враховувати якість методичної документації, яка необхідна для

створення даної екскурсії. Для цього потрібні: технологічна карта, контрольний та індивідуальний тексти екскурсії, «портфель екскурсовода». Наш аналіз методичної документації підтвердив, що всі ці документи є в наявності, але технологічна карта є більш спрощеною і застарілою, ніж це потрібно і ми запропонували свій варіант.

Прослуховування екскурсії це її перевірка професійними екскурсоводами, яка заноситься у «картку прослуховування екскурсії». Також до професійної оцінки належить рецензування екскурсії. Всі ці моменти виконані при підготуванні до екскурсії.

Об'єктивність наданої оцінки може додати оцінка якості екскурсії з дегустацією від ГО ЦВК Шабо за оціночними показниками методики SERVQUAL [17].

Відповідно даної методики нами було складено перелік питань, щодо оцінки якості обслуговування на підприємстві «ЦВК Шабо». Клієнтам було запропоновано перелік з 22 питань, на який вони відповідають до отримання послуги і після її отримання. Далі йшло порівняння очікування клієнта і його сприйняття при наданні послуги.

В табл. 2.3. наведені питання сформовані автором для оцінки якості Екскурсії з дегустацією в ЦВК Шабо, і розраховано показник якості.

Таблиця 2.3

Оцінка якості Екскурсії з дегустацією в ЦВК Шабо за SERVQUAL методикою

Питання	Оцінка за очікуванням (Е), бал	Оцінка за сприйняттям (Р), бал	Р-Е, бал
<i>Матеріальність</i>			
1. Естетичність екскурсії	5	4	-1
2. Гарно підібрані об'єкти показу	5	5	0
3. Наявність методичної документації	5	4	-1
4. Інформаційна насиченість екскурсії	4	5	1
5. Приваблива манера проведення екскурсії	5	5	0
6. Висока оцінка змісту екскурсії	4	5	1
7. Новизна змісту екскурсії	5	5	0
8. Переконливість екскурсії	4	5	1
9. Наявність естетично привабливих інформаційних матеріалів (брошур, буклетів, веб-сайту)	4	5	1
10. Чистота і порядок в ЦВК Шабо	4	5	1

11. Сучасне обладнання	4	4	0
	49	52	
<i>Упевненості</i>			
12. Достовірність та повнота висвітлення матеріалів екскурсії	4	5	1
13. Достовірність інформації, зв'язаної з організацією екскурсії	5	4	-1
14. Додаткові послуги під час екскурсії	4	5	1
15. Компетентність персоналу	4	5	1
16. Ввічливість персоналу	5	5	0
	22	24	
<i>Співчуття</i>			
17. Знання персоналом точного часу надання конкретних послуг	5	5	0
18. Індивідуально передбачено увагу для кожного гостя	4	5	1
19. Обслуговування без нарікань	5	5	0
20. Інтерес персоналу до питань гостей ЦКВ Шабо	5	5	0
	19	20	
<i>Чуйності</i>			
21. Обслуговування без затримок	4	4	0
22. Задоволення інтересів гостей	4	5	1
	8	9	
<i>Надійність</i>			
23. Персонал вселяє довіру	4	5	1
24. Присутнє відчуття надійності та безпеки	3	5	2
25. Безпека (наявність укриття, і відповідність усім вимогам безпеки)	3	5	2
	10	15	
Сума			12

Джерело: створено автором

Найбільшу вагу до даної оцінки (майже половину) було надано групі показників, що відповідають за матеріальне сприйняття екскурсії (зовнішній вигляд території та приміщень, якість обладнання, вигляд персоналу і об'єктів показу, якість допоміжних засобів; і складові самої екскурсії, її зміст, переконливість новизна, манера проведення).

До групи показників упевненість були віднесені показники відповідаючи за знання і ввічливість співробітників, а також їх можливість визвати довіру і впевненість. В категорії «співчуття» опинилися показники з надання дбайливої і індивідуальної уваги клієнту. Можливість надійно і якісно виконати обіцяну послугу була оцінена в категорії «Надійність».

Найнижче було оцінено групу показників чуйності – це бажання допомогти клієнтам і забезпечити швидке обслуговування.

Загальна оцінка якості дорівнює 12 балам. Це означає, що на більшість питань сприйняття опинилися кращі за очікування. Не зважаючи на вагу показників, загальна оцінка по всім групам по сприйняттю опинилась більше ніж по очікуванню. Не виправдали надій екскурсантів: естетичне очікування від екскурсії, наявність методичних матеріалів і достовірність інформації про організацію екскурсії.

Висновки до розділу 2.

З аналізу господарської діяльності ГО ЦКВ Шабо можна зробити наступні висновки:

1. ГО ЦКВ Шабо існує на ринку екскурсійних послуг вже 15 років і не є прибутковою організацією. Її основна мета полягає в підвищенні культури вина серед населення в Україні.

2. Кількість відвідувачів становить кілька десятків тисяч на рік. Середня вартість екскурсії не перевищує 1000 грн. В сучасних військових умовах підприємство знизило кількість проведених екскурсій і приймає відвідувачів двічі на тиждень.

3. ГО ЦКВ Шабо пропонує чотири виду екскурсій, дві з яких є з дегустацією (від 400 грн до 1500 грн). До екскурсійного показу пропонується 46 об'єктів, для відвідування яких необхідно зробити 43 зупинки. Тривалість екскурсій близько 2,5 години.

4. На підприємстві є вся необхідна технологічна документація (список літератури, картки об'єктів показу, контрольний і індивідуальний тексти екскурсії, карта маршруту, портфель екскурсовода, методичну розробку екскурсії і додаткові матеріали).

5. В роботі була виконана оцінка якості екскурсійних послуг на основі методики SERVQUAL. Для цього було розроблено перелік питань, який дозволив виявити недоліки: естетичне очікування від екскурсії, наявність методичних матеріалів і достовірність інформації про організацію екскурсії.

Наступним кроком буде вирішення питання підвищення якості обслуговування на ГО ЦКВ Шабо.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНЛАЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГО ЦВК ШАБО ЗІ СТВОРЕННЯ ТА НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ В СФЕРІ ВИННОГО ТУРИЗМУ

3.1. Рекомендації щодо підвищення якості існуючих екскурсій та розрахунків ефективності пропозицій

Для підвищення якості «Екскурсії з дегустацією» в ГО ЦВК Шабо у дипломній роботі необхідно визначити спочатку пріоритетні напрями розвитку. У авторефераті Бедрадіної Г.К. [23] запропоновано власну методику визначення пріоритетів на засадах бенчмаркінгу. Це дозволяє більш обґрунтовано формувати програму заходів для підвищення якості туристичних послуг на «ЦВК Шабо», враховуючи окремі складові. За результатами дослідження створено матрицю «заходи-показники», яка сприяє обґрунтованому та цілеспрямованому вибору найефективніших заходів і оптимальному їх складу. Використання розробленого підходу для вдосконалення оцінювання рівня якості послуг на екскурсійному підприємстві значно знижує трудомісткість розрахунків і дозволяє обґрунтовано та цілеспрямовано вибрати комплекс заходів, які забезпечать максимальне наближення до лідера при мінімальній кількості заходів.

За результатами дослідження якості послуг на «ЦВК Шабо» в пункті 2.3 розроблено складові механізму формування концепції якісного сервісу екскурсійного підприємства (табл. 3.1).

Складові концепції якісного сервісу націлені на досягнення двох цілей підвищення якості послуг: з боку підприємства та з боку споживача. Це також відображено в інших підходах до оцінки якості та відповідно й підвищення її та управління якістю, на чому зазначалося в пункті 1.3 та було зроблено в пункті 2.3.

Таблиця 3.1.

Складові концепції якісного сервісу на ГО ЦВК Шабо

Цілі підвищення якості екскурсійних послуг		Складові концепції			Пріоритети в заходах щодо підвищення якості екскурсійних послуг
		1	2	3	
З боку ГО «ЦВК Шабо» - лідерські позиції на ринку екскурсійних послуг	З боку споживача – задоволеність відвідувачів ГО «ЦВК Шабо»			Якість екскурсій в ГО «ЦВК Шабо»	1.Підвищення якості екскурсійних програм за рахунок формування різноманітних варіантів проведення екскурсій в ГО «ЦВК Шабо».
			Якість обслуговування відвідувачів ГО «ЦВК Шабо»		1. Підвищення професійної підготовки екскурсоводів ГО «ЦВК Шабо» 2. Удосконалення комунікацій на засадах «зворотного зв'язку» з відвідувачами, проведення екзит-полів, бета-тестувань. 3. Моніторинг рекламаций туристів
		Якість функцій управління на ГО «ЦВК Шабо»		1. Формування та проведення сертифікації системи менеджменту якості ГО «ЦВК Шабо».	

Джерело: створено автором на основі [23, с.10]

На основі цього для споживача, можна запропонувати анкету-опитувальник «Споживча привабливість винних турів» наведену в додатку Б.

Метою цього опитування є визначення, наскільки споживачі мають потребу в винних турах в Україні. Завдання опитування: виявити цільового споживача цього виду продукту, визначити цілі сучасного гастро туриста, дізнатися про переважну вартість екскурсійної пропозиції від виноробника. Об'єктом дослідження виступив винний туризм. Предмет дослідження: мотивація туристів для вибору цього виду туризму. Метод отримання даних: первинні дослідження за допомогою опитування. Спосіб збору інформації: онлайн-опитування.

За результатами опитування можна зробити наступні висновки. У опитуванні взяли участь 73 особи, з них 49 жінок і 24 чоловіки. З цього

впливає висновок, що представники жіночої статі більше зацікавлені в наданні інформації, що стосується їхніх споживчих інтересів.

Оскільки більшість учасників опитування становили студенти, понад половину опитаних (42 особи) належать до вікової групи від 18 до 25 років. Також близько чверті (19 осіб) опитаних – молоді люди віком від 26 до 35 років. Менше чверті респондентів старші за 35 років (12 осіб). Люди старші за 65 років не брали участі в опитуванні

Більшість опитаних подорожують з туристичною метою раз на рік (29 осіб) і раз на 2-3 роки (20 осіб). Це дозволяє припустити, що оскільки більшість опитаних – студенти, то основним фактором є низька платоспроможність цієї групи, що пояснює тривалий інтервал між туристичними поїздками.

Найбільша кількість людей віддає перевагу пляжному відпочинку (40 осіб). Не менш популярними є культурно-пізнавальний туризм (35 осіб) і активний туризм (27 осіб). Гастрономічні тури обрали 18 опитаних. Найменш популярним виявився санаторно-курортний відпочинок (12 осіб), що переважно пояснюється віком респондентів.

В анкеті є питання стосовно обізнаності респондентів про винні тури. Три чверті опитаних знають про існування таких турів, тоді як 9 осіб не змогли відповісти, а 11 респондентів взагалі не чули про винні тури.

Ставлення до винних турів по Україні досить неоднозначне. Однакова кількість опитаних обрали варіанти «Скоріше так, ніж ні» і «Скоріше ні, ніж так» (по 19 відповідей). Більшість респондентів не змогли визначитися з відповіддю (26 осіб). 10 осіб впевнені, що українські тури не цікавіші за закордонні, і лише 8 осіб вважають, що подорожі Україною кращі.

Серед головної переваги українських винних турів над іноземними респонденти визначають «Відсутність мовного бар'єру» (68,5%). Також для багатьох важливим фактором була вартість (39%). Лише 26% опитаних вважають перевагою відсутність культурного бар'єру.

Понад три чверті опитаних точно або скоріше за все вирушили б у гастротур (57 осіб), і менше чверті віддали б перевагу не їхати, або не змогли

відповісти. З цього можна зробити висновок, що більшість людей зацікавлені в такій подорожі.

Для більшості опитаних у винному турі цікаво саме продегустиувати вино продукцію (48 осіб), але не менш популярними є можливість відпочити та ознайомитися з культурою вина (40 осіб). Також 26 людей хочуть навчитися виготовляти і розрізняти якісні вина, а також навчитися їх поєднувати з їжею.

Більше половини опитаних (38 осіб) знають про існування такого бренду, як «Причорноморські вина», однак понад чверть (20 осіб) ніколи про нього не чули.

Більше половини опитаних (45 осіб) вважають, що екскурсія на виноробне підприємство має коштувати не більше 400 грн., для інших прийнятною є ціна від 400 до 700 грн. На вартість більше 1000 грн погодились не більше 3% опитуваних.

Рівна кількість або більше опитаних віддають перевагу таким інформаційним джерелам, як соціальні мережі, інтернет-ресурси та безпосередньо туркомпанії (загалом 119 відповідей). Далі за популярністю йдуть СМС-розсилки та поштові розсилки (10 і 9 відповідей відповідно), також 5 осіб надають перевагу отриманню інформації з друкованих матеріалів.

Загалом з цього опитування можна зробити такі висновки:

- Портрет споживача гастрономічних турів: люди обох статей віком від 18 до 35 років.
- Більшості людей цікаві гастрономічні подорожі.
- Через недостатню обізнаність про українські винні тури, опитані надають перевагу закордонним аналогам.
- Головною перевагою українських винних турів є відсутність мовного бар'єра.
- За екскурсію на виноробне підприємство з дегустацією люди не готові платити понад 1000 грн і, за можливості, прагнуть обмежитися мінімальними витратами.

Для фахівців ГО ЦВК Шабо в дипломному проекті пропонується розробка технологічної карти однієї з екскурсій, а саме: Екскурсії з дегустацією. Існуюча карта має спрощений вигляд і давно не доповнювалась і не перероблялась. Запропонована перероблена та удосконалена технологічна карта наведена в додатку А.

Технологічна карта екскурсії є важливим документом у сфері екскурсійного обслуговування, який детально описує процес проведення екскурсії. Вона повинна містити ключову інформацію та методичні рекомендації для гіда. Перелічим основні елементи, що входять до розробленої технологічної карти Екскурсії з дегустацією:

Темою екскурсії є – Екскурсія до ЦКВ Шабо з дегустацією. Метою цієї екскурсії є виховання культури вина у споживачів продукції Шабо.

При дегустуванні алкогольних напоїв повинні враховуватись вікові обмеження, тому цільовою аудиторією є чоловіки та жінки старше 18 років.

Загалом налічується 43 зупинки на маршруті екскурсії. Детальний план усіх зупинок і послідовність відвідування об'єктів та місць наведено в технологічній карті в додатку А.

Загальна тривалість екскурсії складає 2,5 ч. Час, відведений на кожну зупинку, та перерви для відпочинку чи запитань наведено в додатку А.

Загальна кількість об'єктів показу становить 46 одиниць. В технологічній карті вказана інформація про історичні, культурні або природні об'єкти, які будуть представлені під час екскурсії.

Також в технологічній карті зазначені методи та прийоми подачі інформації, заходи безпеки, необхідне обладнання та матеріали, контрольні питання та завдання, використання наочних матеріалів, інтерактивні елементи та способи залучення аудиторії., яких слід дотримуватися під час екскурсії, зокрема рекомендації щодо поведінки на певних ділянках маршруту також зазначені в карті.

Технологічна карта екскурсії допомагає забезпечити якісне проведення заходу, сприяє чіткій організації та дозволяє гіді бути підготовленим до різних ситуацій під час екскурсії.

3.2. Можливості для розробки нових екскурсійних послуг для розвитку винного туризму в Одеському регіоні

Україна є домівкою для багатьох старовинних виноробень, які протягом століть виготовляють чудові вина. Українські вина здобули репутацію виняткової якості та отримали численні нагороди на міжнародних конкурсах. Їх також стає дедалі легше знайти в магазинах, ресторанах та онлайн, що дозволяє більшій кількості людей насолоджуватися ними. Завдяки подальшому міжнародному визнанню, українські вина ймовірно стануть ще популярнішими [25].

Провідні вчені та фахівці стверджують, що Україні варто перейняти світовий досвід у висадці сортів винограду в певних регіонах. На думку експертів, для цього необхідно створити карту виноградарських регіонів і забезпечити її науковий супровід. Наразі над цим працюють співробітники Національного наукового центру «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Е. Таїрова» НААН України [26].

Розглядаючи рекреаційний потенціал кластерного розвитку винного туризму, варто звернути увагу на те, що фахівці відносять до нього всі види туристичних та рекреаційних ресурсів, які можуть бути прямо або опосередковано задіяні у процесі створення та надання послуг винного туризму. Найважливішою складовою винного туризму є виноградники, відвідування яких є невід'ємною частиною повноцінних винних турів, які викликають значний інтерес як у професіоналів, так і у звичайних туристів. Обсяги виробництва винограду по регіонах України наведено в табл. 3.2. Відповідно до існуючого районування, на території України виділено 15 виноградарських зон (макрозон), які є основою для сорторайонування, та 58

природно-виноградарських районів (мікрозон). Лідером по виробництву винограду є Одеська область (рис. 3.1.). Зокрема, в Одеській області налічується 3 макрозони і 16 мікрозон [27].

Таблиця 3.2.

Обсяги виробництва винограду на 1 грудня 2021 р. (тис.ц)

		Господарства усіх категорій		Підприємства		Господарства населення	
		2021	2021 у % до 2020	2021	2021 у % до 2020	2021	2021 у % до 2020
Україна		2353,4	87,4	729,4	83,5	1624,0	89,3
	Вінницька	35,0	94,2	—	—	35,0	94,2
	Волинська	2,6	98,9	—	—	2,6	98,9
	Дніпропетровська	75,3	78,1	к	к	к	к
	Донецька	49,7	95,8	к	к	к	к
	Житомирська	0,7	109,3	—	—	0,7	109,3
	Закарпатська	283,8	106,4	к	к	к	к
	Запорізька	37,8	77,6	к	к	к	к
	Івано-Франківська	8,3	102,1	—	—	8,3	102,1
	Київська	25,7	120,6	—	—	25,7	120,6
	Кіровоградська	30,2	94,2	—	—	30,2	94,2
	Луганська	28,0	104,2	—	—	28,0	104,2
	Львівська	13,2	98,9	—	—	13,2	98,9
	Миколаївська	177,3	81,3	155,3	83,8	22,0	67,0
	Одеська	1419,8	89,4	524,9	87,5	894,9	90,6
	Полтавська	27,4	100,6	0,0	131,9	27,4	100,6
	Рівненська	3,2	97,7	—	—	3,2	97,7
	Сумська	2,2	82,8	—	—	2,2	82,8
	Тернопільська	1,8	103,3	—	—	1,8	103,3
	Харківська	5,4	78,3	к	к	к	к
	Херсонська	92,2	46,0	42,5	61,9	49,7	37,7
	Хмельницька	5,9	90,7	—	—	5,9	92,7
	Черкаська	12,1	71,4	—	—	12,1	71,4
	Чернівецька	12,2	104,2	—	—	12,2	104,3
	Чернігівська	3,6	117,8	—	—	3,6	117,8

Джерело [28]



Рис. 3.1. – Відсоток участі різних регіонів України у виробництві винограду
Джерело: створено автором за даними [28]

В одеській області збирається більше половини всього виробленого винограду в Україні. На другому місці опинилася Закарпатська область. Провідні виноробні в Україні розташовані також у Миколаївській та Херсонській областях.

У нашій країні виноробні підприємства південних регіонів України намагаються розробляти та презентувати винні тури. У 2007 році Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє та Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму ФПУ вперше в Україні розпочали розробку винних турів по країні. У цей проект були залучені виноробні підприємства південних регіонів України, такі як винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих» та ТМ «Колоніст». Такі ж тури були розроблені для інших виноробних областей України – Херсонської, Миколаївської, і Закарпатської.

Винний або гастрономічний тур може тривати від кількох днів до кількох тижнів і включати різноманітні заходи – екскурсії по виноградниках, відвідування стародавніх виноробень, льохів і національних ресторанів, де можна особисто познайомитися з виноробами, дізнатися про культуру, технології та вікові традиції виробництва відомих вин. Під час подорожі

можна відвідати тематичні винні фестивалі, народні свята та місцеві культурні пам'ятки. Існують також спеціалізовані винні готелі та винні СПА-комплекси.

«Центр культури вина Шабо» вже був включений комісією Ради Європи до туристичної карти європейських винних маршрутів. Проект отримав високу оцінку і в Україні: у 2009 році на професійному туристичному конкурсі «Чорноморська перлина» він здобув найвищу нагороду у номінації «Кращий інноваційний проект», а у 2010 році отримав «Золоту зірку» в номінації «Кращий проект розвитку регіонального туризму» [27].

Кластерний розвиток — це економічна стратегія, яка передбачає створення та підтримку географічних концентрацій взаємопов'язаних компаній, постачальників, обслуговуючих фірм, споріднених галузей та інших установ у певній сфері діяльності. Основна мета такого розвитку полягає в підвищенні конкурентоспроможності регіону або галузі через кооперацію, інновації та обмін знаннями між учасниками кластеру.

Кластерний розвиток є важливим інструментом для регіонального економічного зростання, залучення інвестицій та підвищення конкурентоспроможності на глобальному ринку. Прикладом винного кластеру є винні регіони (наприклад, Бордо у Франції): виноробні підприємства, що включають виноградники, виноробні заводи, дослідницькі установи та туристичні об'єкти. Механізм взаємодії учасників кластеру винного туризму наведено на рис.3.2.

Наразі виникла потреба об'єднати в одну кластерну систему підприємства виноробного підкомплексу АПК та туристичні підприємства на регіональному рівні для кращої координації дій, максимізації прибутку та раціонального використання ресурсів винного туризму. Також необхідна кооперативна організація селянських господарств, які займаються виноробством. Співпрацюючи в кластері, учасники можуть отримувати нові розробки у сфері логістики, технології продажу продукції, системи менеджменту та маркетингу виноробства та туристичного продукту.

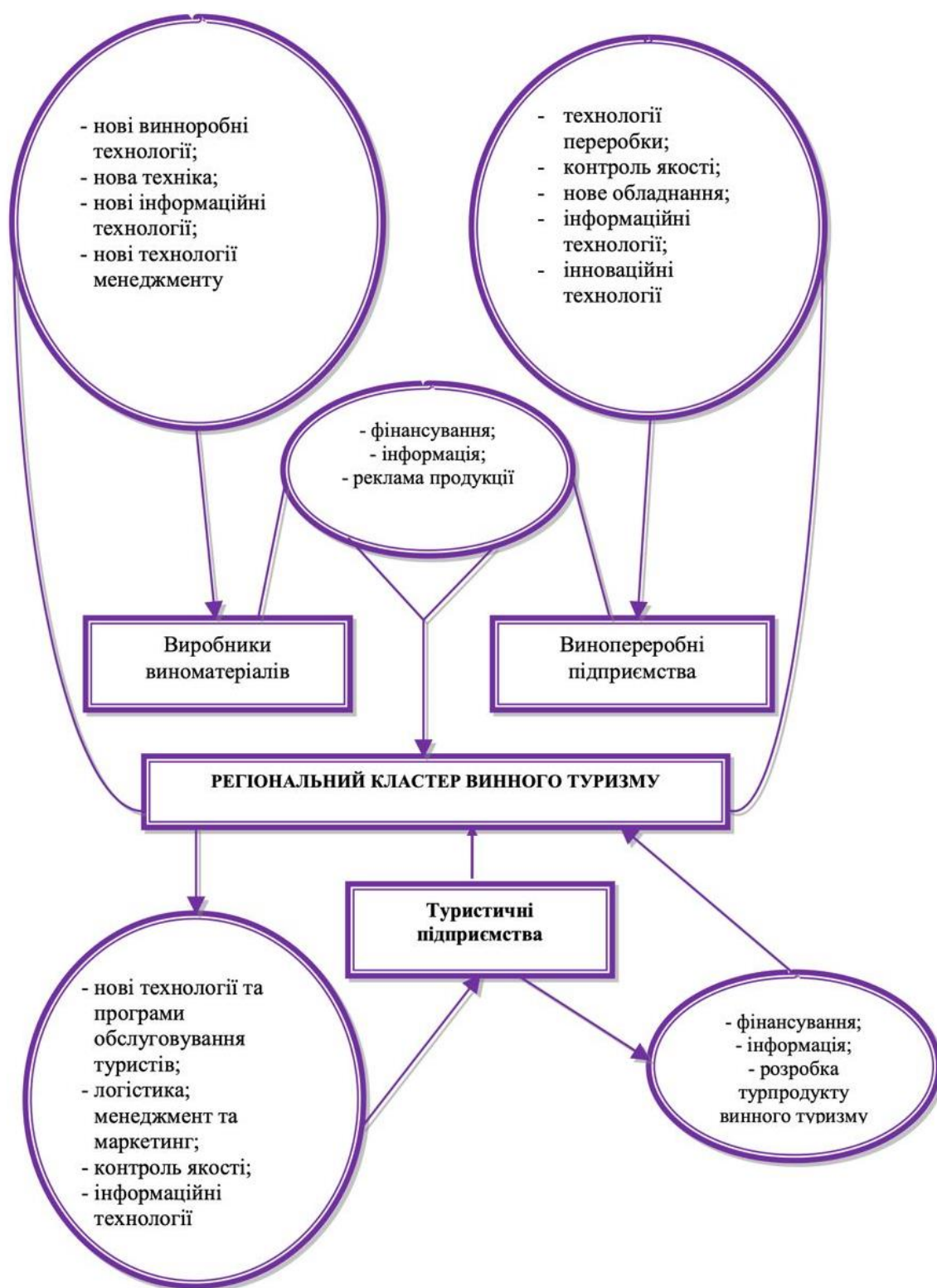


Рис. 3.2. – Механізм взаємодії учасників регіонального кластеру винного туризму

Джерело: [26]

Основні аспекти кластерного розвитку:

1. Географічна концентрація: Компанії та організації, що складають кластер, розташовані в одній географічній області, що сприяє їхній взаємодії та співпраці.
2. Спеціалізація: Учасники кластеру спеціалізуються на одній або кількох суміжних галузях, що дозволяє ефективніше використовувати їхні компетенції та ресурси.
3. Співпраця та конкуренція: Компанії в кластері співпрацюють для досягнення спільних цілей, але також конкурують між собою, що стимулює інновації та підвищує продуктивність.
4. Підтримуючі структури: Кластер включає освітні та дослідницькі установи, державні організації та інші інституції, які забезпечують необхідну інфраструктуру, підтримку та знання.
5. Інновації та обмін знаннями: Взаємодія між учасниками кластеру сприяє обміну знаннями, ідеями та технологіями, що стимулює інновації та розвиток.

Дорога вина та смаку Української Бессарабії - організація, що об'єднує виробників локальних вин та традиційних продуктів. Еногастрономічний маршрут "Дорога вина та смаку Української Бессарабії" проходить через південно-західні райони Одеської області, пропонуючи туристам можливість ознайомитися з кулінарними особливостями цього регіону. Маршрут включає чотири напрямки: Одеса – Шабо – Білгород-Дністровський, Одеса – Фрумушика-Нова – Лісне, Ізмаїл – Криничне – Болград, Татарбунари – Струмок – Приморське – Вилкове. Основною дорогою, яка з'єднує ці пункти, є автотраса М-15 Одеса – Ізмаїл.

Багатоденний маршрут "Дорога вина та смаку Української Бессарабії" включає відвідування виноробень та знайомство з місцевою кухнею. До переліку рекомендованих локацій входять ті об'єкти, які відповідають основним критеріям: легальність бізнесу та високий рівень сервісу. Кожна туристична локація може звернутися до організаторів проекту з пропозицією бути включеною до маршруту "Дорога вина та смаку". Регіональні виробники якісної продукції отримують законодавчо захищену назву продукту –

відповідне географічне зазначення, що для споживача є гарантією високої якості та автентичності продукту.

В роботі пропонується розробка нової навчальної екскурсії для студентів і професіоналів «Школа винороба».

Метою екскурсії «Школа винороба» є підвищення рівня знань та отримання практичних навичок у галузі виноробства.

Основні підтеми екскурсії:

1. Історія виноробства.
2. Сорти винограду.
3. Технологія виробництва вина.
4. Хвороби і недоліки вин.
5. Класифікація вин.
6. Типи вин.
7. Виноробні регіони світу.
8. Мова етикеток.
9. Правила дегустації.
10. Терміни, що використовують при дегустації і у виноробстві.
11. Дегустація води.
12. Обов'язки сомельє.
13. Правила та принципи підбору напоїв.
14. Створювання винних карт.
15. Підбор аксесуарів.
16. Умови зберігання і сервування вина.
17. Вплив різної води на смакові характеристики вин та блюд кулінарії.

Приклад маршруту екскурсії наведено на рис.3.3.



Рис. 3.3. – Карта маршруту при відвідуванні екскурсії «Школа винороба»

Джерело: створено автором

Маршрут запропонованої екскурсії прокладено більшою частиною через виробничі потужності заводу Шабо, що пов'язано більше з виробничою тематикою екскурсії.

Розрахунок вартості екскурсії "Школа винороба" залежить від кількох факторів. Ось кроки для визначення вартості:

1. Фіксовані витрати:

- Утримання приміщень: до вартості утримання приміщень необхідних для проведення екскурсій входять витрати на опалення, світло, воду.

- Утримання устаткування: вартість амортизації обладнання (преси, бочки, пляшки, тощо) розраховується шляхом ділення вартості обладнання на очікуваний термін його служби.

- Зарплата персоналу: враховуйте заробітну плату адміністраторів, гідів-виноробів, офіціантів дегустаційної зали, прибиральниць.

2. Змінні витрати:

- Виноград та інші матеріали: вартість винограду та інших необхідних матеріалів (цукор, дріжджі, тощо).

- Дегустація: вартість вина для дегустації, закуски тощо.
- Рекламні матеріали: витрати на буклети, брошури, дегустаційні блокноти тощо.

3. Додаткові витрати:

- Ліцензії та дозволи: врахування вартості ліцензій та дозволів, якщо це необхідно для проведення екскурсій.
- Страхування: витрати на страхування учасників та відповідальності.

4. Маркетинг та реклама:

- Витрати на рекламу, маркетингові кампанії, просування в соцмережах та інші заходи з залучення клієнтів.

5. Рентабельність:

- Бажана націнка, яка покриє всі витрати та забезпечить прибуток. Зазвичай націнка може бути від 20% до 50% від суми витрат, в залежності від ринку та конкурентного середовища.

Формули для розрахунку вартості екскурсії:

1. Сума фіксованих витрат (F):

$$F = \frac{F_1 + F_2 + F_3}{N} \quad (3.1)$$

F_1 - Оренда приміщення

F_2 - Амортизація обладнання

F_3 - Зарплата персоналу

N - Кількість екскурсій на місяць

2. Змінні витрати на одну екскурсію (V):

$$V = V_1 + V_2 + V_3 \quad (3.2)$$

V_1 - Виноград та матеріали

V_2 – Вино та закуска для дегустації

V_3 - Рекламні матеріали

3. Інші витрати на одну екскурсію (A):

A - Страхування

4. Витрати на маркетинг на одну екскурсію (M):

$$M = \frac{P_m}{N} \quad (3.3)$$

P_m - Загальні витрати на маркетинг за місяць

5. Загальні витрати на одну екскурсію (Т):

$$T = F + V + A + M \quad (3.4)$$

6. Рентабельність (R) (наприклад, 20%):

$$R = 0.20 * T \quad (3.5)$$

7. Вартість екскурсії (С):

$$C = T + R \quad (3.6)$$

Після визначення всіх складових, можна отримати загальну вартість екскурсії "Школа винороба" для клієнтів (табл.3.3).

Таблиця 3.3.

Розрахунок вартості екскурсії «Школа винороба»

Витрати на екскурсію	Показник	Значення	Коментар
Витрати на утримання приміщень	F_1	2000 грн	Утримання музею складає близько 10000 грн на місяць. Із рахунку, що в музеї проводяться 5 видів екскурсій витрати на один вид складуть $10000/5=2000$ грн
Утримання устаткування	F_2	600 грн	Утримання устаткування складає в середньому близько 3000 грн на місяць. На один вид екскурсії припадає $3000/5=600$ грн витрат
Зарплата персоналу	F_3	3800 грн	Заробітна плата гідів становить 7000 грн/міс. Адміністратор, офіціант і прибиральниця отримують по 4000 грн/міс. На один вид екскурсій припадає $(7000+3*4000)/5$
Кількість екскурсій на місяць	N	10 од.	ЦВК Шабо наразі працює у суботу і неділю
Фіксовані витрати	F	640 грн	$(3800+600+2000)/10$
Витрати на інгредієнти для вина	V_1	100 грн	Вартість винограду, та цукру.

Витрати на дегустацію	V_2	100 грн	Середня вартість 300 мл вина
Витрати на рекламні матеріали	V_3	50 грн	Вартість рекламного буклету
Змінні витрати	V	250 грн	100+100+50
Страховання	A	50 грн	Страховання відповідальності на 1 особу
Загальні витрати на маркетинг	P_m	1000 грн	Підтримка сайту і соцмереж із розрахунку на один вид екскурсій 5000/5
Витрати на маркетинг на одну екскурсію	M	100 грн	1000/10
Загальні витрати на одну екскурсію	T	1040 грн	100+250+640+50
Рентабельність	R	208 грн	Закладаємо рентабельність 20% 1040*0,2
Вартість екскурсії	C	1248 грн	1040+208

Джерело: створено автором

Таким чином вартість однієї екскурсії може становити 1248 грн, навіть якщо в групі лише одна людина.

Від постійної екскурсії «Школа винороба» - ця ініціатива може перерости в постійно діючий майданчик, може й зі створенням крауфандінгової платформи для залучення на навчання та підвищення кваліфікації, а також зібрання проектів у винному та виноробному туризмі у складі регіонального кластеру.

Висновки до розділу 3

В кваліфікаційній роботі було зроблено наступні рекомендації щодо підвищення якості надання екскурсійних послуг в сфері туризму на прикладі ГО ЦВК Шабо:

1. Розроблена концепція якісного сервісу на ГО ЦВК Шабо з позиції

споживача і с позиції підприємства.

2. Для споживача запропонована анкета-опитувальник «Споживча привабливість винних турів», яка має за мету визначення наскільки споживачі мають потребу в винних турах.

3. Для підприємства пропонується розробка актуальної технологічної карти Екскурсії з дегустацією.

4. Проведено аналіз виноробної галузі, де одеська область займає лідируючу позицію.

5. Охарактеризовано кластерну систему виноробного комплексу і виявлені основні аспекти його розвитку.

6. Розроблена нова навчальна екскурсія «Школа винороба».

7. Розраховано вартість екскурсії «Школа винороба» на ГО ЦВК Шабо.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі, присвяченій темі «Удосконалення організації надання екскурсійних послуг на підприємствах індустрії туризму (на прикладі громадського об'єднання «Центр культури вина Шабо») в першому розділі визначено основні поняття і види екскурсійних послуг.

З'ясовано, що *«екскурсія – цілеспрямований та запрограмований наочний процес пізнання особою оточуючого світу, побудований на поєднанні зорових, слухових та інших вражень, який проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця – екскурсовода»* [1, с. 20]. Виявлені основні функції та ознаки екскурсії.

З'ясовано зв'язок екскурсійної діяльності з туристичною діяльністю і схема функціонування ринку екскурсійних послуг.

В другому пункті першої глави роботи описані вимоги до організації екскурсій, технологія проектування та формування екскурсії. Далі виявлені особливості управління діяльністю екскурсійних підприємств в контексті розвитку винного туризму. Описані види туризму, основні аспекти винного туризму, а також методика оцінювання якості надання екскурсійних послуг.

В другому розділі роботи проведено дослідження господарчої діяльності ГО ЦВК Шабо. Описані засновники компанії, її юридичний статус, структура управління і фінансові показники ГО ЦВК Шабо. З'ясовано, що організація не є прибутковою, і має за мету підвищення культури вина серед населення України.

Описані чотири види екскурсій, які пропонує ЦВК Шабо: Екскурсія стандартна, Екскурсія з дегустацією, VIP-екскурсія і VIP-екскурсія з дегустацією. Наведена карта маршруту Екскурсії з дегустацією.

В третьому пункті проведена оцінка якості надання екскурсійних послуг ГО ЦВК Шабо. З'ясовані якісні складові екскурсійного обслуговування. Проведено оцінку якості Екскурсії з дегустацією з боку екскурсанта за SERVQUAL методикою. Загальна оцінка якості дорівнює 12 балам. Це

означає, що на більшість питань сприйняття опинилися кращі за очікування. Не зважаючи на вагу показників, загальна оцінка по всіх групах по сприйняттю опинилась більше ніж по очікуванню. Не виправдали надій екскурсантів: естетичне очікування від екскурсії, наявність методичних матеріалів і достовірність інформації про організацію екскурсії.

В третьому розділі були надані рекомендації щодо підвищення якості надання екскурсійних на ГО ЦВК Шабо. Розроблена концепція високоякісного сервісу для ГО ЦВК Шабо, яка враховує як погляди споживачів, так і позицію самого підприємства.

Для споживачів запропоновано анкету-опитувальник під назвою «Споживча привабливість винних турів». Ця анкета має на меті визначити, наскільки високий попит на винні тури серед споживачів.

Для підприємства рекомендовано розробити сучасну технологічну карту для проведення екскурсій з дегустацією, що дозволить оптимізувати процес надання послуг. Проведено детальний аналіз виноробної галузі, зокрема, підкреслено, що Одеська область є лідером у цій сфері.

Охарактеризовано кластерну систему виноробного комплексу, визначено ключові аспекти її розвитку та потенціал для подальшого зростання.

Розроблено нову навчальну екскурсію під назвою «Школа винороба», яка покликана підвищити обізнаність та інтерес до виноробства серед відвідувачів.

Виконано розрахунок вартості екскурсії «Школа винороба» для ГО ЦВК Шабо, що дозволить підприємству ефективніше планувати та організовувати даний вид екскурсій. Вартість такої екскурсії повинна становити близько 1250 грн. із розрахунку на одного відвідуючого. При груповому відвідуванні вартість квитка значно знизиться.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг: навчально-методичний посібник / С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2011. – 216 с.
2. Вишневський В.І. Екскурсія як метод пізнання/ В.І. Вишневський // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія. – 2019. – Вип. 2 (75). – С. 59 – 63
3. Покоłodна М.М. Організація екскурсійної діяльності: підручник/ М.М. Покоłodна; Харків. нац. ун-тміськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. –Харків: ХНУМГім. О. М. Бекетова, 2017. –180с.
4. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі: навч.-метод. посібник. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2016. – 144 с.
5. Арсененко І.А. Екскурсійна діяльність як основа функціонування ринку екскурсійних послуг/ І.А. Арсененко, В.М. Іванова // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 4. Географія і сучасність. – 2015. – Вип. 19 (33). – С. 191 – 196
6. Закон України від 15.05.1995 № № 324/95-ВР, «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення:27.03.2024)
7. Організація екскурсійної діяльності: навч. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини; уклад. Л. А. Слатвінська. – Умань: Візаві, 2022. – 205 с.
8. Мотузенко О.О., Ганчукова О.В., Джанкола Д.В. Еногастрономічний туристичний продукт – інноваційна інтеграційна форма туристичної пропозиції. [Електронний ресурс]. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=gt_2013_24_17 (дата звернення:27.03.2024)

9. Романова А.А. Види туризму та їх класифікація у контексті сучасних тенденцій розвитку туріндустрії/ А.А. Романова // Економіка і регіон. – 2017. – № 4 (65). – ПолтНТУ. – С. 13 – 19

10. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / Д. І. Басюк, І. Я. Антоненко, Арпуль О. В. та ін. за наук. ред. Д. І. Басюк. – Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. – 318 с.

11. Чорна Н.М. Винний туризм в Україні: потенціал та тенденції розвитку/ Н.М. Чорна // Інфраструктура ринку. – 2022. – Вип. 67. – С. 161-166

12. Nezdoyminov S.G. Wine tourism through the prism of winemaking/ Nezdoyminov S.G. // Proceedings of the 1st International Academic Conference “Science and Education in Australia, America and Eurasia: Fundamental and Applied Science” (Australia, Melbourne, 25 June 2014). Volume I. “Melbourne IADCES Press”. Melbourne, 2014. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3136/1/%D0%92%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%20%D0%BA%D1%80%D1%96%D0%B7%D1%8C%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83%20%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf> (дата звернення:27.03.2024)

13. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності / Л.О. Горшкова //Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип.17. Ч.1. С.68-71.

14. Папп В.В. Організаційний механізм управління якістю послуг на туристичних підприємствах/ В.В Папп., Н.В. Бошота//Економіка і суспільство. 2018. – Вип.15. - С. 437-443

15. Охота В. І. Показники якості послуг (продуктів) туристичної індустрії (методичний та емпіричний аспект)/ В.І. Охота, В. Я. Брич// Економіка та держава. Економічна наука. – 2020. - №4, - С. 68 – 73.

16. Оливко О. Оцінка якості комплексного туристичного продукту/ О. Оливко// Вісник КНТЕУ. Ювілейний випуск. – 2015. - № 2(100). – С. 58 – 63.
17. Parasuraman A., Zeithaml Valarie A., Berry Leonard L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. Journal of retailing. 1988. Vol. 64 (1). P. 12—40.
18. Тарасова К. І. Перспективи розвитку винного туризму шабівської отг/ К.І. Тарасова// Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науковопрактичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених 23 жовтня 2019 р. – Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», – С.127-130
19. Реєстраційні данні ЦКВ Шабо. [Електронний ресурс]. URL: <https://opendatabot.ua/c/37058082> (дата звернення:15.04.2024)
20. Центр культури вина Шабо Код ЄГЕРПІОУ. [Електронний ресурс]. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/37058082/ (дата звернення:15.04.2024)
21. Порядок надання туристичних послуг у м. Києві. Додаток № 1 до рішення Київради від 18.03.2004 р. №88/1298 [Електронний ресурс]. URL: <https://kmr.gov.ua/poryadok-predostavleniya-turisticheskikh-uslug-v-kiev> (дата звернення:15.04.2024)
22. Центр Культури вина Шабо [Електронний ресурс]. URL: <https://shabo.ua/czentr-kulturi-vina/> (дата звернення:10.04.2024)
23. Бедрадіна Г. К. Теоретико-методичне обґрунтування заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств/автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: Одеса, - 2018. – 20с. URL:<http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11280/1/%D0%91%D0%B5%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%B0%20%D0%93.%D0%9A..pdf> (дата звернення:05.04.2024)
24. Ishikawa K. Guide to quality control. Tokyo: Asian Productivity Organization, 1976. 226 p

25. Верецька О.Я. Винний туризм в умовах війни/ О.Я. Верецька, К.С. Нікітенко // Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: збірник матеріалів II Всеукраїнської науково–практичної конференції (м.Херсон, 25 квітня 2023 р.) / за ред. доц. Нікітенко К.С. Херсон (Кропивницький): ХДАЕУ, - 2023. – С. 33 – 35

26. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147037847.pdf> (дата звернення:15.04.2024)

27. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / [колектив авторів] за наук. ред. Д. І. Басюк. – Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. – 316 с.

28. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення:15.04.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А.

Таблиця А.1.

Технологічна карта Екскурсії з дегустацією

Етапи переміщення за маршрутом	Місця зупинок	Об'єкт показу	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Вказівки щодо організації
ЦКВШ	Рецепція	-	-	-	Придбання квитків
	Вхід до ЦКВШ		5 хвл.	Знайомство з гідом, та технікою безпеки	-
Історична частина екскурсії					
Переміщення вздовж рампи	-	-	3 хвл.	Місія ЦКВШ, інформація про розміри ЦКВШ	-
Швейцарський підвал	Вхід до швейцарського підвалу	Пам'ятник виноградній лозі	5 хвл.	Цей арт-об'єкт – данина поваги виноградній лозі, пам'ятник її шляхетності і величчю. Тут зображений найромантичніший момент життя виноградної лози – «лоза плаче». Міцний стовбур уособлює мудрість життя і його нескінченність – зверху прямо до сонця пробиваються молоді виноградні суцвіття. У нижній частині пам'ятника, в чаші, ви можете прочитати напис: «Вино – це культура».	-
	Швейцарський підвал (верхня зала)	Ліки лози (8 од.)	7 хвл.	Перші 4 маски уособлюють чотири пори року, довгий шлях який проходить лоза в коловороті світобудови (зима, весна, літо, осінь); Інші 4 маски уособлюють 4 великих сорти винограду, які ростуть в Шабо, – два червоних (Каберне Совіньйон, Мерло) і два білих (Шардоне і Тельті Курук).	-
	Швейцарський підвал (нижня зала)	Виноградна кісточка	7 хвл.	Серцем і душею ансамблю скульптурних композицій «Трилогія виноградної лози» є маска, створена з білого мармуру, яка органічно вписалася в інтер'єр нижнього (другого) залу старовинного швейцарського підвалу. Маска отримала назву «Виноградна кісточка», тому що в її губах – позолочена виноградна кісточка. Голова прикрашена золотою тіарою – точною копією реальної шабської кореневласної виноградної лози.	Пропонується сфотографуватися

	Швейцарський підвал (верхня зала)	Арт-галерея Шабо	4 хвл.	Тут ви можете ознайомитися з теруаром Шабо очима французького фотографа Мішеля Седана. Ця виставка має назву 'Shabo terroir' («Теруар Шабо»).	
Музей Шабо	Вхідний портал	Колони (5 од.)	3 хвл.	Музей SHABO символічно «збудований» на п'яти колонах. Кожна з них символізує певну часову епоху. Перша колона - нагадує про те, що Грузія є найдавнішою прабатьківщиною культурного виноробства. Друга - виконана у формі іонічної колони. Уособлює епоху Тіри – давньо-грецької колонії, яка процвітала тут, на Дністровських берегах, більш ніж 2500 років. Третя вказує на епоху панування Османської імперії на території Північного Причорномор'я і зокрема у фортеці Аккерман. Четверта виконана у вигляді дерев'яної спіралі виноградного преса, нагадує про швейцарських виноробів, які у 1822 році, майже двісті років тому, заснували виноробну колонію Шабо. П'ята колона облицьована кахлем, символізує радянські тоталітарні часи, коли тут знаходився Винзавод.	-
	Фойє	Скульптура Бахуса	7 хвл.	Ви бачите римського Бога виноробства – Бахуса . Ця скульптура тоталітарного радянського періоду. Скульптура виготовлена з простого бетону і прекрасно зберіглася, незважаючи на те, що у радянські часи знаходилася на вулиці, на місці сьогоденішнього фонтану Діоніса.	Пропонуються сфотографуватися
	Музейний лабіринт	Музейний кінозал	10 хвл.	Ми знаходимося в Музейному кінозалі, прошу зайняти місця. На нас чекає невеликий екскурс в історію. Приємного перегляду	Перегляд фільму про важливі історичні віхи Шабо
		Зала античної тири	5 хвл.	В античному андроні (приміщенні для симпозіумів), в якому мали право перебувати лише чоловіки, інсценовано бенкет. На ложах (клініях) лежать чоловіки, філософствують і п'ють вино, а	-

				на низьких столиках сервіровані фрукти і солодоші. У центрі видніється «кратер» – посудина для змішування вина. У ньому греки розводили вино водою. Стародавні вина були дуже густими, тому греки розводили вино водою. Пили вино зі спеціальних чаш – «кіликів» (порівняйте українські «келихи»).	
		Зала турецького господарства	5 хвл.	Тепер ми в імперії Османських султанів. Тут ми бачимо модель фортеці Аккерман 1820 року з фруктовими деревами, злаковими полями, виноградниками і критими соломною будиночками на березі лиману.	-
		Зали швейцарського періоду: - зала з мапою на стіні; - Зала з макетом обозу швейцарських колоністів; - зала «Домівка Луи Тардана»; - зала Хоздвор Тардана	15 хвл.	<u>Зал с картой на стене</u> Тут на великій карті Ви можете простежити, як пролягли більше 2500 км довгого шляху швейцарських виноробів з міста Вьове (кантон Во) в Шабо – від Женевського озера до Дністровського лиману. <u>Зал с макетом обоза швейцарских колонистов</u> У наступній довгій вітрині (5 м) можна побачити макет обозу (конвою) переселенців, виконаного з точністю, аж до портретної схожості. Це ручна робота, що складається з 15-ти тисяч деталей. <u>Зал «Дом Луи Тардана»</u> Двері відчинені, можна увійти у будинок Тардана. Усе виглядає так, як ніби господарі тільки що вийшли на короткий час. Можна бачити, чути і відчувати запахи тодішніх буднів. Чути музику тих часів, їхні пісні, типові робочі запахи, з двору доноситься кудкудакання курей, гавкіт собаки ... Красивим світлом проєктори освітлюють приміщення, меблі, картини, інструменти та пристрої. Експонати не замкнені у вітринах, як у звичному музеї, а все відкрите, живе. <u>Зал - Хоздвор Тардана</u> У критому соломною сараї стоять бочки, робочі пристосування для виноградарства і виноробства, пень з колодою, дрова, підвішені качани кукурудзи, рибальські снасті та тенета,	-

				дерев'яні граблі і лопати для роботи з виноградом ... Цікавий предмет – старовинний перегінний апарат для виноградної горілки. Дуже цікавий кошик для перенесення винограду – в Бессарабії раніше таких не було, а швейцарські переселенці їх використовували.	
		Зала Другої Світової Війни	5 хвл.	Усе приміщення цього залу оббите необробленими листами заліза. Число днів окупації, кількість жертв, фотографії військових подій в Шабо зображені на 60-ти емальованих металевих табличках і повішені на стіну трьома блоками. Голі лампи розжарювання освітлюють цю скорботну художню інсталяцію.	-
		Зала Радянського тоталітаризму	5 хвл.	Тепер ви в приймальні директора винсовгоспу Шабо. На подіумі – дерев'яна стінка книжкових полиць. Місце секретарки відділене «бортиком» від приймальні для «простого» народу. Все кривобоке і кособоке. На стільці – піджак колишнього головного бухгалтера підприємства Шабо (оригінал). Навіть паркет – оригінал з кабінету директора винсовгоспу.	-
	Коридор	Довгий похід Вевьо Шабо	2 хвл.	На зворотному шляху з останньої кімнати музею у фойє ми знайомимся із зупинками швейцарських емігрантів із Веве до Шабо.	-
	Фойє	Колекція фотографій	3 хвл.	Портрети видатних людей, що відвідали свого часу Шабо, зображені на великих банерах на стінах: граф Михайло Семенович Воронцов, граф Інзов, Олександр Пушкін, Леся Українка і румунський король Кароль II. Тут бували також такі неоднозначні особистості, як Григорій Котовський, Рауль Кастро та інші. Уже в наш час Шабо неодноразово відвідував Перший Президент України Леонід Кравчук, міністри, зірки шоу-бізнесу, актори, телеведучі, посли.	-
Історичний королівський підвал	Сходи	Табличка з підписом короля Карола	3 хвл.	20 червня 1937 року румунський король Кароль II відвідав швейцарських виноробів у Шабо. І подивіться, ось тут румунський король увічнив себе своїм величним <i>особистим розписом</i> . Після	-

				цього високого візиту і стали називати цей підвал «королівським».	
	Ліве крило підвалу	Галерея бутів	5 хвл.	Майже 200 років тому швейцарські колоністи побудували цей красивий винний льох. Для будівництва використовувався природний камінь, який видобували на берегах Дністровського лиману. Всі жителі поселення брали участь у видобутку і відборі кращого каменю.	-
	Праве крило підвалу	Стіл з бюстом письменника	5хвл.	Під вечір 14 грудня 1821 року Олександр Пушкін приїхав у швейцарську колонію Шабо. Він прогулювався тут уздовж лиману, вів бесіду з Луї Тарданом. Тут, за цим столом, за місцевою легендою, Пушкін і Тардан, насолоджуючись дегустацією, філософствували про вино.	-
	Зала малої енотеки	Енотека	5 хвл.	А тепер ми знаходимося в невеликій енотеці Шабо. <i>Ено</i> – з грецької означає «вино». Енотека – це, іншими словами, колекція вин. Не всі вина здатні жити довго. Вина-довгожителі – це спиртовмісні міцні і десертні вина, вони живуть до 150 років, херес і мадера – до 200 років, білі сухі вина – до 12 років і червоні сухі – до 15-20 років. У Королівському підвалі в комірках енотеки упродовж багатьох десятиліть зберігається вино. Найстаріше вино – 1975 року	-
Грузинський підвал	Зала підвалу	Марані	5 хвл.	Ми знаходимося в реконструкції традиційного грузинського марані. Тут ви можете бачити «сацнахелі» (давильня для винограду), «квеврі» (величезний глечик, амфора або чан для зберігання і бродіння вина) і «оршимо» (спеціальний черпак для вичерпування вина з квеврі) тощо.	-
Мультівізіон	Зала мультівізіону	Фільм	10 хвл.	З історією нашої місцевості ми вже коротко ознайомилися, пропонуємо ознайомитися з життям виноградної лози – тому що саме з добірного винограду розпочинається високоякісне вино. Запрошуємо вас до нашого кінозалу- мультівізіону, щоб переглянути усі етапи життя виноградної лози. До речі, за сезон ми збираємо близько 10	Перегляд фільму в мультівізіоні

				млрд виноградних ягід – і піклуємося про кожну!	
Альпійська гірка	Біля альпійської гірки	Альпійська гірка	7 хвл.	На Альпійської гірці росте лаванда, як у Провансі. Лавки і містки зроблені з дубових клепок старих дубових бутів. У маленькому ставку живуть червоні японські рибки (рибки благополуччя і достатку) і життєрадісні українські жабки. Тут дуже хороша екологія! Багато хто вважає, що Шабо за енергетикою – це «місце сили».	Пропонується сфотографуватися
Фонтан Діонісу	Біля фонтану	Фонтан Діонісу	7 хвл.	Я запрошую Вас усередину цієї мультимедійної скульптури, де ви зможете побачити і пережити інтригуючий момент, коли грецький бог виноробства Діоніс перетворює сік виноградних ягід на благородне вино. Це символічне дійство того, як народжується вино.	Пропонується сфотографуватися
Історичний хересний підвал	Біля входу до підвалу	-	2 хвл.	Винороби ШАБО виробляють за класичною іспанською технологією хересування і <i>десертний</i> , і <i>сухий</i> херес. Зараз ми спустимося в старовинний підвал, який має назву «Хересний».	-
	Перша зала	Настінний розпис	3 хвл.	Отже, тепер ми знаходимося в шабському хересному підвалі. Тут ви зустрінетеся з пристрасною Андалузії. Цей підвал також побудований швейцарськими винороба-ми і має багату історію. А майже через 200 років також швейцарець – художник Хуго Шер – своєю мовою символів описав, як херес з країни походження – Андалузії в Південній Іспанії – прибув до Шабо.	-
	Друга зала (біля дверей)	Друга зала	5 хвл.	Як ви бачите, в хересному підвалі завершено реконструкцію. Старі хересні бочки відреставрували. Відреставровано також вхід, сходи і дерев'яну підлогу. Всі дерев'яні деталі хересного підвалу – з елементів старовинних шабських дубових бочок. У цих дубових бочках упродовж багатьох десятиків років раніше зберігали вино, з роками деякі елементи бочок стали непридатними. Але збереглися клепки відмінної якості – саме з них було створено нинішній декор Хересного підвалу.	-

	Перша зала	Настінний розпис	2 хвл.	Стіна Хересного підвалу розписана художником зі Швейцарії Хуго Шером, який брав участь у створенні Центру Культури Вина ШАБО як арт-директор. Цей стиль роботи на стіні називається графіті. У цих піктограмах (символах) зашифрована «Історія Вина – історія Шабо». Так, піктограми зліва гласять: «200 років тому у теруар між морем і лиманом на возах прибули швейцарські переселенці». Подивіться написи і спробуйте їх розшифрувати самостійно!	-
Виробництво благородних напитків Шабо					
Віноградний садочок	Біля садочок	Віноградний садочок	5 хвл.	Перед вами Невеликий демонстраційний виноградний садок. Він займає площу близько 500 кв.м. А тепер уявіть собі потужний, просторий і величезний за площею Олімпійський стадіон у столиці. Уявили? Так ось на виноградниках SHABO могло б розміститися 70 таких стадіонів.	-
Відділення з приймання та переробки винограду	Біля відділення	Вулична галерея ємностей	5 хвл.	Ми знаходимося біля ємностей (резервуарів) з нержавіючої сталі, які оснащені системою автоматичного контролю та підтримання температур. Це ємності для зберігання виноматеріалів і бродіння виноградного суслу, форма резервуару, нержавіюча сталь і температурний режим дозволяють зберегти ідеальну якість благородного напою. Вони мають «сорочку» теплоносія для підтримання постійної температури вина при зберіганні, також у них можна обробляти вина холодом при температурі від мінус 4С° до мінус 12С°.	-
	Біля екрану у відділенні	-	10 хвл.	Ми знаходимося у відділенні з приймання та переробки винограду. Тут приймають і перероблюють виноград для вин Classic, Reserve, Grande Reserve (білий), Family (білий), а також ігристих вин Шабо. Наше виробництво оснащене високотехнологічним «розумним» обладнанням, яке забезпечує постійний температурний контроль і щадний режим переробки (імітація рухів рук і ніг людини). Процес приймання і переробки винограду	Гості знайомляться з відеопрезентацією на екрані

				комп'ютеризований. Працює відділення лише кілька місяців на рік – з серпня до листопада, коли на виноградних плантаціях Шабо йде збирання винограду.	
	Кінець зали	Обладнання Bucher	5 хвл.	У відділенні з приймання та переробки винограду установлене новітнє обладнання «Bucher XPlus 50 Inertys» (Франція-Швейцарія) для пресування в умовах інертного середовища білого винограду цілими гронами для створення білих вин SHABO, а також ігристих вин і виноматеріалів для створення власних коньячних спиртів. Головна особливість цього унікального обладнання – робота в умовах інертного газу.	-
	На вулиці біля вініфікаторів	Вініфікатори	5 хвл.	Червоні сорти винограду переробляють зовсім не так, як білі. Для виробництва червоних виноматеріалів використовується технологія гребеневідділення – як з дробленням, так і без дроблення виноградних ягід.	-
Відділення елітних вин Шабо	Біля скляної стіни	Відділення елітних вин Шабо	5 хвл.	Ми знаходимося у відділенні елітних вин SHABO, яке є єдиним в Україні і одним з кращих у Європі. Його ще називають відділенням мікровиноробства. Тут наші винороби створюють Великі Вина України – Grande Reserve, Фамільний Резерв. Це вина високої гами.	-
Відділення коньяків, бренді та виноградно і горілки Шабо	У відділенні дистиляції	Відділення дистиляції	5 хвл.	Ми з вами знаходимося у відділенні дистиляції (спиртокуріння). Крім тихого і ігристого вина, компанія SHABO виробляє бренді, коньяки, виноградну горілку. Усі знають, що з винограду виробляють тихі і ігристі вина. Але далеко не всі знають, що деякі міцні алкогольні напої (коньяк, бренді, виноградна горілка) – також дар виноградної лози. Їх основа – базове біле сухе вино.	-
	Дистиляційна установка	Дистиляційна установка арманьячного типу	5 хвл.	Це дистиляційна установка арманьячного типу. Арманьячний тип – застосовується перегінна колона безперервної дистиляції, що дає спирт з дуже красивим виноградним букетом (62-70% дистиляти). Температура дистиляції не	-

				дуже висока – так аромат винограду не пригнічується, характерні аромати винограду дуже яскраво виражені. Класична колона арманьячного типу здатна ідеально зберегти смак свіжозірваної виноградної ягоди і аромат квітучої виноградної лози шабського теруару.	
	Біля відділення витримування	Відділення витримування	5 хвл.	Наступний дуже важливий етап виробництва коньяку – витримування . Оскільки коньячний спирт, яким би досконалим він не був, це ще не коньяк і не бренді. В Шабо побудовано абсолютно <u>нове відділення витримування і зберігання коньячних спиртів</u> . А це його невелика демонстраційна частина. Тут ви бачите дубові бочки. При виробництві коньяків і бренді віддають перевагу бочкам, в яких раніше витримувалося вино.	-
Парова котельна установка (на лозі)	Біля установки	Парова котельна установка	5 хвл.	На виноградниках ШАБО екологічно чисто утилізують обрізані виноградні гілки. Навесні 2011 року на виноградних плантаціях з'явилося сучасне «розумне» обладнання, що забезпечує безвідходність виробництва та енергозбереження.	-
Виносховище (-5), баррики.	Поверх 0	Постер «Шабо: історія успіху з 2003 р.»	5 хвл.	На цій стіні представлена історія сучасного SHABO у фотографіях. Ви бачите, які різкі зміни відбулися в Шабо з моменту заснування. Компанію було засновано в грудні 2003 року на базі виноробного підприємства, створеного ще у радянський період, яке прийшло до повного занепаду після розпаду СРСР. Після зміни форми власності це напівзруйноване підприємство за дуже короткий проміжок часу було повністю реконструйоване, побудовані абсолютно нові відділення, встановлено обладнання від провідних європейських фірм, сформований колектив високопрофесійних фахівців, а головне – створені стандарти якості для продукції, яка конкурує зі світовими аналогами.	-
	Поверх -5	Галерея бариків	10 хвл.	Загалом у Шабо більше 1000 дубових бочок. Бочка – це	Запропонувати

				домівка вина. У Шабо витриманими є вина Reserve (червоні і білі шардоне), Grande Reserve і Family Reserve. Ми знаходимося з вами в галереї маленьких бочок – бариків. Останнім часом винороби усього світу віддають перевагу саме «барикам» – невеликим бочкам на 200-220 л і на 300-330 л, а не величезним бутам (5000 л). Невеликі бочки-барики – це нова філософія бочки.	сфотографуватися
		Підйомник	5 хвл.	А тут, за цим склом, ви бачите сучасний підйомник. Внизу у виносховищі, на рівні 9 метрів під землею, знаходиться таке саме виносховище, де розташовані галереї ємностей з нержавіючої сталі, бочок і бариків.	-
		Вітрина класичних ігристих вин Шабо	5 хвл.	Перші ігристі вина були створені в SHABO ще в 19-му столітті швейцарськими переселенцями. Як еталон якості вони були відзначені численними медалями на міжнародних виставках. І сьогодні в Шабо створено сучасний Дім ігристих вин, де виробляють високоякісні ігристі вина Shabo – втілення досвіду швейцарських переселенців і відродження давніх традицій.	-
Відділення пляшкової витримки (відділення Великих Вин)	Біля відділення	Відділення пляшкової витримки	5 хвл.	Відділення пляшкового витримування преміальних вин розташоване у безпосередній близькості від лінії розливу. У цьому темному підземному приміщенні преміальні вина в спеціальних піддонах (касетах) у <i>горизонтальному положенні</i> (щоб змочувалася і не висихала пробка) проходять етап відпочинку і пляшкового витримування протягом мінімум <i>одного місяця</i> . На пляшкове витримування закладають вина, які досягли повної зрілості.	-
Лінія бутлювання/розливу вин Шабо (Виносховище)	Біля оглядового вікна	Лінія бутлювання/розливу вин Шабо	5 хвл.	Розлив здійснюється на італійському обладнанні для холодного розливу, яке робить можливим розлив найвищої якості, оптимально зберігає смак, колір, аромат вина, його природні властивості, біологічно цінні речовини, які позитивно впливають на здоров'я людини. Входити стороннім до відділення	-

				розливу забороняється, оскільки його робота повинна відбуватися в стерильній обстановці.	
Відділення бутлювання (відділення розливу)	Біля відділення	Відділення бутлювання	5 хвл.	Відділення розливу вин з колекції Classic, виноградної горілки, а також коньяків і бренді SHABO знаходиться в окремій будівлі біля «Альпійської гірки». Саме там здійснюється розлив благородних напоїв у пляшки. І тільки після цього виноматеріал стає вином.	-
Дегустаційна зала та енотека преміальних вин "Фамільний Резерв"	Дегустаційна зала преміальних вин	Дегустаційна зала	10 хвл.	Вино – це традиції і культура, філософія і високе мистецтво. Вино обирають серцем, ним насолоджуються, ним пишаться. Його дбайливо зберігають і колекціонують. І, звичайно, як особливу коштовність передають у спадок. Благородні напої – класичний предмет розкоші, атрибут успіху і вигідного інвестування в майбутнє. Компанія «Шабо» пропонує цінителям вин Шабо закріпити за собою унікальне право увійти до складу єдиного в Україні <i>Клубу цінителів вин Shabo</i> . Це ексклюзивний luxury-клуб, спільнота товаришів і однодумців – шанувальників благородних напоїв і прихильників преміальних вин Shabo. У пріоритетному порядку члени Клубу цінителів вин Shabo мають можливість сформувати свою власну колекцію « <i>Фамільний Резерв</i> », що складається з лімітованих суперпреміальних вин Shabo, заклавши їх на багаторічне пляшкове витримання в індивідуальні комірочки цієї енотеки. <i>Шабо – нове покоління вин Старої Європи.</i>	Дегустаційна вина
Кришталевий дегустаційний зал	Кришталевий дегустаційний зал	Дегустаційна зала	10 хвл.	Цей чудовий <i>Кришталевий зал</i> знаходиться в оточенні нових дубових бариків та історичних дубових бутів. Щоб підкреслити достоїнства вина, зал оформлений за міжнародним стандартом – у світлих тонах, з прекрасним освітленням	Дегустаційна вина
Білий дегустаційний зал	Білий дегустаційний зал	Дегустаційна зала	10 хвл.	Цей дегустаційний зал ми називаємо <i>Білим</i> . Такий колір обраний тому, що – відповідно до міжнародних стандартів – дегустаційні зали повинні бути	Дегустаційна вина

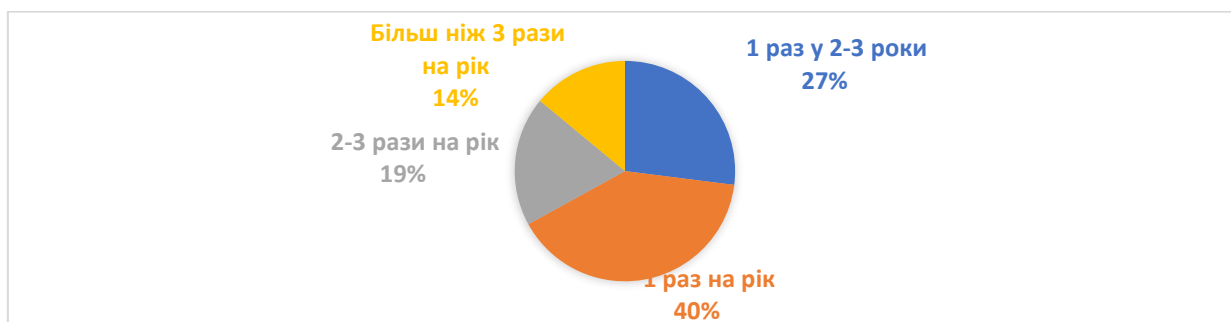
				виконані в світлих тонах і з відповідним яскравим освітленням. Все це потрібно для того, щоб підкреслити достоїнства вина. Білий зал знаходиться поруч з виробництвом і декорованими ємностями з нержавіючої сталі – це обладнання нового покоління для виробництва тихих вин.	
Фірмовий магазин. Ресторан «Шабське подвір'я»					
Фірмовий магазин Шабо	Біля магазину	Магазин Шабо	-	В Одесі та Одеській області є лише один фірмовий магазин SHABO – він знаходиться на території нашого підприємства. У фірмовому магазині представлений увесь асортимент продукції Shabo – більше 80 найменувань продукції найвищої якості.	Пропонується придбати фірмову продукцію Шабо
Ресторан «Шабське подвір'я»	Біля виходу	Ресторан «Шабське подвір'я»	-	Поруч з «Центром культури вина Шабо», недалеко від Дністровського лиману, розташувався затишний ресторан «Шабський дворик», в якому ви зможете спробувати традиційні страви української та грузинської кухні. У ресторані є літній і зимовий майданчики, банкетний зал, а також дитячий майданчик. У літню пору року ресторан буквально потопає в зелені. Один із залів ресторану – відреставрований історичний винний підвал, якому близько 200 років. На території ресторану є тоне – пекарня для випікання грузинського хліба. Побувати в «Шабському дворику» – все одно, що побувати в гостях у привітних мешканців села Шабо. Усі страви готуються за домашніми рецептами лише з високоякісних, екологічно чистих продуктів шабського регіону. Це ресторан «гастрономічної пари», тут завжди можна ідеально підібрати до страви благородний напій.	Пропонується відвідати ресторан Шабо

Джерело: створено автором на основі даних підприємства

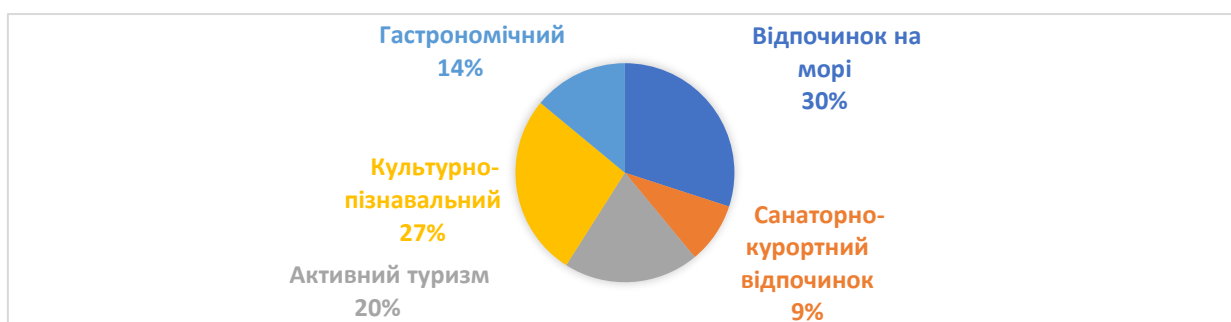
Анкета опитування «Споживча привабливість винних турів»

Питання	Відповіді
1. Як часто ви подорожуєте?	☐ 1 раз у 2-3 роки ☐ 1 раз на рік ☐ 2-3 рази на рік ☐ Більш ніж 3 рази на рік
2. Яким видом туризму ви віддасте перевагу?	☐ Відпочинок на морі ☐ Санаторно-курортний відпочинок ☐ Активний туризм ☐ Культурно-пізнавальний ☐ Гастрономічний
3. Чи чули ви про винний туризм?	☐ Так ☐ Ні ☐ Важко відповісти
4. Чи вважаєте ви винний тур по Україні цікавішим ніж закордонні?	☐ Так ☐ Скоріш так, ніж ні ☐ Скоріш ні, ніж так ☐ Ні ☐ Важко відповісти
5. Які переваги винного туру по Україні над закордонними турами ви в змозі відмітити?	☐ Відсутність мовного бар'єру ☐ Вартість ☐ Підтримання економіки країни ☐ Відсутність культурного бар'єру ☐ Ваша відповідь...
6. Якщо би вам запропонували у відпустку поїхати у винний тур, ви би погодились?	☐ Так ☐ Скоріш так, ніж ні ☐ Скоріш ні, ніж так ☐ Ні ☐ Важко відповісти
7. Що ви очікуєте від винного туру?	☐ Можливість відпочити у нових умовах і дізнатися більше про вина ☐ Прогустувати нові вина ☐ Навчитися розрізняти якісні вина і їх поєднання з їжею ☐ Ваша відповідь...
8. Чи чули ви про бренд «Причорноморські вина»?	☐ Так ☐ Ні ☐ Важко відповісти

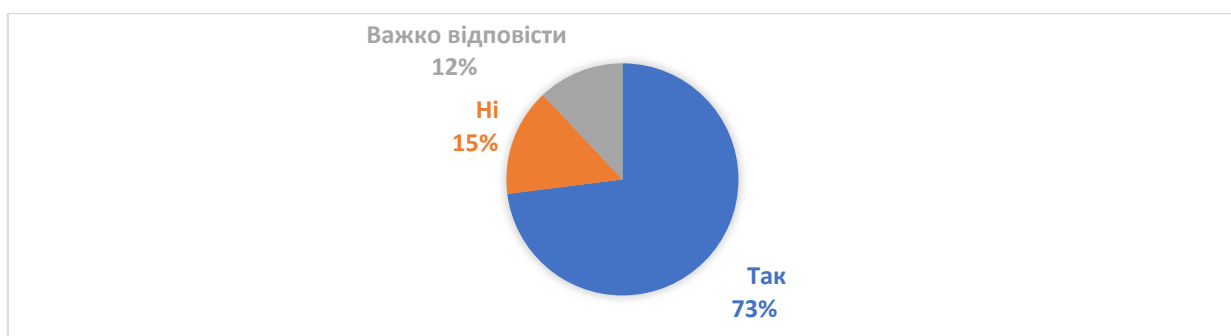
9. Яка вартість більш приваблива для вас за екскурсію на виноробне підприємство (враховуючи екскурсію, дегустацію, майстер класи)?	☐ Не більше 400 грн ☐ 400-700 грн ☐ 700-1000 грн ☐ Більше 1000 грн
10. Яким джерелам ви віддаєте перевагу у отриманні інформації про екскурсійний продукт?	☐ Друковані матеріали ☐ Соціальні мережи ☐ Інші інтернет ресурси ☐ Поштова розсилка ☐ СМС, Viber, Telegram, WhatsApp розсилка ☐ По замовленню в туристичній компанії ☐ Ваша відповідь...
11. Ваша стать?	☐ Жіноча ☐ Чоловіча
12. Скільки вам років?	☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ 56-65 ☐ 65 і більше



Як часто ви подорожуєте?



Яким видам туризму ви віддаєте перевагу?



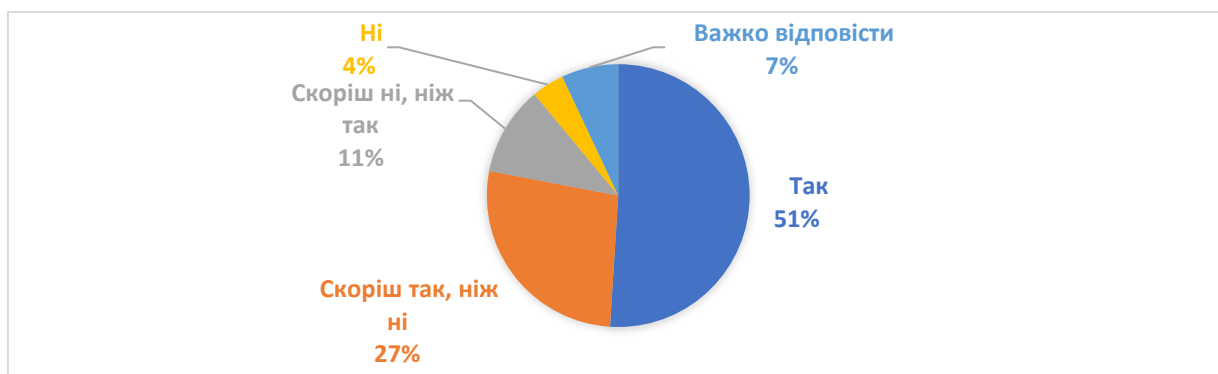
Чи чули ви про винний туризм?



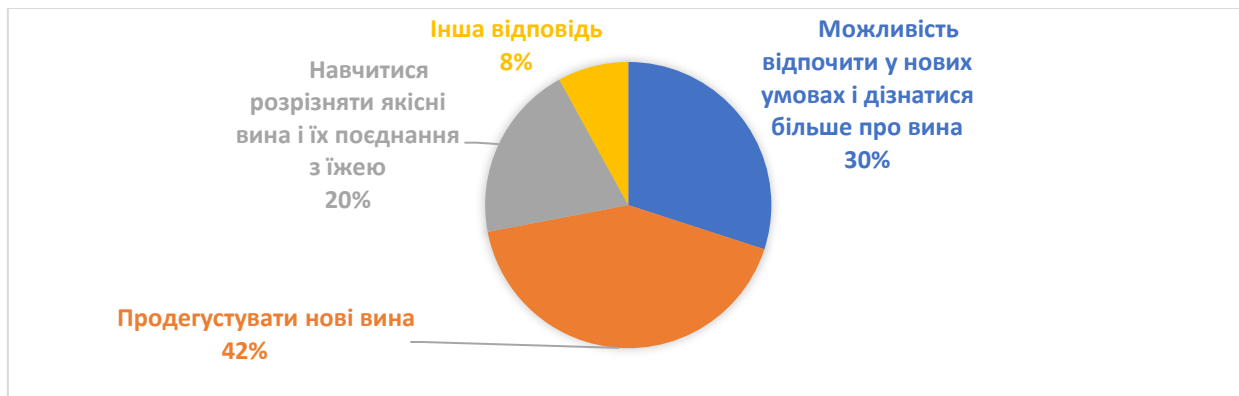
Чи вважаєте ви винний тур по Україні цікавішим ніж закордонні?



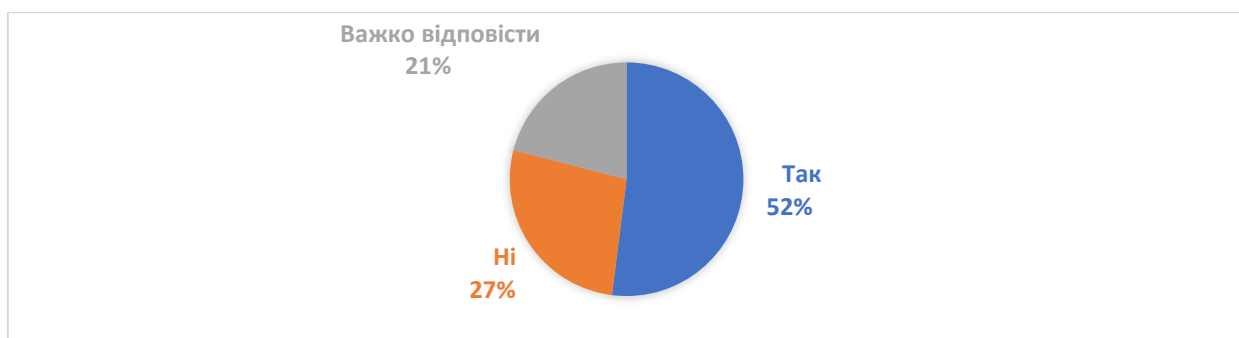
Переваги винного туру по Україні над іноземними турами.



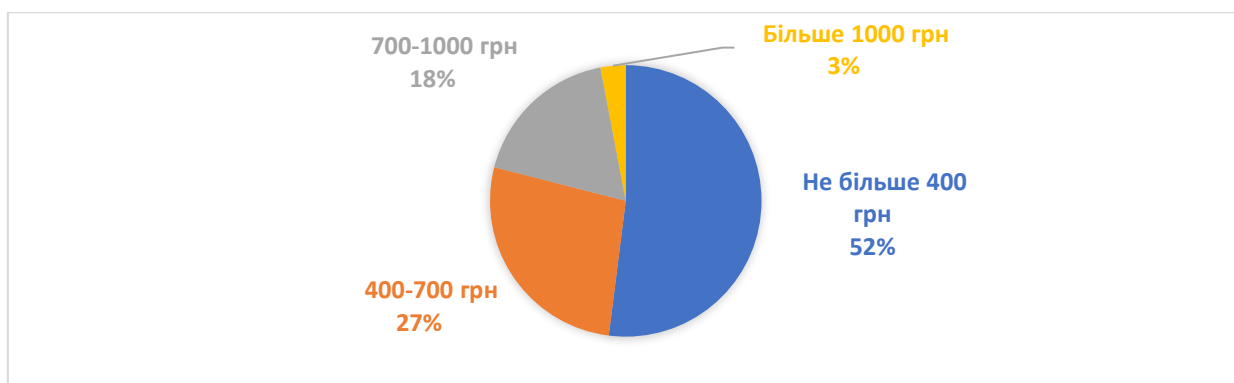
Чи погодились би ви поїхати в винний тур у відпустку?



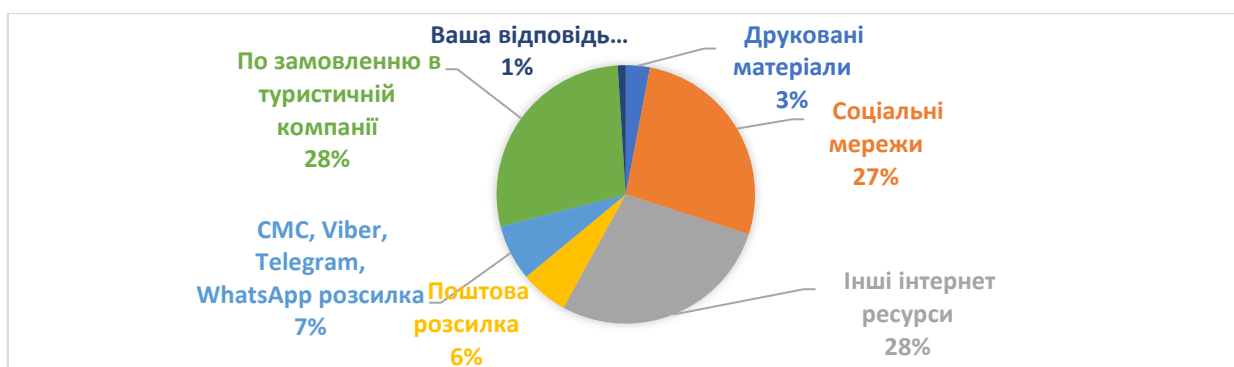
Що ви очікуєте від винного туру?



Чи чули ви про бренд Чорноморські вина?



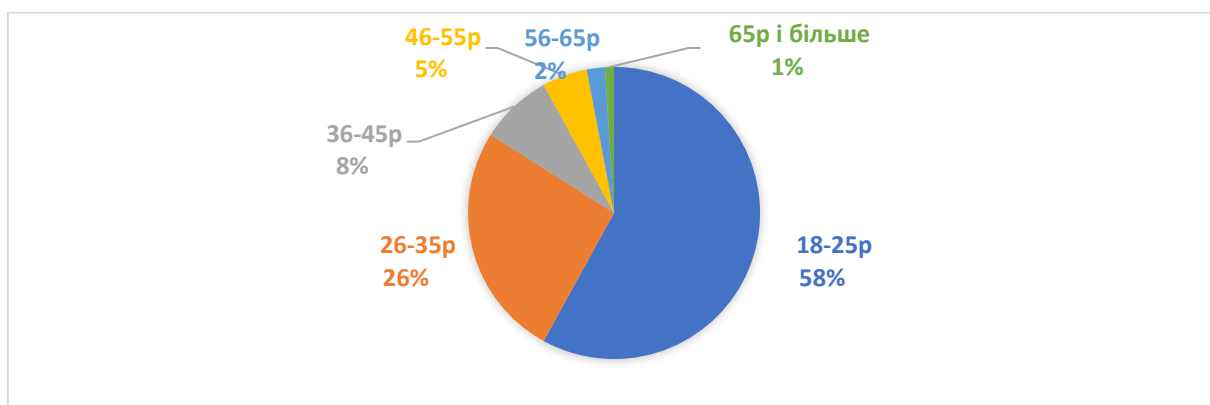
Яка ціна екскурсії на винне виробництво для вас найбільш приваблива?



Яким джерелам інформації про тури ви надаєте перевагу?



Ваша стать?



Скільки вам років?