

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Герасименко В.Г.

“ ” 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності «Туризм»

за темою:

**«Перспективи розвитку винного туризму в Україні»**

**Виконавець**

студентка Центру вечірньої форми  
навчання

Кузьмінська Наталія Юріївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник**

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Наймарк Катерина Артурівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Одеса 2018**

## АНОТАЦІЯ

Кузьмінська Н.Ю. «Перспективи розвитку винного туризму в Україні»  
випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі  
спеціальності «Туризм»  
Одеський національний економічний університет  
м.Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - ринок винного туризму України.

В роботі розглянуто теоретичні засади формування ринку винного туризму як економічної основи розширення сфери туристичних послуг. Проаналізовані підходи до виділення певних спеціалізованих туристичних ринків та визначено їх специфічні ознаки. Здійснено всебічний аналіз сучасного стану, проблем та тенденцій розвитку ринку винного туризму. Також проведений аналіз рівня розвитку такого туризму в Одеській області та досліджено діяльність підприємства «Grande Vallee».

В аналітичній частині внесені пропозиції і комплекс заходів щодо впровадження винних турів у діяльність підприємства «Grande Vallee» та зроблене певне економічне обґрунтування їх доцільності.

**Ключові слова.** Винний туризм, енотуризм, профіль споживача, ринок туристичних послуг, тур.

## ANNOTATION

Kuzminska N. «Prospects for the development of wine tourism in Ukraine»  
thesis for obtaining the bachelor's degree education in the specialty «Tourism»  
Odessa National University of Economics

Odessa, 2018

The final work consists of three sections. The object of research is the wine tourism market of Ukraine.

In this paper, the theoretical foundations of the formation of the wine tourism market as an economic basis for the sphere of tourist services are considered. Implementation of a comprehensive analysis of the current state, problems and trends in the development of the wine tourism market.

In the analytical part, there were introduced the ploys and the complex of the products of the influence of wine tourism in the activity of the " Grande Vallee " and made a certain economic overhaul of their expediency.

**Keywords.** Wine tourism, Rural tourism, consumer profile, tourism market, tour.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ .....	7
1.1. Походження та світові тенденції розвитку винного туризму.....	7
1.2. Характерні риси винного туризму.....	14
1.3. Профіль споживача продукту винного туризму .....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РІВНЯ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	30
2.1. Передумови розвитку винного туризму на території України.....	30
2.2. Аналіз рівня розвитку винного туризму в Одеській області.....	37
2.3. Дослідження діяльності підприємства «Grande Vallee» на ринку винного туризму України .....	44
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	49
3.1. Обґрунтування заходів щодо розвитку винного туризму в Україні.....	50
3.2. Впровадження винних турів у діяльність підприємства «Grande Vallee» .....	57
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	67
ДОДАТКИ.....	72

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота турпідприємства полягає в організації всієї подорожі і окремих послуг. В той самий час розвиток туризму, не в останню чергу обумовлений диверсифікацією ринку туристичних послуг за рахунок урізноманітнення видів і форм туризму. А урізноманітнення видів туризму, в свою чергу, обумовлюється урізноманітненням потреб туристів, з одного боку, і зростаючою конкуренцією, з іншого. Одним з туристичних ринків, які активно розвиваються, є ринок гастрономічного туризму і його різновид - винний туризм. Цей різновид туризму є достатньо популярним у світі. Скуштувати вино в місці його вирощування, переробки і таким чином долучитися до певної культури споживання даного напою є достатнім мотиватором для здійснення подорожі. Таким чином багато країн, що мають розвинене виноробство, просувають свою продукцію на світовий ринок. Тобто, туризм виступає популяризатором винної культури певної місцевості і також є складовою просування регіонального та виробничого брендів.

**Ступінь опрацювання теми.** Дослідження різноманітних аспектів ринку туристичних послуг і їх особливостей у трансформаційній економіці знайшли своє відображення в працях українських вчених: О.О. Любіцевої, Т.І.Ткаченко, С.Ю.Цьохли, Л.М.Шульгіної. Також можна виділити публікації з зазначених питань В.І. Азара, М.Б. Біржакова, В.С. Боголюбова, В.Г. Гуляєва, Г.А. Карпової, Г.А. Папиряна, Ю.В. Темного, Л.Р. Темної. Питання функціонування туристичного ринку порушують такі вчені як А.П. Дурович і А.С. Копанєв. Відомі також роботи болгарських вчених С. Ракаджийської та С.Марннова. Дослідженням розвитку винного туризму в Україні з урахуванням світового досвіду присвячені роботи Д. Басюка, Ф. Шандора, Т. Шпараги, М. Рудневої, Г. Волкової та інших авторів, опубліковані останнім часом. Водночас, незважаючи на значну кількість публікацій з даної

проблематики, певні теоретичні і практичні аспекти формування і розвитку ринку винного туризму потребують на моє переконання подальшого поглиблення та використання ресурсів інтернет-мережі.

**Метою випускної роботи** є постановка питання про організаційні засади розвитку винного туризму в Україні, які б дозволили популяризувати винний туризм як серед населення України, так і як експортний туристичний продукт. Відповідно до поставленої мети в даній роботі розв'язується ряд задач.

**Задачами даного дослідження** є:

- визначити походження та світові тенденції розвитку винного туризму;
- дослідити характерні риси винного туризму;
- проаналізувати профіль споживача продукту винного туризму;
- опрацювати основні перспективи розвитку винного туризму на території України;
- аналізувати рівень розвитку винного туризму в Одеській області;
- дослідити діяльність відповідного підприємства на ринку України;
- сформулювати пропозиції та заходи щодо розвитку винного туризму в Україні;
- виявити можливість впровадження винних турів у діяльність підприємства.

**Об'єктом даного дослідження** є процес розвитку винного туризму України.

**Предметом дослідження** – сукупність теоретичних та практичних аспектів, пов'язаних з можливістю визначення перспектив розвитку винного туризму в Україні.

Для написання даної випускної роботи були використані наступні **методи** дослідження: діалектичний метод пізнання, абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків), ситуаційний аналіз,

метод середніх, абсолютних та відносних величин, порівняння, графічний, економіко-статистичний тощо.

**Інформаційну базу** склали ресурси Інтернет-порталу, нормативно-довідкові матеріали, положення за темою дослідження, а також бухгалтерська і статистична звітність.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм - спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо у виробника, а також відвідування спеціальних закладів та заходів, як дегустаційні зали, винні підвали, винні виставки, конкурси, фестивалі, тощо. Вино і подорожі завжди були тісно взаємопов'язаними, адже пригощання гостей національними напоями, в першу чергу вином, є елементом гостинності практично у всіх народів світу. Фахівців - виноробів і організаторів туристичного бізнесу об'єднує і той фактор, що вино - це мистецтво, яке по праву можна вважати культурною спадщиною і необхідно зберігати для наступних поколінь.

Запропоноване дослідження містить результати аналізу сукупності науково-методичних, організаційних і практичних проблем, пов'язаних з оцінкою сучасного стану і основних тенденцій розвитку винного туризму, що нині є недостатньо характерний для України ринок туристичних послуг винного туризму. Просторова сфера дослідження - це Одеська область, однак для порівняльного аналізу використовувались дані по світовому ринку і Україні в цілому.

В роботі розглянуто теоретичні засади формування ринку винного туризму як економічної основи розширення сфери туристичних послуг, обґрунтовано принципи його ідентифікації та структуризації. Проаналізовано підходи до виділення певних спеціалізованих туристичних ринків та визначено їх специфічні ознаки. Здійснено всебічний аналіз сучасного стану, проблем та тенденцій розвитку ринку винного туризму. За результатами проведеного дослідження розроблено самостійний винний тур, що може бути запропонований дирекції компанії «Grande Vallee», як

зразок.

В першому розділі опрацьовано походження та світові тенденції розвитку винного туризму та визначені його характерні риси. Досліджено і проаналізовано профіль споживача продукту винного туризму.

В другому розділі опрацьовані основні можливі перспективи розвитку винного туризму на території України. Проведений аналіз рівня розвитку винного туризму в Одеській області, а також досліджено діяльність підприємства «Grande Vallee» на ринку винного туризму України.

Третій розділ присвячено напрацюванню можливих пропозицій і заходів щодо розвитку винного туризму в Україні, а також варіантам впровадження винних турів у діяльність підприємства «Grande Vallee».

В роботі доведено, що в Україні необхідність пошуку раціональних шляхів активізації використання рекреаційно-туристичного потенціалу, організація і створення нових видів турів диктується перспективами економічних результатів та соціальних наслідків розвитку даного сектору національної економіки, який може і має стати реальним засобом її оздоровлення, відновлення культурного та духовного потенціалу народу України, його трудового потенціалу.

Економічне і соціальне значення таких турів полягає в забезпеченні відновлення життєвих сил людини, раціонального використання вільного часу, підвищення освітнього рівня населення. Отже, нові (у тому числі винні) тури у сучасних умовах розвитку туризму з кожним роком стануть все більш популярними.

Враховуючи новизну окремих результатів роботи, а також дефіцит інформації по багатьом економічним і організаційним питанням, пов'язаних з функціонуванням ринку винного туризму, є підстави вважати, що представлене дослідження може бути в нагоді, практичним працівникам туристичної сфери, підприємцями, студентами вищих і середніх навчальних закладів, які вивчають туризм і нові види туристичних послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баглей Д. В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях / Д. В. Баглей, О. О. Мотузенко // Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. – 2014. – № 10. – С. 3–15.
2. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні / Д. І. Басюк, К. С. Бадещенкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435>
3. Басюк Д.І., Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу". - м. Київ, 29-30.10.2012 р. – К.: НУХТ, 2012. – 409 с.
4. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.
5. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). / Т. І. Божук, Л. А. Прокопчук // Туристична індустрія : сучасний стан і перспективи розвитку : VI міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 квітня 2011 р. – Луганськ, 2011. – Том 2. – № 6. – С. 171–177.
6. Влодарчик Б., Стасяк А., Качмарек Я. Туристический продукт. – М.: Юнити, 2008. – 216 с.
7. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України /О. Є. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. - № 23. – С. 29-31.
8. Дмитрук О.Ю., Щур Ю.В., Спортивно-оздоровчий туризм. Навчальний посібник. – 2-е вид., перероб. та допов. – К.: «Альтепрес», 2008.-280с.
9. Іванов С. В. Винний туризм : підручник для студ. вищ. навч. закл. / С. В. Іванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк та ін. – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О. В., 2012. – 472 с.

10. Іванов С.В., Домарецький В.В., Басюк Д.І. та ін. Винний туризм. Підручник для студентів ВНЗ. –Кам'янець-Подільський, 2012. – 420 с.
11. Кузик С.П. Географія туризму [Текст]: навч. посібник, видавництво: Знання, 2011 р., ISBN 978-966-346-802-0
12. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг [Текст]: монографія / Н.Є. Кудла. – К.: «Знання», 2010. – 351 с.
13. Кудрявцев А. Практика маркетинговых исследований в туризме/. [Текст]: монографія / А. Кудрявцев. – 2006. - №8. – 227 с.
14. Лужинська Т.Ю., Махлинець С.С., Теблешкіна Л.І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи. Навч. посіб./ За ред. д.ч.н., професора Волошина І.М.-К.: Кондор,2008.-385с.
15. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
16. Матвеев В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України / В. В. Матвеев // Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. – Х. : ХДУ, 2015. – № 10, Ч. 4. – С. 29–31.
17. Мартиросян А.М. Винный туризм. Теория туризма, 2018 [Електронний ресурс], - Режим доступу: <https://www.svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/>
18. Мальська М.П. Туристичне країнознавство: Європа: навч. посібник [ для студентів вищ. навч. закл. ] / М.П. Мальська, М.З. Рамкало, О.Ю. ,Гордун.- К.: Центр учбової літератури, 2009.-224с.
19. Масляк, П. О. Рекреаційна географія : навч. посіб. / П. О. Масляк. - К. : Знання, 2008. - 343 с.
20. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України / О. Л. Михайлюк // Наук.вісн. ОНЕУ. – 2013. – № 1. – С. 29–41.

21. Петрусенко О. Молодая лоза винного туризма / О. Петрусенко // Мир продуктов. – 2013. – Июнь. – С. 48–49.
22. Савчук Б.П. Туристичне країнознавство.: Європа: Навчальний посібник. – Івано-Франківськ., 2010.-241с.
23. Смирнов І.Г.Логістика туризму: Навч. посібник.– К.: Знання, 2009. – 444 с.
24. Ткаченко, Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу [Текст]: Монографія. / Т.І.Ткаченко. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
25. Ушаков Д.С. Инновационная модернизация народнохозяйственных систем [Текст]: автореф. Дис. докт.ekon.наук: 08.00.05 / Ушаков Денис Сергеевич; Российская академия предпринимательства. – М., 2009. – 45 с.
26. Чеховська Л.Я., Сіренко Р.Р. Основи краєзнавчо-туристичної діяльності: Навч. посіб. – Львів.: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка,2007.-172с.
27. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії.: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці: Книги – XXI, 2005.-596с.
28. Хуусконен Н.М., Глушанок Т.М. Практика экскурсионной деятельности. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. – 208 с.
29. Вокруг света. Vokrug sveta. Ua [Електронний ресурс], - Режим доступу: <https://vokrugsveta.ua/food/top-10-mists-dlya-vinnogo-turizmu-v-ukrayini-30-10-2017>
30. Виноградарство Одеської області: точка відліку Рубрика: Економіка Випуск: 19.01.2016 Автор: В'ячеслав Власов, [Електронний ресурс], - Режим доступу: <https://izvestiya.odessa.ua/uk/2016/01/19/vynogradarstvo-odeskoyi-oblasti-tochka-vidliku>

31. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г.Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. –334 с.
32. Туристські дестинації (теорія, управління, брендінг): монографія/ А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. За заг. ред. А.А.Мазаракі. –К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013.–388 с.
33. Україна має усі передумови для розвитку винного туризму, Інформаційне агентство «Українські Національні Новини». Офіційний сайт видання. 2018 [Електронний ресурс], - Режим доступу: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1653711-ukrayina-maye-usi-peredumovi-dlya-rozvitku-vinnogo-turizmu-ekspert>
34. Черноморський туристичний форум. Винен Туризм – Традиция и современність. Варна: видавництво Славена, 2009. – 200с.
35. Hall M. Wine Tourism Around the World / Michael C. Hall, Liz Sharples // Camboune Brock, Macionis Nik. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
36. Olaru O. Wine Tourism – An Opportunity For The Development Of Wine Industry / Olaru [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari\\_2012\\_2/AnaleFSE\\_2012\\_2\\_024.pdf](http://fse.tibiscus.ro/anale/Lucrari_2012_2/AnaleFSE_2012_2_024.pdf)
37. Peoples Niche Trend in the Tourism Market: Wine Tourism in Italy / S. Peoples [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peoples\\_Sarah\\_WineTourismItaly.pdf?sequence=7](https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/bitstream/handle/10214/3568/Peoples_Sarah_WineTourismItaly.pdf?sequence=7)
38. Wine Business Online, 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.winebusiness.com>
39. World Tourism Organization, 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.wto.org>.

40. Екскурсійний дом Одеси. Офіційний сайт, 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу :[https://edo.od.ua/tours/?gclid=EAIaIQobChMI75ffm-3A2wIVSbTtCh3IRg-MEAAAYASAAEgLIaPD\\_BwE](https://edo.od.ua/tours/?gclid=EAIaIQobChMI75ffm-3A2wIVSbTtCh3IRg-MEAAAYASAAEgLIaPD_BwE)