

## 4. ВИКОРИСТАННЯ ГАДЖЕТІВ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ВИННИХ ТУРІВ

К.О. Верес

*Національний університет харчових технологій*

Одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм. Це порівняно новий для України напрямок туристичної діяльності, але з огляду на бурхливий розвиток виноробства, дуже перспективний.

Спрямований винний туризм на підготовленого, вибагливого споживача, якому вже не достатньо подорожі лише з пізнавальною або рекреаційною метою.

Сучасні технології в виноробстві та майстерність туристичних операторів всіляко сприяють тому, що з кожним роком таких туристів стає дедалі більше. До того ж новітні технології, гаджети, також стали на службу виноробів, рестораторів і любителів вина.

Так, додаток iCropTrak з картами і GPS-навігацією користується великою популярністю серед виноробів - воно надає інформацію про клімат, дозволяє вести облік сировини і робочої сили, займатися плануванням бізнесу.

Для роботи з винними погребами підійде додаток TankNet. Ця програма реалізує функцію віддаленого контролю за погребями, з її допомогою можна встановлювати потрібну температуру в приміщенні тощо.

Додатки для iPhone та iPad у майбутньому можуть повністю витіснити з ресторанів винні карти і сомельє. Так, додатки SmartCellar або Uncorked надають не тільки стандартну інформацію - про марку, вартості вина і вінтаж, а

й дають докладний опис, рекомендації по поєднанню з їжею і т. ін. Так, наприклад, в ресторані French Laundry в каліфорнійській долині Напа винна карта тепер знаходиться в електронному вигляді прямо iPhone. Представники закладу заявляють, що створили віртуальну винну карту для того, щоб підвищити свій рівень екологічної відповідальності. Адже роздруківка винних карт кожен день - це витрачання паперу, і в кінцевому рахунку, природних ресурсів, тобто деревини.

Для любителів вина вже створені спеціальні iPhone/iPad додатки, за допомогою яких, наприклад, можна швидко сфотографувати в ресторані пляшку вина і, оцінивши його смак, написати пару заміток, а потім зберегти інформацію в своєму віртуальному погребі. Це і Vivino, Hello Vino.

Всі ці мобільні платформи користуються все більшою популярністю серед не тільки професійних дегустаторів, сомельє та виноробів, а й серед звичайних любителів та цінителів вина. Саме на останніх і має бути направлена контекстан реклама, щодо популяризації винних турів. Так, наприклад, при виборі червоного сухого вина Мерлот із сорту винограду nero д'Авола, ви отримаєте інформацію не тільки про регіон, в якому було вирощено даний сорт винограду: характеристика клімату, ґрунтів тощо, а й маршрути винних турів, які проходять по даному регіону – виноробна зона Noto DOC. Якщо було обрана пляшка вина відомого Аргентинського винороба Стівена Танзера, до за допомогою вищезгаданих мобільних платформ користувач отримую інформацію про виробника, його місце в світовому рейтингу, нагороди та номінації, а також дегустаційні характеристики тощо. А в якості контекстної реклами - винні тури по виноградникам Стівена Танзера, Аргентина.

Такий ненав'язливий інформаційний сервіс має великий шанс для збільшення інтересу саме до винних турів, і, як наслідок, збільшення кількості «винних» туристів.

## ЛІТЕРАТУРА

3. Іванов, С. В. Підготовка фахівців для винного туризму в Національному університеті хврчових технологій: традиції та перспективи / С. В. Іванов, Д. І. Басюк // Вища школа. - 2012. - № 6. – С. 7-15.)

4. <http://beprime.ru/osobennosti-reklamy-v-turizme/>

5. <http://blogovine.ru/pokupatel-budushhego-vino-v-tvoem-iphone/>