

---

# РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

---

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.2.19>

**Карташова О.Г.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Державний вищий навчальний заклад  
«Херсонський державний аграрний університет»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9692-7032>

**Kartashova Olga**

State Higher Educational Institution  
«Kherson State Agrarian University»

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-ВИННИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

## SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS OF DEVELOPMENT AND PROMOTION OF TOURIST-WINE CLUSTERS IN UKRAINE

---

*В статті визначено умови розвитку та підвищення конкурентоспроможності виноградарсько-виноробних підприємств та сформовані методичні засади формування регіонального винного туристичного продукту за умови створення виноробно-винного кластеру туризму регіону. Проаналізовано основні економічні показники виробництва та переробки винограду, вироблення виноматеріалів для визначення потенційних можливостей підприємств для розвитку регіонального туризму. Визначено, що у ролі нової туристичної виноградарсько-виноробної територіальної системи виступає територіальне кластерне утворення або об'єднання. Такі форми об'єднань сприяють розвиткові підприємств і регіонів, залученню інвестицій, дозволяють успішно конкурувати на ринку і відновлювати довіря між урядом і бізнесом у кожній із країн. Сформовано структуру виноробно-винного кластеру туризму регіону та визначено найкращі практики реалізації туристичних винних програм.*

**Ключові слова:** винний туризм, регіональний кластер, виноградарсько-виноробні підприємства, регіональний розвиток.

*В статье определены условия развития и повышения конкурентоспособности виноградарско-винодельческих предприятий и сформированы методические основы формирования регионального винного туристического продукта при условии создания винодельческо-винного кластера туризма региона. Проанализированы основные экономические показатели производства и переработки винограда, выработки виноматериалов для определения потенциальных возможностей предприятий для развития регионального туризма. Определено, что в качестве новой туристической виноградарско-винодельческой территориальной системы выступает территориальное кластерное образование или объединение. Такие формы объединений способствуют развитию предприятий и регионов, привлечению инвестиций, позволяют успешно конкурировать на рынке и восстанавливать доверие между правительством и бизнесом в каждой из стран. Сформирована структура винодельческо-винного кластера туризма региона и определены лучшие практики реализации туристических винных программ.*

**Ключевые слова:** винный туризм, региональный кластер, виноградарско-винодельческие предприятия, региональное развитие.

---

*The article defines the conditions of development and increase of competitiveness of wine-growing and wine-making enterprises and the methodological bases of formation of regional wine tourism product under conditions of creation of wine-wine cluster of tourism of the region. The development of regional tourism is to develop tourist locations and strategies. When developing tourism strategies, local authorities, communities and businesses should develop mechanisms to coordinate their actions, taking into account trends and priorities for territorial development. You need to be aware of the commercial realities and attractiveness of your region: how to rationally stimulate the increase in spending on tourists by the use of your facility and the local community. Tourism leads to a significant increase in population and income in some communities, especially during peak seasons. Due to this, there may be various problems with the rational use of the territories. The basic economic indicators of production and processing of grapes, production of wine materials to determine the potential of enterprises for the development of regional tourism are analyzed. It is determined that the territorial cluster formation or association acts as a new tourist viticulture and winemaking territorial system. These forms of association help to develop businesses and regions, attract investment, allow them to compete successfully in the market and restore trust between government and business in each country. The structure of the wine-wine cluster of tourism in the region has been formed and the best practices for the implementation of tourism wine programs have been identified. In the last decade, wine tourism has become a key component of gastronomic tourism and the basis of diversification strategies for many tourist destinations. Wine tourism is closely linked to the identity of the territories and contains cultural, economic and historical value. In addition, it is a major driving force in diversification strategies, helping producers enrich their tourism offer and engage the diverse population.*

**Key words:** wine tourism, regional cluster, wine-growing and winemaking enterprises, regional development.

**Постановка проблеми.** Туризм має істотний потенціал стимуляції зростання економіки – набуває все більш очевидної необхідності застосування інноваційних підходів для підтримки здорової економіки багатьох країн, спільнот та регіонів. Різні регіони за своїм рівнем розвитку знаходяться в різних економічних умовах, тому туризм розглядається як важлива форма економічного розвитку. Досвід багатьох країн доводить, що на туристичну галузь впливають велика кількість умов та результатів роботи інших секторів економіки, а, в свою чергу, сфера туризму здатна впливати на промисловість, транспорт, зв'язок, торгівлю, будівництво, сільське господарство, легку промисловість та народні ремесла.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналізуючи різноманітні підходи до визначення винного туризму, можна відзначити роботи по дослідженню теорії та практики туризму Д.І. Басюк, І.М. Білецької, І.В. Зоріна, Н.В. Липчук, М.П. Мальської, Е.С. Маслової, А.П. Пергат, Л.А. Прокопчук, В.О. Рибінцева, С.М. Холла, Е.П. Шольц-Кулікова, більшість з яких вважає винний туризм одним з видів дегустаційного та гастрономічного туризму. В дослідженнях переважає історичний та культурний акценти, в особливості створення регіональних винних туристичних турів. Дослідженнями ідей кластерних видів об'єднань займався М. Портер А. Маршалл, А. Вебер, Ф. Котлер. Серед вітчизняних вчених – це О.Л. Михайлюк, С.Г. Нездоймінов та ін. Проте, зміни в економічному середовищі країни потребують подальших досліджень, які мають базуватися на кластерному підході до винного туризму.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Створення системних і комплексних умов для подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності винного туризму та галузі туризму в цілому пов'язано з впровадженням інноваційних моделей управління регіональним розвитком, співпраці центральних і місцевих органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських та професійних організацій і підприємницьких структур, активної інформаційної підтримки та просування національного та регіонального туристичного продукту як на внутрішньому, так і міжнародному ринках. Подібна політика може бути продуктивною за умови системного програмного поєднання політико-правових, виробничих, маркетин-

гових, інноваційно-інвестиційних заходів для розвитку індустрії туризму, підтримки винного туризму як пріоритетного напрямку туристичної діяльності та формування виноробно-винних кластерів туризму.

**Виклад основного матеріалу.** Туризм володіє великим потенціалом створення робочих місць – туризм стає одним з ключових факторів, стимулюючих створення робочих місць, розвитку дорожнього руху та будівництва готелів, виробництва всіх типів транспортних засобів, активного збереження народних ремесел та національної культури регіонів та країн.

Розвиток регіонального туризму полягає у розробці туристичних локацій та стратегій. При розробці стратегій туризму місцеві органи влади, громади та бізнес повинні розробляти механізми координації своїх дій з урахуванням тенденцій та пріоритетів розвитку територій. Необхідно усвідомлювати комерційні реалії та привабливість свого регіону: як раціонально стимулювати збільшення витрат туристів з використанням свого об'єкта та місцевої громади. Туризм призводить до істотного збільшення населення та доходів в деяких громадах, особливо в пікові сезони. Через це можуть виникнути різні проблеми з раціональним використанням територій.

Серед всіх можливих видів туризму осередком стоїть сучасне вітчизняне виноградарство та виноробство. Адже країна, яка має визначений потенціал в сільському господарстві та є пристосованою для вирощування кращих сортів винограду, яка має всесвітньо відомі підприємства та наукові центри, має мати і високу культуру споживання вина. До того ж виноробство може і повинне стати потужним джерелом наповнення державного бюджету та одним з туристичних видів України.

Формування сучасних ринкових відносин в економіці України обумовлює необхідність підвищення управлінської і технологічної досконалості виноградарсько-виноробного агропромислового виробництва, активізації підприємницького середовища, забезпечення стабільного зростання у виробничому функціонуванні суб'єктів різних форм власності й господарювання. Основою вирішення цих завдань є орієнтир на інноваційну модель розвитку, законодавчо закріплену на державному рівні [1]. Але важливо усвідомлювати, що специфіка виробничого функціонування виноградарства, як базової галузі, визначає інноваційний розвиток агропромислових формувань не тільки як впровадження новітніх технологічних, продуктових та управлінських розробок, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності, збільшення обсягів та зниження вартості виробництва виноградарської продукції. Специфіка ідеї інноваційного розвитку виробництва виноградарських ресурсів, що являє собою складну, відкриту, здатну до самоорганізації та саморозвитку економічну систему з динамічно змінюваними недетермінованими й суперечливими характеристиками, – оптимізувати продуктивні сили у своїй взаємодії з природно-кліматичними ресурсами, розмірами господарських систем та новими видами соціального бізнесу [2]. Таким може стати і винний туризм.

Інвестиційно-інноваційний розвиток виноградарсько-виноробної системи аграрного сектору в цілому потребує подальшого вдосконалення, її доцільно ґрунтувати на концепції системного інвестиційно-інноваційного оновлення виноградарства та виноробства, яка передбачає визначення формування та функціонування інтегрованих мереж диверсифікованих інновацій у виноградарстві, виноробстві та туризмі; управління матеріально-грошовими та трудовими ресурсами їх постачальників та споживачів і впровадження екологізованих сільськогосподарських інновацій в умовах ринкової та природної невизначеності, що надає можливість підвищити ефективність аналізу інноваційної модернізації сільськогосподарського комплексу на рівні держави, регіонів, громади та окремих підприємств. Має здійснюватись ефективна кооперація та концентрація ресурсів за вектором інтегрованого впровадження інноваційних технологій, видів продукції та методів управління в середовищі вітчизняних товаровиробників та сімейних господарств [3; 4]. В цьому зв'язку, формування інноваційних контурів модернізації виноградарсько-виноробного агропромислового комплексу в

туристичну галузь дозволяє підтримувати диверсифіковану адаптацію та регіональну зв'язність розповсюджуваних агропромислових нововведень при мінімальному фінансовому забезпеченні їхнього виробничого супроводу.

Займаючи незначну питому вагу в площі сільськогосподарських угідь, виноградарсько-виноробні підприємства за умов ефективного зростання суттєво впливають на рівень соціально-економічного розвитку регіонів. Проте основні показники розвитку виноградарства за останні двадцять п'ять років, за даними Держкомстату України [5; 6], свідчать про критичний занепад виноградарської галузі, яка нині знаходиться фактично в стані глибокої системної кризи і характеризується не тільки скороченням загальних площ виноградних насаджень у плодоносному віці по Україні (екстенсивного індикатора економічного розвитку виноградарства) більше, ніж удвічі, а й негативною економічною динамікою виробництва винограду, яке скоротилося за період, що аналізується, фактично майже наполовину (табл. 1).

Таблиця 1

## Основні показники вирощування винограду в Україні \*

Показник	Роки							Відношення 2016 до 1990, %
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	
Площа виноградних насаджень, тис. га	176	155	99,4	80,6	67,6	41,8	42,7	24,26
Валовий збір, тис. т	836	457	514	443	408	386	377,8	45,19
Урожайність, ц/га	58,3	33,2	51,7	54,9	60,3	92,3	88,4	150,9
Реалізація винограду, тис. т	604	221,6	298,7	148,4	164,9	154,2	156,8	25,96
Рівень рентабельності, %	71,7	74	62,7	31,7	91,6	102,4	71,4	-

\* За даними Державної служби статистики України.

\*\* 2015-2016 роки без урахування АР Крим [5; 6]

В Україні на сьогодні склалися зони промислового виноградарства, які охоплюють південні регіони, зокрема, Одеську, Миколаївську, Херсонську та Закарпаття. Як свідчать дані статистики по динаміці переробки винограду та виробництва виноматеріалів, загальний випуск виноматеріалів та кількість переробленого винограду знизилася за останні 16 років (рис. 1).

Важливу роль у забезпеченні ефективного розвитку підкомплексу грає агропромислова інтеграція. Переваги інтегрованих формувань у забезпеченні більш високої ефективності як виноградарства, так і господарської діяльності в цілому.

На сьогодні у всіх виноробних регіонах світу вважають за доцільне розвивати і підтримувати такий вид тематичного туризму як винний, відповідно, рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв і просувати місцевий туристичний продукт, отримуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів – цінителів вина. Це стосується в першу чергу відомих європейських виноробних регіонів – Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також країн «Нового Світу вина», таких як Австралія, Аргентина, Чилі, США і Південна Африка, де винний туризм відіграє важливу роль в популяризації місцевої виноробної продукції.

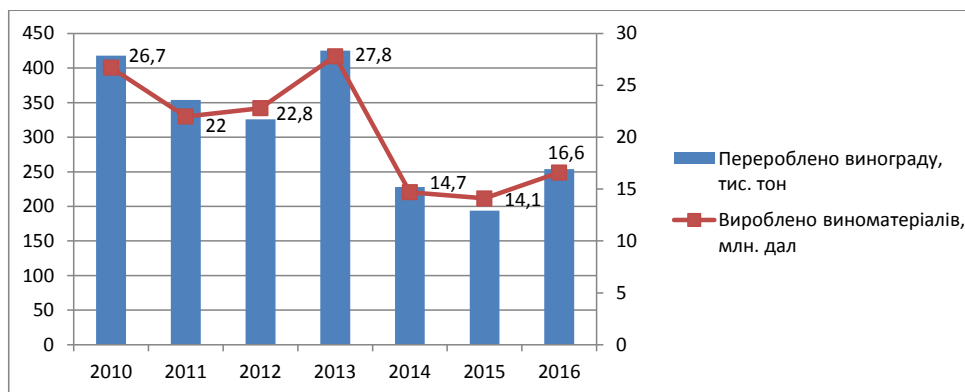


Рис. 1. Динаміка переробки винограду та виробництва виноматеріалів\*

\* За даними Державної служби статистики України.

\*\*2015-2016 роки без урахування АР Крим [5; 6]

Винний туризм є формою маркетингу винограду і вина, може поєднуватися з усіма видами діяльності, які супроводжують вирощування винограду, просування виноградної сировини і виноматеріалів від сільськогосподарських товаровиробників та виноробних підприємств до кінцевих споживачів. Також винний туризм підвищує ефективність маркетингових комунікацій та брендінгу як господарюючих суб'єктів на внутрішньому і зовнішніх ринках виноградно-виноробної продукції, так і в цілому виноробних регіонів України.

Розвиток спеціалізованих послуг такого виду туризму дозволяє збільшити тривалість туристичного сезону в регіоні, підвищити туристичний імідж місцевості, збільшити кількість туристичних прибуттів, збагатити і диференціювати місцевий туристичний продукт за рахунок впровадження винних турів, фестивалів, екскурсій, дегустацій і презентацій.

В Україні існують всі передумови для успішного розвитку винного туризму, оскільки держава входить в двадцять світових лідерів виробництва цього сонячного напою. Ключовим фактором розвитку ринку винного туризму в Україні виступають підприємства і структури, пов'язані з виробництвом і продажем алкогольної продукції.

Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України в межах 20%, що є досить високим показником для економіки (для порівняння, внесок туризму у ВВП України становить близько 1%). Виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і за ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками.

Серед європейських найкращих практик винного туризму можна виділити кластер Бордо. До нього входять підприємства виробництва винограду, вина, добрив, засобів захисту рослин, розплідники і селекційні господарства, виробники машин і устаткування для виноградарства і виноробства, пакування та тари, компанії забезпеченню сертифікації продукції, мережі дистрибуції та торгівлі. У кластер входить мережа готелів та закладів громадського харчування, яка забезпечує 50% доходів винно-туристичного кластера. Тут же Інститут екології, Винна школа, Школа винного бізнесу і громадські організації інтелектуальної власності, захисту прав споживачів тощо. Серед учасників кластеру – підприємства з надання юридичних послуг, маркетингові, друкарські, маркетингові та дизайнерські підприємства, які забезпечують рух інформаційних потоків у кластері. Все вони забезпечують виконання загальної стратегії кластера – просування регіону Бордо як виробника еталонних вин в світі [7].

У ролі нової туристичної виноградарсько-виноробної територіальної системи виступає територіальне кластерне утворення або об'єднання. Кластер – це одна з форм об'єднань родинних, пов'язаних між собою, взаємодоповнюючих організацій і підприємств, що кооперуються з метою взаємної підтримки і координації своїх дій. Як форма територіальної організації виробництва кластери успішно апробовані в багатьох країнах із ринковою економікою. Такі форми об'єднань сприяють розвитку підприємств і регіонів, залученню інвестицій, дозволяють успішно конкурувати на ринку і відновлювати довіру між урядом і бізнесом у кожній із країн. Туристичний виноградарсько-виноробний кластер – це вузькоспеціалізована, стала на ринку система, що носить територіальний характер, тому що виноградарство і виноробство невідривне від території, а їхня продукція унікальна для кожної місцевості [8].

Відзначимо, що в теорії туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Можуть вживатися терміни «винний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм» і «енотурізм», часто зустрічаються терміни «пивні тури», «віскі-тури». У публіцистиці іноді можна побачити визначення «алкотурізм» і «п'яний туризм» – подорож в будь-яку географічну місцевість з основною метою розпиття спиртних напоїв

В українських сучасних реаліях, враховуючи стан виноградарсько-виноробної галузі, назріла необхідність об'єднання виноробного – винного кластеру туризму регіону для максимізації прибутків, реалізації потенціалу регіону та забезпечення раціонального використання природних ресурсів [9].

Структуру виноробно-винного кластеру туризму регіону наведено на рисунку 2. Для забезпечення ефективного розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу необхідно розвивати інтегративні формування агровиробництва, що надасть значно більшу кількість можливостей для підвищення конкурентоспроможності регіонів.



Рис. 2. Структура виноробно-винного кластеру туризму регіону

- Винний туризм може включати в себе:
- відвідування виноградних плантацій, сільськогосподарських виноробних підприємств;
  - ознайомлення з технологією виготовлення алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
  - ознайомлення з історією виноробства, пивоваріння, національних традицій вживання спиртних напоїв; відвідування спеціалізованих музеїв і виставок;
  - відвідування дегустаційних залів і підвалів, дегустацію місцевих сортів винограду;
  - відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина;

Таблиця 2

**Кращі практики винного туризму в Україні**

<b>Підприємство</b>	<b>Характерні особливості (місце розташування, форма участі)</b>
Виноробне господарство князя Трубецького	Єдине історичне шато України. Херсонська область, Бериславський район, село Веселе. Виробництво, екскурсії (виращування винограду, виробництво вина, зберігання у винних підвалах, мальовничий краєвид на березі Дніпра), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Будинок марочних коньяків «Таврія»	Херсонська область, Нова Каховка. Виробництво вин та коньяків, екскурсії (виращування винограду, технологія виробництва коньяку, зберігання та витримка у галереях), дегустація та основи етикету, продаж власного виробництва.
Винарня «Колоніст»	Сімейна виноробня. Одеська область, Болградський район, село Криничне. Виробництво вин, екскурсії (екскурсії по виноградниках, виноробних цехах і винних підвалах), дегустація вин та страв болгарської кухні, продаж власного виробництва.
Винзавод «Шабо»	«Центр культури вина Шабо». Одеська область, Білгород-Дністровський район, село Шабо. Виробництво вин та коньяків, екскурсії (історія вина, структура підприємства, винні підвали, пам'ятник Виноградній лозі, мультимедійна скульптура «Фонтан Діоніса»), дегустація, продаж власного виробництва.
Винарня Grande Vallee	Завод «Винтрест». Одеська область, Овідіопольський район, селище Великодолинське. Виробництво вин, екскурсії (завод, виноградники), дегустація вин у супроводі сомельє, відпочинок на літній терасі, продаж власного виробництва.
Винарня «Бейкуш»	Сімейне господарство. Миколаївська область, Очаківський район, село Чорноморка. Виробництво вин, екскурсії, дегустація вин, продаж власного виробництва, участь у гастрономічних фестивалях.
Виноробний комплекс «Чизай»	Закарпатська область, місто Берегове, урочище Чизай. Виробництво, екскурсії (виращування винограду, виробництво вина, вино сховища, Музей виноградарства та виноробства, підйом на вершину виноградних пагорбів), дегустація вина та їжі, продаж вина власного виробництва.
Винзавод «Леанка»	Закарпатська область, Ужгородський район, селище Середне. Виробництво сухих, десертних та марочних сухих вин, екскурсії (Середнянські винні підвали, зберігання вина), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Дегустаційний підвал «Старий підвал»	Закарпатська область, місто Берегове. Виробництво, екскурсії (технології виробництва, винний підвал), дегустація, продаж вина власного виробництва.
Винарня Олександра Ковача	Дегустаційний винний зал «Шардоне». Закарпатська область, місто Ужгород. Асоціація виноробів і виноградарів Закарпаття, свято молодого вина «Закарпатське божоле». Виробництво, дегустація, продаж вина власного виробництва, участь у конкурсах і фестивалях.

– участь у винних фестивалях і тематичних святах;  
– участь в спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах, майстер-класах.

Хоча основним об'єктом уваги виступає вино, туристи активно дегустують страви національної кухні і гастрономію місцевого виробництва. В Україні вже започатковано такий від бізнесу, серед представників якого вже формуються найкращі практики винного туризму (табл. 2).

Цілі і методи винного туризму в повній мірі відповідають соціально-гуманітарної місії туристичної діяльності як найважливішого чинника діалогу культур, поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій інших народів, адже виноробство виступає невід'ємною частиною соціально-культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу.

**Висновки і пропозиції.** За останнє десятиліття винний туризм став ключовим компонентом гастрономічного туризму і основою стратегій по диверсифікації багатьох туристичних напрямків. Винний туризм тісно пов'язаний з ідентичністю території і містить культурну, економічну та історичну цінність. Крім того, він є основною рушійною силою в стратегіях по диверсифікації, допомагаючи виробникам збагатити своє туристичне пропозицію та залучити різні верстви населення.

#### Список використаних джерел:

1. Тимчук С.В., Нешадим Л.М. Інноваційні методи економічного аналізу діяльності туристичних підприємств в Україні. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2017. Випуск 2(41).
2. Кучеренко В. М. Формування та розвиток аграрної ринкової інституції виноробної галузі: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 – Нац. ун-т харч. технологій. – Київ : [Б.в.], 2016. – 23 с.
3. Карташова О.Г. Підвищення ефективності виробництва виноградарсько-виноробних підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04. Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. – Д., 2011. – 20 с.
4. Осипов В., Осипова Л. Виноградарство та виноробство України. Сучасний стан, проблеми, тенденції розвитку. Економіст. – 2015. – № 5. – С. 28–31.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Державна служба статистики України. Перероблення винограду та виробництво виноматеріалів у 2016 році. – К., 2017. – 11 с.
7. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2014. – № 8(1). – С. 136–141.
8. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Науковий вісник ОНЕУ, № 1(181), 2013, С. 29–41.
9. Басюк Д.І. Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні: автореф. дис. д-ра екон. наук : спец. 08.00.03. "Економіка і управління національним господарством". – К., 2015. – 42 с.

#### References:

1. Timchuk S.V., Neshadim L.M. (2017). Innovacijni metodi ekonomichnogo analizu diyalnosti turistichnih pidpriyemstv v Ukraini [Innovative methods of economic analysis of tourism enterprises in Ukraine]. *Naukovo-virobnichij zhurnal «Biznes-navigator»*. Vypusk 2(41).
2. Kucherenko V.M. (2016). Formuvannya ta rozvitok agrarnoyi rinkovoyi instituciyi vinorobnoyi galuzi [Formation and development of the agrarian market institution of the wine industry]: avtoref. dis. kand. ekon. nauk: 08.00.03 – Nac. un-t harch. tehnologij. – Kiyiv : [B.v.], 23 s.
3. Kartashova O.G. (2011). Pidvishennya effektivnosti virobництва vinogradarsko-vinorobnih pidpriyemstv [Improving the efficiency of production of wine-growing and wine-making enterprises]: avtoref. dis. kand. ekon. nauk: 08.00.04. Dnipropetr. derzh. agrar. un-t. – D., 20 s.
4. Osipov V., Osipova L. (2015). Vinogradarstvo ta vinorobstvo Ukraini. Suchasnij stan, problemi, tendenciyi rozvitku [Viticulture and winemaking in Ukraine. Current status, problems, development trends]. *Ekonomist*. № 5. S. 28–31.



5. Derzhavna sluzhba statistiki Ukrayini [State Statistics Service of Ukraine] [Elektronnij resurs]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
  6. Derzhavna sluzhba statistiki Ukrayini. Pereroblennya vinogradu ta virobnictvo vinomaterialiv u 2016 roci [State Statistics Service of Ukraine. Grape processing and wine production in 2016]. K., 2017. 11 s.
  7. Nezdoyminov S. G. (2014) Regionalni konturi klasterного rozvitku vinnogo turizmu [Regional outlines of the cluster development of wine tourism]. Naukovij visnik Hersonskogo derzhavnogo universitetu. Ser.: Ekonomichni nauki. № 8(1). S. 136–141.
  8. Mihajlyuk O.L. (2013). Perspektivi rozvitku vinnih turistichnih klasteriv na Pivdni Ukrayini [Prospects for development of wine tourist clusters in the South of Ukraine]. Naukovij visnik ONEU, № 1(181). S. 29–41.
  9. Basyuk D.I. (2015). Teoretiko-metodologichni osnovi upravlinnya rozvitkom vinnogo turizmu v Ukrayini [Theoretical and methodological foundations of wine tourism development management in Ukraine]: avtoref. dis. d-ra ekon. nauk : spec. 08.00.03. "Ekonomika i upravlinnya nacionalnim gospodarstvom". K., 42 s.
-