

## РОЗШИРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ EXPANSION OF INNOVATIVE SERVICES IN HOSPITALITY SPHERE

УДК 338.465.4

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-26>

**Москаленко Д.М.**

магістр

Національний університет харчових технологій

**Сильчук Т.А.**

д.т.н., професор кафедри

готельно-ресторанної справи

Національний університет харчових технологій

**Зуйко В.І.**

к.т.н., доцент кафедри технології

ресторанної і аюрведичної продукції

Національний університет харчових технологій

**Moskalenko Daryna**

National University of Food Technologies

**Sylchuk Tetiana**

National University of Food Technologies

**Zuiko Vira**

National University of Food Technologies

Проаналізовано особливості інноваційної діяльності у сфері готельної індустрії. Розглянуто поняття енотуризму, передумови його появи і становлення, особливості та перспективи. Наведено характеристику та світову практику винного туризму. Показано мультиплікативний ефект взаємодії енотуризму та готельної індустрії. Особлива увага приділяється розвитку цього напрямку в Україні: розкривається потенціал регіонів, показується унікальність місцевого виноградарства та виноробних технологій, дається короткий екскурс в історію винного туризму, описуються сучасний стан та державне регулювання галузі в країні. Розглянуто заходи підтримки для розвитку винного туризму в різних регіонах України. На підставі вивченого матеріалу проведено оцінку досягнутих результатів і запропоновано рекомендації щодо поліпшення ефективності функціонування готельних підприємств шляхом упровадження винних турів та розвитку енотуризму в Україні.

**Ключові слова:** готельний бізнес, індустрія гостинності, винний туризм, енотуризм, тематичні тури, виноробство.

Проанализированы особенности инновационной деятельности в сфере гостин-

ничной индустрии. Рассмотрены понятие энотуризма, предпосылки его появления и становления, особенности и перспективы. Приведена характеристика и мировая практика винного туризма. Показан мультипликативный эффект взаимодействия энотуризма и гостиничной индустрии. Особое внимание уделяется развитию этого направления в Украине: раскрывается потенциал регионов, показывается уникальность местного виноградарства и винодельческих технологий, дается краткий экскурс в историю винного туризма, описываются современное состояние и государственное регулирование отрасли в стране. Рассмотрены меры поддержки для развития винного туризма в различных регионах Украины. На основании изученного материала проведена оценка достигнутых результатов и предложены рекомендации относительно улучшения эффективности функционирования гостиничных предприятий путем внедрения винных туров, развития энотуризма в Украине.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства, винный туризм, энотуризм, тематические туры, виноделие.

*Innovation in the hotel industry was analyzed. It is established that today one of the current innovative services of hospitality companies is the introduction of thematic tours, especially wine tours, which will promote the development of hotel business and wine tourism in general. The concepts of enotourism, the preconditions for its appearance and formation, features and prospects are considered. The world practice of wine tourism is described. The statistical data of the total volume of wine consumption in the world in 2008 – 2020 was analyzed. The multiplicative effect of the interaction of enotourism and the hotel industry is shown. It means that winemakers and owners of wine restaurants and houses offer tourists not only to visit wine cellars and taste different wines, but also food, accommodation, purchase of souvenirs (usually related to grapes and wine), various food products and products of their processing, and in some cases, even horseback riding, cycling, field trips. As a result, tourists of wineries often spend a significant part of their money not on the purchase of wine products and their tasting, but on tourist and recreational services. Special attention is paid to the development of this direction in Ukraine: the potential of the regions is revealed, the uniqueness of local viticulture and wine-making technologies is shown, a short excursion into the history of wine tourism is given, the current state and state regulation of the industry in the country are described. Support measures for the development of wine tourism in various regions of Ukraine are considered. Trends in the development of foreign wine accommodation facilities, the experience of which can be useful for Ukrainian hoteliers, are analyzed. The possibility and expediency of construction of wine hotels in the Black Sea, Transcarpathian and Azov regions of the country are substantiated, which can be a significant impetus for the development of wine tourism in Ukraine. Based on the material studied, the results achieved were assessed and recommendations were made to improve the efficiency of the functioning of hotel enterprises through the introduction of wine tours, construction of wine hotels and the development of wine tourism in Ukraine.*

**Key words:** hotel business, hospitality industry, wine tourism, enotourism, thematic tours, winemaking.

**Постановка проблеми.** Готельний бізнес сьогодні є основним складником туристичної галузі України. Проте вітчизняні підприємства готельної індустрії потребують модернізації послуг. Активізація конкуренції в готельній галузі вимагає використання більш ефективних методів управління конкурентоспроможністю готельних підприємств та застосування різноманітних інновацій як одного з інструментів конкурентоспроможності підприємств готельного типу. Саме тому у сучасному готельному бізнесі стрімко розвиваються та впроваджуються нові форми інновацій.

Сьогодні однією з актуальних інноваційних послуг підприємств гостинності є впровадження тематичних турів, особливо винних, що сприятиме розвитку готельного бізнесу та енотуризму в цілому.

Доцільно припустити, що енотуризм – новий вид спеціалізованого тематичного туризму – стане

конкурентом розважального та зеленого туризму. Упровадження енотуризму та винних турів у готельних підприємствах як нового виду інновацій у готельній індустрії є своєчасним і актуальним питанням сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням процесу виноробства, культури споживання вина та винним туризмом займалися такі закордонні вчені: Д. Гетс, Х. Джонсон, Б. Кемброн, М. Холл, а також Р. Паркер, Д. Ріджвей, Г. Вайнерчук, П. Мельтцер. Вітчизняні праці про виноробство та біологічні властивості вина, його вплив на здоров'я людини, питання поділу винного туризму за критеріями мети та технології організації подорожі представлені дослідженнями Г. Валуйка, В. Домарецького [1], В. Загоруйка, В. Рибінцева, Д. Баглей, О. Любіцевої, Д. Басюк [1; 2], Т. Божук.

**Постановка завдання.** Мета дослідження полягає у вивченні проблем та закономірностей розвитку винного туризму в Україні як досить перспективного напрямку туристично-готельного бізнесу, що може активізувати потенціал виноградарсько-виноробних регіонів України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нині індустрія гостинності перебуває в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Підприємства готельного господарства змушені доволі стрімко реагувати на зміни зовнішніх умов господарювання. Проте, незважаючи на нестабільну економічну та політичну ситуацію у світі, готельна індустрія продовжує активно розвиватися. Це зумовлено зростанням світового туризму та розширенням послуг, що пропонуються закладами готельного господарства.

За даними Всесвітньої туристичної організації, починаючи з 2021 р. одним із найпопулярніших видів міжнародного туризму стануть тематичні тури, зокрема винні. Винний туризм являє собою пізнавальну програму, пов'язану з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, а також відвідуванням визначних пам'яток даного регіону.

Винний туризм зародився і найбільш розвинутий у Європі (табл. 1). Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим у світі виробником і експортером вин та лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності становлять досить значну частку доходу в бюджетах Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини.

Таблиця 1

**Загальний обсяг споживання вина у світі в 2008–2020 рр.**

Рік	Загальний обсяг споживання вина, млн гл.	Темпи росту, %
2008	227,0	-
2014	239,5	+5,9
2015	242,3	- 0,86
2016	254,2	+1,2
2017	243,0	- 8,5
2018	238,7	- 1,77
2019	252,0	+6,2
2020 (прогноз)	262,1	+ 3,95

*Джерело: складено авторами*

Споживання вина у світі [2] з 2008 по 2019 р. має тенденцію до зростання – з 227,0 до 252,0 млн гл. (табл. 1). Пік споживання припав на 2016 р. – 254,2 млн гл. Згідно з прогнозами, до кінця 2020 р. виробництво вина може досягти 280,0 млн гл., з яких 165,0 млн будуть вироблені в Європі.

Статистичні дані виробництва вина у світі за 2008–2020 рр. (табл. 1) показують, що за кордо-

ном ідеально сформоване підґрунтя для розвитку винного туризму. Проте найпопулярніші винні готелі світу розташовані у найрозвиненіших виноробних регіонах Європи: Франції, Італії, Іспанії. Саме тому винні тури по цих країнах користуються високим попитом серед туристів із різних країн світу. Також для туриста, який подорожує винним маршрутом, пріоритетною є якість цих маршрутів, а отже, і зупинятиметься він у готелях, які розташовані поблизу виноробних господарств із найкращим рейтингом [3]. Нині винні готелі перетворюються на багатофункціональні винні курорти: льохи і дегустаційні зали, басейни і кабінети для енотерапії (лікування хронічних захворювань за допомогою вина), екскурсійні програми та лекції, музеї та тематичні виставки, майстер-класи і навчальні курси [3].

В Україні такий напрям діяльності, як винний туризм, лише починає поширюватися, тому європейський досвід функціонування винних готелів може бути корисним для українських готельєрів, тим паче, що, за прогнозами деяких спеціалістів у цій галузі, за сприятливих факторів через кілька десятків років український винний туризм може досягти європейського конкуруючого рівня [3].

Про значення, яке для деяких районів виноградарства і виноробства має енотуризм, може свідчити такий факт: в Ельзасі близько 23% виробленого вина купують туристи, а в Бургундії ці показники становлять 12%. Подібні тенденції спостерігаються і в інших країнах. Дослідження, проведені в Італії, показали, що 80% охоплених аналізом господарів виноградників дозволяли туристам купувати тут же вироблене ними вино. Більше того, у 95% випадках турист мав можливість придбати, крім вина, й інші продукти. Районом Італії, в якому можна спостерігати швидкий розвиток енотуризму, є Ломбардія, де організовано 15 винних маршрутів. Подорожуючи ними в 2015 р., можна було відвідати 207 винних ресторанів зі спеціально підготовленою для туристів «культурно-гастрономічною» програмою, а також переночувати в 275 агротуристських господарствах, спеціалізованих на вирощуванні винограду та виробництві вина. У виноробному районі Ваполіселла (провінція Верона) туристи можуть відвідати 78 виноградників і 13 винних ресторанів. Винний туризм пропагується також у відомому виноробному районі Соаве (також розташованому в провінції Верона). Тут свої послуги пропонують 24 господарства, які спеціалізуються на виноградарстві та виробництві вина. У всіх із них можна проводити закупівлю вина, крім того, в деяких можна купити масло, сири, овочі та ін. Вищенаведені приклади свідчать про те, що винний туризм володіє мультиплікативним ефектом та не обмежується лише споживанням вина. Так, винороби і власники винних ресторанів та будинків пропонують туристам не

лише відвідати винні погреби та провести дегустацію різних вин, а й послуги харчування, ночівлі, придбання сувенірів (найчастіше пов'язаних із виноградом і вином), різних продовольчих товарів і виробів їх переробки, а іноді навіть прогулянки на конях, велосипедні прогулянки, екскурсії по території. У підсумку найчастіше туристи виноробних господарств значну частину своїх коштів витрачають не на покупку винних виробів та їх дегустацію, а на туристично-рекреаційні послуги. Існує також імовірність споживання туристами вина, яке вони скуштували під час винного туру, на постійній основі, тобто прихильності туристів до певного типу вина, виробленому в певному місці, що підвищує доходи винних господарств у разі і встановлює безпосередній контакт виробників і туристів. Також зазначається істотний вплив енотуризму на локальний ринок, що проявляється у зростанні податкових відрахувань, що сприяють розвитку інших видів послуг.

Україна вважається європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. Проте на європейській і світовій ринки наша виноробна продукція просувається повільними темпами в силу низки об'єктивних економічних і політичних причин, серед яких: недостатнє фінансування виноробства з боку держави, відсутність податкових пільг, високі акцизні ставки, скорочення площ виноградників та обсяги виробництва виноматеріалів. Незважаючи на це, розвиток винного туризму суттєво впливає на рівень соціально-економічного розвитку виноробних регіонів і країни у цілому, є важливим складником агропромислового комплексу України. Динаміку обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2012–2019 рр. наведено у табл. 2.

Таблиця 2

**Динаміка обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2012–2019 рр.**

Рік	Обсяг виробництва вина, млн літрів	Обсяг споживання вина млн літрів
2012	295,6	264,7
2013	170,0	186,8
2014	125,1	113,5
2015	117,2	86,6
2016	72,7	65,6
2017	64,7	53,8
2018	65,6	77,2
2019	66,4	68,0

*Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України [4]*

Згідно з даними табл. 2, починаючи з 2012 р. зменшуються обсяги виробництва вина. У 2013 р. було вироблено 170 млн літрів вина, а це майже

вдвічі (42,5%) менше порівняно з 2012 р. Станом на 2019 р. цей показник становить лише 66,4 млн літрів, тобто 22,5% від загального обсягу за 2012 р. Ми вважаємо, що такий різкий спад обсягу виробництва винної продукції пов'язаний з анексією Криму, оскільки на території АРК до 2013 р. вироблялося до 35% від загального обсягу по Україні. Причиною скорочення обсягів виробництва вина, на нашу думку, може бути імпорт дешевої продукції з невисокими показниками якості, оскільки вона стала серйозним конкурентом вітчизняного винного бізнесу.

Доцільно припустити, що енотуризм – новий вид спеціалізованого тематичного туризму, який є конкурентом розважального та зеленого туризму. Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий і європейський ринки різними методами, у тому числі за допомогою винних турів усередині самої країни, які розширюватимуть уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних, так і для іноземних туристів (споживачів). З іншого боку, винний туризм може стати додатковою статтею доходів для місцевих і державного бюджетів України.

Слід також зауважити, що серед безлічі вигід, які несе енотуризм виробникам вина, на особливу увагу заслуговує виникнення у туристів (споживачів вина) прихильності до певного виду вина, виробленого в конкретному місці. Це сприяє не лише зростанню продажу вина і, відповідно, зростанню доходів виробника, а й дає можливість виникнення безпосереднього контакту між туристом і виробником (минаючи численних посередників), можливість отримання від туриста важливої інформації, що стосується оцінки пропонованого вина. Щодо втрат, пов'язаних із винним туризмом, які виникають серед виробників, можна відзначити додаткові фінансові витрати, пов'язані з прийомом туристів (головним чином, у зв'язку з необхідністю вкладення неминучих інвестицій), а також утратою часу.

Енотуризм має також певне культурне значення. З точки зору туриста такий вид подорожей дає йому змогу пізнати традиції виноробства, які сягають корінням в античні часи. Стосуються вони не тільки способів обробітку винограду і виробництва вина, а й різних звичаїв, пов'язаних зі збором винограду, його переробкою на сік і т. д. Своєю чергою, з погляду регіонів і місцевостей, в яких вирощується виноград, інтерес туристів до вина і виноробства дає змогу зберегти ці звичаї. Не слід забувати, що з вирощуванням винограду пов'язаний характерний тип «культурного пейзажу», на який накладаються не тільки виноробство, а й певний тип міської забудови, планування споруд і будівель. Тим самим можна сказати, що винний туризм сприяє підтримці і зміцненню культурного пейзажу.



Вино і подорожі завжди були тісно пов'язані, адже пригощання гостей національними напоями, передусім вином, є елементом гостинності практично в усіх народів світу [5]. Фахівців-виноробів та організаторів туристичного бізнесу об'єднує той факт, що вино – це мистецтво, яке по праву можна вважати культурною спадщиною і необхідно зберігати для прийдешніх поколінь. Але, на жаль, сьогодні винні тури недостатньо широко представлені на українському туристичному ринку, а також існує низка проблем, які перешкоджають розвитку та просуванню винних турів на європейський та світовий ринки. Основними проблемами в просуванні українських винних турів є:

- низький рівень інформатизації туристичного бізнесу;
- ліцензування виноробного бізнесу;
- винні тури – продукт поки що немасовий і специфічний, вони переважно цікаві суто фахівцям – сомельє або людям, пов'язаним із ресторанним бізнесом;
- нераціональне використання ресурсного потенціалу рекреації і туризму;
- відсутність узгодженої маркетингової діяльності у сфері туризму.

Для вирішення наведених вище проблем необхідно пропонувати винні тури по Україні для всіх туристів, як іноземних, так і вітчизняних; розробляти інноваційні підходи до організації енотурів, налагодити маркетингову діяльність у сфері туристичного бізнесу; належно оцінювати ресурсний потенціал рекреаційних регіонів України, а також розглядати винний туризм як принципово новий напрям туристичної галузі України.

Виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції [5].

В Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури.

Розглядаючи виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні (рис. 1), можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській (50%), Закарпатській (20%), Херсонській (15%) та Миколаївській (9%) областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура

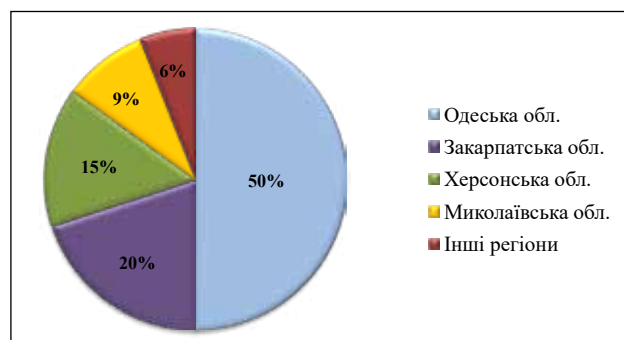


Рис. 1. Розподіл виробництва вина по регіонах України у 2019 р.

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України [4]

та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами.

За даними асоціації «Виноградари і винороби України» [6], в Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомими виноробними підприємствами Півдня України вважаються «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод». Більша частина продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких – ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо». Щомісяця «Шабо» випускає близько 1 млн пляшок вина та 1,6 млн пляшок коньяку. Підприємство працює переважно на власній сировині, а в разі нестачі закуповує виноград у місцевих фермерів.

Херсонщина – благодатна і своєрідна виноробна область України. Природні умови тут дуже сприятливі для обробки виноградної культури, а специфічні ґрунтово-кліматичні умови місцевості дають змогу виробляти як тонкі, ніжні, свіжі столові, так і досить екстрактивні десертні вина [7]. Основним винним виробником Херсонської області є АТ «Князь Трубецької», що виробляє марочні сухі таврійські вина.

Миколаївська область представлена заводом «Коблево», який вважається одним із потужних виноробних підприємств України. Завод був побудований у 1982 р. та налічує у своєму володінні понад 2 500 га виноградних плантацій [7]. Також у Миколаївській області випускається винна продукція АТ «Радсад», добре відома як в Україні, так і за кордоном.

Регіоном із найбільш стійкими традиціями виноградарства та виноробства є Закарпаття. Тут на відміну від південних регіонів практично немає великих підприємств. Велика частина виробних потужностей розташована у радгоспах або приватних садибах. У рік такі підприємства виробляють від 1 тис до 25–30 тис літрів вина, а площі, які задіяні під виноградні плантації, становлять від 0,2 до 7 га. Серед відомих виноробних госпо-

дарств – орендне підприємство «Ужгородський коньячний завод», АПТП «Бобовище», ДП АПФ «Леанка» [7].

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що Україна володіє чималими туристичними можливостями і ресурсами для організації виноробного туризму. Для підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні необхідно [8]:

- на державному рівні врегулювати законодавчі питання, що стосуються якості продукції, відповідності її міжнародним стандартам, та податкові питання, що стосуються акцизних зборів для виробників вин;

- створити інформативні багатомовні джерела інформації (карти, буклети, путівники по винних маршрутах і провідних винних підприємствах) для їх подальшого поширення серед дипломатичних і торгових представництв, туристів, що подорожують Україною;

- популяризувати серед громадян України культуру споживання вина;

- з урахуванням досвіду країн – лідерів даного виду туризму за державної підтримки розробити та втілити регіональні та національні програми розвитку винного туризму в Україні;

- розробити програми навчальних семінарів та майстер-класів із питань організації винних маршрутів, спеціалізованих атракцій, професійних та споживчих дегустацій тощо.

Таким чином, утілення всіх пропозицій щодо розвитку винного туризму в Україні сприятиме кількісному та якісному зростанню країни, забезпечуючи стимулювання економічного розвитку виноробних регіонів, підвищення економічної ефективності діяльності виноробних підприємств, зростання соціально-культурного рівня суспільства.

**Висновки з проведеного дослідження.** На основі проведеного дослідження варто зазначити, що Україна має у своєму розпорядженні значні ресурси для організації та розвитку енотуризму. Кожен виноробний район виділяється своїми природними і соціально-економічними умовами формування. У чотирьох виноградарсько-виноробних регіонах України (Одеська, Миколаївська, Херсонська і Закарпатська області) є об'єкти, що відрізняються своєю індивідуальністю і виробляють певні марки вин. Для якнайшвидшого та ефективного розвитку винного туризму необхідне створення інституційних важелів формування конкурентних переваг винних турів на рівні регіонів, областей і держави у цілому, а також упровадження кредитно-фінансових механізмів підтримки малого і середнього бізнесу як у сфері виноградарства та виноробства, так і у сфері туристичних і готельних послуг.

Європейський досвід функціонування винних готелів може бути корисним для українських готе-

льєрів, і за сприятливих факторів український винний туризм може досягти європейського конкуруючого рівня.

Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий та європейський ринки різними методами, у тому числі за допомогою винних турів усередині самої країни, які розширюватимуть уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних, так і для іноземних туристів (споживачів). Енотуризм як інновація в готельному бізнесі може стати додатковою статтею доходів для місцевих та державного бюджетів України.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Винний туризм : підручник / С.В. Іванов та ін. Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О.В., 2012. 472 с.
2. 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» ; НУХТ. Київ, 2015. 42 с.
3. Іщенко Т.І., Шидловська О.Б., Шолудько Ю.В. Винні готелі – новітній напрямок в індустрії гостинності України. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2013. №52. С. 42–47. URL : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/14214> (дата звернення: 03.11.2020).
4. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.11.2020).
5. Губська А.В. Новітні різновиди туризму в Україні: винний туризм. *Матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Сталлий розвиток міст»*, м. Харків, 24–26 квітня 2018 р. Ч. 4. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 316 с. URL : [https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilovepdf\\_com-115-116.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilovepdf_com-115-116.pdf) (дата звернення: 03.11.2020).
6. Офіційний сайт асоціації виноградарів і виноробів України. URL : <http://awwu.org.ua> (дата звернення: 04.11.2020).
7. Пергат А.П. Винный туризм Украины как составляющая винных туров Европы. *Культура народов Причерноморья*. 2013. № 248. С. 85–89. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/91211> (дата звернення: 04.11.2020).
8. Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор та інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 10(4). С. 29–31. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2015\\_10\(4\)\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10(4)_8) (дата звернення: 04.11.2020).

#### REFERENCES:

1. Ivanov S.V., Domareckij V.O., Basjuk D.I. ta in. (2012) *Vynnyj turyzm : pidruchnyk dlja studentiv vyshnykh navchalnykh zakladiv* [Wine tourism: a textbook for students of higher educational institutions]. Kam'janecj-Podiljskij : FOP Sysyn O. V. (in Ukrainian)

2. Basjuk D.I. (2015) Teoretyko-metodologichni osnovy upravlinnja rozvytkom vynnogho turyzmu v Ukraini [Theoretical and methodological bases for management of wine tourism development in Ukraine]. Doctor's thesis. Kyiv: NUFT (in Ukrainian)

3. Ishhenko T.I., Shydlovsjka O.B., Sholudjko Ju.V. (2013) Vynni ghoteli – novitnij naprjamok v industriji ghostynnosti Ukrainy [Wine hotels – the latest trend in the hospitality industry of Ukraine]. Naukovi praci Nacionaljnogho universytetu kharchovykh tekhnologhij (electronic journal), vol. 13, no. 52, pp. 42-47. Available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/14214> (accessed 3 November 2020).

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) Pereroblennya vynuhradu na vynomaterialy [Processing of grapes into wine materials]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 3 November 2020).

5. Ghubsjka A.V. (2018) Novitni riznovydy turyzmu v Ukraini: vynnyj turizm [The newest types of tourism in Ukraine: wine tourism]. Proceedings of the Materialy XI Vseukrajinsjkoji studentsjkoji naukovo-tekhnichnoji konferenciji «Stalyj rozvytok mist» (Ukraine, Kharkiv, April 24-28), Kharkiv: KhNUMGh im. O.M. Beketova, pp. 114-115.

Available at: [https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilove-pdf\\_com-115-116.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilove-pdf_com-115-116.pdf) (accessed 3 November 2020).

6. Oficijnyj sajt asociaciji vynoghradariv i vynorobiv Ukrainy (2020) [Official site of the Association of Winegrowers and Winemakers of Ukraine]. Available at: <http://awwu.org.ua> (accessed 4 November 2020).

7. Pergat A.P. (2013) Vinnyy turizm Ukrainy, kak sostavlyayushchaya vinnykh turov Evropy [Wine tourism of Ukraine as part of European wine tours]. Proceedings of the Kul'tura narodov Prichernomor'ya (electronic journal), vol. 7, no. 248, pp. 85-89. Available at: <http://dspace.nbuuv.gov.ua/handle/123456789/91211> (accessed 4 November 2020).

8. Matvejev V.V. (2015) Vynnyj turizm jak reklamnyj faktor ta instrument dlja stymuljuvannja rozvytku konkurentnogho potencialu vynorobnykh pidprijemstv Ukrainy [Wine tourism as an advertising factor and a tool to stimulate the development of the competitive potential of Ukrainian wineries]. Naukovyj visnyk Khersonsjkogho derzhavnogho universytetu (electronic journal), serija: Ekonomichni nauky, vol. 10, no. 4, pp. 29-31. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2015\\_10\(4\)\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10(4)_8) (accessed 4 November 2020).