

УДК 338.48-6:663.2

Беженар Інна Миколаївна

*кандидат економічних наук, старший дослідник,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Київський кооперативний інститут бізнесу і права*

Bezhenar Inna

*PhD in Economics, Senior Researcher, Associate Professor of the
Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activity*

Kyiv Cooperative Institute of Business and Law

ORCID: 0000-0002-4584-9062

ВИННИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПОТЕНЦІАЛ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

WINE TOURISM IN UKRAINE: POTENTIAL AND DEVELOPMENT TRENDS

***Анотація.** Вступ. Одним із найбільш популярних видів міжнародного туризму, за даними Всесвітньої туристичної організації, в майбутньому стануть тематичні тури, зокрема винні тури, що надаватимуть можливість відвідувачам насолоджуватись смаками та ароматами унікальних винних сортів, ознайомлюватись з технологією їх виробництва, відвідувати винні погреби та проводити дегустації. Це сприятиме розвитку місцевих регіонів, підвищенню попиту на місцеву продукцію та збільшенню зайнятості в сільському господарстві та готельному бізнесі.*

***Мета.** Мета даного наукового дослідження полягає в обґрунтуванні перспектив розвитку регіонального винного туризму в Україні.*

***Матеріали і методи.** Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання, який дозволяє вивчати закономірності*

розвитку винного туризму в контексті окремих регіонів. У рамках аналізу також використовуються методи теоретичного узагальнення і порівняння, системного аналізу, синтезу, інформаційного абстрагування.

Результати. Дослідження дозволило виявити, що винний туризм може стати ефективним і потужним інструментом регіонального розвитку для просування гастрономічної та культурної спадщини країн та регіонів, збільшення потоку туристів, розвитку галузей і створення нових робочих місць. Він може сприяти розвитку малого та середнього бізнесу, збільшенню доходів населення та привертанню інвестицій в регіони.

Винний туризм в аспекті нашої країни є інноваційною формою туристичної діяльності, яка ґрунтується на використанні унікальних природних, соціально-економічних умов та особливостей етнічного спадку різних регіонів України. Проведене дослідження підтверджує, що виноробна продукція має потенціал для конкурентоспроможності на європейських та інших ринках, оскільки українські товаровиробники розробляють економічні ніші в цьому секторі. Енотуризм виступає не лише як засіб привертання уваги до виноробних традицій, але і як потужний маркетинговий інструмент для просування української продукції в країни Європейського союзу, сприяючи популяризації українських вин та інших алкогольних напоїв.

В Україні є великий потенціал для розвитку винного туризму, але для цього необхідно вирішити ряд проблем. Зокрема, необхідно розвивати інфраструктуру винних маршрутів, підвищувати якість виноробства, просувати винні марки та підтримувати інтерес до вітчизняного виноробства у туристів засобами маркетингу.

На підставі проведеного дослідження виділено перспективні напрямки винних турів по різних областях України, зокрема Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які вважаються важливими центрами українського виноробства.

Ключові слова: *винний туризм, виноробство, динаміка розвитку*

Summary. *Introduction. One of the most popular types of international tourism, according to the World Tourism Organization, in the future will be thematic tours, in particular wine tours, which will give visitors the opportunity to enjoy the tastes and aromas of unique wine varieties, learn about their production technology, visit wine cellars and hold tastings. This will contribute to the development of local regions, increasing demand for local products and increasing employment in agriculture and the hotel business.*

Goal. The purpose of this scientific study is to substantiate the prospects for the development of regional wine tourism in Ukraine.

Materials and methods. The study is based on the application of the dialectical method of cognition, which allows studying the patterns of wine tourism development in the context of individual regions. As part of the analysis, methods of theoretical generalization and comparison, system analysis, synthesis, and information abstraction are also used.

The results. The study revealed that wine tourism can become an effective and powerful tool of regional development to promote the gastronomic and cultural heritage of countries and regions (on the example of France), increase the flow of tourists, develop industries and create new jobs. It can contribute to the development of small and medium-sized businesses, increase the income of the population and attract investments to the regions.

Wine tourism in the aspect of our country is an innovative form of tourist activity, which is based on the use of unique natural, socio-economic conditions and features of the ethnic heritage of different regions of Ukraine. The conducted research confirms that wine products have the potential for competitiveness in European and other markets, as Ukrainian producers are developing economic niches in this sector. Wine tourism acts not only as a means of attracting attention to wine-making traditions, but also as a powerful marketing tool for promoting

Ukrainian products in the countries of the European Union, promoting the popularization of Ukrainian wines and other alcoholic beverages.

Ukraine has great potential for the development of wine tourism, but for this it is necessary to solve a number of problems. In particular, it is necessary to develop the infrastructure of wine routes, increase the quality of winemaking, promote wine brands, and maintain interest in domestic winemaking among tourists through marketing means.

On the basis of the conducted research, promising directions for wine tours in various regions of Ukraine, in particular Transcarpathia, Odesa, Kherson and Mykolaiv regions, which are considered important centers of Ukrainian winemaking, have been selected.

Key words: *wine tourism, winemaking, dynamics of development.*

Постановка проблеми в загальному вигляді. Винний туризм є особливим видом туризму, спрямованим на дослідження історії, технологій та культури споживання алкогольних напоїв в конкретному регіоні. Однією з ключових його складових є дегустація вин безпосередньо у місці виробництва, а також участь у відповідних тематичних заходах.

Залежно від мети подорожі, винні тури можуть бути культурно-пізнавальними, рекреаційно-оздоровчими, гастрономічними, сільськими зеленими турами та агротуризмом, винно-розважальними, освітніми та науково-діловими, технологічними [1].

За визначенням французького видання «L'Essentiel de L'Economie Touristique», винний туризм – це комплекс послуг, які надають туристам під час перебування в регіоні, включаючи візити у винні погребі, дегустацію вин, перебування в ресторанах і додаткові заходи, пов'язані з вином та місцевими винними продуктами [2]. Цей вид туризму з'явився в Європі на початку ХХ століття з появою винних маршрутів в Німеччині та Франції та отримав значний розвиток у 80-90-ті роки ХХ століття.

Одним з ключових факторів, які впливають на розвиток туризму, є сучасні технології. Інтернет, соціальні мережі та мобільні додатки зробили інформацію про винний туризм доступнішою для туристів. Тепер можна з легкістю знайти інформацію про маршрути, виноградники та виноробні підприємства по всьому світу.

Це сприяє розвитку туризму в окремих регіонах та забезпечує збільшення потоку туристів, що в свою чергу приносить значні доходи. Багато країн використовують винний туризм як засіб просування своєї культури та гастрономічних інтересів. Зокрема, винні маршрути в Італії, Іспанії, Франції та Хорватії вже є надзвичайно популярними серед туристів.

Україна має великий потенціал у виноробній галузі, але її продукція ще не отримала достатнього визнання як на вітчизняному, так і на світовому ринку (хоча безперечно є відомою). Тому питання як просувати українські бренди, як вивести їх на рівень з міжнародними є дуже актуальними. Бо є дійсно хороші вина в Україні і цікаві смаки. До прикладу в мережах АТБ, Новус та ін. переважно по акціях пропонують іноземні вина, таким чином просувають вина власного імпорту, а добре було б, щоб просували українські.

Для стимулювання просування української виноробної продукції на український, світовий чи європейський ринок можуть використовуватися різні маркетингові методи, включаючи винні тури в самій країні – відвідування виноградних плантацій, аграрних виноробних підприємств та ознайомлення з місцевими сортами винограду. Додатковою складовою винного туризму є вивчення історії виноробства, традицій вживання та відвідування спеціалізованих музеїв, дегустаційних залів та підвалів. Ресторани, що пропонують послуги дегустації вина, а також участь у винних фестивалях і тематичних святах, надають туристам можливість насолоджуватися атмосферою винної культури. Участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах, майстер-класах

допомагає розширювати знання та поглиблювати інтерес до виноробного мистецтва. На жаль, в Україні ще досить мало порівняно із закордоном підприємств відкриті для туристів.

Важливо відзначити, що розвиток винного туризму може стати значущою додатковою статтею доходів для місцевих та державних бюджетів України.

Незважаючи на потенціал, на сьогодні цей вид туризму недостатньо представлений на українському ринку, і не всі туристичні компанії готові надавати цей цікавий турпродукт на території України. Активна підтримка та просування винного туризму можуть вирішити цю проблему та відкрити нові перспективи для туристичної галузі України. Для його розвитку необхідно розробляти інноваційні підходи до організації енотурів, пропонувати винні тури для всіх туристів, як іноземних, так і вітчизняних, налагоджувати маркетингову діяльність у сфері туристичного бізнесу та оцінювати ресурсний потенціал рекреаційних регіонів України. Тому необхідно проводити дослідження та розробляти спеціалізовані туристичні пакети.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан наукової розробки проблеми полягає у розкритті теоретичних та практичних аспектів розвитку винного туризму в Україні, зокрема в регіональному контексті. Багатьма вітчизняними та зарубіжними дослідниками було внесено вклад в розвиток цієї теми, серед них Горшкова Л. О. [4], Матвеев В. В. [11], Михайлюк О. Л. [10], Нездоймінов С. Г. [5], Патійчук В. О. [7] та ін.

Об'єктом дослідження є винний туризм, а предметом – сучасний стан та перспективи винного туризму України в регіональному аспекті.

Мета даного наукового дослідження полягає в обґрунтуванні перспектив розвитку регіонального винного туризму в Україні. Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання, який дозволяє вивчати закономірності розвитку винного туризму в

контексті окремих регіонів. У рамках аналізу також використовуються методи теоретичного узагальнення і порівняння, системного аналізу, синтезу, інформаційного абстрагування. Винний туризм, що розглядається в регіональному аспекті, виявляє унікальні риси та особливості, які можуть бути визначальними для конкретного регіону. Процес вивчення включає аналіз існуючих закономірностей розвитку виноробної галузі в Україні, а також визначення можливих стратегій розвитку, зокрема через застосування різноманітних методів та підходів, вказаних у дослідженні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо спочатку трактування винного туризму різними вченими.

Винний туризм є особливим видом гастрономічного туризму [3, с. 98]. Це також одна з складових розвитку туристичної галузі України, яка здатна забезпечувати економічні та соціальні вигоди для учасників туристичного ринку та місцевих виробників напоїв та харчової продукції [4, с. 69].

Відзначаючи виноробний туризм, Всесвітня туристична організація наголошує, що слід враховувати його пізнавальну програму, яка включає в себе вивчення процесів вирощування та збирання винограду, його подальшої переробки, а також проведення дегустації готової продукції, відвідування видатних пам'яток даного регіону [6]. Щодо міжнародного винного туризму, то варто відмітити європейський виноробний регіон – один з найбільш відомих регіонів в світі. Італія, Франція, Іспанія, Португалія та Угорщина – країни-лідери в цьому напрямку. Винний туризм, розповсюджує свій вплив не лише на окремі країни, але набуває глобального характеру, охоплюючи території Африки, Австралії, Північної та Південної Америки. Регіони виноградарства та виноробства не лише активно розвивають цей туристичний напрям, але й впроваджують маркетингові стратегії для просування місцевих туристичних продуктів, що призводить до додаткових економічних та соціальних вигод [5].

Згідно з дослідженнями Горшкової Л.О., культурно-пізнавальні тури винного спрямування – це не тільки можливість спробувати різноманітні вина місцевого виробництва та ознайомитися з їх технологією виготовлення, а й відкрити для себе історію виноробства, побачити пам'ятки життя та діяльності видатних виноробів, а також зануритися в культуру традиційного виноградарства [4].

Варто зазначити, що за дослідженнями Патійчука В.О. винний туризм – це не просто подорож, а цілком новий досвід, який дозволяє познайомитися з культурою вирощування винограду та виробництва вина. Цей вид туризму залежить від сезону, особливо популярним є в осінній період, коли відбувається збір врожаю винограду. Саме тоді туристи можуть взяти участь у зборі врожаю, дізнатися про процес вирощування та дегустації винограду, а також спробувати зробити своє вино з унікальним букетом [7].

Наше дослідження продовжимо з аналізу виробництва вина. Світове виробництво вина в 2020 році зменшилося на 1 відсоток порівняно з попереднім роком [8], але при цьому спостерігалася тенденція до збільшення споживання вина. Лідерами по споживанню вина у 2020 році були Сполучені Штати Америки, які утримують цю позицію з 2014 року. Традиційні виноробні країни показали невелике зниження у споживанні вина, а в Китаї та Австралії спостерігалось збільшення споживання [6].

Італія та Франція вважаються світовими лідерами з виробництва вина найвищої якості. Вони займають за даними 2020 р. 16,5% та 15% світового виробництва [9]. Загальна кількість площ під виноградниками в цих країнах стабілізувалась. Так у Франції в середньому за 6 років кількість виноградників становить 754134,83 га, в Італії – 686412 га, в інших країнах спостерігалися досить значні зміни площ під виноградниками. Проте культура традиційного виноградарства не зникає і за межами Європи, де площі виноградників залишаються більш-менш стабільними.

Проте спостерігається і ряд негативних тенденцій : якщо в Аргентині виробництво вина зменшилося порівняно з попереднім роком на 17,1%, то у Бразилії виробництво знизилося на 13,6%, тоді як в Чилі обсяг виробництва знизився на 13,4%. У свою чергу, в Австралії виробництво вина знизилося на 7,5% у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. і на 22,8% в порівнянні з 2005 р. [9].

Італія є одним з лідерів у виробництві та споживанні вина і гастрономічного туризму, тому доцільним є детальніше дослідити розвиток винного туризму в цій країні та його особливості. Стрімкий розвиток винного туризму суттєво відзначався і на загальному розвитку туризму в Італії, де кількість туристів протягом останніх 10 років подвоїлася. Особливо збільшилася кількість відвідувачів гастрономічних турів, зокрема, тих, які пов'язані з вином. Італійські вина мають довгу історію, і природні умови Апеннінського півострова ідеально підходять для виноробства. В Італії існує безліч турів винного характеру, особливо популярних у містах, таких як Тоскана, Рим та Венеція. Ці тури є схожими, однак відрізняються кількістю днів перебування та ціною [6].

За оцінками експертів, сучасний міжнародний ринок виноробної промисловості становить близько 180 млрд доларів США [6]. Цей сектор вважається важливим для розвитку сільських районів у таких країнах, як Франція, Італія, Іспанія, Греція, Угорщина, Румунія, Молдова, Болгарія та інші. В Європі еногастрономія набула значної популярності – це мистецтво вправного підбору та гармонійного поєднання вин з конкретними кулінарними шедеврами та продуктами харчування, що викликає значний приплив туристів, які вирушають у подорожі країнами, щоб насолодитися новими гастрономічними враженнями та відкриттями [10, с. 40].

Майже у всіх країнах, які славляться своєю виноробною традицією, існують особливі «винні маршрути». Вони розпочинаються від живописних виноградників, пролягають через виноробні підприємства та підвали, де

виноробне мистецтво набирає своїх унікальних відтінків, і завершуються в центрах продажу, де кожен може насолодитися багатством винної культури [3]. Традиційно старовинні будівлі та підземелля, що колись використовувалися для зберігання вина, перетворені на винні магазини, склади та погребі, а також на дегустаційні зали. Це створює таємничу атмосферу та надає ще більшої привабливості й популярності відомим винним брендам і є чистим піарним продуктом туристичної та виноробної індустрії [11, с. 30].

Європа не лише найбільший в світі виробник та експортер вин, а і лідер за кількістю відвідин туристів. Винний туризм, як уже зазначалося також є важливим для розвитку місцевої економіки та підтримки виноробної промисловості. Широкий спектр туристичної діяльності в сфері винного туризму дозволяє використовувати всі наявні ресурси території. Це включає екскурсії до історичних пам'яток та відвідування виноробних заводів, розширення інфраструктури для комфортного обслуговування туристів. Такий підхід сприяє взаємодії туристичної галузі з культурною та історичною спадщиною регіону, створюючи неповторний і захопливий досвід для подорожуючих.

Продовжуючи дослідження, розглянемо Україну – це країна, яка славиться своєю історією вирощування винограду і виноробною продукцією. Вирощування винограду в останні роки знизилося (рис. 1), як і урожайність (рис. 2).

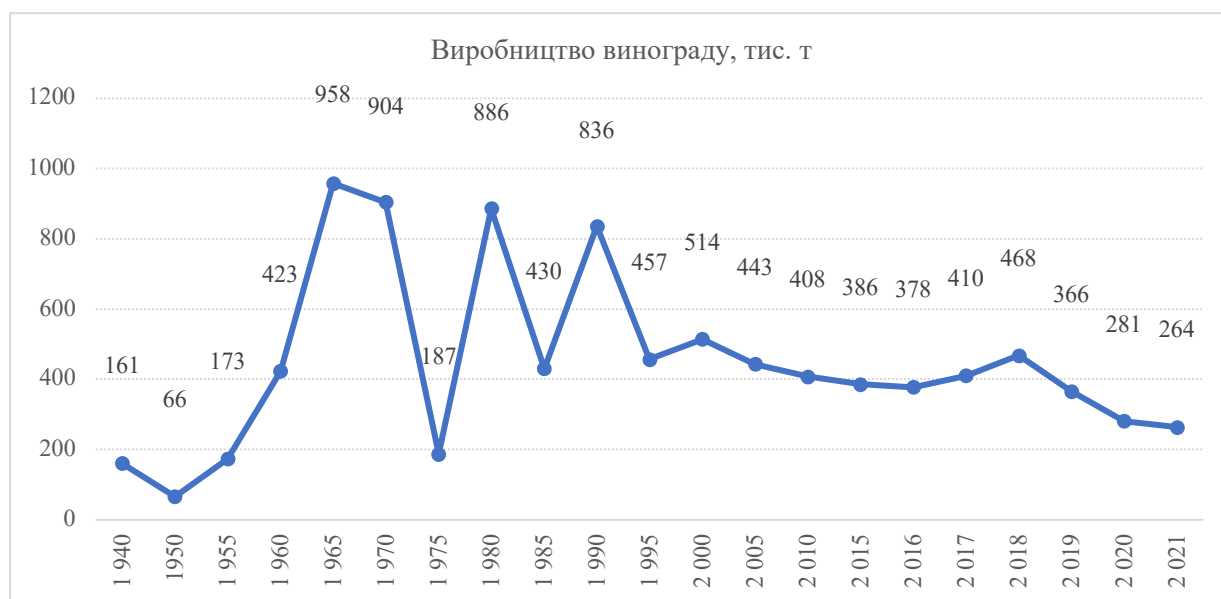


Рис. 1. Вирощування винограду в Україні, тис. т

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики України [12]

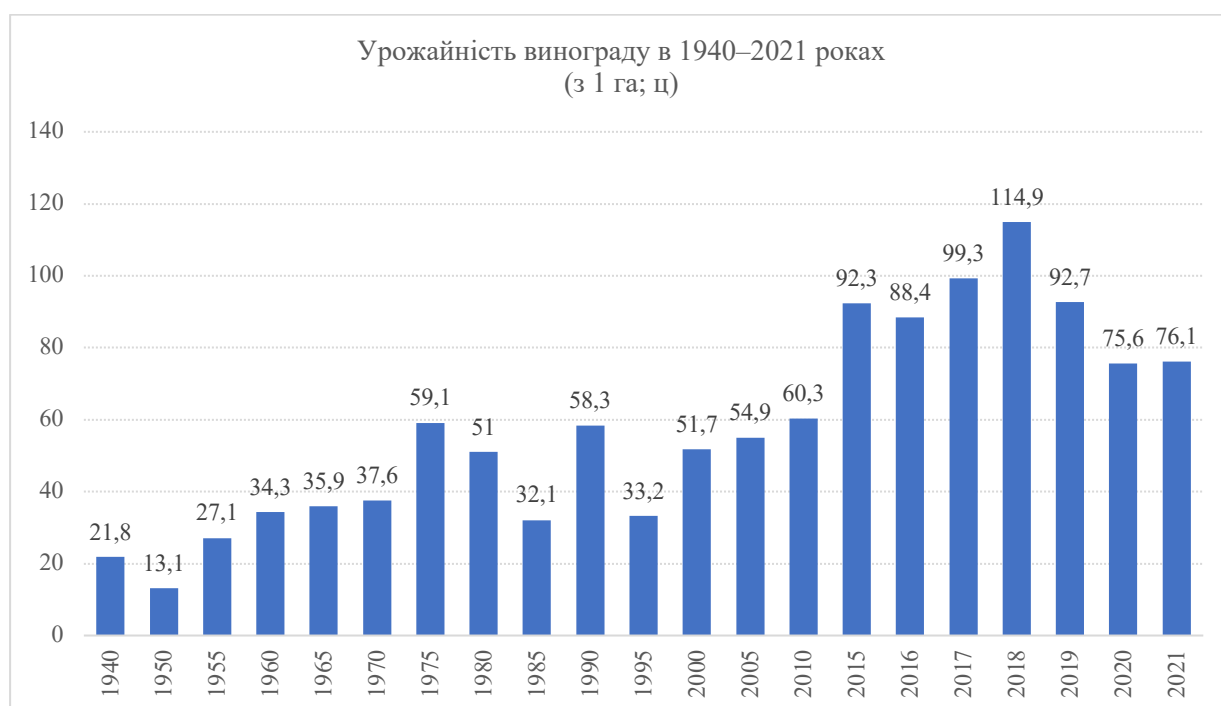


Рис. 2. Урожайність винограду в Україні, ц/га

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики України [12]

Детальніший аналіз показує, що вирощування винограду в даний час сконцентровано більше в господарствах населення, їх частка у 2021 р. становила 61,7% (табл. 1).

Таблиця 1

Основні показники розвитку виноградарства в Україні

| Показники | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | Відхилення (+/-) 2021 р. від | |
|---|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|---------------------------------|--------|
| | | | | | | | | | | 2020 | 2019 |
| Площа насаджень виноградників (тис.га) | 110 | 96 | 87 | 45 | 44 | 43 | 42 | 39 | 37 | -2 | -5 |
| у тому числі у плодоносному віці | 99 | 81 | 68 | 42 | 41 | 41 | 40 | 37 | 35 | -2 | -5 |
| Урожайність винограду (з 1 га; ц) | 51,7 | 54,9 | 60,3 | 92,3 | 99,3 | 114,9 | 92,7 | 75,6 | 76,1 | 0,5 | -16,6 |
| Виробництво винограду всього (тис.т) | 514 | 443 | 408 | 386 | 410 | 468 | 366 | 281 | 264 | -17 | -102 |
| підприємствами (тис. т) | 360 | 258 | 260 | 206 | 240 | 263 | 144 | 99 | 101 | 2 | -43 |
| господарствами населення (тис. т) | 154 | 185 | 148 | 180 | 170 | 205 | 222 | 182 | 163 | -19 | -59 |
| Частка виробництва винограду господарствами населення (відсотків до загального обсягу) | 30 | 41,8 | 36,3 | 46,6 | 41,4 | 43,8 | 60,7 | 64,8 | 61,7 | -3,1 | 1 |
| Виробництво винограду на одну особу (кг) | 10 | 9 | 9 | 9 | 10 | 11 | 9 | 7 | 6 | -1 | -3 |
| Середні ціни винограду реалізованого: | | | | | | | | | | | |
| підприємствами (за 1 т; грн) | 724,5 | 1476,1 | 3638,2 | 6450,3 | 6219,5 | 5822,2 | 5451,4 | 6739 | 7211,9 | 472,9 | 1760,5 |
| господарствами населення (за 1 т; грн) | * | 901,6 | 3842,1 | 7831,6 | 10403 | 6662,6 | 11758 | 7182,3 | 13724, 6 | 6542,3 | 1966,6 |

- немає даних

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики України [12]

Україна на сьогоднішній день може пишатися досить високорозвиненим виноградарсько-виноробним комплексом, який виготовляє різноманітну виноробну продукцію. Однак, незважаючи на це, просування українського вина на європейських та світових ринках відбувається повільніше, ніж можна було б сподіватися. Динаміка виробництва вина в Україні відображена на рис. 3.

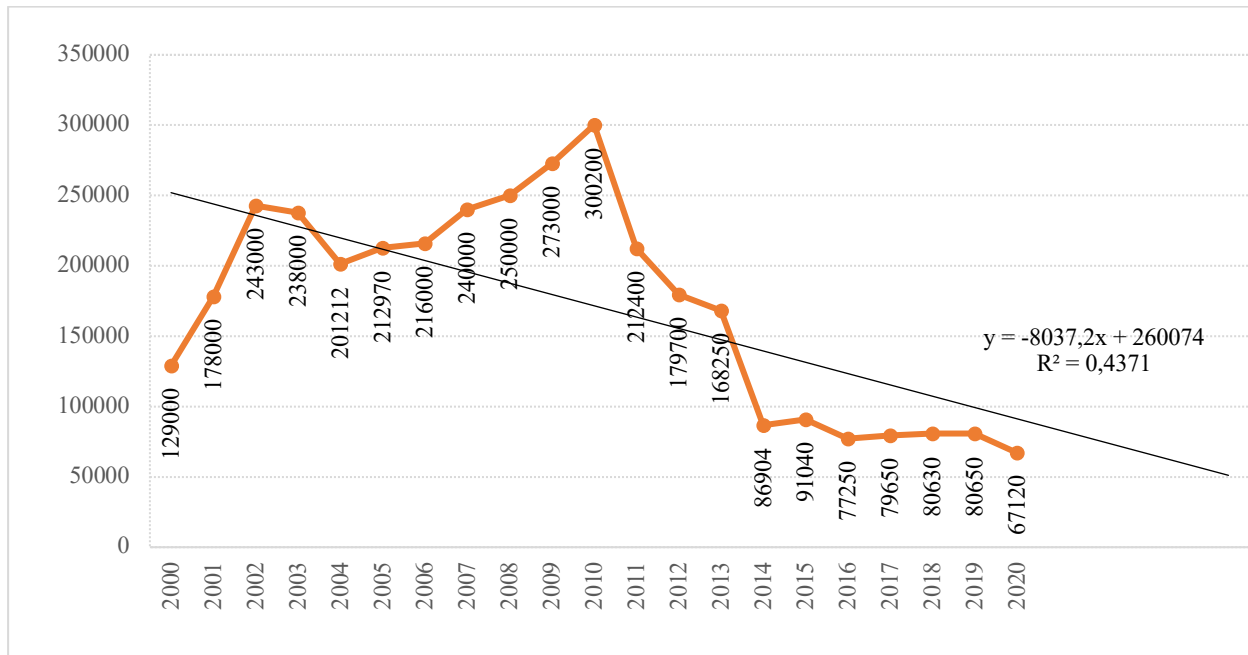


Рис. 3. Виробництво вина в Україні, т

Джерело: сформовано автором на основі даних ФАОСТАТ [9]

Згідно з отриманими даними з рис. 3, з початку 2011 року виробництво вина почало зменшуватись. У 2013 році обсяг виробництва склав 168,250 тис. тонн, а вже у 2014 р. лише 86,9 тис. тонн, що є майже вдвічі менше порівняно з 2013 роком, а саме на 48,3%. У 2020 році, цей показник становив лише 67,1 тис. тонн. Ми вважаємо, що такий різкий спад обсягу виробництва вина пов'язаний з анексією Криму, оскільки до 2013 року на території Автономної Республіки Крим вироблялося до 35% від загального обсягу вина в Україні. Причиною скорочення обсягів виробництва вина може бути також імпорт дешевої продукції з невисокою якістю, оскільки вона стала серйозним конкурентом вітчизняного винного бізнесу.

Також проаналізуємо окремо виробництво такого популярного виду, як ігристе вино. Як можна побачити з рис. 4 виробництво вина ігристого має також тенденцію до зниження.

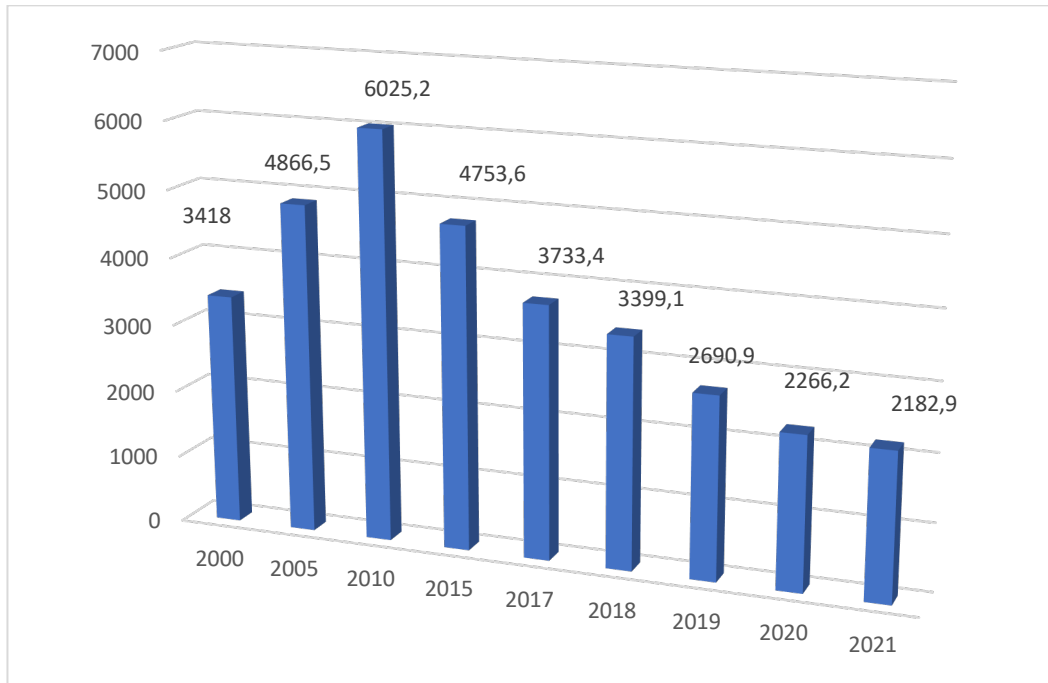


Рис. 4. Вино ігристе зі свіжого винограду (крім вина «Шампанське»; включаючи «Шампанське України»), тис. дал

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики України [12]

Проте, помітне зменшення не лише по виробництву вина ігристого (табл. 2).

Таблиця 2

Основні показники виробництва вина

| Показники | 2005 | 2010 | 2015 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | Відхилення (+/-) 2021 р. від | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------------------|------|
| | | | | | | | | | 2020 | 2019 |
| Виробництво вина ігристого зі свіжого винограду (крім вина «Шампанське»; включаючи «Шампанське України»), млн.дал | * | * | 4,8 | 3,7 | 3,4 | 2,7 | 2,3 | 2,2 | -0,1 | -0,5 |

| | | | | | | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|------|
| Виробництво вина та виноградного сусла, бродіння якого зупинене шляхом додавання спирту, з фактичною концентрацією спирту не більше 15% (крім газованого, ігристого та вина із захищеним найменуванням за походженням), млн. дал | * | * | 7,8 | 7,2 | 7,3 | 7,4 | 6,3 | 4,7 | -1,6 | -2,7 |
| Індекс цін винограду, реалізованого підприємствами (відсотків до попереднього року) | 140,6 | 138 | 194,2 | 104,2 | 89,5 | 90 | 124,5 | 113,6 | -10,9 | 23,6 |
| Індекси виробництва виноградних вин у виробництві харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за видами діяльності (відсотків до попереднього року) | * | 119,3 | 131,4 | 97,2 | 88 | 85,6 | 80,2 | 98 | 17,8 | 12,4 |
| Рівень рентабельності виробництва винограду у підприємствах | * | * | 92,9 | 51,6 | 22,6 | 7,2 | 16,2 | * | * | * |

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики України [12]

Однак, якщо аналізувати оптовий товарооборот вина, то помітне збільшення в грошовому еквіваленті (табл. 3).

Таблиця 3

Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі за товарними групами вина

| | Млн. грн | | | Відхилення (+/-) 2021 р. від | |
|--|----------|--------|--------|------------------------------|-------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2020 | 2019 |
| Вина зі свіжого винограду, сушло виноградне | 6689,1 | 6998,2 | 7457,5 | 459,3 | 768,4 |
| Сидр та вина плодово-ягідні інші | 554,3 | 561,6 | 771,9 | 210,3 | 217,6 |
| Вермут та інші ароматизовані вина зі свіжого винограду | 1789,9 | 1982 | 2211 | 229 | 421,1 |

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики України [12]

Щодо роздрібного продажу, то також помітні позитивні зміни (табл. 4).

Таблиця 4

Роздрібний продаж підприємствами роздрібною торгівлі продовольчих товарів за товарними групами, тис. т

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | Відхилення (+/-) 2021 р. від | |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------------------------------|------|
| | | | | | | 2020 | 2019 |
| Вино | 6,7 | 7 | 7 | 8 | 8,8 | 0,8 | 1,8 |
| Коньяк | 1,5 | 1,7 | 1,9 | 2,1 | 2,2 | 0,1 | 0,3 |
| Вина ігристі (шампанське) | 2,2 | 2,7 | 2,8 | 3,3 | 3,5 | 0,2 | 0,7 |

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики України [12]

Україна – країна, де є ряд регіонів зі сприятливими географічними, екологічними, кліматичними, культурними та політичними умовами для вирощування винограду, а відповідно і виробництва вин. Цим регіонам бажано організувати винні тури, які будуть пропонувати відвідувачам не лише показ виноробного процесу та дегустацію вин, але й ознайомити з культурними та історичними пам'ятками.

Навіть при теоретичній можливості вирощувати виноград на більшій частині території України, промислове виноградарство фактично сконцентровано тільки в Одеській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій та Закарпатській областях. В даних областях вирощено 169; 29,9; 9,2; та 17,8 тис. тонн винограду (табл. 5).

Таблиця 5

Виробництво винограду за регіонами, тис. т

| | Роки | | | | | | | | | Відношення у % 2021 р. до | |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|--------|
| | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2020 | 2000 |
| Україна | 513,8 | 442,6 | 407,9 | 386,3 | 409,6 | 467,6 | 366,3 | 281,0 | 264,1 | 94,0 | 51,4 |
| Автономна Республіка Крим області | 179,4 | 116,3 | 90,5 | - | - | - | - | - | - | | |
| Вінницька | 0,7 | 2,1 | 2,6 | 4,3 | 4,2 | 4,3 | 3,6 | 3,7 | 3,5 | 94,6 | 500,0 |
| Волинська | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 100,0 | 100,0 |
| Дніпропетровська | 5,3 | 6,6 | 6,7 | 5,2 | 5,4 | 6,0 | 7,3 | 9,6 | 7,5 | 78,1 | 141,5 |
| Донецька | 16,1 | 11,5 | 6,6 | 3,0 | 5,5 | 6,0 | 6,3 | 5,2 | 5,0 | 96,2 | 31,1 |
| Житомирська | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 100,0 | 100,0 |
| Закарпатська | 41,9 | 27,2 | 20,3 | 27,2 | 25,3 | 26,6 | 26,7 | 26,8 | 29,9 | 111,6 | 71,4 |
| Запорізька | 3,1 | 4,7 | 5,9 | 5,0 | 7,3 | 7,3 | 7,7 | 4,9 | 3,8 | 77,6 | 122,6 |
| Івано-Франківська | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 100,0 | 114,3 |
| Київська | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 1,9 | 2,4 | 2,8 | 2,9 | 2,6 | 2,7 | 103,8 | 2700,0 |
| Кіровоградська | 1,5 | 0,6 | 1,6 | 2,4 | 2,8 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,0 | 93,8 | 200,0 |
| Луганська | 1,4 | 1,1 | 0,9 | 1,3 | 2,0 | 2,7 | 2,9 | 2,7 | 2,8 | 103,7 | 200,0 |
| Львівська | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 100,0 | 92,9 |
| Миколаївська | 30,2 | 37,4 | 38,9 | 50,8 | 51,3 | 62,1 | 30,6 | 21,9 | 17,8 | 81,3 | 58,9 |
| Одеська | 201,4 | 193,3 | 175,1 | 238,7 | 253,6 | 296,7 | 241,7 | 169,8 | 169,0 | 99,5 | 83,9 |
| Полтавська | 0,4 | 0,6 | 1,8 | 1,9 | 1,9 | 2,4 | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 100,0 | 675,0 |
| Рівненська | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 100,0 | 300,0 |
| Сумська | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 66,7 | 100,0 |
| Тернопільська | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 100,0 | - |
| Харківська | 1,1 | 0,4 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 85,7 | 54,5 |
| Херсонська | 26,3 | 36,1 | 29,3 | 36,9 | 40,8 | 39,0 | 22,4 | 20,1 | 9,2 | 45,8 | 35,0 |
| Хмельницька | 0,3 | 0,3 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 100,0 | 200,0 |
| Черкаська | 0,5 | 0,5 | 0,8 | 1,8 | 1,0 | 2,2 | 2,0 | 1,7 | 1,2 | 70,6 | 240,0 |
| Чернівецька | 1,0 | 0,7 | 0,9 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 100,0 | 120,0 |
| Чернігівська | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 133,3 | 133,3 |

Джерело: сформовано автором на основі даних Державної служби статистики

України [12]

Тому саме у цих регіонах найбільш доцільно організовувати енотури.

Ці області є центрами розвитку винного туризму в Україні та уже мають відповідну туристичну інфраструктуру і розвинені виноробні комплекси з власними марками та брендами. Так, в Одеській області вирощується більше половини українського винограду (64%) і відповідно виробництва вітчизняних вин.

Українські вина, завдяки доступності робочої сили у традиційних виноградарських районах, вирізняються значною економічною вигодою порівняно з аналогічними винами Європи, при цьому забезпечуючи високий стандарт якості. Однак, на відміну від західно- та південно-європейських країн, в українських виноробів немає дуже багато розкручених світових брендів, тому серед марочних брендових вин на світовому ринку вони конкурувати не в змозі.

Серед вин низької цінової категорії конкуренція залишається також особливо напруженою, оскільки світовий ринок насичений винами з Чилі, ПАР, Австралії та США, де широко застосовується інтенсивне виноробство [6].

Негативні фактори, які стримують розвиток виноробної галузі, мають значний вплив на її стан в Україні. Серед них можна виділити декілька основних.

По-перше, системи отримання ліцензії на право виробництва алкогольних виробів. Це тривалі процедури, які ускладнюють доступ до ринку для нових виробників та зменшують кількість конкурентів на ринку, що зумовлює нерівні умови конкуренції для менших виробників та перешкоджає їхньому розвитку.

По-друге, нестійкість фінансової державної підтримки галузі, як наслідок припинення час від часу закладення молодих виноградних насаджень та нерівні умови конкуренції з іноземними виробниками вина. Це

призводить до зменшення обсягу виробництва та негативно впливає на якість продукції.

По-третє, варто відзначити відсутність пільгових довгострокових кредитів для створення виноградних насаджень, будівництва необхідних об'єктів для зберігання та переробки винограду, а також модернізації обладнання на заводах первинного та вторинного виноробства. Також слід відзначити відсутність податкових преференцій для виробництва коньяку, вин, кріпленого спирту виноградного походження. Нормативно-правові вимоги щодо обов'язкового використання вітчизняної сировини при виробництві коньячної продукції є ще однією проблемою, яка не сприяє розвитку галузі.

Проте, існують деякі позитивні фактори, які сприяють розвитку цієї галузі, такі як от гранти на виноградарство (до 400 тис. грн на га) [13], можливості збільшення врожайності виноградних насаджень за рахунок запровадження новітніх технологій, початок процесу періодизації провідних підприємств та фермерських господарств на виробництво вин та органічного винограду і виноробної продукції, активізація Мінагрополітики України та громадських галузевих організацій щодо дерегуляції чинних законодавчих актів. Незважаючи на ці позитивні фактори, відсутність достатньої кількості заводів, які готові розкривати свої двері перед туристами, становить перешкоду для розвитку винного туризму в Україні.

Туристичні маршрути винного туризму по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які визнані традиційними центрами українського виноробства, мають потенціал стати все більш популярними серед відвідувачів [11]. Вже нині заводи-виробники вин, такі як ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винзавод «Інкерманський», «Коктебель» та інші, створили експозиційні та дегустаційні зали для стимулювання збуту. У відомому винзаводі «Массандра» функціонує унікальний музей виноробства та

приміщення для дегустацій. Енотека цього заводу налічує понад мільйон пляшок колекційних вин і визнана Книгою рекордів Гіннеса, підкреслюючи винятковість та цінність цього місця для любителів винної культури [6].

Переходячи до розвитку туризму варто відмітити, що у квітні 2019 року, в рамках проекту Євросоюзу «Підтримка системи географічних зазначень в Україні», започатковано перший в Україні пілотний проект еногастрономічного туризму «Дороги вина та смаку Української Бессарабії» – Одеська область була обрана міжнародними експертами саме через наявність сучасного автобану – Одеса-Рені [20].

У регіоні в 2019 р. розпочалися роботи з ознакування туристичного маршруту «Дороги вина та смаку Української Бессарабії» (рис. 5). Перші дорожні знаки встановлені в Ізмаїльському районі. Цей регіон має значний креативний потенціал у сфері винного туризму, який може бути використаний для розвитку регіональної економіки. Одним з таких ресурсів є міжнародний фестиваль вина «Bolgrad Wine Fest», який щорічно проходить у Болграді та збирає багато учасників з усієї Одеської області, а також з інших областей України та Молдови. Більше трьох десятків фермерів-виноробів долучилися до участі в цьому унікальному заході у 2020 р. Місто Болград, яке вважається неофіційною столицею болгарської діаспори в Україні, стало відмінною локацією для фестивалю. Культурна програма насичена традиційною болгарською народною творчістю, яка додає свою колоритну нотку до загального атмосферного настрою.

Закарпатський туристичний винний шлях також є прикладом регіонального туристичного продукту, який об'єднує 12 винних підвалів та дегустаційних залів кращих виноробів для популяризації закарпатських вин (рис. 5).



Рис. 5. Дороги вина та смаку української Бессарабії та Закарпаття

Джерело: сформовано автором на основі [14]

Закарпаття – це один з найбільш популярних напрямків для винних турів в Україні. Цей регіон славиться своїми смачними винами та мальовничими пейзажами, що приваблюють багатьох туристів.

Аналізуючи пропозиції туристичних агентств, нами виявлено, що серед найбільш відомих винних турів до Закарпаття можна виділити такі, як «Сиро-винний тур по Закарпаттю», де ви зможете дізнатися більше про традиційний спосіб виготовлення сиру та вина, а також відвідати найкращі виноробні місця регіону [16].

«Свято молодого вина – Закарпатське Божоле» – це чудова можливість насолодитися смаком вина та дізнатися більше про його виготовлення. Цей тур також дозволить споглядати краєвиди Закарпаття та познайомитися з місцевими традиціями та культурою [17].

«Дегустаційний тур – Закарпатський глінтвейн» – це можливість познайомитися з традиційним напоєм, який дуже популярний в Закарпатті в холодний період року. Можна насолоджуватися смаком глінтвейну та дізнатися більше про його історію та традиції регіону [18].

«Фестиваль – Червоне вино» – це свято для справжніх цінителів вина, де можна насолодитися різноманітними сортами вина. Цей тур також дозволить познайомитися з місцевими виноробами та саме їхніми традиціями, лайфаками виготовлення вина [19].

З короткого огляду пропозицій можна констатувати, що Закарпаття – це ідеальний вибір для винних турів в Україні.

Висновки. Винний туризм є однією з форм спеціалізованого регіонального туризму в світі, яка полягає у відвідуванні різних винних регіонів, виноробних підприємств та дегустації продукції виноробів. Цей вид туризму є важливим продуктом інтеграції у рамках єдиної концепції креативних ресурсів та туристичних послуг, які існують або можуть розвиватися в сфері виноробства. Винний туризм може стати одним із напрямків стратегії економічного зростання регіону.

Досвід Європи доводить, що винний туризм має набагато більше аспектів, ніж тільки збір врожаю. Він також включає відвідування виноробних плантацій, дегустацію різних сортів винограду, ознайомлення з технологією виробництва вина та відвідування дегустаційних залів і підвалів. Крім того, туристи можуть ознайомитися з історією виноробства певного виробника, відвідати спеціалізовані музеї та виставки, взяти участь у майстер-класах від сомельє в ресторанах з дегустацією вина. На прикладі Франції видно, що винний туризм не тільки дозволяє туристам насолоджуватися ароматом та смаком вина, а й має культурне значення. Він дозволяє пізнати традиції виноробства, які мають багатовікову історію та звичаї, пов'язані з вирощуванням винограду та переробкою його на сік і вино. Інтерес туристів до виноробства є важливим для збереження цих традицій та культури регіону, пов'язаної з ними.

Україна є одним з найбільш продуктивних регіонів виноградарства в Європі. Це пояснюється тим, що клімат України є ідеальним для вирощування винограду завдяки помірному континентальному та тепловому субтропічному клімату, що дозволяє виробляти високоякісні вина з багатим смаком та ароматом.

Просування української виноробної продукції на світовий та європейський ринки є необхідним кроком у розвитку виноробства і винного

туризму в Україні. Для цього можуть використовуватися різні методи, включаючи винні тури в Україні, як новий вид спеціалізованого тематичного туризму, що дозволять розширити уявлення про українське виноробство та виноградарство як для вітчизняних, так і для іноземних туристів. Їх необхідно активно просувати. Для досягнення цієї мети необхідно залучати як вітчизняних, так і іноземних туристів, розробляти інноваційні підходи до організації енотурів та вдосконалювати маркетингову діяльність в туристичному бізнесі. Також важливо належно оцінювати ресурсний потенціал рекреаційних регіонів України з точки зору виноробства та туризму, і розглядати винний туризм як принципово новий напрямок розвитку туристичної галузі України.

Енотуризм є досить новим та унікальним видом спеціалізованого туризму, який ставить своїм завданням показати туристам (споживачам) різноманітність українського виноробства та виноградарства. Він конкурує з розважальним та зеленим туризмом, пропонуючи унікальний досвід відвідування винних підприємств та дегустації вина прямо на місці його виробництва. Також винний туризм дає можливість виникнення безпосереднього контакту між туристом та виробником, що дозволяє отримати важливу інформацію від туриста, що стосується оцінки пропонованого вина.

Такі тури можуть бути організовані як окремими подорожами (літній відпочинок), турами вихідного дня (романтичні/подорожі друзів), так і комплексними заходами для учасників інсентив-туру чи для корпоративних заходів (тури поєднані з кейтеринговими заходами – з організацією фуршетів, вечірок, банкетів та святкування різних знаменних дат компаній) – де працівники компаній можуть смакувати найкращі вина, дізнаватися нове про виноробні регіони України та насолоджуватися чудовою атмосферою в колі колег.

В результаті винні тури дадуть можливість не лише познайомитися з українським виноградарством та виноробством, а сприятимуть збільшенню продажу вина і розвитку регіонів та стануть додатковим доходом для місцевих та державних бюджетів.

Україна має низку регіонів, що характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях, які є найбільш перспективними для розвитку енотуризму завдяки наявності туристичної інфраструктури та розвиненого виноробного комплексу із власними виробниками, марками та брендами. Винний туризм у Закарпатті, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, де розташовані традиційні центри українського виноробства, вже нині набуває все більше популярності. Для стимулювання продажів, на заводах-виробниках (ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», «Інкерманський винзавод», «Коктебель» та інші) створюються експозиційні та дегустаційні зали. Однак, винний туризм поки що не типове явище для України.

Основними відправними точками винних турів наразі є маршрути «Київ – Одеса» та «Київ – Закарпаття». Вони дозволять відвідати найкращі виноробні регіони України та познайомитися з місцевими виноробами, які розкажуть про свої традиції та секрети виготовлення вина.

Розвиток виноградно-виноробної галузі в Україні сповільнюється через відсутність належної інфраструктури, недосконалість законодавства та низький рівень державної підтримки.

Проте, проведені дослідження підтверджує, що винний туризм може стати важливим напрямком розвитку туристичної індустрії в Україні.

Література

1. Бордун О., Гінда В. Винний туризм як вид туристичної діяльності. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.* (Київ, 8-9 квіт., 2021 р.). 2021. С. 107-112.
2. Hall С.М., Sharples E., Cambourne B., Macionis N. *Wine Tourism Around the World*. Winepress Ltd., 2011. 312 p.
3. Винний туризм: підручник для студентів ВНЗ. С. В. Іванов, В. О. Домарецький, Д. І. Басюк та ін. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. 472 с.
4. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 17. Ч. 1. С. 68-71.
5. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України. *Агросвіт*. 2013. № 22. С. 46-52.
6. *World Tourism Organization: офіційний вебсайт*. URL: www.unwto.org (дата звернення: 21.02.2024).
7. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів. *Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конференції* (м. Луцьк, 30–31 березня 2017 р.). Луцьк: Терен, 2017. С. 26–34.
8. Дані за запитом «вино». *Фаостат: вебсайт*. URL: <https://www.fao.org/faostat/ru/#search/wine> (дата звернення: 21.02.2024).
9. Корпоративна статистична база даних Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAOSTAT). URL: <https://www.fao.org/faostat/ru/#data/QCL> (дата звернення: 21.02.2024).
10. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2013. № 1. С. 29–41.

11. Матвеев В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсон. держ. ун-ту*. 2015. № 10, Ч. 4. С. 29–31.

12. Державна служба статистики України: офіційний вебсайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 21.02.2024).

13. Грант на сад. *Дія: вебсайт*. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-sad> (дата звернення: 21.02.2024).

14. Дорога Вина та Смаку Закарпаття. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/zakarpattiaroute> (дата звернення: 21.02.2024).

15. Дорога вина та смаку Херсонщини. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/gastroroads.ks> (дата звернення: 21.02.2024).

16. Туристична агенція «Відвідай»: офіційний вебсайт. URL: https://vidviday.ua/syro-vinnyj_tur_zakarpattyem (дата звернення: 21.02.2024).

17. Туристична агенція «Про Карпати»: офіційний вебсайт. URL: <https://prokarpaty-tour.info/uk/tur-zakarpattske-bojole/> (дата звернення: 21.02.2024).

18. Туристична агенція «Тур База»: офіційний вебсайт. URL: <https://tourbaza.com/tour/zakarpatski-prigodi-svyato-glintvejnu/> (дата звернення: 21.02.2024).

19. Туристична агенція «Там Тур»: офіційний вебсайт. URL: <https://tamtour.com.ua/rus/zakarpate-yubilejnyj-festival-chervene-vino> (дата звернення: 21.02.2024).

20. Geographical Indications in Ukraine/Географічні зазначення в Україні. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/GIs4Ukraine> (дата звернення: 21.02.2024).

References

1. Bordun, O., & Hinda, V. (2021). Vynnyi turizm yak vyd turystychnoi diialnosti. [Wine tourism as a type of tourist activity]. *Hostynnist, servis, turizm: dosvid, problemy, innovatsii: tezy dopovidei VIII Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf.* (pp. 107-112) [in Ukrainian].
2. Hall, C.M., Sharples, E., Cambourne, B., & Macionis, N. (2011). *Wine Tourism Around the World*. Winepress Ltd.. 312 p.
3. Ivanov, S. V., Domaretskyi, V. O., Basiuk, D. I. et al. (2012). Vynnyi turizm: pidruchnyk dlia studentiv VNZ [Wine tourism: a textbook for university students]. Kamianets-Podilskyi: FOP Sysyn O.V. [in Ukrainian].
4. Horshkova, L. O. (2018). Rozvytok vynnoho turyzmu yak spetsializovanoho vydu turystychnoi diialnosti [Development of wine tourism as a specialized type of tourist activity]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, 17, 1, 68-71 [in Ukrainian].
5. Nezdoiminov, S. H. (2013). Terruar yak osnova rozvytku vynnoho turyzmu na pivdni Ukrainy. [Terroir as a basis for the development of wine tourism in the south of Ukraine.]. *Ahrosvit*, 22, 46-52 [in Ukrainian].
6. *World Tourism Organization: ofitsiinyi vebsait – World Tourism Organization: official website*. Retrieved from www.unwto.org.
7. Patiichuk, V. O. (2017). Osoblyvosti orhanizatsii hastronomichnykh turiv. [Peculiarities of the organization of gastronomic tours]. *Rekreatsiino-turystychnyi potentsial rehioniv Ukrainy: suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku: materialy I Vseukr. nauk.-prakt. Internet-konferentsii* (pp. 26–34). Lutsk: Teren [in Ukrainian].
8. Dani za zapytom «vyno» [Request of "wine"]. *Faostat*. Retrieved from <https://www.fao.org/faostat/ru/#search/wine> [in Russian].
9. *Korporatyvna statystychna baza danykh Prodovolchoi ta silskohospodarskoi orhanizatsii OON (FAOSTAT) – Corporate Statistical*

Database of the Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAOSTAT). Retrieved from <https://www.fao.org/faostat/ru/#data/QCL>.

10. Mykhailiuk, O. L. (2013). Perspektyvy rozvytku vynnykh turystychnykh klasteriv na Pivdni Ukrainy [Prospects for the development of wine tourism clusters in the South of Ukraine]. *Nauk. visn. ONEU, 1*, 29-41 [in Ukrainian].

11. Matvieiev, V. V. (2015). Vynnyi turyzm yak reklamnyi faktor y instrument dlia stymuliuвання rozvytku konkurentnoho potentsialu vynorobnykh pidpriemstv Ukrainy [Wine tourism as an advertising factor and tool for stimulating the development of the competitive potential of wine-making enterprises of Ukraine]. *Nauk. visn. Kherson. derzh. un-tu, 10, 4*, 29-31 [in Ukrainian].

12. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofitsiinyi vebseit – State Statistics Service of Ukraine: official website*. Retrieved from <https://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

13. Hrant na sad [Grant for a garden]. *Diia*. Retrieved from <https://diia.gov.ua/services/grant-na-sad> [in Ukrainian].

14. Doroha Vyna ta Smaku Zakarpattia [Road of Wine and Taste of Transcarpathia]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/zakarpattiaroute> [in Ukrainian].

15. Doroha vyna ta smaku Khersonshchyny [The road of wine and taste of the Kherson region]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/gastroroads.ks> [in Ukrainian].

16. *Turystychna ahentsiia «Vidvidai»: ofitsiinyi vebseit – Tourist agency "Visit": official website*. Retrieved from https://vidviday.ua/syrovinnyj_tur_zakarpattyem [in Ukrainian].

17. *Turystychna ahentsiia «Pro Karpaty»: ofitsiinyi vebseit – Travel agency "About the Carpathians": official website*. Retrieved from <https://prokarpaty-tour.info/uk/tur-zakarpattske-bojole/> [in Ukrainian].

18. *Turystychna ahentsiia «Tur Baza»: ofitsiinyi vebsait – Tourist agency "Tur Baza": official website.* Retrieved from <https://tourbaza.com/tour/zakarpatski-prigodi-svyato-glintvejnu/> [in Ukrainian].

19. *Turystychna ahentsiia «Tam Tur»: ofitsiinyi vebsait – Travel agency "Tam Tour": official website.* Retrieved from <https://tamtour.com.ua/rus/zakarpate-yubilejnyj-festival-chervene-vino> [in Russian].

20. Geographical Indications in Ukraine. *Facebook.* Retrieved from <https://www.facebook.com/GIs4Ukraine>.