

Нездоймінов С. Г.,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління туризмом Одеського національного економічного університету

РЕГІОНАЛЬНІ КОНТУРИ КЛАСТЕРНОГО РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

Стаття присвячена проблемам розвитку винного туризму. Проведено дослідження рекреаційного потенціалу виноробних підприємств південних регіонів України, визначено заходи щодо інтеграції виноробних підприємств у регіональну стратегію розвитку сфери рекреації та туризму. Доведено, що винний туризм є продуктом інтеграції в рамках єдиної концепції розвитку регіональних ресурсів в сфері виноробства і туристичних послуг. Запропановано напрями кластерного розвитку туристичного продукту ринку винного туризму.

***Ключові слова:** регіональний кластер, терруар, виноробство, винний туризм, стратегія соціально-економічного розвитку.*

Нездойминов С.Г. РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТУРЫ КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ ВИННОГО ТУРИЗМА

Статья посвящена проблемам развития винного туризма. Проведены исследования рекреационного потенциала винодельческих предприятий южных регионов Украины, определены меры по интеграции винодельческих предприятий в региональную стратегию развития сферы рекреации и туризма. Доказано, что винный туризм является продуктом интеграции в рамках единой концепции развития региональных ресурсов в сфере виноделия и туристических услуг. Предложены направления кластерного развития туристического продукта на рынке винного туризма.

***Ключевые слова:** региональный кластер, терруар, виноделие, винный туризм, стратегия социально-экономического развития.*

Nezdoyminov S.G. REGIONAL CONTOURS OF CLUSTER DEVELOPMENT OF WINE TOURISM

Article deals with problems the development of wine tourism. The investigations recreational potential wineries southern regions of Ukraine. The stipulates measures for the integration of wineries in the regional strategy for development of the sphere of recreation and tourism. It is proved that wine tourism is a product of integration within a single concept of regional resources in the field of wine and tourism services. The directions of the cluster development of the tourist product to market wine tourism.

***Keywords:** regional cluster, terroir, winemaking, wine tourism, the strategy of socio-economic development.*

Постанова проблеми. Фахівці з проблем розвитку агротуризму прогнозують, що одним з найпопулярніших видів туризму до 2020 р. стане спеціалізований, який вже зараз активно розвивається. До нього можна віднести і туристські програми, пов'язані з відвідуванням місць виробництва різних вин. Історично склалося так, що Європа в силу географічних, кліматичних, екологічних, культурних та політичних умов є найбільшим у світі виробником і експортером вин високої якості. Туристів приваблює не тільки європейська кухня, а й вина, а також численні дегустації та національні свята, пов'язані зі збором винограду. Туризм і виробництво продукції, видобутої з сонячних ягід, в сукупності становлять досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії. Але даний турпродукт ще не достатньо присутній на національному туристичному ринку, тому представляється необхідним розглянути потенціал та можливості кластерного розвитку винного туризму в регіонах півдня України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку винного туризму, інституційних та економічних чинників формування ринку винного туризму, терруарного виноробства, світовий досвід реалізації регіональних кластерних стратегій винного туризму досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Вони знайшли відбиток у публікаціях таких авторів як І. Давиденко, С. Іванов, Д. Басюк, М. Дидух, П. Иванова-Тонева, О. Михайлюк, М. Hall, G. Johnson, James E. Wilson, K. Storchmann [1-8]. Але комплексного дослідження ринку винного туризму в Україні, потенціалу кластерного розвитку агрорекреаційної діяльності в виноробному регіоні науковцями не проводилось.

Постанова завдання – провести дослідження проблем розвитку винного туризму в виноробних регіонах, економічного та рекреаційного потенціалу спеціалізованих виноградарсько-виноробничих підприємств. Виявити пріоритетні напрями формування регіонального ринку винного туризму, використання досвіду партнерства туристичних підприємств та підприємців

виноградарсько-виноробній галузі в контексті сприяння регіональному кластерному розвитку рекреації та туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений аналіз наукової літератури свідчить, що майже всі дослідники цього туристичного ринку сходяться на думці, що винний туризм – молодий туристичний напрямок, що є одним з найбільш пріоритетних для розвитку в виноробних регіонах світу та України, таких як, наприклад, Одеській, Херсонській, Миколаївській регіони, АР Крим.

Поняття «винний туризм» з'явилося на початку 90-их років минулого століття і як би дивно не звучало це сьогодні, творцями нового туристичного напрямку не є традиційні виноробні країни Європи, а країни так званого Нового світу. Поєднувати виноробство з туризмом здогадалися виробники вина з Австралії і Каліфорнії. Там переважають, як правило, невеликі виноробні виробництва (з виробництвом між 100 і 300 тисяч пляшок на рік), які не розраховують на великі торгові мережі в реалізації своєї продукції. Проведенням винних вікендів і турів, їм вдалося збільшити свої продажі безпосередньо (cellar door sales). На даний момент таким способом реалізується близько 35 % продукції більшості австралійських винних льохів, а річний прибуток від винного туризму в країні становить близько 3,6 млрд. доларів США. Приблизно 18 млн. туристів на рік відвідує виноробні в області Напа (Каліфорнія), при цьому більшість з них американці.

На території південної України виноградарство і виноробство набули поширення ще у VI ст. до н.е. Найбільш розвинені осередки культури винограду - Херсонес, Пантікапей (Крим) і Ольвія. Історія виноградарства і виноробства Півдня України характеризується періодами розквіту і занепаду, оскільки впродовж багатьох століть цей край був ареною спустошливих війн. В Україні виноград вирощується у різних ґрунтово-кліматичних умовах, починаючи від буроземно-підзолистих Закарпаття і до коричневих на південних схилах Кримських гір). Промислові виноградники зосереджені головним чином на півдні і південному заході країни. Найбільші площі виноградників в АРК і

Одеській області, значно менші - в Херсонській, Миколаївській і Закарпатській; у західній, приморській і південній частині Запорізької, на півдні Донецької і в південно-західній частині Придністровської зони Вінницької області питома вага виноградних насаджень незначна. В Україні виноградники займають 179 тис. га. Крупні промислові виноградники розмістилися в основному в АРК (68 тис. га), Одеській (52 тис. га), Херсонській (20 тис. га), Миколаївській (15 тис. га), Закарпатській (8 тис. га) і Запорізькій (3 тис. га) областях [8].

Провідні учені і фахівці стверджують, що Україна повинна перейняти світовий досвід при висадці сортів винограду на певній місцевості. Для цього, на думку експертів, необхідно створити карту виноградарських регіонів і дати їй науковий супровід. На сьогодні в цьому напрямі працюють співробітники Національного наукового центру «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Е.Таїрова» НААН України. В травні 2013р. учасники Всеукраїнської наради виноградарів та виноробів «Розвиток виноградарства в малих та середніх господарствах України та на його основі терруарного виноробства з використанням французького досвіду» в результаті дискусії та вільного обміну думками прийшли до висновку, що галузь виноробства та виноградарства перебуває в незадовільному стані та потребує серйозної уваги з боку держави. Практично припинилась реалізація державних програм розвитку галузі, створено непрохідні перешкоди для українських виробників виноградарської та виноробної продукції, особливо для малого та середнього бізнесу. Кількість підприємств, що випускають виноробну продукцію неухильно зменшується. За підсумками 2012 року тільки півсотні українських виробників вина скористались ліцензією на право оптової торгівлі [9]. Обсяги переробки підприємствами винограду на виноматеріали у 2012р. склали 329,6 тис.т, що на 24,3 тис.т, або на 7% менше, ніж у 2011р.; виноматеріалів вироблено 23,0 млн. дал (менше на 2,0 млн. дал., або на 8%) (див. рис.1). У 2012 р. збільшили переробку винограду підприємства Одеської (на 15,0 тис.т, або на 11%) та Закарпатської (на 3,0 тис.т, або на 45%) областях. На 37% зменшилися обсяги переробки у Херсонській області, на 29% – у м.Севастополі.

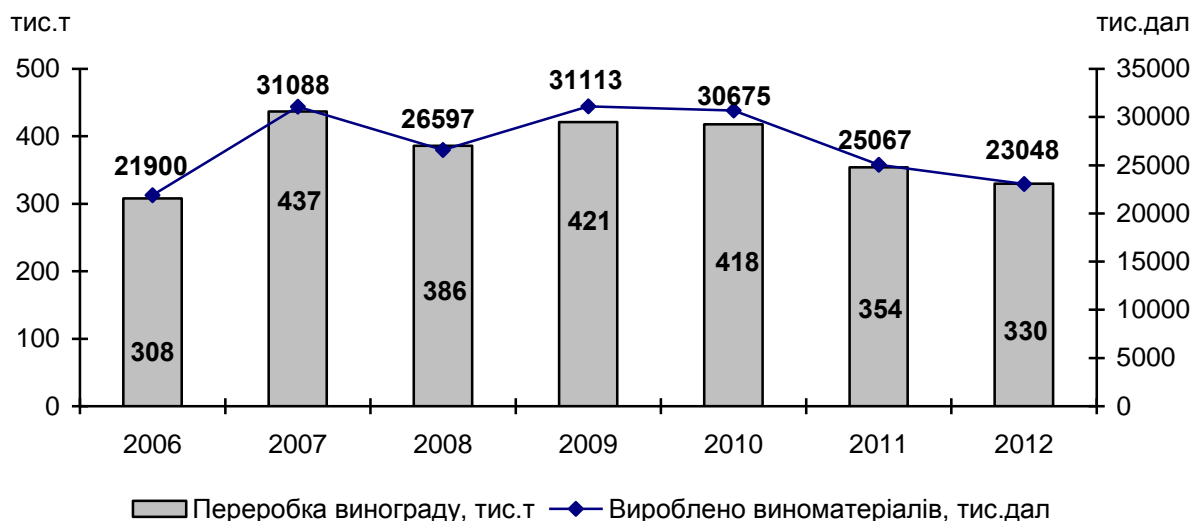


Рис. 1. Динаміка переробки винограду та виробництва виноматеріалів (Джерело: www.ukrstat.gov.ua)

Обсяги переробки винограду на виноматеріали у 2012 р. за регіонами характеризуються такими даними (див. табл.1):

Таблиця 1

Обсяги переробки винограду на виноматеріали у 2012р., т.

	Фактично перероблено винограду на виноматеріали			У тому числі		Довідково:
	всього	у % до загального підсумку	2012р. у % до 2011р.	власно-вирощений	закуплений	середня ціна закупівлі 1 т винограду, грн.
Україна	329629,7	100,0	93,1	92245,5	235130,8	3829,3
Автономна Республіка Крим	73151,6	22,2	84,7	32901,7	40249,9	5594,4
Закарпатська	9469,0	2,9	145,4	1075,3	8393,7	2542,8
Миколаївська	53928,0	16,4	91,8	4105,8	49822,2	3673,9
Одеська	146452,5	44,4	111,4	32816,3	113636,2	3419,2
Херсонська	29663,6	9,0	63,0	6894,6	22769,0	3567,8
м.Севастополь	16965,0	5,1	71,2	14451,8	259,8	4033,8

Джерело: www.ukrstat.gov.ua

На підприємства Одещини припадало 44% загального обсягу переробленого винограду, Автономної Республіки Крим – 22%, Миколаївської області – 16%. У 2012р. 28% від загального обсягу переробленого винограду, складала власна сировина (у 2011р. – 34%). Найменше використовували власний виноград підприємства Миколаївської (7,6%) та Закарпатської (11,4%)

областей. Давальницька сировина склала 2,3 тис.т (менше 1% загального обсягу переробленого винограду) [10].

Звернемо увагу, що під «рекреаційним потенціалом» розвитку винного туризму розуміють всі види туристсько-рекреаційних ресурсів, що прямо або опосередковано можуть бути задіяні до процесу формування та використання послуг винного туризму. Найбільш важливою складовою ринку винного туризму є *виноградні масиви*, відвідання яких є невід'ємною складовою усіх повноцінних винних турів, викликають значний інтерес як у професіоналів, так і у звичайних екскурсантів. Згідно існуючого районування на території України виділено 15 виноградарських зон (макрозон), які є основою для сорторайонування, і 58 природно-виноградарських районів (мікрозони). Зокрема, в Одеській області нараховується 3 макрзони і 16 мікрозон [1, с. 229]. У нашій країні спроби розробити і презентувати винні тури здійснюються виноробними підприємствами південних регіонів України. Так, у 2007 р. Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє, а також Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму ФПУ вперше в Україні почала розробку винних турів по країні. У цей проект були залучені виноробні підприємства південних регіонів України - винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст». Такі ж тури розроблені за іншими виноробними областями України - Херсонській, Миколаївській, Закарпатській, АР Крим. Винний або гастрономічний тур може тривати від декількох днів до декількох тижнів, включаючи найрізноманітніший набір заходів – екскурсії по виноградних плантаціях, відвідини стародавніх виноробень, льохів і національних ресторанів, де можна особисто познайомитися з винарями, пізнати культуру, технології і вікові традиції виробництва знаменитих іспанських вин. Під час подорожі можливі відвідини тематичних винних фестивалів, народних свят і місцевих культурних пам'яток. Існують спеціалізовані винні отелі, винні СПА-комплекси.

Фахівці вважають, щоб винний туризм існував, необхідно наявність розвиненого терруарного виноробства в країні і повноцінної туристичної інфраструктури. Крім того, продукти виноробства повинні бути відомі у світі. Проведені дослідження вказують, що у Криму є всі можливості для створення повноцінного винного курорту за проектом «Chateau Wine Village». Так, на Міжнародному інвестиційному форумі (2011), голова ради директорів «Першого національного виноробного холдингу» (ПНВХ) В. Шамотій презентував проект Chateau Wine Village («Винне село»). Передбачається, що оточене виноградниками шато буде включати винні підвали і все необхідне обладнання, а також дегустаційні зали, ресторани високого класу, готельні номери, SPA комплекси, упорядковані парки та ін. У шато гостям також запропонують винну терапію [11]. Поки в Україні число винних туристів, за підрахунками фахівців становить близько 100 тисяч - це 1,5% від загальної кількості. В Австралії, наприклад, їх частка досягає 10% [12].

Звернемо увагу, що з метою розвитку креативних ресурсів ринку винного туризму в Одеському регіоні, ще у 2009 р. компанія «Шабо» відкрила перший в Україні «Центр культури вина Шабо», головною метою якого є підвищення культури споживання благородних напоїв. «Центр культури вина Шабо» розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії «Шабо», в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого були закладені ще в античні часи. Це єдиний в Україні культурний центр, який об'єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства. «Центр культури вина Шабо», вже включено комісією Ради Європи до туристичної карти європейських винних маршрутів. Високо оцінили проект і в Україні: навесні 2009 року, на професійному туристичному конкурсі «Чорноморська перлина», він був удостоєний найвищої нагороди в номінації «Кращий інноваційний проект», а в 2010 році – отримав «Золоту зірку» в номінації «Кращий проект розвитку регіонального туризму». Винний туризм - це лише один із

інструментів регіональних виноробних кластерів, які передбачають комплексний розвиток виноробства. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, туристичних, освітніх, торговельних організацій в Україні можна створити виноробну галузь, здатну конкурувати з Європою за якістю і обсягами вин. Тому важливим є підтримка державних органів, регіональних і галузевих асоціацій щодо впровадження сітового досвіду кластерного розвитку галузі та туристичного напрямку.

Кластерний принцип успішно застосовується у виноробстві Австралії і Каліфорнії (США). З метою розвитку виноробства «Перший національний виноробний холдинг» ініціював розробку Стратегії розвитку українського виноробства на 2010-2020 рр. Інвестиції тільки у виробничі потужності з переробки винограду і розливу вина до 2020 року повинні скласти 774 млн. грн. У цілому ж до 2020 року обсяг виробництва зросте з 32 до 121 млн. пляшок на рік, а валова виручка складе 420 млн. грн. Як приклад прибутковості винного туризму, наведемо приклад Франції, де винний готель на 50 номерів приносить щорічно не менше 20 млн. євро [13]. Звернемо увагу на потенціал основних регіонів за обсягами виробництва виноматеріалів (див. рис.2). Як свідчать дані статистики, загальний випуск виноматеріалів порівняно з 2011р. збільшили підприємства Одеської – на 1,0 млн.дал (на 11%), Закарпатської – на 0,4 млн.дал (у 2 рази більше) областей та м.Севастополь – на 26,1 тис.дал (на 2% більше). У 2012р. вироблено виноматеріалів для випуску вин 13,8 млн.дал (101% обсягу 2011р.), для закладки на витримку – 0,9 млн.дал (45%) [10]. В Одеському регіоні державна підтримка розвитку терруарного виноробства закладена в регіональну програму «Виноградарство і виноробство Одещини на 2013-2025 роки». Програма довгострокова, розрахована на період до 2025 року. На першому етапі (2013-2015р.р.) передбачається проведення техніко-економічного та екологічного обґрунтування розміщення виноградників, виготовлення ампелоекологічних карт території області та схем оптимального розташування сортів винограду, встановлення постійного моніторингу виноградних насаджень, створення та ведення кадастру виноградників,

проведення робіт по розкорчуванню малопродуктивних старих виноградників та посадці молодих насаджень, розвиток винного туризму.

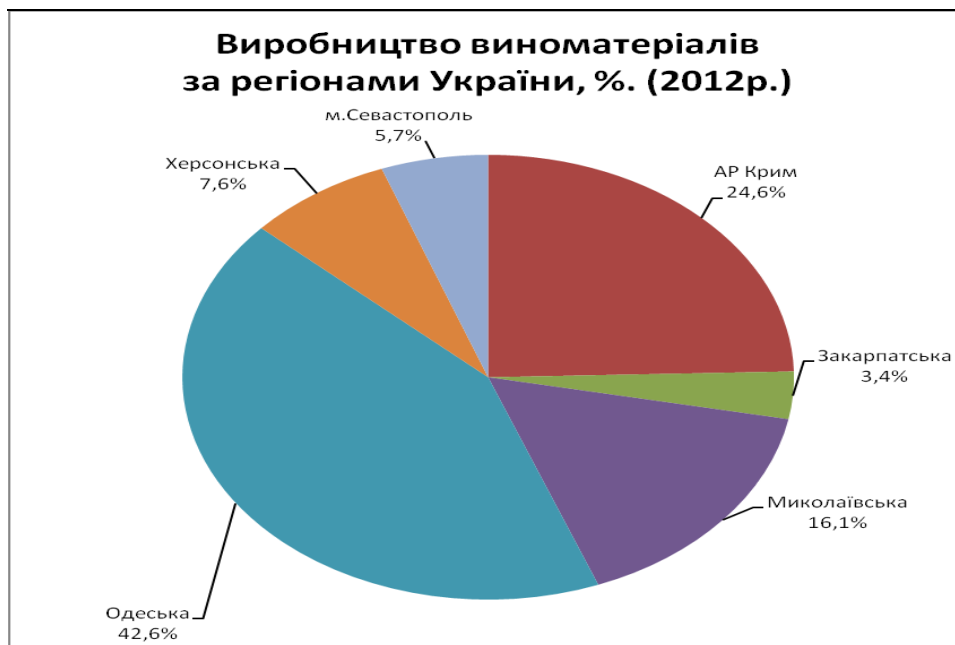


Рис.2. Виробництво виноматеріалів за регіонами України в 2012р.,%

В той же час, Одеський регіон є лідером в Україні з виробництва шампанських та ігристих виноматеріалів, що є вагомим ресурсом у винних дегустаціях туристів та розвитку туристичного напрямку (див. рис. 3).

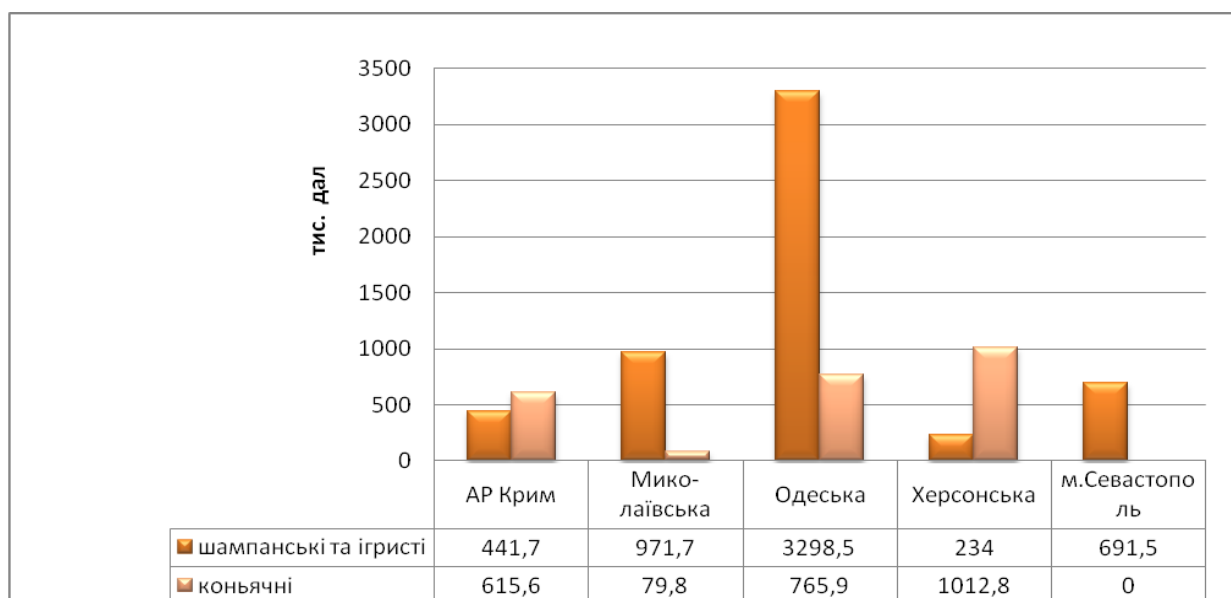


Рис.3. Виробництво шампанських та ігристих виноматеріалів за регіонами України в 2012р., тис дал (Джерело: www.ukrstat.gov.ua)

Теорія регіоналізму розглядає кластерну стратегію розвитку територій як одну з ефективних форм організації взаємодії підприємств різних галузей,

об'єднань, підприємців, наукових установ з метою підвищення конкурентоспроможності продукції, підприємств і регіонів. На сучасному етапі кластерні об'єднання в Україні не є розвинутою формою внутрішньогалузевого і міжгалузевого співробітництва зацікавлених суб'єктів, що з однієї сторони створює недосконалі умови для успішних конкурентних дій, а, з іншої, стимулює і підприємства, і державу до активних пошуків партнерів виробничо-комерційної та організаційної діяльності. Світовий досвід кластерізації економіки показав, що вона вирішально впливає на процеси посилення конкурентоспроможності та прискорення інноваційної діяльності. Формування кластерів має здійснюватися на основі об'єктивних конкурентних переваг регіону з врахуванням їхніх можливих змін у перспективі. Кластерні об'єднання є однією з найефективніших форм організації інноваційних процесів, форм регіонального розвитку, за якою на ринку конкурують вже не окремі підприємства, а цілі комплекси, які скорочують свої витрати завдяки спільній технологічній кооперації компаній. Об'єднання у кластери формують специфічний економічний простір з метою розширення сфери вільної торгівлі, вільного переміщення капіталу та людських ресурсів, а отже, виконують функції структуротворних елементів глобальної системи.

Як приклад, що ілюструє склад учасників кластера, розглянемо каліфорнійський винний кластер, описаний М. Портером. Так, каліфорнійський винний кластер включає до свого складу наступних учасників:

➤ 1 рівень - ядро кластера:

- Виноробні переробні підприємства (виробники вина);
- Виноградарі;

➤ 2 рівень - суміжні компанії:

- Підприємства, що виробляють добрива, пестициди, гербіциди;
- Підприємства, що виробляють обладнання для збору врожаю;
- Підприємства, що забезпечують функціонування іригаційних систем;
- Підприємства, що виробляють бочки, етикетки, пляшки, кришки і пробки;
- Підприємства, що виробляють обладнання для виробництва вина;

➤ 3 рівень - обслуговуючі компанії (економічна інфраструктура):

- Освітні, науково-дослідні і торгові організації (наприклад, Інститут вина, Інститут кулінарії тощо);
- Компанії, що забезпечують PR і рекламу;
- Спеціалізовані ЗМІ (наприклад, «Торговий журнал» тощо);
- Державна структура штату Каліфорнія - Комітет з виноробства;
- Організації, що забезпечують взаємодію учасників кластера між собою.

Розглядаючи каліфорнійський винний кластер, М. Портер згадує і про те, що він пов'язаний з такими кластерами штату Каліфорнія, як сільськогосподарський, продовольчий кластер і туристичний кластер [14]. Слід зазначити, що процес кластеризації є спочатку скоріш стихійним процесом, ніж запланованим, тому представляється можливим розглядати в рамках регіональної економіки не тільки індустріальні, інноваційні кластери, а й потенційні та латентні. Саме потенційні винні кластери необхідно виявляти з метою інноваційного розвитку, а латентні кластери формують умови, на базі яких існують індустріальні кластери. Таким чином, можна розглядати латентні кластери як сукупність структурних та інфраструктурних елементів, які забезпечують інноваційний розвиток економіки в цілому і кластерів, зокрема. Це, у свою чергу, дозволяє розглядати інфраструктурне забезпечення в трьох площинах - на рівні підприємства, в процесі кластеризації та інноваційного типу розвитку регіону. При цьому інфраструктурне забезпечення розглядається як процес взаємодії ринкового, інноваційного та інституціонального факторів. Академік НААН М. Ф. Кропивко стверджує, що в українському законодавчому полі може бути створений як тип великотоварного агропромислового об'єднання кластерної організації – самоврядне продуктове агропромислове об'єднання суб'єктів господарювання, метою якого є здійснення спільної господарської діяльності на інноваційній основі по виробництву і просуванню на ринок певних видів агропродовольчої продукції. Вчений визначає, що кластероутворюючий блок цього об'єднання становлять технологічно взаємозв'язані в рамках продуктового ланцюга підприємства і господарства,

розміщені на території сусідніх районів і навіть областей. Внутрішню інфраструктуру можуть становити спільна маркетингова служба, сервісні та транспортні підприємства тощо [15]. На нашу думку, назріла необхідність об'єднати в одну кластерну систему підприємства галузі винноробного підкомплексу АПК та турпідприємства на регіональному рівні для кращої координації дій, максимізації прибутку та раціонального використання ресурсів винного туризму. Необхідна також і кооперативна організація селянських господарств, що займаються винноробством. Співпрацюючи у кластері, учасники можуть отримувати нові розробки щодо системи логістики, технології продажу продукції, системи менеджменту та маркетингу винноробства та туристичного продукту тощо. Механізм взаємодії учасників регіонального кластеру винного туризму наведено нами в рис. 4. Звернемо увагу, що на сучасному етапі розвитку наша країна, яка задекларувала інноваційно-інвестиційну модель економічного розвитку, має прискорити впровадження кластерних підходів на державному і регіональному рівнях. У стратегії підвищення конкурентоспроможності економіки України, її регіонів передбачено формування ефективних мережевих виробничих систем, широке поширення кластерних принципів організації виробничої взаємодії на регіональному рівні, що надасть значні можливості як для підвищення конкурентоспроможності місцевого, зокрема туристичного бізнесу, так і для підвищення ефективності економічної політики регіональної влади.

Отже, винний туризм, - це одна з форм спеціалізованого регіонального туризму, заснована на відвідуванні різних винних регіонів, підприємств, а також дегустації продукту їх терруарного виробництва - вин. Для регіональних програм «Vintour», винний туризм є продуктом інтеграції в рамках єдиної концепції тематичних ресурсів і туристичних послуг, існуючих або потенційних, в області вина, одним із напрямків стратегії соціально-економічного зростання регіону.

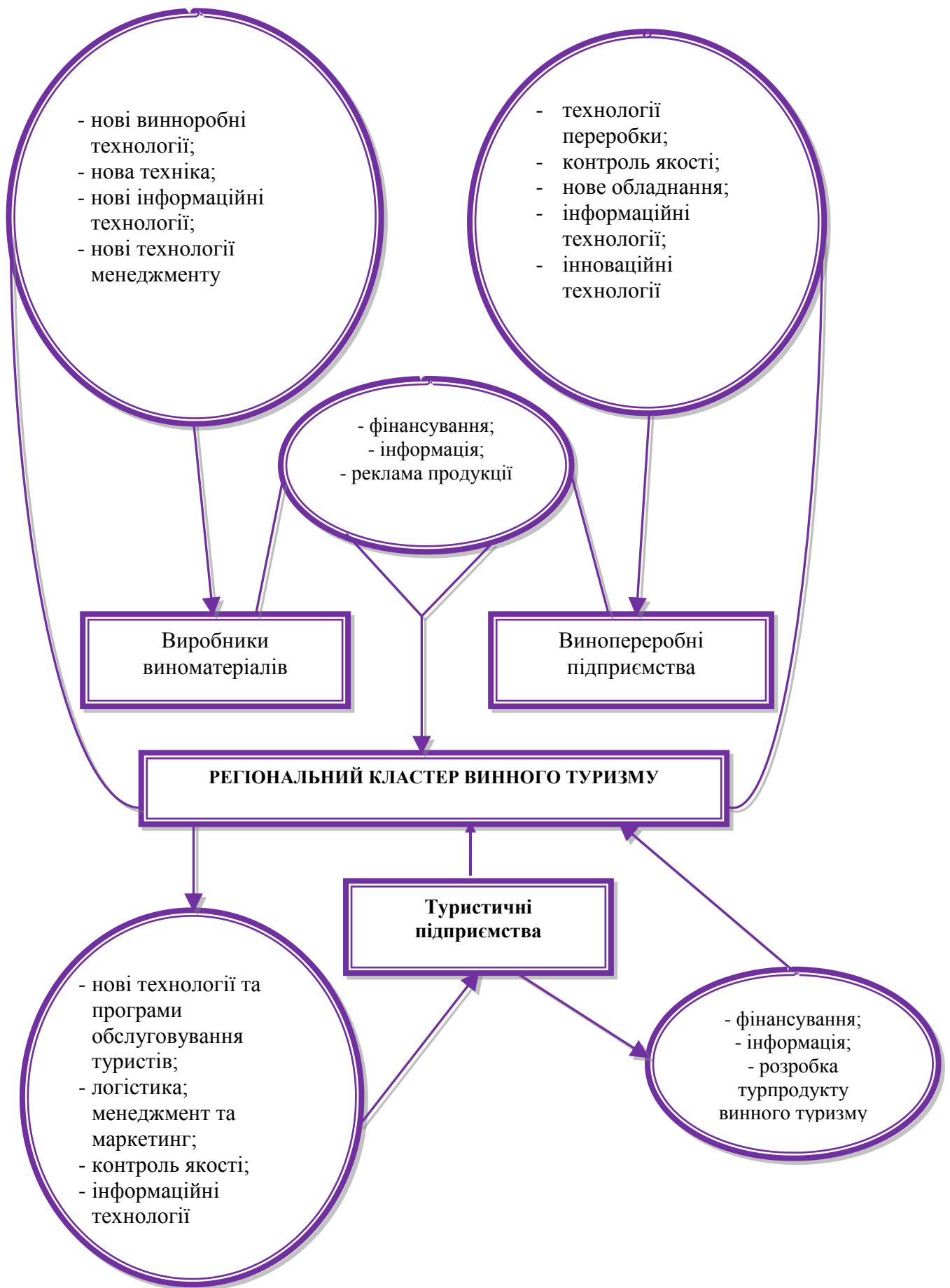


Рис. 4. Механізм взаємодії учасників регіонального кластеру винного туризму

Для виноробів, відвідування туристами їх терруарного виробництва, дозволяє їм, безпосередньо показувати і робити відомим результат їх роботи. Серед сучасних туристів зростає частка тих, хто шукає можливість додати своєму відпочинку більше свята і задоволення з точки зору культури, відкриття, мистецтва життя, гастрономії та автентичності, як у відчуттях, так і в якості. У наш час, найбільш достовірним і ексклюзивним виразом характеру виноробного регіону є сам продукт його виробництва - вино.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Регіональний кластер винного туризму – це добровільне територіальне об'єднання підприємств виноробного підкомплексу АПК, підприємців та підприємств туристичного бізнесу з метою забезпечення конкурентоспроможності виробництва та турпослуг за рахунок формування ефективних внутрішньогалузевих зв'язків, диверсифікації каналів збуту, створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій, а також адаптації галузі до вимог світового ринку. Винний туризм, - це одна з форм спеціалізованого регіонального туризму, заснована на відвідуванні різних винних регіонів, підприємств, а також дегустації продукту їх виробництва - вин. За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, турфірм в регіонах півдня України можна створити туристичний кластер винного туризму та його продукт, здатний конкурувати за якістю і обсягами вин, зайняти гідне місце у винній туристичній карті Європи.

Бібліографічний список:

1. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія /за заг. ред. професора В. Г. Герасименка; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов, І. В. Давиденко та ін. - Одеса: «Астропринт», 2013. – 304 с.
2. Іванов С. В. Підготовка фахівців для винного туризму в національному університеті харчових технологій: традиції та перспективи / С. В. Іванов, Д. І. Басюк. – Вища школа. – 2012. – № 6. – С. 7-15.

3. Diduh M. The Perspective of the Development of the Vinous Tourism in the Ukrainian Danube // Journal of Danubian Studies and Research. – 2013. – Vol. 3, no. 2, pp. 340-350.
4. Иванова-Тонева П. Виненият туризъм - елемент от пазарната стратегия на винопроизводителите. Винен туризъм : традиция и съвременност: Черноморски туристически форум, 15 – 17 октомври 2009, Варна 2009 / ред. кол. Марин Нешков и др.; [предг. Марин Нешков]. – Варна: Славена, 2009. – С. – 87-94.
5. Hall M., Johnson G., Cambourne B., Macionis N., Mitchel R., and Shaples L. Wine tourism around the world: development, management and markets . – London: Butterworth-Heinemann, 2002. – Pp.1 - 24.
6. Wilson James E. Terroir: The Role of Geology, Climate and Culture in the Making of French Wines. University of California Press, 1998, – P. 336. [Електронний ресурс]. – Режим достępu: <http://www.ucpress.edu/op.php?isbn=9780520219366>
7. Storchmann K. Wine Economics. Journal of Wine Economics, Vol. 7, No 1, 2012, Pp.1–33. [Електронний ресурс]. – Режим достępu: <http://www.wine-economics.org/aawe/wp-content/uploads/2012/10/Vol.7-No.1-2012-WineEconomics>.
8. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на півдні України /О.Л. Михайлюк. - Науковий вісник ОНЕУ. - №1 (181). - 2013. - С. 29-41.
9. Розвиток виноградарства в малих та середніх господарствах України та на його основі терруарного виноробства з використанням французького досвіду. [Електронний ресурс].–Режим достępu: <http://tairov.com.ua/news/215-2013-05-27>
10. Переробка винограду та виробництво виноматеріалів у 2012 році. Експрес-випуск. [Електронний ресурс]. – Режим достępu: www.ukrstat.gov.ua
11. Перспективы развития винного туризма в Крыму. [Електронний ресурс]. – Режим достępu: <http://kianews.com.ua/node/37628>
12. Nezdoyminov S.G. Wine tourism through the prism of wine making // Proceedings of the 1st International Academic Conference “Science and Education in Australia, America and Eurasia: Fundamental and Applied Science” (Australia,

Melbourne, 25 June 2014). Volume I. "Melbourne IADCES Press". Melbourne, 2014. - 692 p., P. 439-442.

13. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України / С. Г. Нездоймінов. - Агросвіт. Науково-практ. журнал. – К.: ТОВ «ДКС Центр». - 2013 - № 22. - С.46 -52.

14. Porter M. Clusters and The New Economics of Competition // Harvard business Review. 1998. November-December.13

15. Кропивко М. Ф. Підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості агропромислового виробництва на основі розвитку кластерних систем / М. Ф. Кропивко. - Економіка АПК. - 2013. - № 3. - С. 3-15.