

Objective. *The objective of the article is to study general dynamics of the Ukrainian tourist sphere development, analysis of the Ukrainian international tourism condition.*

Methods. *The complex of general scientific methods of gnoseology is used: theoretical generalization, analysis and synthesis, induction and deduction, scientific prognostication, methods of the graphical, statistical and mathematical analysis. The initial fact of the research is the tourist sphere and society changeability establishing.*

Results. *The conditions and the prospects of Ukrainian inbound and outbound tourism are considered. The positive tendency of Ukrainian inbound tourism in the first decade of XXI century is noted. It is possible to draw the following conclusions and recommendations: under the circumstances of information society the sphere of tourism became an important direction of development in economy; during the last 15 years general dynamics of entrance tourism to Ukraine was positive, the situation changed only in 2014 after annexation of the Crimea and the beginning of the military conflict in the eastern part of Ukraine; rapid development of entrance tourism during 2006-2014 put Ukraine on the first place among the international tourist attractions; the main tourist flows were distributed between regions of Ukraine disproportionately, through dissimilarity of a condition of infrastructure.*

Keywords: *tourism, dynamics, development program, tourist sphere, resorts, infrastructure, economy.*

УДК 338.48
Глушко В. О.,
аспірант

Донецький національний університет
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: viki9327@mail.ru

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ОКРЕМИЙ ВИД У ТУРИЗМІ: ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ

Hlushko V. O.,
Postgraduate student

Donetsk National University
of Economics and Trade named after
Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: viki9327@mail.ru

GASTRONOMIC TOURISM AS A SEPARATE TYPE OF TOURISM: CONCEPT, ESSENCE, CLASSIFICATION

Мета. *Мета статті полягає у з'ясуванні місця гастрономічного туризму в системі туристичної діяльності, його класифікації, уточненні визначення та сутності для розробки та обґрунтуванні теоретико-методичних та практичних підходів щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні.*

Методи. *У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу (для уточнення сутності поняття «гастрономічний туризм»), а також індукції та дедукції, групування та класифікації (для уточнення змісту поняття).*

Результати. *Проаналізовано зміст гастрономічного туризму в системі туристичної діяльності; запропонована оптимальна авторська класифікація. Розглянуто проблеми гастрономічного туризму в Україні, рекомендовано шляхи його розвитку. Отримав подальший розвиток понятійно-категоріальний апарат теорії туризму та практичний*

підхід щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні. Удосконалено визначення поняття «гастрономічний туризм» та визначено найбільш авторитетні ознаки до класифікації гастрономічного туризму. Отримані висновки можуть бути використані у формуванні стратегії розвитку туризму в цілому, а також гастрономічного туризму, зокрема в Україні. Запропоновано напрями удосконалення та корегування існуючої програми розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, поняття, класифікація.

Постановка проблеми. Стабільна позитивна динаміка розвитку туризму у світовому масштабі, його значний вплив на зайнятість населення, формування малого і середнього бізнесу, сприяння соціально-економічному розвитку регіонів дає підстави розглядати туристичну галузь як важливий чинник післякризового відновлення національної економіки України, реформування транспортної, комунальної, інформаційної, виробничої та сервісної інфраструктури, удосконалення інвестиційної та соціальної політики.

Одним із перспективних видів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу.

У теперішній час не існує єдиної думки щодо визначення поняття «гастрономічний туризм» і класифікацій цього виду туризму. Невизначеність понятійного апарату не залишає можливості в повному обсязі використати теоретичну базу туристичної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму, визначенням змісту, аналізом деяких об'єктів, включених до складу «гастрономічних турів», працювали зарубіжні вчені: К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Митчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей.

Аналіз фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми гастрономічного туризму в Україні. У дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслової, І. Комарніцького, В. Федорченка, Д. Басюк, Т. Сокол, Т. Божук, Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойко, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової, М. Баштової висвітлюється історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних традицій. Окремі фахівці розглядають гастрономічний туризм як вид хобі-туризму (І. М. Школа), тематичного туризму (Т. Г. Сокол, З. С. Каноністова), спеціалізованого туризму (В.К. Федорченко, І.М. Мініч). В. Антоненко, Д. Басюк у своїх працях доводять важливість розвитку даного виду діяльності в окремих регіонах України.

У вітчизняній науці вивченням взаємодії туристського сектора і гастрономії займаються В. Гордін, Д. Гусенова, А. Карабаєва, А. Лук'янченко, Ю. Трабская, Е. Чернова. Вказані автори фокусуються на вивченні форм і проявів гастрономічного туризму, як засобу підвищення привабливості дестинації, а також на вивченні способів формування і просування гастрономічних брендів дестинації.

Мета статті полягає у з'ясуванні місця гастрономічного туризму в системі туристичної діяльності, його класифікації, уточненні визначення та сутності для розробки обґрунтованих теоретико – методичних та практичних підходів щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини. Перспективним і одним із самих динамічно розвинених сегментів як туристичного, так і ресторанного видів у сучасних умовах можна назвати «гастрономічний туризм». Цей новий вид туризму має безмеж-

ні перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

Важливість гастрономічного туризму полягає в здатності розмежувати ціннісно-смысловий універсам культури окремих народів і в такому ракурсі постає, як один із засобів активізації крос-культурної комунікації; є проявом міжкультурних контактів, тому сприяє встановленню багатовекторних комунікаційних зв'язків. Внаслідок різноманітних культурних контактів відбувається обмін ментальними, духовними і матеріальними цінностями, досвідом на міжособистісному, етнічному, державному та загальноцивілізаційному рівнях.

Так, А. Бусигін стверджує, що гастрономічний туризм, з огляду на цілий ряд причин, які детально розглядаються в статті, може стати одним з найбільш перспективних напрямів туризму в Україні. Науковець також детально розглядає алгоритм просування цього туристичного продукту на західний ринок, акцентує увагу на необхідності ретельної розробки програми гастрономічних турів з врахуванням специфіки турів [1].

В. Федорченко також обґрунтовує необхідність розвитку гастрономічного туризму. Розглядає означену проблему на широкому культурно-історичному тлі. З огляду на роль і значення харчування в генезі світової цивілізації [2].

Кукліна Т. вказує на необхідність створення на туристичному ринку України такого явища, як гастрономічний туризм, який є одним з найбільш пізнавальних видів туризму і може стати чинником економічного розвитку України та важливим засобом поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу [3].

Зауважимо, що в українській туризмології нема єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Зустрічаються терміни "кулінарний туризм", "винно-гастрономічний туризм", "гурман-туризм", "гастрономічний туризм". Аналогічна тенденція спостерігається у закордонній літературі, зокрема у авторів: Г. Аллента, К. Албала, Л. Лонг, Б. МакКерчер, Е. Вольф, М. Холл та Р. Мітчел оперують поняттями "culinary tourism", "gastronomic tourism", "gourmet tour", "food tourism".

Вважається, що термін «Кулінарний туризм» було введено у 1998 році професором університету Bowling Green (США) Лусі Лонг. У 2001 р. Ерік Вольф написав першу статтю про кулінарний туризм в світі, пізніше він розвинув цю тему в першій книзі «Міжнародна організація кулінарного туризму» у 2003 році. Ерік Вульф заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка надає широкий спектр переваг для своїх членів: навчання, розвиток і поширення. Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню: «Їжа – це квінтесенція нації, її характеру та історії». Міжнародна асоціація гастрономічного туризму в 2012 році запропонувала використовувати термін «гастрономічний туризм» [4].

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання аутентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню. Гастрономічний туризм стає важливим явищем не тільки соціального й культурного, але й соціально-економічного плану. Подорожі за смаком, кулінарні шляхи і маршрути, знайомство з новими методами кулінарії, відвідування знаменитих місць з кулінарними традиціями або відкриття місць, пов'язаних з вирощуванням, селекцією, риболовлю та іншими харчовими промислами – важливі мотиви для здійснення подорожей туристами.

Розглянемо визначення зарубіжних та вітчизняних науковців сутності поняття «гастрономічний туризм».

Так, Х. Ридван під терміном «гастрономічний туризм» розуміє туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства [5, с. 18]. Г. Жеорґхе, П. Тудораче, П. Ністорену розуміють під даним терміном «повну або часткову поїзду для того, щоб спробувати місцеві продукти або взяти участь в заходах, які пов'язані з

гастрономією» [6, с. 12]. Брокеш трактує поняття «гастрономічний туризм», як «новий досвід, який шукають туристи, а саме: гастрономічний відпочинок, тури з садівництва та гастрономії» [7, с. 249]. Д. Дасілва під зазначеним терміном розуміє «будь-який досвід туризму, в якому високо цінується або споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну та національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи» [8, с. 8]. Д. Басюк розглядає гастрономічний туризм як «спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва» [9, с. 128]. С. Саламатіна дає наступне визначення даного виду туризму: «гастрономічний туризм – вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії» [10, с. 326].

У своїх останніх публікаціях Ф. Ф. Шандор і М. П. Кляп розглядають гастрономічний туризм як різновид туризму згідно з класифікацією за метою подорожі [11]. Кукліна Т. С. вважає, що гастрономічний туризм – це подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями і особливостями національної або регіональної кухні. Головна мета відпочиваючих, які вибирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих виключно для даної місцевості, а гастрономічні тури – спеціально розроблені тематичні програми. Можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості [3]. Д. І. Басюк вважає, вичерпним є визначення "гастрономічного туризму" похідного від терміна «гастрономія» (грецьк. *στομάχι* и – шлунок) – науки, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою, належить до галузі соціальних дисциплін [9]. Тоді як «кулінарія» (лат. *coquiva* – кухня) – галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів, тому є частиною гастрономії.

Отже, проаналізувавши визначення науковців, можна зробити висновок, що гастрономічний туризм – це подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властиві для її країни або місцевості.

Як окремий вид туризму, гастрономічний туризм має і свої особливі риси:

- умови для розвитку кулінарного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна відмінна риса даного виду туризму;
- гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур;
- гастрономічний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі.
- просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів - є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Так, розглянувши гастрономічний туризм як окремий вид туризму, важливо виділити фактори, які впливають на його розвиток:

- соціально-економічні: рівень розвитку економіки країни та досконалості законодавчої, нормативно-правової бази в галузі туристичного та готельно-ресторанного господарства, наявність ресурсної бази, екологічний стан території, стан розвитку АПК, харчової переробної промисловості, національний склад, розвиток культури та народних традицій, розвиток інфраструктури (наявність транспортного сполучення, місць тимчасового розміщення, закладів харчування);
- політичні;
- релігійні.

Отже, Україна має всі можливості для розвитку гастрономічного туризму та туризму в цілому, але подальший розвиток туристичного ринку країни гальмується через низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури, невідповідність засобів розміщення світовим стандартам, незадовільний стан доріг, незадовільний стан пам'яток

історично-архітектурної спадщини, що не підлягають використанню для туристичних потреб; незабезпечення професійними кадрами в галузі туризму і рекреації, недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму тощо.

Зазначені проблеми зумовлюють необхідність створення повноцінної політики розвитку туристичного ринку, насамперед впливаючи на кількість в'їзних туристів.

Важливість розвитку гастрономічного туризму в Україні розкривається через низку його соціально-економічних функцій, гуманітарній та культурологічній значущості, які визначені так (таб. 1):

Таблиця 1 – Переваги розвитку гастрономічного туризму України

В ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ		
Виробництво нового туристичного продукту, створення доданої вартості, наслідком чого здійснюється процес нашарування цінності	Створення додаткових робочих місць та значне зростання зайнятості населення	Формування прямого непрямого економічного ефекту від одержання доходів туристичних підприємств, а також допоміжних підприємств – підприємств готельно-ресторанного господарства, розваг та ін.
Розвиток малого і середнього бізнесу, які опановують нові аспекти на ринку виробництва послуг	Нівелювання проблеми сезонності	Пожвавлення зовнішньої торгівлі, збільшення операцій з послугами і товарами, а в результаті – залучення іноземної валюти в країну
Є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій для популяризації продукції місцевих товаровиробників ті інших закладів сфери гостинності		
У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ		
Відпочинок, отримання позитивних вражень під час гастрономічної подорожі сприяють відновленню фізичних сил і психологічного здоров'я людини	Збагачення соціальної інфраструктури, стимулювання розвитку науки, фестивального руху	Формування і підвищення освітнього рівня, поширення культурних цінностей і створення нового у населення України
У ГУМАНІТАРНІЙ ТА КУЛЬТОРОЛОГІЧНИХ СФЕРАХ		
Забезпечення саморозвитку особистості, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з традиціями національної гастрономії, кулінарії, стилем життя інших народів, культурною спадщиною		

Примітка. Розроблено автором на основі [13].

Гастрономічний туризм є одним із нових видів туризму, але вже має свої види. Їх можна класифікувати за декількома ознаками: розташування туристичного місця, за видом конкретного продукту або напою, за метою подорожі (табл. 2).

Таблиця – 2 Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид	Характеристика туристичної діяльності
За розташування туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв

Продовження таблиці 2

За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик з розфасовування продуктів, збирання
	Агро	Відвідування агро-комплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідний	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для даної місцевості, країни
	Змішаний	Поєднання декілька спеціалізацій
За метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів з цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією ³ винотерапія ⁴
	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях

Примітка. Розроблено автором на основі [14].

Отже, сприяння в організації гастрономічних подорожей може стати чинником підтримки туристичного інтересу, що забезпечує збільшення тривалості перебування туристів; додатковим напрямом бізнесу для домашніх господарств, невеликих виробництв продуктів харчування. Цього можливо досягти шляхом дотримання таких факторів:

1. Сприяння розвитку об'єктів, що складають інтерес для туристів і поціновувачів української гастрономічної культури, – відомих підприємств харчової промисловості, ресторанного господарства, домашніх господарств.

2. Підтримки діючих та ініціювання створення нових об'єктів гастрономічного туризму: дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристично-екскурсійних маршрутів, що будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості регіону.

3. Розвитку туристичної інфраструктури – закладів розміщення, харчування, розваг, а також підприємств роздрібною торгівлі та сфери послуг.

4. Розвитку інформаційних комунікаційних систем, які забезпечуватимуть інформування туристичного ринку про гастрономічний мікрокластер та виступатимуть

³ Апітерапія – загальна назва галузі альтернативної медицини із застосуванням бджіл і продуктів бджільництва.

⁴ Винотерапія – це комплекс лікувальних, оздоровчих та косметологічних технологій, використовують цілющі властивості вина, виноградного соку, а також виноградного листя та кісточок.

важливим маркетинговим інструментом формування туристичного попиту.

5. Спрямування зусиль влади, бізнесу та місцевої громади на підтримку об'єктів гостротуризму, формування гастрономічних атракцій і подій, які б привертали увагу внутрішніх і міжнародних туристів, а також приватно-публічне партнерство у просуванні місцевого туристичного продукту, активізації системи маркетингових комунікацій, використання інструментів бренд-менеджменту територій та міст.

6. Розроблення програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв, знакових закладів ресторанного господарства, які підкреслюватимуть автентичність національних традицій у кулінарії.

7. Розширення географії та популяризація проведення тематичних кулінарних фестивалів, свят, відвідування міжнародних професійних виставок та конференцій, для того, щоб ознайомлення з національною кухнею стало головним елементом у програмі перебування туриста.

8. Вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму у сфері виноробної та харчової промисловості, ресторанного господарства, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення продукції.

9. Популяризація України на світовому ринку, як перспективного туристичного напрямку.

Аналіз літератури, публікацій та мережевих ресурсів вказує на недостатню кількість інформації щодо проведення, місцезнаходження та подій в гастрономії України. Отже, є актуальним створення національного проекту "Українська національна кухня" з метою популяризації національних гастрономічних традицій, у рамках якого необхідно створити наступне :

- національний реєстр закладів ресторанного господарства, які б відповідали високим стандартам обслуговування та пропонували страви авторської високої кухні, у тому числі національної;

- гастрономічний путівник українськими регіонами, визначними закладами ресторанного господарства;

- календар гастрономічних фестивалів, семінарів та конференцій;

- перелік майстер-класів національних гастрономічних традицій для науковців та практиків;

- тематичний сайт, який дасть можливість інтенсифікувати інформаційні комунікаційні процеси.

Висновки. Таким чином, під терміном «гастрономічний туризм» пропонується розуміти спеціалізований вид туризму, що поєднує ознайомлення і дегустацію національних кулінарних традицій країн світу та відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню з метою отримання психологічного, естетичного або дослідницького задоволення. Наразі всі існуючі класифікації гастрономічного туризму можна розділити на три ознаки:

- за спрямованістю;

- за видом конкретного продукту або напою;

- за метою подорожі.

Розглянуто сутність та місце гастрономічного туризму в системі туризму. З'ясовані проблеми та запропоновані шляхи популяризації гастрономічного туризму серед населення України.

Список літератури / References

1. Бусигин А. П. Как организовать кулинарный туризм? /А.П Бусигин // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 2. – С. 74 – 76.

- Busygyn, A. P. (2008), *Kak organizovat kulinarynyy turizm?* [How to organize food tourism?]. *Gostinichnyy i restorannyj biznes* [Hotel and catering business]. No. 2, pp. 74 – 76.
2. Федорченко В. Занимательное питание/ В. Федорченко // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2005. – № 2. – С. 86 – 89.
- Fedorchenko, V. (2005), *Zanimatelnoe pitanie* [Amazement catering]. *Gostinichnyy i restorannyj biznes* [Hotel and catering business]. No. 2, pp. 86 – 89.
3. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України / Т.С. Кукліна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-113/>.
- Kuklina, T. S. *Hastronomichnyi turyzm na turystychnomu rynku Ukrainy*, Available at: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-113/>.
- 4.Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. –[Електронний ресурс]. — Режим доступу:<http://www.worldfoodtravel.org>.
- Ofitsiyniy sait Mizhnarodnoi asotsiatsii gastronomichnogo turyzmu. Available at:<http://www.worldfoodtravel.org>.
5. H. Ridvan Yurtseven, (2011), Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1 No. 18, pp. 17 – 26.
- H. Ridvan Yurtseven, (2011), Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1 No. 18, pp. 17 – 26.
6. C. Michael Halland Richard Mitchell. *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism>.
- C. Michael Halland Richard Mitchell. *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry* Available at: <http://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism>.
7. Matilda Brokai, (2014), The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania, *Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing*, Vol. 3. No 2, pp. 249 – 258.
- Matilda Brokai, (2014), The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania, *Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing*, Vol 3 No 2, pp. 249 – 258.
8. Dasilva, D. (2015), *Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach*.
- Dasilva, D. (2015), *Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach*.
9. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наук. пр. НУХТ– 2012. – № 45. – С. 128–132.
- Basiuk, D. I. (2012), *Innovatsiyniy rozvytok Hastronomichnoho turyzmu v Ukraini* [Innovative development of Ukrainian Gastronomic tourism]. Research paper NUHT, No. 45, pp. 128 – 132.
10. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини / Саламатіна С.Є. // Наук. пр. ОНАХТ – 2014. –№ 46. – С. 325–329.
- Salamatina, S. E., (2014), *Stan ta perspektivu rozvytku Hastronomichnoho turyzmu na pivdni Odeshchyny* [South of Odessa Gastronomic Tourism State and perspective]. Research paper ONAHT, No. 46, pp. 325 – 329.
11. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму / М.П. Кляп, Ф. Ф. Шандор– К.: Вища освіта ХХІ століття. – 2011. – 334 с.
- Kliap, M. P., Shandor, F. F. (2011), *Suchasni riznovydy turyzmu* [Modern types of tourism]. Kyiv: *Vyshch a osvita XXI stolittia* [High education of XXI century], 334 p.