

Ганна Овсепівна САРКІСЯН

кандидат технічних наук, доцент, декан факультету технології вина та туристичного бізнесу, Одеська національна академія харчових технологій
ORCID ID: 0000-0001-7362-3637

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СТРУКТУРІ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ УКРАЇНИ

Саркісян, Г. О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України [текст] / Ганна Овсепівна Саркісян // Український журнал прикладної економіки. – 2020. – Том 5. – № 1. – С. 312–320. – ISSN 2415-8453.

Анотація

Вступ. На сьогоднішній день туризм став невід’ємною частиною життя людей. Кожного дня тисячі людей здійснюють різноманітні подорожі. Туризм – це одна із ланок економіки, що може приносити значний дохід до бюджету країни. Одним із його видів є гастротуризм, який все більше розвивається.

Мета даної роботи полягає в дослідженні ролі та значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України. Основними завданнями даної статті є розгляд поняття гастротуризму, його особливості й види; дослідження значення гастротуризму у розвитку регіональних туристичних ринків; дослідження гастротуризму на прикладі іноземних країн, розгляд можливих перспектив розвитку даного виду туризму.

Результати. У статті розглянуто значення гастрономічного туризму, його види та форми. Досліджено, який вплив він має на основні сфери життя як населення, так і країни загалом. Розкрито особливість та значення розвитку туризму в Україні. Визначено популярні гастрономічні тури та регіони в Україні. Розглянуто, як гастрономічний туризм розвивається в світі, наведено приклади – країни лідери, їх досвід у даній галузі. Досліджено можливі перспективи та тенденції подальшого розвитку гастрономічного туризму в нашій країні.

Висновки. Гастрономічний туризм з кожним роком стає все більш популярним серед туристів, відіграє важливу роль серед загального туризму, призводить до його розвитку та різноманітності. Гастротуризм має велике значення для економіки країни, оскільки потенційно може приносити високі надходження до її бюджету. Не оминув він соціальну і культурну інфраструктуру. Його розвиток призводить до покращення життя населення, надає людям можливість спілкуватися та розвиватися в даному напрямку. Гастрономічний туризм несе історичну пам’ять, а також культурну цінність для свого народу. Досвід іноземних країн показав, що даний вид туризму варто розвивати та удосконалювати. Наведені декілька основних напрямів розвитку гастротуризму. Загалом, гастрономічний туризм має важливе значення в розвитку не тільки регіонального туристичного ринку, а й державного. Наша країна багата на свої страви та має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Необхідно удосконалювати, а також популяризувати даний вид туризму в Україні в усіх регіонах, адже дослідження показали, що в багатьох містах він перебуває на низькому рівні, а в деяких – взагалі відсутній.

Ключові слова: гастрономічний туризм, розвиток, туристичний ринок, туризм, туристи.

**THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF GASTRONOMIC TOURISM STIMULATION IN THE
DEVELOPMENT STRUCTURE OF REGIONAL TOURIST MARKETS OF UKRAINE**

Abstract

Introduction. Today, tourism has become an integral part of people's lives. Every day thousands of people make various trips. Tourism is one of the parts of the economy that can bring significant income to the country's budget. One of its types is gastrotourism, which is developing more and more.

The **purpose** of this work is to study the role and importance of stimulating gastronomic tourism in the structure of regional tourism markets in Ukraine. The main objectives of this article are to consider the concept of gastrotourism, its features and types; research of the importance of gastrotourism in the development of regional tourist markets; study of gastrotourism on the example of foreign countries, consideration of possible prospects for the development of this type of tourism.

Results. The article considers the importance of gastronomic tourism, its types and forms. The influence it has on the main spheres of life of both the population and the country as a whole has been studied. The peculiarity and significance of tourism development in Ukraine are revealed. Popular gastronomic tours and regions in Ukraine have been identified. It is considered how gastronomic tourism develops in the world, examples are given - the leading countries, their experience in this field. Possible prospects and tendencies of further development of gastronomic tourism in our country are investigated.

Conclusions. Gastronomic tourism is becoming more and more popular among tourists every year, plays an important role among general tourism, leads to its development and diversity. Gastrotourism is of great importance for the country's economy, as it can potentially bring high revenues to its budget, including social and cultural infrastructure. Its development improves the lives of the population, gives people the opportunity to communicate and develop in this direction. Gastronomic tourism carries historical memory as well as cultural value for its people. The experience of foreign countries has shown that this type of tourism should be developed and improved. There are several main areas of development of gastrotourism. In general, gastronomic tourism is important in the development of not only the regional tourism market, but also the state. Our country is rich in its dishes and has great potential for the development of gastronomic tourism. It is necessary to improve and popularize this type of tourism in Ukraine in all regions, because studies have shown that in many cities it is at a low level, and in some it does not exist at all.

Key words: gastronomic tourism, development, tourist market, tourism, tourists.

JEL classification: L83

Вступ

На сьогоднішній день туризм став невід'ємною частиною життя людей. Кожного дня тисячі людей здійснюють різноманітні подорожі. Туризм – це одна із ланок економіки, що може приносити значний дохід до бюджету країни. Одним із його видів є гастротуризм, який набирає все більших обертів.

Мета дослідження

Мета й завдання даної роботи полягає в дослідженні ролі та значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України.

Основними завданнями даної статті є: розгляд поняття гастротуризм, його особливості й види; дослідження значення «гастротуризму» у розвитку регіональних

туристичних ринків; дослідження гастротуризму на прикладі іноземних країн, розгляд можливих перспектив розвитку даного виду туризму.

З метою досягнення очікуваних результатів та поставленої для дослідження мети в даній праці було використано не лише загальнонаукові методи дослідження, а й спеціальні, серед яких: аналізу та синтезу – для вивчення функціонування гастротуризму в цілому та його окремих аспектів; регіональний – для дослідження функціонування галузі в регіональному розвитку; економічного аналізу – при виявленні тенденцій, закономірностей та перспектив розвитку гастротуризму; статистичний – для систематизації економіко-статистичної інформації про розвиток гастротуризму; історичний – для дослідження становлення та розвитку гастротуризму. Для проведення комплексного аналізу застосовувались методи комп'ютерної обробки, аналізу та відображення інформації за допомогою програм Microsoft Excel. Наочне відображення динаміки показників розвитку об'єкта дослідження здійснювалось з використанням графічного методу.

Виклад основного матеріалу

Туристично-рекреаційна та гастрономічна сфери визнані як одні з пріоритетних в економіці України загалом, та у її регіонах зокрема. Дослідженню широкого спектра проблем та перспектив розвитку рекреації та туризму в регіоні присвятили свої праці Л. Ільїн, І. Єрко, економісти В. Голян, Н. Циганюк. Значний внесок у дослідження туристичної інфраструктури зробили українські вчені, серед яких: І.М. Школа, Д.А. Корнева, О.М. Павлова, К.В. Павлов, А.П. Соколова та ін. Ними запропоновані різноманітні теоретико-методичні підходи до аналізу складових та оцінки туристичного, рекреаційного, гастрономічного потенціалу регіонів, його структури та низки економічних чинників його формування та розвитку.

З кожним роком все більше розвивається туризм та набуває різних напрямків. Одним із них є гастрономічний туризм – це вид туризму, в якому турист насамперед приділяє увагу знайомству з місцевою кухнею, її кулінарними досягненнями або просто цікавими особливостями [15].

В Україні туристичний ринок знаходиться на досить ранній стадії свого становлення. Становище на туристичному ринку послуг є «конкурентнорозміщеним» відносно становища економіки країни та окреслюється широким спектром економічних, політичних і соціальних процесів, що мають місце в державі, відтворюючи при цьому процес розформування суспільства та його життя [7].

Оскільки кулінарне мистецтво вже давно стало частиною загальної культури суспільства, то гастротуризм – це знайомство з історією місцевої кухні, екскурсії та можливість бути учасником процесу приготування страв. Це так званий вид туризму, особливість якого полягає в дегустаційних процесах та ознайомленні з особливостями національних кулінарних традицій різних держав [5].

Його основна мета полягає у вивченні вікових традицій і національного духу народу через приготування і вживання різноманітних страв. Їжа дозволяє краще зрозуміти менталітет людей і особливість їхнього життя.

На сьогоднішній день існує багато організованих гастрономічних подорожей. Під час гастрономічних турів турист може [14, 15]:

1. Скоштувати особливі страви національної кухні.
2. Брати участь в різних гастрономічних та кулінарних фестивалях.
3. Ознайомитися з рецептурою та історичними тонкощами національної кухні у відповідності до сезонних особливостей.
4. Спробувати себе у приготуванні національних кулінарних шедеврів.

Отже, сам термін «гастрономічний туризм» виник на початку 1998 року, коли професор Люїс Лонг ввів термін «кулінарний туризм». Його суть полягала у тому, що їжа допомагала туристам відчувати себе корінними жителями. Оскільки такі тури не

користувалися попитом, його замінюють на гастротуризм. Він є досить широким та не є обмежений колом платоспроможних гурманів.

За даними опитування Міжнародної асоціації кулінарного туризму «UNWTO», 18% гастрономічних туристів обирають саме такий вид подорожі виключно заради «високої культури» кухні, 46% вибирають гастротури через можливість скоштувати автентичну кухню, ще 35% подорожують для того, щоб скоштувати місцеві продукти харчування. При цьому 22% з опитаних вибирають гастрономічні подорожі, оскільки вважають їх гарною можливістю для бюджетного відпочинку [2].

У 2015 р. «UNWTO» виокремила гастротуризм в окрему ланку. Саме з цього моменту гастрономія на офіційному рівні набрала ваги як визнаний елемент нематеріальної спадщини та культури, після чого в обігу з'явився термін – «food tourism» [2].

До гастротуризму відносять будь-які види туристичної активності, які пов'язані з гастрономією. Умовно його поділяють на два види: сільські (зелені) та міські. До першого відносять збір ягід, грибів у лісі, овочів і фруктів на спеціалізованих фермах, прогулянки на виноградниках та ін. Другий включає відвідування гастрономічних фестивалів, фермерських ринків і продовольчих ярмарків, кафе та ресторанів, продуктовиробників. За напрямками гастротуризм поділяють за наступною градацією:

- освітній – основна мета – це отримання нових або удосконалення набутих навичок приготування їжі. Вони в основному призначені для представників професій, що пов'язані зі світом кулінарії. Такі тури можуть бути представлені у вигляді різноманітних курсів, шкіл, семінарів та виставок. До такого туру можна віднести навчання в «Le Cordon Bleu», що у Парижі;

- ресторанний – суть такого туру полягає у відвідуванні популярних ресторанів певних регіонів, країн та ін. Туристи прагнуть відчувати особливості місцевої кухні і скоштувати ексклюзивні страви. Це стосується не тільки дорогих елітних ресторанів, а й простих, але душевних кав'ярень;

- подієвий – є орієнтованим на відвідування певної місцини в певний відрізок часу для участі в культурних та громадських заходах, що характеризуються певною гастрономічною тематикою: шоу, виставки, фестивалі, ярмарки та інші святкові заходи діють у місті Луцьку вже декілька років на території замку Любарта. Багато туристів приїжджають до міста, щоб не тільки задовільнити харчовий інтерес, а також ознайомитися із культурною пам'яткою Луцька;

- монотур – це так звані тури, що призначені для ознайомлення з одним продуктом: сир, вино, риба, пиво та ін. Такі тури є досить популярними у гастротуризмі;

- екотур або екологічний туризм – основна мета – відвідування екологічно чистих регіонів, лісництва та іншого виробництва, де вживають органічні продукти. Наприклад, равликівська ферма, що знаходиться у Львівській області, с. Яблунівка, де можна не тільки поспостерігати за процесом вирощування, а й спробувати різноманітні страви;

- комбіновані тури – вони поєднують в собі один або декілька вищеперерахованих турів. Вони є також досить популярними.

До особливих рис гастротуризму варто віднести такі [12]:

- особливі обставини та умови розвитку кулінарного-гастрономічного туризму в абсолютно усіх державах світу;

- гастротуризм не характеризується своєю сезонністю проведення, в будь-який період часу є можливість обрати потрібний тур;

- кулінарний туризм являє собою складову елементу всіх можливих турів та подорожей. Проте, на відміну від інших видів туристичних послуг, знайомство з особливостями національної кухні стає чи не найголовнішою метою гастрономічної подорожі.

Одним із кроків розвитку гастрономічного туризму в Україні є створення у 2013 році Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні.

Вона є добровільним об'єднанням ВНЗ, установ, організацій підприємств, що функціонують у туристичній галузі, ресторанного та готельного бізнесу, харчової і виноробної промисловостей, які створені для сприяння розвитку гастрономічного і винного туризму в нашій державі шляхом саме популяризації оригінальної кулінарної, гастрономічної, винної продукції, максимально можливого поширення національних автентичних традиційних особливостей у виноробстві і кулінарії, створення та подальшої промоції гастрономічних та винних маршрутів, популяризації національного тематичного туристичного продукту Україною та за її межами [13].

За даними державної статистики, тільки за минулий рік Україну відвідало 74303 осіб, і це тільки та частина туристів, що подорожували через туроператорів. Внутрішні ж тури, нараховують близько – 258899 осіб.

Проаналізувавши графік відвідуваності іноземних мандрівників України за період 2014-2019 рр. можна констатувати, що спочатку кількість туристів зменшилася на 2008 осіб, але наступного року відбувся значний приріст, у 2016 році позначка досягла вже 21143 особи, що майже удвічі більше, ніж у 2014 році. Наступний значний стрибок відбувся у 2018 році, коли кількість туристів, що відвідали нашу країну, досягла позначки аж у – 60062 особи, це найкращий результат за останні п'ять років (рис. 1).

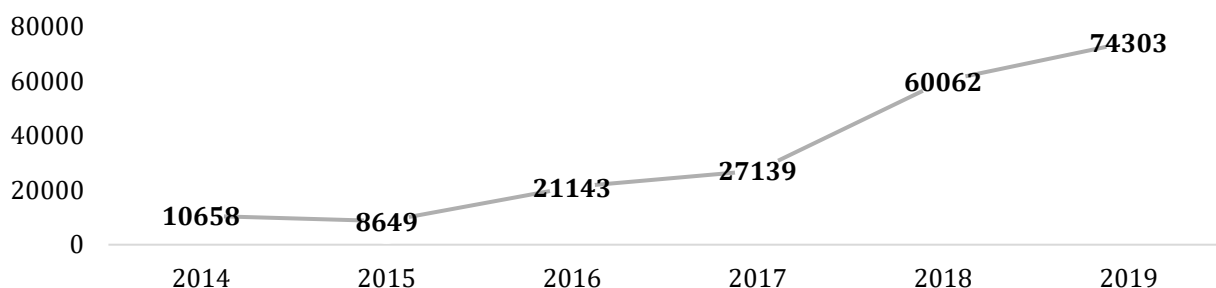


Рис. 1. Динаміка відвідуваності іноземними туристами України за період 2014-2019 рр. [5] (осіб)

Також важливим для аналізу є не тільки іноземні туристи, а й внутрішні тури. Проаналізувавши рис. 2, загалом можна сказати, що вони користуються попитом і мають тенденцію до зростання (рис. 2).

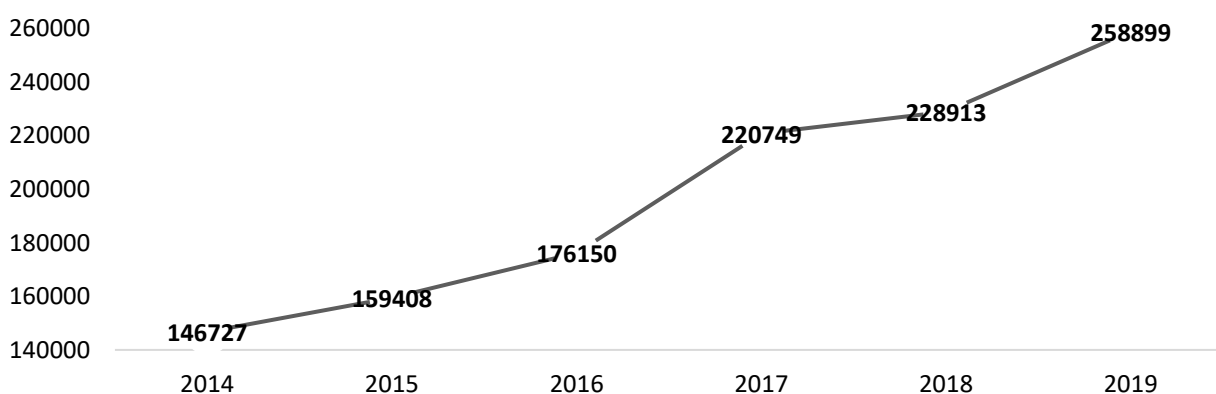


Рис. 2. Динаміка внутрішніх туристів країни за період 2014-2019 рр. [5] (осіб)

Дана статистика підтверджує факт, що кількість туристів у нашій країні кожного року зростає, а це означає, що ми повинні розвивати усі види туризму, одна із яких є гастротуризмом. Його популярність зростає кожного року. Першою причиною є те, що все більша кількість людей споживає їжу за межами дому і весь час знаходиться у пошуку нових страв. Другою причиною є великий вплив глобалізації. У сучасному світі скорочуються відстані, простір стискається. У супермаркеті можна знайти продукти з різних кліматичних зон. Разом з тим, глобалізація відроджує у людства зацікавленість до власного генетичного та культурного коріння. На сьогодні, людство перебуває в стані

5. Фестиваль пива та м'яса у Луцьку.

Загалом, обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 мільярди доларів. В свою чергу, серед країн Європи можна виділити:

Італія. Дана країна давно славиться своїми стравами на увесь світ. Кожен турист прагне спробувати, чим харчуються корінні італійці. Найбільш розвинутими в плані гостротуризму є регіони Ломбардія, Тоскана, Лація і Венетто. Тут знаходиться велика кількість ресторанів із зірками Мішлен, що так манять туристів, архітектурні пам'ятки Давнього Риму і стародавні провулки Венеції. Щоб привабити велику кількість людей, влада країни обрала два основних напрямки розвитку гастрономічного туризму: перший – це відкриття кулінарних шкіл, де можна отримати високоякісні навички з приготування італійських страв, а другий – спрямований на організацію та проведення різноманітних фестивалів.

Франція. Саме ця країна вважається гастрономічною столицею Європи, оскільки французька кухня вже давно стала зразком світової кулінарії. Тут гастрономічний туризм отримав два напрямки. Перший, традиційний, або так звана загальнопоширена кухня – це страви, що вживаються у всіх регіонах, і є відомими далеко за межами країни. Другий, вишукана або висока французька кухня – спадщина французький королів, які любили смачно поїсти і розумілися на справжніх делікатесах [1]. В даній країні гастрономічний туризм вже давно став самостійним напрямком, що покликаний ознайомити туристів з їхніми кулінарними традиціями. Також, Франція багата на велику кількість світових кулінарних шкіл, курсів сомельє та гастрономічних турів.

Іспанія. Якщо дві попередні країни вже давно вивели гостротуризм на високий рівень, то дана країна тільки набирає обертів і з кожним роком приваблює все більшу кількість туристів. Даний вид туризму активно підтримують жителі Іспанії. Адже одні й ті самі страви можуть відрізнятися в залежності від регіону країни. В іспанців також існує традиція – «ir de tapas». Сенс її полягає в тому, щоб за одну ніч відвідати якомога більше ресторанів і барів, покуштувавши різноманітні напої і закуски до них [3]. Особливість полягає в тому, що знайомство з іспанською кухнею входить майже в будь-яку туристичну путівку. Саме таким способом країна вирішила привабити туристів та відкрити гастрономічний туризм своєї країни.

В цей же час, досить популярними стали й знамениті болгарські винні тури, що пропонують прогулянки виноградниками та гаями, збір вже стиглого винограду з наступною дегустацією винних продуктів; сирні Швейцарські та Голландські тури; північні тури Австрією, Чехією, Німеччиною та Бельгією з обов'язковим відвідуванням пивоварень, знаменитих пивних та фестивалів, пабів та барів [9].

В свою чергу, в азіатській частині світу гастрономічною столицею вважається Гонконг. Дана країна вже давно вважається гастрономічним осередком у світі. Адже країна має статус фінансового, міжнародного, транспортного, а також туристичного центру. Гонконг давно зрозумів, що гастрономічний туризм – це вигідна економічна ніша країни. Адже багато шеф-кухарів прибувають сюди, щоб удосконалити свої знання та навички. Він вже давно отримав статус «країна для гурманів» та «всесвітній ярмарок їжі». Тут зосереджено понад 14,000 кафе і ресторанів – снідати, обідати і вечеряти в Гонконзі прийнято в закладах громадського харчування [10, 16].

Великою популярністю серед гастрономічних туристів користуються також Японія, Індія, Тайланд і Південна Корея. Все більше відкриваються в плані гастрономічного туризму Латинська і Південна Америка, насамперед це Перу та Мексика.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Можна зробити висновок, що гастрономічний туризм з кожним роком стає популярнішим серед туристів, відіграє важливу роль серед загального туризму, призводить до його розвитку та різноманітності. Гостротуризм має велике значення для

економіки країни, адже потенційно може приносити високі надходження до бюджету країни. Не оминув він соціальну і культурну інфраструктуру. Його розвиток призводить до покращення життя населення, надає людям можливість спілкуватися та розвиватися в даному напрямку. Гастрономічний туризм несе історичну пам'ять, а також культурну цінність для свого народу. Досвід іноземних країн показав, що даний вид туризму варто розвивати та удосконалювати. Також були наведені декілька основних напрямків розвитку гостротуризму. Загалом можна сказати, що гастрономічний туризм має важливе значення в розвитку не тільки регіонального туристичного ринку, а й державного. Наша країна багата на власні страви та має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Тому необхідно удосконалювати, а також популяризувати даний вид туризму в Україні в усіх регіонах, адже дослідження показали, що в багатьох містах він на низькому рівні, а в деяких взагалі відсутній.

Список літератури

1. Васюк І. «Гастрономічні особливості Франції». URL: <http://svitmandr.com.ua/гастрономічні-особливості-франції/>
2. Всё, что вы хотели знать о гостротуризме, но боялась спросить. Travel Hunter. 2018. URL: <http://thunter.ru/>
3. «Гастрономический туризм в Испании». URL: <https://mytravell.ru/gastronomicheskij-turizm-v-ispanii>
4. Гастрономічні фестивалі українців. Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста». URL: <http://liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>.
5. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
6. Киреева, Ю.А. Событийный туризм как новое направление на современном туристском рынке. Научный вестник МГИИТ, 2010. № 6. С. 16–21.
7. Кляп М.П., Шандар Ф.Ф. Навчальний посібник «Сучасні різновиди туризму». URL: https://pidru4niki.com/1584072043514/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu
8. Ковешніков В.С., Гармаш В.В. «Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки». *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. №4. С. 32-37.
9. Кукліна Т.С. «Гастрономічний туризм на туристичному ринку України» URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>
10. Любіцева О.О. Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля. Міжнародна науково-практична конференція. Київський національний університет культури і мистецтв «Туристичний ринок України». URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva.htm
11. Рябко А., Батиченко С. Національний університет харчових технологій. М. Київ. «Гонконг – гастрономічна столиця Азії». URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/27837/1/118-121.pdf>
12. Сенін В.С. Организация международного туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. 400 с.
13. Статут громадської спілки «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні». URL: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/statut>.
14. Стрішенець О.М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том. 3. №3. С. 219–227.
15. Шандор, Ф. Ф. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник. К.: Знання, 2013. 334 с.
16. Mudrak R., Nyzhnyk I., Lagodiienko V., Lagodiienko N. (2019). Impact of seasonal

production on the dynamics of prices for meat and dairy products in Ukraine. *TEM Journal*. Vol. 8, No. 4, pp. 1159–1168.

References

1. Vasyuk I. «Gastronomic features of France». Available at: <http://svitmandr.com.ua/гастрономічні-особливості-франції/>.
2. Everything you wanted to know about gastrotourism, but was afraid to ask. Travel Hunter. 2018. Available at: <http://thunter.ru/>
3. «Gastronomic tourism in Spain». Available at: <https://mytravell.ru/gastronomicheskij-turizm-v-ispanii>
4. Gastronomic festivals of Ukrainians. Exhibition center LIET. «Tours and tourist products for Lviv residents and guests of the city». Available at: <http://.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>
5. Number of tourists served by tour operators and travel agents, by type of tourism. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
6. Kireeva, Yu.A. (2010). «Event tourism as a new direction in the modern tourist market». *Nauchnyj vestnik MGIIT*. № 6, pp. 16–21.
7. Klyap, M.P., Shandar, F.F. «Modern varieties of tourism». Available at: https://pidru4niki.com/1584072043514/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu
8. Koveshnikov, V.S., Garmash, V.V. (2017). «Wine and gastronomic tourism: an important potential for economic development». *Investytsii: praktyka ta dosvid*. № 4, pp. 32-37
9. Kuklina, T.S. «Gastronomy tourism in the tourist market of Ukraine». URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pd>
10. Liubitseva, O.O. «Pedagogical and recreational technologies in the modern leisure industry». «Turystychnyj rynek Ukrainy». [Tourist Market of Ukraine]. *Proceeding of International scientific-practical conference*. Kyiv National University of Culture and Arts. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva.htm
11. Riabko, A., Batychenko, S. National University of Food Technologies, Kyiv, «Hong Kong - gastronomic capital of Asia». Available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/27837/1/118-121.pdf>
12. Senin, V.S. (2000). *Organizacija mezhdunarodnogo turizma*. [Organization of international tourism]. Finansy i statistika. Moscow. Russia.
13. Statute of the public association «Association of promotion of the development of wine and gastronomy tourism in Ukraine». Available at: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/statut>.
14. Strishenets', O.M. (2018). «Marketing research of financial and economic results and strategic positions of coffee producers in Ukraine». *Ukrainian Journal of Applied Economics*. Vol. 3, pp. 219-227.
15. Shandar, F. F. Kliap M. P. (2013). *Suchasni riznovydy turyzmu*. [Modern varieties of tourism: a textbook]. Znannia. Kyiv. Ukraine.
16. Mudrak R., Nyzhnyk I., Lagodiienko V., Lagodiienko N. (2019). Impact of seasonal production on the dynamics of prices for meat and dairy products in Ukraine. *TEM Journal*. Vol.8, No .4, pp. 1159–1168. DOI: 10.18421/TEM84-08.

Стаття надійшла до редакції 24.01.2020 р.