

Огієнко А. В., кандидат економічних наук, доцент, докторант, Миколаївський національний аграрний університет, Миколаїв, Україна

ORCID ID: 0000-0001-5427-7978

e-mail: ogienko_alena@ukr.net

Видові ознаки класифікації туризму: регіональний аспект

Анотація. У статті проведено аналітичні дослідження класифікаційних ознак видів туризму. Метою дослідження є узагальнення та систематизація класифікації видів та форм туризму та виявлення їх застосування та інтеграції до економічної діяльності на регіональному рівні. Досліджено трактування науковців стосовно даного питання, уточнено теоретичні підходи до їх суті та змісту. Виявлено переваги та недоліки у досліджуваних працях науковців, представлено власні розробки, дослідження, інтерпретації вагомості складових структури класифікації видів та форм туризму. Виявлено класифікаційні види туризму, які впровадженні в Миколаївській області та запропоновано рішення щодо удосконалення та розширення інноваційних стратегічних видів, збільшення вагомості яких у загальній структурі дозволить отримати синергію економічного розвитку туристичного потенціалу регіону. Перспективним напрямом розвитку туризму, на думку автора, є подієвий туризм, розвиток якого інтенсифікує зростання туристичного потенціалу регіону.

Ключові слова: види туризму; класифікація; подієвий туризм; гастрономічний туризм; розвиток регіонів.

Ohienko Alona, PhD (Economics), Associate Professor, Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine

Specific Marks of Tourist Classification Regional Aspect

Abstract. The article analyzes the classification features of tourism. The purpose of the study is to summarize and systematize the classification of species and forms of tourism and to identify their use and integration into economic activity at the regional level. Scientists' interpretations of this issue are investigated, theoretical approaches to their essence and content are specified. Advantages and disadvantages in the researched works of scientists are revealed, own developments, researches, interpretations of weight of constituents of structure of classification of species and forms of tourism are presented. It is argued that in the conditions of rapid transformation of the tourist services markets, new types and forms of tourist activity are emerging, the classification of tourism types also requires constant monitoring and transformation, so the presented form of classification cannot be considered final. Classification types of tourism, which are introduced in the Mykolayiv region, are revealed, and solutions for improving and expanding innovative strategic types are proposed. Increasing their importance in the overall structure will allow to obtain synergy of economic development of tourist potential of the region. According to the authors, a promising direction of tourism development is event tourism, the development of which intensifies the growth of tourist potential of the region. The authors stated that for different regions of Ukraine there are regional types of tourism depending on the availability of different tourist potential. On the example of the Mykolaiv region, widespread types of tourism are presented taking into account the innovative strategic development of the region. It is claimed that the development of event tourism is promising, and its extended classification is given. Festival movement is actively developing, in the framework of the strategic development of Mykolayiv during 2016-2020 a number of image events (festivals, competitions, etc.) have been conducted, which helps to increase the tourist attractiveness of the region, increase tourist flows and overcome seasonal fluctuations. In recent years, the number of gastronomic events held in the region has increased, which is an important component of the sustainable development of the tourism sector in the Mykolayiv region, capable of generating significant economic and social payments for participants in the tourism market, and local food, and beverage producers.

Keywords: tourism; classification; event tourism; gastronomic tourism; regional development

JEL Classification: D83; L83; M30; M31.

Постановка проблеми. Світова туристична індустрія протягом останніх років стрімко розвивалася. За даними Всесвітньої туристичної організації представленими пунктами призначення по всьому світу кількість міжнародних прибуттів туристів (ночівель) у 2019 р. досягла 1,5 мільярда, показуючи зростання біля 5 % у порівнянні з минулим роком [1]. Подальший розвиток і зростання залежить від багатьох факторів, одним з таких факторів є поява і створення нових видів і форм туризму. Для якісного стратегічного

планування та розвитку необхідно проаналізувати та виявити вагомість класифікаційних ознак видів та форм туризму, що дозволить виявити інноваційні прояви розвитку, запропонувати комплексні комбіновані рішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ми спостерігаємо науковий інтерес до класифікації видів та форм туризму у великого кола вчених. Існують окремі рішення проблеми визначення класифікації видів туризму у працях відомих вітчизняних та

іноземних науковців: О. Бейдика, Н. Крачило, В. Кифяка, М. Мальського, І. Музиченко-Козловського, О. Старовойтенка, О. Колесника, М. Колосінської, В. Ковешнікової, А. Романової, О. Любіцевої, І. Смаля, Г. Яковлева [3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14].

Формулювання цілей дослідження. Метою дослідження є узагальнення та систематизація класифікації видів та форм туризму та виявлення напрямів їх застосування та інтеграції до економічної діяльності на регіональному рівні. У процесі досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання: дослідити трактування науковців стосовно даного питання, уточнити теоретичні підходи до їх суті та змісту; виявити переваги та недоліки у досліджуваних працях науковців; представити власні розробки, дослідження, інтерпретації вагомості складових структури класифікації видів та форм туризму; виявити класифікаційні види туризму, які впровадженні у Миколаївській області та запропонувати рішення щодо удосконалення та розширення інноваційних стратегічних видів, збільшення вагомості яких в загальній структурі дозволить отримати синергію економічного розвитку туристичного потенціалу регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток туризму, становлення ринку туристичних послуг, що залежить від економічних, соціальних та регіональних факторів, його ролі у світовій торгівлі, визначають форми, види та напрями туризму. Крім того, поява та поширення нових видів туризму забезпечується як глобалізаційними процесами, так і науково-технічним прогресом. У науковій економічній літературі представлена велика кількість класифікацій видів туризму за різними ознаками.

Враховуючи, що Закон України про туризм [2], на нашу думку, не передбачає класифікації видів туризму, які не розкривають всі види та напрями туризму, не враховують інноваційний стратегічний розвиток, особливості ціннісних пріоритетів поколінь (X, Y, Z) та глобалізаційні чинники, не зважає на їх універсальність та складність за різними класифікаційними особливостями та характеристиками, включаючи вік, мету подорожі, спосіб подорожі тощо.

Можна класифікувати види туризму за різними характеристиками. На думку В. Ф. Кифяк, всі види туризму на одній основі (мета поїздки) тісно переплетені, і їх розділення в чистому вигляді майже завжди неможливе. Наприклад, діловий туризм може поєднуватися з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, екскурсійний – з відпочинком тощо [6].

У класифікації, запропонованій М. П. Мальською, В. В. Гудот, В. І. Цибух, виділено різні форми та види туризму та виявлено їх залежність від ряду факторів [7].

Зі свого боку, мета поїздки, мотиви інтересу до певного виду туризму та туристичні ресурси, що використовуються для певних видів туризму, є

основою запропонованої класифікації І. А. Музиченко-Козловським. Розуміння мотивів потенційного туриста, враховуючи, що як і будь-який продукт на ринку, туристичні послуги та туристичний продукт повинні бути орієнтовані на споживача, є вирішальним при плануванні та організації турів [8].

Дещо інший поділ туризму на види та форми надає Г. Яковлев [9]. Як функції, які дозволяють класифікувати туризм за видами, вчений використовує мотиваційний чинник, який змушує людину вирушати в подорож. Учений класифікує туризм на види за внутрішніми чинниками, а на форми – за зовнішніми чинниками та причинами. Відповідно до сказаного, Г. Яковлев відносить форми туризму: залежно від походження туриста (за цією формою він розрізняє внутрішній та міжнародний туризм); залежно від організації (фіксовану та індивідуальну); залежно від тривалості поїздки (один день та нічліг); залежно від віку пасажера (діти, молодь, відносно молоді, середнього віку, пенсіонери); залежно від транспортного засобу (туризм із використанням власного транспорту та громадського транспорту); залежно від пори року (зимовий та літній туризм).

Старовойтенко О. А. пропонує п'ятирівневу класифікацію видів туризму, у якій види туризму впорядковують, спираючись, в основному, на потреби людини. Інші чинники, що впливають на вибір виду туризму у цій класифікації, не враховано [10]. Планування і регулювання туристичної діяльності за таким принципом ускладнюється.

На думку О. О. Колесник, види туризму різноманітні і залежать від низки чинників: наявності й тривалості вільного часу; віку, статі, стану здоров'я, рівня духовного розвитку, особистих смаків людей і їхнього матеріального добробуту; розмаїтості природних умов і сезонності; наявності певних засобів пересування. Практично до всіх видів туризму за визначеними класифікаційними ознаками можна додати комбінований туризм, що передбачає поєднання того чи іншого відпочинку залежно від ознаки класифікації [11].

Своє бачення класифікації видів туризму надає М. І. Колосінська, в роботах якої подана класифікація, що дозволяє структурувати попит на туристичні послуги та формувати адекватну пропозицію, формуючи та розвиваючи відповідні об'єкти інфраструктури. Пошук повинен проходити у напрямі побудови таких типологічних структур, які б використовувалися для розв'язання конкретних завдань у залежності від цілі, яка була закладена в основу побудови класифікації [12].

У працях В. Ковешнікова, О. Ліфіренко, Н. Стукальської основними й найбільш популярними видами туризму є: культурний або екскурсійний туризм; рекреаційний і лікувально-оздоровчий туризм; релігійний туризм. На їхню думку, у сьогоденні акцентувати увагу слід на інноваційні види туризму, які доцільно розділити на такі категорії: діловий

(корпоративний або бізнес-туризм); навчальний (освітній) туризм; подієвий туризм; екотуризм; агротуризм; активний і екстремальний туризм; екзотичний або пригодницький туризм; нові види культурно-екскурсійного туризму; хобі-туризм; шопінг туризм; таймшер; комбіновані тури [13].

Не можемо не погодитися з твердженнями А. А. Романової, що за умов стрімкої трансформації ринків споживання виникають нові види та напрями туризму й подорожей. Традиційні види туризму, такі як культурно-пізнавальний, пляжний, починають втрачати популярність або стають складовими інших видів туризму. На зміну їм приходять нові напрями, продиктовані змінами споживацького попиту [14].

Загальні класифікації відрізняються за принципами створення, різними системними підходами до поняття

«туризм», критеріями, але вони все ще не враховують весь спектр функцій, які впливають на вибір туристів, або використовують фактори, що мало впливають на процес відбору туристичного маршруту. В той самий час переважна кількість дослідників намагається інтегрувати в класифікацію туризму всі можливі характеристики: використовувані ресурси, організаційні форми туризму, тривалість, вік учасників, місце проживання, мотиви подорожей тощо, але така стратегія не орієнтує на головне – потенційному споживачеві туристичних послуг. Цей підхід втрачає спрямованість на задоволення потреб людини у його гармонійному розвитку.

Ми узагальнили наявні дослідження з цього питання [3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 та ін.] (рис. 1).

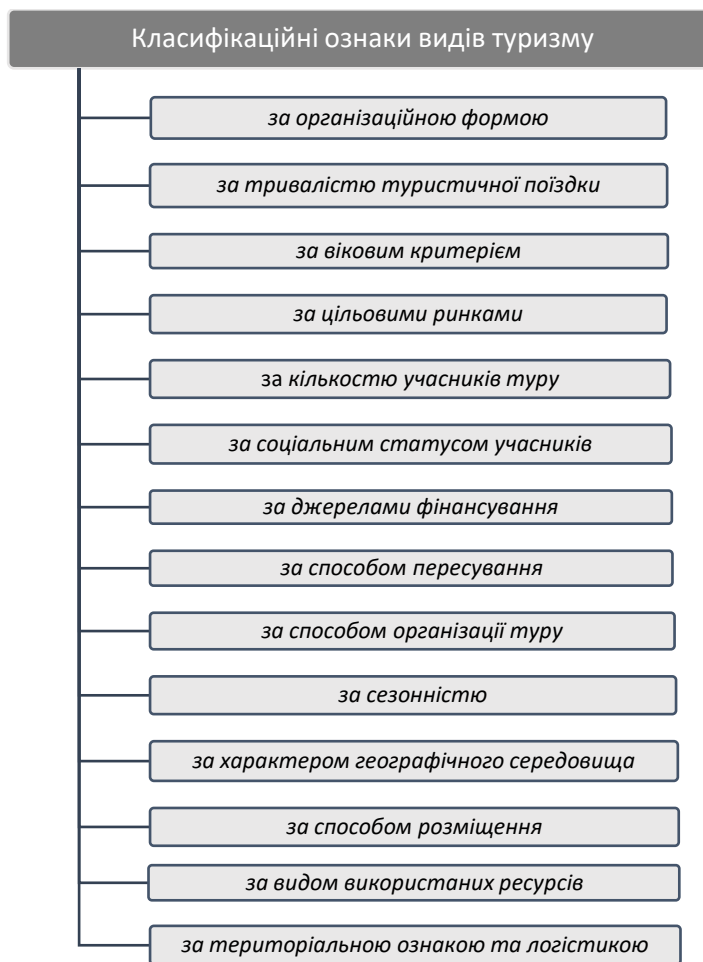


Рисунок 1 – Загальна класифікація видів туризму

Джерело: узагальнено автором

Дослідження надали можливість оптимізувати загальну класифікацію видів туризму: за організаційною формою (географічним принципом): міжнародний (вхідний та вихідний), внутрішній; за тривалістю туристичної поїздки (перебування): короткостроковий (до 3 днів), середньої тривалості (до 30 днів), довгостроковий (понад 30 днів); за віковим

критерієм: дитячий, молодіжний, дорослих, зрілих; за цільовими ринками (метою подорожі): політичний, діловий, дослідницький, науковий, навчальний, пізнавальний, соціальний; сільський («зелений»), екологічний, сільськогосподарський, орнітологічний, орієнтований на природу, мисливський, риболовецький, промисловий, індустріальний,

ресторанний (гастрономічний, кулінарний), шопінг, катастрофи спричинені людиною, розважальний, пригодницький, екстремальний, спортивний (спортивно-екологічні, танцювальні), оздоровчий (спортивно-оздоровчі, лікувально-оздоровчі, медичні, медичні, психологічні), патріотичний, культурний (культурно-пізнавальний), локальний, релігійний (паломницький), історичний (військово-історичний, культурно-історичний, замковий), етнічний (етнокультурний, етнографічний, ностальгічний, діаспорний, сентиментальний), інвентивний, міграційний, подієвий; за кількістю учасників туру: індивідуальний, сімейний, груповий; за соціальним статусом учасників: масовий, елітний, для інвалідів; за джерелами фінансування: комерційний, соціальний, рекламний туризм (інтенсивний); за способом пересування: залізничний, автомобільний, велосипедний, пішохідний, лижний, авіаційний, космічний, яхтний, круїзний, підводний; комбінований (змішаний); за способом організації туру: організований (плановий), неорганізований (аматорський); за сезонністю (інтенсивністю туристичного потоку): постійний, сезонний; за характером географічного середовища (місце розташування туристичної ділянки): ландшафтний

(гірський, рівнинний, лісовий, степовий, підземний, прибережний); водний (море, річка), підводний, повітряний; континентальний (європейські, азійські, африканські, північні та латинські, антарктичні); за способом розміщення: мотельний, кемпінговий, готельний, санаторний, пансіонатний; за видом використаних ресурсів: з використанням природних ресурсів, з використанням ресурсів антропогенного походження; за територіальною ознакою та логістикою: дальній, місцевий (приміські подорожі) тощо.

В умовах стрімкої трансформації ринків туристичних послуг з'являються нові види і форми туристичної діяльності, класифікація видів туризму також потребує постійного моніторингу і трансформації, тому представлена форма класифікації не може вважатися остаточною.

Провівши аналіз класифікаційних особливостей туризму, ми спостерігаємо, що найбільш насиченою є ознака – мета подорожі. Вона поєднує велику кількість видів туризму. Проведені дослідження розповсюдження певних видів туризму в регіонах України (рис 2).

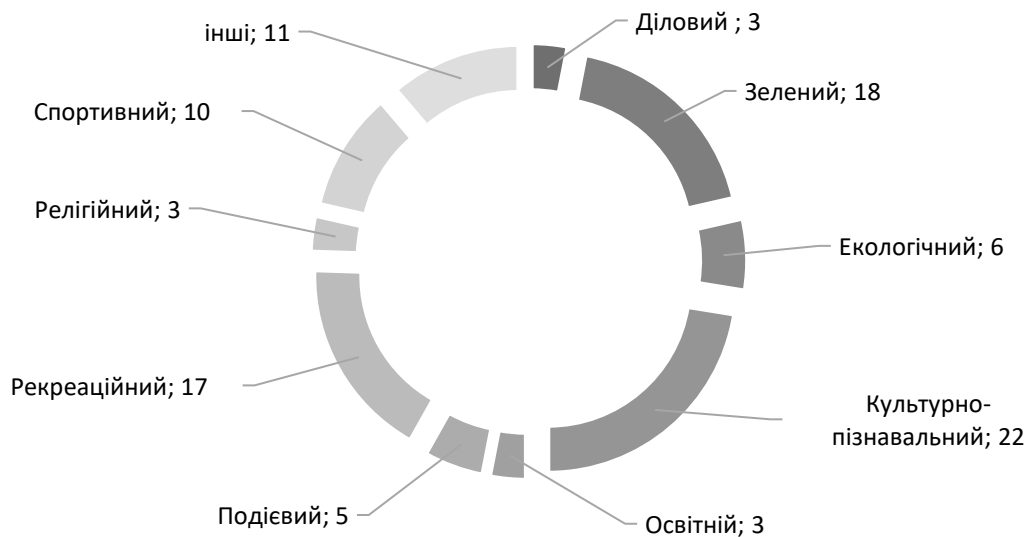


Рисунок 2 – Розподіл видів туризму в регіонах України, %

Джерело: складено автором за даними [15]

Найбільшого поширення набули культурно-пізнавальний, зелений, рекреаційний. Ці види туризму поширені в усіх регіонах України, які умовно можна поділити на групи за поширенням та розвитком різних видів туризму. За дослідженнями різних вчених можна стверджувати, що кожному регіону притаманні виокремлені групи поширення видів туризму. Миколаївську область віднесено до другої групи регіонів [15]. Слід зазначити, що цей регіон представлений широким спектром напрямів туризму. Для нього властиві різні види туризму: діловий, зелений, релігійний. Не можна виявити конкретний

вид туризму, який переважає та об'єднує регіон, тому при розробці стратегічних планів розвитку слід приділити увагу поширенню новим сучасним видам, які відповідають викликам сьогодення.

Поява нових видів туризму пов'язана з новинками, такими як розробка нових маршрутів, раніше невідомих на ринку. До них відносимо: сільський, екологічний, конгресний, подієвий, підводний, круїзний та інші види туризму; створення ресурсів із заздалегідь визначеними властивостями та новою цільовою функцією або участь нових ресурсів у туристичному процесі; розвиток нових сегментів

туристичного ринку, включаючи залучення нових природних середовищ, території екстремального типу. Розвитку туристичного ринку можна досягти також шляхом розширення часових рамок туристичних сезонів, залучення нової цільової клієнтури; створення нових туристичних та рекреаційних зон.

Широкого поширення набуває саме подієвий туризм, створення та організація подієвих туристичних ресурсів, вагомість яких збільшується серед інших складових класифікації видів туризму. Подія як туристичний ресурс має яскраво виражений мультиплікаційний ефект: вона «змушує» розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу. Особливістю цього виду туризму є неповторність кожної поїздки, незабутні враження та атмосфера свята. Особливостями подієвого туризму є: відсутність сезонності; можливість прогнозування; масовість; інтерактивність; інноваційність; регулярність подій; стимулювання повторного відвідування дестинацій; видовищність. Це свідчить про те, що «подія», що використовується в туризмі, багато в чому залежить від громадських уподобань, моди та престижу події.

Важливе значення має безперервність та періодичність подій.

Окремі види подієвих ресурсів найбільш доцільно класифікувати (рис. 3) за тематикою заходу: національні і релігійні свята, гастрономічні, музичні, театральні фестивалі, спортивні змагання, покази мод, технічні салони і виставки, економічні форуми тощо.

При формуванні туристичного іміджу Миколаївської області приділено увагу організації саме подієвого туризму. Активного розвитку набуває фестивальний рух, в рамках стратегічного розвитку м. Миколаєва протягом 2016-2020 рр. проведено ряд іміджевих заходів (фестивалів, конкурсів, змагань тощо), що сприяє підвищенню туристичної привабливості міста, збільшення туристичних потоків та подолання сезонних коливань. В останні роки збільшується кількість гастрономічних івентів, які проводяться в регіоні, серед них: фестивалі вуличної їжі «Брячина» та «Нікфест», фестиваль вина, устриць і класичної музики «Миколаївський гурман», фестиваль «Миколаїв гастрономічний», різдвяні гастрономічні фестивалі вуличної їжі, конкурси кулінарного мистецтва та сервісу [16].

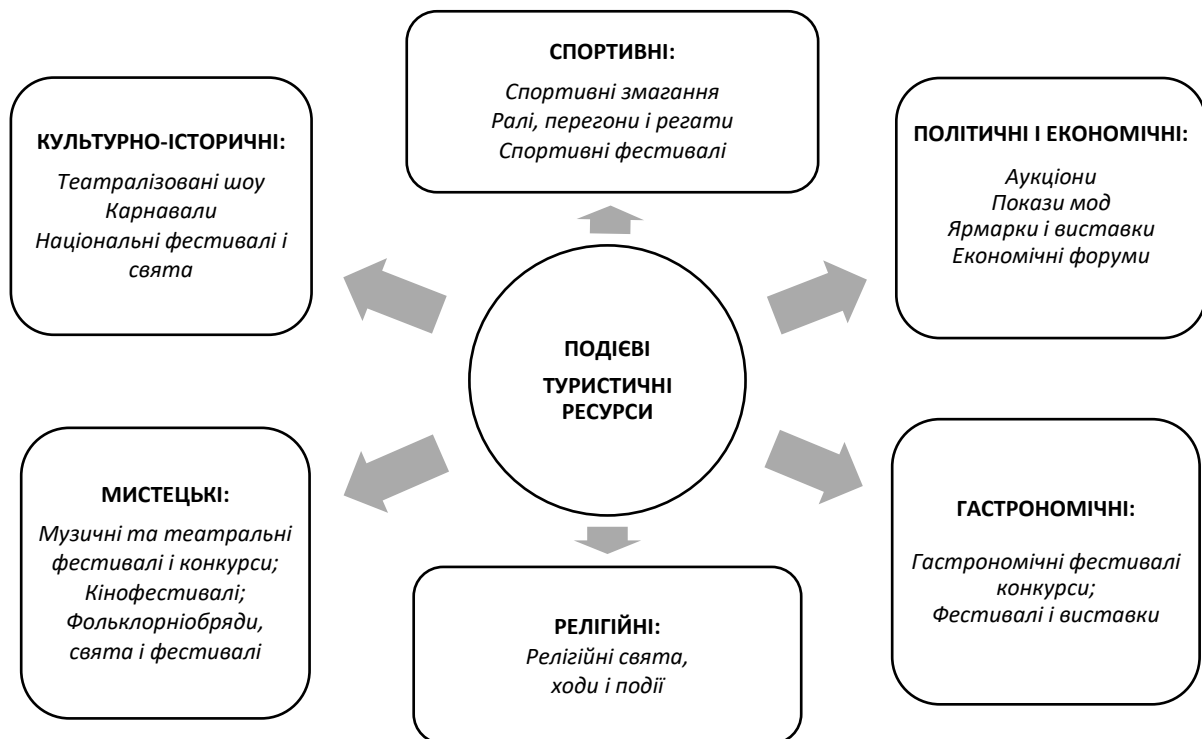


Рисунок 3 – Класифікація подієвих туристичних ресурсів

Джерело: складено автором з використанням [17]

Гастрономічний туризм ще досить молодий вид інноваційного туризму, який у 2015 р. Всесвітня організація туризму виділила в окрему нішу. Отже, гастрономія офіційно стала визнаним елементом культури та нематеріальної спадщини. Наприкінці 2015 р. поняття «гастрономічний туризм» розширюється. З'являється термін «food tourism».

У 2015 році туристична спільнота вирішила назвати «гастрономічним туризмом» будь-який вид діяльності, пов'язаний з гастрономією: відвідування виробників продуктів харчування, гастрономічних фестивалів, ринків фермерів та продовольчих ярмарків. Насправді гастрономічна екскурсія сьогодні – це будь-яка поїздка, суть якої полягає в залученні до гастрономії та

її історії. З цієї причини гастрономію на Заході називали просто food tourism, тобто «туризм для їжі» [16].

Здебільшого гастрономічна туристична індустрія поділяється на два типи: сільська (так звана «зелена») та міська (рис. 4). Їх принципова відмінність полягає в тому в сільській місцевості турист хоче спробувати органічний продукт, без добавок. Наприклад, зелені тури пропонують збирати лісові ягоди в лісі, овочі та фрукти на фермах, полювати на трюфелі або ходити по

винних турах. Міська їжа для гурманів може включати відвідування кондитерських або невеликих ресторанів, де ласощі готують із продуктів, вироблених переважно зі складових, вироблених локально в регіоні [17]. Міські та сільські – не єдині різновиди гастрономічного туризму. Можна також виділити освітні, ресторанны, комбіновані, монотури, екотури (рис. 4).

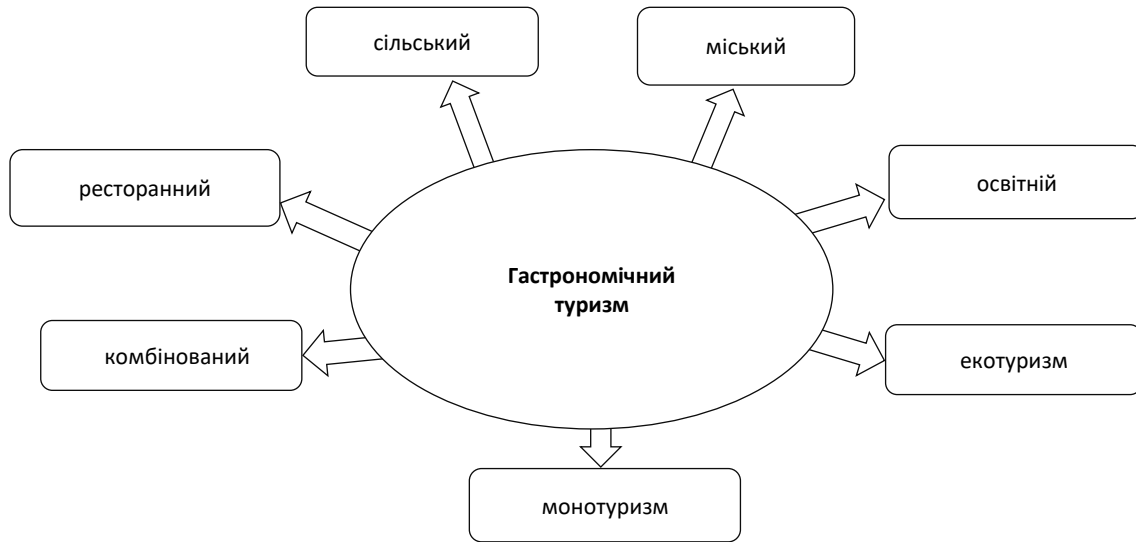


Рисунок 4 – Види гастрономічного туризму

Джерело: розроблено автором

Екскурсія до ресторану включає відвідування найпопулярніших ресторанів у певній місцевості, які є ексклюзивними. Можлива також національна орієнтація.

Освітній тур дає можливість отримати практичні навички приготування екзотичних національних страв. Кулінарні школи пропонують дво-трирічні освітні програми. Ці програми розраховані на професіоналів: кухарів, сомельє, баристів. Існують тури, які пропонують найінтенсивнішу програму, розраховану на кілька тижнів. Такі тури досить дорогі, тому не кожен може дозволити собі такий туризм. Особливою популярністю користуються так звані монотури або тури, присвячені одному товару. Цікавим для туриста може бути вино, сир, пиво або будь-яке певне блюдо в різних місцях. Як правило, під час цих турів люди відвідують різні регіони країни та пробують там цей продукт. При цьому способи приготування та склад страви (якщо це страва) можуть бути помітно різними.

Одним із напрямів зеленого туризму є екотур – подорож, яка передбачає відвідування екологічних ферм та галузей, ознайомлення з екологічними та органічними біопродуктами та їх виробництвом.

Особлива увага приділяється подієвим комбінованим турам, що має на меті відвідати місцевість у визначений час для участі у громадських та культурних заходах з гастрономічною тематикою:

виставки, ярмарки, шоу, фестивалі, свята. Комбінований тур – це місце, яке містить декілька видів перелічених вище турів. Тобто ви можете поєднати тему гастрономічного туру. Ось приклад комбінованого туру: перші дні туристи відвідують ресторани, потім кілька днів навчаються в кулінарній школі кращих шеф-кухарів, сомельє та баристів, після чого вирушають у глиб регіону познайомитися з вирощування локальних продуктів або виробництвом сиру чи вина. Для гастрономічних туристів майже немає меж, адже кожна країна, кожна національність має свою унікальну кухню та унікальні гастрономічні традиції.

Просування гастрономічного туризму на ринку може сприяти тому, що такі пропозиції можуть з'явитися і можуть мати невеликий, але постійний попит, що призведе до зниження цін, оскільки фінансова сторона є істотним недоліком цього виду туризму.

До унікальних характеристик гастрономічного туризму належать: абсолютно всі країни мають умови для розвитку кулінарного туризму; гастрономічний туризм не має характеру сезонного відпочинку, у будь-який час року можна вибрати маршрут; кулінарний туризм у тій чи іншій формі є невіддільною частиною всіх турів. На відміну від інших видів туризму, ознайомлення з національною кухнею стає головною

причиною, метою та елементом гастрономічної подорожі; сприяння просуванню місцевих господарств та виробників продуктів харчування – невіддільна частина будь-якого гастрономічного туру.

Гастрономічний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичного сектору Миколаївської області, здатний генерувати значні економічні та соціальні платежі для учасників туристичного ринку та місцевих виробників продуктів харчування та напоїв [17].

У туристичній індустрії Миколаївської області поступово формується культура відродження, створення, накопичення і використання подієвих ресурсів. Це впливає на формування тимчасових туристичних потоків та їх просторову організацію, урізноманітнює національний туристичний продукт, стимулює розвиток обслуговуючих супутніх виробництв. У ході роботи ради по туризму при Миколаївській обласній державній адміністрації

подано проєкт заходів-магнітів для туристів, мета якого через масштабні заходи збільшувати кількість туристів у Миколаївську область та м. Миколаїв.

Висновки. Проведений аналіз досліджень науковців щодо класифікації видів туризму дозволяє стверджувати, що на сьогодні класифікація є досить широкою, однак потребує постійного моніторингу та удосконалення. Проведені дослідження дозволили запропонувати авторський варіант удосконаленої класифікації видів туризму.

Стверджено, що для різних регіонів України притаманні районовані види туризму в залежності від наявності різного туристичного потенціалу. На прикладі Миколаївської області представлено поширені види туризму з урахуванням інноваційного стратегічного розвитку регіону. Стверджено, що перспективним є розвиток подієвого туризму, та наведено його розширену класифікацію.

Література:

1. До 2030 року число міжнародних туристів зросте до 1.8 мільярдів. World Tourism Organization UNWTO. URL: <http://media.unwto.org> (дата звернення% 01.02.2020).
2. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. №324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. 2004. №13. С.180.
3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К. : ВПЦ Київський університет, 2001. 395 с.
4. Смалъ І. В. Туристичні ресурси світу : навч. посіб. Ніжин: Видавництво ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
5. Крачило Н. П. Основи туризмознавства: навч. посіб. Київ: Вища школа, 1980. 225 с.
6. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці : Книги XXI, 2003. 300 с.
7. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
8. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : монографія. Львів : Новий Світ-2000, 2012. 176 с.
9. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма. М. : РДЛ, 2004. 376 с.
10. Старовойтенко О. А. Класифікація видів туризму в контексті культури. *Формування ринкових відносин в Україні. №7-8.* К. 2011. С.132-140
11. Колесник О. О. Формування класифікаційних ознак туризму в системі економічних аспектів розвитку суспільства. *Вісник ЖДТУ: Економіка, управління та адміністрування.* № 1(47). С. 171-175.
12. Колосінська М. І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. Вип. 9. с. 146-150.
13. Ковешніков В. С., Ліфіренко О. С., Стукальська Н. М. Питання класифікації в сфері туризму. *Економіка та держава.* 2016. № 6. С. 29-31.
14. Романова А. А. Види туризму та їх класифікація у контексті сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії. *Економіка та управління національним господарством.* Полтава: Економіка і регіон. 2017. № 4 (65). С. 13-19.
15. Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. *Ефективна економіка.* 2014. № 9. С. 217-222.
16. Огієнко М. М., Огієнко А. В., Яценко Я. М. Аналіз та перспективні напрями розвитку туризму Миколаївщини. *Науковий вісник Миколаївського університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки: збірник наукових праць.* 2018. № 2 (11). С. 63-70.
17. Огієнко М. М., Огієнко А. В. Гастрономічні фестивалі як форма подієвого туризму та розвитку ресторанного бізнесу. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації.* 2019. Том 2. № 2. С. 213-222. <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2.2019>.

References:

1. World Tourism Organization UNWTO (2011). «By 2030 the number of international tourists will increase to 1.8 billion», Retrieved from <http://media.unwto.org> [in Ukr.].
2. Pro turizm (2004). Zakon Ukrainy vid 15.09.1995 r. 324/95-VR. *Vidomosti Verkhovnoji Rady Ukrainy.* 13, 180 [in Ukr.].
3. Beidyk, O. O. (2001). *Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: Metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia.* Kyiv: VPTS Kyivskiy universytet, 395 [in Ukr.].
4. Smalj, I. V. (2010). *Turystychni resursy svitu.* Nizhyn: Vydavnytstvo Nizhynskogho derzhavnogho universytetu imeni Mykoly Ghogholja. 336 [in Ukr.].
5. Krachulo, N. P. (1980). *Osnovu turizmovedeniya.* Kyiv: Vusha shkola, 225 [in Ukr.].
6. Kyfyak, V. F. (2003). *Organizaciya turistichnoji diyal'nosti v Ukraini.* Chernivci: Knigi-XXI [in Ukr.].

7. Malska, M. P., Khudo, V. V. & Tsybukh, V. I. (2004). *Osnovy turystychnoho biznesu*. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 272 [in Ukr.].
8. Muzychenko-Kozlovska, O. V. (2012). *Ekonomichne otsiniuvannya turystychnoi pryvablyvosti terytorii*. Lviv: Novyi Svit-2000 [in Ukrainian].
9. Yakovlev, G. A. (2004). *Ekonomika i statistika turizmu*. Moscow: RDL [in Russia].
10. Starovoytenko, O. A. (2011). *Klasifikatsiya vidiv turizmu v konteksti kulturi*. Kyiv: Formuvannya rinkovih vldnosin v Ukrayini, 7-8, 132-140 [in Ukrainian].
11. Kolesnik, O. O. (2009). *Formuvannya klasifikatsiyних oznak turizmu v sistemi ekonomichnih aspektiv rozvitku suspilstva*. VIsnik ZhDTU: Ekonomika, upravlinnya ta admInstruvannya, 1(47), 171-175 [in Ukrainian].
12. Koloslnska, M. I. (2016). *Pidhodi do klasifikatsiyi vidiv ta form turizmu*. Mikolayiv: Globalni ta natsionalni problemi ekonomiki, 9, 146-150, [in Ukrainian].
13. Kovesnlkov, V. S., Llfrenko O. S. & Stukalska, N. M. (2016). Pitannya klasifikatsiyi v sferi turizmu. *Ekonomika ta derzhava*, 6, 29-31 [in Ukrainian].
14. Romanova, A. A. (2017). *Vidi turizmu ta yih klasifikatsiya u konteksti suchasnih tendentsiy rozvitku turindustriyi*. Poltava: Ekonomika ta upravlinnya natsionalnim gospodarstvom. *Ekonomika I region*, 4 (65), 13-19 [in Ukrainian].
15. Korzhilov, L. I. (2014). *Turizm v Ukrayini. Klasifikatsiya ta vidi*. Efektivna ekonomika, 9, 217-222 [in Ukrainian].
16. Ohienko, M. M., Ohienko, A. V. & Yatsenko, Ya. M (2018). *Analiz ta perspektyvni napriamy rozvytku turyzmu na Mykolaivshchyni*. Scientific bulletin of Mykolaiv V.O.Sukhomlynkyi national university. *Economics*, 2 (11), 63-69. [in Ukrainian].
17. Ohienko, M. M. & Ohienko, A. V. (2019). *Gastronomichni festivali yak forma podievogo turizmu ta rozvitku restorannogo biznesu*. Restoranniy i gotelny konsalting. *Innovatsiyi*, 2, 213-222 [in Ukrainian].



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License