

УДК 338.48 DOI: 10.14451/1.235.206

Гастрономический туризм как основа сохранения нематериального наследия России

© 2024 **Шаповал Ирина Анатольевна**

Руководитель туристического агентства. Top Travel Russia, Москва, Россия.

E-mail: irinatout1@yandex.ru

© 2024 **Шаповал Валентина Михайловна**

Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры финансов, бухгалтерского учета и экономической безопасности. Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет), Москва, Россия.

E-mail: vmshapoval2017@gmail.com

© 2024 **Завражнов Иван Сергеевич**

Аспирант. Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет), Москва, Россия.

E-mail: ivan.zavrazhno

Ключевые слова: туризм, туриндустрия, гастрономия, гастрономический продукт, гастрономический туризм, потенциал, факторы, функции, проблемы, перспективы развития, нематериальное наследие страны.

Статья посвящена исследованию гастрономического туризма как основы сохранения нематериального наследия России. В частности, раскрыто сущность гостротуризма; проанализированы факторы его привлекательности и востребованности среди современных туристов; сформулированы основные функции, которые выполняет гастрономический туризм в современном обществе, и выделены его особенности; выявлены проблемы и обоснованы перспективы развития данного вида туризма в России. Доказано, что отечественный гастрономический туризм должен закладываться в концепции регионального развития и включать много различных факторов, потому что туризм – это отрасль, аккумулирующая несколько десятков направлений, и поэтому все нужно реализовывать в комплексе. Гастрономическая составляющая должна быть если не ключевой, то одной из топовых тем программы продвижения нашей страны за рубежом, поскольку иностранцы с удовольствием открывают русскую кухню с ее уникальными блюдами, являющимися частью культурного кода, нематериального наследия нашего народа.

Как показывают исследования, сегодня во всем мире наблюдается диверсификация туриндустрии. Такая динамика превратила туризм в ключевой двигатель социально-экономического прогресса по всему миру. При этом туризм должен в полной мере учитывать свое прошлое и будущее, экономическое, социальное и экологическое влияние, удовлетворяя потребности туристов, окружающей среды и принимаемого их сообщества [4].

В фокусе внимания современных туристских субъектов – предложения так называемого нового опыта, освоение современных рынков, оригинальные форматы турпродукта и т.д. Бесспорно, этот процесс имеет инновационный характер.

Бесспорно также и то, что гастротуризм – одна из инновационных сфер туриндустрии, которая развивается очень быстрыми темпами по всей планете. Давно уже доказано, что пища является не только физической потребностью, но и высшим культурным достоянием человечества. Она ведь может рассказать о каждой стране, о каждом народе так же много, как произведения искусства. Но, если изящные произведения искусства индивидуализированы, то кухня, как свидетельствует история, дело многочисленных и безымянных авторов, «дело щепоток» множества людей.

Современные туристы уже давно отправляются в путешествия, чтобы не просто полежать на пляже или устроить шоппинг, прогуляться по улочкам древних городов или окунуться в какое-то событие, а узнать кулинарные привычки и традиции народов других стран. Именно поэтому гастрономический туризм сегодня является не просто модным веянием, а в какой-то степени и одним из мировых трендов туриндустрии. Гастрономия давно уже является значимым элементом формирования бренда и имиджа отдельной территории или страны. А благодаря концепции гастрономической дипломатии, многие страны сегодня формируют так называемое гастрономическое лицо [5].

Исходя из этого, исследуем сущность гастрономического туризма; проанализируем основные факторы, которые способствуют его востребованности и привлекательности среди современных туристов; сформулируем основные функции, которые выполняет гастротуризм в современном обществе, и выделим его особенности; остановимся более детально на проблемах данного вида туризма и обоснуем перспективы его развития в Российской Федерации.

Как свидетельствует история, гастрономические туристы существовали еще более пяти веков назад. Среди первых гастротуристов можно назвать первооткрывателей новых земель (Фернана Магеллана, Христофора Колумба, Марко Поло и др.), которые, знакомясь с неизведанными местами и их обитателями, знакомились одновременно и местной кухней. Благодаря рассказам и дневникам первопроходцев, до наших дней дошли описания не только культур и традиций разных народов, но и способов приготовления различных блюд, их ингредиентов и вкусовых особенностей. Позже восхищенные рассказы первооткрывателей в поисках экзотических специй и фруктов, невиданных ранее орехов и вина, чтобы в дальнейшем порадовать своих земляков, в новые края отправлялись купцы и торговцы. Постепенно рассказы и дневники мореплавателей расширялись и дополнялись интересными фактами о вкусах разных народов, рецептами приготовления национальных блюд.

Несмотря на это, гастрономию как элемент национальной культуры и нематериального наследия признали только в 2015 г., когда Всемирная туристская организация (UNWTO) приняла решение о выделении гастрономического туризма в отдельный вид, называя при этом гастрономическими путешествиями любой вид активностей туристов, связанных с гастрономией – и поездки непосредственно на производство различных продуктов питания, и участие в ярмарках и фестивалях, и посещение фермерских рынков и т.д. [5].

Сегодня данный вид туризма чрезвычайно привлекателен и востребован среди туристов, бла-

годаря ряду факторов:

- Необходимость в пище является первичной физиологической потребностью человека, ее можно удовлетворять, расширяя свои вкусы.
- Драйвером развития гастрономического туризма стал рост доходов населения и увеличение расходов на питание и отдых, когда люди смогли расширять свои возможности по указанным процессам.
- Питание является основной услугой туристической индустрии и индустрии гостеприимства, без нее они не могут существовать.
- Все большую популярность во всем мире набирает концепция правильного питания и питания экологически чистыми продуктами.
- Среди современных путешественников очень распространенным занятием является обзор известных (а иногда и малоизвестных, аутентичных заведений питания) ресторанов и составление их различных рейтингов.
- Туристов привлекают современные ресторанные бренды, новинки из-вестных на весь мир шеф-поваров и т.п.
- Сегодня все больше и больше растет популярность телевизионных кулинарных шоу и программ, которые «заставляют» туристов открывать новые вкусы.
- И заведения питания, и туристические компании понимают, какой потенциал имеет гастрономический туризм и какая доходность может быть от гастроуторов.

К перечисленным выше факторам, полагаем, можно добавить и другие, способствующие популяризации гастрономического туризма в современном мире, в частности это интерес к культурным различиям в кулинарных традициях разных народов; поиск новых ощущений (например, визит на ферму, сбор клубники, малины или винограда, кулинарный мастер-класс по приготовлению блюд и т.п.); стремление к индивидуальности; развитие сельского хозяйства с акцентом на создании аутентичного туристического продукта и т.д.

Таким образом, под гастрономическим туризмом следует понимать перемещение челове-

ка из места привычного проживания в другое, с целью насладиться вкусами местности, получить опыт и гастрономическое удовольствие, приобщиться к культуре через ознакомление с национальной кухней страны (территории), особенностями производства и приготовления продуктов, блюд, напитков, а также обучение, получение профессиональных знаний, посещение мероприятий, посвященных кулинарии.

Необходимо заметить, что, комбинируя различные виды гастрономического туризма, можно создавать интереснейшие туристские продукты, которые оставят у туристов незабываемые впечатления, и, вместе с тем, позволят использовать не только гастрономические ресурсы, но и другие туристские богатства определенной территории. Например, сначала туристы могут провести определенное время в городе, посещая тематический ресторан и наслаждаясь изысканными деликатесами от шеф-повара, а затем получить навыки приготовления традиционной еды на кулинарном мастер-классе или познакомиться с процессом выращивания или производства соответствующих продуктов питания или напитков на фабрике или на ферме уже в сельской местности.

Изложенное выше позволяет сформулировать основные функции, которые выполняет гастрономический туризм в современном обществе, и выделить его особенности:

- Содействие развитию региональной и национальной экономики.
- Налаживание связей между разными нациями.
- Расширение мировоззрения человека.
- Восстановление психофизического состояния человека.
- Формирование бережного отношения к природно-культурному наследию страны.

Главной особенностью гастроуризма, как показывают исследования, а точнее даже его преимуществом, является то, что практически у любой страны есть все необходимые условия для его развития – уникальные традиции пригото-

ления и приема пищи местным населением. Но, к сожалению, не все страны должным образом используют свой гастрономический потенциал.

Отличительным признаком гастротуризма является, прежде всего, цель путешествия, а именно – знакомство с местной кухней, то есть традиционными блюдами, которые распространены на той или иной территории. Следует заметить, что эта черта гастрономического туризма вводит многих людей в заблуждение, поскольку позволяет считать, что гастротуристами являются исключительно гурманы, то есть почитатели вкусных и изысканных блюд или профессионалы-кулинары, желающие получить новые навыки. На самом деле все совсем по-другому, гастрономический туризм давно уже не ограничивается только кругом гурманов и профессионалов, поскольку наслаждение вкусом пищи доступно куда большему количеству людей, нежели удовольствие от созерцания красоты архитектуры, изобразительного искусства и даже природы. Как свидетельствует практика, гастрономия действительно не всегда выступает лейтмотивом путешествия, но при правильной подаче (и в совокупности с другими критериями) существенно влияет на выбор туристами той или иной местности (населенного пункта, региона, страны). А учитывая то, что гастрономия объединяет большинство традиционных ценностей человека, в частности почитание национальной культуры, уважение местных традиций, формирование здорового образа жизни, стремление к саморазвитию и самосовершенствованию и т.д., ее можно считать важным компонентом любого путешествия.

Другими словами, гастрономический туризм присутствует в любом путешествии. А поскольку питание является неременной составляющей туристского продукта во многих неастрономических путешествиях (паломническом, лечебно-оздоровительном, культурно-познавательном, спортивном, деловом, событийном, шопинг-путешествии и др.), то знакомство с национальной кухней невольно выступает второстепенной целью путешествия, а иногда становится едва

ли не самой главной. То есть в зависимости от степени заинтересованности в гастрономии, практически каждого путешественника можно считать гастротуристом.

Еще одной отличительной чертой данного вида туризма является независимость от сезонности. Как известно, это главный фактор, замедляющий развитие других видов туризма и туристской деятельности в целом. В отличие от других видов путешествий, гастрономическое путешествие можно организовать в любое время года, чему способствуют не только сезонные продукты, но и свойство продуктов к сохранению (замораживание, заквашивание, сушка, копчение и т.п.). Кроме того, как свидетельствует туристская практика, в отдельные места даже лучше путешествовать в не сезон, в частности осенью на винодельни, на фермы, занимающиеся изготовлением оливкового масла или сбором трюфелей. Стоит отметить, что именно в межсезонье проводится множество разнообразных гастрономических ярмарок, фестивалей и кулинарных шоу.

К перечисленным выше особенностям гастрономического туризма сегодня можно также добавить приоритетное продвижение через различные гастрономические мероприятия местных производителей продовольственных товаров, в том числе семейных и фермерских хозяйств. Действительно, основа любого гастрономического тура лежит в производстве локальных продуктов, которое, несомненно, нужно развивать.

Бесспорно, гастрономический туризм является одним из основных средств познания, прежде всего, собственной страны, ее вкусов, способом формирования гордости за ее историю и культурное наследие.

Несмотря на то, что гастротуризм в России является в какой-то степени новичком среди остальных видов путешествий, сегодня это одно из самых быстроразвивающихся направлений. Именно на гастрономический туризм во многих регионах страны делают ставку с точки зрения социально-экономического развития.

Для выявления проблем и обоснования перспектив развития данного вида туризма в России обратимся к SWOT-анализу:

1. Сильные стороны гастрономического туризма в России.
 - большое разнообразие российской национальной кухни, привлекающей туристов со всего мира;
 - наличие большого количества туристских продуктов, предлагаемых в сфере гастрономического туризма;
 - сформированная на достаточном уровне и соответствующая современным стандартам материально-техническая база многих объектов гастрономического туризма (рестораны, кафе, кондитерские и винные заводы и т.п.);
 - наличие квалифицированных кадров, работающих в отдельных сферах гастрономического туризма;
 - доступная стоимость многих туристских продуктов в сфере гастрономического туризма (мастер-классы, участие в фестивалях, посещение ферм и т.п.).
2. Слабые стороны гастрономического туризма в России:
 - недостаточное стимулирование иностранных туристов к гастротурам в Россию, слабая степень развития, а в некоторых случаях отсутствие рекламы вообще российского гастропродукта;
 - недостаточная информированность населения страны о мероприятиях и имеющихся туристских продуктах в сфере гастрономического туризма;
 - уровень материально-технической базы не всегда соответствует современным стандартам;
 - не всегда высокое качество обслуживания;
 - нехватка квалифицированных кадров, занимающихся продвижением различных турпродуктов гастрономического туризма;
 - несоответствие соотношения «цена – качество» многих туристских продуктов в сфере гастрономического туризма;
 - низкая степень заинтересованности тури-
3. Возможности развития гастрономического туризма в России:
 - рост спроса на гастрономические туры за счет сокращения выездного потока туристов и переориентации мотивов путешествий;
 - развитие внутреннего рынка туризма;
 - привлечение инвесторов, реализация перспективных инвестиционных проектов в рамках кластерного развития сферы туризма отдельных регионов;
 - улучшение социально-экономической ситуации в стране;
 - появление дополнительных рабочих мест;
 - расширение комплекса предлагаемых туристских услуг в сфере гастрономического туризма;
 - разработка и активное продвижение новых проектов и программ в сфере гастрономического туризма;
 - повышение уровня информационной обеспеченности, маркетинговой активности в сфере гастрономического туризма;
 - глобальный рост роли нематериального наследия российского народа;
 - круглогодичная потребность в услугах гастрономического туризма.
 - возможность привлечения иностранных туристов;
 - возможность организации маршрутов, разработки туров, сочетающих элементы разных видов гастрономического туризма;
 - возможность разработки гастрономических туров с сочетанием элементов других видов туризма;
 - возможность проведения активной маркетинговой политики, направленной на популяризацию гастрономического туризма в России;
 - возможность создания специализированных туроператоров, которые могут заниматься разработкой и реализацией разного рода гастрономических туров;
 - наличие опыта организации и проведения

– в посещении фестивалей, выставок, ярмарок, мастер-классов, слабое стимулирование туристов.

уникальных гастрономических мероприятий (фестивалей, ярмарок, мастер-классов и других мероприятий с привлечением участников из разных регионов России).

4. Угрозы развития гастрономического туризма в России:

- отсутствие идентификации самобытности регионов РФ;
- несогласованность и несовершенство нормативно-правовых актов по гастрономическому туризму, как, впрочем, и по туризму в целом;
- недостаточность необходимых для развития данного вида туризма ресурсов;
- несовершенство системы государственного управления туризмом, в том числе различными его видами;
- отсутствие концепции развития гастрономического туризма в России, как одного из направлений сохранения национального наследия;
- недостаток опытных специалистов в сфере гастрономического туризма, способных разрабатывать и реализовывать различные туристские продукты;
- ограниченный характер сотрудничества как между регионами России, так и с другими странами в сфере гастрономического туризма;
- влияние геополитических факторов, вызывающих нестабильность в политике и экономике страны;
- различные социально-экономические потрясения (например, пандемии, ограничения на въезд/выезд, санкции, кризисы в различных сферах и т.д.), вызывающие снижение спроса на туристские продукты, в том числе и в сфере гастрономического туризма.

Таким образом, гастрономия – это не просто еда, это, прежде всего, культура, национальное наследие и самосознание, а гастрономический туризм – это экономика, это двигатель социально-экономического развития и одно из направлений стратегии устойчивого развития отдельных территорий и регионов [3].

Но следует признать, что иногда между российскими регионами разворачивается своеобразная борьба за туриста и его деньги. Регионы-соседи зачастую не знают, что происходит рядом. Все ищут свою гастрономическую идентичность, но иногда это не дает необходимых результатов и в итоге начинается реклама случайных продуктов или тех, которые имеют отдаленное отношение к месту или, еще хуже, выдуманных современными авторами историй, или два соседних региона продвигают один и тот же продукт, который не является уникальным [2].

Для недопущения подобных ситуаций важным шагом, на наш взгляд, является идентификация самобытности каждого региона. Другими словами, необходимо определить уникальность каждой территории, найти то, чем она может быть привлекательна для туристов в плане гастрономического туризма, а для этого необходима не только стратегия развития отдельно взятого региона, но и концепция развития данного вида туризма в стране. В профессиональном сообществе должны присутствовать постоянные дискуссии, необходимые для развития этой сферы. Только объединение усилий представителей самых разных сфер, объединенных гастрономическим туризмом, позволит вывести данный вид туризма на новый, более качественный уровень, привлекающий все большее число почитателей. Ведь турист не должен ехать в какое-то место, потому что больше некуда. Он должен ехать в это место, потому что этого хочет. Другими словами, гастрономический туризм – это своеобразный инструмент, который может не только привлекать туристов, но и «заставлять» возвращаться, чтобы еще раз получить яркие впечатления, попробовать то, что не успели, научиться самому готовить что-то новое, необычное и т.д.

Еще одним сдерживающим фактором развития гастрономического туризма в России, как показывает практика, является отсутствие законодательной определенности в данном направлении, как, впрочем, и в других видах туризма. К сожалению, ни один официальный документ не содержит какого-либо упоминания о гастротуризме.

Именно этот факт не позволяет региональным органам власти оказывать надлежащую помощь и поддержку гастрономическому туризму.

Эффективность туризма зависит от цены и качества туристского продукта. Качество, как свидетельствует практика, – это чрезвычайно важный элемент любого туристского продукта, особенно сегодня, когда туристы становятся все более требовательными ко всем аспектам путешествия, начиная от степени привлекательности, полезности тура и заканчивая его безопасностью. Следует признать, что это не зависит ни от вида туризма, ни от цели и длительности путешествия. В гостротуризме качеству принадлежит особая роль.

В развитии гастрономического туризма, кроме дестинации, то есть места куда приехать, по нашему мнению, важная роль отводится туроператорам, которые выступают в роли брокеров на рынке туристских услуг, формируют и продают туристские пакеты, поскольку это определяющие игроки на рынке туристских услуг. А также нужно учитывать другие потенциальные возможности отечественной туристской индустрии, есть все шансы для поступательного развития гостротуризма в России.

Бесспорно, очень важным, а в некоторых случаях и сложным моментом концептуальной программы развития любого вида туризма (естественно, гастрономический туризм не является исключением), которому необходимо уделять существенное внимание, выступает коммуникация со всеми участниками этого процесса – туроператорами, турагентами, непосредственно туристами, представителями гостинично-ресторанного бизнеса, транспортными предприятиями, учреждениями культуры, контролирующими органами и т.д.

Ключевым направлением дальнейшего развития гастрономического туризма в регионах России, на наш взгляд, является более активное продвижение важнейших и ярких гастрономических мероприятий, позиционирующих как отдельный регион, так и страну в целом как туристическую

дестинацию (например, фестивалей, ярмарок). Значение гастрономических мероприятий для экономического развития отдельных территорий очень велико, поскольку они рассматриваются как источник дохода экономических систем. Во-первых, подобные мероприятия позволяют продвигать непосредственно туристский продукт и все, что он объединяет в себе, а во-вторых, привлекают внимание к территории проведения, способствуя таким образом ее развитию. Именно по этой причине информационной составляющей гастрономических фестивалей и ярмарок отводится важное место. Общеизвестной практикой являются PR-кампании по генерированию и продвижению соответствующей информации относительно того или иного мероприятия.

Еще одним направлением перспективного развития гастрономического туризма в России может стать разработка так называемых туристических маршрутов-погружений в гастрономию. Важной особенностью таких маршрутов должна быть познавательная составляющая, а их проведение – отличным дополнением, а иногда и альтернативой, классическим экскурсиям. Сценарии таких маршрутов-погружений могут включать элементы самых разных исторических эпох и событий, народных сказаний и легенд, ритуалов и обрядов. Самое главное, такие маршруты могут быть непродолжительными по времени, занимая только выходные дни. Важное место при создании таких маршрутов-погружений отводится, несомненно, региональным туроператорам.

Не менее значимыми для развития гастрономического туризма в России должны быть различные гастро-шоу в ресторанах, кулинарные мастер-классы, доступные для самой разной целевой аудитории и способные подарить незабываемые впечатления.

Проведение любых гастрономических мероприятий, будь то фестивали, мастер-классы, гастрономические маршруты или какие-либо другие форматы турпродукта, на наш взгляд, должны всегда быть актуальными (например, приурочен-

ными к какому-либо празднику или событию), насыщенными самыми разными программами (например, зрелищными, соревновательными, познавательными и т.д.) и, бесспорно, регулярными (например, ежегодные, ежемесячные, сезонные, мероприятия выходного дня и т.д.). Выполнение этих условий будет генерировать туристский поток, способствовать увеличению масштабов гастрономических мероприятий, что приведет в конечном итоге к значительному увеличению узнаваемости как отдельного региона, так и России в целом, повышению ее туристской привлекательности и аттрактивности.

Исходя из имеющегося потенциала, гастрономический туризм может стать драйвером повышения уровня всей отечественной туристической индустрии, способствовать созданию условий для устойчивого развития не только отдельных регионов, но и страны в целом [1].

Подводя итог изложенному выше, можно сделать такие выводы.

Сегодня, под влиянием многочисленных факторов, очень сильно изменились запросы туристов, их предпочтения, что способствует созданию не только новых туристских продуктов, новых форматов путешествий, но и появлению новых видов туризма. Турист XXI века не только более требовательный к туристским продуктам, но и, вследствие стремительного ритма жизни, чрезвычайной занятости, погруженности в виртуальный мир, более чувственный и восприимчивый абсолютно ко всем нюансам путешествия. Он хочет ярких эмоций и незабываемых впечатлений, поэтому с удовольствием погружается в прошлое, чтобы прочувствовать все особенности другой эпохи. Он без страха готов заглянуть в будущее, чтобы узнать, какие изменения его ждут впереди. Все это свидетельствует о том, что сегодня мало разработать туристский продукт, его еще необходимо правильно преподнести туристу, дабы раскрыть все его «нотки». И это, несомненно, возможно, благодаря инновационным подходам. Именно таким сегодня является гастрономический туризм, позволяющий посредством различных блюд познавать особенности

той или иной эпохи, территории, напиться культурой самых разных народов мира. Ведь любое блюдо традиционной кухни, характерной для определенной местности, может поведать о ней очень много, а иногда даже больше, чем какой-либо исторический экскурс, поскольку отражает и прошлое, и настоящее людей, проживающих на этой территории. Неудивительно, что исследования жизни любого народа начинаются именно с изучения его кухни, потому что в ней в концентрированном виде отражается вся его история, быт и обычаи. Ведь национальная кухня веками впитывала в себя народные особенности и обычаи, особенности географии страны, менталитета и духа ее обитателей. При этом следует признать, что на сегодняшний день, к сожалению, понятие «гастрономический туризм», как и большинство других категорий, связанных с современной туристической индустрией, не имеет четкого определения ни в зарубежной, ни в отечественной теории и практике, а также не регламентировано ни на международном, ни на российском законодательном уровне. Все это существует, несмотря на то, что проблемами гастрономического туризма занимаются многие исследователи.

Гастрономический туризм, в зависимости от вида, предлагает потребителю не просто поездку, а целую совокупность продуманных мероприятий, включающих дегустации блюд, посещение фабрик и заводов по производству любого продукта питания, посещение разнообразных праздников и фестивалей, связанных с гастрономией, ферм по выращиванию и переработке сельскохозяйственной продукции, знакомство с известными ресторанами и многое другое. Вместе с тем, гастрономический туризм – это одновременно отличный способ разнообразить уже устаревшие виды путешествий и привлечь туристов в уже знакомые им страны и местности и это, вне всякого сомнения, – нишевое путешествие, в результате которого есть шанс достичь идеального баланса между полезным и приятным, между ежедневными потребностями в пище и высокой кулинарией, которые могут положительно оценить современные путешествен-

ники. Предпосылками же развития гастрономического туризма является наличие культурного, природного и этнического компонентов, взаимодействие производителей туристических услуг (предприятий общественного питания, средств размещения), общественных организаций, сектора производства продуктов питания (заводов, фабрик, ферм), музеев, сельскохозяйственных производств, местного населения и власти.

Современный отечественный гастрономический туризм должен закладываться в концепции реги-

онального развития и включать много различных факторов, ведь туризм – отрасль, аккумулирующая несколько десятков направлений, и поэтому все нужно реализовывать в комплексе. Гастрономическая составляющая должна быть если не ключевой, то одной из главных тем программы продвижения нашей страны за рубежом, ведь иностранцы с удовольствием открывают русскую кухню с ее уникальными блюдами, являющимися частью культурного кода, нематериального наследия нашего народа.

Библиографический список

1. Гастрономический туризм в России: перспективы развития / Welcome Times. – URL: <https://welcometimes.ru/opinions/gastronomicheskiy-turizm-v-rossii-perspektivy-razvitiya>.
2. Как в России развивается гостротуризм, обсудили в ходе круглого стола / Юг Times. – URL: <https://yugtimes.com/news/91102>.
3. Шаповал В. М., Пашкевич М. С., Герасименко Т. В. Планирование устойчивого развития туристической территории (на примере Днепропетровской области) // Научный взгляд: экономика и управление. – 2017. – 2(58). – С. 170–179.
4. Shapoval V. M., Herasymenko T. V. Increasing the efficiency of using economic potential of tourist complex // Innovative economy. – 2019. – 3-4(79). – P. 59–64.
5. World Tourism Organization UNWTO: Specialized agency of the United Nations. – URL: <http://www2.unwto.org>.