

ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ, ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ



УДК 130.2 + 338.48 (477.75)

Оригинальное теоретическое исследование

<https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-4-25-30>



Эногастрономический туризм как инструмент популяризации культурного наследия Республики Крым – региона Северного Причерноморья

Н.В. Шашло

Донской государственный технический университет, Институт сквозных технологий, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

✉ ninellss@gmail.com

Аннотация

Введение. Сегодня к кулинарным, винным или гастрономическим турам существует повышенный интерес среди туристов. Эногастрономический тур – это новый туристический продукт, совокупность мероприятий для дегустации традиционной в определенном регионе кухни и напитков. Цель статьи – исследование особенностей функционирования эногастрономического туризма в Республике Крым как формы интенсификации сохранения и инструмента популяризации культурного наследия региона.

Материалы и методы. Для достижения поставленной цели использованы как общенаучные методы исследования, так и специальные: структурно-функциональный и сравнительный методы, статистический и прогностический методы, метод компьютерной обработки информации и др.

Результаты исследования. Доказано, что эногастрономический туризм – это вид туризма, направленный на знакомство с историей, технологией и культурой потребления напитков и гастрономией в регионе. Эногастрономический туризм включает винный туризм и гастрономический туризм. Туристический потенциал Крыма базируется на природном потенциале, культурном наследии, эногастрономическом потенциале (крымская кухня и виноделие), туристической инфраструктуре. Доказана необходимость учета местной культуры, традиций и обычаев при разработке эногастрономических туров с целью сохранения культурного наследия Республики Крым и создания аутентичного опыта для туристов.

Обсуждение и заключение. Сделан вывод, что эногастрономический туризм в Крыму является формой интенсификации сохранения и инструментом популяризации культурного наследия региона. Разработаны направления стратегического развития эногастрономического туризма в виде проектов улучшения эногастрономических туров по Крыму. Предложены принципы стратегического развития эногастрономического туризма на территории Крыма.

Ключевые слова: Республика Крым, эногастрономический туризм, винный туризм, гастрономический туризм, туристы, тур, продукты питания, блюда, вино, культурное наследие

Для цитирования. Шашло Н.В. Эногастрономический туризм как инструмент популяризации культурного наследия Крыма как региона Северного Причерноморья. *Научный альманах стран Причерноморья.* 2024;10(4):25–30.

<https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-4-25-30>

Original Theoretical Research

Wine and Gastronomic Tourism as a Tool for Popularizing the Cultural Heritage of Crimea as a Region of the Northern Black Sea Region

Nina V. Shashlo

Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

✉ ninellss@gmail.com

Abstract

Introduction. Today, there is an increased interest in culinary, wine or gastronomic tours among tourists. Enogastronomic tour is a new tourist product, a set of activities for tasting traditional cuisine and drinks in a certain region. The purpose of the article is to study the peculiarities of the functioning of enogastronomic tourism in the Republic of Crimea as a form of intensification of preservation and a tool to popularise the cultural heritage of the region.

Materials and Methods. To achieve the goal, both general scientific methods of research as well as special ones were used: structural-functional and comparative methods, statistical and prognostic methods, method of computer processing of information, and others.

Results. It is proved that enogastronomic tourism is a type of tourism aimed at getting acquainted with the history, technology and culture of beverage consumption and gastronomy in the region. Enogastronomic tourism includes wine tourism and gastronomic tourism. The tourist potential of Crimea is based on the natural potential, cultural heritage, enogastronomic potential (Crimean cuisine and winemaking), tourist infrastructure. The necessity of taking into account local culture, traditions and customs in the development of enogastronomic tours in order to preserve the cultural heritage of the Republic of Crimea and create an authentic experience for tourists is proved.

Discussion and Conclusion. It is concluded that enogastronomic tourism in Crimea is a form of intensification of preservation and a tool for popularisation of the cultural heritage of the region. The directions of strategic development of enogastronomic tourism in the form of projects to improve enogastronomic tours in Crimea are under development. The principles of strategic development of enogastronomic tourism in the territory of Crimea are proposed.

Keywords: Republic of Crimea, enogastronomic tourism, wine tourism, gastronomic tourism, tourists, tour, food, dishes, wine, cultural heritage

For Citation. Shashlo N.V. Wine and Gastronomic Tourism as a Tool for Popularizing the Cultural Heritage of Crimea as a Region of the Northern Black Sea Region. *Science Almanac of Black Sea Region Countries*. 2024;10(4):25–30. <https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-4-25-30>

Введение. В последнее время огромную популярность приобретает эногастрономический туризм, особенно в регионах, имеющих ресурсы для его развития. Эногастрономический туризм является видом специализированного туризма, целью которого является популяризация традиционных для определенной территории продуктов питания, напитков, выращенных с соблюдением технологий в экологически чистой местности, изготовление из этих продуктов блюд, напитков и их потребление. Эногастрономия предусматривает потребление вина вместе с другими традиционными продуктами (сыры, мясные продукты, фрукты, ягоды, овощи). То есть она представляет кулинарное искусство определенной местности. Крым как регион Северного Причерноморья имеет значительный потенциал для развития эногастрономического туризма. Стабильная положительная динамика развития туризма в Крыму дает основания рассматривать туристическую отрасль как важный фактор популяризации культурного наследия Крыма как региона Северного Причерноморья.

Тенденции развития туризма в XXI в. позволяют говорить о формировании новой модели потребительского поведения. Для многих туристов значимость культурных, образовательных и экологических аспектов путешествия превышает интерес развлечений и комфорта, вместе с этим повышается ценность географического пространства. Актуальность исследований в данном направлении определяется также отсутствием целостного понимания сущности категории «туристический эногастрономический продукт», несовершенством рекомендаций и выводов в вопросах его формирования. Своевременность и актуальность исследования данных проблем и обусловила постановку цели статьи и ее задачи. Целью статьи является изучение особенностей функционирования эногастрономического туризма в Крыму – регионе Северного Причерноморья, как формы интенсификации сохранения и инструмента популяризации культурного наследия региона.

Материалы и методы. Для достижения поставленной цели использованы как общенаучные методы исследования, так и специальные. Методы обобщения, систематизации, анализа и синтеза использованы для освещения теоретических и методических основ развития эногастрономического туризма. Для характеристики отечественного опыта развития эногастрономического туризма применяются структурно-функциональный, сравнительный, статистический, прогностический методы и метод компьютерной обработки информации.

Развития туристско-рекреационного развития Российской Федерации, а также эногастрономического туризма, зафиксировано в Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года¹, в Национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства»². Анализ научной литературы свидетельствует об активной научно-практической проработке различных аспектов эногастрономического, гастрономического и винного туризма. Эти направления отражены в работах таких авторов, как Ю.С. Путрик, Э.Э. Ибрагимов, И.Э. Авдиль, Н.Н. Лыкова, Д.А. Сеница, В.С. Анохин, И.Ю. Бомберук, А.В. Малькова, Н.В. Шабалина, Е.И. Пискун, И.А. Голубева, Ю.П. Майданевич и др.

Результаты исследования. Эногастрономический (гастрономический и винный) туризм – это разновидность туризма, сочетающего в себе такие аспекты путешествия, как исследование новых культур и получение удовольствия от еды и напитков. Он предусматривает посещение регионов, известных своими кулинарными традициями и виноградниками, изучение местной еды и производства вина, а также ощущение уникальных вкусов и ароматов этой местности. В последние годы гастрономический и винный туризм становится все более популярными, поскольку путешественники ищут новые впечатления и вкусы.

С теоретической точки зрения гастрономический и винный туризм можно рассматривать с нескольких подходов. Исследователь Холл предлагает рассматривать этот туризм как форму культурного туризма, которая предусматривает изучение культурного наследия и традиций определенного региона. В этом контексте еда и вино становятся важной частью местной культуры, туристический опыт предусматривает изучение истории, традиций производства пищи и вина [13]. Другой теоретический подход, предложенный П. Лонгом и М. Робинсоном, заключается в том, чтобы рассматривать гастрономический и винный туризм как форму туризма, отражающую увлекательный и интерактивный характер опыта путешествия. В этом случае продукты питания и вино рассматриваются как способ связи с местной культурой.

¹ Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р. СПС «Консультант Плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756 (дата обращения: 10.05.2024).

² Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (утв. Ростуризмом).

Таким образом, зарубежные исследователи под эногастрономическим туризмом понимают разновидность культурного туризма, который предусматривает тур с целью дегустации вина и знакомства с кулинарными традициями и местной кухней. Гастрономический и винный туризм рассматривается так же, как способ продвижения местного сельского хозяйства и поддержки малого бизнеса, таких как семейные винодельни и рестораны. Независимо от того, рассматривается ли эногастрономический туризм как форма культурного туризма, экспериологического туризма, нишевого туризма или экологического туризма, он предлагает путешественникам уникальный и приятный способ исследовать новые культуры и насладиться вкусами мира.

Исследуя ретроспективу [14; 15], можно отметить, что эногастрономический туризм является растущим сегментом туризма, который зародился в процессе взаимодействия между культурой, историей и гастрономией разных регионов мира. Винный туризм начал свое развитие еще в Древнем мире, когда виноградники стали важной составляющей сельского хозяйства. Сегодня винный и гастрономический туризм получил активное развитие в Крыму. Винные туристы могут посещать виноградники, винодельни, участвовать в винных дегустациях и винодельческих мастер-классах, где могут узнать больше о производстве вина. Гастрономические туристы могут попробовать блюда, которые отражают местные традиции и культуру, посещать фермы и рынки, где можно приобрести свежие местные продукты, а также посещать рестораны, которые специализируются на местной кухне.

Винный и гастрономический туризм позволяет туристам окунуться в местную культуру и историю, способствует развитию экономики региона, а также сохранению культурного наследия и традиций региона. В Крыму, где виноделие и гастрономия это важные отрасли экономики, винный и гастрономический туризм является значительным источником дохода для местных жителей и бизнеса. Можно выделить три вектора направленности эногастрономического туризма в Крыму – культурный, экономический и социальный (таблица 1).

Таблица 1

Основные векторы направленности эногастрономического туризма в Крыму³

Измерение	Сущность
Культурный вектор направленности	Эногастрономический туризм предусматривает знакомство с местными кулинарными традициями, которые являются неотъемлемой частью культуры и наследия региона. Кулинарные традиции формируются историей, географией, климатом, отражающими уникальную идентичность региона. Попробовав местную еду и вино, туристы могут лучше понять культуру и историю региона и глубже оценить его кулинарные традиции
Экономический вектор направленности	Эногастрономический туризм способствует созданию рабочих мест, дополнительной прибыли для местных производителей, стимулирует рост смежных отраслей, таких как гостеприимство и туризм. Пропагандируя местную еду и вино, регионы могут привлекать больше туристов и получать больше прибыли. Эногастрономический туризм может способствовать развитию сельских территорий, поскольку он предоставляет возможность мелким производителям и фермерам продавать свою продукцию
Социальный вектор направленности	Эногастрономический туризм способствует социальному взаимодействию и культурному обмену между туристами и местными жителями. Чувствуя местную еду и вино, туристы общаются с местными производителями и узнают об их образе жизни. Это может создать ощущение общности и способствовать взаимопониманию между туристами и местными жителями. Гастрономический и винный туризм может способствовать устойчивому развитию, поощряя использование местных и сезонных ингредиентов и способствуя традиционному устойчивому производству пищи

Развитие эногастрономического туризма будет способствовать сохранности культурного наследия и традиций Крыма. Сфера туризма Крыма имеет значительный туристический потенциал благодаря богатому культурному наследию, природным достопримечательностям и разнообразным туристическим предложениям. Культурное наследие региона отражают его исторические замки, крепости, церкви и синагоги, а также традиционные фестивали и мероприятия.

В Крыму функционируют более 40 винодельческих предприятий. В их число входят ФГУП «ПАО «Массандра», «Завод марочных вин Коктебель», винодельческое предприятие «Солнечная долина», Дом шампанских вин «Новый Свет», завод шампанских вин «Золотая балка», винодельческое предприятие «Усадьба Перовских», завод марочных вин «Инкерман» и другие. К 2025 г. объем производства вина в Крыму должен достичь 50 млн дал базового вина и 15 млн дал различных вин для розничного рынка [16]. Экскурсии с посещением дегустационных залов организуют «Массандра», НИИ винограда и вина «Магарач», «Новый Свет», «Солнечная долина», «Дионис» и другие. Спросом у туристов и местных жителей пользовались такие маршруты, как «Солнце в бокале»

³Источник: систематизировано автором.

(Судак – Новый Свет – Солнечная долина) и «Гимн виноградной лозе» (Севастополь – Инкерман – Судак – Алушка – Ливадия – Никита – Солнечная Долина). В настоящее время экскурсии с дегустацией практикуют многие, в т. ч. малые частные винодельческие предприятия Крыма [14]. С целью диверсификации турпродукта винзаводы разрабатывают эногастрономические туры (например, проект «Вино и сыр Солнечной долины», проект «ТерруАРТ» шампанерии «Золотая балка»), организуют квесты, проводят фестивали и праздники («Трудовой тур» Маасандры, «WineFest» «Золотой балки»).

В 2018 г. разработан кольцевой туристский маршрут «Винная дорога Крыма», связывающий более 35 винодельческих хозяйств региона, который кооперирует субъекты винного хозяйства, отельные комплексы и гастрономический сегмент (фермы, сыроварни, рестораны и прочие). Винный тур дополнен экскурсионной программой и событийными мероприятиями (фестивалями, мастер-классами, форумами, ярмарками). «Винная дорога Крыма» протяженностью более 480 км. состоит из четырех участков – это юго-восточный, южнобережный, севастопольский и западный маршруты [16]. Таким образом, основные виды туристических объектов дестинации Крыма можно сгруппировать следующим образом (рис. 1).

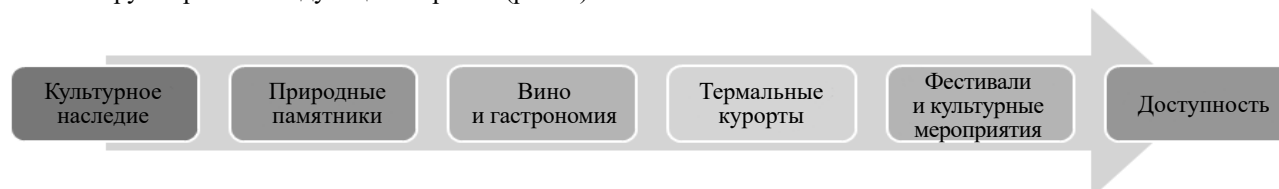


Рис. 1. Типы туристических объектов туристической дестинации Крыма⁴

Крымская кухня является настоящим сокровищем культурного наследия региона и имеет богатую историю формирования. На кухню и вино Крыма повлияли его география, история и культурное разнообразие. Расположенность Крыма в регионе Северного Причерноморья характеризует его мультикультурный характер его кухни и традиции виноделия. Кроме разнообразной кухни, Крым известен еще и традициями виноделия. Уникальный терруар Крымских гор в сочетании с влиянием мягкого климата, черного моря способствовали самобытному характеру крымских вин [17]. В целом формирование и появление крымской кухни и вина является отражением разнообразного культурного наследия и природной среды крымского региона, а также его истории и геополитического контекста.

Эногастрономический тур по Крыму – это невероятный опыт для любого гурмана, желающего попробовать аутентичные блюда и напитки из этого края. Крым – регион, богатый своей историей и культурой, а его кухня – отражение этого разнообразия.

На основе обобщения основных научных подходов и осмысления очерченной проблематики, считаем, что эногастрономический туризм – это вид туризма, связанного со знакомством с историей, технологией и культурой потребления алкогольных напитков, гастрономией в определенном регионе и дегустацией алкогольных напитков у производителя. Эногастрономия в туристическом смысле сочетает услуги, продукты, мероприятия, акцентирующие внимание на кулинарные рецепты региона и традиционные продукты. На сегодняшний день эногастрономия является неотъемлемой составляющей знакомства с культурой, традициями и бытом разных регионов. Именно она охватывает традиционные ценности, которые имеют связь с новыми тенденциями в индустрии туризма: уважение к традициям и культу, сохранение аутентичности, образа жизни, культурное обогащение. Эногастрономический тур – это инновационный туристический продукт, комплекс мероприятий для дегустации традиционных в определенной местности блюд, ингредиентов, вина, не имеющих аналогов в других регионах.

Обсуждение и заключение. На основании проведенного исследования с целью улучшения эногастрономических туров по Крыму предложены следующие мероприятия:

- расширение ассортимента блюд и напитков: организаторы тура постоянно добавляют в программу тура новые рестораны и кафе, которые предлагают уникальные местные блюда и напитки;
- повышение качества обслуживания: организаторы тура могут повысить качество обслуживания в ресторанах и кафе;
- рекламная кампания: организаторы тура могут провести рекламную кампанию для увеличения своей узнаваемости и привлечения новых клиентов;
- улучшение транспортной инфраструктуры: организаторы тура могут сотрудничать с местными перевозчиками для обеспечения комфортабельного транспорта для туристов;
- использование новых технологий: организаторы тура могут использовать технологии для облегчения организации и проведения тура;
- развитие маршрутов: разработка разнообразных маршрутов, которые охватывают различные районы Крыма, с посещением местных фермерских хозяйств, виноделен, винодельческих заводов, фабрик по производству пищевых продуктов, сыроварен и местных ресторанов с национальной и традиционной кухней;
- продвижение местных продуктов: распространение информации о местных продуктах питания Крыма, таких как вино, мед, сыр, мясо, фрукты, ягоды и овощи;
- участие местных жителей: привлечение местных жителей к эногастрономическим турам, где они могут делиться своими знаниями о традиционных блюдах и процессах производства пищи;
- кулинарные мастер-классы: организация кулинарных мастер-классов, где туристы смогут научиться готовить традиционные блюда Крыма под руководством местных шеф-поваров;

⁴ Источник: составлено автором.

- партнерство с отелями и ресторанами: сотрудничество с отелями и ресторанами, чтобы они предлагали специальные блюда, специальные пакеты эногастрономических туров для своих гостей;
- сохранение культурного наследия: введение мероприятий по охране и сохранению культурного наследия Крыма, связанного с едой и вином;
- развитие инфраструктуры: обеспечение надлежащей инфраструктуры для эногастрономических туров: современные отели, рестораны, кулинарные лаборатории и рынки с местными продуктами;
- строительство винных отелей. Основная цель проектирования данных отелей – это размещение винных туристов, которые принимают участие в винных турах;
- создание более интерактивного опыта для туристов, чтобы сделать тур более запоминающимся;
- разработка более разнообразных и интересных экскурсий, которые будут отвечать интересам туристов;
- подготовка тургайдов и персонала ресторанов и кафе, чтобы они имели достаточные знания о местной кухне и культуре и могли должным образом передать эту информацию туристам.

Итак, улучшение эногастрономических туров по Крыму может быть достигнуто с помощью внедрения новых технологий, большего сотрудничества с местными производителями и туристической отраслью, а также создания более интерактивного опыта для туристов.

Считаем, что дальнейшее развитие эногастрономического туризма Крыма должно базироваться на принципах: диверсифицированная и активная маркетинговая кампания, включая цифровые медиа, платформы для развития туризма; расширение туристических услуг и активностей, таких как экскурсии, приключенческий отдых, экотуризм, спа-процедуры и т. д., что поможет привлечь разнообразную аудиторию туристов; сохранение природных памятников и культурного наследия; партнерство и сотрудничество между туристическими предприятиями, производителями и местными предпринимателями; совершенствование инфраструктуры эногастрономического туризма, включая рестораны, кулинарные мастер-классы, винодельни, магазины блюд и напитков и т. д.; диверсификация эногастрономических элементов в существующие туристические маршруты, формирование уникальных эногастрономических маршрутов; учет культуры, местных традиций и обычаев при разработке эногастрономических маршрутов и программ с целью сохранения, популяризации культурного наследия Крыма и формирования аутентичного опыта для туристов.

Список литературы / References

1. Путрик Ю.С., Соловьев А.П. Использование объектов культурного наследия в сфере туризма как средства укрепления цивилизационной идентичности российских регионов. *Журнал института наследия*. 2022;31(4). <https://doi.org/10.34685/HI.2022.29.49.006>
- Putrik Yu.S. Ispolzovanie obektov kulturnogo naslediya v sfere turizma kak sredstva ukrepleniya civilizatsionnoy identichnosti rossijskikh regionov = The use of cultural heritage sites in the field of tourism as a means of strengthening the civilizational identity of Russian regions. *Zhurnal instituta naslediya*. 2022;31(4). <https://doi.org/10.34685/HI.2022.29.49.006> (In Russ.).
2. Ибрагимов Э.Э., Авдиль И.Э. Культурное наследие как ресурсная база развития туризма в регионе. *Таврические студии*. 2023;33:23–30.
- Ibragimov E.E. Kulturnoe nasledie kak resursnaya baza razvitiya turizma v regione = Cultural heritage as a resource base for tourism development in the region. *Tavrisheskie studii*. 2023;12(5):63–70 (In Russ.).
3. Лыкова Н.Н., Сеница Д.А. Материальное наследие как историко-культурный феномен: культурологический анализ наследия полиэтнического региона (на примере Республики Крым). *Миссия конфессий*. 2023;12(5):63–70.
- Lykova N.N. Materialnoe nasledie kak istoriko-kulturnyj fenomen: kulturologicheskij analiz naslediya polietnichnogo regiona (na primere Respubliki Krym) = Material heritage as a historical and cultural phenomenon: cultural analysis of the heritage of a multi-ethnic region (using the Republic of Crimea as an example). *Missiya konfessij*. 2023;12(5):63–70 (In Russ.).
4. Ибрагимов Э.Э., Анохин В.С. Культурно-познавательный туризм как направление использования и охраны культурного наследия Республики Крым. *Russian Studies in Culture and Society*. 2023;17(2):52–66. <https://doi.org/10.12731/2576-9782-2023-2-52-66>
- Ibragimov E.E. Kulturno-poznavatelnyj turizm kak napravlenie ispolzovaniya i ohrany kulturnogo naslediya Respubliki Krym = Cultural and educational tourism as a direction for the use and protection of the cultural heritage of the Republic of Crimea. *Russian Studies in Culture and Society*. 2023;17(2):52–66. <https://doi.org/10.12731/2576-9782-2023-2-52-66> (In Russ.).
5. Бомберук И.Ю. Возможности Республики Крым как санаторно-курортной дестинации для развития внутреннего туризма в России. *Аллея науки*. 2020;41(2):48–51.
- Bomberuk I.Yu. Vozmozhnosti Respubliki Krym kak sanatorno- kurortnoj destinacii dlya razvitiya vnutrennego turizma v Rossii = Potential of the Republic of Crimea as a health resort destination for the development of domestic tourism in Russia. *Alleya nauki*. 2020;41(2):48–51 (In Russ.).
6. Малькова А.В., Соловьева Е., Рогулenco А. и др. Понятие и перспективы развития эногастрономического туризма на территории Российской Федерации. *Вестник транспорта*. 2023;1:31–33.
- Malkova A.V., Soloveva E., Rogulenko A. [i dr.] Ponyatie i perspektivy razvitiya enogastronomicheskogo turizma na territorii Rossijskoj Federacii = The concept and prospects for the development of enogastronomic tourism in the Russian Federation. *Vestnik transporta*. 2023;1:31–33 (In Russ.).
7. Шабалина Н.В., Пискун Е.И. Эногастрономический туризм в экономике. *Экономика и управление: теория и практика*. 2023;9(4):25–33.
- Shabalina N.V. Enogastronomicheskij turizm v ekonomike Rossii = Enogastronomic tourism in the economy. *Ekonomika i upravlenie: teoriya i praktika*. 2023;9(4):25–33 (In Russ.).

8. Selivanov V.V. Research of development possibilities of estates tourism in Crimea. Service and Tourism: Current Challenges. 2021;15(2):109–118. <https://doi.org/10.24412/1995-0411-2021-1-109-118>
9. Кузубов А.А., Шашло Н.В. Генерирование стратегии инновационного развития предприятия в контексте Индустрии 4.0. *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2021;10(1):193–196. <https://doi.org/10.26140/anie-2021-1001-0045>
- Kuzubov A.A. Generirovanie strategii innovacionnogo razvitiya predpriyatiya v kontekste Industrii 4.0 = Generating a strategy for innovative development of an enterprise in the context of Industry 4.0. *Azimut nauchnyh issledovaniy: ekonomika i upravlenie*. 2021;10(1):193–196. <https://doi.org/10.26140/anie-2021-1001-0045> (In Russ.).
10. Голубева И.А., Ивашкин М.В. *Событийный и гастрономический туризм: проблемы и перспективы развития*. Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет; 2023. 168 с.
- Golubeva I.A. *Sobyitnyj i gastronomicheskij turizm: problemy i perspektivy razvitiya Event and gastronomic tourism: problems and development prospects*. Habarovsk: Tihookeanskij gosudarstvennyj universitet; 2023. 168 p.
11. Boyarkina M.A., Prokopenko I.A. Analysis of the main directions of gastronomic tourism in the Crimea. *Modern Science and Innovations*. 2020;31(3):143–147. <https://doi.org/10.37493/2307-910X.2020.3.18>
12. Майданевич Ю.П., Пегушина А.А. Гастрономический туризм в Республике Крым: современное состояние и перспективы. *Экономика и предпринимательство*. 2019;113(12):326–331.
- Majdanevich Yu. P. Gastronomicheskij turizm v Respublike Krym: sovremennoe sostoyanie i perspektivy = Gastronomic tourism in the Republic of Crimea: current state and prospects. *Ekonomika i predprinimatelstvo*. 2019;113(12):326–331 (In Russ.).
13. Hall C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford; 2003. 392 p.
14. Александрова А.Ю., Новичкова Е.С. *Современное состояние и перспективы развития винного туризма в Российской Федерации*. Москва: Русайнс; 2023. 134 с.
- Aleksandrova A.Yu. *Sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya vinnogo turizma v Rossijskoj Federacii = Current state and development prospects of wine tourism in the Russian Federation*. Moscow: Obshestvo s ogranichennoj otvetstvennostyu “Rusajns”. 2023. 134 p. (In Russ.).
15. Кузубов А.А., Шашло Н.В. Оценка современного состояния экономических отношений субъектов региональных объединений в условиях глобализации. *Вестник Астраханского государственного технического университета. Сер. Экономика*. 2016;4:56–64.
- Kuzubov A.A. Ozenka sovremennogo sostoyaniya ekonomicheskikh otnoshenij subektov regionalnyh obedinenij v usloviyah globalizacii = Assessment of the current state of economic relations of subjects of regional associations in the context of globalization. *Vestnik Astrahanskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*. 2016;4:56–64 (In Russ.).
16. Яковенко И.М., Вахрушев И.Б., Гуров С.А. и др. *Специализированные виды туризма в Крыму: состояние, проблемы, перспективы*. Под ред. И.М. Яковенко. Симферополь: Типография «Ариал»; 2021. 288 с.
- Yakovenko I.M., Vahrushev I.B., Gurov S.A. *Specializirovannye vidy turizma v Krymu: sostoyanie, problemy, perspektivy = Specialized types of tourism in Crimea: status, problems, prospects*. Simferopol: Obshestvo s ogranichennoj otvetstvennostyu “Izdatelstvo Tipografiya Arial”, 2021. 288 p. (In Russ.).
17. Калькова Н.Н., Ярош О.Б. Исследование восприятия винной продукции Крыма в качестве сувенирной: нейромаркетинговый подход. *Геополитика и экогеодинамика регионов*. 2022;8(2):95–106.
- Kalkova N.N. Issledovanie vospriyatiya vinnoj produkcii Kryma v kachestve suvenirnoj: nejromarketingovyj podhod = A study of the perception of Crimean wine products as souvenirs: a neuromarketing approach. *Geopolitika i ekogeodinamika regionov*. 2022;8(2):95–106 (In Russ.).

Об авторе:

Шашло Нина Владимировна, кандидат экономических наук, начальник отдела ядерной программы Института сквозных технологий, доцент кафедры медиатехнологий факультета медиакоммуникации и мультимедийных технологий, Донской государственный технический университет (Российская Федерация, 344003, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), [ORCID, ninellss@gmail.com](https://orcid.org/0009-0001-9111-1111)

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

About the Author:

Shashlo Nina Vladimirovna, Cand. Sci. (Economics), Head of the Nuclear Program Department of the Institute of Cross-Cutting Technologies, Associate Professor of the Department of Media Technologies of the Faculty of Media Communications and Multimedia Technologies, Don State Technical University (1, Gagarin Sq., Rostov-on-Don, 344003, Russian Federation), [ORCID, ninellss@gmail.com](https://orcid.org/0009-0001-9111-1111)

Conflict of Interest Statement: the author declares no conflict of interest.

The author has read and approved the final version of manuscript.

Поступила в редакцию / Received 10.09.2024

Поступила после рецензирования / Reviewed 26.09.2024

Принята к публикации / Accepted 30.09.2024