

УДК 338.482.22

UDC 338.482.22

**ОБЪЕКТЫ ОБЩЕСТВЕННОГО
ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ****OBJECTS OF PUBLIC CATERING
IN THE REPUBLIC OF BELARUS:
STATE AND PERSPECTIVES
OF DEVELOPMENT****Н. С. Шевцова,***кандидат географических наук,
доцент кафедры экономической
и социальной географии БГУ;***А. К. Вишняк,***аспирант кафедры экономической
и социальной географии БГУ***N. Shevtsova,***PhD in Geography, Associate Professor
of the Department of Economical
and Social Geography, BSU;***A. Vishnyak,***Postgraduate Student of the Department
of Economical and Social Geography, BSU*

Поступила в редакцию 02.04.21.

Received on 02.04.21.

В статье выявлены особенности пространственной организации объектов общественного питания и степень обеспеченности ими на двух территориальных уровнях: районов и областей Республики Беларусь. С использованием сравнительно-географического, статистико-математического, кадастрового метода, ГИС-технологий и районирования проведен анализ уровня обеспеченности предприятиями общественного питания по состоянию на 01.01.2019 г.

Ранжирование областей республики по доле в них объектов питания и их емкости позволило установить явную доминанту столичного региона (38,59 % от общего по стране), отставание Гродненской (9,83 %) по предприятиям питания и Витебской (11,72 %) областей по их вместимости.

Дифференциация районов областей Республики Беларусь по числу объектов общественного питания и посадочных мест в них показала, что рост уровня насыщенности ими проявляется от центра к периферии в Витебской, Минской и Могилевской областях. В остальных областях пик обеспеченности объектами общественного питания зафиксирован в трансграничных зонах периферии.

На уровне областей страны, за исключением Витебского и Гродненского регионов, уровень обеспеченности объектами общественного питания и посадочными местами в них совпадают.

Проведенный пространственный анализ свидетельствует о необходимости оптимизации инфраструктуры общественного питания страны путем расширения сети объектов питания в таких районах республики, как Жабинковский, Верхнедвинский, Глубокский, Городокский, Лиозненский, Сенненский, Ушачский, Чашникский, Шумилинский, Калинковичский, Рогачевский, Волковысский, Мостовский, Свислочский, Сморгонский, Вилейский, Крупский, Пуховичский, Кировский и Кричевский.

Ключевые слова: объекты, средства общественного питания; обеспеченность объектами питания; насыщенность посадочными местами; группировка районов.

The article reveals the features of spatial organization of objects of public catering and the degree of their supplying on two territorial levels: districts and regions of the Republic of Belarus. With the use of comparative-geographical, statistical-mathematical, cadastre methods, GIS-technologies and zoning the analysis of degree of supplying of public catering establishments for 01.01.2019 is conducted.

Ranging the regions of the republic by the share of public catering objects and their capacity allowed to reveal clear dominance of capital region (38,59% from the total country index), lag of Grodno region by catering objects (9,83%) and lag of Vitebsk region by their capacity (11,72%).

Differentiation of districts of the regions of the Republic of Belarus by the number of public catering objects and their capacity has showed that increase of the level of their supplying is revealed from the center to periphery in Vitebsk, Minsk and Mogilev regions. In the rest regions the peak of supplying with public catering objects is marked in cross-border zones of the periphery.

On the level of the regions of the country, except Vitebsk and Grodno regions, the level of supplying with public catering objects and their capacity coincide.

The conducted spatial analysis indicated the necessity of optimization of infrastructure of public catering of the country by means of broadening the network of catering objects in such districts of the republic

as Zhabinka, Verkhnedvinsk, Glubokoye, Gorodok, Liozno, Senno, Ushachi, Chashniki, Shumilino, Kalinkovich, Rogachev, Volkovyssk, Mosty, Svisloch, Smorgon, Vileyka, Krupki, Pukhovichi, Kirov and Krichev ones.

Keywords: objects, means of public catering, supplying with catering objects, supplying with capacity, grouping of districts.

Введение. Активное развитие индустрии питания в мире связано с повышением уровня качества жизни населения, реструктуризацией экономики и выделением в самостоятельный сектор сферы услуг. Американский исследователь П. Мюллер (2001) выделил факторы, способствовавшие развитию сферы питания, среди которых: увеличение продолжительности свободного времени, что напрямую связано с ростом разнообразия предложений по количеству и ассортименту блюд в организациях общепита; изменения в социальном поведении, позволяющие рассматривать обеды с родственниками и друзьями как элемент досуга, что способствовало повышению уровня развития экономики и проявилось как через рост доходов населения, так и в сфере общественного питания в целом [1].

Деятельность объектов индустрии питания является неотъемлемой частью сферы досуга и развлечений, о чем свидетельствует постоянный рост значений показателя товарооборота общественного питания Республики Беларусь, значение которого в 2018 г. составило 2 561,7 млн рублей [2].

Объектом настоящего исследования являются объекты общественного питания в составе бара, буфета, кафе, кафетерия, кофейни, мини-кафе, закусочной, ресторана, ресторана быстрого обслуживания, столовой. Предметом исследования выступает состояние и перспективы развития объектов питания.

Цель статьи – идентификация состояния и перспектив развития объектов индустрии питания Республики Беларусь, для достижения которой были решены следующие задачи:

- определение наиболее адекватной методики оценки уровня обеспеченности объектами питания на полимасштабном уровне и ее адаптация к данным национальной статистики;
- сбор и систематизация статистических данных по объектам индустрии питания (количество объектов, число посадочных мест) за 2010–2018 гг. для выявления динамики развития сферы общепита;
- формирование электронной базы данных «Общественное питание Республики Беларусь» на основании статистических данных по объектам индустрии питания

(количество объектов, число посадочных мест) за 2018 г. для последующего картографирования с использованием ГИС-технологий на районном уровне страны;

- проведение сравнительного экономико-географического анализа уровня обеспеченности объектами питания и числом посадочных мест в них на районном уровне для последующей группировки районов по оцениваемым показателям;
- визуализация и картографирование полученных результатов исследования с помощью инструментов ГИС-технологий;
- формирование рекомендаций по оптимизации географии объектов общественного питания Республики Беларусь.

Научная новизна представленной статьи заключается в исследовании степени обеспеченности районов и областей объектами общественного питания и особенности их географии размещения на указанных территориальных уровнях, тогда как в других работах по данной тематике отражен анализ ситуации на страновом и областном уровнях.

Основная часть. На современном этапе развития сферы общественного питания отсутствует унифицированная всеми странами классификация предприятий питания. Однако выделяются определенные типы предприятий, для которых характерны соответствующий ассортимент блюд и напитков, применяемые формы обслуживания, месторасположение и номенклатура предоставляемых потребителям услуг. Если рассматривать сферу гостеприимства, то к таким терминам относится понятие «ресторан». В результате ретроспективного анализа экономико-географической литературы по теоретическим основам организации и региональному развитию ресторанной индустрии выявлено, что в научной литературе отсутствует единое мнение в отношении содержания термина «общественное питание». В нормативно-правовых актах Республики Беларусь сущность данного понятия определяется через объекты ресторанного хозяйства как основы системы общественного питания. В рамках данной статьи использовано понятие «ресторанное хозяйство», отражающее совокупность объектов общественного питания в его классическом понимании

для целей туризма, сущность которого рассмотрена в работах американского ученого Ф. Котлера [3].

В современной трактовке под предпринятием общественного питания ученый понимает заведение (совокупность учреждений), которое является самостоятельным субъектом хозяйствования, имеет права юридического лица и осуществляет свою деятельность с целью получения прибыли [3].

Обзор результатов научных исследований по рассматриваемой тематике позволил выделить два направления в изучении общественного питания среди экономистов и географов – теоретико-методологические основы, закладывающие базовые определения, принципы, методы и методики анализа развития данного сектора экономики услуг и практико-ориентированные оценки по регионам и странам, включающие территориальную организацию объектов общепита, планирование и управление организациями питания. Все авторы были дифференцированы на отечественных и зарубежных по их генеалогическому признаку.

Ряд авторов, как из числа белорусских (И. И. Пирожник, А. И. Тарасенок, В. М. Яцуню (2006), так и зарубежных (А. Д. Чудновский (2005)), относят ресторанный бизнес к ключевым элементам индустрии гостеприимства, частью которой являются предприятия питания [4, 5].

Вопросы регионального планирования и управления развития сервиса питания в Республике Беларусь отражены в работах таких отечественных ученых, как С. О. Белова, Р. П. Валевиц (2011), Е. А. Ковшар (2019), С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш (2016) [6–8]. В данных работах проанализирована структура рынка по основным экономико-статистическим показателям общественного питания Республики Беларусь, а также отражены основные проблемы развития ресторанной индустрии, которые заключаются в территориальной неравномерности распределения объектов, недостаточном уровне квалификации персонала, низком уровне внедрения технологических инноваций в производство.

Интересен подход к изучению объектов общественного питания в англоязычном научном сообществе. В своих исследованиях иностранные авторы рассматривают объекты индустрии питания как один из ключевых факторов регионального развития экономики (Э. Смэрал (2003), С. Х. Танг и Ш. Янг (2009), С. Эльмонт (1995)) [9–11]. Как след-

ствие, наличие гастрономического туризма связано с достаточным количеством объектов сферы питания, развитию которых способствовало пролонгирование идей, отраженных в статьях Э. Кохен и Н. Эвайли (2004), Р. Тресиддера (2014), Я. С. Хендерсона (2004) [12–14].

В свою очередь, А. Сасскинд (2000) на примере группы из 63 ресторанов г. Торонто оценивал связь между наличием ряда элементов (парковки, залов для курения, услуг кейтеринга, заказа и доставки еды) с требованием обязательного дресс-кода, присутствием сезонных блюд в меню, политикой заведения в отношении среднего чека, который оставляют посетители в заведении. В связи с этим, для повышения эффективности функционирования организации питания в долгосрочной перспективе, необходимо позиционировать услуги общепита в Интернете для получения большей прибыли [15]. Этому будут способствовать отзывы на сайтах, что приведет к увеличению спроса на услуги предприятия.

Таким образом, в результате ретроспективного анализа изучения теоретических и практико-ориентированных результатов объектов сферы общественного питания было выявлено отсутствие единой методики оценки состояния и обеспеченности предприятиями общественного питания. Это привело к необходимости выявления адекватной методики оценки, позволяющей идентифицировать уровень обеспеченности объектами питания с последующей ее адаптацией применительно Республики Беларусь на уровне районов.

В рамках первого этапа была выбрана базовая методика В. Ф. Архиповой и А. С. Левизова (2006), использование которой позволило оценить уровень обеспеченности страны объектами питания и посадочными местами, основанная на сравнительно-географическом анализе, методах математической статистики и данных Национального статистического комитета Республики Беларусь за период 2010–2018 гг. [16].

На втором этапе на основе статистических данных был проведен анализ, сбор и систематизация информации по объектам общественного питания на уровне районов за период 2010–2018 гг., позволившая сформировать электронную базу данных «Объекты общественного питания Республики Беларусь», созданную с использованием программы Microsoft Excel. После составления

базы данных заведений индустрии питания был проведен расчет уровня обеспеченности объектами питания в разрезе районов, представляющий собой отношение количества объектов питания к численности населения в районе. Результаты математической обработки данных на уровне районов необходимы для их последующей группировки по указанному показателю и идентификации географии районов с различным уровнем насыщенности объектами общественного питания.

На третьем этапе в соответствии с итогами оценки по уровню обеспеченности районов предприятиями питания была проведена их группировка по 5-уровневой шкале, построенной по принципу равных интервалов с использованием ГИС-технологий. В итоге были построены карты обеспеченности районов Беларуси объектами общественного питания и общественными местами в них.

В рамках четвертого этапа был проведен сравнительно-географический анализ уровня насыщенности районов объектами общественного питания и их обеспеченности посадочными местами. На основе данных Национального статистического комитета была воспроизведена динамика развития объектов общественного питания в разрезе количества объектов и посадочных мест за 2010–2018 гг., а также ключевых экономических показателей деятельности данных предприятий.

Динамика объектов общественного питания на уровне страны за 2010–2018 гг. увеличилась с 11 965 до 13 371 с приростом в 1406 объектов (11,8 %) (рисунок 1). Развитие сети объектов индустрии питания связано с привлечением иностранных инвестиций и увеличением доли частной формы собственности предприятий. Так, в 2018 г. в структуре общего товарооборота объектов общественного питания 22,6 % приходится на предприятия питания государственной формы собственности, 67,2 % – частной, 10,2 % – иностранной [2]. Данные процессы сопровождались изменением динамики товарооборота общественного питания с 327,07 млн рублей в 2010 г. до 2561,7 млн рублей в 2018 г. [2].

При ретроспективном изучении объектов питания на уровне областей получены следующие результаты. В пределах Минского региона за указанный период выявлен ежегодный положительный рост числа предпри-

ятий общественного питания, в то время как в пяти оставшихся областях стабильного роста не наблюдалось (рисунок 1). Это связано с высоким спросом населения на услуги питания в столичном регионе и значительной конкуренцией в других регионах страны, в результате чего ряд недостаточно устойчивых предприятий питания прекратили свою экономическую деятельность ввиду ее нецелесообразности под влиянием конкуренции на рынке услуг.

При этом базисный средний темп прироста за рассматриваемый период зафиксирован в Брестской (1,44 %) и Минской (19,75 %) областях, а минимальный – в Могилевском регионе (– 6,32 %), при средне-республиканском значении показателя на уровне 5,06 %.

Анализ структуры объектов общественного питания за период 2010–2018 гг. позволил выявить, что наиболее востребованными типами организации индустрии питания являются столовая, кафе, мини-кафе и кафетерии (рисунок 2).

Данная популярность связана с потребностями трудовых ресурсов в их использовании в период обеда в течение рабочей недели. Кроме того, выявлено изменение отношения потребителей к заведениям общепита. На передний план выступает их роль как места для встречи и общения, сопровождаемого употреблением пищи, что объясняет рост популярности кофеен и аналогичных им заведений. Следует отметить, что рецессия белорусской экономики в 2014 г. затронула и сектор гостеприимства. Наиболее престижные типы объектов индустрии питания, как рестораны и бары, имели тенденцию к снижению числа заведений в стране. На современном этапе наблюдается возвращение культуры баров как места проведения досуга, что объясняет их тенденцию роста с 2017 г.

Лидером по количеству объектов общественного питания стала Минская область – 38,59 % от общего по стране. Это связано с тем, что г. Минск является как политической, так и культурной столицей страны. При этом значительная доля организаций общественного питания приходится на столицу и крупные города области как главные центры притяжения туристов. В г. Минске расположено порядка 3000 заведений индустрии питания вместимостью 166,7 тыс. мест [2]. Кроме того, ежегодно в г. Минске открывается около 100 организаций

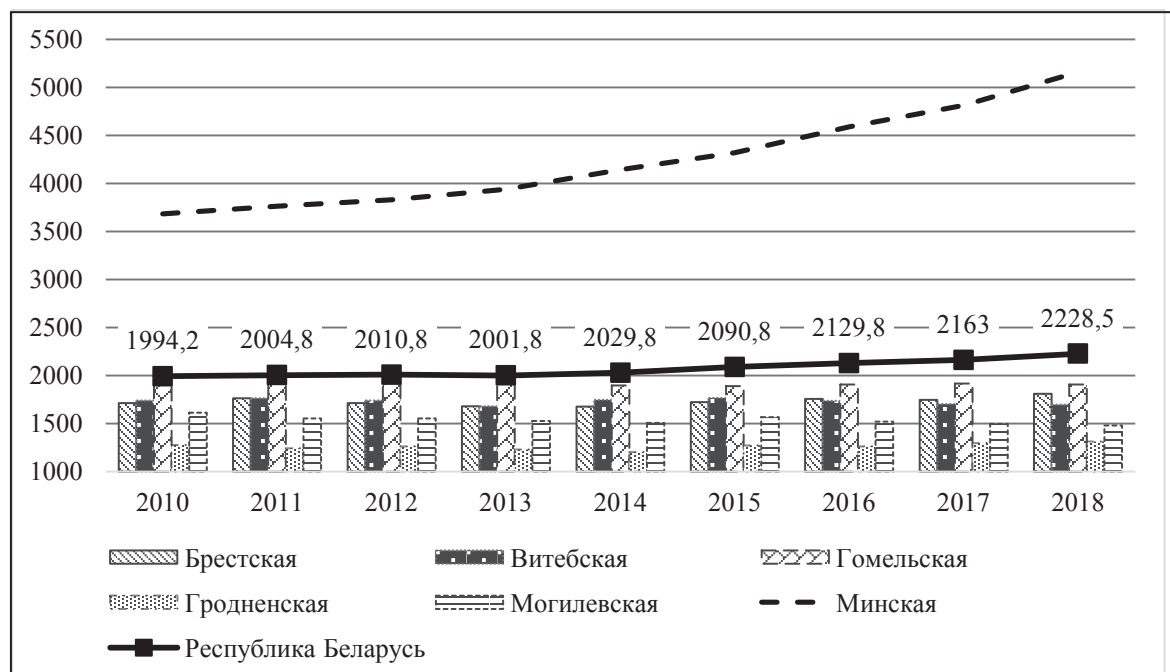


Рисунок 1. – Динамика количества объектов общественного питания на областном и республиканском уровнях за 2010–2018 гг., ед.



Рисунок 2. – Динамика структуры объектов общественного питания за период 2010–2018 гг., % (разработано по [2])

общественного питания различных типов. Аутсайдером по данному показателю является Гродненский регион (9,83 %). Медианное положение между ними занимают Гомельская (14,26 % от общего количества заведений в стране), Брестская (13,53 %), Витебская (12,7 %) и Могилевская (11,08 %) области.

Результаты оценки районов Республики Беларусь по числу объектов общественного питания и посадочных мест в них показали неидентичность их уровня обеспеченности, проявляющегося в росте насыщенности от центра к периферии для областей, где расположены наиболее крупные города (которые являются источником значительного числа заведений индустрии питания). Это характерно для Витебской, Минской и Могилевской областей (рисунок 3, 4). В остальных областях пик обеспеченности объектами общественного питания наблюдается на периферии в трансграничных зонах, что связано с более высокой численностью населения на их территориях; организацией логистических коридоров; наличием природных и историко-культурных ценностей, стимули-

рующих развитие туризма и спроса на услуги гостеприимства.

По уровню обеспеченности объектами питания максимум районов выявлен в Брестской (1810 объектов), Витебской (1698), Гродненской (1314) областях, что свидетельствует о низком уровне (соответственно 7, 9, 7 районов), в Гомельской (1907) – среднем и низком (8), в Минской (5160) и Могилевской (1482) областях – среднем (соответственно 17, 11), а минимум зафиксирован в Брестской – со средней плотностью (2), в Витебской – с очень высокой (1), в Гомельской и Гродненской – с очень низкой (2 и 1), в Минской – с высокой и низкой (по 1), и представлены исключительно в Витебской, Брестской, Гомельской, Гродненской и Минской областях, в которых выявлено по 4 группы районов (нет очень высокой обеспеченности), а в Могилевской области зафиксировано 3 группы районов (нет очень высокой, очень низкой плотности) (рисунок 3) [2].

Лидером по числу посадочных мест является Минская область (37,23 % от общего количества посадочных мест в заведени-

Шкала уровня обеспеченности объектами общественного питания на 1 000 жителей

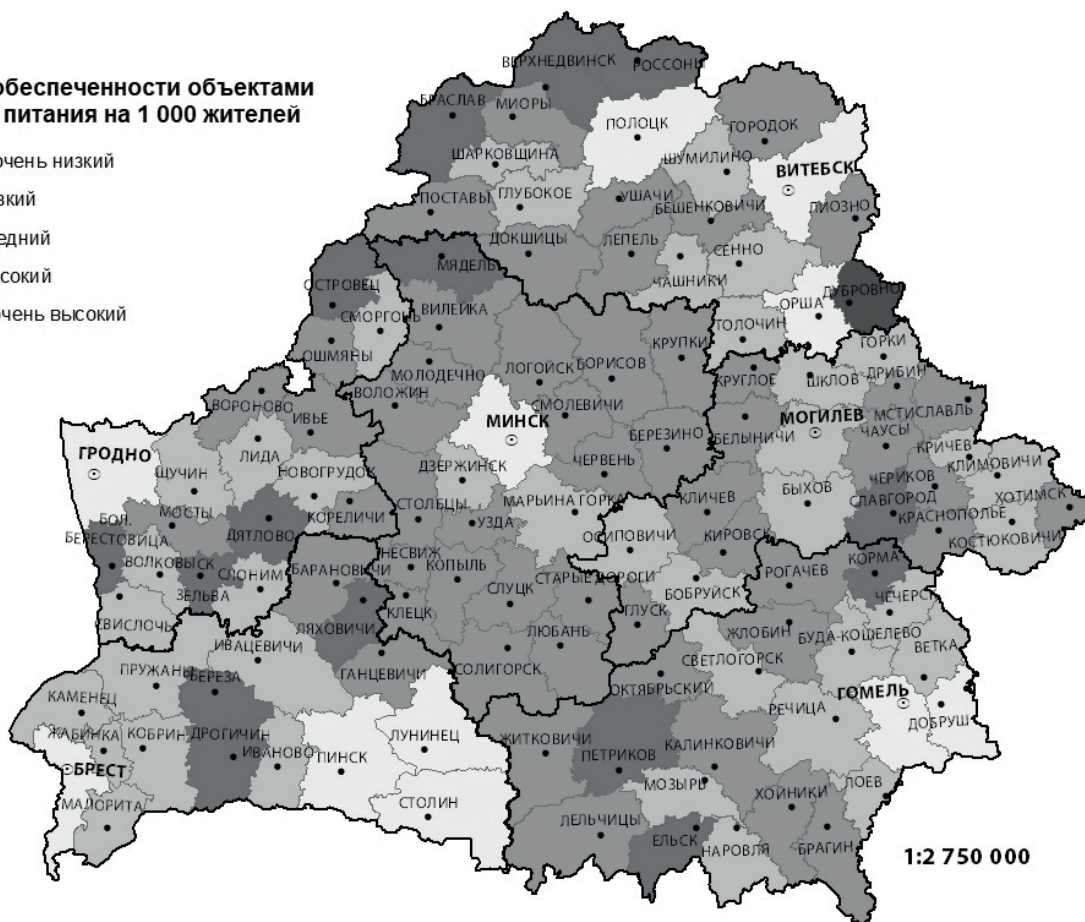
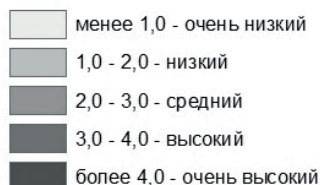


Рисунок 3. – География уровня обеспеченности объектами питания на 1 тыс. человек районов Республики Беларусь (разработано по [2])

Шкала уровня обеспеченности посадочными местами в объектах индустрии питания на 10 000 жителей

- 600-800 - очень низкий
- 800-1000 - низкий
- 1000-1200 - средний
- 1200-1400 - высокий
- более 1400 - очень высокий

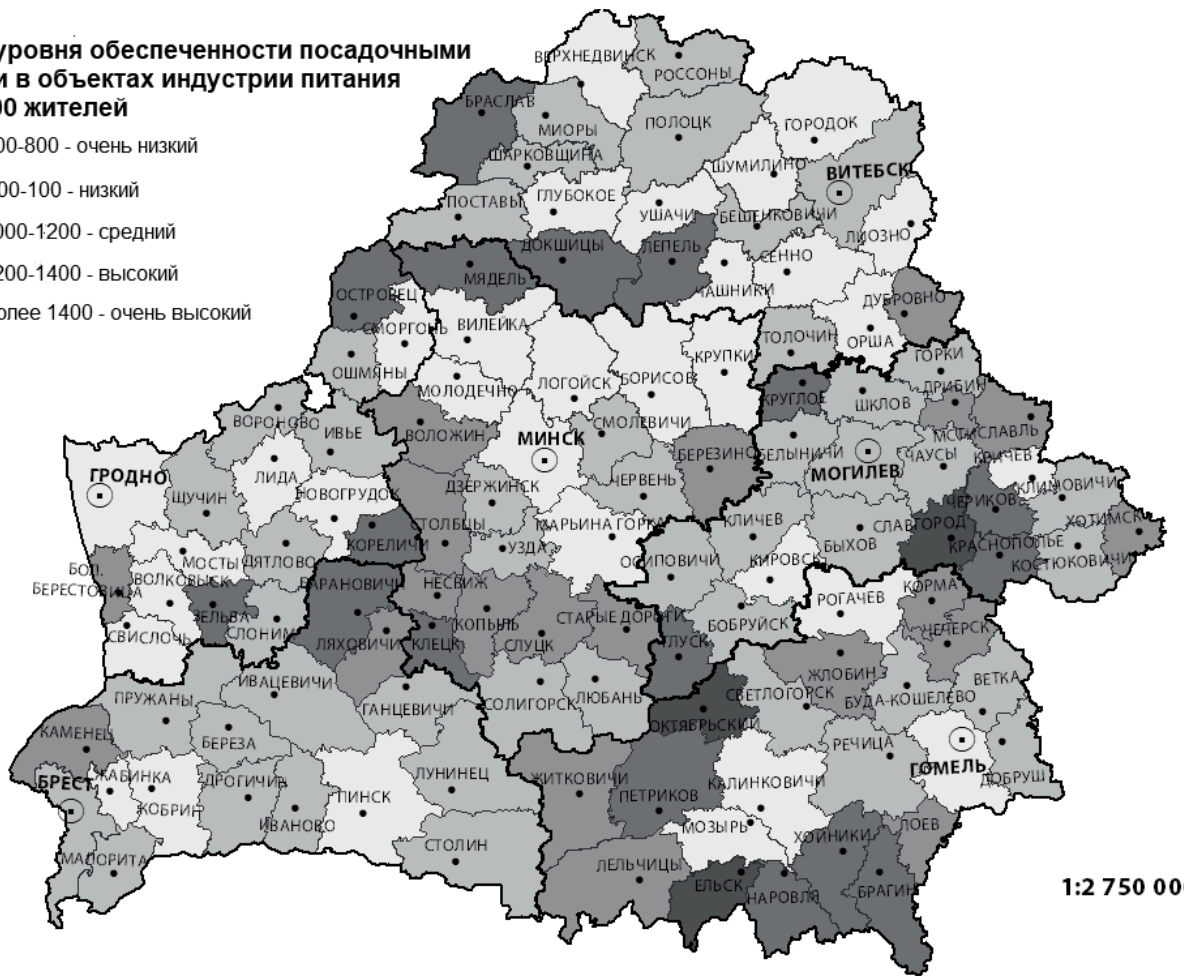


Рисунок 4. – География обеспеченности посадочными местами в объектах питания на 10 тыс. человек районов Республики Беларусь (разработано по [2])

ях общепита). Аутсайдер по данному показателю – Витебский регион (11,72 %). Промежуточное положение занимают Гомельская (15,2 %), Брестская (14,39 %), Гродненская (10,74%) и Могилевская (10,7 %) области.

Анализ динамики числа посадочных мест в объектах общественного питания на 10 тыс. человек для Республики Беларусь показал устойчивый рост данного показателя. Это объясняется ежегодным увеличением числа жителей Минской области за счет миграции в столицу, в остальных областях наблюдается волатильность показателя обеспеченности посадочными местами объектов сферы питания на душу населения [2].

Результаты оценки областей Республики Беларусь по числу посадочных мест в объектах общественного питания показали прямую зависимость между количеством объектов общепита и обеспеченностью посадочными местами на 10 тыс. человек, в результате чего ранги между областями по количеству объек-

тов и посадочных мест в них соответствуют. Исключениями из правила являются Витебская и Гродненская области. Северная область отличается незначительным количеством объектов, но высоким уровнем посадочных мест в них. В Гродненской области выявлена обратная тенденция [2].

География районирования областей Беларуси по уровню обеспеченности районов посадочными местами в средствах питания на 10 тыс. человек показала, что максимальное число районов Брестской области (10 районов) имеет низкую обеспеченность, Витебской (9), Гродненской (7), Могилевской (9) – очень низкую, Гомельской (6) – среднюю, Минской (по 7) – среднюю и очень низкую. Минимум районов соответствует уровню высокой плотности и зафиксирован в Брестской области (1), средней – в Витебской (1), очень высокой – в Гомельской (2) и Могилевской (1), средней – в Гродненской (1). При этом все 5 уровней насыщенности посадочными местами в средствах питания зафиксированы в Витебской, Гомельской,

Могилевской областях, а в Брестской, Гродненской и Минской области – только по 4 группы районов (нет очень высокой обеспеченности) (рисунок 4) [2].

Заключение. Развитие индустрии питания Республики Беларусь характеризуется устойчивым ростом основных экономических показателей. Данный процесс территориально гипертрофирован и связан с перевесом в столичной области. На районном уровне отмечено, что в большинстве случаев география объектов питания тяготеет к крупным населенным пунктам, туристским дестинациям или промышленным центрам, что связано с необходимостью организации полноценного обслуживания населения в области питания в том или ином регионе. Для перспективного развития туризма необходимо расширить сеть ресторанной сферы с целью оптимизации ее размещения в таких районах республики, как Жабинковский, Верхнедвинский, Глубокский, Городокский, Лиозненский,

Сенненский, Ушачский, Чашникский, Шумилинский, Калинковичский, Рогачевский, Волковысский, Мостовский, Свислочский, Сморгонский, Вилейский, Крупский, Пуховичский, Кировский и Кричевский.

Для оптимизации системы организации общественного питания Республики Беларусь следует учесть следующие приоритетные тенденции разных категорий населения: увеличение спроса на онлайн-заказы у населения (что свидетельствует о необходимости маркетингового продвижения объектов общепита в Интернете), коренная трансформация потребительского спроса к объектам общепита (усиление роли организующей индустрии как места для встреч и общения, в меньшей степени для приема пищи), предоставление дополнительных услуг для посетителей (наличие вегетарианских, сезонных блюд в меню, условий для парковки и др.), ориентированность как на клиентов, так и на потенциальных инвесторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Muller, P. Success by design: restaurant environment just as crucial as good food, prompt service / P. Muller // Nation's Restaurant News. – 2001. – № 35 (49). – P. 13–20.
2. Регионы Республики Беларусь, 2019: стат. сборник // Нац. стат. комитет Респ. Бел. – Т. 1: – Минск, 2019. – 808 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – Москва : Юнити, 2015. – 1045 с.
4. Пирожник, И. И. Совершенствование пространственного базиса туристского хозяйства Беларуси / И. И. Пирожник, А. И. Тарасенок, В. М. Яцухно // Сб. науч. стат. IV Междунар. науч.-практич. конф. – Смоленск : СГУ, 2006. – С. 139–145.
5. Чудновский, А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство : учебник / А. Д. Чудновский. – Москва : Юркнига, 2005. – 448 с.
6. Валевиц, Р. П. Инновации в общественном питании: необходимость, реальность, перспективы / Р. П. Валевиц, С. О. Белова // Торговля и общественное питание. – 2011. – № 4 (35) – С. 41–48.
7. Ковшар, Е. А. Гостиничный и ресторанный бизнес: учеб.-метод. пособие для студентов / Е. А. Ковшар. – Минск : БГТУ, 2019. – Ч. 1. – 201 с.
8. Стасюкевич, С. В. Инфраструктура рынка общественного питания Республики Беларусь: состояние и перспективы развития / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Научные труды Белорусского государственного экономического университета / М-во образования Респ. Беларусь, Белорусский гос. экон. ун-т; [редкол.: В. Н. Шимов (гл. ред.) и др.]. – Минск : БГЭУ, 2016. – Вып. 9. – С. 353–360.

REFERENCES

1. Muller, P. Success by design: restaurant environment just as crucial as good food, prompt service / P. Muller // Nation's Restaurant News. – 2001. – № 35 (49). – P. 13–20.
2. Regiony Respubliki Belarus', 2019: stat. sbornik // Nac. stat. komitet Resp. Bel. – T. 1: – Minsk, 2019. – 808 s.
3. Kotler, F. Marketing. Gostepriimstvo. Turizm / F. Kotler, Dzh. Bouen, Dzh. Mejkenz. – Moskva : Yuniti, 2015. – 1045 s.
4. Pirozhnik, I. I. Sovershenstvovanie prostranstvennogo bazisa turistskogo hozyajstva Belarusi / I. I. Pirozhnik, A. I. Tarasenok, V. M. Yacuhno // Sb. nauch.stat. IV Mezhdunar. nauch.-praktich.konf. – Smolensk : SGU, 2006. – S. 139–145.
5. Chudnovskij, A. D. Turizm i gostinichnoe hozyajstvo : uchebnik / A. D. Chudnovskij. – Moskva : Yurkniga, 2005. – 448 s.
6. Valevich, R. P. Innovacii v obshchestvennom pitanii: neobhodimost', real'nost', perspektivy / R. P. Valevich, S. O. Belova // Torgovlya i obshchestvennoe pitanie. – 2011. – № 4 (35) – S. 41–48.
7. Kovshar, E. A. Gostinichnyj i restorannyj biznes: ucheb.-metod. posobie dlya studentov / E. A. Kovshar. – Minsk : BGTU, 2019. – Ch. 1. – 201 s.
8. Stasyukevich, S. V. Infrastruktura rynka obshchestvennogo pitaniya Respubliki Belarus': sostoyanie i perspektivy razvitiya / S. V. Stasyukevich, I. V. Urish // Nauchnye trudy Belorusskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta / M-vo obrazovaniya Resp. Belarus', Belorusskij gos. ekon. un-t; [redkol.: V. N. Shimov (gl. red.) i dr.]. – Minsk : BGEU, 2016. – Vyp. 9. – S. 353–360.

9. *Smeral, E. A.* Structural View of Tourism Growth / E. Smeral // *Tourism Economics*. – 2003. – № 9 (1). – P. 77–93.
10. *Tang, C. H.* The tourism–economy causality in the United States: A sub-industry level examination / C. H. Tang, S. Jang // *Tourism Management*. – 2009. – № 30 (4). – P. 553–558.
11. *Elmont, S.* Tourism and Food Service: Two Sides of the Same Coin / S. Elmont // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. – 1995. – Vol. 1. – Iss. 36. – P. 57–63.
12. *Cohen, E.* Food in tourism: Attraction and Impediment / E. Cohen, N. Avieli // *Annals of Tourism Research*. – 2004. – № 31 (4). – P. 755–778.
13. *Tresidder, R.* Eating ants: understanding the terroir restaurant as a form of destination tourism / R. Tresidder // *Journal of Tourism and Cultural Change*. – 2014. – № 13 (4). – P. 344–360.
14. *Henderson, J. C.* Food as a Tourism Resource: A View from Singapore / J. C. Henderson // *Tourism Recreation Research*. – 2004. – № 29 (3). – P. 69–74.
15. *Susskind, A.* How restaurant features affect check averages: A study of the Toronto Restaurant Market / A. Susskind // *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. – 2000. – Vol. 41. – Iss. 6. – P. 56–63.
16. *Левизов, А. С.* К вопросу о методике исследования инфраструктуры регионального туризма / А. С. Левизов, В. Ф. Архипова // *Сб. науч. стат. IV Междунар. науч.-практ. конф.* – Смоленск : СГУ, 2006. – С. 88–94.
9. *Smeral, E. A.* Structural View of Tourism Growth / E. Smeral // *Tourism Economics*. – 2003. – № 9 (1). – P. 77–93.
10. *Tang, C. H.* The tourism–economy causality in the United States: A sub-industry level examination / C. H. Tang, S. Jang // *Tourism Management*. – 2009. – № 30 (4). – P. 553–558.
11. *Elmont, S.* Tourism and Food Service: Two Sides of the Same Coin / S. Elmont // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. – 1995. – Vol. 1. – Iss. 36. – P. 57–63.
12. *Cohen, E.* Food in tourism: Attraction and Impediment / E. Cohen, N. Avieli // *Annals of Tourism Research*. – 2004. – № 31 (4). – P. 755–778.
13. *Tresidder, R.* Eating ants: understanding the terroir restaurant as a form of destination tourism / R. Tresidder // *Journal of Tourism and Cultural Change*. – 2014. – № 13 (4). – P. 344–360.
14. *Henderson, J. C.* Food as a Tourism Resource: A View from Singapore / J. C. Henderson // *Tourism Recreation Research*. – 2004. – № 29 (3). – P. 69–74.
15. *Susskind, A.* How restaurant features affect check averages: A study of the Toronto Restaurant Market / A. Susskind // *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. – 2000. – Vol. 41. – Iss. 6. – P. 56–63.
16. *Levizov, A. S.* K voprosu o metodike issledovaniya infrastruktury regional'nogo turizma / A. S. Levizov, V. F. Arhipova // *Sb. nauch. stat. IV Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* – Smolensk : SGU, 2006. – S. 88–94.