

Мультипликационный эффект развития туризма и модель гастрономического туризма в регионе

Людмила Константиновна Субракова ,
Ева Геннадьевна Гравдина

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, Абакан, Россия
Контакт для переписки: subrackoval@yandex.ru 

Аннотация. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, в 2024 г. вклад индустрии туризма в мировой ВВП составил 11,1 трлн долл., или 10% от общемирового показателя. В России вклад туризма в ВВП России в 2024 г. оценивался в 2,9%, а к 2030 г. планируется увеличение до 5%. При наличии значительного потенциала туристической индустрии в нашей стране с ее огромной территорией, разнообразными природными условиями, богатым культурно-историческим наследием и вложениями государства в создание современной туристской инфраструктуры обоснование путей дальнейшего развития данной сферы экономики является актуальной научной и практической задачей. Цель исследования состоит в определении мультипликатора инвестиций в основной капитал туризма в Республике Хакасия и эффекта для региональной экономики от развития гастрономического туризма. Экономико-статистическим анализом определено, что динамика оборотов туристической индустрии и общественного питания за 2021–2024 гг. в России была выше темпов ВВП. Расчет инвестиционного мультипликатора туризма в регионе показал его превышение по сравнению с общим мультипликатором ВРП, но отставание от аналогичных показателей развитых туристских центров страны. Разработанная аддитивная модель оценки эффективности развития гастрономического туризма в Республике Хакасия составляет научную новизну работы, может использоваться в практике управления отраслью.

Ключевые слова: национальный проект, инвестиции в туристическую индустрию, валовый региональный продукт, гастрономические мероприятия, Республика Хакасия

Цитирование: Субракова Л. К., Гравдина Е. Г. 2026. Мультипликационный эффект развития туризма и модель гастрономического туризма в регионе //

Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Том 12. № 2 (46). С. 213–226. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2026-12-2-213-226>

Поступила 16.03.2026; одобрена 22.04.2026; принята 18.06.2026

The multiplier effect of tourism development and the model of gastronomical tourism in the region

Ludmila K. Subrakova✉, Eva G. Gravdina

Katanov Khakass State University, Abakan, Russia

Corresponding author: subrackonal@yandex.ru✉

Abstract. According to the World Travel & Tourism Council, the tourism industry's contribution to global GDP in 2024 was \$11.1 trillion, or 10% of the global total. In Russia, tourism's contribution to GDP was estimated at 2.9% in 2024, and is projected to increase to 5% by 2030. Given the significant potential of the tourism industry in our country, with its vast territory, diverse natural environment, rich cultural and historical heritage, and government investment in creating modern tourism infrastructure, substantiating paths for the further development of this economic sector is a pressing scientific and practical task. The aim of this study is to determine the multiplier of investment in fixed capital of tourism in the Republic of Khakassia and the impact of developing gastronomic tourism on the regional economy. An economic and statistical analysis revealed that the dynamics of tourism and catering industry turnover in Russia from 2021 to 2024 exceeded GDP growth. Calculation of the tourism investment multiplier in the region showed that it exceeds the overall GRP multiplier but lags behind similar indicators in developed tourist destinations across the country. The developed additive model for assessing the effectiveness of gastronomic tourism development in the Republic of Khakassia represents a novel scientific approach and can be applied in industry management.

Keywords: national project, tourism industry investments, gross regional product, gastronomic events, Republic of Khakassia

Citation: Subrakova, L. K., & Gravdina, E. G. (2026). The multiplier effect of tourism development and the model of gastronomical tourism in the region. *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*, 12(2), 213–226. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2026-12-2-213-226>

Received Mar. 16, 2026; Reviewed Apr. 22, 2026; Accepted Jun. 18, 2026

Введение

Реализация в России национального проекта «Туризм и индустрии гостеприимства»¹, успешно осуществляемого с 2021 и продленного до 2030 г., совпала по времени с прогрессом ряда отраслей, в т. ч. общественного питания и туризма. Данные Росстата показывают: за 2021–2024 гг. достигнут рост оборотов туриндустрии (143,3%) и общественного питания (148,5%), что выше темпов ВВП (102,6%) за те же годы. Выручка повысилась на 12,1%, прибыль — в 2,4 раза, чему способствовал рост инвестиций в основной капитал отрасли в 2,39 раза².

Одним из перспективных направлений туристской деятельности является гастрономический туризм: по оценке Российского союза туриндустрии, его ежегодный рост составит 15–17%³. Гастрономия законодательно отнесена к креативным индустриям, установлены критерии господдержки творческих отраслей⁴, утверждена методология оценки вклада сектора в ВВП⁵. Регионам предстоит определить критерии отнесения фирм к этому сектору с учетом региональной специфики и формировать реестр субъектов креативной экономики.

В Республике Хакасия гастрономический туризм активно развивается. С 2023 г. Хакасия в числе 73 субъектов РФ включена Роспатентом в Гастрономическую карту регионов России, участвует в одном из первых зарегистрированных Ростуризмом национальных туристских маршрутов «Сибирские каникулы», проводит регулярные гастрофестивали «Баран-талган», «Медвежья ягода», «Мясо и огонь», «Смачный борщец», «Шаньга», в Абакане идут спектакли драматического гастрономического театра Livini, разрабатывается региональная Концепция устойчивой гастрономии. Цель исследования состоит в определении мультипликатора инвестиций в основной капитал туризма в Республике Хакасия и эффекта для региональной экономики от развития гастрономического туризма.

¹ О национальном проекте «Туризм и индустрии гостеприимства»:

Постановление Правительства РФ от 01.01.2024 № 1 // СПС «КонсультантПлюс». https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_339844/357fc627ae96510e650befc06e63e91feb966557/ (дата обращения: 10.06.2026).

² Росстат. <https://rosstat.gov.ru>.

³ РСТ: гастрономический туризм в России растет на 15–17% в год // Российский союз туриндустрии. 2024, 31 июля. <https://rst.ru/novosti/novosti-turizma/rst-gastronomicheskij-turizm-v-rossii-rastet-na-15-17-v-god.html> (дата обращения: 10.06.2026).

⁴ О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации: Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ // Президент России: оф. сайт. <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912> (дата обращения: 10.06.2026).

⁵ Об утверждении официальной статистической методологии расчета показателей «валовая добавленная стоимость креативной экономики», «доля валовой добавленной стоимости креативной экономики в валовом внутреннем продукте Российской Федерации» и «индекс физического объема валовой добавленной стоимости креативной экономики»: Приказ Росстата от 05.09.2024 № 398 // Росстат. <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/met398-05092024.pdf> (дата обращения: 10.06.2026).

Материалы, методы, обзор литературы

Материалами исследования послужили данные государственной статистики за последние годы и оценки экспертов в сфере туризма. Обработка данных об инвестициях в экономику региона в целом и туристскую отрасль производилась методами экономико-статистического и корреляционного анализа. Для выявления количественного влияния изменения инвестиционных затрат на динамику валового регионального продукта разработана модель определения эффективности. На начальном этапе широкого развертывания туристской инфраструктуры в России исследователями отмечался ряд проблем в статистике, учете, методике оценки влияния отрасли на экономику и социальную сферу [Гуляев, 2011]. Для активизации исследований роли туризма предложена классификация индикаторов развития туризма на макро-, мезо- и микроуровне с выделением важности последнего для междисциплинарных исследований [Восколович, 2016]. Российскими исследователями составлена методика расчета мультипликативного эффекта от реализации межрегиональных туристских продуктов на трех уровнях: пространственно-территориальном, кумулятивном и синергетическом [Карпова и др., 2018]. Позднее были разработаны методологические подходы на основе межотраслевого баланса для оценки связей взаимодействующих с туризмом отраслей [Леонидова, 2024].

Зарубежные публикации, посвященные влиянию туризма, затрагивают разнообразные аспекты его количественных и качественных характеристик. Так, анализ воздействия туризма на экономику, проведенный в странах Европейского Союза [Castilho и др., 2025], показал, что наряду с положительным влиянием отрасли на занятость, существуют проблемы с созданием достойных условий труда, безопасности и гигиены труда местных работников. Автор [Suryanata, 2019] отмечает многоплановый характер отдачи от инвестиций в туризм, выражающейся в налоговых поступлениях, повышении качества жизни и снижении безработицы на Бали. В статье [Bozkurt, Bayrı, 2026] рассматриваются финансовые аспекты туризма и отмечается, что различное соотношение прямых и обратных финансовых потоков может уменьшать или увеличивать комплексный мультипликационный эффект. В развитии т. н. конференц-туризма в Санта-Круз, Боливия, авторы [Alvares, Rodríguez, 2024] считают необходимым обеспечивать устойчивость туризма и минимизировать социальные конфликты. В исследовании мультипликативного эффекта от покупки местной гастрономии в суданских ресторанах констатируется мультипликационный эффект туристских расходов, превосходящий расходы в развитие туризма в 1,286 раза [Turgarini и др., 2018].

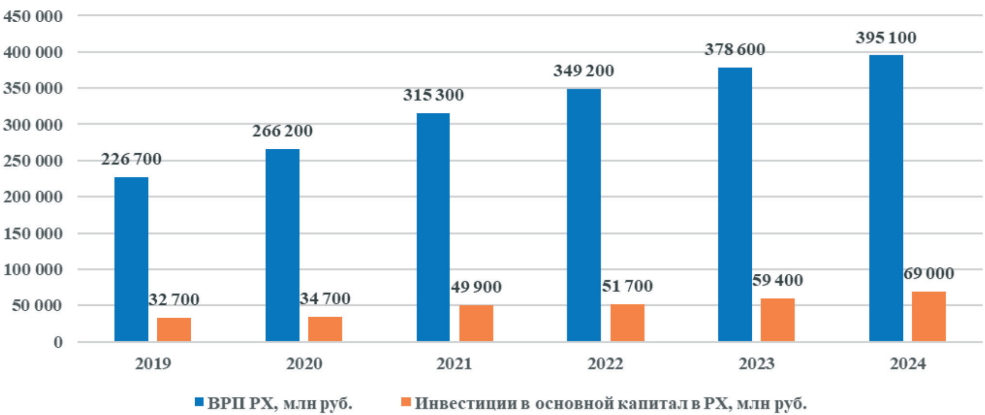
Обсуждение, результаты

В связи с увеличением инвестиций в инфраструктуру туризма Республики Хакасия (за 2019–2024 гг. — в 2,5 раза) интересно определить влияния инвестиций в развитие туризма на прирост ВРП. Эффект мультипликатора инвестиций разработан Дж. М. Кейнсом. В «Общей теории занятости, процента и денег» (1936) он писал: «Когда происходит прирост общей суммы инвестиций, то доход увеличивается на сумму, которая в К раз превосходит прирост инвестиций» [Кейнс, 2022]. В виде формулы это выглядит, как

$$M_{\text{инв}} = \frac{\Delta Y}{\Delta I}, \tag{1}$$

где $M_{\text{инв}}$ — мультипликатор инвестиций; ΔY — прирост продукта; ΔI — прирост инвестиций.

Поскольку эффект мультипликатора формируется не за один год, а в динамике, развиваясь во времени, передаваясь через цепочки потребления и инвестиций и постепенно затухая, то есть влияет на национальный доход на протяжении нескольких циклов, рассчитаем его значения с учетом изменения влияющих факторов за ряд лет по данным государственной статистики.



а)



б)

Рис. 1. Динамика показателей Республики Хакасия в 2019–2024 гг.
Fig. 1. Dynamics of the Republic of Khakassia's indicators in 2019–2024

Для расчета мультипликатора ВРП использованы данные об объемах обобщающего экономического показателя (рис. 1а) и инвестиций в основной капитал региона (рис. 1б). За 2019–2024 гг. ВРП вырос в 1,7 раза, инвестиции — в 2,1 раза, что свидетель-

ствуется о росте инвестиционной нагрузки в экономике и как следствие — отложенном эффекте роста. На рис. 16 представлена динамика инвестиций в туриндуэтрию и объема платных услуг населению в республике за тот же период. Темпы роста инвестиций за период составили 2,8 раза, платных услуг — 2,5 раза. В 2020 г. наблюдалось снижение показателей отрасли в связи с ограничениями, введенными из-за пандемии коронавируса. В 2022 г. уменьшение вложений в туризм происходило вследствие проблем привлечения внебюджетных средств, в последующие годы объем деятельности и вложений средств в отрасль неуклонно повышался.

В табл. 1 представлены рассчитанные по данным Росстата приростные показатели, необходимые для определения значений коэффициентов мультипликаторов.

Табл. 1. Динамика показателей Республики Хакасия за 2020–2024 гг.
Table 1. Dynamics of the Republic of Khakassia's indicators for 2020–2024

Показатели	Обозначение	2020	2021	2022	2023	2024	Сред.
Прирост инвестиций в основной капитал туризма, млн руб.	$\Delta I_{\text{тур}}^i$	-12,9	36,8	-5,1	44,4	13,4	15,3
Прирост ВРП РХ, млн руб.	$\Delta Y_{\text{ВРП}}^i$	39 500	49 100	33 900	29 400	16 500	33 600
Прирост инвестиций в основной капитал в РХ, млн руб.	$\Delta I_{\text{ВРП}}^i$	2 000	15 200	1 800	7 700	9 600	7 300
Прирост объема платных услуг туризма, млн руб.	$\Delta Y_{\text{тур}}^i$	-77,5	337,6	206,7	162,2	124,8	150,8

Источник: рассчитано по данным Росстата¹.
Source: calculated according to Rosstat data¹.

Расчет коэффициентов мультипликаторов инвестиций в ВРП и инвестиций в туриндуэтрию региона методом корреляционного анализа по данным табл. 1 приведен в (2) и (3):

$$M_{\text{ВРП}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\Delta Y_{\text{ВРП}}^i - \Delta Y_{\text{ВРП}}^{\text{ср}})^2}{\sum_{i=1}^n (\Delta I_{\text{ВРП}}^i - \Delta I_{\text{ВРП}}^{\text{ср}})^2}} = \sqrt{\frac{585,2}{126,3}} = \sqrt{4,6334} = 2,1525, \tag{2}$$

$$M_{\text{тур}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\Delta Y_{\text{тур}}^i - \Delta Y_{\text{тур}}^{\text{ср}})^2}{\sum_{i=1}^n (\Delta I_{\text{тур}}^i - \Delta I_{\text{тур}}^{\text{ср}})^2}} = \sqrt{\frac{90945,9}{9\,088,7}} = \sqrt{10,0065} = 3,1633. \tag{3}$$

¹ Республика Хакасия в цифрах: статистический сборник / Росстат. № 1.37.5. Красноярск, 2024 // Росстат. <https://24.rosstat.gov.ru/folder/45808> (дата обращения: 11.06.2026); Туризм в Республике Хакасия. Информационно-статистические материалы / Росстат. Красноярск, 2025. С. 15. <https://24.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Эксклюзив%20по%20туризму%20РХ.pdf> (дата обращения: 11.06.2026).

Как показали результаты расчетов, коэффициент мультипликатора инвестиций в туротрасль Хакасии равен 3,1633, это означает, что на каждый рубль дополнительно вложенных инвестиций в туризм смежные отрасли получают более 3 рублей дополнительного дохода. Значение мультипликатора инвестиций в ВРП региона, равное 2,1525, оказалось существенно ниже, чем в туризме. Высокий мультипликатор туризма свидетельствует, во-первых, о том, что туристская отрасль имеет развитые кооперативные связи со многими смежными сферами: общественным питанием, системой размещения, транспортом, сферой культуры и развлечений, экскурсионными бюро, ремесленным бизнесом и другими видами деятельности на территории, которые образуют звенья «цепочки ценности» [Портер, 1985] турпродукта и получают соответствующую часть его стоимости. Во-вторых, особенности отраслевой структуры региональной экономики таковы, что в ней преобладают добывающие отрасли (угольная, горнорудная промышленность) и отрасли первого передела (алюминиевая промышленность), это снижает возможности по производству добавленной стоимости и отражается на сравнительно низком значении мультипликатора ВРП в целом.

Для сравнения: по результатам исследования эффекта развития туризма в России и городе Москве, мультипликатор для российского туризма оценен в 3,4, а в Москве — 3,85 [Каждый, 2025], что вполне объяснимо высоким туристским потенциалом столицы. Культурная столица России — Санкт-Петербург — при значительном росте туристского потока в последние годы отличается самой высокой в стране удовлетворенностью туристов — 86%¹.

Далее рассчитаем, какой вклад в ВРП внесло развитие туризма в Хакасии в 2024 г. Для этого из формулы (1) выведем прирост ВРП:

$$\Delta Y = M_{\text{тур.}} * \Delta I_{\text{тур}} \quad (4)$$

и используем полученное значение инвестиционного мультипликатора туризма, равное 3,1633, и показатель прироста инвестиций в основной капитал туризма в сумме 126,3 млн руб. Тогда прирост ВРП от инвестиций в туризм равен:

$$\Delta Y = 3,1633 * 126,3 = 399,5 \text{ млн руб.,}$$

что составляет 0,1% от всего ВРП и 2,4% прироста ВРП Республики Хакасия в 2024 г.

Отличием гастрономического туризма от других направлений является существенно меньший объем инвестиций, так как вложения необходимы на создание устойчивого производства местных продуктов и технологий их хранения и использования (ферментации, обезвоживания, замораживания), а также на приобретение в случае отсутствия современного кухонного оборудования, посуды, мебели, создание интерьеров.

¹ Александр Бегов: Туристический вклад в экономику Петербурга достиг 843,1 млрд рублей — рост на 15% // ТВ СПб. 2025, 12 декабря. <https://tvspb.ru/news/2025/12/12/aleksandr-beglov-turisticheskij-vklad-v-ekonomiku-peterburga-dostig-8431-mlrd-rublej-rost-na-15> (дата обращения: 11.06.2026).

Что имеет первостепенное значение, так это высокая креативность продукта гастро-туризма, это требует соответствующей подготовки персонала, знающего историю места и способного адаптировать старинные кулинарные традиции и культуру питания к современным форматам подачи, привлекательного антуража, вовлечения туристов в активности, т. е. созданию добавленной стоимости в виде нематериальных благ. Тем не менее мультипликативный эффект гастротуризма имеется, он виден в движении денежных потоков.

По данным Всемирной туристской организации ООН, выбор маршрута на 30% зависит от гастрономических предпочтений путешественников — их желания знакомиться с новой кухней или следовать сложившемуся вкусу. Во время путешествий 30% бюджета туриста идет на питание и гастрономические эксперименты. В гастрономических турах затраты туристов на 24% выше, чем в экскурсионных и пляжных турах¹. Дополнительный доход от гастротуризма может направляться на развитие, создание рабочих мест, налоги, заказы местным производителям — тогда регион получает эффект мультипликации. При направлении дополнительных доходов на импортные закупки и финансовые вложения положительный эффект не достигается.

Для оценки уровня развития гастротуризма в регионах авторами [Шмарков и др., 2024] предложена модель с балльными оценками по 4 группам объективных критериев, важных для организации туристской деятельности. Другие авторы [Moital, 2009; Büyükeke и др., 2021] обращают внимание на то, как гастрономические бренды воспринимаются туристами, то есть на необходимость учета субъективных критериев, которые можно оценить путем опроса и анкетирования.

Предлагается интегрированная аддитивная модель оценки эффективности гастрономического туризма (S) с включением объективно определяемых (K_i) и субъективно оцениваемых потребителями критериев (T_j) следующего вида:

$$E_{\text{гастр}^{\text{тур}}} = (K_1 + K_2 + K_3 + K_4 + K_5) + (T_1 + T_2 + T_3), \quad (5)$$

где K_1 — наличие в регионе разработанного гастротурпродукта; K_2 — проведение гастрономических фестивалей, ярмарок, выставок, спектаклей; K_3 — наличие гастрономических брендов; K_4 — размещение информации о гастротурах и брендах в Интернете; K_5 — объединение рестораторов, предприятий общественного питания в ассоциации для продвижения гастротуризма; T_1 — оценка туристами вкуса, аромата, оригинальности блюд, свежести продуктов, пользы для здоровья; T_2 — оценка туристами сервиса, подачи блюд, атмосферы, санитарных условий, интерьера; T_3 — соотношение качества и цены.

Чтобы упростить оценку и иметь возможность проводить ее регулярно, предлагается определять критерии по трехбалльной системе: 0 — отсутствие элементов критерия; 1 — частичное соответствие содержанию элементов; 2 — полное соответствие содержанию критерия, то есть максимальное значение показателя эффективности гастротуризма, может составлять 16 баллов.

¹ Gastronomy and Wine Tourism // UN Tourism. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (дата обращения: 11.06.2026).

Применяя предлагаемую модель к оценке уровня и эффективности гастрономического-го туризма в Республике Хакасия, получаем следующие результаты (табл. 2).

Табл. 2. Оценка эффективности гастрономического туризма в Хакасии
Table 2. Evaluation of the effectiveness of gastronomic tourism in Khakassia

Критерии	Оценка	Баллы
— наличие в регионе разработан-ного гастротурпродукта	Тур «Тайны и вкусы солнечной Хакасии» ¹ Тур «Горная Хакасия угощает» ²	2
— проведение гастрономических фестивалей, ярмарок, выставок, спектаклей	За 5 лет в республике проведено 30 гастро-номических мероприятий ³	2
— наличие гастрономических брендов	Айран, Талган, Хан, Табан, Харгы, Пох-ты и др. ⁴	2
— размещение информации о га-стротурах и брендах в Интернете	Гастротуры в Хакасию предлагаются на 15 сайтах («БольшаяСтрана», «Дискаве-ри», «Туроператор ПМП», «Свое за горо-дом», Tripster, «ХорошоТам», «Абакан.ру», Sayanyeco, Vk, gtur.friday.ru, dzen.ru, rutube.ru, yandex.ru, abakan.ru, Delfin-tur.ru)	2
— объединение рестораторов, предприятий общепита региона в ассоциации для продвижения гастротуризма	В Ассоциацию «Крестьянских (фермерских) хозяйств и организаций агропромышленного комплекса Сибири» входят 60 организаций, фермеров, индивидуальных предпринимате-лей и самозанятых ⁵	2
— оценка туристами вкуса, арома-та, свежести продуктов, оригиналь-ности блюд, пользы для здоровья	Отзывы на Гастрономические экскурсии в Абакане ⁶ Хакасское застолье ⁷	2

¹ Королёв А. Гастротуризм в Хакасии // Пульс19. 2022, 3 октября. <https://pulse19.ru/155420-gastroturizm-v-hakasii/?ysclid=mniodfpmqfp637440276> (дата обращения: 11.06.2026).

² Орлова М. Гастрономический туризм Хакасии как основа патриотизма // Пульс19. 2025, 13 сентября. <https://pulse19.ru/256882-gastronomicheskij-turizm-hakasii-kak-osnova-patriotizma/?ysclid=mnioy3tfpk284040734> (дата обращения: 11.06.2026).

³ Орлова М. 2025. Андрей Попков: гастрономический туризм как элемент развития Хакасии // Пульс19. 2025, 2 декабря. <https://pulse19.ru/261424-andrej-popkov-gastronomicheskij-turizm-kak-jelement-razvitija-hakasii/?ysclid=mnipeuqqzv818148486> (дата обращения: 11.06.2026).

⁴ Путеводитель по Хакасии: секретные гастрономические места региона // Красраб.ру. 2024, 19 июня. <https://krasrab.ru/molva/proba-pera/1640> (дата обращения: 11.06.2026).

⁵ Ассоциация КФХ и АПК Сибири. <http://akfhsibiri.ru/> (дата обращения: 11.06.2026).

⁶ Отзывы на Гастрономические экскурсии в Абакане // Tripster. 2026. <https://experience.tripster.ru/experience/Abakan/8319-gastronomicheskije/reviews/?page=7> (дата обращения: 11.06.2026).

⁷ Зоркий. Хакасское застолье: 9 блюд, которыми угощали за сибирским столом (ел впер-вые) // Дзен. 2025, 6 августа. <https://dzen.ru/a/aKzgSUux6ALTAOPe?ysclid=mnfrl63y9w930872601> (дата обращения: 11.06.2026).

Окончание табл. 2
Table 2 (end)

Критерии	Оценка	Баллы
— оценка туристами сервиса, подачи блюд, атмосферы, санитарных условий, интерьера	Смолькин ¹ «Смачный борщец» ² «Повара на колесах» ³	1
соотношение качества и цены	Цены на продукты и украшения ⁴	1
— эффективность гастрономического туризма		14

По всем объективно определяемым критериям оценки определены высшими баллами, поскольку в республике созданы и поддерживаются многосторонние благоприятные условия для развития гастрономического туризма, в том числе широко представлена информационная поддержка. Так, изданы три выпуска путеводителя «Хакасия: гастрономия и гостеприимство», содержащего QR-коды доступа к видео о национальных блюдах, музыкальным композициям и достопримечательностям; предложения для самостоятельного планирования маршрутов; информацию о 60 туристических объектах; каталог местных производителей сувениров. Присуждение путеводителю 1-й премии на Всероссийском конкурсе «Туристический сувенир» в 2024 г. вполне заслужено⁵.

Отзывы — подлинный источник информации, на их основе можно оценить восприятие гастрономических брендов туристами. Подробных отзывов именно о гастрономии на сайтах турагентств и в информационных ресурсах для путешественников мало, но гастрономические отзывы туристов-блогеров положительны и многочисленны. Узнать более полно о впечатлениях и оценке туристами гастротурпродукта можно через проведение интервью и анкетирования, это предстоит сделать в будущем исследовании совместно со специалистами туризма в «высокий» летний сезон. Как отмечалось на об-

¹ Сепрей Смолькин: «В Хакасию стоит ехать за едой!» // Newsalab. 2014. <https://newslab.ru/article/600038?ysclid=mj8xorh3bi106559730> (дата обращения: 11.06.2026).

² Гастрономический фестиваль «Смачный борщец» (Россия, Хакасия) // Отзовик. https://otzovik.com/review_17560897.html?ysclid=mj8ybgd6hh390035854 (дата обращения: 11.06.2026).

³ Выпуск шоу «Повара на колесах» о Хакасии уже в эфире // VK. 2024, 15 декабря. https://vk.com/wall-48759114_9689 (дата обращения: 11.06.2026).

⁴ Из Сибири с покупками: что купили домой. Цены на продукты и украшения // Дзен. 2025. <https://dzen.ru/a/aMCaQGk6AxbJUBwv?ysclid=mnfzs89pwr1141855> (дата обращения: 11.06.2026).

⁵ Альбом-путеводитель «Хакасия. Гастрономия и гостеприимство» отмечен на Всероссийском конкурсе «Туристический сувенир» // Пульс19. <https://pulse19.ru/240028-albom-putevoditel-hakasija-gastronomija-i-gostepriimstvo-otmechen-na-vserossijskom-konkurse-turisticheskij-suvenir/> (дата обращения: 11.06.2026).

суждении развития гостротуризма в Ассоциации «Крестьянских (фермерских) хозяйств и АПК Сибири», для совершенствования услуг гостротуризма необходимо создание матрицы уникальных продуктов, стандартов качества, сертификация услуг, подготовки кадров¹. Также эксперты и практики констатировали существующий разрыв между презентуемыми на выставках и конкурсах блюдами национальной кухни в традиционном и адаптированном к современным запросам виде с одной стороны, и блюдами для потребителей в широком доступе с другой. Важной задачей развития гастрономического туризма становится формирование культуры питания в общем и высокой гастрономической культуры в особенности. Феномен гастрономической культуры, по мнению исследователей, включает систему «правил, предписаний и образцов, определяющих: а) способы приготовления пищи (кулинарную культуру), б) набор принятых в данной культуре продуктов и их сочетания, в) практику потребления пищи (культуру принятия пищи), а также г) рефлексии над вышеперечисленными феноменами и процессами» [Капкан, Лихачева, 2008]. Решение столь многогранной задачи невозможно без подготовки кадров рестораторов, шеф-поваров, кулинаров, которой в Хакасии занимаются профессиональные образовательные организации (колледжи), центр «Жарче» (Абакан)². Однако для создания повседневной высокой гастрономической культуры потребуются дальнейшие усилия энтузиастов-профессионалов при поддержке государства в развитии всех видов туризма и формирования привлекательного имиджа территории, что осуществляется в Республике Хакасия.

Заключение

По результатам проведенного исследования следуют выводы:

1. Туризм в России развивается высокими темпами, превосходящими темпы роста ВВП за 2021–2024 гг., следовательно, можно ожидать увеличения вклада отрасли в экономику и социальную сферу.
2. Расчет по модели мультипликатора инвестиций в туристскую индустрию Республики Хакасия показал, что при значении показателя, равном 3,16, что выше инвестиционного мультипликатора в ВРП в целом, но ниже, чем в развитых туристских регионах страны, вклад инвестиций в основной капитал туризма составляет 0,1% ВРП и 2,4% его прироста.
3. Оценка эффективности гастрономического туризма в Республике Хакасия по предлагаемой модели выявила высокие показатели объективно определяемых критериев и более низкие — субъективной оценки потребителями туристских

¹ Данилов В. 2022. В Хакасии прошло обсуждение развития гостротуризма // Пульс19. <https://pulse19.ru/160772-v-hakasii-proshlo-obsuzhdenie-razvitija-gastroturizma/> (дата обращения: 11.06.2026).

² Шаповалова Е. 2023. Первая проектно-учебная лаборатория «Вкус Хакасии». Гастрономическая карта России. <https://www.gastromaprussia.ru/tpost/fkl2d058p1-pervaya-proektno-uchebnaya-laboratoriya?ysclid=mng7cu5w5c677166327> (дата обращения: 11.06.2026).

услуг в сфере гастрономического туризма, в частности оценки блюд, качества сервиса, соотношения цена/качество.

4. Модель эффективности гастротуризма показала проблемные вопросы, над решением которых предстоит работать в ближайшем будущем, в том числе исследовать посредством проведения опросов потребителей услуг туриндустрии, совершенствовать систему обучения персонала, формировать высокую повседневную гастрономическую культуру.

Список литературы

- Восколович Н. А. 2016. Междисциплинарный аспект современных исследований в сфере туризма // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. № 6. С. 71–86. <https://msuecon.elpub.ru/jour/article/view/385> (дата обращения: 11.06.2026).
- Гуляев В. Г. 2011. Мультипликативный эффект в туризме // Вестник РМАТ. № 3 (3). С. 54–64. <https://www.elibrary.ru/qcaacj>.
- Капкан М. В., Лихачева Л. С. 2008. Гастрономическая культура: понятие, функции, факторы формирования // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. № 55. С. 34–43. <https://elar.urfu.ru/handle/10995/22711> (дата обращения: 11.06.2026).
- Карпова Г. А., Ткачев В. А., Долженко Д. Е. 2018. Методологические подходы к определению мультипликативного эффекта межрегиональных туристских проектов // Сервис plus. Вып. 12. № 2. С. 65–72. <https://doi.org/10.24411/2413-693X-2018-10207>.
- Кейнс Дж. М. 2022. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Эксмо. 960 с. <https://books.yandex.ru/books/Dn2S8OmL/read-online?ysclid=mj8u97pk45818751941>.
- Леонидова Е. Г. 2024. Оценка экономических эффектов от развития туристической инфраструктуры России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 17. № 4. С. 144–160. <https://doi.org/10.15838/esc.2024.4.94.8>.
- Портер М. Э. 2005. Конкуренция / пер. с англ. М.: Вильямс. 608 с.
- Шмарков М. С., Цёхла С. Ю., Шмаркова Л. И. 2024. Гастрономический туризм как драйвер развития регионального рынка туристских услуг: оценка состояния и перспективы // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 10. Вып. 4. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-5>.
- Alvares D. M. O., Rodríguez J. L. 2024. Potencial del segmento turístico de reuniones en el departamento Santa Cruz, Bolivia // Revista Enfoques. No. 8 (30). Pp. 95–109. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v8i30.182>.
- Bozkurt Y. S., Bayri E. 2026. Tourism multipliers and economic impact models // Theories and Models in Tourism and Hospitality Research. Pp. 444–450. CABIISBN: 978-1-80062-580-8. <https://doi.org/10.1079/9781800625822.0066>.
- Büyükeke A., Özsoy T. 2021. A text mining analysis of customer evaluations in terms of gastronomy tourism // Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. No. 24 (46-1). <https://doi.org/10.31795/baunsobed.1025204>.
- Castilho D., Fuinhas J. A. 2025. How do tourism investments affect each pillar of decent work? Evidence from European Union countries // Safety Science. Vol. 189. Art. 106896. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2025.106896>.

- Correia A., Moital D., Oliveira N., Costa C. 2009. Multidimensional segmentation of gastronomic tourists based on motivation and satisfaction // *International Journal of Tourism Policy*. No. 2 (1). <https://doi.org/10.1504/IJTP.2009.023272>.
- Suryanata I G. N. P. 2019. Investment multiplier effect expands tourism destinations // *International Research Journal of Management IT and Social Sciences*. No. 6 (2). Pp. 44–51. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n2.606>.
- Turgarini D., Baiquni M., Harmayani E. 2018. The multiplier effect of buying local gastronomy: Case of Sundanesse restaurant // *E-Journal of Tourism*. <https://doi.org/10.24922/eot.v5i1.38460>.

References

- Voskolovich, N. A. (2016). The interdisciplinary aspect of current research in the field of tourism. *Moscow University Economics Bulletin*, (6), 71–86. Retrieved June 11, 2026, from <https://msuecon.elpub.ru/jour/article/view/385> [In Russian]
- Gulyaev, V. G. (2011). Tourism multiplier effect. *Vestnik of RIAT*, (3), 54–64. <https://www.elibrary.ru/qcaacj> [In Russian]
- Kapkan, M. V., & Likhacheva, L. S. (2008). Gastronomic culture: Concept, functions, factors of formation. *Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 2. Humanities and Arts*, (55), 34–43. Retrieved June 11, 2026, from <https://elar.urfu.ru/handle/10995/22711> [In Russian]
- Karpova, G. A., Tkachev, V. A., & Dolzhenko, D. E. (2018). Methodological approaches to determining the multiplicative effect of interregional tourist projects. *Service Plus*, 12(2), 65–72. <https://doi.org/10.24411/2413-693X-2018-10207> [In Russian]
- Keynes, J. M. (2022). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. Eksmo. Retrieved June 15, 2026, from <https://books.yandex.ru/books/Dn2S8OmL/read-online?ysclid=mj8u97pk45818751941> [In Russian]
- Leonidova, E. G. (2024). Assessing the economic effects of tourism infrastructure development in Russia. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 17(4), 144–160. <https://doi.org/10.15838/esc.2024.4.94.8> [In Russian]
- Porter, M. E. (2005). *Competition* (Translated from English). Williams Publishing House. [In Russian]
- Shmarkov, M. S., Tsyokhla, S. Yu., & Shmarkova, L. I. (2024). Gastronomic tourism as a driver of the development of the regional market of tourist services: assessment of the state and prospects. *Research Result. Business and Service Technologies*, 10(4). <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-5> [In Russian]
- Alvares, D. M. O., & Rodríguez, J. L. (2024). Potencial del segmento turístico de reuniones en el departamento Santa Cruz, Bolivia. *Revista Enfoques*, (8), 95–109. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v8i30.182> [In Spanish]
- Bozkurt, Y. S., & Bayri, E. (2026). Tourism multipliers and economic impact models. *Theories and Models in Tourism and Hospitality Research*, 444–450. CABIISBN:978-1-80062-580-8. <https://doi.org/10.1079/9781800625822.0066>
- Büyükeke, A., & Özsoy, T. (2021). A text mining analysis of customer evaluations in terms of gastronomy tourism. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46-1). <https://doi.org/10.31795/baunsobed.1025204>

- Castilho, D., & Fuinhas, J. A. (2025). How do tourism investments affect each pillar of decent work? Evidence from European Union countries. *Safety Science*, 189, 106896. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2025.106896>
- Correia, A., Moital, D., Oliveira, N., & Costa, C. (2009). Multidimensional segmentation of gastronomic tourists based on motivation and satisfaction. *International Journal of Tourism Policy*, 2(1). <https://doi.org/10.1504/IJTP.2009.023272>
- Suryanata, I G. N. P. (2019). Investment multiplier effect expands tourism destinations. *International Research Journal of Management IT and Social Sciences*, 6(2), 44–51. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n2.606>
- Turgarini, D., Baiquni, M., & Harmayani, E. (2018). The multiplier effect of buying local gastronomy: Case of Sundanesse restaurant. *E-Journal of Tourism*, 54. <https://doi.org/10.24922/eot.v5i1.38460>

Информация об авторах

Людмила Константиновна Субракова, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и бизнеса, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, Абакан, Россия
subrackoval@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2828-5146>

Ева Геннадьевна Гравдина, студент, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, Абакан, Россия
eva.gravdina@bk.ru

Information about the authors

Ludmila K. Subrakova, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Department of Economics and Business, Katanov Khakass State University, Abakan, Russia
subrackoval@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2828-5146>

Eva G. Gravdina, Student, Katanov Khakass State University, Abakan, Russia
eva.gravdina@bk.ru