

Гастрономический туризм в Калининградском регионе: старые и новые гастрономические бренды

Gastronomic tourism in the Kaliningrad region: old and new gastronomic brands

Баландова У.А.

U. Balandova

Статья посвящена выявлению «старых» и «новых» гастрономических брендов Калининградской области, актуальных для продвижения. Автор анализирует тенденции развития, социально-экономические факторы и пути развития гастрономического туризма в Калининградской области и проводимые гастрономические мероприятия. В статье предлагаются возможные новые гастрономические бренды Калининградской области.

The article is devoted to the identification of "old" and "new" gastronomic brands of the Kaliningrad region relevant for promotion. The author analyzes the development trends, socio-economic factors and the development of gastronomic tourism in the Kaliningrad region and the gastronomic events held. The article suggests possible new gastronomic brands of the Kaliningrad region.

Ключевые слова: гастрономический туризм, гастрономические бренды, восточно-прусская кухня, экономика впечатлений, Калининградская область.

Keywords: gastronomic tourism, gastronomic brands, East Prussian cuisine, economy of impressions, Kaliningrad region.

Введение

Гастрономический туризм - это знакомство с традиционной кухней, обычаями, культурой той или иной местности и населения, доступное для любого туриста, благодаря своей цене и безопасности [1].

Само понятие «кулинарный туризм» впервые было введено в 1998 году доцентом кафедры народной культуры университета Bowling Green Люси Лонг (штат Огайо, США) для выражения идей о том, что люди познают культуру других народов через местную пищу [3].

Кулинария может стать основным мотивом выбора направления путешествия при планировании поездки. Туристы готовы тратить на питание существенные средства.

Гастрономический туризм способствует социально-экономическому развитию регионов, включая создание дополнительных рабочих мест, сохранению или открытию производств отдельных продуктов, а также их реализации, помогает брендингу регионов, стимулирует привлечение туристских потоков. Создание гастрономического бренда становится фактором увеличения притока туристов, являясь неотъемлемой частью современной экономики впечатлений [2,4].

На сегодняшний день еда является самым востребованным ощущением. Именно это делает гастрономический туризм таким привлекательным.

Виды, направления и тенденции развития гастрономического туризма Калининградской области

Гастрономический туризм имеет общие черты с другими видами, гастрономический туризм может быть частью комплексного тура или же обладать признаками других видов туризма [5]. На этом основании можно провести следующую классификацию:

- сельский («зеленый») гастрономический туризм;
- деловой (городской) гастрономический туризм;
- событийный (фестивальный) гастрономический туризм;
- культурно-познавательный гастрономический туризм.

Сельский гастрономический туризм непосредственно связан с агротуризмом. Во время таких туров люди находятся в естественной природной среде, познают сельскую культуру и быт, максимально изолируются от внешнего современного мира, стремясь жить, как их предки: занимаются собирательством, помогают фермерам заниматься сельскохозяйственными работами и употребляют в пищу экологически чистые продукты, живут без удобств.

Событийный или фестивальныи гастрономический тур имеет своей целью посещение конкретного события или гастрономического фестиваля, которые периодически проводятся по всему миру и имеют огромную популярность.

Понятие «культурно-познавательный гастрономический туризм» не сколько размыто. В данном случае речь идет о комбинированном туре - поездка в страну с богатыми кулинарными традициями, знакомство с её достопримечательностями и особенностями национальной кухни.

Гастрономический бренд является очень сильным «магнитом» для туристов. Привлекательные кулинарные образы связаны с крайне приятными ощущениями, поэтому они легко запоминаются и зачастую становятся причиной возвращения в определенный регион снова и снова.

Гастрономия включает в себя все традиционные ценности, ассоциируемые с новыми трендами в туризме: уважение к культуре и традициям, к здоровому образу жизни, к новому опыту.

У Калининградской области есть богатая история и национальная культура, кулинарные традиции племен пруссов и тевтонского ордена, архитектура и уникальное географическое положение. Именно это привлекает потенциальный туристический поток, позволяя развивать гастрономический туризм, связанный в большей мере с восточно-прусской кухней, и даёт возможность конкурировать с остальными регионами России.

Социально-экономические факторы и пути развития гастрономического туризма в Калининградской области

Животный мир Калининградской области довольно разнообразный. В лесах проживает: европейский (благородный) олень, косуля, лань, лось, дикий кабан, лиса, хорь, заяц. Богата также фауна птиц, особенно водоплавающих. В области развита охота на животных: косуля, кабан, олень, выдра, бобр, хорь, барсук, куница, лисица, енотовидная собака, белка, норка, ондатра, заяц - русак, серая куропатка, рябчик, тетерев. Площадь охотничьих угодий - 938 тыс. га. [6]

Местная пища является основным атрибутом дестинации, добавляя ощущений к общему туристическому впечатлению. Это делает пищу неотъемлемой частью туристского производства и потребления, увеличивая ее роль в успешном развитии целой туристической индустрии [2].

Гастрономический туризм (тематический вид туризма) является одним из перспективных направлений развития современного туристического рынка. Он даёт возможность гостям отдельно взятого региона знакомиться с производством, вникнуть в секреты приготовления, продегустировать продукцию непосредственно у производителя в конкретном регионе.

Гастрономический туризм включает в себя:

- 1) Посещение ферм, сельскохозяйственных предприятий и участие в гастрономических мастер-классах;
- 2) Ознакомление с технологией производства пищевой продукции непосредственно от производителя;
- 3) Ознакомление с историей пищевых традиций региона, посещение специальных музеев, фестивалей уличной еды;
- 4) Посещение различных тематических ресторанов и кафе.

Таким образом, гастрономический туризм в полной мере соответствует социально-экономической направленности туристической деятельности. Гастрономический туризм помогает узнать иностранные культуры, способствует пониманию и уважению чужих культурных ценностей, являясь неотъемлемой частью социально-культурного наследия любой нации.

Для развития гастрономического туризма на территории Калининградской области созданы необходимые условия:

- 1) Присутствие крупного бизнеса, задействованного в производстве пищевой продукции.

Быстро развивающиеся сельскохозяйственные холдинги и фермы, специализирующиеся, в том числе на разведении дичи (например: сафари-парк, ресторан и гостиничный комплекс «Мушкино», п. Мушкино), ориентируются не только на потребность населения в потреблении

повседневных продуктов. В свою очередь предприятия общественного питания стараются ввести в рацион калининградцев менее привычные, но не менее полезные продукты, формирую общую картину впечатлений о Калининградской области;

- 2) Уникальность расположения Калининградской области;
- 3) Наличие богатой истории региона, уникальные сохранившиеся памятники архитектуры, кулинарные традиции прусской кухни.

В числе основных причин, которые препятствуют раскрытию туристического потенциала Калининградской области - слабое развитие инфраструктуры, относительно невысокое качество обслуживания в секторах туристической индустрии. В качестве дополнительной проблемы можно указать - эксклавность региона.

Пути развития гастрономического туризма Калининградской области:

- 1) Развитие кулинарных региональных туристских ресурсов;
- 2) Развитие направлений туризма с возможностью получения многочисленных туристских впечатлений, включая гастрономический опыт;
- 3) Сотрудничество между частными производителями туристских и гастрономических услуг;
- 4) Применение эффективной маркетинговой стратегии дестинаций, в которую входят и гастрономические предложения, повышение информированности общества о данном виде туризма;
- 5) Повышение самосознания населения за счёт продвижения местной пищевой культуры.

Анализ гастрономических мероприятий проводимых в Калининградской области

Цель гастрономических туров - путешествие для изучения традиций и кулинарии, дегустаций блюд приготовленных из местных продуктов особыми способами.

Гастрономический туризм - перспективная ветвь туризма, которая позволит Калининградской области открыться по-новому. Область богата

историей кулинарии этносов проживавших на этой территории не похожих на этносы, проживающие в других регионах страны, что станет интересным, как для въездного туризма, так и для внутреннего.

Одним из важных факторов развития гастрономического туризма в Калининградской области являются местные праздники: День длинной колбасы и День селедки (проводятся вне сезона на территории Музея Мирового океана), фестиваль зимних напитков в Светлогорске таких как: горячие варианты пенных напитков, глинтвейн, грог, ароматный пунш, полезные травяные и ягодные сборы (например традиционный прусский чай с облепихой) и т.д., концепция которых вдохновлена региональной продукцией. Кроме того важно отметить городской Street Food Weekend - пикник, который проходит каждый год в конце лета на острове Канта [6].

В 2017 году День длинной колбасы отличился «интернациональной» колбасой - старо-прусской, чешской, польской, литовской, белорусской, индийской.

Что касается праздника Дня селедки, он проводится в начале апреля. Этот праздник начали отмечать с 2006 года.

День селедки для калининградцев стал почти семейной традицией. Возрождению, сохранению и популяризации материального и нематериального морского наследия посвящено проведение Дня селедки. Не случайно месяц апрель был выбран для проведения праздника: ведь именно в этом месяце в 1948 году к берегам Исландии ушла первая «сельдевая экспедиция», давшая начало рыболовецкому флоту Калининградской области [8].

Проект «Праздник зимних напитков» в Светлогорске был организован совместно министерством по туризму Калининградской области и командой Kaliningrad street food [9]. Автором данного проекта является Информационно - туристический центра Светлогорского района и администрация Светлогорского района, праздник имеет восьмилетнюю историю и был поддержан на областном уровне. На празднике зимних

напитков гостей города угощают различными вкусностями и показывают мастер классы по изготовлению: новогодних игрушек, сувениров из глины с янтарем, десертов и др.

Без Kaliningrad Street Food в Калининградской области не обходится ни один праздник. Известно что «Street Food» это простая не дорогая пища, которую продают на улицах.

Современный street food не просто система быстрого общественного питания. Это культурное явление. Ведь в каждом регионе уличная еда особенная. Она отражает историю страны, социальную и экономическую обстановку в ней [10].

Street food - это готовые блюда и напитки, которые продают уличные торговцы на площадях, рынках и в других людных местах со специальных лотков или передвижных киосков. В основном на улицах предлагаются различные закуски и, так называемые, блюда на скорую руку, которые можно приготовить или подогреть быстро, прямо в присутствии покупателя.

Первый «Street Food Weekend» прошел летом 2014 года во Фридрихсбургских воротах [11]. Затем через пол года прошел рождественский Street Food маркет в январе 2015 года. Организаторы решили пойти на эксперимент и провести мероприятие вне Калининграда: Fish Food Festival - был проведен в Зеленоградске, и не было традиционного блюда (маринованных ворон, которое в довоенное время ели жители Куршской косы), праздник набрал свою аудиторию, тех кто любит морепродукты и рыбу. В то же время Kaliningrad Street Food стал сотрудничать и с другими городскими мероприятиями на пространстве Музея Мирового Океана. Там он обрел постоянное место проведения. Этот фестиваль посетило около 50 тысяч человек за три дня [12].

С 2016 году ежегодно, проводится рождественский маркет горячих напитков в Светлогорске, Fish Food Festival, Kaliningrad Street Food Festival. Зная об этом, туристы целенаправленно посещают эти мероприятия, и по признанию организаторов большинство гостей - туристы. Это показывает,

что мероприятие пользуется популярностью, как и у туристов, так и у местных. Теперь у Kaliningrad Street Food Festival есть собственная постоянная площадка в исторической части города Кнайпхоф рядом с Кафедральным собором [13].

Гастрономический туризм в Калининградской области за последние 5 лет сделал огромный скачок, он развивается большими темпами и это благоприятно влияет на экономику региона. Как следствие, начинает увеличиваться приток туристов, ведь гастрономический туризм один из более интересных видов туризма для туристов на данный момент, в итоге развивается, как и внутренний туризм, так и въездной.

В последнее время, местные органы исполнительное власти сосредоточились на развитии туристического потенциала Калининградской области. В августе 2017 года в Калининграде состоялся международный форум гастрономического туризма. Организаторами выступили правительство Калининградской области, Международный эногастрономический центр, Национальная ассоциация кулинаров России, Федерация рестораторов и отельеров России и объединение Kaliningrad Street Food. Форум проходит при поддержке Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО) и Федерального агентства по туризму (Ростуризм) [14].

По данным ТурСтат, наибольшей популярностью в России пользуются одно - двухдневные гастрономические или кулинарные туры по России выходного дня и поездки на гастрономические фестивали, где можно стать гурманом за несколько тысяч рублей [15].

Современные предприятия общественного питания и гостиничные предприятия Калининградской области, ориентированные на блюда восточно-прусской кухни

В Калининграде представлены, рестораны местной кухни: баварский ресторан «Zotler Bier», «Британника», «Ам!Бар», «Ресторан Хмель», «Дача», «Немецкий ресторан», «Тётка Фишер», «Борщ и Сало», ресторан «Мушкино», «Дом рыбака», «Брикас», «Рыбный Двор», «Табаско», пивной

клуб «Планета», «Кафе Веранда», «Штолле». А еще Калининград радуется и ресторанами высокой кухни их одиннадцать [16].

Большой выбор известных ресторанов-пивоварен, которые соблюдают традиции пивоварения, и приготовления национальной пищи, таких как: «Пивовар», «Хмель», «Нессельбек», «Резиденция Королей», «Тироль», «Брецель», «Кропоткинъ», «Kaizer Wurst» [17].

Для тематического гастрономического тура с восточно-прусским направлением подходят рестораны: «Пивовар», «Нессельбек», «Резиденция королей», «Редюит», «Резиденция королей», «12 стульев», «Солнечный камень», «Kaiser Wurst», «Тироль».

«Всё новое — это хорошо забытое старое». Определение новых возможных гастрономических брендов Калининградской области

Сегодняшний Калининград ест почти те же продукты, что и позавчерашний Кёнигсберг, - те же, но приготовленные иначе. В этом «иначе» и состоит кулинарный интерес, который привлекает столько людей, желающих не только «прикоснуться» к истории Кёнигсберга, но и «попробовать» её на вкус.

Главные отличия заключаются здесь не в том, из чего готовят, а как готовят, с помощью каких приёмов, специй, где технологические мелочи, соусы и добавки создают свой особый вкус блюд.

Такие природные условия как: нежаркое лето, сосновые боры и леса, суглинисто-песчаные почвы, обширные луга и болота; близость моря, наличие полноводных рек и крупных озёр способствовали тому, что основу питания здесь составляли рожь, ячмень, брюква, капуста, горох, грибы, лесные ягоды (в основном черника, брусника и клюква). Прибрежное расположение позволяло иметь в рационе рыбу: морскую - салака, скумбрия, треска, лосось; речную - карп, лещ, окунь, щука. На стол попадало всё, что водилось в море и лесах, и то, что выращивали крестьяне. Молочное и мясное животноводство неизменно традиционно для местных земель, а с 18 века в балтийских государствах в культуру был введён картофель, и вместе с

ним расширилось свиноводство. Картофель наряду со свиным салом и молочными продуктами, стал основой национальных блюд Прибалтики, в том числе Восточной Пруссии [18].

Сегодня рецепты традиционной восточно-прусской кухни собираются по крупицам, особенно ценны так называемые «фамильные поваренные книги», передававшиеся из поколения в поколение. Из них видно, что повседневная местная кухня очень калорийна и питательна. Местные жители питались разнообразно, чередуя твороженные, крупяные, мясные блюда, в зависимости от сезонности продуктов [19].

Сытные салаты порой могли заменить собой хороший обед. Восточная Пруссия ввела в салаты солёные грибы и сельдьку- сельдочный салат со сметаной. Классикой салатов восточно-прусской кухни считается картофельный салат. Особое место занимал зелёный салат со сметаной и салат из огурцов со сметаной, которые служили гарниром к жареной курице или рыбе. Так же готовили: мясной салат, салат из сельди к пиву, салат со сливками и др. [19].

На завтрак твороженные сырники со сметаной, грибы с грудинкой, рулеты со шпинатом, немецкий ауфлауф, традиционные запеканки заимствованные у французов- мясная, рыбная, овощная, фруктовая, крупяная, макаронная, с солёной и копчёной сельдью. На десерт делали твороженные и десертные запеканки, куда добавлялись грецкие орехи, корица, виноград, ваниль, сладкий и горький миндаль. Так же готовили: алленштайские твороженные фрикадельки, рулет из шпината, лисички с грудинкой (шпиком), корюшка с беконом и другое [19].

В зависимости от обстоятельств первым и вторым могли служить наваристые супы айнтопф - высококалорийная и согревающая еда. Всё что было под рукой закладывалось в один горшок и томилось в течении пяти часов. Кёнигсберский флек- наваристый и сытный суп из рубца; свекольный барч, рыба в пиве, ершовый суп, огненный, хлебный, тыквенный, суп с клёцками, сливовый с абрикосами, масляный суп, чечевичный суп с

кровавой колбасой, суп из брюквы, густой суп «слепая курица», пёстрая уха, ржаной, «дикий суп» из дичи; черепаший суп, суп из бычьих хвостов. Так же готовили: фаршированный лук, фальшивые кёнигсбергские клопсы, гороховая каша, котлеты из белых грибов, картофель в пивном соусе и др. Дичи в местных лесах было много: пернатая- рябчики, серая куропатка, фазан, тетерев, вальдешнап, бекаса, гуси, утки, дрозды, цапли; лось, олень, лань, косуля, кабан, заяц, кролик, лисица, барсук, выдра, куница, хорь, горноста́й. Коптили на зиму мясо оленя, кабана, косули, тушённый в сливочном соусе заяц с брюквой. Фазанов запекали и жарили на сале и подавали с тушёной квашеной капустой, а с серыми куропатками варили чечевичный суп. Молодого кабанчика жарили с лисичками или белыми грибами в соусе из сливок с петрушкой. На сельском подворье держали свиней, рогатый скот, овец, кур, уток, гусей, индюков. Из свиных ножек варили холодец или тушили с квашеной капустой, желудок начиняли и жарили, почки и сердце тушили. Заготавливали впрок сало, солили и коптили окорока и бекон, из которых готовили зимой. Готовили: отбивные из мяса косули в медовом соусе, голубцы по-кёнигсбергски, рагу из кролика, жаркое из свинины с черносливом, кёнигсбергские клопсы, куршская ворона, фрикасе из цыплёнка, гусиная печень с яблоками и многие другое. Из всего рыбного изобилия были два неоспоримых лидера- камбала и угорь. Готовили: копчёный лосось, камбала вяленая, запечённая в собственном соку, копчённый угорь, жаренная корюшка в беконе, карп в пиве, рыбные клопсы, рыбный пудинг, тушённый молодой угорь, щука на «подушке» и другое. Десерты и выпечка: тильзитские вишнёвые вафли, домашние печенье, торты, вафли, крендельки, кексы, «творожные ленивцы», штрейзели с творожной, фруктовой, ягодной; коврижки; штрудели с яблоком, корицей, орехами, изюмом; рогалики, имбирное печенье, имбирный пряник. В главный праздник Рождество – к марципанам присоединялись рум-топф и маленькие печенюшки с корицей, ореховое печенье, изготовленное без муки на основе фундука и миндаля. Напитки: Беренфанг (на основе мёда и водки-

медовуха), Рум-топф (на основе рома), десятки сортов пива, вина- ягодное и плодовые и другое [19].

Восточная Пруссия всегда прирастала переселенцами, и потому отличительная особенность её кухни - периодическое обновление, обусловленное колонизацией и многократным изменением этнического состава провинции в 16-18 веках [20]. Именно переселенцы привезли с собой рецепты, обжившиеся и ставшие традиционно местными, давно превратившиеся в гастрономические бренды: Тильзитский сыр и Кёнигсбергский марципан. Кёнигсбергские клопсы так же можно отнести к давно сформировавшимся гастрономическим брендам Калининградской области.

Новыми гастрономическими брендами могут стать блюда из дичи (отбивные из мяса косули в медовом соусе, голубцы по-кёнигсберски, рагу из кролика, куршская ворона, запечённый фазан и куропатки), обращаясь к истории периода правления кайзере Вильгельма, заядлого охотника, при котором официально сформировалась прусская кухня.

Из всего рыбного изобилия доступного в Калининградской области сейчас и в прошлом, к уже ставшей современным гастрономическим брендом традиционной селёдки могут составить конкуренцию камбала, угорь - два неоспоримых лидера прошлого (камбала запечённая в собственном соку, тушённый молодой угорь, жаренная корюшка в беконе, карп в пиве, рыбные клопсы, тушённый молодой угорь, щука на «подушке»), дополнив ставший традиционным праздник «День селёдки».

Так же в зимний период гастрономическими брендами могут стать: наваристые сытные горячие супы айнтопф, напитки Беренфанг и Рум-топф, тильзитские вишнёвые вафли, имбирные пряники и печенье наравне с марципаном будут актуальны на рождественские праздники и могут стать неотъемлемой частью проекта «Праздник зимних напитков» в Светлогорске.

Гастрономический бренд является очень сильным «магнитом» для туристов. Он становится фактором увеличения притока туристов, являясь

неотъемлемой частью современной экономики впечатлений. Поэтому создание и продвижение новых гастрономических брендов так важно.

Вывод

Для дальнейшего развития гастрономического туризма в Калининградской области складываются благоприятные условия:

- 1) Присутствие крупного бизнеса, задействованного в производстве пищевой продукции;
- 2) Уникальность расположения Калининградской области;
- 3) Наличие богатой истории региона и кулинарные традиции прусской кухни.

Пути развития гастрономического туризма Калининградской области:

- 1) Развитие кулинарных региональных туристских ресурсов;
- 2) Развитие направлений туризма с возможностью получения многочисленных туристских впечатлений, включая гастрономический опыт;
- 3) Сотрудничество между частными производителями туристских и гастрономических услуг;
- 4) Применение эффективной маркетинговой стратегии дестинаций, в которую входят и гастрономические предложения, повышение информированности общества о данном виде туризма;
- 5) Повышение самосознания населения за счёт продвижения местной пищевой культуры.

Создание гастрономического бренда становится фактором увеличения притока туристов, являясь неотъемлемой частью современной экономики впечатлений. Привлекательные кулинарные образы связаны с крайне приятными ощущениями, поэтому они легко запоминаются и зачастую становятся причиной возвращения в определённый регион снова и снова.

«Новые»:	
1. Селёдка (праздник «День селёдки»)	+
2. Традиционный прусский чай с облепихой, горячие варианты пенных напитков, глинтвейн, грог, ароматный пунш, полезные травяные («Праздник зимних напитков»)	+
3. Шашлычные деликатесные «Кёнигсбергские» колбасы по кёнигсбергскому рецепту, колбасы (белые мюнхенские колбаски, вайсвурст, в основе которых телятина; старинный ирландский рецепт, привезенный переселенцами в США, свинина с яблоком) («День длинной колбасы»)	+
4. Тильзитский сыр	+
5. Кёнигсбергский марципан	+

Так как кулинария может стать основным мотивом выбора направления путешествия при планировании поездки, создание и продвижение новых и поддержка старых гастрономических брендов, являющихся сильными «магнитами» для туристов - важно, для дальнейшего развития гастрономического туризма Калининградской области.

Литература

1. Драчева Е.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы. Российские регионы: взгляд в будущее. Т.2, №3, 2015. URL: <http://futureruss.ru/wp-content/uploads/2015/08/Христов-Драчева> (дата обращения 10.12.2018)
2. Джанджугазова Е.А. Туризм и инновационное развитие: проект ФГОУ ВПО «РГУТиС» «Живая карта России». Современные проблемы сервиса и туризма.2010. №3. С.66-72.
3. Теоретические основы гастрономического туризма URL:https://studbooks.net/682824/turizm/teoreticheskie_osnovy_gastronomic_heskogo_turizma (дата обращения 10.12.2018)
4. Гастрономический-туризм-Развитие-гастротуризма-без-развития-ресторанного-бизнеса-утопия URL: <https://www.turpressa.com/single-post/2018/03/23> /(дата обращения 10.12.2018)
5. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России. URL: <https://sibac.info/conf/naturscience/xxxiv/42803> (дата обращения 11.12.2018)

6. Природно-ресурсный потенциал Калининградской области.
URL:<http://etno.bobrodobro.ru/1716> (дата обращения 13.12.2018)
7. 20 главных ежегодных ивентов Калининградской области
URL:https://imperative.eu/kaliningrad/20_glavnuh_ezhegodnyh_iventov_kaliningradskoj_oblasti/ (дата обращения 14.12.2018)
8. День селедки — дань нашей истории URL:http://fish-seafood.ru/news/detail.php_ID=30232.html(дата обращения 14.12.2018)
9. Как прошел Праздник зимних напитков в Светлогорске
URL:https://www.tvoybro.com/stream/56825979700004_kak-proshiel-prazdnik-zimnikh-napitkov-v-svietloghorskie (дата обращения 14.12.2018)
10. Стрит-фуд: еда в ритме мегаполиса URL:
<https://www.uv66.ru/news/2015/06/strit-fud-eda-v-ritme-megapolisa/>(дата обращения 14.12.2018)
11. Как перевернуть гастрономическую культуру и открыть возможности другим, опыт Kaliningrad Street Food
URL:https://www.tvoybro.com/exclusive/50355950000000_kak-pierieviernut-ghastronomichieskuiu-kulturu-i-otkryt-vozmozhnosti-drughim-opyt-kaliningrad-street-food(дата обращения 14.12.2018)
12. Городской пикник Street Food WeekendСтритфуд - это праздник, к нам идёт стритфуд
URL:https://www.tvoybro.com/recommendation/57062592172000025_stritfud-eto-prazdnik-k-nam-idiot-stritfud (дата обращения 14.12.2018)
13. Kaliningrad street food.
URL: <http://streetfoodfestival.ru/#videoPage> (дата обращения 14.12.2018)
14. Международный форум гастрономический туризм и стритфуд 30-31 августа 2017 года . URL: <http://streetfoodrussia.com> (дата обращения 14.12.2018)
15. Гастрономический туризм в России — Популярные Гастрономические Туры по России. URL: <http://turstat.com/bestgastronomictoursrussia2017> (дата обращения 14.12.2018)

16. Куда сходить? Топ ресторанов Калининграда Об этом сообщает. URL: <https://weekend.rambler.ru/places/38918023-kuda-shodit-top-restoranov-kaliningrada/> (дата обращения 15.12.2018)
17. Рестораны Калининградской области Kaliningrad Oblast // 10 лучших ресторанов Калининградской области 2018. URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g2324022-Kaliningrad_Oblast_Northwestern_District.html (дата обращения 15.12.2018)
18. Прибалтийские кухни URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/П/pohlyobkin-viljam-vasiljevich/nacionaljnie-kuhni-nashih-narodov/19> (дата обращения 20.12.2018)
19. Appetitные истории Прусского королевства. Книга рецептов. Издательство «Пикторика», 2017. С.132.
20. Трансформация системы сельского расселения бывшей Восточной Пруссии.(электронный ресурс) <https://pandia.ru/text/78/161/9432.php> (дата обращения 21.12.2018)