



**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД И АНАЛИЗ
ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ
ФЕСТИВАЛЕЙ: НА ПРИМЕРЕ ТУРЦИИ.**

**Изамова Шахрибону Гаппаровна,
магистрант 2-курса, факультета
«Экономика и туризм», Бухарского
государственного университета**

shahribonukhudayberdiyeva@gmail.com

Аннотация: Цель данной статьи заключается в анализе уровня развития гастрономического туризма в Турецкой Республике, порядка проведения гастрономических фестивалей, а также рассмотрении мер, применяемых для развития туристической отрасли. В статье проведён SWOT-анализ туристического потенциала страны и влияние гастрофестивалей на развития туризма. В процессе исследования использовались статистические данные, которые были обработаны и проанализированы.

Ключевые слова: фестиваль, стратегия, SWOT-анализ, традиция, MICE-tourism, мастер-класс.

Abstract: The purpose of this article is to analyze the level of development of gastronomic tourism in the Republic of Turkey, the procedure for holding gastronomic festivals, and to consider the measures taken to develop the tourism industry. The article contains a SWOT analysis of the country's tourism potential and the impact of gastronomic festivals on tourism development. The study used statistical data, which were processed and analyzed.

Keywords: festival, strategy, SWOT analysis, tradition, MICE tourism, master class.



Annotatsiya: Ushbu maqolaning maqsadi Turkiya Respublikasida gastronomik turizmning rivojlanish darajasini, gastronomik festivallarni o'tkazish tartibini tahlil qilish, shuningdek turizm sohasini rivojlantirish uchun qo'llaniladigan chora-tadbirlarni ko'rib chiqishdan iborat. Maqolada mamlakatning sayyohlik salohiyati va gastrofestivallarning turizmni rivojlantirishga ta'siri SWOT tahlili o'tkazildi. Tadqiqot jarayonida qayta ishlangan va tahlil qilingan statistik ma'lumotlar ishlatilgan.

Kalit so'zlar: Festival, strategiya, SVOT-tahlil, an'ana, MICE-tourism, master-klass.

В современном мире туризм является одной из наиболее быстрорастущих отраслей экономики, включающей в себя множество направлений. Эффективное и рациональное использование ресурсов, а также их модернизация оказывают прямое влияние как на финансовое состояние страны, так и на увеличение туристического потока. Одним из самых перспективных и инновационных направлений в этой сфере считается гастрономический туризм. Гастрономия играет важную роль в развитии туризма, оказывая значительное влияние на экономику, культуру и социальную сферу за счет совершенствования инфраструктуры. Рост популярности цифровых технологий и их интеграция в повседневную жизнь стимулируют развитие этого сектора, так как все больше людей стремятся делиться своими кулинарными достижениями на онлайн-платформах, включая социальные сети.

Гастрономические фестивали и местные кулинарные традиции используются для более широкого развития туристической индустрии конкретного региона, формирования её как отдельного направления и



внедрения на практике. Исторически эти фестивали были связаны с процессом сбора урожая, но современные мероприятия носят коммерческий или некоммерческий характер и проводятся с участием различных организаций. Их успех измеряется тем, сколько дохода они приносят местному сообществу, региону или организатору мероприятия.

Гастрономические фестивали вносят значительный вклад в развитие местной туристической индустрии, помогая создавать уникальные бренды регионов, повышать их привлекательность и продвигать местную продукцию. Исследования показывают, что такие фестивали способствуют достижению социальной устойчивости и значительному улучшению индустрии туризма и гостеприимства. На сегодняшний день фестивали рассматриваются как ключевой фактор в продвижении различных направлений и усилении регионального развития. Они играют важную роль в привлечении туристов и укреплении брендов территорий.

Значение формирования регионального бренда в рамках гастрономических фестивалей. Гастрономические фестивали играют важную роль в повышении туристической привлекательности региона. Эти мероприятия, являясь специальными событиями, проводимыми в туристических дестинациях, с одной стороны, привлекают туристов, а с другой – повышают узнаваемость гастрономических брендов. Как правило, такие мероприятия основаны на традициях конкретного региона. Любая традиция проявляется через ритуалы и праздники, которые эффективно используются как маркетинговые инструменты в туризме.

Опыт развития гастрономических фестивалей на примере Турции. Исходя из вышеуказанных факторов, анализируется текущее состояние



гастрономических фестивалей в одной из ведущих развивающихся стран — Турецкой Республике.

Анализ развития гастрономического туризма в Турции: статистические показатели и перспективы. В 2023 году Турецкая Республика заняла лидирующую позицию среди 10 ведущих стран по развитию гастрономического туризма. Согласно данным Всемирной туристской организации, Турция приняла **56,7 млн туристов**, что позволило ей занять **5-е место** среди наиболее посещаемых стран мира, а по объемам доходов от туризма она расположилась на **7-й позиции**.

Согласно данным Турецкого института статистики, в **2023 году расходы туристов на питание увеличились на 20%**, достигнув **18 миллиардов долларов**. Для сравнения, данный показатель в **2021 году составил 10,92 млрд долларов**, а в **2022 году – 15 млрд долларов**. Прогнозируется, что в **2025 году** доходы от данного сектора достигнут **25 млрд долларов**. Анализ представленных статистических данных позволяет сделать вывод о том, что необходимо уделять особое внимание потенциалу **увеличения доходов в сфере гастрономического туризма**, а также совершенствовать данное направление как одно из перспективных. Для обеспечения **конкурентоспособности Турции** на мировом рынке гастрономического туризма среди ведущих стран (Италия, Франция, Испания) требуется **расширение стратегии устойчивого туризма**.

Анализ туристических потоков по целям визита

Исследование статистических данных за **2023 год** позволило выделить **основные мотивы посещения Турции иностранными туристами:**

- **58,3%** – посещение родственников, паломничество;



- 33,1% – отдых, путешествия;
- 3,7% – медицинский туризм и оздоровление;
- 0,7% – участие в конференциях, фестивалях, образовательных курсах и семинарах;
- 0,6% – деловые поездки;
- 0,5% – культурный туризм.

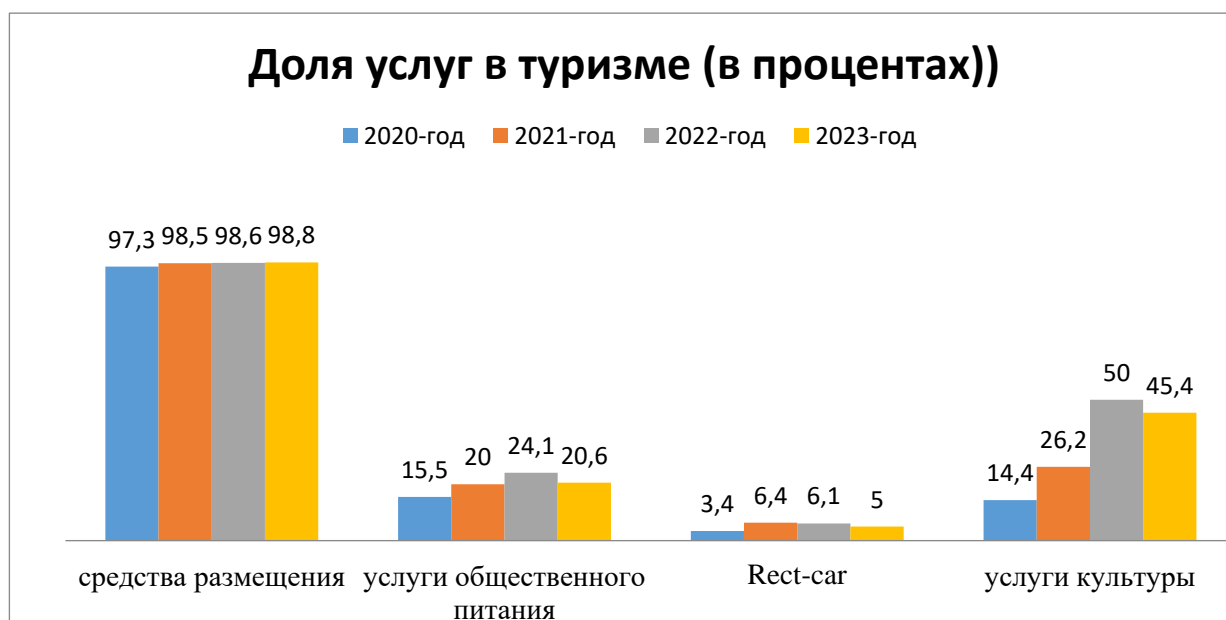
Данные статистики демонстрируют, что **число туристов, посещающих Турцию с целью участия в гастрономических фестивалях или получения кулинарного образования, остается незначительным.** Это свидетельствует о том, что классификация туристов по целям визита **еще недостаточно развита**, а процесс сбора и анализа статистической информации в этом сегменте требует дальнейшей оптимизации. Несмотря на то, что в Турции проводится **более 360 фестивалей**, исследование показало, что их вклад в привлечение туристов **все еще недостаточно велик.** В связи с этим рекомендуется **усилить продвижение гастрономических фестивалей на международном туристическом рынке**, а также внедрять **целевые маркетинговые стратегии, PR-кампании и активное продвижение через социальные сети.** Это может оказать **положительное влияние на динамику туристического потока** и способствовать **укреплению позиций Турции как одного из центров гастрономического туризма.**



Рисунок 1. Целевая классификация туристов, посетивших Турцию в 2023 году. Рассмотрим долю туристической отрасли в продуктах, связанных с туристической деятельностью за 2020–2023 годы.



Рисунок 2. Доля туристических услуг в туристической отрасли.



Как видно из рисунка, наибольшая доля услуг приходится на средства размещения. Культурные услуги также демонстрируют высокие показатели. Постепенный рост доли услуг общественного питания из года в год



свидетельствует о развитии гастрономического сектора и о том, что независимо от цели визита туристы тратят значительные суммы на питание.

Далее рассмотрим классификацию доходов от туризма по видам и проанализируем их динамику за период 2022–2024 годов. Согласно результатам трехлетнего анализа доходов от туризма, в 2023 году доходы от услуг общественного питания составили 2 500 000 долларов США. Данные за 2024 год были взяты на основе прогнозных показателей за третий квартал и показывают, что все расходы, связанные с гастрономическим сектором, принесли доход в размере 2 000 000 долларов США. Сравнивая представленные графики, можно отметить, что на рисунке 2 доля туристических услуг представлена в процентах, тогда как на рисунке 3 доходы выражены в тысячах долларов. Несмотря на то, что на рисунке 2 наибольшая доля приходится на средства размещения, с точки зрения доходности лидирующую позицию занимает гастрономический сектор, включая сферу общественного питания.

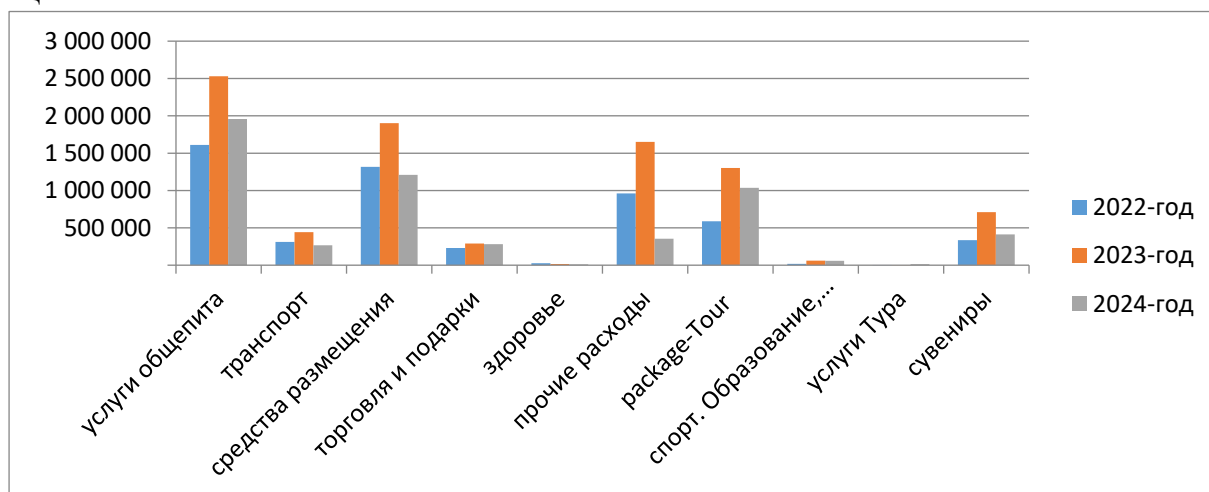


Рисунок 3. Туристические расходы по видам затрат.

Для успешной реализации гастрономических фестивалей необходим стратегический подход. Поскольку гастрономия в настоящее время является



одной из наиболее передовых и перспективных отраслей, правительство Турции ставит перед собой масштабные задачи по развитию гастрономического туризма с целью его дальнейшего активного продвижения в туристическом секторе:

- Увеличение доходов от гастрономического туризма до 25 миллиардов долларов США к 2025 году;
- Ключевым элементом данной инициативы является интеграция 2200 традиционных местных блюд, отражающих богатое кулинарное наследие страны. Данный проект реализуется в сотрудничестве с ЮНЕСКО и направлен на популяризацию гастрономической культуры Турции на международном уровне;
- Взаимодействие с ЮНЕСКО в рамках этой стратегии способствует укреплению международного имиджа Турции и увеличению туристического потока;
- Ожидается, что достижение целевого показателя в 25 миллиардов долларов США приведет к созданию дополнительных рабочих мест, развитию малого и среднего бизнеса, а также окажет позитивное влияние на общий экономический рост страны;
- Правительство Турции признает стратегическое значение данной инициативы для укрепления экономического положения страны и выражает готовность оказывать поддержку в ее реализации. Кроме того, местные туроператоры, владельцы ресторанного бизнеса и шеф-повара также заинтересованы в данном проекте, поскольку он способствует увеличению их доходов, что укрепляет поддержку данной инициативы.

Министр культуры и туризма Турции Мехмет Эрсой в своем интервью отметил: «Наше богатое историко-культурное наследие предоставляет значительные преимущества с точки зрения развития гастрономического



туризма, и государство должно эффективно использовать этот потенциал». Министр подчеркнул, что в последние годы гастрономический туризм внес значительный вклад в развитие туристической индустрии страны. Турция является одним из государств с богатейшим культурным и гастрономическим наследием. Благодаря проведению мероприятий и активным рекламным кампаниям такие города, как Стамбул, Бодрум, Измир и Газиантеп, получили статус «гастро-городов» [6].

Анкарская торговая палата и Анкарское патентное управление провели исследование, охватившее все 81 провинцию Турции, в результате которого была составлена «Гастрономическая карта Турции». Согласно данным исследования, в Турции было выявлено 2205 видов местных продуктов питания и напитков.

Газиантеп занимает первое место с 291 разновидностью блюд, напитков и сладостей, а кухня Элязыга располагается на втором месте. В региональном разрезе лидером является Центральная Анатолия с 455 видами продуктов питания и напитков, за ней следует Восточная Анатолия (425 видов), а третье место занимает Юго-Восточная Анатолия (398 видов). Признание Газиантепа гастрономическим городом неслучайно: в 2015 году ЮНЕСКО включила его в список городов, входящих в «Сеть креативных городов» (Creative Cities Network). С 2018 года при поддержке и под эгидой ЮНЕСКО ежегодно проводится **фестиваль GastroAntep**, который включает в себя мастер-классы, семинары от шеф-поваров, обладающих звездами Мишлен, концерты и конкурсы.

В Газиантепе также действует **Научно-исследовательский институт**, занимающийся изучением и развитием сортов фисташек, выращиваемых в



регионе. Помимо этого, в Турции активно функционируют **34 гастрономических музея**, посвященных продвижению местных продуктов. По всей стране ежегодно организуется **около 360 гастрономических фестивалей**. Кроме того, мероприятия, популяризирующие турецкую кухню, проводятся в таких развитых странах, как США, Китай, Испания и Канада. Гастрономические фестивали не только способствуют развитию местной экономики, но и играют важную роль в обеспечении **устойчивости туризма**. На основании вышеуказанных данных и реализуемых мер мы проведем **SWOT-анализ** гастро-туристического потенциала Турецкой Республики. С научно-практической точки зрения будет рассмотрена динамика роста туризма за счет фестивалей, а также факторы, влияющие на экономику и культурное взаимодействие. Турция занимает **пятое место в мире** по количеству объектов, включенных в **Список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО**. Из 25 объектов **пять относятся к гастрономии**, в том числе традиции проведения фестивалей, культура приготовления кофе и коллективное выпекание хлеба.

<i>Название</i>	<i>Комментарий</i>	<i>Год</i>
<i>нематериального наследия</i>		<i>внесения в список UNESCO</i>



<i>Культура коллективной выпечки хлеба</i>	<i>включена нематериального наследия ЮНЕСКО (Кыргызстан, Казахстан, Азербайджан, Иран, Турция). В процессе участвуют три и более человек, которые выпекают различные хлебобулочные изделия, такие как лаваш, котирма, юфка.</i>	<i>в список культурного год</i>	<i>2016-</i>
<i>Фестиваль Навруз</i>	<i>Этот праздник признан всеобщим культурным наследием Турции, наряду с 11 другими странами, и отмечается в первый день весны. 2016</i>	<i>год</i>	<i>2016-</i>
<i>Фестиваль Mesir Mecuni</i>	<i>Фестиваль Месир Мекуну. Фестиваль сладкой выпечки, приготовленной из трав и специй, исторически восходит к временам Османской империи и был организован, когда заболела мать султана Сулеймана. После этого он широко</i>	<i>год</i>	<i>2012-</i>



	<i>отмечается по всей стране каждый год в апреле.</i>
<i>Культура турецкого кофе</i>	<i>Турецкая кофейная культура — это не просто приготовление кофе, это неотъемлемый символ турецкой культуры.</i>
<i>Традиционный ритуал приготовления Кешек.</i>	<i>Кешек — традиционное ритуальное блюдо, которое готовят на свадьбах, церемониях обрезания и религиозных церемониях.</i>

SWOT-анализ факторов, влияющих на гастрономический потенциал Турецкой Республики:

- *S (strengths- сильные стороны) - наличие нематериального наследия в рамках ЮНЕСКО; богатое историческое и культурное наследие; гастрономический бренд имеет мировую известность и устоявшийся имидж; Отсутствие системы VISA; уровень обеспеченности трудовыми ресурсами в сфере туризма.*
- *W (weakness- слабые стороны, влияние внутренних факторов) - внутривнутриполитические конфликты; качество услуг невысокое; низкий уровень безопасности; хаос в регионах в течение сезона.*



➤ *O (opportunity- возможности)- развитие MICE туризма; новый подход и возможность расширения туристического предложения; Проведение масштабных мероприятий.*

➤ *T (Threatens, угрозы, внешние факторы) - погодные и климатические условия; стихийные бедствия, политическая и экономическая нестабильность; сильная конкуренция на мировом рынке туризма; пандемии.*

В результате SWOT-анализа можно сделать следующие выводы:

✓ *Турция продуктивно и эффективно использует свой богатый культурный, исторический и гастрономический потенциал, а включение ее нематериального наследия в список ЮНЕСКО придает ей еще больший приоритет. Причина в том, что это одна из самых оптимальных стран для любителей гастрономии и потенциальных туристов этой категории, поскольку она славится во всем мире своими деликатесами, уникальными блюдами и необычными традициями, а также организацией гастрономических фестивалей в течение всего года. Отсутствие визовой системы еще больше облегчает жизнь туристам. Тот факт, что население не очень старое и состоит из молодых и людей среднего возраста, является еще одним преимуществом, которое может быть привлечено на рынок труда.*

✓ *Внутренние политические конфликты в Турции – обычное дело. Причиной этого является присутствие курдов и подобных им небольших этнических групп. С этой точки зрения внутренняя политическая нестабильность и гражданские конфликты могут в некоторых случаях затруднить или нанести вред процессу организации гастрономических фестивалей. Несмотря на то, что в стране хорошо развит туризм, в сфере услуг наблюдается пробел, поэтому необходимо и дальше повышать уровень грамотности и обеспечивать сферу услуг квалифицированными кадрами.*



✓ *В этой стране представлены практически все виды туризма. Турция, имеющая статус центра пляжного туризма в мире, имеет ряд видов, таких как горнолыжные курорты, гастрономия, экологический туризм, приключенческий туризм, экстремальные виды спорта и т. д., что объединяет все это и позволяет еще больше увеличивать туристические потоки и расширять свой потенциал. Эта страна, соединяющая Европу и Азию, также имеет потенциал для развития MICE-туризма, поскольку располагает крупными выставочными центрами, сетью престижных отелей для проведения конференций, а также хорошо организованными условиями и инфраструктурой для проведения ведущих спортивных соревнований. Такие возможности, как привлечение международного туризма, укрепление региональной стабильности и расширение экспорта местной продукции, подчеркивают необходимость использования организаторами фестивалей инновационных подходов и маркетинговых стратегий. В частности, использование цифровых технологий может оказать большую помощь в представлении гастрономического фестиваля мировой аудитории и обеспечении более широкого охвата фестивального опыта.*

✓ *Известно, что Турция является сейсмологически опасным регионом, расположенным в активной сейсмоопасной зоне[9]. Землетрясение, произошедшее в 2023 году, нанесло ущерб многим людям и городам, включая Газиантеп, который включен в список гастрономических городов ЮНЕСКО. Как уже упоминалось выше, в Газиантепе также проводится фестиваль «ГАСТРО-АНТЕП» международного уровня под эгидой ЮНЕСКО. Не рекомендуется организовывать фестивали в районах с высоким риском землетрясений. Пандемии или экономические кризисы могут подорвать устойчивость гастрономических фестивалей. Также актуален*



вопрос сохранения конкурентоспособности и обеспечения долгосрочного интереса туристов.

В заключение следует отметить, что текущее состояние гастрономических фестивалей в Турецкой Республике было проанализировано выше. Правительство, с его целями по развитию сектора, хорошо структурированными стратегиями и текущими мерами, напрямую способствует увеличению туристических потоков с каждым годом.

БИБЛИОГРАФИЯ.

1. Lee, Insun; Arcodia, Charles (July 2011). "[The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding: The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding](#)". *International Journal of Tourism Research*. 13 (4): 355–367. doi:10.1002/jtr.852.
2. Шалыгина Н.П., Селюков М.В., Курач Е.В. О роли брендинга в формировании туристской привлекательности региона // *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 8-5. – С. 1165–1168.
3. <https://welcometimes.ru/news/top-20-samyh-populyarnyh-turisticheskikh-stran-mira>
4. <https://mk-turkey.ru/tourism/2024/09/23/p-turciya-namerena-rasshirit-gastronomicheskij-turizm-predlozhiv-2-tys-200-naimenovaniy-mestnyh-blyud.html>
5. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Household-Domestic-Tourism-Quarter-IV:-October-December-and-Annual,-2023-49552>
6. <https://gastrotravel.club/gastro-wine-tours-turkey>
7. <https://www.unesco.org/en/creative-cities/gaziantep>
8. <https://goturkiye.com/ru/intangible-cultural-heritage>
9. [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B5%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D1%82%D1%80%D1%8F%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B2_%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B8_%D0%A1%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%B8_\(2023\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B5%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D1%82%D1%80%D1%8F%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B2_%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B8_%D0%A1%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%B8_(2023))