

Б.Б. Нурлыбаев*, PhD докторант

Е.М. Әбенев, PhD, доцент

Л.М. Муталиева, к.э.н., профессор

А.Х. Муканов, PhD докторант

*Евразийский национальный университет
имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан*

* – основной автор (автор для корреспонденции)

e-mail: kazakhtourism@gmail.com

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

В настоящее время гастрономический туризм имеет положительную динамику роста и благоприятную перспективу на дальнейшее развитие. Об этом свидетельствуют ежегодные отчеты Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

Исследование потребления посетителей в гастрономическом туризме является неотъемлемым компонентом для понимания уровня развития данного направления. В связи с этим, определение уровня развития гастрономического туризма в Казахстане является целью данной работы.

В Государственной программе развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы мероприятия по гастрономическому туризму не рассматриваются отдельно, а отражены в составе других мероприятий, как фестивали яблок, соколиной охоты и национальных игр, выставок и т.д.

В статье рассматривается уровень роста расходов въездных и внутренних посетителей по «гастрономическому туризму». Учитывая, что на текущий момент в мире не существует официально установленной методики по проведению подобного исследования, то авторами данной статьи предложена своя методика, в основе которой лежат официальные данные Бюро национальной статистики Республики Казахстан.

Кроме того, в данной статье рассмотрены затраты туристов на питание в разрезе регионов Республики Казахстан.

Ключевые слова: *гастрономический туризм, расходы посетителей, туристская дестинация, событийный туризм, государственная программа, статистика, национальная кухня, Казахстан, туристский центр, предприятия питания.*

Кілт сөздер: *гастрономиялық туризм, келушілер шығындары, туристік бағыт, оқиғалар туризмі, мемлекеттік бағдарлама, статистика, ұлттық тағамдар, Қазақстан, туристік орталықтар, тамақтандыру кәсіпорындары.*

Keywords: *gastronomic tourism, visitors' expenses, tourist destination, event tourism, state program, statistics, national cuisine, Kazakhstan, tourist center, catering establishments.*

JEL classification: L 83

Введение. На сегодняшний день местные блюда стали основополагающим фактором для туристов при знакомстве с культурой другой страны [1]. По этой причине государственный и частный сектор начали уделять особое внимание гастрономическому туризму при продвижении дестинаций [2].

В Государственной программе по развитию туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы (далее - Госпрограмма) по направлению этнографического туризма планируется создание гастрономической карты Казахстана. На данный проект Правительством концептуально одобрено финансирование в размере 160 миллионов тенге из средств Республиканского бюджета.

Подобный проект успешно реализуется в Российской Федерации с 2017 года. За 4 года с момента запуска присоединились 28 регионов России, которые провели 23 фестиваля региональной кухни. Основным достижением стало внедрение в стране системы добровольной сертификации предприятий сферы гостеприимства. Кроме того, при сотрудничестве с крупными издательствами опубликовано 9 книг по кулинарии [3, 4].

Вышеупомянутые факторы указывают на то, что «гастрономический туризм», некогда являвшийся лишь одной из составляющих этнографического туризма, на сегодняшний день уверенно может считаться обособленным туристским продуктом. Хотя местная кухня все еще не является основной мотивацией при выборе места отдыха, но безусловно считается одним из неотъемлемых факторов [5].

В экономическом понимании «гастрономический туризм» это та ниша путешествия, задачей которой является создание условий для оптимального баланса между «приятным» и «полезным», а также между ежедневной потребностью в потреблении пищи и впечатлениями туриста о местной кухне. Несмотря на множество проведенных исследований касательно факторов, влияющих на мотивацию туристов при выборе места для отдыха, все еще остается малоизученным общее потребление данного сегмента [6].

Существует необходимость определения уровня текущих расходов внутренних и въездных посетителей Казахстана на гастрономический туризм в разрезе последних нескольких лет. Это даст общее понимание об объеме рынка по данному виду туризма в Казахстане, что в свою очередь несет в себе не только академическую новизну, но еще и ценные данные для частного сектора при разработке бизнес-планов в рассматриваемой отрасли.

Следовательно, целью данной работы является проведение сравнительного анализа между расходами туристов в Казахстане и средним мировым показателем на гастрономический туризм.

Обзор литературы. На сегодняшний день гастрономический туризм является одним из актуальных направлений развития мировой туристской индустрии. Термин «гастрономический туризм» сформировавшись не столь давно уже привлекает внимание исследователей и экспертов, изучающих современные тренды развития туризма. Так, Л. Лонг [7] использовала данный термин в качестве выражения идеи о том, что люди посещая определенную страну изучают культуру и традиции через потребление местной пищи. В этом случае именно особенности местной кухни, а именно способы приготовления, особенности подачи к столу и употребления позволяет туристу полноценно окунуться в процесс познания социокультурной среды той местности, где он находится.

Сегодня проблемам развития гастрономического туризма в отдельных странах посвящены труды Г. Георче [8], К. Филдса [9], С. Чайана [10], А.А. Морозова [11], В.О. Сычевой [12] и др. В казахстанской науке вопросы развития гастрономического туризма рассматриваются в рамках изучения специфики функционирования предприятий общественного питания, и к сожалению на сегодняшний день еще не публиковались труды, посвященные гастрономическому туризму.

Одни исследователи представляют термин «гастрономический туризм» как поездку в целях ознакомления с национальной кухней страны, изучения специфики приготовления и подачи к столу [8]. Другие же считают, что гастрономический туризм представляет собой посещение территории, где проживают коренные жители данной местности, традиции и культурные ценности которых отражены в национальной кухне [10]. Иными словами гастрономический туризм не предусматривает обязательность посещения территории другой страны. Данный тур может быть реализован в границах одной страны в границах которой могут проживать различные этносы.

В рамках данной работы под дифиницей «гастрономический туризм» авторы понимают вид познавательного туризма, нацеленный на изучение особенности социокультурной среды местности через национальную кухню. В этом случае стоит отметить, что гастрономический туризм как и другой вид туризма формируется благодаря наличию своей инфраструктурной среды, т.е. в процесс обслуживания туристов вовлекаются ряд предприятий, как сферы туризма, так и смежных отраслей экономики.

Методы исследования. В данной работе применен вторичный метод исследования. Анализ, синтез, сравнение и индукция стали основными инструментами исследования.

В качестве исходных данных использованы итоги ежегодных статистических наблюдений «О расходах домашних хозяйств на поездки в Республике Казахстан» (Н-050) и «О выборочном исследовании въездных посетителей» (Н-060), статистические формы которых были переутверждены Приказом Руководителя Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан от 10 февраля 2020 года №20 [13]. Кроме того, для сравнения использованы данные международных организаций.

В 2008 году комиссия по статистике Организаций Объединенных Наций утвердила «Международные рекомендации по статистике туризма» [4]. Данный документ был разработан в сотрудничестве с международными организациями и национальными экспертами. С тех пор данный документ является общепринятым руководством по составлению отраслевой статистики во многих странах. Уполномоченный орган по формированию статистики Республики Казахстан адаптировал данные рекомендации при разработке анкет Н-050 и Н-060.

Данное исследование условно рассматривает два направления: внутренний туризм и въездной туризм.

В бюллетени Н-050 на вкладке «Расходы внутренних и въездных посетителей» есть строка «Расходы по внутреннему туризму, всего», которая в свою очередь разделена на две категории «в личных целях» и «в деловых и профессиональных целях». В обеих категориях есть строка «питание», в которой содержатся основные данные для проведения нашего исследования. При сравнении в разрезе регионов и годов приведена сумма этих двух строк.

Данные наблюдения по Н-050 до публикации распространяются на фактическое количество въездных посетителей за соответствующий год. Следовательно, опубликованные данные обладают высокой валидностью.

Стоит отметить, что на этой же вкладке есть данные «расходы по выездному туризму». Эти данные в данном исследовании не используются, так как обозначают затраты казахстанцев, которые сделаны ими до выезда за рубеж.

В бюллетени Н-060 на вкладке «Расходы въездных посетителей» указаны различные статьи расходов въездных посетителей. В связи с тем, что данные наблюдения Н-060 указаны в чистом виде без распространения на фактическое количество въездных посетителей за соответствующий год, то в данном исследовании представлена только доля в процентах по категории «питание» от общего числа расходов.

Статистические данные по расходам въездных посетителей за 2017-2020 годы были взяты из официального сайта «Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам» с «Официальной статистики» по отраслям во вкладке «Статистика туризма» по данным бюллетеней за заданный период с 2017 по 2020 годы, где необходимые бюллетени по периодичности были скачаны в формате Эксель и исследованы по вышеуказанной тематике, обсуждены ниже и также показаны в виде графика 3 «Динамика доли расходов въездных посетителей Казахстана» [13].

Основная часть. Согласно проведенным исследованиям Международной ассоциации кулинарного туризма, установлено, что посетители тратят около 25% своего бюджета на еду и напитки. В зависимости от дестинаций данный показатель варьируется между 15% и 35%. При проведении данного исследования использовались методы вторичного исследования и интервью [14]. Следовательно, 25% это показатель, на который мы будем ориентироваться в дальнейшем.

Внутренний туризм. В 2021 году в общегосударственном статистическом наблюдении приняли участие 21 тысяча домохозяйств. За рассматриваемый период общие расходы внутренних посетителей составили 367,2 миллиардов тенге. Затраты на «питание» составили 68,7 миллиардов тенге, то есть 18,7% от всех затрат. Наибольшие показатели зарегистрированы по категориям «покупка товаров» и «услуги транспорта», 123,1 миллиардов тенге (33,5%) и 94,8 миллиардов тенге (25,8%) соответственно. По категории «проживание в местах размещения» сумма составила 43,9 миллиардов тенге (12%), что в свою очередь на 24,8 миллиарда тенге меньше, чем затраты на питание. В то же самое время наименьший показатель зафиксирован по категории «услуги туристских агентств и операторов» - 0,3 миллиарда тенге (0,1%) (рисунок 1).

Общие расходы в 2019 году внутренних посетителей составили 309,6 миллиардов тенге, что на 6% больше по сравнению с 2020 годом. Несмотря на это, в 2020г. затраты по статье «питание» увеличились на 1%, а еще через год с 2020г. на 2021г. рост составил 17,4%.

Стоит отметить, что статья затраты на «питание» зачастую входит в ТОП-3 затрат на ежегодной основе среди внутренних туристов.

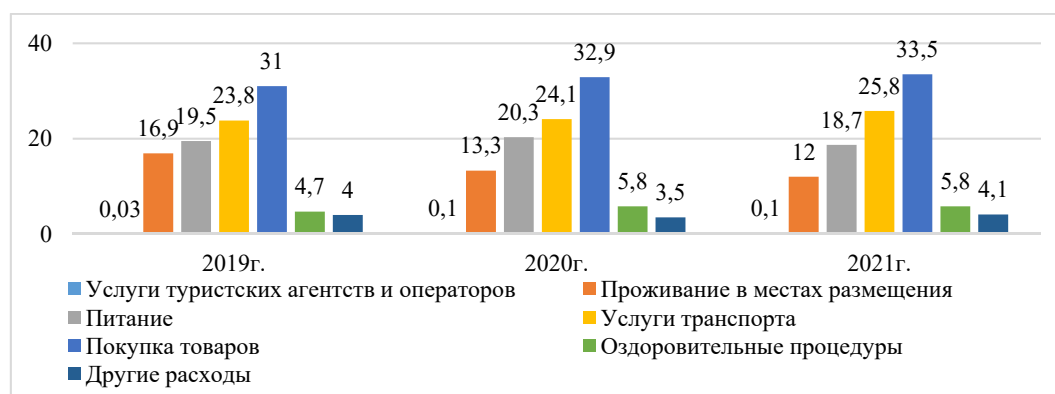


Рисунок 1. Расходы внутренних посетителей Казахстана в разрезе категорий на период 2019-2021 гг., % [13]

Среди регионов наибольшие затраты по категории «питание» зарегистрированы в городах Алматы, Астана и Карагандинской области, по 10,7 миллиардов тенге (16%), 7,7 миллиардов тенге (11,2%) и 6,9 миллиардов тенге (10%) соответственно. Наименьший показатель установлен в Атырауской области – 0,7 миллиардов тенге (таблица 1).

По приведенным данным видно, что затраты по статье «питание» выросли за рассматриваемый период.

Таблица 1

**Расходы внутренних посетителей Казахстана
в разрезе регионов по категории «питание» в 2019-2021 годах***

№	Регион	2019 г.	2020 г.	2021 г.
		Расходы, млрд. тг.		
1	г.Алматы	10,1	9,9	10,7
2	г.Астана	4,1	6,4	7,7
3	Карагандинская обл.	6,4	7,1	6,9
4	Алматинская обл.	6,5	5	6,7
5	Туркистанская обл.	4,6	5	6,7
6	Восточно-Казахстанская обл.	4,9	4,9	5,7
7	Мангистауская обл.	1,6	2,4	3,2
8	Жамбылская обл.	3	2,5	3,1
9	Актюбинская обл.	2,3	2	2,7
10	Костанайская обл.	2,1	1,9	2,7
11	г.Шымкент	2	2,1	2,4
12	Акмолинская обл.	2	1,9	2,3
13	Западно-Казахстанская обл.	2	1,9	2,2
14	Павлодарская обл.	1,8	1,8	2
15	Северо-Казахстанская обл.	1,4	1,2	1,6
16	Кызылординская обл.	2	1,9	1,4
17	Атырауская обл.	1,1	0,6	0,7
Всего по Казахстану		57,9	58,5	68,7

* Составлено авторами на основе данных Бюро национальной статистике АСПР РК

В связи с тем, что в 2020 году распространение коронавирусной инфекции COVID-19 по всему миру привело к ограничительным мерам по передвижению и путешествию во всем мире, статистические показатели роста экономики существенно понизились во всех отраслях. По этой причине следует отдельно выделить данные 2019 года как «допандемийные показатели».

По въездному туризму с 2017 году исследование не проводилось только в 2021г. из-за ограничений по въезду в Казахстан, введенных с целью предотвращения распространения коронавирусной инфекции. За рассматривать рассматриваемый период наибольший уровень расходов въездных посетителей по категории «питание» зарегистрирован в 2017 году, а к следующему году наблюдается резкое падение (рисунок 2). В 2022г. доля расходов по статье «питание» составило 14,5%.

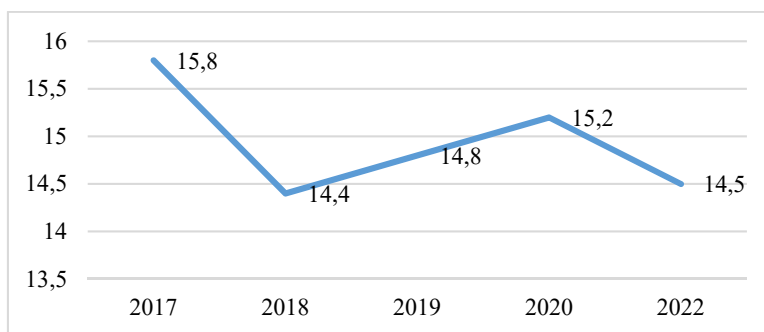


Рисунок 3. Доля расходов въездных посетителей Казахстана на питание, % [13]

Таким образом, стоит отметить, что расходы на питание у въездных посетителей является одной из основных статей расходов. Однако стоит отметить, что большинство туристов посещая предприятия питания в большинстве случаев заказывали блюда европейской и восточной кухни. Это обусловлено тем, что в стране очень мало ресторанных и иных предприятий питания, специализирующихся на приготовлении и продвижении блюд национальной кухни.

Заключение. По итогам данного исследования можно сделать следующие заключения и предположения.

Во-первых, уровень расходов внутренних и въездных посетителей Казахстана по «гастрономическому туризму» заметно отстает от средних мировых показателей. Данный показатель в 2021 году по внутренним посетителям составил 18,7%, что ниже среднего показателя по всему миру почти на 5%. Стоит учесть, что в целом это не является критическим показателем, так как нижний порог по миру составил 15%.

В то же самое время по въездным посетителям показатель по Казахстану данный показатель составил 14,5%, что ниже порога по миру. Стоит учитывать, что по официальным данным Бюро национальной статистики АСПР РК, доля внутреннего туризма ежегодно достигает 80%-85% от общего экономического вклада в туристской отрасли. Следовательно, на текущий момент представителям местного бизнеса в части «гастрономического туризма» менее интересен въездной посетитель. Это легко можно пронаблюдать по небольшому разнообразию предложений в Казахстане для иностранных посетителей по данному виду туризма. Наиболее прибыльным является позиционирование бизнеса на внутренних туристах.

В связи с этим, государственному сектору следует разработать системные меры по поддержке данного направления. Например, дальнейшая либерализация визово-миграционного режима сможет увеличить поток въездных посетителей.

Кроме того, частному сектору следует рассмотреть международный опыт по развитию подобного тур продукта. Во многих странах данный тур продукт продвигается в совмещенном тур пакете, где тот или иной турист может не только посетить ГНПП или отдохнуть на пляже, но еще посетить местную кухню.

Во-вторых, расходы внутренних и въездных посетителей Казахстана по «гастрономическому туризму» ежегодно увеличиваются. Несмотря на то, что существует отставание от среднего мирового показателя, в последние несколько лет наблюдается рост по расходам на «питание».

В-третьих, наибольшее количество расходов посетителей на «гастрономический туризм» зафиксировано в следующих регионах: г. Астана, г. Алматы, Карагандинской области. Наименьшее количество зарегистрировано в Атырауской области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Cruz F., Moral-Cuadra S., Tito J.Ch., López-Guzmán T. Gastronomic Motivations and Perceived Value Foreign Tourists in the City of Oruro (Bolivia Analysis Based on Structural Equations // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. – 2020. – Vol. 17(10). – Article number 3618. – 12 p.
2. Gálvez J., Granda M., López-Guzmán T., Coronel J. Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. // *Sustainable Cities and Society*. – 2017. – Vol. 32. – P. 604-612.
3. Оборин М.С. Тенденции формирования гастрономического туризма как самостоятельного вида услуг // *Современные проблемы сервиса и туризма*. – 2021. – № 4. – С. 17-27.
4. Доклад Генерального секретаря Всемирной туристской организации UNWTO, исследование *Global Report on Food Tourism*. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2019.4.g51w645001604505> (дата обращения: 26.03.2021).
5. Manuel R., Educardo S. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism // UNWTO. – 2020. – № 14. – P. 35-37.
6. Чемакин И.К. Гастрономический туризм в Италии: предпосылки формирования и тенденции развития. // *Туризм и региональное развитие*. – 2017. – Т. 4. – № 1. – С. 221-225.
7. Егорова Е.А., Лях О.А. Гастрономический туризм как перспективное направление развития туризма // *Материалы III Международной научно-практической интернет-конференции «Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом»*. – 2016. – С. 188-193.

8. Gheorghe G., Tudorache P., Nistoreanu P. Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? // *Cactus Tourism Journal*. – 2014. – № 1(9). – P. 12-21.
9. Fields K. Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors / Routledge. – 2002. – P. 126.
10. Chaney S., Ryan C. Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism // *International Journal of Hospitality Management*. – 2012. – № 2(31). – P. 309-318.
11. Морозов А.А. Гастрономический туризм: к истории понятия // *Экономика и бизнес: теория и практика*. – 2019. – № 1. – С. 87-92.
12. Сычева В.О., Шпенькова К.С. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире // *Концепт*. – 2014. – № 7. – С. 15-21.
13. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. [Электрон. ресурс]. – URL: <https://stat.gov.kz/>.
14. The world's leading authority on food & beverage tourism. [Электрон. ресурс]. – URL: <https://worldfoodtravel.org/news-the-economic-impact-of-food-tourism/>.

REFERENCES

1. Cruz F., Moral-Cuadra S., Tito J.Ch., López-Guzmán T. Gastronomic Motivations and Perceived Value Foreign Tourists in the City of Oruro (Bolivia Analysis Based on Structural Equations // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. – 2020. – Vol. 17(10). – Article number 3618. – 12 p.
2. Gálvez J., Granda M., López-Guzmán T., Coronel J. Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. // *Sustainable Cities and Society*. – 2017. – Vol. 32. – P. 604-612.
3. Oborin M.S. Tendentsii formirovaniya gastronomicheskogo turizma kak samostoyatel'nogo vida uslug [Trends in the formation of gastronomic tourism as an independent type of service] // *Sovremennyye problemy servisa i turizma*. – 2021. – №4. – S. 17-27 [in Russian].
4. Doklad General'nogo sekretarja Vsemirnoj turistkoj organizacii UNWTO, issledovanie [Report of the Secretary-General of the World Tourism Organization UNWTO] Global Report on Food Tourism [Electronic resource]. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2019.4.g51w645001604505> (Accessed: 26.03.2021) [in Russian].
5. Manuel R., Educardo S. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism // UNWTO. – 2020. – № 14. – P. 35-37.
6. Chemakin I.K. Gastronomicheskij turizm v Italii: predposylki formirovaniya i tendencii razvitiya [Gastronomic tourism in Italy: prerequisites for the formation and development trends] // *Turizm i regional'noe razvitie*. – 2017. – T. 4. – №1. – S. 221-225 [in Russian].
7. Yegorova Y.A., Lyakh O.A. Gastronomicheskij turizm kak perspektivnoye napravleniye razvitiya turizma [Gastronomic tourism as a promising direction for the development of tourism] // *Materialy III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii «Problemy, opyt i perspektivy razvitiya turizma, servisa i sotsiokul'turnoy deyatel'nosti v Rossii i za rubezhom»*. – 2016. – S. 188-193 [in Russian].
8. Gheorghe G., Tudorache P., Nistoreanu P. Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? // *Cactus Tourism Journal*. – 2014. – № 1(9). – P. 12-21.
9. Fields K. Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors / Routledge. – 2002. – P. 126.
10. Chaney S., Ryan C. Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism // *International Journal of Hospitality Management*. – 2012. – № 2(31). – P.309-318.
11. Morozov A.A. Gastronomicheskij turizm: k istorii ponyatiya [Gastronomic tourism: to the history of the concept] // *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*. – 2019. – №1. – S. 87-92 [in Russian].
12. Sycheva V.O., Shpen'kova K.S. Usloviya razvitiya gastronomicheskogo turizma v Rossii i v mire [Conditions for the development of gastronomic tourism in Russia and in the world] // *Kontsept*. – 2014. – № 7. – S. 15-21 [in Russian].
13. Ofitsial'nyy sayt Byuro natsional'noy statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazakhstan [Official website of the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan]. [Electronic resource]. – URL: <https://stat.gov.kz/> [in Russian].
14. The world's leading authority on food & beverage tourism [Electronic resource]. – URL: <https://worldfoodtravel.org/news-the-economic-impact-of-food-tourism/>.

Нурлыбаев Б.Б., Әбенев Е.М., Муталиева Л.М., Муканов А.Х.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ГАСТРОНОМИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Аңдатпа

Қазіргі уақытта гастрономиялық туризм оңтайлы өсу тенденциясына ие және одан әрі қарқынды дамуға болашағы бар. Бұған Дүниежүзілік туристік ұйымның (ЮНВТО) жыл сайынғы баяндамалары дәлел.

Келушілердің тұтыну деңгейін зерттеу гастрономиялық туризмнің даму ерекшелігін анықтауға қажетті бағыттардың бірі болып есептеледі. Осыған байланысты Қазақстандағы гастрономиялық туризмнің даму деңгейін анықтау осы ғылыми еңбектің мақсаты болып табылады.

Қазақстан Республикасының туризм саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасында гастрономиялық туризм іс-шаралары бөлек қарастырылмаған, басқа алма фестивалі, сұңқар мен ұлттық ойындар, көрмелер және т.б. сияқты іс шаралардың құрамында көрсетілген.

Мақалада «гастрономиялық туризмге» қатысы бар келушілер мен отандық келушілер шығындарының өсу деңгейі қарастырылады. Қазіргі уақытта әлемде мұндай зерттеуді жүргізудің ресми түрде бекітілген әдістемесі жоқ екенін ескере отырып, осы мақаланың авторлары Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының ресми деректеріне негізделген өз әдістемесін ұсынды.

Сонымен қатар, бұл мақалада Қазақстан Республикасының аймақтары жағдайында туристердің тамаққа кететін шығындары қарастырылады.

Nurlybayev B., Abenov Ye., Mutaliyeva L., Mukanov A.

TRENDS IN DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM IN KAZAKHSTAN

Annotation

Currently, gastronomic tourism has a positive growth dynamics and a favorable prospect for further development. Such trend presented by the annual reports of the World Tourism Organization (UNWTO).

The study of the consumption of visitors in gastronomic tourism is an integral component for understanding the level of development of this direction. In this regard, determining the level of development of gastronomic tourism in Kazakhstan is the purpose of this work.

In the State Program for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025, gastronomic tourism events are not considered separately, but are reflected in other events, such as apple festivals, falconry and national games, exhibitions etc.

The article examines the level of growth in the costs of inbound and domestic visitors for "gastronomic tourism". Considering that at the moment there is no officially established methodology for conducting such study, the authors of this article have proposed their own methodology based on official data from the Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan.

In addition, this article discusses the costs of tourists for food in the context of the regions of the Republic of Kazakhstan.

