

## МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РЕГІОНУ В УМОВАХ COVID-19\*

**Жиленко Катерина Миколаївна**

докт. екон. наук, доцент  
кафедри туристичного бізнесу та гостинності  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
49000, м. Дніпро, проспект Гагаріна, 72  
e-mail: zhilenkok@ukr.net  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3942-9467>

**Долгієр Аліса Ігорівна**

студентка V курсу  
кафедри туристичного бізнесу та гостинності  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
49000, м. Дніпро, проспект Гагаріна, 72  
e-mail: alice.dolgiier@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0609-6061>

Сфера туристичного бізнесу виступає одним з найбільш потужних та перспективних галузей розвитку національної економіки держав світу. Так, на сьогоднішній день все більшу популярність отримує сучасний альтернативний напрямок відпочинку – гастрономічний туризм, який виступає спеціалізованим видом туризму та включає в себе ознайомлення з національними кулінарними традиціями країн світу, а також дегустацію страв і напоїв, що є синтезом екології, культури і виробництва. Предметом дослідження в науковій статті є сучасні міжнародні тенденції розвитку ринку гастрономічного туризму Європейського регіону. Метою статті є оцінка міжнародних тенденцій розвитку ринку гастрономічного туризму та визначення ключових трендів для удосконалення ринку гастрономічного туризму в поточних умовах COVID-19. У даній науковій роботі застосовано наступні методи дослідження: описовий, історико-географічний, порівняльний, статистичний, систематизація та узагальнення, термінологічний аналіз, аналітичний, картографічний. Отримано наступні результати: визначено сучасні міжнародні тенденції розвитку гастрономічного туризму Європейського регіону, проаналізовано міжнародний досвід формування ринку гастрономічного туризму в провідних країнах Європи, визначено особливості привабливості ринку гастрономічного туризму в європейських країнах-лідерах з гостротуризму, досліджено чинники впливу на розвиток міжнародного ринку гастрономічного туризму. Результати досліджень даної теми можуть бути застосовані в сфері ресторанно-готельного бізнесу та туризму як ідеї для розвитку та нарощування конкурентних переваг у бізнесі, а також представлені для обговорення на семінарах та конференціях з даної сфери діяльності. Висновки: визначено ключові напрямки та основні тренди щодо функціонування, удосконалення та подальшого просування галузі гостротуризму як альтернативного напрямку туризму в поточних умовах COVID-19.

**Ключові слова:** індустрія гостинності, гастрономічний туризм, гостротуризм, гастрономія, туризм, міжнародний досвід, тренди розвитку.

**Постановка проблеми.** Туристична галузь завжди виступала вагомим складовою частиною економіки кожної провідної європейської країни, що сприяло вирішенню багатьох проблем, пов'язаних з формуванням ВВП країни, зайнятстю населення, створенням додаткових робочих місць, відкриттям підприємств, соціально-економічним розвитком окремих регіонів. Однак спалах хвороби

коронавірусу COVID-19 по всьому світу переформував міжнародні тенденції розвитку ринку гастрономічного туризму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питанням розвитку міжнародного ринку гастрономічного туризму займалися такі вчені як: Е.Воробьова [2], І.Комарницький [5], В. Корнілова [6], Г. Вишневецька [1], Т. Кукліна [7] та інші. Загалом зарубіжні та вітчизняні вчені

\* **Cite as:** Zhylenko, K., Dolgiier, A. (2021). International Experience and Current Trends in the Development of the Gastronomy Tourism Market of the European Region in the Conditions of Covid-19, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 14, 154-160. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-15>

приділяють велику увагу розвитку галузі гастротуризму, однак в сучасних умовах спалаху Пандемії коронавірусної хвороби дана тема потребує подальшого дослідження. Так, нестабільні економічні умови, спричинені хворобою коронавірусу на поточний стан індустрії гостинності та туризму розкриваються в роботах багатьох дослідників, насамперед в науковій праці О.Табенської [11], яка обґрунтувала основні засади та особливості діяльності сфери гостинності в умовах Пандемії. У праці М.Самілик та О.Кубрак [9], розглянуто особливості розвитку гастротуризму в умовах пандемії COVID-19. В дослідженні Р.Шевченко-Перепьолкіна надано перспективні шляхи щодо розвитку малого бізнесу в несприятливих умовах COVID-19. У роботі О.Мироненко-Шульган [8] проводиться аналіз малого бізнесу в умовах Пандемії та визначається позитивний ефект від застосування державного правового регулювання.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є оцінка міжнародних тенденцій розвитку

ринку гастрономічного туризму та визначення ключових трендів для удосконалення ринку гастрономічного туризму в поточних умовах COVID-19.

**Виклад основного матеріалу.** Сфера туристичного бізнесу виступає одним з найбільш потужних та перспективних галузей розвитку економіки кожної провідної країни, що водночас формує основні напрямки та тенденції розвитку світового ринку послуг в цілому. Так, в двадцять першому сторіччі сфера гастрономії та подорожей стала однією з ключових мотивів щодо здійснення подорожі закордон.

Гастрономічний туризм – це спеціалізований вид відпочинку, який включає в себе ознайомлення з національними кулінарними традиціями країн світу, а також дегустацію страв і напоїв, що є синтезом екології, культури і виробництва. Напрямок гастрономічного туризму охоплює більше двадцяти різноманітних галузей та майже два десятки видів гастрономічної діяльності (рис.1).



Рис.1. Узагальнюючий кластер гастрономічного туризму\*  
\*Складено автором на основі джерела [17]

Загальновідомо, що сьогоднішній день ринок гастрономічного туризму Європейського регіону виступає чи ненайпершим у світі за показником туристичної привабливості серед іноземних туристів. Згідно офіційного звіту «The Travel and Tourism Competitiveness» (рис. 2), складеним ВТО на 2019 р.,

Європейський туристичний регіон займає позиції регіона-лідера в галузі туризму, подорожей та гастрономії, що постійно підтверджується щорічними високими туристичними надходженнями (511 мільярдів дол. США) та загальною кількістю міжнародних прибуттів (662 мільярдів чол.).

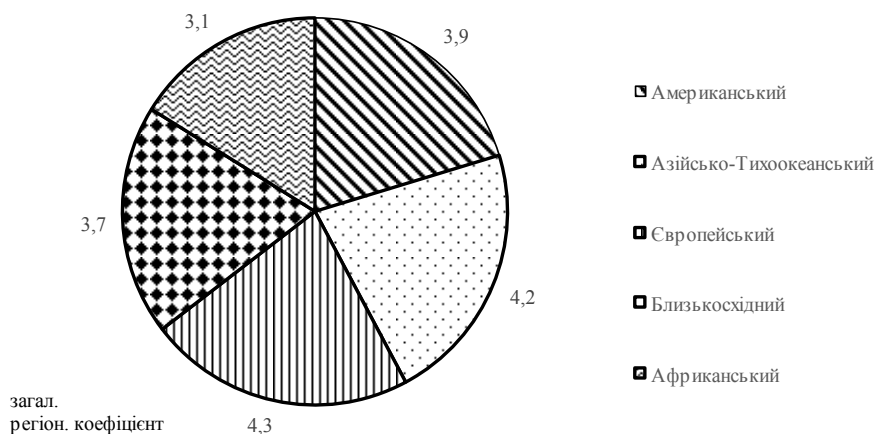


Рис.2. Порівняльна характеристика туристичних регіонів світу за показником конкурентоспроможності в галузі туризму та подорожей на 2019 р.\*  
\*Складено автором на основі джерела [15]

Кожна з наведених європейських країн користується значним попитом в галузі туризму та гастрономії, займаючи конкурентні позиції на міжнародному туристичному ринку протягом довгого часу. Така позитивна динаміка з боку збагачення даного сектору є

наслідком застосування значної кількості сучасних трендів та інноваційних підходів, що водночас обумовлює не лише розвиток кулінарної складової окремих країн, а й сприяє створенню своєї «економіки вражень» Європейського регіону для гастротуристів [14].

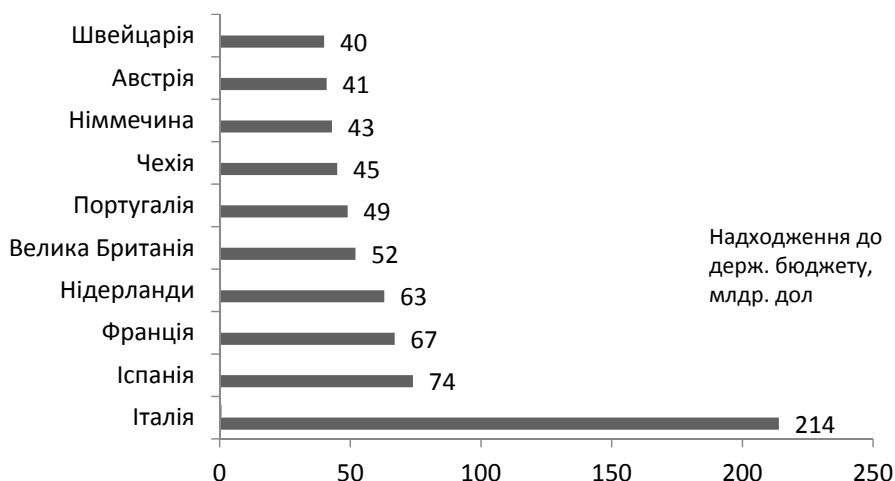


Рис.3. Європейські країни-лідери за гастрономічним туризмом у 2019 р.\*  
\*Складено автором на основі джерела [18]

Однак в умовах спалаху Пандемії коронавірусу протягом 2019-2021 рр. перед всім світом постало питання щодо зміни та переформування сучасних трендів гастрономічного господарювання в бік більш екологічних, безпечно-спрямованих та безконтактних заходів розвитку гастрономічного сектору з метою збереження та безпосереднього відновлення діяльності всіх суб'єктів індустрії гостинності, насамперед галузі гастрономії [4]. Таким чином, основними факторами відновлення та збереження галузі гастрономічного туризму в період спалаху хвороби COVID-19 в Європейському регіоні стали [16]:

- орієнтація на безпеку життя та здоров'я мандрівників, а саме підкреслення важливості прозорості мережевих операцій, висвітлювання протоколів санітарно-гігієнічних норм в закладах гостинності та ресторанному господарстві, щогодинне прибирання приміщень,
- гнучкість – перехід закладів ресторанного господарства на нові, більш виправдовні умови господарювання, скасування зборів за зміну дати бронювання для того, щоб мандрівники відчували себе комфортніше при здійсненні бронювання;
- проінформованість та завчасність – туристичні напрямки можуть підкреслити дану

маркетингову стратегію як ефективний метод залучення туристів;

4) сталість та екологічність – дотримання карантинних мір протягом 2020-2021 рр. привнесло неабияку користь навколишньому довкіллю. У статті PhocusWire від листопада 2020 року говорилося: «Пандемія фактично натиснула кнопку паузи щодо викидів, які, за прогнозами, будуть на 8% менше у 2020 році, ніж у 2019 році»;

5) державна підтримка – в період загострення коронавірусної хвороби державне правління європейських країн світу виділяло значну суму коштів для зменшення ризиків банкрутства в галузі готельно-ресторанного господарства та інших суміжних сфер ведення туристичної діяльності.

Серед інших ключових європейських трендів розвитку гастротуризму (рис.4) слід виділити орієнтацію на продукти нового «альфа-покоління» – просування рослинного харчування та альтернативних білкових речовин, пошук нових смаків та вражень, використання в сфері готельно-ресторанного господарства кулінарної робототехніки та «хмарної кухні», що зможуть спеціалізуватися на швидкому та якісному приготуванні страв в умовах обмеженого відвідування кафе-залів та відтворення сервісу онлайн-доставки, перехід ресторанів та постачальників продукції на цифрові кулінарні платформи та платіжні гастро-карти, мінімізація та утилізація харчових відходів, екологічне пакування продуктів [14].



Рис.4. Сучасні європейські тенденції розвитку гастрономічного туризму\*  
\*Складено автором на основі джерела [16]

Дотримання та підкріплення наявних європейських тенденцій господарювання та інноваційних пропозицій ринку гастрономічного туризму зможе активно спрямувати зусилля суб'єктів індустрії гостинності на відновлення та поступове збагачення галузі гастрономічного туризму в сучасних нестабільних умовах.

**Висновки.** В сучасних нестабільних умовах, спричинених COVID-19 основними напрямками щодо відновлення, покращення та стабілізації ринку гастрономічного туризму Європейського регіону стало обрання стратегії переходу індустрії гостинності на безконтактну основу господарювання, а саме в онлайн-сервіси та соціальні мережі через застосування сервісу доставки, представлення на цифрових кулінарних платформах та платіжних гастро-

картах з метою оптимізації замовлень та вартості послуг, використання в сфері готельно-ресторанного господарства кулінарної робототехніки, віртуальних гастрономічних турів та «хмарної кухні», що зможуть спеціалізуватися на швидкому та якісному приготуванні страв в умовах обмеженого відвідування кафе-залів, мінімізацію та поетапну утилізацію харчових відходів, а також екологічне пакування продуктів, що повернуло цей напрям в бік цілісного якісного розвитку. Застосування інноваційних тенденцій та кулінарних трендів країнами Європейського регіону може стати потужним стимулом та прикладом для інших регіонів, а також так званою відповіддю на сучасні світові виклики в туристичній індустрії.

## INTERNATIONAL EXPERIENCE AND CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE GASTRONOMY TOURISM MARKET OF THE EUROPEAN REGION IN THE CONDITIONS OF COVID-19

**Kateryna Zhylenko**, Dr. econ. sciences, Associate Professor, Department of Tourism Business and Hospitality, Oles Honchar Dnipro National University, 49000, Dnipro, 72 Gagarin Avenue, e-mail: zhilenkok@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3942-9467>

**Alisa Dolgiier**, 5th year student, Department of Tourism Business and Hospitality, Oles Honchar Dnipro National University, 49000, Dnipro, 72 Gagarin Avenue, e-mail: alice.dolgier@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0609-6061>

The sphere of tourism business is one of the most powerful and promising sectors of the national economy of the world. Today the modern alternative destination is gaining popularity - gastronomic tourism, which is a specialized type of tourism and includes acquaintance with the national culinary traditions of the world, as well as tasting of food and beverages, which is a synthesis of ecology, culture and production. The subject of research in the scientific article is the current international trends in the development of the gastronomic tourism market of the European region. The aim of the article is to assess the international trends in the development of the gastronomic tourism market and identify key trends for improving the gastronomic tourism market in the current conditions of COVID-19. In this scientific work the following research methods are used: descriptive, historical-geographical, comparative, statistical, systematization and generalization, terminological analysis, analytical, cartographic. The results of research on this topic can be used in the field of restaurant and hotel business and tourism as ideas for the development and increase of competitive advantages in business, as well as presented for discussion at seminars and conferences in this field. Conclusions: the study of current international trends and innovative trends in the market of gastronomic tourism in the European region allowed to identify key areas and key trends in the functioning, improvement and further promotion of gastronomy as an alternative direction of tourism in the current environment.

**Keywords:** hospitality industry, gastronomic tourism, gastrotourism, gastronomy, tourism, international experience, development trends.

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ COVID-19

**Жиленко Екатерина Николаевна**, докт. экон. наук, доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства, Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, 49000, г. Днепр, проспект Гагарина, 72, e-mail: zhilenkok@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3942-9467>

**Долгьер Алиса Игоревна**, студентка V курса кафедры туристического бизнеса и гостеприимства, Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, 49000, г. Днепр, проспект Гагарина, 72, e-mail: alice.dolgier@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0609-6061>

Сфера туристического бизнеса выступает одной из наиболее перспективных областей развития национальной экономики государств мира. Так, на сегодняшний день все большую популярность получает современное альтернативное направление отдыха – гастрономический туризм, который выступает специализированным видом туризма и включает ознакомление с национальными кулинарными традициями стран мира, а также дегустацию блюд и напитков, являющихся синтезом экологии, культуры и производства. Предметом исследования в научной статье являются современные международные тенденции развития рынка гастрономического туризма Европейского региона. Целью статьи является оценка международных тенденций развития рынка гостротуризма и определение ключевых трендов по усовершенствованию рынка гастрономического туризма в условиях COVID-19. Результаты исследований данной темы могут быть применены в сфере ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма как идеи развития и наращивания конкурентных преимуществ в бизнесе, а также представлены для обсуждения на семинарах и конференциях по данной сфере деятельности. Выводы: исследования современных международных тенденций и инновационных трендов развития рынка гастрономического туризма Европейского региона позволили определить ключевые направления и основные тренды по функционированию, усовершенствованию и дальнейшему продвижению отрасли гостротуризма как альтернативного направления туризма в условиях пандемии COVID-19.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, гастрономический туризм, гостротуризм, гастрономия, туризм, международный опыт, тренды развития.

### Література

1. Вишневецька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. К., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. Вип. 31. С. 112–118.
2. Воробьева Э. В. Мировые фестивали. *Туризм и отдых*. 2007. № 37. С.3.
3. Гребенюк Г. М., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Трансформація та розвиток підприємств ресторанного бізнесу України в умовах пандемії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 7. С. 14–19.

4. Долгієр А.І., Редько В.Є. Сучасні маркетингові канали з просування туристичного продукту. *Глобальні тенденції в економіці, фінансах та управлінні*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 2 жовт. 2020 р.), Одеса: Східноєвропейський центр наук. досліджень, 2020. с. 121-123.
5. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. *Географія та туризм*: наук. зб. ред. кол. Я.Б.Олійник, 2011. Вип. 14. С.101–106.
6. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 25.11.2021).
7. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України: веб-сайт. URL: <http://surl.li/bacwc> (дата звернення: 14.11.2021).
8. Мироненко-Шульган О. М. Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19: правове регулювання фінансової підтримки державою. Національна асоціація адвокатів України: веб-сайт. URL: <http://surl.li/atyte> (дата звернення: 14.11.2021).
9. Самілик.М., Кубрак.О. Особливості розвитку гастрономічного туризму України в умовах пандемії COVID-19. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2021. Серія: Туризм, 4 (1), с. 99–107.
10. Сливенко В. А., Долгієр А. І., Хрулькова К. А. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному туристичному ринку. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7054> (дата звернення: 15.11.2021).
11. Табенська О. І. Особливості діяльності сфери гостинності в умовах пандемії. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2021. №1 (71). С. 40–45.
12. Карантин. Як світ рятує туристичну галузь. Укрінформ: веб-сайт. URL: <http://surl.li/skbd> (дата звернення: 14.11.2021).
13. Global Report on State of the Industry Food & Beverage Tourism. WFTA: web-site URL: <http://surl.li/skbf> (дата звернення: 14.11.2021).
14. The Top 5 Trends Shaping the European Food Industry. Official site of «Plug and play»: web-site URL: <http://surl.li/arycv> (дата звернення: 08.11.2021).
15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Official site of «UNWTO»: web-site URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) (дата звернення: 05.11.2021).
16. Travel Trends in 2021: What to Expect from the Future of Travel After COVID-19. Official site of «Smart travel»: web-site URL: <http://surl.li/arlpri> (дата звернення: 15.11.2021).
17. The World Food Travel Association: web-site. URL: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>. (дата звернення: 09.11.2021).
18. World tourism Barometer. Official site of «UNWTO»: web-site URL: <http://surl.li/vino> (дата звернення: 08.11.2021).

## References

1. Vishnevskaya, G.G. (2013). Potentsial kulinarynykh turiv u konteksti spetsializovanoho turyzmu. [Potential of culinary tours in the context of specialized tourism]. *Actual problems of history, theory and practice of art culture*, vol. 31, pp. 112-118.
2. Vorobyeva, E. V. (2007). Myrovye festyvaly. [World Festivals]. *Tourism and rest*, vol. 31, pp. 3–4.
3. Hrebenuk.H., Martseniuk.L., Zadoya.V. and Pikulina.O. (2021). Transformatsiia ta rozvytok pidpriemstv restorannoho biznesu Ukrainy v umovakh pandemii. [Transformation and development of restaurant business enterprises of Ukraine during the pandemic]. *Investytsiyni: praktyka ta dosvid*, vol. 7, pp. 14–19.
4. Dolhiier A.I., Redko V.Ye. (2020). Suchasni marketynhovi kanaly z prosuvannia turystychnoho produktu. [Modern marketing channels for the promotion of tourist products]. *Global trends in economics, finance and management*: vol. 6, pp. 121-123.
5. Komarinitsky, I.O. (2011). Kulinaryni turyzm v Ukraini: stan i perspektyvy rehionalnoho rozvytku v konteksti pidhotovky do YeVRO 2012. [Culinary tourism in Ukraine: the state and prospects of regional development in the context of preparation for EURO 2012], *Geography and tourism*, vol. 14, pp. 101-106.
6. Kornilova, V. V. and Kornilova, N. V. (2018). Suchasni tendentsii rozvytu hastronomichnoho turyzmu. [The modern trends of gastronomic tourism development]. *Effective economy*, vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> (Accessed 25 Nov 2021).
7. Kuklina, T. S. (2013). Hastronomichniy turyzm na turystychnomu rynku Ukrainy. [Gastronomic tourism in the tourist market of Ukraine], *Modern directions of theoretical and applied researches*, available at: <http://surl.li/bacwc> (Accessed 13 March 2013).
8. Myronenko-Shulhan O. M. (2021). Malyi biznes v umovakh pandemii COVID-19: pravove rehuliuвання finansovoi pidtrymky derzhavoiu. [Small business in the context of the COVID-19 pandemic: legal regulation of financial support by the state]. Available at: <http://surl.li/atyte> (Accessed 14 November 2021).
9. C Samilyk.M., Kubrak.O. (2021). Osoblyvosti rozvytku hastronomichnoho turyzmu Ukrainy v umovakh pandemii COVID-19. [Features of development of gastronomic tourism of Ukraine in the conditions

of pandemic COVID-19]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts*. vol. Tourism, 4 , no. 1, pp. 99-107.

10. Slivenko, V. A., A. I. Dolghier and Khrulkova, K. A. (2019). Shliakhy aktyvizatsii vitchyznianoho hasroturyzmu na mizhnarodnomu turystychnomu rynku. [Ways of activation of domestic gastroturizm on the international tourist market]. *Effective economy*, vol. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7054> (Accessed 15 Nov 2021).

11. Tabenska O. I. (2021). Osoblyvosti diialnosti sfery hostynnosti v umovakh pandemii. [Features of the hospitality industry in a pandemic]. *Scientific view: economics and management*. vol. 71, no. 1, pp. 40–45.

12. Karantyn. Yak svit riatuie turystychnu haluz. [Quarantine. How the world saves the tourism industry] Available at: <http://surl.li/skbd> (Accessed 14 November 2021). [in Ukrainian]

13. Global Report on State of the Industry Food & Beverage Tourism. WFTA: web-site URL: <http://surl.li/skbf> (Accessed 14 November 2021).

14. The Top 5 Trends Shaping the European Food Industry. Official site of «Plug and play»: web-site URL: <http://surl.li/apycv> (Accessed 8 November 2021).

15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Official site of «UNWTO»: web-site URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) (Accessed 5 November 2021).

16. Travel Trends in 2021: What to Expect from the Future of Travel After COVID-19. Official site of «Smart travel»: web-site URL: <http://surl.li/arlpi> (Accessed 15 November 2021).

17. The World Food Travel Association: web-site. URL: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>. (дата звернення: 09.11.2021).

18. World tourism Barameter. Official site of «UNWTO»: web-site URL: <http://surl.li/vino> (Accessed 8 November 2021).

*Стаття надійшла до редакції 25 листопада 2021 р.*

*Стаття рекомендована до друку 26 грудня 2021 р.*

*Науковий керівник: докт. екон. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара Жиленко Катерина Миколаївна.*