УДК 911.3: 791.9

Ганчукова Олександра Володимирівна Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: ganchukova@gmail.com

Мотузенко Олена Олександрівна, кандидат географічних наук, доцент Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: o.motuzenko@mbfnabat.org

Петліна Дарина Вадимівна Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: daryna.petlina@gmail.com

Кузнєцова Оксана Вікторівна Асоціація «Туризм Одеси», м. Одеса, Україна, e-mail: welcome2ods@gmail.com

ФЕСТИВАЛЬНА ДІЯЛЬНОСТІ У ЕНОГАСТРОНОМІЧНОМУ ТУРИЗМІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Мета. Аналіз фестивальної діяльності в Україні у сфері еногастрономічного туризму та рекреації, їх територіальна диференціація та вплив на розвиток соціуму та дестинацій.

Методика. На засадах загальнонаукових аналітичних та логічних (порівняльних) методів досліджено інформаційні масиви даних у сфері еногастрономічного туризму та рекреації, визначено особливості впливу фестивальної діяльності у еногастрономічному туризмі на суспільство та територію регіону, на основі методів графічної візуалізації проведено систематизацію енгастрономічних фестивалів в Україні.

Результати. Описано особливості впливу фестивальної діяльності у рамках еногастрономічного туризму. Створено Календар еногастрономічних фестивалів в Україні за 2018 рік, як маркетинговий інструмент для створення еногастрономічної туристичної пропозиції та її просування.

Наукова новизна. Визначено специфіку впливу фестивальної діяльності у сфері еногастрономічного туризму на суспільство і територію регіону, досліджено територіальну диференціацію фестивальної діяльності у сфері еногастрономічного туризму в Україні.

Практична значимість полягає у тому, що врахування впливу фестивальної діяльності на суспільство та територію регіонів України у сфері еногастрономічного туризму може вивести галузь на якісно новий рівень формування туристичної пропозиції, сприяти створенню сучасного конкурентноспроможного туристичного продукту в еногастрономічному туризмі.

Ключові слова: територія, еногастрономія, еногастрономічний туризм, винно-гастрономічний туризм, Календар еногастрономічних фестивалів в Україні.

УДК 911.3: 791.9

Ганчукова Александра Владимировна Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, г. Киев, Украина, e-mail: ganchukova@gmail.com

Мотузенко Алена Александровна, кандидат географических наук, доцент Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, г. Киев, Украина, e-mail: o.motuzenko@mbfnabat.org

Петлина Дарина Вадимовна Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, г. Киев,

Кузнецова Оксана Викторовна Украина,e-mail: daryna.petlina@gmail.com
Ассоциация «Туризм Одессы», г. Одесса, Украина, e-mail:welcome2ods@gmail.com

ФЕСТИВАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭНОГАСТРОНОМИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ УКРАИНЫ

Цель. Анализ фестивальной деятельности в Украине в сфере эногастрономического туризма и рекреации, их территориальная дифференциация и влияние на развитие социума и дестинаций.

Методика. На основе общенаучных аналитических и логических (сравнительных) методов исследованы информационные массивы данных в сфере эногастрономического туризма и рекреации, определены особенности влияния фестивальной деятельности в эногастрономическом туризме на общество и территорию региона, на основе методов графической визуализации проведена систематизация енгастрономических фестивалей в Украине.

Результаты. Описаны особенности влияния фестивальной деятельности в рамках эногастрономического туризма. Создан Календарь эногастрономических фестивалей в Украине за 2018, как маркетинговый инструмент для создания эногастрономического туристического предложения и его продвижения.

Научная новизна. Определена специфика влияния фестивальной деятельности в сфере эногастрономического туризма на общество и территорию региона, исследовано территориальную дифференциацию фестивальной деятельности в сфере эногастрономического туризма в Украине.

Практическая значимость заключается в том, что учет влияния фестивальной деятельности на общество и территорию регионов Украины в сфере эногастрономического туризма может вывести отрасль на качественно новый уровень формирования туристического предложения, способствовать созданию современного конкурентоспособного туристического продукта в эногастрономическом туризме.

Ключевые слова: территория, эногастрономия, эногастрономический туризм, винно-гастрономический туризм, Календарь эногастрономических фестивалей в Украине.

UDC 911.3: 791.9

Hanchukova Oleksandra Volodymyrivna Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: ganchukova@gmail.com

Motuzenko Olena Oleksandrivna, PhD in Geography, Associate Professor Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: o.motuzenko@mbfnabat.org

Petlina Daryna Vadymivna Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: daryna.petlina@gmail.com

Kuznetsova Oksana Viktorivna Odessa Tourism Association, Odessa, Ukraine, e-mail: welcome2ods@gmail.com

FESTIVAL ACTIVITIES IN THE ENOGASTRONOMIC TOURISM: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR UKRAINE

Aim. Analysis of the festival activities in Ukraine in the field of enogastronomic tourism and recreation, their territorial differentiation and influence on the development of society and destinations.

Methodology. Based on general scientific, analytical and logical (comparative) methods, information data sets in the field of enogastronomic tourism and recreation were studied, determined the peculiarities of the influence of festival activities in enogastronomic tourism on society and the territory of the region, systematized gastronomic festivals in Ukraine based on graphic visualization methods.

Results. Described the features of the influence of the festival activity in the framework of enogastronomic tourism. Created a calendar of enogastronomic festivals in Ukraine for 2018 as a marketing tool for creating an enogastronomic tourist offer and its promotion.

Scientific novelty. Determined specific character of the influence of the festival activity in the field of enogastronomic tourism on the society and territory of the region, investigated the territorial differentiation of the festival activity in the field of enogastronomic tourism in Ukraine.

The practical significance lies in the fact that taking into account the influence of the festival activity on the society and territory of the regions of Ukraine in the field of enogastronomic tourism can lead the industry to a qualitatively new level of tourism offer formation, contribute to the creation of a modern competitive tourism product in enogastronomic tourism.

Keywords: territory, enogastronomy, enogastronomic tourism, wine-gastronomic tourism, calendar of enogastronomic festivals in Ukraine.

Постановка проблеми. Туризм в Україні розвивається у досить складних економічних умовах з використанням моделей розвитку, спрямованих лише на збільшення кількісних показників (без поліпшення якості) розвитку галузі, тобто отримання прибутків будь-якою ціною та ігнорування принципів сталого розвитку, що призводить до нераціонального використання та виснаження туристсько-рекреаційних ресурсів країни. Одночасно, такий важливий ресурс, як гастрономія та вино (еногастрономія) у більшості випадків залишається в Україні поза фокусом уваги, хоча міжнародний досвід свідчить, що вони виступають об'єктивною передумовою успішного розвитку як національного, так і міжнародного туризму. Статистичні дані свідчать, що 88,2% дестинацій вважають гастрономію стратегічним елементом у визначенні свого іміджу та бренду. За оцінками Всесвітньої асоціації їжі та подорожей, гастрономічний туризм сприяє надходженню 150 млрд. доларів щорічно [9].

Фестивальну діяльність слід вважати одним з ефективних засобів просування еногастрономії. Тому, важливим є питання дослідження впливу еногастрономічних фестивалів на розвиток дестинацій (локального та регіонального рівнів), підвищення якості організації фестивалів та створення системи маркетингових заходів щодо їх популяризації. На теперішній час в Україні гостро відчувається брак інформаційної забезпеченості фестивальної діяльності у сфері еногастрономічного туризму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження винного та гастрономічного туризму вже давно популярні в англомовному світі. Одними з перших, хто почав широко висвітлювати важливість цього швидко зростаючого напрямку туристичної галузі були Майкл Холл і Ліз

Шарплз у своїй книзі «Продовольчі та винні фестивалі та події навколо світу» [3]. Продукти харчування та вино, а також свята та події відіграють важливу роль у розвитку та регенерації сільських місцевостей і міст, а наслідки цих подій можуть мати значний вплив на соціальному, політичному, економічному та екологічному рівні. Їх книга визнає розвиток еногастрономічних фестивалів як частину регіональних і національних стратегій розвитку туризму та використовує міжнародні тематичні дослідження для ілюстрації практики та контекстуальної теорії. Австралійська дослідниця Анн-Мари Хеде розглядає приклади того, як дестинації адаптують івент стратегії для розвитку економіки та гастронимічного туризму [4]. Італійські науковці Алессіо Кавіккі та Крістіна Сантіні розглядають питання еногастрономії в Європі з точки зору зацікавлених сторін, досліджують позитивні та негативні впливи еногастрономічних івентів; виокремлюють найкращі практики для максимізації переваг, які виникають внаслідок івентів. Значну увагу автори приділяють дослідженню ролі місцевих спільнот, розповсюдженню знань, ефективності впливу івентів на формування споживчої свідомості щодо місцевої продукції, а також чинникам, які допомагають або перешкоджають успіху еногастрономічних івентів [5]. Дженнифер Лаінг, Варвік Фрост і Меліса Кеннеді розглядають еногастрономічні фестивалі та фермерські ринки як досить новий і все більш популярний інструмент розвитку гастрономічної індустрії [6].

Дослідження винного та гастрономічного туризму в Україні – це відносно молодий напрям, який набув активного розвитку протягом останніх десяти років. Питання теорії розвитку еногастрономічного туризму висвітлюються у роботах Мотузенко О. О., Басюк Д. І., Домарецького В. О., Руднєвої М., Чернової Г. В., Петліної Д. В. та інших.

Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Еногастрономія, яка історично виступає одним із найголовніших компонентів територіальної ідентичності народів, їх стилю життя, в останні роки стрімко набуває значення об’єкту туристичного тяжіння та одного з основних індикаторів у процесі брендингу туристичних дестинацій. Туристична діяльність, що одночасно поєднана з виноградарством і виноробством, та включає етнокультурні традиції харчування, представлена таким видом туризму як еногастрономічний (винно-гастрономічний), що став унікальною можливістю регіонального розвитку для багатьох країн. Еногастрономія виступає важливою складовою туристсько-рекреаційного потенціалу території, джерелом формування її ідентичності, а еногастрономічні об’єкти – об’єктами туристичного тяжіння. У зв’язку з цим необхідно приділити особливу увагу дослідженню інтеграційних процесів між гастрономією та туристсько -рекреаційною діяльністю.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз фестивальної діяльності в Україні у сфері еногастрономічного туризму та рекреації, її територіальна диференціація та вплив на розвиток соціуму та дестинацій.

Виклад основного матеріалу. За даними дослідження, проведеного організацією Великі винні столиці (Great Wine Capitals), виноробні підприємства стверджують, що в середньому 19,5% їх доходів надходить безпосередньо від винного туризму. При чому 68% респондентів виноробної промисловості заявляють, що їхня діяльність у сфері винного туризму є «фінансово життєздатною» [7]. Також, експерти з туризму зазначають, що сегмент винного туризму щорічно зростатиме на 7-12% [2].

Загалом, гастрономічний туризм має на меті знайомство з особливостями місцевих продуктів, історією і традиціями їх виробництва та споживання, а також можливість відвідання різноманітних пов'язаних тематичних івентів (фестивалів, конкурсів, майстер-класів). Вино, яке віднесено до продуктів харчування у провідних виноробних країнах, є одним з ключових елементів гастрономічних івентів. Еногастрономічні фестивалі відіграють важливу роль в ознайомленні туристів з місцевим колоритом, котрий відкриває особливості автентичної культури дестинації.

У 2012 р. Всесвітня туристична організація опублікувала «Міжнародну доповідь по гастрономічному туризму» (Global Report on Food Tourism, UNWTO, 2012), в якій було представлено широкий аналіз сучасної ситуації в області гастрономічного туризму. Згідно результатів масштабного опитування, 79% респондентів вважають, що гастрономічні події є найбільш важливою складовою гастрономічної туристичної пропозиції, які сприяють розвитку регіону. За ними по зменшенню значущості йдуть гастрономічні маршрути, кулінарні класи, майстер-класи, семінари (62%), фестивалі, ярмарки, виставки, які представляють місцеву продукцію і кухню (59%) і нарешті походи й тури на ринки і харчові підприємства. Опитування також показало, що більшість туристів вважають гастрономічні (еногастрономічні) фестивалі найбільш впливовими гастрономічними подіями [7].

Еногастрономічні івенти (в т.ч. фестивалі) однаково успішно проявляють себе у якості об'єктів туристичного тяжіння як для великих дестинацій (міст, регіонів), так і малих (малі міста та сільська місцевість). Зважаючи на це, необхідно розмежовувати поняття винного туриста та винного рекреанта.

Винні туристи поділяються на декілька категорій:

1) експерт з вина (англ. wine expert), який має глибокі знання про вина, технологію виробництва, винні ландшафти та зацікавлений у відвідуванні виноробень задля дегустації, вивчення та подальшої закупівлі вина; таких туристів називають «енофілами».

2) винний любитель (англ. wine lover) – турист, який любить вина, має певний досвід у дегустації вина, відвідування винних дестинаій і бажає поглибити свої знання;

3) пересічний винний турист (англ. occasional wine tourist, or wine curious), який має поміркований інтерес до вина, задовольняється базовими знаннями про вино, мотивований туром не «винними» причинами, а

виноробні та інші винні атракції розглядає як додаткову туристичну атракцію [2].

4) винний рекреант – це людина з будь якої з вищезазначених категорій, але яка задля задоволення своїх потреб не виїжджає за місце свого постійного проживання або виїжджає на короткочасний період (до 24 годин).

Якщо фокус уваги еногастрономічного фестивалю спрямовано на вино, як основний продукт, а супровід та поєднання вина з іншими гастрономічним продуктами не є темою фестивалю, можливо говорити про винний фестиваль. Необхідно розуміти той факт, що винні фестивалі у сільському та міському (урбаністичному) просторі відрізняються не лише основною часткою відвідувачів, а й загальним впливом на простір (територію) та соціум (див. таблицю 1).

Таблиця 1.

Вплив винних фестивалів на сільський та урбаністичний прості

	Урбаністичний простір	*Сільський простір*
	Формування рекреаційно-туристичної привабливості міста, стимулювання інтеграційних процесів виноробної, туристичної, сувенірної та ін. галузей	Валоризація території, в т.ч. виноградарських ландшафтів, місцевої автентичної культури та традицій
Споживачі (винний турист/ винний рекреант)	1. Винна рекреація (відтворення фізичних, емоційних і психологічних ресурсів людини). 2. Формування культури споживання вина. 3. Підвищення освітнього рівня споживача (включно із туристичною послугою).	
Організатори / місцеві спільноти	1. Стимулювання попиту. 2. Створення та укріплення іміджу (бренду) продукту, виробника, дистриб'ютора. 3. Створення додаткової вартості продукту. 4. Сприяння формуванню рекреаційно-туристичної привабливості локації фестивалю.	1. Культурний та економічний розвиток дестинації. 2. Валоризація культурного ландшафту. 3. Вплив на продукт (вино) шляхом створення додаткової вартості.
Фестивалі (найкращі практики)	• фестиваль вина в Бордо «Bordeaux Fete le Vin», Франція; • фестиваль вина в Лімассоле «Limassol Wine Festival», Кіпр; • Сицилійський Blues &Wine Soul Festival, Агрідженто, Італія; • фестиваль вина Wurstmarkt, Дюркгейм, Німеччина; • винний фестиваль у Фрайбурзі, Німеччина; • фестиваль домашнього вина, Кохель, Німмеччина.	• свято врожаю Сан-Матео в Ріохе, Іспанія; • винна битва (Batalla del Vino) в Аро, Іспанія. • Відкриті підвали (Cantine Aperte), Італія • Мистецтво у Келиху (Arte nel Bicchiere), Італія • Свято «Божоле Нуво» (Beaujolais Nouveau), Божо, Франція

Таким чином, на фестивалі вина в урбаністичному просторі тяжіють винні рекреанти, які бажають розширити свої знання про вино не покидаючи своє місце проживання. Одночасно світовий досвід показує, що багаторічні фестивалі вина, за умови вдалої маркетингової політики їх просування виступають потужними об'єктами туристичного тяжіння та візитівками туристичних дестинацій на національному рівні. Авторами проаналізовано міжнародний досвід організації еногастрономічних фестивалів, визначено найкращі практики проведення винних івентів у Франції, Італії, Іспанії, Німеччині, на Кіпрі та виявлено позитивні впливи еногастрономічних фестивалів на туристів, місцеві спільноти та, в цілому, на культурний ландшафт дестинації (таблиця 1). Якщо розглядати винні івенти у сільській місцевості у зазначених виноробних країнах, то основну частину відвідувачів складають винні туристи. Мотиваційними факторами їхньої подорожі можуть виступати: дегустація та придбання вина, розширення знання про винну дестинацію, еногастрономічний досвід (споживання страв місцевої кухні у поєднанні з винами), досвід участі у святах врожаю, споглядання виноградарських ландшафтів (англ. experience in rural landscape), спілкування із місцевими виноробами, вдосконалення культури споживання вина та інше. Проведення винних фестивалів у сільському просторі має переваги як і для споживачів (винних туристів і рекреантів), так і для місцевих спільнот, котрі можуть виступати організаторами цих івентів. Споживання вина в районах його безпосереднього виробництва, тобто його локалізаційні особливості, є основою пропаганди туристичних можливостей переважно сільської місцевості, і є шляхом популяризації умов і можливостей регіонів виноробства щодо розвитку туризму через культуру споживання вина. Еногастрономічна туристична пропозиція має комплексний характер: до дегустації вина долучаються страви національної кухні, оглядові екскурсій, ознайомлення з архітектурою, культурою, історією, природою та сьогоденням певної дестинації, що сприяє валоризації території в цілому. Важливим для місцевих спільнот є усвідомлення того факту, що виноградарсько-виноробні ландшафти належать до найбільш атрактивних ландшафтів для туристів. Це означає, що дані ландшафти виступають ресурсом, який може приносити прибуток за умови успішної інтеграції з туристичною та іншими галузями, виступати візитівкою туристичної дестинації. Одночасно відбувається процес валоризації і самих виноградарських ландшафтів. Для виноробних підприємств винні фестивалі – гарна можливість привернути увагу до торгової марки, завоювати тривалу прихильність споживача, байерів та збільшити обсяги продажів. За рахунок винних івентів також формується певний імідж території. Таким чином, фестивальна активність місцевих спільнот сприяє як культурному, так й економічному розвитку, вплив якого безпосередньо відображатиметься на ключових продуктах еногастрономічних фестивалів, тобто вині та типових продуктах і стравах. Це дає змогу забезпечити надходження додаткових інвестицій до регіону не тільки у

виноградарсько-виноробну, а також й у супутні галузі (наприклад, індустрію харчових сувенірів). У містах еногастрономічні фестивалі мають значно менш виражену гастрономічну складову, тому часто позиціонуються як винні фестивалі. Головними перевагами проведення винних фестивалів у містах для організаторів таких подій є стимулювання попиту на винну продукцію, формування рекреаційно-туристичної привабливості та іміджу локації, розвиток інфраструктури та послуг, а також створення та укріплення бренду продукту.

Вплив фестивалів на відвідувачів має декілька аспектів: формування культури споживання вина; сприяння відтворенню фізичних, емоційних та психологічних ресурсів та підвищення освітнього рівня споживача-рекреанта або туриста. В районах виноробства культура споживання вина наявна, вона є традицією, в інших регіонах – потребує впровадження через систему певних заходів з пропаганди культурного та відповідального споживання вина. Тобто головна відмінність у впливі винних фестивалів на соціум у тому, що фестивалі у сільському просторі підвищують культурний рівень за рахунок валоризації території (перш за все виноградарських ландшафтів) та місцевих культурних традицій, які людина у місті не може споглядати в автентичному середовищі.

Відповідно до аналізу українських фестивалів вина впродовж 2018 року на основі відкритих інтернет джерел та соціальних мереж, авторами створено інфографічну модель – Календар еногастрономічних фестивалів в Україні на 2018 р. (рис.1), у який увійшли 44 івенти. Такий зведений формат інформації було зроблено вперше по тематичним (еногастрономічним) подіям з прив'язкою до часового та територіального аспектів. На основі даного аналізу було виявлено наступні тенденції: у фестивальній діяльності спостерігається як динаміка (за рахунок створення нових фестивалів, таких як Silpo Wine Fest у Києві, Sumy Wine Fest у Сумах та фестиваль «Галицька лоза» у Львові та ін., частка яких становить 31,8 %), так і сталість (фестивалі, які проходять останні 3-5 років становлять 34,1 %, так само як і частка фестивалів, що проводяться більше 5 років поспіль – 34,1 %). Найбільша кількість фестивалів проводиться у Києві, а також у Закарпатській та Одеській областях у межах Закарпатського та Одеського причорноморського регіонів винного туризму (рис. 2). Для прикладу можна розглянути фестивальну діяльність у Одеському причорноморському регіоні. Регіон відомий своєю різноманітністю смаків, тому що тут проживає понад 150 народностей. В останні роки практично в усіх адміністративних районах у межах регіону проходять еногастрономічні фестивалі. Якщо раніше це були свята місцевого значення, то зараз місцеві спільноти почали їх розглядати і як засіб залучення туристів та складову бренду туристичної дестинації. Найбільший з винних фестивалів – BOLGRAD WINE FEST, який проходить уже восьмий рік поспіль. Для нього характерна позитивна динаміка розвитку організаційної структури, розширення атракцій

(наприклад, на фестивалі 2018 р. прямо на площі з пізнього винограду робили вино).

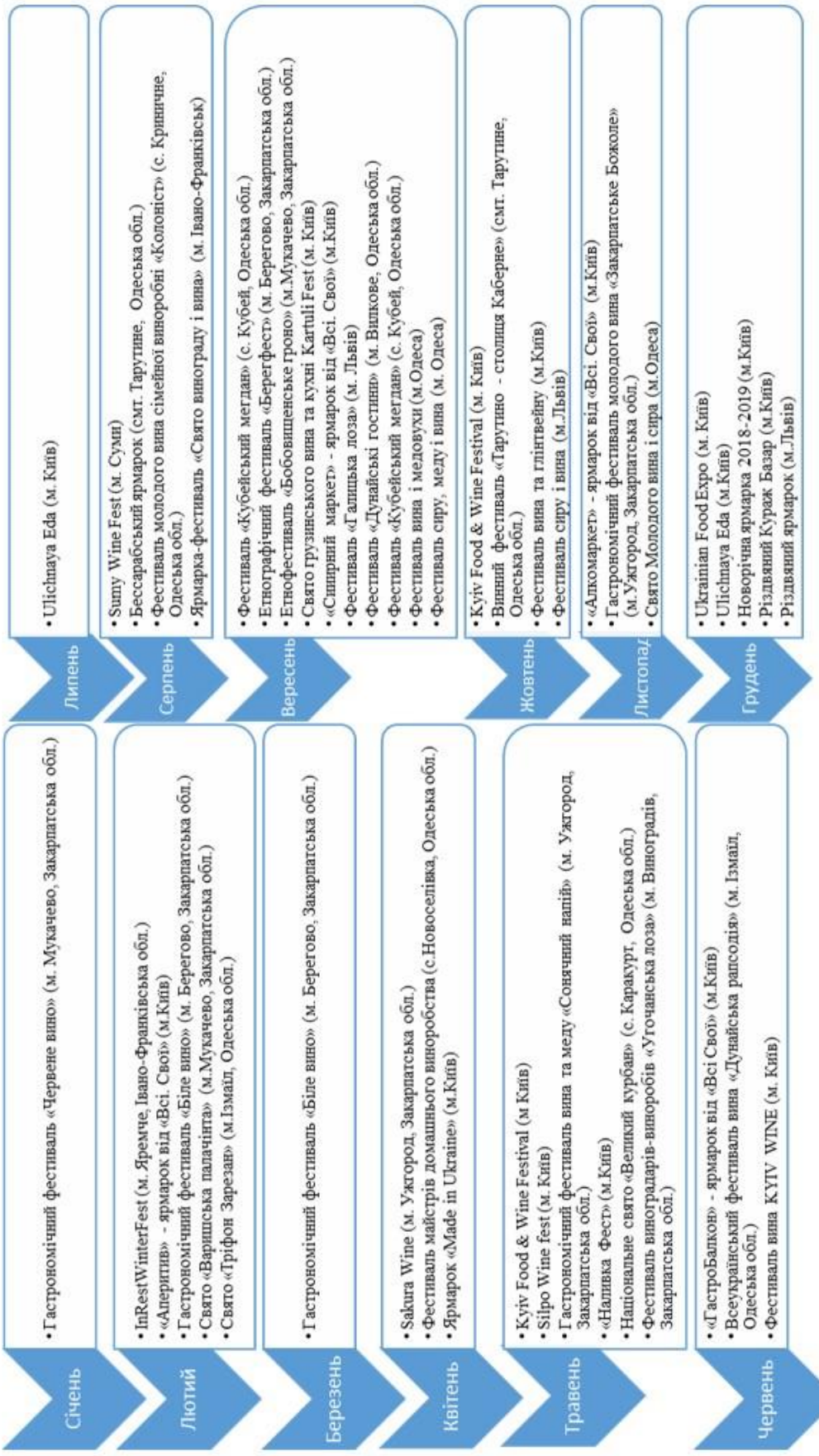

Рис. 1. Календар еногастрономічних фестивалів в Україні на 2018 р.

Рис. 2. Еногастрономічні фестивалі України за 2018 р.

Також, у вересні 2018 р. у Вилково проходив уперше еногастрономічний фестиваль «Дунайський гостини», у межах якого органічно було поєднано винні та гастрономічні локальні традиції, створено гучний інформаційний посил, встановивши рекорд з приготування 5 тон знаменитої «Вилківської юшки». Щорічні фестивалі стають об'єктами туристичного тяжіння та починають приваблювати увагу не тільки індивідуальних туристів, а й туристичних операторів, які успішно збирають туристичні групи. Крім того, такі фестивалі беруть участь в туристичних виставках, рекламуючи себе. Місцеві спільноти починають розуміти, що речі, які для них є звичними, для жителів міст та інших регіонів – дивина, і це можна продавати, на цьому можна будувати розвиток туристичних маршрутів.

Одночасно необхідно зазначити, що в деяких регіонах існує проблема із маркетинговими заходами та рекламою еногастрономічних фестивалів, адже на локальному рівні проводиться велика кількість винних та гастрономічних івентів, проте про них майже немає інформації у вільному доступі. Тому є потреба у введенні маркетингових стратегій, завдяки яким еногастрономічна фестивальна діяльність буде позиціонувати себе не лише як інноваційні та промоційні заходи, а й запроваджуватиме ставлення до них, як до способів залучення інвестицій, формування культури споживання вина і загальної культури харчування. Загалом, еногастрономічні фестивалі та івенти дають змогу виноробам вивести свою продукцію на якісно новий рівень, представляти її більш

ширшій, але все ще цільовій аудиторії, та поширювати культуру харчування і споживання вина.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Внаслідок інтеграційної взаємодії туризму з виноградарсько-виноробною галуззю та іншими галузями виробництва харчової продукції та гастрономією в Україні динамічними темпами формується сектор еногастрономічного туризму. Еногастрономічні фестивалі в Україні виступають однією з найбільш атрактивних форм організації еногастрономічної туристичної пропозиції та регіональному та локальному рівнях. Вплив еногастрономічних фестивалів простежується у наступному:

- виступають ефективною організаційною формою для формування попиту на еногастрономічний туристичний продукт;
- виступають унікальним майданчиком для прояву інтеграційної взаємодії виноградарсько-виноробної, туристичної та інших супутніх галузей та створення нової туристичної еногастрономічної пропозиції;
- сприяють нівеляції впливу фактору сезонності у рекреації та туризмі як у сільській місцевості, так і в містах;
- сприяють створенню додаткової вартості на вино та інші супутні харчові продукти, які позиціонуються на фестивалі;
- виступають ефективними інструментами валоризації території (або локації) та брендингу дестинацій.

Подальші розвідки у сфері організації фестивальної діяльності у еногастрономічній рекреації та туризмі слід фокусувати на розробці маркетингових стратегій спрямованих на комплексне поєднання професійної організації еногастрономічних івентів із просуванням певного продукту у контексті валоризації території. Таке поєднання має базуватися на встановленні безпосереднього контакту між продуктом (вино та гастрономія) та аудиторією у межах певного простору, тобто створення між ними емоційного зв'язку, на чому згодом необхідно здійснювати брендинг дестинації.

Список використаних джерел:

1.Геде А.М. Фестивалі харчування та вина: зацікавлені сторони, довгострокові наслідки та стратегії успіху // Фестивалі та свята у світі: розвиток, управління та ринки. – 2008. – С. 85-100

2.Кавіккі А., Сантіні К. (ред.). – Продовольчі та винні заходи в Європі: підхід зацікавлених сторін. – Routledge, 2014

3.Лейн Дж., Фрост У., Кеннеді М. Фестивалі продуктів харчування та вина як сільські визначні події // Routledge Довідник фестивалів. - Routledge, 2018. – С. 283-294

4.Петліна Д. В. Аналіз міжнародного досвіду розбудови еногастрономічного туризму (освітній та організаційний аспекти) у контексті розвитку виноградарських та виноробних територій України / Дарина Вадимівна Петліна // Географія та туризм. – 2016. – № 38. – С. 81–90.

5.Холл С. М., Шарплз Л. Продовольчі та винні фестивалі та події навколо світу: розвиток, управління та ринки. – Routledge, 2008.

6.Чернова Г. В. Особливості розвитку винного туризму в Україні // Вісник інституту педагогічної освіти. Серія географічна. Випуск 1 (2012): Матеріали четвертої Міжнародної науково-практичної конференції «Еко- і агротуризм: перспективи розвитку на регіональному та локальному рівнях», м. Рівне, Україна, 29-30 березня 2012. – С. 166-174

7.Глобальний звіт про продовольчий туризм. Доповіді АМ: Випуск 4. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf
8.Результати дослідження винного туризму. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://winetourismconference.org/from-the-organizers/wine-tourism-survey-results/
9.Світова Продовольча Туристична Асоціація. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://worldfoodtravel.org/

Список использованных источников:

1.Геде А.М. Фестивали питания и вина: заинтересованные стороны, долгосрочные последствия и стратегии успеха // Фестивали и праздники в мире: развитие, управление и рынки. – 2008. – С. 85-100
2.Кавикки А., Сантини К. (ред.). – Продовольственные и винные события в Европе: подход заинтересованных сторон. – Routledge, 2014
3.Лейн Дж., Фрост В., Кеннеди М. Фестивали продуктов питания и вина как сельские выдающиеся события // Routledge Справочник фестивалей. – Routledge, 2018. – С. 283-294
4.Петлина Д. В. Анализ международного опыта развития эногастрономического туризма (образовательный и организационный аспекты) в контексте развития территорий виноградарства и виноделия в Украине / Дарина Вадимовна Петлина // География и туризм. – 2016. – № 38. – С. 81–90.
5.Холл С. М., Шарплз Л. Продовольственные и винные фестивали и события вокруг света: развитие, управление и рынки. – Routledge, 2008.
6.Чернова Г. В. Особенности развития винного туризма в Украине // Вестник института педагогического образования. Серия географическая. Выпуск 1 (2012): Материалы четвертой Международной научно-практической конференции «Эко- и агротуризм: перспективы развития на региональном и локальном уровнях», г. Ровно, Украина, 29-30 марта 2012. – С. 166-174.
7.Глобальный отчет о продовольственном туризме. Доклады АМ: Выпуск 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf
8.Результаты исследования по винному туризму. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://winetourismconference.org/from-the-organizers/wine-tourism-survey-results/
9.Мировая Продовольственная Туристическая Ассоциация. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://worldfoodtravel.org/

References:

1. Hede A. M. Food and wine festivals: Stakeholders, long-term outcomes and strategies for success //Food and wine festivals and events around the world: Development, management and markets. – 2008. – C. 85-100
2. Cavicchi A., Santini C. (ed.). – Food and wine events in Europe: A stakeholder approach. – Routledge, 2014
3. Laing J., Frost W., Kennedy M. Food and wine festivals as rural hallmark events //The Routledge Handbook of Festivals. – Routledge, 2018. – C. 283-294
4. Petlina D. V. Analysis of International Experience in Building Enogastronomic Tourism (Educational and Organizational Aspects) in the Context of Development of Winegrowing and Winemaking Territories in Ukraine / Daryna Vadymivna Petlina // Geography and Tourism. – 2016. – № 38. – S. 81–90.
5. Hall C. M., Sharples L. Food and wine festivals and events around the world: Development, management and markets. – Routledge, 2008.
6. Chernova G.V. Characteristics of wine tourism development in Ukraine // Journal of the Institute of Pedagogical Education. Geography edition. Edition 1 (2012): Materials from the Fourth International Scientific Conference "Eco- and agro-tourism: prospects for development at the regional and local level", Rivne city, 29-30 March 2012. – P. 166-174
7. Global Report on Food Tourism. AM Reports: Volume four. – Access mode: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf
8. Wine Tourism Survey Results. – Access mode: https://winetourismconference.org/from-the-organizers/wine-tourism-survey-results/
9. World Food Tourism Association. – Access mode: http://worldfoodtravel.org/