

2. Бочан І.О. Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи// Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2-3 березня 2011 р.). – Львів: ЛІЕТ, 2001. – С. 9.
3. Воронай О. Звичаї нашого народу. Етнографічний нарис. – К.: Веселка, 2005. – 98 с.
4. Енциклопедія етнокультурознавства. Понятійно-термінологічний інструментарій, концептуальні підходи. – Ч. I, кн. II. – К.: 2001. – 521 с.
5. Кара-Васильєва Т.В. Українська вишивка. –К.: Мистецтво, 1993. – 263 с.
6. Кузик С.П. Географія туризму: Навчальний посібник. – Київ: Знання, 2011. – 271 с.
7. Мельничук О. Всесвітня культурна та природна спадщина як складова концепції загальної спадщини людства // Право України. – 2003. – №12. – С. 93-97.
8. Орлова М.Л. Ресурси етнічного туризму регіону: суспільно-географічна оцінка (на матеріалах Одеської області). Автореф. дис. ... канд. наук. – Одеса: Одеський національний університет імені І.І.Мечникова, 2009. – 20 с.
9. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
10. Шикеринець В.В. Деякі аспекти розвитку етнотуризму в Україні (на місцевому рівні) / В.В. Шикеринець // Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2-3 березня 2011 р.). – Львів: ЛІЕТ, 2001. – 24 с.
11. Етнічний туризм та його особливості // Режим доступу: <http://stud24.ru/turism/etnchnij-turizm/62868-206504-page1.html>.
12. Українські традиції та ремесла // Режим доступу: <http://traditions.org.ua/remesla>.
13. Етнічний туризм : проблеми, тенденції, перспективи // Режим доступу: http://vechervkarpatyah.at.ua/publ/test/etnichnij_turizm_problemi_tendenciji_perspektivi/6-1-0-1585.
14. Етнічний туризм як “захисний код” нації // Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/cuspilstvo/etnoturizm-yak-zahisniy-kod-naciyi>

УДК 911

Мотузенко О.О., Липова М.О.

ЕНОГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ПІДТРИМКИ НАЦІОНАЛЬНОГО ВИРОБНИКА НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В статті йдеться про напрямки розвитку еногастрономічного туризму в Одеській області як засобу підтримки національних виробників за допомогою інтеграції еногастрономічного блоку у місцеві події ресурси.

Ключові слова: туризм, еногастрономічний туризм, Одеська область, Одеса, події ресурси, івент-туризм.

В статье говорится о направления развития эногастрономического туризма в Одесской области как средства поддержки национальных производителей посредством интеграции эногастрономического блока в местные событийные ресурсы.

Ключевые слова: туризм, эногастрономического туризм, Одесская область, Одесса, событийные ресурсы, ивент-туризм.

The article focuses on Types of wine gastronomic tourism in the Odessa region as a means to support domestic producers by integrating enogastronomichnoho block in the scene resources.

Keywords: tourism, tourism enogastronomichnyy, Odessa region, Odesa, event resources, event tourism.

Актуальність теми. Сучасний розвиток ринкової економіки в Україні та світі відзначається пошуком нових напрямків, методів і технологій у всіх галузях виробництва та сервісу, формування інноваційних продуктів, що дозволяють підвищити ефективність функціонування суспільного виробництва, забезпечити конкурентоспроможність вітчизняних товарів і послуг на світовому ринку,

зберегти і примножити виробничий потенціал підприємств. Інноваційний тип економіки визначає створення нових галузей промислового виробництва та сфери послуг, які поліпшують життєвий рівень населення. Інноваційні процеси характерні і для туристичної галузі, яка спрямована на отримання прибутку через задоволення туристсько-рекреаційних потреб людини. Часто туризм виступає як галузь-субститут, що є запорукою формування інноваційного туристичного продукту на базі існуючих виробничих комплексів та створення нових ніш для малого і середнього бізнесу та економічного піднесення регіону. Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є еногастрономічний туризм, який включає винний та гастрономічний. Винний туризм - спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні, їх дегустацією безпосередньо у виробника, а також відвідуванням спеціальних закладів та заходів. Гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з традиціями місцевої кухні, типовими продуктами місцевого виробництва, шляхом відвідування спеціалізованих заходів, дегустацій, ярмарок, фестивалів. Про успішність такої інтеграції свідчить досвід таких відомих виноробних країн, як Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Угорщина, Аргентина, Чилі США та ін. На власному прикладі ці країни показали, що підтримка та розвиток такого тематичного виду туризму дозволяє рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв та просувати місцевий туристичний продукт, одержуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів [5].

Розвиток такого виду туризму в межах Одеської області є актуальним та досить перспективним на сьогодні. Це пов'язано з тим, що Одещина зберігає давні унікальні виноробні традиції, які слугують на сьогодні потужним ресурсом для розвитку еногастрономічного туризму як засобу підтримки місцевого виробника.

Об'єкт дослідження: сучасний стан розвитку еногастрономічного туризму Одеської області. *Предмет дослідження:* дослідження можливості використання еногастрономічного туризму як засобу підтримки національного виробника Одеської області.

Мета дослідження: дослідження сучасного стану розвитку еногастрономічного туризму для розроблення пропозиції щодо використання такого виду туризму як засобу підтримки національного виробника.

Виклад основного матеріалу: Вино і подорожі завжди були тісно взаємопов'язаними, адже з давнини частування гостей національними стравами та напоями є елементом гостинності практично всіх народів світу. Завдяки чому у більшості культур світу сформувалися стійкі ментальні моделі прояву гостинності та відповідного позитивного сприйняття такої моделі гостями (туристами). Світовий досвід розвитку інноваційних видів туризму свідчить про те, що на сучасному етапі

занепаду національних економік країн «світових лідерів класичного туризму», активно впроваджується ідея консолідації туризму з харчовою та винної промисловістю шляхом розвитку винного та гастрономічного туризму. Справедливим є також те, що харчова, винна промисловість та туризм є галузями різних сфер економічної діяльності та суттєво відрізняються один від одного. Харчова та винна промисловість значно залежить від сировинної бази, спеціалізується на випуску стандартизованої продукції, прибуток створюється за рахунок додаткової вартості та зростання обсягів. Туризм, як галузь сфери послуг, характеризується, насамперед, орієнтацією на задоволення рекреаційних потреб споживачів, комплексною взаємодією різноманітних підприємств та диференційованою ціновою політикою. Широкий діапазон економічних, технічних, культурних, соціальних, професійних та маркетингових чинників сприяє поєднанню зазначених галузей економіки в таких окремих видах туризму, як винний та гастрономічний та інтенсивному розвитку інтеграційного напрямку – еногастрономічного туризму, із взаємною користю та значними вигодами для регіонів та країн. Розуміння переваг такої інтеграції сприяла значному розвитку еногастрономічного туризму у багатьох країнах світу [5].

Одеська область має потужний потенціал розвитку як винного, так і гастрономічного туризму. Хоча на сучасному етапі спостерігається певний пріоритет розвитку винного туризму в області. Численні виноградники, виноробні заводи в поєднанні з місцевими природними умовами унікальної краси зумовлюють історичні традиції виноробства та розвитку винного туризму.

В Одеській області виноградарство розвинено у 12 адміністративних районах. В останні роки площа насаджень винограду в області збільшується. Поступово змінюється їх сортовий склад, пріоритет надається сортам, які дають високоякісну сировину для виноробства, кардинально змінюється агротехнічний стан виноградників. Кліматичні та ґрунтові умови області досить різноманітні, що зумовлює різноманітний перелік сортів винограду, який вирощується на цій землі. В межах області добре акліматизовувалися цінні європейські винні сорти. Вони були завезені швейцарськими та німецькими колоністами та великими поміщиками [5].

В ході дослідження було з'ясовано, що Одеська область, багата на природно-рекреаційні та історико-культурні туристичні ресурси. Незважаючи на свою порівняно невелику площу (5,5% території України), область розташовується в трьох кліматичних зонах: Придністровський лісостеп, Західний степ, Причорноморський степ. Одещина характеризується комфортними кліматичними умовами. Довготривалий, жаркий і сухий літній період створює чудові умови для пляжного відпочинку, а коротка м'яка зима створює сприятливі та комфортні умови для розвитку інших видів туристичної діяльності протягом холодного періоду року. Область лежить у двох природних зонах: лісостепу і степу,

що зумовлює значну різноманітність природних умов та наявність мальовничих степових та лісостепових ландшафтів, які є безумовно привабливими для туристів [6]. Надзвичайно значущим для розвитку туристичної галузі в Одеській області є наявність Чорного моря. Довжина морської берегової лінії в межах області перевищує 300 км [1], тому морське узбережжя притягує велику кількість туристів, які приїжджають з рекреаційними цілями. А також наявність виходу до Чорного моря в Одеській області є значною передумовою для розвитку круїзного та яхтингового туризму, дайвінгу, відсерфінгу, кайтінгу та багатьох інших видів туризму. Основними центрами їх розвитку є місто Одеса, Рені, Ізмаїл та «Острів Зміїний» (Кілійський район) [2].

Серед численних природних багатств, що використовуються в курортному господарстві, важливе місце займають лікувальні грязі. Фізико-географічні умови Причорномор'я сприяли утворенню мулових сульфідних грязей у лиманах, яких на території області багато (Куяльницький, Хаджибейський, Тігульський, Бурнас та ін.).

Природний туритсько-рекреаційний потенціал Одеської області значно підсилюється її культурно-історичним потенціалом, важливу роль в якому відіграють події (івент) ресурси: фестивалі, концерти, виставки і т. д. Це сприяє залученню до області значних туристичних потоків (Таблиця 1).

Таблиця 1.

Туристичні потоки Одеської області (за даними [2])

Рік	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, усього ¹	Із загальної кількості туристів:			Кількість екскурсантів ¹
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2011	86558	29399	30783	26376	113014

Можна зробити цілком справедливий висновок з приводу того, що Одеська область досить добре розвинена у сфері івент-туризму. Але це не означає, що в області не можна створювати нові події, які б стали новими засобами залучення туристичних потоків у регіон.

Одеська область має досить добре розвинену інфраструктуру. За інформацією місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування станом на 1 січня 2013 р. в області налічувалось 940 закладів туристично-рекреаційного та оздоровчого призначення, у тому числі 297 підприємств готельного комплексу та 55 санаторно-курортних закладів (Таблиця 2). Починаючи з 2005 р. загальна кількість закладів тимчасового розміщення в області збільшилась на 153 об'єкти [3]. Це є досить важливим організаційним елементом під час планування винних та гастрономічних турів.

Таблиця 2.

Заклади розміщення Одеської області, (станом на 01.04.2013 р.)

Заклад розміщення (тип)	Кількість (одиниць)	Місткість (ліжко/місце)
Готелі	297	17579
Кемпінги	5	1283
Мотелі	4	171
Садиби	30	146
Санаторно-курортні та оздоровчі заклади	428	54000

Одеська область характеризується добре розвинутою транспортною інфраструктурою. Більшість пасажирів надає перевагу автомобільному виду транспорту. Одещину перетинає 7 автомагістралей, загальна довжина яких складає 8297,3 км. Головним автомобільним перевізником є Публічне Акціонерне товариство «Одесавтотранс»[4].

Другим за популярністю серед пасажирів є залізничний транспорт. Загальна довжина залізничних колій області майже 1066,5 км, її обслуговує близько 100 залізничних станцій [4]. Головним залізничним перевізником в Одеській області є «Укрзалізниця».

Одеська область розташована на перетині найважливіших міжнародних водних шляхів, що зумовило розвиток водного транспорту. В області знаходиться 7 морських і 1 річковий порт. В місті Одеса знаходиться Одеський міський торговельний порт, в якому працює пасажирський комплекс. Він є гарною передумовою для розвитку яхтингового і круїзного туризму та вдалим засобом сполучення з іншими областями України, з якими є судноплавне сполучення [4].

В області також є 2 аеропорти, один з яких міжнародного значення. Проте авіаційне сполучення є лише зі столичним регіоном, а з обласними центрами воно нажаліть відсутнє [4]. Загалом в області існують комфортні умови для візитів туристів як зі столичного регіону, так і з обласних центрів України. Одеська область досить добре забезпечена різними видами об'єктів ресторанного бізнесу (Таблиця 3), що створює сприятливі умови для надання туристам послуг з харчування. Проте, слід зауважити, що їх розміщення по території Одеської області характеризується значною неоднорідністю: більшість з них знаходиться в обласному центрі – місті Одеса.

Зважаючи на високий рівень забезпеченості Одеської області природними рекреаційними ресурсами та досить добре розвинуту інфраструктуру, можна зробити висновок, що вона має гарні передумови для розвитку туризму. А те, що Одещина є одним з найперспективніших виноробних регіонів України, створює сприятливі умови для розвитку еногастрономічного туризму.

Слід зауважити, що в Одеській області на сьогодні вже існують події, що пов'язані з популяризацією виробництва та культури споживання вина.

Найбільш відомими для національного туриста є Фестиваль аматорського вина «Живе вино України», Свято бессарабського вина і Фестиваль молодого вина. Існують також фестивалі суто гастрономічного спрямування такі, як наприклад «Свято Дунайського оселедця».

Таблиця 3.

Кількість об'єктів ресторанного господарства, які належать підприємствам – юридичним особам, по Одеській області (станом на 01 січня 2013р.)
[3]

Назва об'єктів ресторанного господарства	Кількість об'єктів, одиниць			Кількість місць на одночасне обслуговування, одиниць		
	2011р.	2010р.	2011р. до 2010р., у %	2011р.	2010р.	2011р. до 2010р., у %
Ресторани	95	86	110,5	9870	9321	105,9
Кафе, закусочні, буфети, кіоски	417	431	96,8	21367	21343	100,1
Бари	308	302	102,0	14700	14497	101,4
Їдальні	100	163	61,3	9176	17577	52,2

Існуючі події, що організовуються в області, звичайно слугують одним зі значних чинників туристичної привабливості регіону. Проте, на мій погляд, туристичний, потенціал пов'язаний з івент-туризмом області не використовується повною мірою. Ще одним недоліком є те, що до цих подій станом на сьогодні, нажаль, не залучаються численні місцеві виробники.

Тому в сучасних умовах особливої актуальності набуває пошук ефективних механізмів інтеграції еногастрономічного блоку у структури вже існуючих культурних подій. Для туристичної індустрії вино є суттєвим чинником привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг. Для виноробних підприємств винний туризм – гарний спосіб привернути увагу до своєї торгової марки, завоювати тривалу прихильність споживача, збільшити обсяги своїх продажів, а також дієвий засіб боротьби з фальсифікацією продукції.

Таким чином, розвиток винного туризму може забезпечити надходження додаткових інвестицій до області та підтримку місцевих виробників. Напрямки такої інтеграції були розроблені в ході дослідження та наведені в *Таблиці 4*.

Отже, одним з напрямків оптимізації еногастрономічного туризму є інтеграція еногастрономічного блоку у вже існуючі події. Проте це не виключає створення нових подій. Тому, на основі проаналізованого матеріалу, у статті наводимо приклад розробленого для Одеської області брендового щорічного заходу «Фестиваль бичка». Проведення данного заходу в Одеській області є актуальним на сьогодні та зумовлено її природними особливостями – наявністю значної кількості акваторій-

ліманів, в яких ведеться інтенсивний вилов бичків. Для місцевих жителів вилов риби, а зокрема і бичка, є певною історичною традицією, що склалася вже дуже давно. Адже відомо, що не залежно від того, хто заселяв ці території, всі займалися рибним промислом. «Сушені бички», «бички у томатному соусі» – відомі бренди радянських часів, які і зараз можуть відіграти суттєву іміджеву роль для регіону.

Таблиця 4.

Рекомендації щодо інтеграції еногастрономічного блоку в існуючі події та залучення до них місцевих виробників

<i>№</i>	<i>Назва події</i>	<i>Рекомендації</i>	<i>Місцеві організації та виробники, що можуть бути залучені</i>
1	Фестиваль аматорського вина «Живе вино України»	В рамках фестивалю організувати конкурс кулінарів «Найкраща страва на вині» (з обов'язковою вимогою використання вин та продуктів місцевого виробництва) Спочатку організацію конкурсу слід планувати на місцевому рівні (серед команд з представників Одеської Академії Харчових Технологій та місцевих шеф-кухарів), а потім, зі збільшенням популяризації заходу, на національному (між представниками закладів ресторанного бізнесу та шеф-кухарями з різних регіонів України) та міжнародному (між місцевими та іноземними кухарями) рівнях.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; ТОВ «Промислово-торгівельна компанія Шабо»; ПРАТ «Кілійський виноробний завод»; ЗАТ «Вина Гулієвих»; ТОВ «Велес»; ПРАТ «Одеський завод шампанських вин»; Одеська Академія Харчових Технологій; Управління сільського господарства Одеської області
2	«Свято Дунайського оселедця»	Проведення конкурсу на приготування найкращої страви з Дунайського оселедця серед місцевих жителів. Презентація та популяризація вина «новак» (вино, виготовлене із винограду сорту «Ноа», який росте винятково у низов'ях Дунаю та характеризується тонким полуничним ароматом). «Новак» і дунайський оселедець можуть стати візитними картками Кілійського району й залучити до нього додаткову увагу туристів. Страви можна подавати у глиняному посуді місцевого виробництва, який можна було б	Управління сільського господарства Одеської області; Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна" ООО; ПРАТ «Кілійський виноробний завод»; Одеська Академія Харчових Технологій; ОАО «Ізмаїльський рибзавод», художні навчальні заклади області та України, окремі художники та дизайнери.

		придбати. Організувати мистецький конкурс креативних ідей щодо створення сувенірної упаковки оселедця та вина.	
3	II Одеський туристичний фестиваль	Презентація нових напрямків подієвогоспо- гастрономічного(еногастрономічно- го) туризму в Одеській області.	Національні та місцеві туристичні компанії, місцеві виробники вин та типової харчової продукції за підтримки профільних підрозділів Одеської облдержадміністрації
4	Етнофестиваль «Буджацькі степи»	Проведення майстер класів з приготування страв різноманітних національних кухонь Одеської області (із залученням представників Одеської Академії Харчових технологій, шеф-кухарі з Одеської та інших областей України). В майбутньому з набуттям популярності заходу можна запросити кулінарів з інших країн. Також можна проводити дегустацію та продаж вин місцевого виробництва.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; ТОВ «Промислово-торгівельна компанія Шабо» ; ПРАТ «Одеський завод шампанських вин»; Одеська Академія Харчових Технологій; Управління сільського господарства Одеської області
5	«Бессарабський ярмарок»	Презентація національних кухонь та проведення майстер класів з приготування страв румунської, болгарської, молдавської та української кухонь (можна запросити шеф-кухарів з Румунії, Болгарії, Росії, Молдови та з Одеської області). Дегустація та можливість придбати вина від місцевих виробників. Країни-учасники фестивалю можуть запропонувати для продажу їх типові продукти як сувенірну продукцію для відвідувачів.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; ТОВ «Промислово-торгівельна компанія Шабо»; ПРАТ «Кілійський виноробний завод»; ЗАТ «Вина Гулієвих»; ТОВ «Велес»; ПРАТ «Одеський завод шампанських вин»; Одеська Академія Харчових Технологій; Управління сільського господарства Одеської області
6	День польської та білоруської культур в місті Білгороді-Дністровському	В рамках свята організувати на приготування кращої національної білоруської та польської страви з використанням продукції, що вирощується і виробляється в межах Одеської області. Для проведення конкурсу можна запросити шеф-кухарів з Польщі та Білорусі.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; ТОВ «Промислово-торгівельна компанія Шабо»; ПРАТ «Кілійський виноробний завод»; ЗАТ «Вина Гулієвих»;

		Презентація виноробної продукції місцевого виробництва (дегустація та продаж)	ТОВ «Велес»; ПРАТ «Одеський завод шампанських вин»; Одеська Академія Харчових Технологій; Управління сільського господарства Одеської області
7	Свято бессарабсь-кого вина	Частування гостей винами місцевого виробництва та продаж вин (як сувенірної продукції). Проведення місцевими кухарями майстер класів з приготування страв бессарабської кухні.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; ТОВ «Велес»; ПРАТ «Одеський завод шампанських вин»; Місцеві виробники бессарабських вин; Управління сільського господарства Одеської області
8	Фестиваль національ-них культур «Наша Бессарабія»	В рамках фестивалю організувати конкурс з приготування найкращої страви бессарабської кухні (з акцентом на місцеві та екологічні продукти). Спочатку можна провести конкурс на місцевому (серед місцевих кухарів), а потім, зі збільшенням популяризації заходу, на національному (між представниками закладів ресторанного бізнесу та шеф-кухарями з різних регіонів України) та міжнародному (між місцевими кухарями та іноземними кухарями) рівнях. Також можна проводити дегустацію та продаж вин місцевого виробництва.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; ПРАТ «Одеський завод шампанських вин»; ТОВ «Велес»; Одеська Академія Харчових Технологій; Управління сільського господарства Одеської області
9	Фестиваль молодого вина	Проведення конкурсу на найкраще молоде вино серед місцевих виноробів. Частування гостей продуктами місцевого виробництва та можливість їх придбати.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; Місцеві винороби. Управління сільського господарства Одеської області
10	«Бессарабський ярмарок»	Проведення ярмарку типових бессарабських продуктів (овочі, фрукти, варення, консервовані овочі, м'ясо та ін.). На ярмарку також може бути представлена місцева виноробна продукція. На підготовчому етапі провести мистецький конкурс креативних ідей щодо створення сувенірної упаковки презентованої продукції.	Виробництво соків: СП «Витмарк-Україна» ООО; Місцеві винороби; Управління сільського господарства Одеської області

Даний захід доцільно проводити безпосередньо на місцях, де проводять вилов бичків, тобто біля лиманів. В рамках фестивалю необхідно провести конкурс на приготування кращої страви з бичка серед місцевих шеф-кухарів. На наступні роки, зі збільшенням популярності заходу, можна запросити для змагання кухарів з інших регіонів та з усього світу. Для гостей фестивалю можна запропонувати скуштувати приготовані страви і так, як Одеська область відома своєю сушеною рибою, то необхідно надати можливість їм придбати сушених бичків як сувенірну продукцію (з урахуванням необхідності її оригінального оформлення, як приклад, стилізація «гавайських гірлянд»). Для більшої зацікавленості потенційних туристів та популяризації заходу на національному рівні доцільно на підготовчому етапі фестивалю провести конкурс на найоригінальнішу та найкращу упаковку для такого сувеніру. До партнерів фестивалю слід залучити професійні громадські організації (Національна спілка художників України, Спілку дизайнерів України та інші мистецькі об'єднання), профільні навчальні заклади з різних регіонів України.

До даного фестивалю можна досить легко інтегрувати еногастрономічний блок. Тобто місцеві виробники пива і білого вина можуть стати спонсорами заходу та пропонувати гостям дегустації своєї продукції, а також можливість її придбати, як для дегустації зі стравами місцевої кухні, які будуть презентуватися на фестивалі, та сушеними бичками, так і як сувенірну продукцію. Доцільно, наприклад, випустити партію пива або білого вина місцевого виробництва з рекламою фестивалю на етикетці або у сувенірній упаковці), яке можна було б придбати лише під час фестивалю. Сформувати презентаційні подарункові набори для туристів та учасників фестивалю. Це збільшить цікавість до заходу та до виробника, який випустить таку продукцію, сприятиме популяризації заходу у різних регіонах України.

Постачальником продукції для конкурсу мають стати місцеві виробники та підприємства. Тобто постачальниками бичка можуть стати місцеві рибзаводи, які також отримають свої вигоди від участі у фестивалі у вигляді реклами та збуту своєї продукції. Овочі та фрукти (з акцентом на екологічному виробництві) також можуть постачати місцеві виробники, а готову продукцію відповідні місцеві харчові переробні заводи. Організаційні функції слід взяти на себе Одеській обласній державній адміністрації (Управління сільського господарства Одеської області, як відповідальний за гастрономічний блок учасник).

Слід враховувати також культурний вектор розвитку даної події. Необхідно залучити місцеві танцювальні, співочі та гумористичні колективи, що будуть створювати унікальний одеський настрій та колорит.

Так, як захід буде проводитись на березі лиману можна запропонувати конкурс серед скульпторів та гостей заходу на виготовлення найкращої скульптури бичка, як головного персонажа фестивалю. Презентацію фестивалю доцільно проводити у місцевих та

національних засобах масової інформації, у соціальних мережах, особливу увагу приділити презентації на туристичних виставках та форумах України. Ця подія має збільшити туристичні потоки до Одеської області, що призведе до надходження додаткових коштів у місцевий бюджет. А також, фестиваль такого формату дозволить залучити до участі місцевих виробників, які отримають додатковий канал збуту продукції власного виробництва.

Висновки: як показує закордонний, еногастрономічний туризм є одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг. Розвиток еногастрономічного туризму в Україні слід розглядати на сучасному етапі як сполучну ланкою між виробництвом на місцевому рівні та сферою послуг, що призведе до створення якісно нового туристичного продукту та сприятиме сталому розвитку місцевих спільнот (підтримці малого та середнього бізнесу, збереженню та подальшому розвитку культурних традицій регіону). Такий інноваційний підхід є особливо актуальним для Одеської області. Адже вона є одним із найперспективніших виноробних регіонів України. Зважаючи на високий рівень забезпеченості Одеської області природними рекреаційними ресурсами та досить добре розвинену інфраструктуру, можна зробити висновок, що вона має всі передумови для розвитку еногастрономічного туризму як засобу підтримки місцевих виробників. Особливо, враховуючи той факт, що в області є велика кількість виробників еногастрономічної продукції. Об'єднати виробництво і туристичну галузь можливо з урахуванням досвіду провідних виноробних регіонів світу. Тобто через подієвий (івент) туризм. Це можливо за рахунок створення нових подій, пов'язаних з еногастрономією, або через інтеграцію еногастрономічного напрямку у вже існуючі події. Одеська область на сьогодні володіє всіма ресурсами для здійснення такої вдалої інтеграції, адже в області вже існують події, в які можливо інтегрувати еногастрономічний блок. А також, Одещина володіє багатим природним та культурним потенціалом, та багатьма іншими передумовами для виникнення нових ідей щодо створення нових цікавих подій такого формату. Таким чином, Одеська область має всі передумови для того, щоб стати одним з найуспішніших регіонів України щодо успішного розвитку еногастрономічного туризму з метою підтримки національного виробника.

Використані джерела:

1. Державне управління охорони навколишнього природного середовища [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://ecology.odessa.gov.ua/>
2. Офіційний туристичний сайт Одеської області: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://touregion.od.ua/>
3. Головне управління статистики Одеської області: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Одеської обласної ради: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://oblrada.odessa.gov.ua/>
6. Управління з питань надзвичайних ситуацій Одеської обласної державної адміністрації: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://guns.odessa.gov.ua/>