

УДК 338.4

JEL classification: D 24, R 10

[https://doi.org/10.31891/dsim-2025-12\(43\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-12(43))

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КРАФТОВИХ ЛОКАЛЬНИХ ВИН У КАРТУ НАПОЇВ РЕСТОРАНУ

АНТОШКОВА Наталія

кандидат економічних наук

доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-4715-8182>

e-mail: antoshkova209@ukr.net

Стаття присвячена комплексному дослідженню перспектив впровадження локальних крафтових вин у карту напоїв сучасних закладів ресторанного господарства. У роботі обґрунтовано актуальність проблематики в умовах розвитку гастрономічної культури України, зростання попиту на автентичні локальні продукти та формування тренду на крафтовість у сфері HoReCa. Автором проаналізовано теоретичні засади формування винної карти як елементу маркетингової стратегії ресторану, визначено її роль у створенні унікальної концепції закладу та підвищенні рівня гастрономічного досвіду гостей. Особлива увага приділена характеристиці крафтового виноробства, його сучасному стану, специфіці виробництва та чинникам, що визначають його конкурентні переваги порівняно з масовим виноробством.

Здійснено огляд історичних і соціокультурних передумов розвитку крафтових виноробень Поділля — одного з найбільш перспективних виноробних регіонів України. Показано, що Поділля має давні традиції виноградарства, які через історичні обставини переривалися та відновлювалися, однак у XXI столітті трансформувалися в активний рух малих виноробень. Проаналізовано соціально-економічні, технологічні та нормативні чинники, що сприяли появі сучасних подільських виробників, а також їхню роль у формуванні локальної винної ідентичності. За результатами дослідження наведено систематизовану характеристику низки подільських виноробень, їхніх сортових портфелів, специфіки виробництва та потенціалу для ресторанної індустрії. У роботі представлено SWOT-аналіз крафтових вин у контексті їх включення до винної карти ресторану, що дозволило ідентифікувати ключові сильні сторони (автентичність, унікальність пропозиції, потенціал storytelling), а також слабкі сторони та ризики (обмежені обсяги виробництва, сезонність, нестабільність смаку, низька обізнаність споживачів). Акцентовано увагу на можливостях поглибленої взаємодії ресторанів із локальними виноробами, розвитку дегустаційних практик, гастротуризму й іміджевих переваг, що виникають у результаті інтеграції регіональних вин у ресторанний продукт. У статті також продемонстровано моделі ціноутворення у HoReCa на прикладі подільських крафтових вин. Запропоновано диференційований підхід до розрахунку націнки для різних сегментів споживачів в залежності від концепції закладу (стандартні, преміальні, демократичні, келихові). Обґрунтовано, що ціноутворення є ключовою складовою успішної комерціалізації локальних вин, оскільки поєднує економічну доцільність, маркетингову логіку та психологічне сприйняття продукту гостями. Отримані результати можуть бути використані як наукова база для подальших досліджень у галузі ресторанного менеджменту, гастротуризму та крафтового виноробства.

Ключові слова: крафт, крафтове виноробство, локальне вино, ресторанний бізнес, винна карта.

THE PERSPECTIVES OF LOCAL CRAFT WINES IMPLEMENTATION IN RESTAURANT BEVERAGE MENU

ANTOSHKOVA Nataliia

Khmelnytskyi National University

The article is dedicated to a comprehensive study of the prospects for introducing local craft wines into the beverage menus of modern restaurant establishments. The paper substantiates the relevance of this issue in the context of the development of gastronomic culture in Ukraine, the growing demand for authentic local products, and the formation of a craft trend in the HoReCa sector. The author analyzes the theoretical foundations of forming a wine list as an element of a restaurant's marketing strategy, defining its role in creating a unique concept for the establishment and enhancing the gastronomic experience of guests. Particular attention is paid to the characterization of craft winemaking, its current state, production specifics, and the factors that determine its competitive advantages compared to mass-produced wine.

An overview of the historical and socio-cultural prerequisites for the development of craft wineries in Podillia is one of the most promising winemaking regions of Ukraine—is provided. It is shown that Podillia has long-standing traditions of viticulture, which were interrupted and restored due to historical circumstances; however, in the 21st century, they have transformed into an active movement of small wineries. The author analyzes the socio-economic, technological, and regulatory factors that contributed to the emergence of modern Podillia producers, as well as their role in forming a local wine identity. Based on the research results, a systematic characterization of several Podillia wineries is presented, including their varietal portfolios, production specifics, and potential for the restaurant industry. The paper presents a SWOT analysis of craft wines in the context of their inclusion in a restaurant's wine list, which allowed for the identification of key strengths (authenticity, uniqueness of the offer, storytelling potential), as well as weaknesses and risks (limited production volumes, seasonality, taste instability, low consumer awareness). Attention is focused on the possibilities for deeper interaction between restaurants and local winemakers, the development of tasting practices, gastronomic tourism, and the image advantages that arise from integrating regional wines into the restaurant product. The article also demonstrates pricing models in HoReCa using the example of Podillia craft wines. A

differentiated approach to calculating the markup for different consumer segments depending on the establishment's concept (standard, premium, democratic, by-the-glass) is proposed. It is substantiated that pricing is a key component of the successful commercialization of local wines, as it combines economic viability, marketing logic, and the psychological perception of the product by guests. The obtained results can be used as a scientific basis for further research in the field of restaurant management, gastronomic tourism, and craft winemaking.

Keywords: craft, craft winemaking, local wine, restaurant business, beverage menu.

Стаття надійшла до редакції / Received 29.10.2025

Прийнята до друку / Accepted 22.11.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасний ресторанный бізнес активно реагує на глобальні тенденції гастрономії, серед яких ключовими є локальність, автентичність і крафтовість. В умовах посилення конкуренції та зростання вимог споживачів щодо якості та унікальності продукції, ресторани шукають нові рішення для формування конкурентоспроможної карти напоїв. Одним із перспективних напрямів є впровадження локальних крафтових вин, які вирізняються обмеженими партіями, ручними методами виробництва та прив'язкою до конкретного теруару. Попри зростання популярності українського виноробства, локальні крафтові вина ще не займають значного місця в картах напоїв більшості закладів ресторанного господарства. Це свідчить про необхідність глибшого дослідження потенціалу таких вин для формування унікальної винної карти та підвищення гастрономічної привабливості закладу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні висвітлюють у своїх наукових працях Л.Л. Калініченко [1], Д.І. Басюк [2]. Аналізу сучасного стану крафтового виноробства в Україні присвячені публікації Нагурної Н., Куриленко Ю., у яких висвітлені результати дослідження ринку виноробства України, як інфраструктури для винного туризму [3]. Разом з тим, питання важливості впровадження саме крафтових вин у карту напоїв у ресторанному бізнесі потребують подальшого дослідження через економічну важливість цього бізнес-процесу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є обґрунтувати перспективи та можливості впровадження локальних крафтових вин у ресторанный продукт через аналіз теоретичних основ формування карти напоїв ресторану, дослідження особливостей та сучасного стану виробництва крафтових вин в Україні (на прикладі Поділля), окреслення переваг та бар'єрів впровадження локальних вин у ресторанну практику; запропонувати рекомендації щодо інтеграції крафтових вин у карту напоїв ресторану.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Карта напоїв є важливим елементом концепції ресторану та виконує інформаційно-маркетингову функцію. Її структура відображає стиль закладу, рівень його сервісу, гастрономічну спрямованість та позиціонування на ринку. Формування карти напоїв ґрунтується на таких принципах: логічність, баланс, відповідність кухні ресторану, сезонність, цінова політика, сучасні тенденції та очікування гостей. Винна карта — одна з центральних складових карти напоїв. Вона має забезпечувати широту та глибину асортименту, включати як класичні позиції, так і унікальні вина, що створюють додану цінність та підсилюють гастрономічний досвід. У цьому контексті крафтові вина можуть стати не лише товаром, а й частиною storytelling — історії, яку ресторан «розповідає» гостеві. Особливості включення крафтових вин у винну карту пов'язані з їх індивідуальними сенсорними характеристиками, нестандартним стилем, а також необхідністю правильної подачі та рекомендацій сомельє.

Розглянемо детальніше характеристику саме крафтових вин. Поняття «крафтове вино» передбачає виробництво невеликими партіями, застосування ручної роботи, натуральних технологій та авторського підходу винороба. Такі вина часто відображають регіональні особливості теруару, локальні сорти винограду й автентичні традиції. В Україні крафтове виноробство активно розвивається після прийняття законодавчих змін, які спростили процедуру отримання ліцензій для малих виробників. Найдинамічніше галузь розвивається у таких регіонах: Одещина, Закарпаття, Херсонщина, Миколаївщина, Приазов'я, Буковина, Поділля.

Серед популярних стильових напрямів – натуральні вина, пет-нати, авторські купажі, вина з автохтонних сортів (одеський чорний, сухідельський білий тощо).

До особливостей українських крафтових вин можна віднести:

- 1) висока варіативність смаків;
- 2) унікальність та обмеженість випуску;
- 3) ручний підхід у вирощуванні винограду та виробництві;
- 4) відсутність надмірної стабілізації та фільтрації, що впливає на характер продукту.

Проте є хибною думкою вважати, що продаж локальних вин є досить простою справою. Процес впровадження крафтових вин у винну карту закладу ресторанного господарства має як переваги, так і недоліки. Серед переваг можна виділити наступні:

- унікальність та конкурентна перевага (локальні вина створюють неповторність винної карти);
- підтримка локальних виробників (позитивний імідж ресторану, орієнтація на українське, соціальна відповідальність ресторану);

- розширення гастрономічних можливостей (нові поєднання страв і вин);
- трендовість (крафтовість є світовою тенденцією у фуд-сервісі);
- Storytelling (кожне вино має історію, що підсилює досвід гостя).

На нашу думку, основними бар'єрами можуть стати:

- нестабільність якості та смаку через натуральність і мінімальне втручання;
- обмежені обсяги виробництва, що ускладнює стабільні поставки;
- вища собівартість порівняно з масовими винами;
- недостатня поінформованість персоналу та гостей, відсутність окремої посади сомельє, що унеможливило якісне представлення саме локальних вин;

- неоднозначне ставлення частини споживачів до нефільтрованих і натуральних вин через недостатній рівень винної культури українських гостей.

З метою практичного аналізу можливостей впровадження крафтових вин у карту ресторану, нами були досліджено винні карти ресторанів міста Хмельницького на предмет асортименту, видів та країн походження вин. Аналіз чинних карт напоїв середніх і преміальних закладів Хмельницького показує, що більшість ресторанів пропонують міжнародні та промислові українські вина, тоді як крафтові представлені мінімально або відсутні взагалі. Як висновок, основні результати SWOT-аналізу крафтових вин у винній карті ресторану подані у таблиці 1.

Таблиця 1.

SWOT-аналізу крафтових вин у винній карті ресторану

S – Strengths Сильні сторони	W – Weaknesses Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Унікальність пропозиції – крафтові вина відрізняються від масових, створюючи ексклюзивність винної карти. 2. Локальність та автентичність – можливість підкреслити регіональні традиції та підтримати українських виробників. 3. Позитивний імідж ресторану – асоціація з трендом на локальні продукти та свіжі гастрономічні концепції. 4. Потенціал storytelling – кожне крафтове вино має історію, що підвищує емоційний контакт із гостем. 5. Гастрономічна гнучкість – широкий спектр стилів дозволяє створювати креативні фудпейринги. 6. Висока маржинальність – через ексклюзивність ресторани можуть формувати вищу націнку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Невеликі та нестабільні обсяги виробництва, що ускладнює регулярні поставки. 2. Можливі коливання якості через натуральні методи виробництва і мінімальну фільтрацію. 3. Обмежена впізнаваність брендів серед широкої аудиторії гостей. 4. Потреба в навчанні персоналу (сомельє, офіціанти), щоб грамотно презентувати продукт. 5. Вища закупівельна ціна, ніж у промислового вина. 6. Суперечливе ставлення до нефільтрованих вин у частини гостей.
O – Opportunities Можливості	T – Threats Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ріст популярності українських вин на внутрішньому та міжнародному ринках. 2. Розвиток гастротуризму та винних маршрутів, що стимулює інтерес до локальних вин. 3. Можливість створення тематичних дегустацій (винні вечори, винні сети, «вино місяця»). 4. Колаборації з виноробами – презентації, майстер-класи, авторські вечери. 5. Розширення цільової аудиторії, особливо серед молоді та гостей із гастрономічним досвідом. 6. Підвищення конкурентоспроможності ресторану через формування оригінальної винної концепції. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нерегулярність урожаїв, що впливає на доступність певних позицій. 2. Можливі логістичні проблеми та залежність від сезонності виробництва. 3. Конкуренція з боку великих промислових виноробів, які пропонують стабільну якість і нижчі ціни. 4. Нестабільна економічна ситуація, що може скорочувати попит на преміальні локальні продукти. 5. Ризик неправильного зберігання або транспортування, що критично для крафтових вин. 6. Стереотипи споживачів, які звикли до «класичного» вина і не завжди довіряють натуральним чи нефільтрованим версіям.

Власна розробка

Впровадження крафтових вин у винну карту ресторану має значний потенціал завдяки унікальності, локальності й трендовості продукту. Головними викликами є стабільність поставок, потреба в навчанні персоналу та подолання стереотипів гостей. Проте можливості — розширення гастрономічних пропозицій, створення ексклюзивних позицій та побудова партнерств із виноробами — суттєво переважають ризики, роблячи цей напрям перспективним для сучасних ресторанів.

Розглядаючи потенціал крафтових виноробень Поділля, одразу зазначимо, що це історичний виноробний регіон України, оскільки виноградарство тут має давню традицію, зокрема у районах навколо Брацлава, Могилева-Подільського, Кам'яця-Подільського. Дослідження доводять, що виноробство на Поділлі має тривалу й багатозарову історію, що формувалася на перетині природно-географічних умов,

суспільно-економічних трансформацій і культурних впливів різних історичних епох [4]. Незважаючи на те, що цей регіон не належить до класичних виноробних центрів Європи, історичні джерела та локальні традиції свідчать про сталість практик вирощування виноградної лози та виробництва вина, які відігравали важливу роль у господарській структурі населення Поділля. Природно-географічні характеристики території, зокрема м'який помірно-континентальний клімат, достатня кількість сонячних днів, наявність вапнякових і лесових ґрунтів та рельєфні умови, створювали сприятливі передумови для культивування виноградної лози. Хоча археологічні знахідки лише опосередковано підтверджують використання винограду в добу Київської Русі, можна припустити, що перші спроби його вирощування були пов'язані переважно з присадибним господарством і мали локальний характер.

Переломним етапом у розвитку виноробства на Поділлі став період входження регіону до складу Речі Посполитої у XVI–XVIII століттях. Магнатські роди й локальна шляхта активно запроваджували виноградники при своїх маєтках, застосовуючи технології, запозичені з Центральної Європи. Саме цього часу датуються письмові згадки про виноградники у Кам'янці, Меджибожі, Зінькові та інших центрах Поділля, де виноград вирощували як для власного споживання, так і для локального продажу. Після поділів Речі Посполитої розвиток регіонального виноробства набув різновекторного характеру через адміністративний поділ земель між Російською імперією та Австрійською монархією. У межах російської адміністрації виноградарство існувало переважно у формі аматорських і селянських господарств, тоді як австрійські впливи сприяли модернізації технологій, зокрема покращенню сортового складу та вдосконаленню агротехнічних підходів. У XIX столітті виноградарство Поділля зберігало статус допоміжної галузі, проте було важливим елементом монастирського та селянського господарства, забезпечуючи як потреби релігійних громад, так і локальних виноробних звичаїв.

Поширення філоксерної епідемії наприкінці XIX століття, що завдало значних збитків європейському виноградарству, вплинуло і на подільські виноградники, хоча їх обмежений масштаб убезпечив регіон від катастрофічних наслідків. У контексті аграрних реформ початку XX століття виноробство залишалося другорядним напрямом господарювання, що поступався зерновим і технічним культурам, однак зберігав свою присутність у локальних практиках. Подальші процеси радянського періоду визначалися політикою централізованого планування: у регіоні створювали окремі державні виноградарські господарства, впроваджували морозостійкі сорти та здійснювали спроби індустріалізації виробництва. Водночас кліматичні обмеження й антиалкогольна кампанія 1980-х років призвели до скорочення площ виноградників і втрати багатьох локальних традицій.

Відродження інтересу до виноробства на Поділлі пов'язане з трансформаціями пострадянського періоду та становленням приватного фермерства на початку XXI століття. На тлі підвищеної уваги до крафтового виробництва харчових продуктів і розвитку внутрішнього туризму малі сімейні виноробні почали активно відновлювати виноградні насадження, орієнтуючись на локальні мікротеруари та використання адаптованих сортів. Сучасне крафтове виноробство Поділля продовжує історичну традицію, поєднуючи її з новітніми технологіями та авторськими методами, що робить регіон перспективним учасником розвитку української винної культури.

Формування сучасних крафтових виноробень на Поділлі є результатом поєднання кількох взаємопов'язаних соціально-економічних, культурних та технологічних процесів, що активізувалися в Україні упродовж останніх двох десятиліть. Умови пострадянської трансформації, характерні для всього аграрного сектору, спричинили переосмислення моделей виробництва, розвиток приватної ініціативи та формування нових форм локального підприємництва. Виноробство, яке протягом радянського періоду було жорстко централізованим і майже повністю залежним від великих агропромислових комплексів, у постіндустріальний період отримало можливість повернення до малих форм господарювання, що стало ключовою передумовою появи крафтових виноробень. Поділля, з його різноманітними мікрокліматичними умовами та давньою, хоч і перерваною, виноробною традицією, виявилось сприятливим регіоном для становлення такого типу виробників.

Важливим чинником формування крафтового виноробства стала зміна споживчих переваг, яка спостерігається в Україні від початку 2000-х років. Зростання інтересу до локальних, автентичних і високоякісних продуктів, а також поширення культури відповідального споживання сприяли появі попиту на вина, вироблені малими партіями, з акцентом на теруарність та ручні методи виробництва. Ця тенденція, характерна для багатьох країн Європи, в Україні проявилася як частина ширшої хвилі розвитку ремісничих харчових виробництв — сироваріння, мікропивоваріння, локальних гастрономічних проєктів. У такому контексті крафтові виноробні Поділля стали органічною складовою регіонального гастрономічного ренесансу.

Варто відзначити, що значний вплив на формування виноробних господарств мало реформування нормативно-правового поля, що регулює виробництво алкогольних напоїв. Спрощення процедур отримання ліцензій для малих виробників, розширення категорій господарств, які мають право на виробництво й реалізацію вина з власної сировини, а також поява правових механізмів для підтримки фермерських ініціатив створили передумови для появи невеликих, часто сімейних виноробень. Такі виробники відрізняються гнучкістю, можливістю оперативно впроваджувати інновації та здатністю працювати з невеликими ділянками

виноградників, що є характерною ознакою подільського ландшафту. Не можливо оминати питання технологічної модернізації, яка також відіграла ключову роль у становленні крафтового руху. Доступність сучасного обладнання малого формату, зокрема нержавіючих ферментаційних ємностей, установок для холодної стабілізації, прецизійних засобів контролю за ферментацією та мікрооксигенацією, дала змогу малим виробникам досягати високих стандартів якості. Крафтові виноробні Поділля зазвичай поєднують традиційні підходи — ручне збирання винограду, мінімальне втручання у процеси ферментації — із сучасними технологічними рішеннями, що дозволяє створювати вина авторського стилю.

Вважаємо, не менш важливою є роль теруарного чинника та локальної ідентичності. Подільські винороби активно експериментують із сортами, адаптованими до умов регіону, включно з морозостійкими європейськими технічними сортами та міжсортними гібридами. Водночас зростає тенденція до переосмислення традиційних сортів, які історично культивувалися на Поділлі або були притаманні ширшим територіям Правобережжя. Завдяки цьому формується нова регіональна винна традиція, що поєднує історичні практики й сучасні уявлення про якість та стилістичну різноманітність вина. Суттєве значення для розвитку крафтового виноробства має і соціокультурний контекст. Винні фестивалі, локальні гастротури, ініціативи з популяризації культурної спадщини регіону створюють платформу для взаємодії виробників і споживачів, сприяють формуванню подільської винної ідентичності та залучають додаткові ресурси до розвитку галузі. Розвиток винного туризму, зокрема дегустаційних залів, малих еноцентрів та винних маршрутів, стає не лише економічним інструментом підтримки виробництва, а й засобом інтеграції Поділля в загальноєвропейський простір локальних винних культур.

Таким чином, формування сучасних крафтових виноробень на Поділлі є багатовимірним процесом, у якому поєднуються соціально-економічні зміни, культурні ініціативи, технологічна модернізація та зростання уваги до локальної ідентичності. Виноробні господарства цього регіону репрезентують новий етап розвитку українського виноробства — етап, що ґрунтується на поєднанні авторського підходу, малих масштабів виробництва та глибокого зв'язку з місцевим теруаром, і водночас відображає ширші тенденції становлення крафтової культури у Європі та світі. Станом на 2025 рік до складу виноробних територій Поділля входять райони Хмельницької, Тернопільської та Вінницької областей, більшість знаходяться в зоні Подільських Товтр, що створює потенціал для розвитку локального виноробства та крафтових господарств. У 2019 р. в Поділлі було зареєстровано громадську організацію Union of Winegrowers and Winemakers Podilsky Tovtry, що покликана об'єднувати виноробів регіону, популяризувати вина Поділля та розвивати винний туризм. На сьогодні, Поділля — це не просто історичний виноробний регіон, а активна зона, де зараз формується рух за відродження виноробства, у тому числі — на локальній крафтовій основі (таблиця 2).

Таблиця 2.

**Систематизована характеристика крафтових виноробень Поділля
(станом на вересень 2025 року)**

Назва	Місцезнаходження	Опис діяльності	Основні сорти винограду
Bohdan's Winery	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Гораївка	Заснована у 2012 році. Виробництво: власні виноградники на 2,0 га. Унікальним є винайдений власником виноробні Богданом Павлієм сорт винограду Дублянський, який вирощують зараз інші подільські виноробні.	Йоханітер, Грамініер, Аліготе, Совінійон, Шардоне, Мерло, Соляріс, Санджовезе
Old Town Winery	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Довжок	Заснована у 2016 році. Має власні виноградники (площа близько 0,8 га), ґрунти — вапнякові, з підвищеним мінеральним складом.	Йоханітер, Каберне, Мускат, Рислінг
Kalyus Winery	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Рудківці	Заснована у 2019 році. Площа виноградників: 500 кущів в урочищі, 1 га біля виноробні, щн 2 га – орендовані в Херсонській області.	Мускат, Совінійон Блан, Рислінг, Зайбер
Родинна виноробня Зеленці	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Боришківці	Заснована у 2015 році. Площа виноградників 5 га на території заповідника «Подільські Товтри». Селекція українських, німецьких, американських сортів. Особливий акцент на виробництві напівсолодких натуральних вин	Цитронний Магарача, Йоханітер, Мускат, Гурзуфський рожевий, Каберне Кароль
Father's Wine	Тернопільська область, м. Гусятин	Заснована у 2010 році, площа виноградників більше 4 га. Головний сорт винограду Юпітер, спеціалізується на виробництві саме рожевих вин, інноваційним є бурштинове вино.	Юпітер, Йоханітер, Мускат Оттонель, Дублянський, Геліос, Рислінг.
Винний дім Гігінешвілі	Вінницька область, Могилев подільський район, с. Корделівка	Заснована у 2017 році, площа виноградників більше 16 га, головний акцент спрямований на італійську технологію вин. Унікальністю виноробні є виготовлення бурштинового вина за кахетською технологією.	Ркацителі, Шардоне, Каберне Совінійон, Мерло, Одеський чорний

Власна розробка

Сформовано автором на основі [5-8]

Узагальнивши просторове та організаційне представлення виноробень Поділля, варто перейти до розгляду їхнього продуктового портфеля. Поділля – край білих, рожевих, ігристих та легких червоних вин,

зокрема «Піно Нуару». Багато сотень років тому головним сортом винограду на схилах Дністра був Рислінг, який і на сьогодні є основним для виробництва білих сухих вин. Зважаючи на високу кислотність крафтових вин Поділля, активно виробляють українські ігристі вина з сортів Шардоне та Піно Нуар. У нижче наведеній таблиці 3 систематизовано основні типи вин, що характеризують виробничу спеціалізацію кожного підприємства. Представлені дані є важливими не лише для формування загального уявлення про регіональну виноробну специфіку, а й для оцінювання потенціалу інтеграції цих позицій у ресторанну карту. Деталізоване розуміння асортименту дозволяє визначити можливості гастрономічного поєднання, рівень унікальності пропозиції та доцільність включення окремих стилів у меню відповідно до концепції закладу й очікувань цільової аудиторії.

Таблиця 3.

Асортиментна політика крафтових виноробень Поділля (Хмельницька область)

№	Виноробня	Вид вина, назва	Сорти	Орієнтований обсяг на рік	Цінова категорія/грн
1	Bohdans Winery	Сухе біле «Бакота Йоханітер»	Johanniter	до 2-3 тис. л	650,00
2	Bohdans Winery	Сухе біле столове «Бакота Мускат»	Muscat	до 0,5 тис. л	520,00
3	Bohdans Winery	Сухе червоне «Rubin Podillya»	Cabernet Sauvignon/ Merlot	1-1,5 тис. л	520,00
4	Bohdans Winery	Сухе рожеве «Барбариска Rose»	Sangiovese	1-0,8 тис. л. (сезонне)	585,00
5	Bohdans Winery	Ігристе натуральне Pet-Nat білий	Sauvignon/ Johanniter	0,15-0,5 тис. л	650,00
6	Bohdans Winery	Оранж maceration	Rkatsiteli/ Johanniter	0,3-0,7 тис. л	685,00
7	Kalyus Winery	Сухе біле «Калюс»	Riesling	до 0,75 тис. л	370,00
8	Kalyus Winery	Сухе червоне «Сапераві «Калюс»	Saperavi	0,3-0,6 тис. л	450,00
9	Old Town Winery	Сухе червоне 3 місяці у добові бочці «Червоне витримане»	купаж червоних сортів Saperavi, Merlot	до 3 тис. л	595,00
10	Old Town Winery	Сухе біле «Біле»	Chardonnay/Muscat	1-1,5 тис. л	600,00

Власна розробка

Сформовано автором на основі [9-10]

Представлена добірка з 10 позицій крафтових вин Поділля демонструє кілька виразних тенденцій, притаманних регіональному виноробству. По-перше, у структурі асортименту простежується домінування сухих вин — як білих, так і червоних, що відповідає сучасним споживчим уподобанням ресторанного сегмента та свідчить про орієнтацію виробників на класичні винні стилі. Особливо показовою є присутність авторських інтерпретацій, зокрема orange / skin contact вин, а також ігристих натуральних (pet-nat), що підкреслює рух подільських виноробень у напрямі експериментальних технік і малотиражного ремісничого виробництва.

Другою ключовою ознакою є різноманіття сортового складу. Поряд із традиційними міжнародними сортами (Cabernet Sauvignon, Merlot, Riesling), активно використовуються PiWi-сорта та локально адаптовані різновиди, такі як Johanniter, що свідчить про прагнення до екологічнішого виноробства та роботи з сортами, стійкими до хвороб. Наявність вин із Muscat, Rkatsiteli й Saperavi підкреслює багатовекторність сортової політики регіону, що може бути привабливим для ресторанів, які шукають унікальні гастрономічні пропозиції.

Третім аспектом є істотна варіативність обсягів виробництва. Частина вин випускається дуже малими партіями (150–300 л), тоді як інші досягають 2–3 тис. л/рік. Це створює як можливості, так і обмеження: ресторани можуть будувати імідж на унікальних позиціях, але повинні враховувати нестабільність поставок та сезонні коливання доступності продукції. У цілому таблиця демонструє, що крафтове виноробство Поділля характеризується поєднанням класичних стилів, експериментальних технік та малотиражного виробництва, що формує потенційно цінну нішу для рестораних карт, орієнтованих на локальність, унікальність і гастрономічне розмаїття.

Аналізуючи перспективи впровадження локальних крафтових вин у ресторанний продукт, варто дослідити успішні бізнес-кейси ресторанів Хмельниччини. Показовим прикладом успішного впровадження крафтових вин у ресторанну практику є досвід готельно-ресторанного комплексу «Південна Брама». У закладі активно впроваджений формат тематичних гастрономічних вечерь, спрямований на демонстрацію потенціалу регіональних вин у поєднанні зі спеціально розробленими гастрономіями. Така модель дала змогу комплексно оцінити органолептичні властивості продукції, забезпечити її презентацію в релевантному кулінарному контексті та підвищити рівень поінформованості гостей щодо локальних виноробних практик. Отримані результати підтверджують доцільність інтерактивних форм комунікації як ефективного інструмента адаптації

крафтових вин до ресторанного середовища та поступового розширення їхньої присутності в основній карті напоїв.

Процес інтеграції крафтових вин до ресторанного меню є багатостадійним та систематизованим процесом, який вимагає дотримання певної послідовності дій для досягнення максимальної ефективності та рентабельності. Першим етапом є аналіз ринку та визначення цільової аудиторії, що включає дослідження поточних гастрономічних трендів, ідентифікацію потенційного попиту на локальні крафтові продукти (наприклад, вина Поділля) та сегментацію гостей за їхніми вподобаннями й купівельною спроможністю. Наступний критичний етап — формування асортиментного портфеля, що передбачає ретельний пошук та відбір надійних постачальників (малих виноробень), проведення професійних дегустацій для оцінки якості, автентичності та відповідності вин загальній концепції закладу. Важаємо, що ключовим та найбільш відповідальним етапом є економічне обґрунтування та ціноутворення. На цьому етапі здійснюється розрахунок собівартості кожної позиції з урахуванням усіх логістичних та операційних витрат. Застосовуються стратегічні методи формування кінцевої ціни, які мають забезпечити оптимальний баланс між бажаним рівнем маржинальності ресторану, конкурентоспроможністю пропозиції на ринку та сприйняттям цінності продукту споживачем. Правильно встановлена ціна є вирішальним фактором комерційного успіху впровадження.

Після ціноутворення відбувається розробка та дизайн винної карти, що включає не лише естетичне оформлення, але й інформативне наповнення, яке має зацікавити гостя та полегшити його вибір (історії виноробень, рекомендації щодо фудпейрингу). Завершальними етапами є навчання персоналу (офіціантів та сомельє) особливостям подачі, характеристикам смаку та історії кожного крафтового вина, а також маркетингова підтримка та просування, що включає використання різних каналів комунікації та проведення спеціальних дегустаційних заходів для стимулювання попиту.

Розглянемо детально можливі моделі формування продажної ціни крафтового вина залежно від споживчого сегменту гостей закладу ресторанного господарства. Ціноутворення у контексті інтеграції крафтових вин до ресторанної карти є фундаментальним елементом стратегічного менеджменту, що детермінує не лише економічну ефективність закладу, але й його конкурентоспроможність та ринкове позиціонування. Значущість цього процесу полягає в необхідності забезпечення адекватного покриття прямих і непрямих операційних витрат, максимізації маржинального прибутку та оптимізації оборотності асортименту. На відміну від продукції масового сегменту, крафтові вина характеризуються вищою собівартістю та унікальною цінністю, що вимагає застосування диференційованих підходів до ціноутворення, які б відображали їхню ексклюзивність та історію походження. Крім того, ціна виконує функцію потужного комунікаційного сигналу, який формує імідж ресторану та сегментує цільову аудиторію, залучаючи споживачів, готових інвестувати у високоякісний та автентичний гастрономічний досвід. Науково обґрунтоване ціноутворення також враховує психологічні аспекти споживчого сприйняття, де ціна часто корелює з очікуваною якістю, що вимагає збалансованого підходу між привабливістю пропозиції та фінансовою стійкістю бізнесу. Таким чином, стратегічне ціноутворення є критично важливим для успішного впровадження крафтових вин Поділля в ресторанну індустрію, забезпечуючи синергію між унікальністю продукту, очікуваннями споживачів та фінансовими цілями закладу.

Пропонуємо наступні моделі розрахунку націнки на локальні вина при впровадженні їх у карту напоїв. Вихідними даними для формування ціни є визначення food cost пляшки: закупівельна ціна (ЗЦ), логістика (в середньому 10%), витрати (прямі та непрямі в середньому 5%), сервісна націнка (3%). Враховуючи дані таблиці 3, середня вартість від виробника крафтових подільських вин складає 652,00 грн. При цьому собівартість пляшки при впровадженні у ресторан складе 735,00 грн. Остаточну продажну ціну для карти напоїв пропонуємо визначати за чотирма моделями (рис.1).

Модель А Стандартна HoReCa	Модель В Преміальна	Модель С Демократична	Модель D Келихова
Коефіцієнт націнки 2,0	Коефіцієнт націнки 3,0	Коефіцієнт націнки 1,3	Коефіцієнт націнки 3/5
1470,00	2200,00	955,00	440,00 /келик

Рис.1 Моделі формування ціни реалізації крафтових вин

Власна розробка

Представлена модель ціноутворення демонструє комплексний підхід до формування цін на вина у ресторанному сегменті HoReCa, який враховує не лише закупівельну вартість продукту, але й низку супутніх витрат, що безпосередньо впливають на кінцеву собівартість. До таких витрат належать логістичні витрати, втрати та списання, а також сервісні операційні витрати, що охоплюють використання інвентарю та підготовку персоналу. У наведеному прикладі сукупні витрати збільшують початкову закупівельну ціну на 18%, що відповідає типовим показникам для ресторанів середнього та преміального сегментів.

Аналіз моделей ціноутворення демонструє, що різні формати ресторанів та різні типи вин потребують відмінних підходів до формування ціни. *Стандартна модель з коефіцієнтом 2*, найбільш характерна для HoReCa, забезпечує необхідний рівень маржинальності та покриває загальні операційні витрати ресторану. Для крафтових подільських вин, що мають локальне походження та обмежені виробничі партії, ця модель є економічно збалансованою.

Преміальна модель (коефіцієнт 3) створює можливість для позиціонування вина як ексклюзивного продукту, підкреслює його унікальність та компенсує ризики, пов'язані з обмеженою доступністю. З науково-економічної точки зору така модель найбільш виправдана для нішевих вин із високим рівнем витрат на виробництво та логістику, характерних для сімейних або авторських виноробень.

Демократична модель (коефіцієнт 1,3) є інструментом залучення ширшої аудиторії та формування лояльності гостей. Вона вигідна для ресторанів, що прагнуть забезпечити високий товарообіг та зменшити ціновий бар'єр при знайомстві з крафтовим вином.

Найбільш специфічною є *келихова модель*, у якій ціноутворення базується не на вартості пляшки як одиниці товару, а на економіці порційного продажу. Механізм, при якому собівартість пляшки має окупатися за рахунок продажу 2–3 келихів, є стандартом для барів і винних закладів. У даному випадку ціна 440,00 грн за 150 мл забезпечує необхідний рівень маржинальності навіть за помірного попиту.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що надані дані демонструють гармонійне поєднання економічної доцільності та маркетингової логіки. Подільські крафтові вина, з огляду на їхню унікальність, обмеженість та високу ручну складову виробництва, найбільш органічно вписуються у преміальні та стандартні моделі націнки, що дозволяє ефективно позиціонувати їх у сучасних ресторанних винних картах.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Результати проведеного дослідження дозволяють зробити комплексні висновки щодо потенціалу та доцільності інтеграції локальних крафтових вин до карти напоїв сучасного ресторанного закладу. Зібрані теоретичні та емпіричні дані засвідчують, що крафтове виноробство, зокрема подільська його форма, виступає важливим чинником розвитку гастрономічної культури України та формування унікальної ідентичності вітчизняного ресторанного бізнесу. Локальні вина вирізняються високим рівнем автентичності, авторським підходом, обмеженими обсягами виробництва та тісним зв'язком із регіональним теруаром, що створює значну додану цінність для ресторанного продукту. Аналіз історичних аспектів виноробства Поділля та сучасних тенденцій розвитку регіональних виноробень демонструє, що регіон має глибокі природно-географічні, культурні та економічні передумови для створення високоякісних крафтових вин. Сучасні виробники формують широкий асортимент продукції — від класичних сухих вин до експериментальних orange, pet-nat та авторських купажів, — що значно розширює можливості для ресторанних фудпейрингів та інноваційних гастрономічних рішень. SWOT-аналіз показав, що хоча інтеграція крафтових вин у ресторанну карту супроводжується низкою викликів, зокрема нестабільністю виробництва, сезонністю поставок та необхідністю підготовки персоналу, потенційні вигоди суттєво переважають ризики. Ресторан отримує можливість підсилити власну концепцію через використання локальних вин, позиціонувати себе як сучасний гастрономічний заклад, підвищити рівень емоційної взаємодії з гостем та сформувані унікальні конкурентні переваги. Економічний аналіз моделей ціноутворення засвідчив, що для подільських крафтових вин найефективнішими є преміальні та стандартні підходи до розрахунку націнки, що відповідає особливостям продукту та сприйняттю його цінності споживачами. Одночасно важливим інструментом стимулювання продажів є келихові моделі, які забезпечують доступність для ширшої аудиторії та підвищують оборотність винної карти. Це підтверджує, що стратегічно обґрунтоване ціноутворення є ключовим фактором успіху інтеграції крафтових вин у ресторанну практику.

Узагальнюючи результати, можна стверджувати, що локальні крафтові вина Поділля мають значний потенціал для формування конкурентоспроможної та концептуально цілісної винної карти ресторану. Їх використання сприяє розвитку гастрономічного туризму, укріпленню іміджу регіону як перспективної виноробної території та формуванню культурної і економічної цінності місцевого продукту. Подальші дослідження в цьому напрямі можуть бути спрямовані на аналіз споживчої поведінки щодо крафтових вин, розробку оптимальних моделей співпраці між ресторанами та виробниками, а також оцінку ефективності ресторанних маркетингових інструментів у популяризації локальної винної культури.

Література

1. Калініченко Л.Л. Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні. Економіка: реалії часу. 2022. № 5 (63). С. 26–33. URL: <https://techdrinks.info/z-istoriyi-vynorobstva-na-podilli/>.
2. Басюк Д.І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. Вінниця, ПП «ГД «Едельвейс і К», 2017. с. 55-86.
3. Нагурна Н., Куриленко, Ю. Дослідження ринку виноробства України, як інфраструктури для винного туризму. 2024. Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry. 3 (13) С. 101-105. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.15](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.15)
4. З історії виноробства на Поділлі. Журнал «Напої & Пиво. Технології та Інновації». Режим доступу: URL:<https://techdrinks.info/z-istoriyi-vynorobstva-na-podilli/>
5. Клімов С. Нерозказана історія українського виноробства. К:Українер, 2024. с. 176-190.
6. Винарня Богдана Павлія. Режим доступу: URL: <https://bakota.com.ua/gastro-tours/bohdans-winery/>
7. Вина України. Поділля: Kalyus Winery, «Родинна виноробня Зелениці», Bohdan's Winery. Режим доступу: URL: <https://www.ukrainer.net/vyno-podillia/>
8. «Мені дві пляшки вина... з собою». Винна подорож з Києва до Львова чи навпаки. Режим доступу: URL: <https://theheartofwine.com/meni-dvi-pliersky-vyna-z-soboiu/>
9. Інтернет-магазин крафтових вин «Винолови». Режим доступу: URL: <https://vynolovy.com/ukrainski-vyna/c334/regon-virobnitstva-values-podillya/> (дата звернення 10.12.2025).
10. Інтернет-магазин крафтових вин Поділля «Винний край» Режим доступу: URL: https://wineland.com.ua/category/vino/?filter_oblast=khmelnicka

References

1. Kalinichenko, L. L. (2022). Problems of craft activity development in Ukraine. *Ekonomika: realii chasu*, 5(63), 26–33. URL: <https://techdrinks.info/z-istoriyi-vynorobstva-na-podilli/>
2. Basiuk, D. I. (2017). Wine and gastronomic tourism: global trends and local practices. Vinnytsia: TD Edelweiss and K. (pp. 55-86).
3. Nahurna, N., Kurylenko, Y. (2024). Research on the wine market of Ukraine as an infrastructure for wine tourism. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, 3(13), 101-105. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.15](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.15)
4. From the history of winemaking in Podillia. *Drinks & Beer Journal. Technologies and Innovations*. URL: <https://techdrinks.info/z-istoriyi-vynorobstva-na-podilli/>
5. Klimov, S. (2024). The untold story of Ukrainian winemaking. Kyiv: Ukrainer. (pp. 176-190).
6. Bohdan Pavlii's Winery. URL: <https://bakota.com.ua/gastro-tours/bohdans-winery/>
7. Wines of Ukraine. Podillia: Kalyus Winery, Zelenytsia Family Winery, Bohdan's Winery. URL: <https://www.ukrainer.net/vyno-podillia/>
8. "Two bottles of wine... to go, please". A wine journey from Kyiv to Lviv or vice versa. URL: <https://theheartofwine.com/meni-dvi-pliersky-vyna-z-soboiu/>
9. "Vynolovy" online craft wine store. URL: <https://vynolovy.com/ukrainski-vyna/c334/regon-virobnitstva-values-podillya/>
10. "Wineland" online store for Podillia craft wines URL: https://wineland.com.ua/category/vino/?filter_oblast=khmelnicka