

УДК 338.48:663.2:339.137.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2026.29.2>**Бойко В.О.**

кандидат економічних наук, доцент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8032-5731>
(м. Херсон / м. Кропивницький)

Бойко Л.О.

кандидат сільськогосподарських наук, доцент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3699-6906>
(м. Херсон / м. Кропивницький)

Boiko Viktoriia, Boiko Liudmyla

Kherson State Agrarian and Economic University
(Kherson / Kropyvnytskyi)

ЕНОГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛОКАЛЬНОГО ВИНОРОБСТВА

ENOGASTRONOMIC TOURISM AS A TOOL FOR ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF THE LOCAL WINE INDUSTRY

У статті досліджено сучасний стан та перспективи розвитку еногастрономічного туризму як інструменту підвищення конкурентоспроможності виноробної галузі України. Узагальнено теоретичні підходи до визначення сутності еногастрономічного туризму, розкрито його роль у формуванні доданої вартості виноробної продукції, розвитку сільських територій та популяризації локальної гастрономічної спадщини. Проаналізовано сучасні тенденції розвитку виноробної галузі України на основі статистичних даних щодо обсягів переробки винограду, сортової структури сировини та виробництва виноматеріалів. Обґрунтовано, що подальший розвиток еногастрономічного туризму має базуватися на формуванні комплексних туристичних маршрутів, розвитку проєктів «Дорога вина та смаку», цифровізації туристичних сервісів, підтримці локальних виробників та посиленні міжгалузевої співпраці. Реалізація запропонованих напрямів сприятиме зміцненню конкурентних позицій вітчизняних виноробних підприємств, розвитку регіональної економіки та інтеграції України до європейського простору еногастрономічного туризму.

Ключові слова: еногастрономічний туризм, виноробство, винний туризм, конкурентоспроможність, виноматеріали, виноград, туристична інфраструктура, локальні бренди, сталий розвиток.

The article examines the current state and prospects for the development of enogastronomic tourism as a tool for enhancing the competitiveness of Ukraine's wine industry. The theoretical approaches to defining the essence of enogastronomic tourism are generalized, and its role in creating added value for wine products, promoting rural development, and preserving and promoting local gastronomic heritage is substantiated. Current trends in the development of the Ukrainian wine industry are analyzed based on statistical data on grape processing volumes, the varietal structure of raw materials, and wine material production. It has been established that in 2024 grape processing volumes declined due to the impact of military actions, economic instability, and the reduction of the raw material base. The study reveals that the predominance of purchased grapes in the raw material supply structure indicates a significant dependence of wineries on external suppliers. The varietal composition of processed grapes was analyzed, revealing the dominance of Aligoté, Chardonnay, and Cabernet Sauvignon varieties. The expediency of promoting indigenous grape varieties as an important component of creating a unique regional



© Бойко В.О., Бойко Л.О., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

tourism product is substantiated. The advantages of enogastronomic tourism for the wine industry are summarized, including strengthening consumer loyalty, increasing direct sales, expanding distribution channels, supporting local producers, and improving tourism infrastructure. At the same time, the main barriers to development have been identified, including the insufficient level of tourism infrastructure, weak marketing support for local brands, inadequate integration between the agricultural, tourism, and cultural sectors, and the negative impact of wartime challenges. It is argued that the further development of enogastronomic tourism should be based on the creation of integrated tourism routes, the expansion of the "Wine and Taste Route" projects, the digitalization of tourism services, support for local producers, and the strengthening of cross-sectoral cooperation. The implementation of these measures will contribute to improving the competitiveness of domestic wineries, fostering regional economic development, and facilitating Ukraine's integration into the European enogastronomic tourism area.

Keywords: *enogastronomic tourism, winemaking, wine tourism, competitiveness, wine materials, grapes, tourism infrastructure, local brands, sustainable development.*

Постановка проблеми. Сучасні тренди розвитку туристичної галузі демонструють зростання інтересу до спеціалізованих форм туризму, зокрема еногастрономічного. Поєднання гастрономічного досвіду з вивченням традицій виноробства створює унікальні можливості для підвищення економічної активності регіонів, підтримки локальних виробників та просування автентичної продукції на внутрішньому й міжнародному ринках. У світі спостерігається зростання зацікавленості до туризму, який пропонує автентичні враження, зокрема дегустації місцевої кухні та вина. Еногастрономічний туризм формує попит не лише на якісні продукти, а й на культурний контекст їх споживання. Для України, яка має давні традиції виноробства (Закарпаття, Одещина, Миколаївщина, Херсонщина), розвиток цього виду туризму є перспективним напрямом диверсифікації економіки та інструментом формування позитивного іміджу країни. Актуальність теми зумовлена потребою підвищення конкурентоспроможності локального виноробства в умовах глобалізації, зростанням імпортової продукції та зміни споживчих вподобань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних наукових дослідженнях еногастрономічний туризм розглядається як перспективний напрям розвитку туризму, що поєднує задоволення кулінарних інтересів туристів із підтримкою місцевих виробників. Зокрема, Красовський С.О. аналізує формування та розвиток гастрономічного туризму в контексті соціокультурного вектора розуміння сутності туристичної діяльності. Особлива увага приділяється його ролі у зміцненні бренду регіону, розвитку сільських територій, збереженні культурної спадщини та стимулюванні економічного зростання локальних громад [1]. Водночас, дослідники наголошують на зростаючому попиті на автентичні гастрономічні враження, що створює нові можливості для популяризації місцевих виноробень через туристичні маршрути, фестивалі, дегустації та інші заходи [2–4].

Калина Т. та інші. зазначають, що еногастрономічний туризм є важливим чинником поєднання місцевого виробництва та сфери послуг, сприяючи сталому розвитку сільських територій, підтримці малого і середнього бізнесу та збереженню регіональних традицій. Його розвиток супроводжується посиленням регіональної та міжрегіональної співпраці, що позитивно впливає на соціально-економічний розвиток територій та розширення туристичних послуг [5].

Значну увагу дослідженню сучасних тенденцій розвитку винного та еногастрономічного туризму, забезпечення сталого розвитку DESTINACIЙ, приділяють зарубіжні науковці. У класичних працях туристознавства еногастрономічний туризм визначається як потужний інструмент територіального маркетингу, здатний формувати унікальну ідентичність регіону, підтримувати розвиток малих виробників та забезпечувати диференціацію туристичного продукту. Автори таких концепцій, як С. Hall, Е. Telfer, Н. Bruwer, наголошують, що гастрономія і вино є не лише предметами споживання, а й носіями місцевої культури, історії, традицій [6].

Alebakі М. та співавт. акцентують увагу на зростанні ролі цифрових технологій у формуванні туристичного досвіду в умовах сталого розвитку та посилення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Автори зазначають, що, незважаючи на активне впровадження цифрових рішень у сфері послуг, більшість досліджень винного туризму зосереджується переважно на фізичних характеристиках туристичних локацій. Зокрема, концепція «винних ландшафтів» здебільшого розглядається через природні, культурні та просторові аспекти, тоді як цифрові складові туристичного досвіду залишаються недостатньо дослідженими [7].

Чимало науковців підкреслюють, що поєднання виноробства з туризмом дозволяє не лише диверсифікувати джерела доходу, а й формувати додану вартість продукції через емоційний і культурний досвід споживача. Водночас у дослідженнях підкреслюється необхідність інтеграції еногастрономічного туризму в стратегії місцевого розвитку з урахуванням сталості, якості сервісу та збереження регіональної ідентичності.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування еногастрономічного туризму як ефективного інструменту підвищення конкурентоспроможності локального виноробства в умовах сучасного ринку та пошук шляхів його сталого розвитку через інтеграцію туристичної й агропромислової діяльності.

Виклад основного матеріалу. Еногастрономічний туризм – це подорожі з метою ознайомлення з місцевою кухнею та виноробством, що включають участь у дегустаціях, фестивалях, відвідування виноградників, виноробень, фермерських господарств. У цьому форматі турист виступає не лише як споживач, а й як учасник культурного обміну, що створює додану вартість для локального виробника.

З економічної точки зору, еногастрономічний туризм сприяє:

- підвищенню зайнятості населення у регіоні;
- зростанню доданої вартості агропродукції через її включення до туристичних маршрутів;
- диверсифікації доходів місцевих виноробних господарств, які отримують прибуток не лише від продажу вина, а й від супутніх сервісів (дегустації, екскурсії, події);
- формуванню мультиплікативного ефекту для інших сфер – готельного бізнесу, громадського харчування, транспорту тощо.

Загалом, згідно з дослідженнями Європейської мережі винного туризму (Iter Vitis), еногастрономічний туризм стимулює локальний розвиток, оскільки підтримує малі форми господарювання, зберігає культурну спадщину та сприяє створенню нових туристичних продуктів, орієнтованих на високу якість і унікальність. Винний туризм – це концепція, яка виходить за рамки простого споживання келиха вина: винний туризм – це не продаж вина, це об'єднання почуттів та вражень, які любитель вина переживає у всьому, що передбачає цей світ, не лише для того, щоб пити [8].

Еногастрономічний туризм набуває все більшого значення у формуванні конкурентних переваг регіонів, що спеціалізуються на виробництві вина. В умовах глобалізації ринків і посилення конкуренції на світовому винному ринку, традиційне виноробство вимагає пошуку нових інструментів для збереження та підвищення своєї привабливості. Еногастрономія як комплексний підхід, що поєднує культуру виноробства з гастрономічними традиціями, створює унікальний туристичний продукт, сприяючи зростанню економічного потенціалу локальних виробників.

Однак, незважаючи на потенціал еногастрономічного туризму, існують проблеми недостатньої інтеграції виноробних господарств у туристичну інфраструктуру, слабка маркетингова підтримка та низький рівень співпраці між зацікавленими сторонами. Відсутність системного підходу до розвитку еногастрономічного туризму обмежує можливості ефективного використання цього інструменту для підвищення конкурентоспроможності локального виноробства. Водночас оцінка сучасного стану винороб-

ної галузі свідчить про наявність низки виробничих викликів, які також впливають на перспективи розвитку еногастрономічного туризму. Дані щодо обсягів переробки винограду на виноматеріали у 2024 році наведено на рис. 1.

У 2024 р. на виноматеріали було перероблено 31 963,8 т винограду, що на 36,5 % менше порівняно з 2023 р. При цьому основну частку сировини (69 %) становив куплений виноград, тоді як частка власно вирощеного складала лише 31 % (рис. 1). Така структура забезпечення сировиною свідчить про значну залежність виноробних підприємств від зовнішніх постачальників, що в умовах економічної нестабільності та воєнних викликів може негативно впливати на стабільність виробництва, конкурентоспроможність галузі та можливості розвитку еногастрономічного туризму.

Важливе значення для оцінювання сучасного стану виноробної галузі має не лише обсяг переробленого винограду, а й його сортова структура, оскільки саме вона визначає асортимент виноробної продукції, спеціалізацію підприємств та формує потенціал розвитку еногастрономічного туризму. У структурі переробленого винограду у 2024 р. найбільшу частку займав сорт Аліготе – 16,3 %, друге місце посідав Шардоне – 12,6 %, а третє – Каберне Совінйон із часткою 8,6 %. Переважання зазначених сортів свідчить про орієнтацію виноробних підприємств на виробництво найбільш затребуваних білих і червоних виноматеріалів. Водночас концентрація переробки на обмеженій кількості сортів підкреслює доцільність диверсифікації сортового складу та популяризації автохтонних сортів винограду, що може стати важливою конкурентною перевагою для розвитку еногастрономічного туризму та формування унікальної туристичної пропозиції регіонів.

Ще одним показником функціонування виноробної галузі є обсяги виробництва виноматеріалів за основними напрямками використання. Аналіз цих показників дає змогу оцінити спеціалізацію виробництва та визначити пріоритетні сегменти розвитку виноробства.

У 2024 році найбільший обсяг вироблених виноматеріалів припадав на столові вина – 1618 тис. дал, що підтверджує їх домінуючу роль у структурі вітчизняного виноробства. Виробництво виноматеріалів для шампанських та ігристих вин становило 609 тис. дал, тоді як коньячних виноматеріалів – лише 91 тис. дал. Така структура виробництва свідчить про орієнтацію галузі переважно на виготовлення столових вин, водночас сегменти ігристих та коньячних вин мають потенціал для подальшого розвитку, диверсифікації асортименту та розширення туристичної привабливості виноробних регіонів України [9].

Одним із ключових ефектів впровадження еногастрономічного туризму є підвищення впізнаваності локального бренду вина. Наприклад, фестиваль молодого вина в Закарпатті, який сприяє популяризації малих виноробень [10].

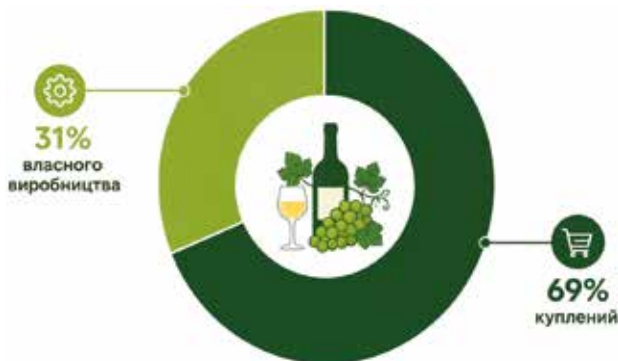


Рис. 1. Переробка винограду на виноматеріали, % у 2024 р.

Джерело: [9]

Незважаючи на воєнні виклики, в Україні продовжують функціонувати еногастрономічні маршрути «Дорога вина та смаку», серед яких найбільш розвиненим є маршрут «Дорога вина та смаку Української Бессарабії». Він об'єднує виноробні, крафтові виробництва харчової продукції, заклади гостинності та туристичні локації в єдину мережу, сприяючи розвитку винного туризму, популяризації локальної продукції та підвищенню туристичної привабливості регіону. Також можна зазначити, що маршрут охоплює кілька туристичних дестинацій (Одеса-Шабо-Білгород-Дністровський, Ізмаїл-Болград-Криничне, Татарбунари-Вилкове та ін.) і є першим офіційним еногастрономічним маршрутом України, створеним за підтримки Європейського Союзу [11].

Для комплексної оцінки впливу еногастрономічного туризму на розвиток виноробної галузі доцільно узагальнити його ключові переваги та основні перешкоди, що стримують ефективне використання цього напрямку (Табл. 1).

Еногастрономічний туризм є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності локального виноробства завдяки формуванню сталого попиту, популяризації автентичної продукції та розвитку крос-секторального партнерства. Для реалізації потенціалу цього напрямку в Україні необхідно активізувати маркетингову підтримку регіональних брендів, інвестувати в інфраструктуру та розробляти якісні туристичні продукти з акцентом на локальні особливості. Крім того, залучення туристів до виноробних регіонів має соціальне значення: забезпечує робочі місця, сприяє збереженню ландшафтів і традицій, стимулює розвиток інфраструктури. Для країн з багатою історією виноробства, зокрема України, впровадження еногастрономічного туризму є не лише економічною можливістю, а й інструментом інтеграції у світовий туристичний і винний простір.

Таблиця 1

**Переваги та перешкоди розвитку еногастрономічного туризму
для виноробної галузі**

Переваги розвитку еногастрономічного туризму	Перешкоди розвитку еногастрономічного туризму
Формування лояльної аудиторії завдяки емоційному контакту споживачів із брендом виноробного підприємства	Недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури у виноробних регіонах
Зростання прямих продажів продукції на виноробнях через дегустації та екскурсії	Слабка маркетингова підтримка локальних виноробних брендів
Розширення каналів збуту продукції за рахунок туристичних платформ і спеціалізованих маршрутів	Недостатня інтеграція аграрного, туристичного та культурного секторів
Підвищення експортного потенціалу завдяки популяризації продукції серед міжнародних туристів	Потреба у підвищенні кваліфікації персоналу у сфері гостинності та туристичного обслуговування
Розвиток транспортної, туристичної та сервісної інфраструктури сільських територій	Обмежені інвестиційні ресурси для модернізації туристичних об'єктів і виноробних підприємств
Створення нових робочих місць у сфері туризму, виноробства та супутніх послуг	Вплив воєнних ризиків і безпекових чинників на туристичні потоки
Підтримка фермерських господарств, локальних ресторанів, готелів і ремісничих виробництв	Недостатній рівень міжнародного просування українських еногастрономічних маршрутів
Збереження та популяризація гастрономічної й культурної спадщини виноробних регіонів	Сезонність туристичного попиту та нерівномірність відвідування виноробних локацій

Джерело: сформовано авторами

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що еногастрономічний туризм є перспективним напрямом диверсифікації діяльності виноробних підприємств та важливим інструментом підвищення їх конкурентоспроможності. Поєднання виноробства з туристичними послугами створює додану вартість продукції, сприяє популяризації локальних брендів, розширенню каналів збуту та формуванню позитивного іміджу виноробних регіонів.

Узагальнення переваг і перешкод розвитку еногастрономічного туризму дозволило визначити, що його впровадження забезпечує зростання прямих продажів, розширення ринків збуту, підвищення впізнаваності виноробних брендів, підтримку розвитку сільських територій та малого підприємництва. Водночас основними стримуючими чинниками залишаються недостатній розвиток туристичної інфраструктури, слабка маркетингова підтримка локальних виробників, недостатня міжгалузева кооперація, дефіцит кваліфікованих кадрів і негативний вплив воєнних ризиків.

Перспективи розвитку еногастрономічного туризму в Україні пов'язані з формуванням комплексних туристичних маршрутів, розширенням мережі проєктів «Дорога вина та смаку», цифровізацією туристичних сервісів, активним використанням маркетингових інструментів, підтримкою локальних виробників та посиленням взаємодії між виноробними підприємствами, туристичним бізнесом, органами місцевого самоврядування і державою. Реалізація зазначених заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виноробства, сталому розвитку регіонів та інтеграції України до європейського еногастрономічного туристичного простору.

Список використаних джерел:

1. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. № 37. С. 169–180. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>
2. Бойко В. О., Бойко Л. О. Винні тури як складова агротуризму. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 12. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-12-01>
3. Boiko V. (2022). Wine tourism as one of the directions of enogastronomic culture. Proceedings of the XXXVI International Scientific and Practical Conference “The main prospects for the development of science in modern life”. (Warsaw, Poland, September 13–16, 2022). pp. 385–387). Warsaw. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2022.1.36>
4. Бойко В. Wellness-туризм: нові горизонти для балансу та здоров'я в сучасних умовах. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2025. № 22. С. 271–277. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.31>
5. Калина Т. Є., Арзуманян Т. Ю., Омельченко Г. Ю. Еногастрономічний туризм як драйвер розвитку регіонів та сільських територій. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2024. № 1. С. 93–97. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-1-19>
6. By C. Michael Hall, Liz Sharples, Brock Cambourne, Niki Macionis. Wine Tourism Around the World. URL: <https://www.routledge.com/Wine-Tourism-Around-the-World/Hall-Sharples-Cambourne-Macionis/p/book/9780750654661>
7. Alebaki M., Psimouli M., Kladou S., Anastasiadis F. Digital Winescape and Online Wine Tourism: Comparative Insights from Crete and Santorini. *Sustainability*, 2022, 14. 8396. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14148396>
8. A new perspective on wine tourism: Mission. URL: <https://itervitis.eu>
9. Перероблення винограду та виробництво виноматеріалів у 2024 році. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/pro_stat/Prosto/s_gosp/vuno.pdf
10. Аверчева Н.О., Бойко В.О., Бойко Л.О. Сімейні винарні як основа європейської інтеграції галузі виноробства України. *Економіка АПК*. 2019. № 12. С. 61–69. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201912061>
11. Проєкт «Дорога вина та смаку Української Бесарабії». URL: <https://odesatourism.site/pivden-ukrainy/proiekt-vyna-smaku-ukrainskoi-besarabii/>

References:

1. Krasovskyi S. (2021). Hastronomichniy turizm yak aktualnyi trend suchasnoi kultury [Food tourism as a current trend in modern culture]. *Issues in Cultural Studies*, 37, 169–180. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>
2. Bioko B. O. & Bioko L. O. (2024). Vynni tury yak skladova ahroturyzmu [Wine Tours as a Component of Agritourism]. *Problems of Modern Transformations. Series: Economics and Management*, (12). DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-12-12-01>
3. Boiko V. (2022) Vynnyi turizm yak odyin iz napriamiv enohastronomichnoi kultury [Wine tourism as one of the directions of enogastronomic culture]. Proceedings of the XXXVI International Scientific and Practical Conference “The main prospects for the development of science in modern life”. (Warsaw, Poland, September 13 16, 2022). pp. 385–387). Warsaw. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2022.1.36> [in Ukrainian]
4. Boiko V. (2025). Wellness-turizm: novihoryzonty dlia balansu ta zdorovia v suchasnykh umovakh [Wellness tourism: new horizons for balance and health under current conditions]. *Taurida Scientific Herald. Series: Economics*, (22), 271–277. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.31>
5. Kalina T. Ye., Arzumanyan T. Yu. & Omelchenko G. Yu. (2024). Enohastronomichniy turizm yak draiver rozvytku rehioniv ta silskykh terytorii [Enogastronomic tourism as a driver of regional and rural development]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky ta prava*, (1), 93–97. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-1-19>
6. By C. Michael Hall, Liz Sharples, Brock Cambourne, Niki Macionis. Wine Tourism Around the World. Available at: <https://www.routledge.com/Wine-Tourism-Around-the-World/Hall-Sharples-Cambourne-Macionis/p/book/9780750654661>
7. Alebaki M., Psimouli M., Kladou S., Anastasiadis F. (2022). Digital Winescape and On-line Wine Tourism: Comparative Insights from Crete and Santorini. *Sustainability*, 14, 8396. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14148396>
8. A new perspective on wine tourism: Mission. Available at: <https://itervitis.eu>
9. State Statistics Service of Ukraine. Pereroblennia vynohradu ta vyrobnytstvo vynomaterialiv u 2024 rotsi [Grape Processing and Production of Wine Materials in 2024]. Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/pro_stat/Prosto/s_gosp/vuno.pdf
10. Avercheva N., Boiko V. & Boiko L. (2019) Simeini vynarni yak osnova yevropeiskoi intehtratsii haluzi vynorobstva Ukrainy [Family wineries as a basis for European integration in the winemaking industry of Ukraine]. *Ekonomika APK*, no. 26 (12). DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201912061>
11. Proiekt “Doroha vyna ta smaku Ukrainiskoi Besarabii” [The Wine and Taste Route of Ukrainian Bessarabia]. Odesa Tourism Portal. Available at: <https://www.odesatourism.site/pivden-ukrainy/proiekt-vyna-smaku-ukrinskoi-besarabii/>

Дата надходження статті: 15.08.2026

Дата прийняття статті до публікації: 11.09.2026

Дата публікації статті: 29.09.2026