

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-68>

УДК 657.338.48

МАРЧУК Ульяна

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

<https://orcid.org/0000-0003-0971-1303>

e-mail: mar4ukuliana@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКУ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ЕНОТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті окреслено особливості розвитку енотуризму (винного туризму) в Україні, як виду гастрономічного туризму. Вказано на процеси адаптації облікової системи до відображення наданих послуг. Акцентовано увагу на місці гастрономічного туризму серед незвичних видів туризму. Окреслено фактори впливу на облік виноробень гастрономічного туризму. Означено місце енотуризму серед категорій гастрономічного туризму та виокремлено його основні форми: екскурсія на виноградники та виноробні підприємства; еногастрономічна вечеря; майстер клас з еногастрономії; дегустація вина з лекцією досвідченого сомельє; відвідування винних фестивалів та виставок; комплексний винний тур, тощо. Наведено дослідження щодо сталого винного туризму за даними онлайн опитування 2021 року за участю 1579 виноробних підприємств з більш ніж 40 країн.

Виокремлено унікальні витрати енотуризму, зокрема; витрати, що пов'язані з новим об'єктом обліку та потребують внесення змін до його рахунків; системи витрат (капіталізація витрат на виноградники, надбавки до виснаження та розподіл витрат на товари, що вивозяться) та багатьох інших процедур. Здійснено аналіз наслідків війни на виноробну галузь. Вказано виноробні та склади різних регіонів України, що постраждали внаслідок повномасштабного вторгнення росії.

Наведено погляди вчених на особливості обліку винного туризму в Україні, зокрема облікового відображення специфічних витрат пов'язаних з наданням послуг з енотуризму за окремими статтями, формування доходу від реалізації послуг, формування собівартості туристичного продукту та їх вплив фінансові результати діяльності виноробного підприємства. Розкрито формування облікової політики підприємства з виокремленням окремих напрямів, що забезпечуватимуть особливості відображення доходів від енотуризму (продаж вина; туристичні послуги, зокрема: екскурсії, продаж сувенірної продукції; гастрономічні заходи, зокрема: дегустації, вечеря, майстер класи, тощо).

Виокремлено особливості відображення в обліковій політиці статей витрат на організацію надання туристичних послуг (підготовка приміщень, персонал, логістика, реклама) та специфічних витрат (для підтримання туристичної інфраструктури, зокрема: зали для дегустації та еногастрономічних банкетів; музеї виноробства; ландшафтні роботи, тощо).

Ключові слова: облік, енотуризм, винний туризм, виноробні підприємства, управління, витрати, доходи, система, послуги, результати діяльності.

MARCHUK Uliana

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

PECULIARITIES OF FORMATION OF ACCOUNTING OF PRODUCTS AND SERVICES OF ENOTOURISM AS A COMPONENT OF THE PERFORMANCE OF WINERIES

The article outlines the peculiarities of developing enotourism (wine tourism) in Ukraine as a type of gastronomic tourism. The accounting system's adaptation processes to reflect the services provided are indicated. Attention is focused on the place of gastronomic tourism among unusual types of tourism. The factors influencing the accounting of gastronomic tourism wineries are outlined. The place of enotourism among the categories of gastronomic tourism is determined, and its main forms are highlighted: excursion to vineyards and wineries; enogastronomic dinner; a master class in enogastronomy; wine tasting with a lecture by an experienced sommelier; visiting wine festivals and exhibitions; comprehensive wine tour, etc. The article presents a study on sustainable wine tourism based on an online survey conducted in 2021 with the participation of 1579 wineries from more than 40 countries.

The unique costs of enotourism are highlighted, particularly costs associated with a new accounting object and requiring changes to its accounts, cost systems (capitalization of vineyard costs, depletion allowances, and allocation of costs for exported goods), and many other procedures. The author analyzes the effects of the war on the wine industry. The wineries and warehouses in different regions of Ukraine that suffered as a result of Russia's full-scale invasion are listed.

The article presents the views of scientists on the peculiarities of accounting for wine tourism in Ukraine, in particular, the accounting for specific costs associated with the provision of enotourism services by individual items, the formation of income from the sale of services, the formation of the cost of a tourist product and their impact on the financial performance of a winery. The formation of the accounting policy of the enterprise with the allocation of separate areas that will provide features of the reflection of income from enotourism (sale of wine; tourist services, in particular: excursions, sale of souvenirs; gastronomic events, in particular: tastings, dinner, master classes, etc.)

The peculiarities of reflecting in the accounting policy the items of expenses for organizing the provision of tourist services (preparation of premises, personnel, logistics, advertising) and specific expenses (for maintaining tourist infrastructure, in particular: tasting rooms and enogastronomic banquets; winemaking museums; landscape works, etc.)

Keywords: accounting, enotourism, wine tourism, wineries, management, costs, revenues, system, services, performance results.

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

Сучасний розвиток туризму в наш час обумовлюється урізноманітненням запитів туристів та підвищенням конкуренції, що призводить до варіювання ринку туристичних послуг. Розвиток енотуризму, як складової гастрономічного туризму, є одним із ключових напрямів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств. Зростання популярності винного туризму вимагає адаптації системи обліку на підприємствах до нових умов діяльності, що включають не лише виробництво та реалізацію продукції, але й надання послуг. Особливості формування обліку продукції та послуг енотуризму визначаються необхідністю врахування багатокомпонентного характеру витрат, доходів і результатів, а також інтеграції даних про туристичну діяльність у загальну облікову систему. Проблема вдосконалення обліку продукції та послуг енотуризму має як наукове, так і практичне значення, тому науково важливим є формування методологічного підґрунтя для інтерпретації туристичної складової у загальну систему обліку підприємств.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед дослідників, котрі досліджували проблематику облікового забезпечення виноробних підприємств можна виділити наступних: Кондрич В.І. [1], Лукашова О.А. [2], Мельниченко І.В. [3], Стоянова-Коваль С.С. [4]. Свої роботи присвятили розвитку винному туризму такі науковці, як: Баглей Д.В. та Мотузенко О.О. [5], Басюк Д.І. [6], Бадженкова К.С. [7], Горшкова Л.О. [8] Любіцева О.О. [9], Матвеев В.В. [10], Патійчук В.О. [11] та Оболончик А.В. [12]. та інші.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Практична важливість проблеми полягає у підвищенні прозорості обліку та звітності виноробних підприємств, що сприятиме ефективнішому управлінню ресурсами, оптимізації витрат, забезпеченню обґрунтованої цінової політики та підвищенню конкурентоспроможності. Покращення всіх цих складових сприятиме підвищенню результативності діяльності виноробних підприємств, їх адаптації до ринкових умов та забезпеченню сталого розвитку галузі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є оцінка розвитку енотуризму (винного туризму) в Україні та особливості облікового відображення доходів та витрат в обліковій системі результативності діяльності виноробних підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Туризм є важливою складовою життя людини, яка сприяє відновленню фізичних та емоційних сил, розширенню світогляду і набуттю нових знань. Для економічного та соціального розвитку України туризм є потужним інструментом, оскільки завдяки багатій історичній спадщині, природним ресурсам і культурному різноманіттю, має значний потенціал для розвитку різних видів туризму, як: культурного, екологічного, гастрономічного, сільського, оздоровчого та інших. У своєму дослідженні динаміки розвитку сфери надання туристичних послуг Замула І.В. встановила, що у багатьох країнах світу сфера туризму активно розвивається та є найбільш продуктивною, що в свою чергу означає забезпечення великих потоків доходу до державного бюджету [13, С.17]. На наше переконання, туризм у післявоєнний період в Україні може стати одним із ключових напрямів відновлення економіки, об'єднання регіонів і зміцнення міжнародного іміджу України. Адже, саме розвиток туризму сприяє популяризації національних традицій та культурних цінностей на світовій арені, що формує позитивне сприйняття України у світі. Серед одного з видів дозвілля у туристичному ринку є гастрономічний туризм, як один із видів туризму, який швидко набирає популярності завдяки зростанню інтересу до кулінарних традицій, локальної культури та автентичного досвіду (рис.1).

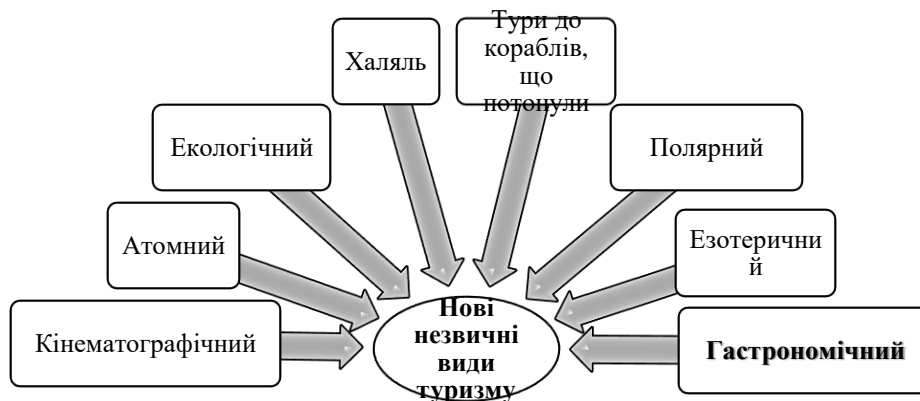


Рис. 1. Місце гастрономічного туризму серед незвичних видів туризму

Джерело: сформовано автором

Саме завдяки гастрономічному туризму відбувається вплив на облік підприємств (виноробень), що проявляються через:

- розширення об'єктів обліку: підприємства, крім основної діяльності також фіксують доходи від туристичних послуг, витрати на організацію екскурсів і дегустацій, а також амортизацію туристичної інфраструктури;
- збільшення кількості статей витрат: туристичні заходи вимагають облік витрат на маркетинг, адаптацію виноробних приміщень для прийому туристів, додатковий персонал та транспортні послуги;
- потреба в аналізі ефективності: облік операцій із туристичної діяльності дозволяє оцінити рентабельність окремих напрямів і визначити шляхи оптимізації витрат;
- застосування специфічних податкових норм: виноробні підприємства, що поєднують виробничу та туристичну діяльність, стикаються з необхідністю дотримання податкових зобов'язань за різними видами діяльності.

Отже, гастрономічний туризм, як новий вид туристичної діяльності впливає на організацію обліку підприємства, стимулюючи їх адаптацію до розширення бізнес-процесів і нових джерел доходу.

В структурі гастрономічного туризму важливе місце посідає енотуризм (фр. oenotourism – винний туризм) (рис. 2), який базується на відвідуванні виноробних підприємств, ознайомлення з історією заводу, технологією виготовлення кожного з виду вина на виробництві та його культурою, дегустації локальних вин та відвідування виноградників, підвалів чи виноробних підприємств для ознайомлення із процесами виноробства.



Рис. 2. Місце енотуризму серед категорій гастрономічного туризму

Джерело: сформовано автором

Енотуризм посідає важливе місце в структурі гастрономічного туризму, який є одним із сучасних і перспективних напрямків туристичної галузі. Як складова гастрономічного туризму, енотуризм інтегрує в собі елементи кулінарних традицій, історико-культурної спадщини регіонів і природних ландшафтів створюючи унікальний досвід для туристів.

Енотуризм не лише розширює можливості гастрономічного туризму, а й сприяє розвитку регіональних брендів та залученню інвестицій у виноробну галузь. Також даний вид туризму сприяє розвитку аграрного, культурного та екологічного напрямків, а також створює синергетичний ефект для місцевої економіки.

Розглядаючи історію, зазначимо, що винний туризм протягом десятиліть є важливою частиною виноробної промисловості, що допомагає отримати прибуток та одночасно зберігати і розвивати культурну спадщину виноробного регіону. Тому, саме енотуризм може стати ключовим елементом для сталого розвитку виноробних регіонів у всьому світі.

На рис. 3 представлено дослідження у листопаді 2021 році щодо сталого винного туризму проведеного WineTourism.com спільно з Hochschule Geisenheim University через глобальне онлайн-опитування за участю 1579 винних підприємств у більш ніж 40 країнах.

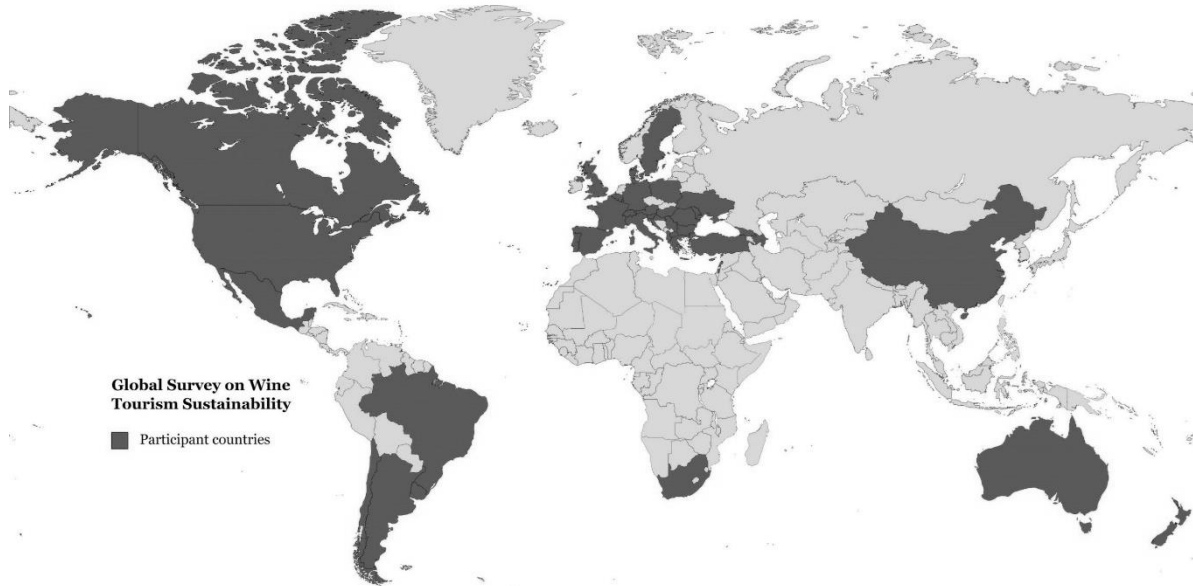


Рис. 3. Глобальне дослідження щодо сталого винного туризму за даними онлайн опитування 2021 року а участю 1579 виноробних підприємств з більш ніж 40 країн

Джерело: [14]

За результатами опитування сформовано висновок щодо стійкості у виноробній промисловості та у винному туризмі, що безумовно відіграватиме важливу роль у майбутньому.

Енотуризм потребує оперативного підходу, вишуканості та пошуку нових заходів у зацікавлених туристів. В Україні активізація даного виду діяльності та напрямку його розвитку вимагають маркетингових витрат за новими об'єктами та достовірності їх облікового відображення.

З розвитком енотуризму в виноробів виникають унікальні витрати, яких немає в інших сферах, зокрема це:

- витрати, що пов'язані з новим об'єктом обліку та потребують внесення змін до його рахунків,
- системи витрат (капіталізація витрат на виноградники, надбавки до виснаження та розподіл витрат на товари, що вивозяться) та багатьох інших процедур.

Тому на особливу увагу заслугове дослідження достовірності облікового відображення витрат, що пов'язані з організацією та проведенням таких заходів, як окремим видом діяльності та об'єктом обліку.

За даними Економічної правди [15] вино в Україні виробляють близько 75 компаній (2020 році), які розміщені на 40,7 тис.га, серед яких 25,6 тис.га використовуються для виробництва вина.

Україна розміщена на безлічі мікрокліматичних зон, де під кожен сорт винограду підходить відповідна територія. Однак, є і невибагливий сорт, що за підсумками дає менш цікавий напій.

«Винними» регіонами України є Одеська, Херсонська, Миколаївська, Закарпатська й Запорізька області, серед яких найбільшу площу виноградних насаджень має Одеська область – 38,95 тис. га. (46% від загальної по Україні). Виноградники втраченого Криму займають 31,0 тис. га. (37%), а решта (17,4%) зосереджені в Миколаївській (7,1%), Закарпатській (2,7%) та Запорізькій (0,4%) областях.

У 2014 року через анексію Криму було втрачено значну частину площ виноградників, тому й спостерігались найнижчі показники щодо виробництва вина, однак з кожним роком в Україні нарощувалось виробництво виноградного вина за рахунок інших регіонів. У 2024 році розвиваються більше 160 виробників вина, де основними регіонами є Південь країни та Закарпаття.

Крім втрати виноградних площ наступним негативний вплив на виноробні завдала пандемія COVID-19 протягом декількох років, але з 2022 року додалась ще війна, що сильно вплинуло на виробництво та збут.

На початку війни в лютому 2022 року на всій території України був введений воєнний стан, і в усіх областях був заборонений продаж алкогольної продукції. Тоді, за підрахунками, збут впав порівняно з 2021 роком: вин — на 58%, коньяків України — на 66%, ігристих вин — на 67%. Однак, за деякий час заборону було знято і дозволено продаж тихих столових вин задля збереження економічного становища виноробів.

Ще однією з проблем стала окупація українських складів виноробів, що вирішилось переміщенням складських залишків алкогольної продукції та склади на безпечні регіони. Відомі негативні наслідки з виноробнями представлено на рис.4.



Рис. 4. Виноробні / склади різних регіонів України, що постраждали внаслідок повномасштабного вторгнення росії
Джерело: побудовано автором

Незважаючи на ці негативні наслідки туризм в Україні продовжує функціонувати, та складає одну з мультиплікаційних сфер послуг, що має вплив на сферу послуг та є однією із складових на ринку праці, адже надає прямі та непрямі робочі місця.

В Україні різновид винного туризму (енотуризм) тільки зароджується, тому винні регіони привертають усе більшу кількість мандрівників та туристів, які мають бажання відвідати спеціальні тури, винні фестивалі і заходи, ресторани та виноробні господарства. Однак господарства зустрілись з перепоною, адже відсутній практичний досвід облікового системного відображення витрат, що пов'язані з ним.

Саме винний туризм стрімко набирає популярності у світі, адже його основна ідея – це дегустація різних видів вин на місцях виробництва, відвідування виноробень, виноградників, фестивалів та інших різних заходів. Відповідно до думок вчених Гуцаленко Л.В., Марчук У.О., Басюк Д.А. з якими ми погоджуємось, види послуг енотуризму варто згрупувати в традиційні та специфічні з поділом на основні, додаткові та супутні [16; 6, С.11].

Згруповані види послуг можуть надаватись виноробами при обслуговуванні туристичного продукту та виокремлено складові витрат, які супроводжуватимуть даний вид діяльності (ознайомлення з господарством (підприємством), дегустації та майстер-класи від сомельє, вивчення традицій виноробства, участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах та придбання вина, тощо.) та в обов'язковому порядку достовірно відображуватимуться в обліку з дієвим виконанням його контрольної функції.

З переліку послуг, що розглянуті вище, нашою пропозицією є виокремити напряму «Енотуризм» у структурі відділу маркетингу, що буде здійснювати його супровід.

Як зазначає Стоянова-Коваль С.С. сільськогосподарські компанії активно розвивають тенденцію вертикальної інтеграції, де до основних ознак в галузі виноградарства та виноробства можна віднести: організацію власних виноградарських розподільників для вирощування високоякісних саджанців; придбання власних земельних угідь, закладка власних виноградників, виробництво власної сировини, виробництво виноматеріалів і готової продукції для продажу, створення власної торговельної мережі для продажу готової продукції [4]. З врахуванням розвитку даної галузі та зміни у зацікавленості споживача, варто до даного списку ще додати форми енотуризму, що відображені на рис 2.

Як відзначає Кондрич В.І. (2015) [1] організація дегустацій, а також екскурсійних турів на заводи з виробництва вина стає дедалі прибутковішим видом їхньої діяльності. Сам по собі факт виникнення такої діяльності не має впливу на технологічні характеристики та виробництво продукції виноробства загалом, але вимагає вирішення питання про відкритість технологічних ліній, або їх частин і відповідної просторової організації (наявності оглядових площадок, формування демонстраційних робочих місць тощо). Таким чином, виникає проблема розподілу загальнопромислових витрат (наприклад на опалення, освітлення виробничих площ). Окрім виробленої продукції, такі витрати слід включати у собівартість послуг з демонстрації технології виробництва вина, які надаються в комплексі з іншими туристичними продуктами. Практика вказує, що переважно щодо вирішення такої проблеми єдиного підходу не існує.

Подальший економічний розвиток туризму в Україні порушує облікові питання, що пов'язані з формуванням доходу від реалізації послуг, собівартості туристичного продукту та фінансового результату діяльності [13, С.18]. Енотуризм як частина діяльності виноробних підприємств вимагає інтегрованого

підходу до обліку, що включає як облік виробництва виноробної продукції, так і облік доходів та витрат, пов'язаних із туристичними послугами (рис. 5). Розглядаючи рисунок 5, варто зазначити, що саме розмежування доходів за основними напрямками є важливим для точного аналізу рентабельності діяльності підприємства та оцінки ефективності туристичного напрямку діяльності. Витрати на організацію туристичних послуг варто обліковувати окремо для забезпечення їх контролю та аналізу.



Рис. 5. Розмежування в обліку доходів та витрат від надання туристичних послуг

Джерело: сформовано автором

Важливим також є розподіл спільних витрат, як наприклад, енерговитрати та амортизація обладнання, які використовуються як для виноробної, так і для туристичної діяльності. Саме використання нормативних та обчислювальних методів розподілу витрат забезпечить коректність формування собівартості і послуг енотуризму.

Розробка облікової політики має враховувати особливості туристичної діяльності, та є необхідною умовою для підвищення прозорості обліку. Особливої уваги заслуговує визначення підходів до обліку операцій з запасами, які використовуються для енотуристичних заходів, сприятиме точному відображенню витрат у фінансовій звітності.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Результати проведених досліджень дозволяють зробити висновки та внести наступні пропозиції;

1. Енотуризм (винний туризм) є одним із видів гастрономічного туризму, який з розвитком виноробної галузі України набуває розвитку та популяризації у регіонах Причорномор'я та Закарпаття.

2. Основними формами енотуризму є: екскурсія на виноградники та виноробні підприємства; еногастрономічна вечерея; майстер клас з еногастрономії; дегустація вина з лекцією досвідченого сомельє; відвідування винних фестивалів та виставок; комплексний винний тур, тощо.

3. Особливості обліку продукції та послуг енотуризму мають суттєвий вплив на загальну результативність виноробного підприємства. Тому саме оптимізація облікових процесів дозволяє

підприємству не лише отримувати коректні дані для аналізу, але й підвищувати ефективність управління, що є ключовим чинником у забезпеченні його конкурентоспроможності.

4. Формування облікової політики підприємства з виокремлення окремих напрямів, що забезпечуватимуть особливості відображення доходів від енотуризму (продаж вина; туристичні послуги, зокрема: екскурсії, продаж сувенірної продукції; гастрономічні заходи, зокрема: дегустації, вечеря, майстер класи, тощо).

5. Відображення в обліковій політиці статей витрат на організацію надання туристичних послуг (підготовка приміщень, персонал, логістика, реклама) та специфічних витрат (для підтримання туристичної інфраструктури, зокрема: зали для дегустації та еногастрономічних банкетів; музеї виноробства; ландшафтні роботи, тощо).

Література

1. Кондрич В. І. Облік і аналіз виробництва продукції виноробства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 "Бух. облік, аналіз та аудит" / Кондрич Василь Іванович ; Тернопіль. нац. екон. ун-т. — Тернопіль, 2016. — 20 с

2. Лукашова О.А. Удосконалення обліку витрат і калькулювання собівартості продукції виноробств. [Текст] : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.04 / О.А.Лукашова ; Східноукраїнський національний ун-т ім. Володимира Даля. - Луганськ, 2005. - 17 с.

3. Мельниченко І.В. Обліково-аналітичне забезпечення управління виробництвом продукції виноградарства [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09 / Мельниченко Ілона Володимирівна ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - К., 2010. - 20 с.

4. Стоянова-Коваль С.С. Обліково-аналітичне забезпечення управління інвестиціями і галузі виноградарства.[Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09; Нац. наук. центр "Ін-т аграр. економіки". К., 2011. 21 с

5. Баглей Д.В., Мотузенко О.О. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях. Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. 2014. № 10. С. 3–15.

6. Басюк Д.І. Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні [Текст] : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Басюк Дарія Іванівна ; Нац. ун-т харч. технологій. - Київ, 2015. - 40 с.

7. Басюк Д.І., Бадещенкова К.С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435/>

8. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності / Л. О. Горшкова // Наук. вісн. Ужгород. нац. ун-ту. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – Ужгород, 2018. – Вип. 17, част. 1. – С. 68–71.

9. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст. [Географія та туризм](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_24_15). - 2013. - Вип. 24. - С. 93-99. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_24_15

10. Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. 2015. № 10. Ч. 4. С. 29–31.

11. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів / В. О. Патійчук // Рекреаційнотуристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали I Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 30–31 березня 2017 р.). – Луцьк : Терен, 2017. – С. 26–34.

12. Патійчук В. О. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі / В. О. Патійчук, А. В. Оболончик // Актуальні проблеми країнознавчої науки : матеріали III міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 15–16 грудня 2015 р.) / за ред. В. Й. Лажніка. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 162–167.

13. Zamula, Iryna & Zuzanska, V.A. & Shevchuk, K.S.. (2023). Accounting for the management of the activities of tourist enterprises as a means of achieving the goals of sustainable development. Problems of Theory and Methodology of Accounting, Control and Analysis. 1. 17-23. [https://doi.org/10.26642/pbo-2023-1\(54\)-17-23](https://doi.org/10.26642/pbo-2023-1(54)-17-23)

14. Sustainable Wine Tourism Survey. 2021. – Режим доступу : <https://www.winetourism.com/sustainable-wine-tourism/>

15. Найкращі українські вина: що обирають сомельє. (2020). Економічна правда. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/01/6/655513/>

16. Hutsalenko L., Marchuk U. Winemaking and enotourism in Ukraine: the impact on industry accounting system. Sborník z mezinárodní vědecké konference. Účetnictví a auditing v procesu světové harmonizace. Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica. Slapy, 8. – 10. září 2020. P.42-48

References

1. Kondrych V. I. Oblik i analiz vyrobnytstva produktsii vynorobstva : avtoref. dys. na здобuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.09 "Bukh. oblik, analiz ta audyt" / Kondrych Vasyl Ivanovych ; Ternopil. nats. ekon. un-t. — Ternopil, 2016. — 20 s
2. Lukashova O.A. Udoshkonalennia obliku vytrat i kalkuliuvannia sobivartosti produktsii vynorobstv. [Tekst] : avtoref. dys... kand. ekon. nauk: 08.06.04 / O.A.Lukashova ; Skhidnoukrainskyi natsionalnyi un-t im. Volodymyra Dalia. - Luhansk, 2005. - 17 s.
3. Melnychenko I.V. Oblikovo-analitychne zabezpechennia upravlinnia vyrobnytstvom produktsii vynohradarstva [Tekst] : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.09 / Melnychenko Ilona Volodymyrivna ; Nats. un-t biosursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. - K., 2010. - 20 s.
4. Stoianova-Koval S.S. Oblikovo-analitychne zabezpechennia upravlinnia investytsiiami i haluzi vynohradarstva.[Tekst] : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.09; Nats. nauk. tsentr "In-t ahrar. ekonomiky". K., 2011. 21 s
5. Bahlei D.V., Motuzenko O.O. Dosvid rozvytku vynno-hastronomichnoho turyzmu Frantsii v ukrainskykh realiakh. Konstruktyvna heohrafiia ta ratsionalne vykorystannia pryrodnykh resursiv. 2014. № 10. S. 3–15.
6. Basiuk D.I. Teoretyko-metodolohichni osnovy upravlinnia rozvytkom vynnoho turyzmu v Ukraini [Tekst] : avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.03 / Basiuk Dariia Ivanivna ; Nats. un-t kharch. tekhnolohii. - Kyiv, 2015. - 40 s.
7. Basiuk D.I., Badeshchenkova K.S. Doslidzhennia rynku vynnoho turyzmu v Ukraini. URL: <http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435/>
8. Horshkova L. O. Rozvytok vynnoho turyzmu yak spetsializovanoho vydu turystychnoi diialnosti / L. O. Horshkova // Nauk. visn. Uzhhorod. nats. un-tu. Seriya : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. – Uzhhorod, 2018. – Vyp. 17, chast. 1.– S. 68–71.
9. Liubitseva O.O. Perspektyvy rozvytku vynnoho turyzmu v Ukraini: svitovy kontekst. Heohrafiia ta turyzm. - 2013. - Vyp. 24. - S. 93-99. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_24_15
10. Matvieiev V.V. Vynnyi turyzm yak reklamnyi faktor y instrument dlia stymuliuвання rozvytku konkurentnoho potentsialu vynorobnykh pidpriemstv Ukrainy. Nauk. visn. Kherson. derzh. un-tu. 2015. № 10. Ch. 4. C. 29–31
11. Patiichuk V. O. Osoblyvosti orhanizatsii hastronomichnykh turiv / V. O. Patiichuk // Rekreatsinyoturystychnyi potentsial rehioniv Ukrainy: suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku : materialy I Vseukr. nauk.-prakt. Internet-konferentsiy (m. Lutsk, 30–31 bereznia 2017 r.). – Lutsk : Teren, 2017. – S. 26–34.
12. Patiichuk V. O. Suchasni tendentsiy rozvytku vynnoho turyzmu v Yevropi / V. O. Patiichuk, A. V. Obolonchuk // Aktualni problemy krainoznavchoi nauky : materialy III mizh nar. nauk.-prakt. Internet-konferentsiy (m. Lutsk, 15–16 hrudnia 2015 r.) / za red. V. Y. Lazhnika. – Lutsk : Vezha-Druk, 2015. – S. 162–167.
13. Zamula, Iryna & Zuzanska, V.A. & Shevchuk, K.S.. (2023). Accounting for the management of the activities of tourist enterprises as a means of achieving the goals of sustainable development. Problems of Theory and Methodology of Accounting, Control and Analysis. 1. 17-23. [https://doi.org/10.26642/pbo-2023-1\(54\)-17-23](https://doi.org/10.26642/pbo-2023-1(54)-17-23)
14. Sustainable Wine Tourism Survey. 2021. – Режим доступу : <https://www.winetourism.com/sustainable-wine-tourism/>
15. Naikrashchi ukrainski vyna: shcho obyraiut somelie. (2020). Ekonomichna pravda. – Rezhym dostupu : <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/01/6/655513/>
16. Hutsalenko L., Marchuk U. Winemaking and enotourism in Ukraine: the impact on industry accounting system. Sbornik z mezinarodni vedecké konference. Účetnictví a auditing v procesu světové harmonizace. Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica. Slapy, 8. – 10. září 2020. P.42–48