

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 4.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.4.43>

УДК 657.338.4.48.

У. О. Марчук,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та консалтингу,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

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

ВИННИЙ ТУРИЗМ В ОБЛІКУ ТА УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

U. Marchuk,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Accounting and Consulting,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

WINE TOURISM IN THE ACCOUNTING AND MANAGEMENT OF WINERIES

*Стаття спрямована на розкриття етапів розвитку та сутності
дефініцій винного туризму в виноробстві України в поєднанні з викликами
сучасних напрямків його розвитку в обліковому забезпеченні. В статті
автором виокремлено дев'ять періодів виникнення та розвитку винного
туризму у світі та в Україні. Обґрунтовано багатогранність та
міждисциплінарний характер визначень винного туризму. Наведено
термінологічне визначення винного туризму як результат проведеного*

дослідження. Наведено порівняльну характеристику термінів «винний туризм» та «енотуризм» та їх авторське визначення. Виокремлено новий сегмент туристичної діяльності – енорекреація. Запропоновано розробити стратегію розвитку управлінського обліку винного туризму в поєднанні з обліковою політикою. Запропоновано створити форми управлінської звітності: Звіт про доходи від туризму, Звіт про витрати проведення винних турів (дигустацій, тощо), Звіт про сплачені податки та збори до бюджету.

The article is aimed at disclosing the stages of development and the essence of definitions of wine tourism in the accounting and management of activities of wineries in Ukraine in combination with the challenges of modern directions of its development. In the article, the author identifies nine periods of the emergence and development of wine tourism in the world and Ukraine. The article substantiates the multifaceted and interdisciplinary nature of definitions of wine tourism. The terminological definitions of 'wine tourism' and 'enotourism' as a result of the study are presented. A comparative characteristic of the terms 'wine tourism' and 'enotourism' and their author's definition is provided. It is determined that the term wine tourism is more commonly used in Ukraine, while in international practice, the term enotourism prevails. A new segment of tourism activity - eno-recreation - has been allocated as a key instrument for integrating wine tourism in the context of sustainable development of Ukrainian regions. It is proposed to develop a strategy for the development of management accounting of wine tourism in conjunction with the accounting policy, which may include the following components: integration of the accounting system with tourism services; marketing and advertising through the accounting system; management of resources for tourism; analytical evaluation of tourism efficiency; data collection for demand forecasting; reporting and internal audit. The grouping of revenues, expenses, and tax contributions related to wine tourism is carried out and reflected in the accounting system. It is proposed that management reporting forms be created: Report on Tourism Revenues, Report on

Expenses of Wine Tours (Tastings, etc.), Report on Taxes and Fees Paid to the Budget.

Ключові слова: *винний туризм, енотуризм, виноробство, облік, управління діяльністю, управлінська звітність, витрати, доходи, енорекреація.*

Keywords: *wine tourism, enotourism, winemaking, accounting, business management, management reporting, expenses, income, eno-recreation.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Винний туризм є одним із напрямків в діяльності виноробних підприємств, який сприяє забезпеченню популяризації вина, впливає на результативність діяльності підприємства через збільшення продажу вина туристам. В умовах змін та сучасних тенденцій розвитку нових напрямків та різноманітних форм діяльності в даній сфері виноробні підприємства змушені адаптувати свої стратегії до нових викликів та реалій забезпечуючи ефективне управління діяльністю та їх облікове відображення.

Розвиток винного туризму вимагає комплексного підходу, де особливу функцію відіграє формування облікової політики, що дозволяє забезпечити прозорість фінансових операцій, сформувані оперативні та стратегічні управлінські рішення за інформацією управлінської звітності для забезпечення результатів діяльності виноробних підприємств, на що і спрямовані наші дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних напрямків винного туризму присвячено праці як зарубіжних вчених, таких як: Марта Сідоркевич [1], Тожек Вернер [2], Хал М. [3], Бусел В. Роберт Джозеф [4] так і українських вчених, зокрема: Короленко Д.О. [5], Іванова С.В., Домарецького В.О., Басюка Д.І. [6], Любіцева О.О [7], Нездоймінов С.Г. [8], Горшкова Л.О. [9], Карташова О.Г. [10], Михайлюк О.Л. [11]. Однак в силу

виникнення нових напрямків розвитку винного туризму у виноробних підприємствах виникає необхідність в дослідженні особливостей їх облікового забезпечення.

Формування цілей статті. Мета статті спрямована на розкриття етапів розвитку та сутності дефініцій винного туризму в обліку та управлінні діяльністю виноробних підприємств України в поєднанні з викликами сучасних напрямків його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Винний туризм (енотуризм), має глибоке історичне коріння, оскільки культура вина та подорожей взаємопов'язані з найдавніших часів. Нами була здійснена спроба розділити на періоди виникнення та розвитку винного туризму в світі та в Україні. За результатами здійснених досліджень виокремлено 7 етапів, а саме: Античність (2000 р. до н.е. – VI ст. н.е.), Середньовіччя (V ст. – XV ст.), Новий час (XVI – XVIII ст.), Промисловий розвиток (XIX ст. – початок XX ст.), 1922 – 1991 рр., Кінець XX ст. – початок XXI ст. та Сучасний етап (2020-ті роки - сьогодні). Схематично розвиток винного туризму в Україні представлено на рис. 1:

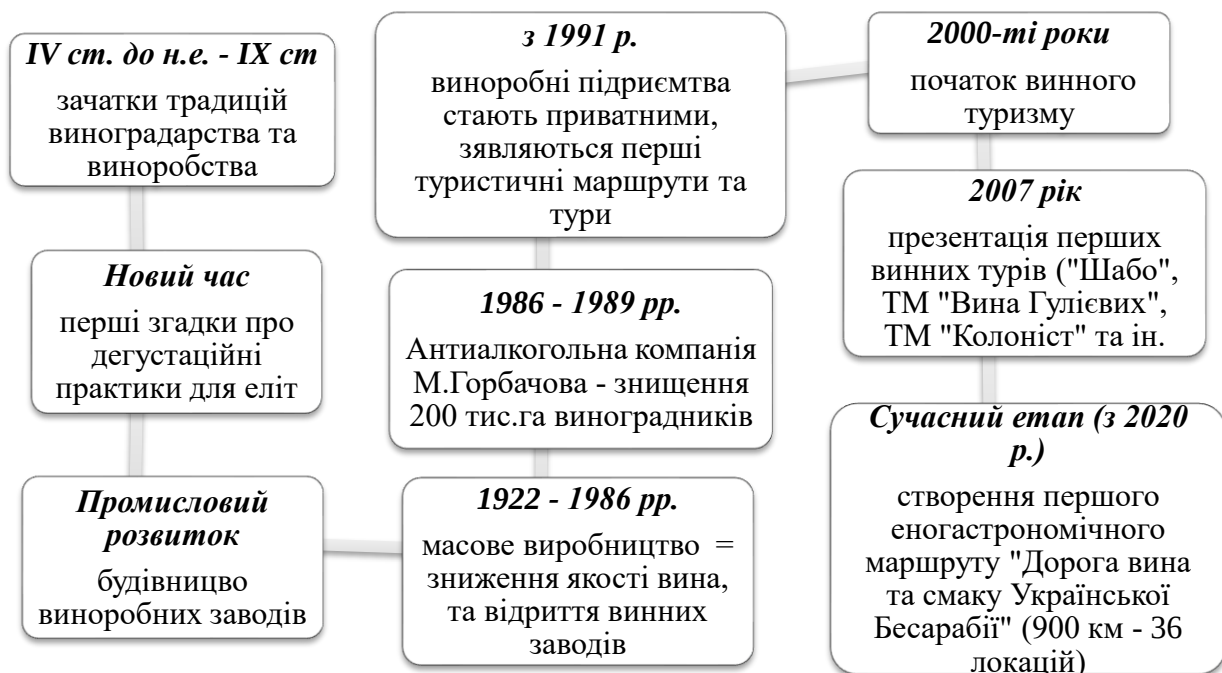


Рис. 1. Шлях розвитку винного туризму в Україні

Джерело: Сформовано автором

Як видно з рис.1 у різні періоди винний туризм зазнавав як підйомів, так і занепадів, залежно від соціально-економічних, політичних рішень і змін у споживчій культурі. Сьогодні винний туризм є важливою складовою туристичної індустрії багатьох країн, включаючи Україну і відіграє роль у збереженні виноробних традицій та популяризації культури споживання вина.

Водночас у науковій літературі та українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення даного виду туризму, оскільки вживають терміни як «винний туризм», «виноробний туризм», «дегустаційний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «ено-гастрономічний туризм», «енотуризм» [6, С. 28]. Це свідчить про його багатогранність та міждисциплінарний характер. Тому для кращого розуміння сутності даного виду туризму, нами була здійснена спроба дослідити дане поняття в розрізі різних варіацій, але з тотожними визначеннями, що дозволить виявити основні характеристики винного туризму, його особливості та місце в сучасній туристичній індустрії. Дослідження представлено в діаграмі (рис. 2):

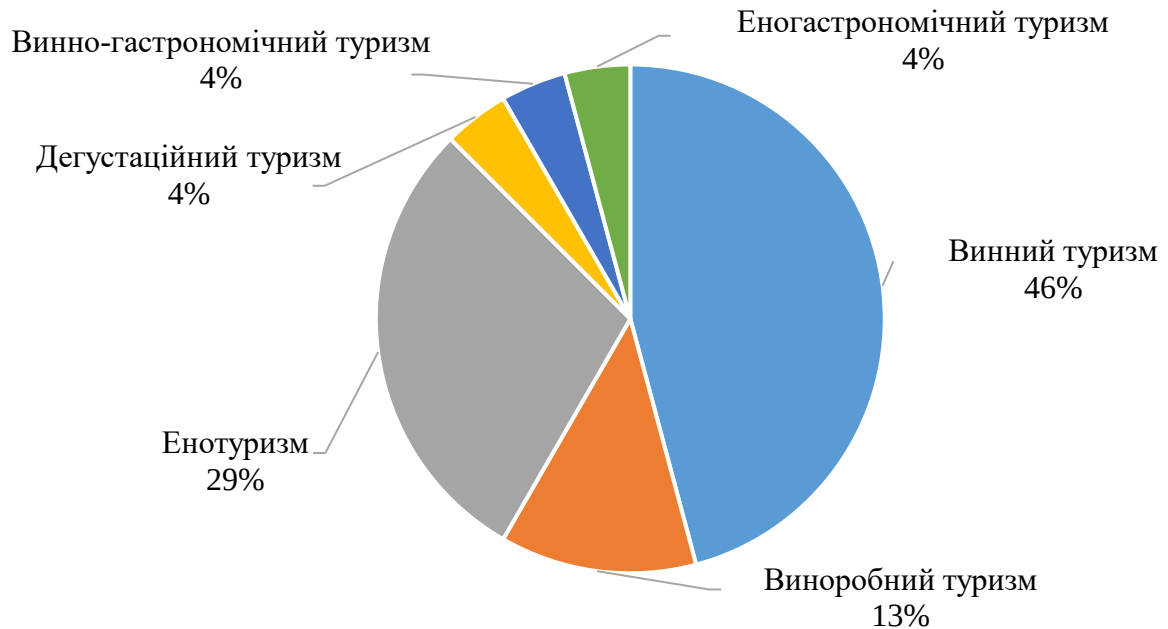


Рис. 2. Термінологічні визначення виду винного туризму.

Джерело: Сформовано на основі дослідження

За результатами, що представлено на рис. 2. найбільш вживаним терміном серед науковців є винний туризм (46%), який охоплює загальне

поняття подорожей, пов'язаних з виноробством. Менш поширеним, але також значущим є виноробний туризм, де акцентують увагу саме на процесах виноробства, відвідуванні винних підприємств. Енотуризм є більш вживаним терміном в міжнародній практиці, який використовується для позначення будь-яких туристичних активностей, пов'язаних із вином, та термін є другим за вживаністю (29%) серед науковців, однак саме за межами України.

Різниця між термінами «винний туризм» і «енотуризм» полягає в їхньому походженні, сфері вживанні та контексті використання (рис. 3).



Рис. 3. Порівняльна характеристика термінів «винний туризм» та «енотуризм»

Джерело: Сформовано автором

Відповідно до проведеного дослідження, щодо представлення різними авторами найбільш вживаних понять (рис. 2), які характеризують разом туризм та вино і порівнявши їх характеристики (рис.3) зазначимо, що далі в дослідженні використовуватимемо вживання двох понять, для розуміння та уникнення непорозумінь, а саме: винний туризм та енотуризм.

Винним туризмом вважаємо спеціалізований вид туризму, пов'язаний з відвідуванням виноробних регіонів, дегустацією вин, знайомство з традиціями виноробства.

Енотуризм – це вид спеціалізованого туризму, що передбачає подорожі

до виноробних регіонів з метою знайомства з процесом виробництва вина, його дегустації, вивчення місцевих виноробних традицій, а також поєднання винної культури з гастрономічними особливостями регіону.

З метою ефективного розвитку туристичного напрямку суб'єктам господарювання, що займаються виноробством, доцільно розробити стратегію розвитку винного туризму, що буде їх дієвим інструментом для підвищення маркетингової складової та фінансових результатів діяльності. Дана стратегія винного туризму в поєднанні з обліковою системою може включати наступні складові: інтеграцію облікової системи з туристичними послугами; маркетинг і рекламу через облікову систему; управління ресурсами для туризму; аналітична оцінка ефективності туризму; збір даних для прогнозування попиту; звітність та внутрішній аудит.

Сформована стратегія розвитку управлінського обліку дозволить залучити нових клієнтів, підвищити пізнаванність бренду та сприятиме зростанню продажів, дозволить ефективніше використовувати свої ресурси, оптимізувати витрати та підвищити результативність діяльності.

Саме завдяки винному туризму відбувається стимул у розвитку локальної економіки через унікальні пропозиції відвідувачам (дегустації, екскурсії, майстер-класи, еночечері тощо), створення нових робочих місць.

Однією із функцій управління виноробного підприємства є облік за допомогою якого може формуватися інформація, яка сприятиме популяризації виноробного підприємства та забезпечувати стабільність та результативність його діяльності.

Облік доходів та витрат із винним туризмом (енотуризмом) на виноробних підприємствах має вестись відповідно до Національний положень (стандартів) бухгалтерського обліку та міжнародних стандартів фінансової звітності (далі НП(С)БО та МСФЗ відповідно). Оскільки винний туризм включає як основну діяльність (реалізацію вина), так і супутні послуги (дегустації, екскурсії, сувеніри тощо), їх облік варто розділяти за напрямками (таблиця 1).

**Таблиця 1. Групування доходів, витрати та податкових аспектів,
що пов'язані з винним туризмом**

№ п/п	Напрями	Сфера застосування
<i>Доходи від винного туризму</i>		
1	Рахунок 701 «Дохід від реалізації готової продукції»	Продаж вина та сувенірної продукції
2	Рахунок 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг»	Екскурсії, дегустації, майстер-класи, тематичні вечори
3	Рахунок 713 «Дохід від операційної оренди активів»	Якщо виноробня здає приміщення для заходів
<i>Витрати, пов'язані з винним туризмом</i>		
1	Рахунок 93 «Витрати на збут»	Витрати на організацію заходів (екскурсії, майстер-класи, еновечори) - обліковуються витрати на рекламу, дегустаційні зразки, друк промоматеріалів
2	Рахунок 281 «Товари на складі»	Витрати на (брендовані пляшки, келихи, аксесуари) – враховуються товари для перерепродажу до моменту реалізації
3	Рахунок 91 «Загальновиробничі витрати» або рахунок 94 «Інші операційні витрати»	Амортизація та утримання туристичної інфраструктури (винні льохи, дегустаційні зали)
<i>Податкові аспекти</i>		
1	ПДВ	Дегустації, екскурсії, майстер-класи оподатковуються ПДВ, якщо підприємство є його платником
2	Акцизний податок	Виноробні підприємства, що продають вино на місці, повинні враховувати акцизний збір
3	Туристичний збір	Якщо винний туризм включає послуги споживання, сплачується туристичний збір

Джерело: Сформовано автором

Проаналізувавши таблицю 1. робимо висновки, що правильно організований облік винного туризму допоможе виноробному підприємству розподілити фінансові потоки, оцінити рентабельність заходів та дотримуватись податкових вимог, а облік доходів та витрат за напрямками дозволить оптимізувати бізнес-процеси та підвищити прибутковість виноробного підприємства. З метою забезпечення різних рівнів управління діяльністю виноробного підприємства доцільно створити управлінську звітність, зокрема Звіт про доходи від туризму, Звіт про витрати проведення винних турів (дегустацій, тощо), Звіт про сплачені податки та збори до бюджету, тощо.

Серед різноманітних форм діяльності та розвитку в даній сфері виникає

ще одне поняття як «енорекреація» - рекреація на основі вина. Стратегію розвитку управлінського обліку винного туризму в управлінні діяльністю виноробних підприємств можна пов'язати з енорекреацією. Однак, незважаючи на зростаючий інтерес саме ця діяльність є недостатньо дослідженою.

«Енорекреація» інтегрує рекреаційну діяльність, пов'язану з вином, як у туризмі, так і в повсякденному дозвіллі, формуючи ключовий елемент пропозиції винного туризму [1, С. 804]. Рекреація в широкому сенсі означає будь-яку форму відновлення людської енергії. Рекреація передбачає діяльність поза межами професійних, сімейних чи соціальних обов'язків, спрямованих на релаксацію, розваги та психосоціальний розвиток [2].

Таким чином, хоча туризм і рекреація розглядають як окремі галузі, однак вони є взаємопов'язаними сферами та формують дозвілля та активності. І саме даний взаємозв'язок поширюється на винний туризм, «енорекреацію» та сільську місцевість, оскільки енотуризм є прикладом сільського туризму та агротуризму, в якому виробництво і споживання поєднуються, приносячи користь як сільськогосподарським виробникам, так і відвідувачам.

Отже «енорекреація» - це відпочинок на основі діяльності, прямо чи опосередковано пов'язаної із вином, включаючи дозвілля, яке слугує для відновлення психофізичної енергії, релаксації, розваг та психосоціального розвитку та орієнтується на туристів, які шукають унікальних вражень у виноробних регіонах, та мешканців, які бажають збагатити своє повсякденне життя елементами винної культури [1, С. 806].

Енорекреація є важливим сегментом туристичної діяльності, що сприяє економічному розвитку виноробних регіонів України через залучення інвестицій, створення робочих місць та стимулювання суміжних галузей, як наприклад логістика. Однак COVID – 19, а згодом війна в Україні мали значний вплив як на виноробну галузь в цілому так і на винний туризм.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.
Узагальнюючи вище викладене, можна дійти висновку:

1. Проведені дослідження дозволили виокремити наступні періоди еволюційного розвитку винного туризму: Античність (2000 р. до н.е. –VI ст. н.е.), Середньовіччя (V ст. – XV ст.), Новий час (XVI – XVIII ст.), Промисловий розвиток (XIX ст. – початок XX ст.), 1922 – 1991 рр., Кінець XX ст. – початок XXI ст. та Сучасний етап (2020-ті роки - сьогодення).

2. Сформовано авторське розуміння сутності «винного туризму» як спеціалізованого виду туризму, пов'язаного з відвідуванням виноробних регіонів, дегустацією вин, знайомством з традиціями виноробства.

Під «енотуризмом» слід розуміти вид спеціалізованого туризму, що передбачає подорожі до виноробних регіонів з метою знайомства з процесом виробництва вина, його дегустації, вивчення місцевих виноробних традицій, а також поєднання винної культури з гастрономічними особливостями регіону.

3. Винний туризм включає багато транзакцій, які потребують достовірного облікового відображення. В обліковій системі для забезпечення управління діяльністю виноробного підприємства доцільно створити управлінську звітність, зокрема Звіт про доходи від туризму, Звіт про витрати проведення винних турів (дигустацій, тощо), Звіт про сплачені податки та збори до бюджету, тощо.

4. Для сприяння ефективному розвитку винного туризму виноробам доцільно розробити стратегію управлінського обліку, реалізацію якого формувати у поєднанні з обліковою політикою, яка може включати такі складові: інтеграцію облікової системи з туристичними послугами; маркетинг і рекламу через облікову систему; управління ресурсами для туризму; аналітична оцінка ефективності туризму; збір даних для прогнозування попиту; звітність та внутрішній аудит.

5. Енорекреація новий сегмент туристичної діяльності в поєднанні з виною продукцією. Взаємозв'язок між бухгалтерським обліком і енорекреацією сприяє підвищенню ефективності винного туризму, дозволяючи виноробним підприємствам оптимізувати ресурси, залучати інвестиції та вдосконалювати якість сервісу. Таким чином, чітка система бухгалтерського обліку є ключовим

інструментом для інтеграції винного туризму (енотуризму) в ширший контекст рекреаційної діяльності та сталого розвитку регіонів України.

Література

1. Marta Sidorkiewicz. "Enorecreation" as a New Perspective in Enotourism – Theoretical and Practical Reflections. *European Research Studies Journal*. Volume XXVII, Issue S3, 2024. P.803-813
2. Toczec-Werner, S. (ed.). 2005. Podstawy rekreacji i turystyki. Wrocław: Wydawnictwo AWF.
3. Hall M. Wine Tourism Around the World / Hall Michael C., Sharples Liz, Camboune Brock, Macionis Nik. Winepress Ltd., 2011. 312 p.
4. Бусел В. Роберт Джозеф: «Винний туризм – це відповідь на все». Drinks+. 2022. URL: https://drinks.ua/news/robert-dzhozef-vinnij-turizm-ce-vidpovid-na-vse/?utm_source=chatgpt.com.
5. Короленко Д.О. Розвиток винного туризму в Італії. 2021. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/400.pdf?utm_source=chatgpt.com.
6. Винний туризм: підручник для студентів вищих навчальних закладів / Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. – 472 с.
7. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст. Географія та туризм. 2013. Вип.24. С.93-99. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva10.htm.
8. Нездоймінов С.Г. 2014, Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму, Наук. вісн. Херсонського держ. ун-ту, серія «Економічні науки», Вип.8, Ч.1, сс.136– 141.
9. Горшкова Л.О. 2018, Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності, Наук. вісн. Ужгородського нац. ун-ту, серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство, вип., ч.1, сс. 68–71.
10. Карташова О.Г. 2017, Соціально-економічні умови розвитку туристичних винних кластерів в Україні, Наук.-вироб. Журн. «Бізнес-навігатор», вип. 4-2 (43), с.58–63.
11. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України. Науковий вісник ОНЕУ. 2013. №1. С.29-41.

References

1. Sidorkiewicz, M. (2024), "Enorecreation" as a New Perspective in Enotourism – Theoretical and Practical Reflections", *European Research Studies Journal*, Vol. XXVII, Issue S3, pp.803-813
2. Toczek-Werner, S. (2005), *Podstawy rekreacji i turystyki [Basics of Recreation and Tourism]*, Wydawnictwo AWF, Wrocław, Poland.
3. Hall, M. Sharples, L. Camboune, B. and Macionis, N. (2011), *Wine Tourism Around the World*, Winepress Ltd., Cardiff, UK.
4. Busel, V. (2022), "Robert Joseph: "Wine tourism is the answer to everything", *Drinks+*, available at: https://drinks.ua/news/robert-dzhozef-vinnij-turizm-ce-vidpovid-na-vse/?utm_source=chatgpt.com (Accessed 25 March 2025).
5. Korolenko, D.O. (2021), "Development of wine tourism in Italy", available at: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/400.pdf?utm_source=chatgpt.com (Accessed 25 March 2025).
6. Ivanov, S.V., Domarets'kyj, V.O. and Basiuk, D.I. (2012), *Vynnyj turyzm [Wine tourism]*, FOP Sysyn O.V., Kam'ianets'-Podil's'kyj, Ukraine.
7. Liubitseva, O.O. (2013), "Prospects for the development of wine tourism in Ukraine: a global context", *Heohrafiia ta turyzm*, vol. 24, pp. 93-99, available at: https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva10.htm (Accessed 25 March 2025).
8. Nezdojminov, S.H. (2014), "Regional contours of cluster development of wine tourism", *Nauk. visn. Khersons'koho derzh. un-tu, seriiia «Ekonomichni nauky»*, vol. 8, no.1, pp.136– 141.
9. Horshkova, L.O. (2018), "Development of wine tourism as a specialized type of tourism activity", *Nauk. visn. Uzhhorods'koho nats. un-tu, seriia «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 1, pp. 68–71.
10. Kartashova, O.H. (2017), "Socio-economic conditions for the development of tourist wine clusters in Ukraine", *Biznes-navihator*, vol. 4-2 (43), pp.58–63.
11. Mykhajliuk, O.L. (2013), "Prospects for the development of wine tourism clusters in the South of Ukraine", *Naukovyj visnyk ONEU*, vol. 1, pp.29-41.