

**УДК 338.48(438:477)**

**Н. Матвієнко**

*канд. геогр. наук, доц.,  
доцент кафедри країнознавства та туризму*

**В. Матвієнко**

*канд. геогр. наук, доц.,  
доцент кафедри економічної та соціальної географії*

**І. Притула**

*магістр кафедри країнознавства та туризму,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка*

## **ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ЗАХИЩЕНИХ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В ПОЛЬЩІ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ**

Польщу щороку відвідують майже 16 млн закордонних туристів, а доходи від туризму сягають 13 млрд євро [6]. Частка туризму у структурі ВВП становить 6%, що значно перевищує показник сільського господарства (3,3%), але потенціал цієї галузі значно більший. У структурі зайнятості населення переважає сфера послуг – 57,4%, з яких 10% – зайняті в туризмі. Чисельність населення Польщі становить 38,4 млн осіб, зокрема 39,4% – це сільські жителі [5, 2]. Польща – дуже розвинена країна стосовно сільського туризму. Вона є одним із лідерів Центрально-Східної Європи у цій сфері. З усіх видів діяльності у сільській місцевості Польщі сільський туризм найбільш популярний та прибутковий. Станом на кінець 2018 року в польській Федерації сільського туризму «Гостинні господарства» зареєстровано 311 категоризованих садиб. Польща здійснює активну, а головне, ефективну політику в сфері сільського туризму, зокрема використовує регіональні бренди харчових продуктів для стимулювання туристичних потоків.

Наразі виокремлено та ідентифіковано основні види якісних характеристик сільськогосподарської та харчової продукції, серед

яких специфічне значення належить захищеним географічним зазначенням (системи сертифікації): 1) захищене позначення походження, англ. Protected Destination of Origin (PDO); 2) захищене географічне зазначення, англ. Protected Geographical indication (PGI); 3) гарантовані традиційні продукти, англ. Traditional Specialities Guaranteed (TSG). Вони є індикатором і засобом ідентифікації продукції на ринку, символізують якість і різноманітність сільськогосподарської та харчової продукції; гарантують справедливу винагороду для виробників, забезпечують високий рівень захисту (у ЄС, на міжнародному рівні, закріплюють повагу до прав на інтелектуальну власність); підсилюють інструменти захисту культурної та гастрономічної спадщини [1].

Для отримання статусу захищеного позначення походження продукт повинен бути традиційно і повністю виготовлений (підготовлений, оброблений і вироблений) у межах конкретного регіону, так набуваючи унікальних властивостей, тоді як статус захищеного географічного зазначення вимагає, щоб продукт був традиційно і принаймні частково виготовлений у межах конкретного регіону.

Ще до вступу в ЄС Патентне відомство Республіки Польщі було зареєстровано такі позначення походження сільськогосподарських продуктів і продовольчих товарів: сири «Редиколка» (Redukołka), «Бринза» (Bryndza), «Осипек» (Oscypek), «Буц» (Bunc) та молочний напій «Житниця» (zentyca) [7]. Чотири з них згодом було зареєстровано в Європейській комісії. Усього за період 2007–2020 рр. Європейська комісія внесла до Реєстру захищених позначень походження та захищених географічних зазначень, або до Реєстру гарантованих традиційних продуктів 42 найменування, серед яких 9 найменувань місця походження, 23 географічні зазначення та 10 гарантованих традиційних продуктів із Республіки Польщі – це зазначення молочних продуктів, вишень, яблук, хліба, м'ясних продуктів тощо. Найбільше тих продуктів (10), які належать до класу 1.6 – «Фрукти, овочі та крупи».

Цікавим прикладом використання географічного зазначення як можливості для активізації розвитку конкретної місцевості є Західнопоморське воєводство. Уважають, що саме тут було найуспішніше проведено реформу місцевого самоврядування в 90-х роках. Громади цього регіону за десятки років змогли створити інфраструктуру

від нуля, розвинути туризм та отримувати прибутки на власних ідеях і проєктах. Саме на території цього воєводства у 2001 році почало функціонувати перше в Польщі тематичне «село Хоббітів» в Сераково Славенськіє. Пізніше було створено ще кілька тематичних сіл: «село кінця світу» – Івєціно, «село лабіринтів і джерел» – Папроти, «село здорового способу життя» – Домброва та «село казок і велосипедів» – Подгурки [4].

У гміні Чаплінек збирають Драхімський мед, що є однією з найпопулярніших торгових марок меду в Польщі. До того ж цей продукт має статус географічного зазначення з 2011 року та відповідний сертифікат ЄС. Назву «драхімський» може бути використано лише для меду, зібраного в п'яти районах Західнопоморського воєводства: Чаплінек, Вежхово, Барвіце, Борне-Сулиново та Надлісництво Дравського Поозер'я. Отже у гміні вирішили допомогти бджолярам та відновити старовинну історію краю. Місцеві жителі почали задумуватись над власним брендом. Ознайомившись з історією свого краю, з'ясували, що одне з сіл у громаді колись називалося Драхам і там було багато пасічників. Давні документи свідчать про те, що 1565 року у цьому селі офіційно було зареєстровано 11 пасік [3]. Отож акцент було зроблено саме на цьому. Пізніше розробили логотип та оригінальне упакування, а вже згодом мед продавали по всій території Польщі, він став брендом, який купують не лише для споживання, але й як сувенір. Крім цього, громада осучаснила та активно використовує територію біля місцевих водойм – тут дають в оренду катамарани та велосипеди, є батуту. Щорічно проводять фестиваль. Якістю послуг займаються підприємці, а громада допомагає швидко оформити документи та надає інфраструктуру.

Україна теж має великі перспективи у розвитку сільського туризму. Розроблення і просування продуктів географічного зазначення може слугувати поштовхом для його розвитку та сьогодні маємо зареєстроване лише одне українське географічне зазначення – «Гуцульська овеча бриндзя».

Отже, досвід країн ЄС, зокрема Польщі, доводить, що продукти та вироби, марковані як географічне зазначення, не тільки створюють певний нішевий сегмент на ринку, можуть привертати увагу туристів до конкретних місцевостей.

*Ключові слова:* сільський туризм, географічні зазначення, міжнародний досвід.

### **Список використаних джерел**

1. Географічна ідентифікація продукції як фактор її конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Беженар І. М., Малік Л. Н. // Економіка АПК. – 2015. – № 12. – Режим доступу: <http://eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2015/12/15.pdf>
2. Гуманитарные технологии. Рейтинг урбанизации стран мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/urbanization-index/info>
3. Децентралізація дає можливості. Як польський досвід став у пригоді українським об'єднаним громадам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/10740>
4. Польша [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidru4niki.com/2015073165655/turizm/polscha>
5. Informacje statystyczne. Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2018 r. [Zasob elektroniczny]. – Dostęp: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/ludnosc-stan-i-struktura-oraz-ruch-naturalny-w-przekroju-terytorialnym-w-2018-r-stan-w-dniu-30-vi,6,24.html>
6. Polska v liczbach [Zasob elektroniczny]. – Dostęp: <http://www.polskawliczbach.pl/Wsie#ixzz5WI5poVWn>
7. Urząd Patentowy RP [Zasob elektroniczny]. – Dostęp: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/produkty-zarejestrowane-jako-chronione-nazwy-pochodzenia-chronione-oznaczenia-geograficzne-oraz-gwarantowane-tradycyjne-specjalnosci>