



ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ДУМКИ В МЕНЕДЖМЕНТІ, ГАЛУЗЯХ СПОРТУ, ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Тези доповідей
III Міжнародної студентської наукової конференції
(26-27 вересня 2024 року, м. Львів)*

*За загальною редакцією
Наталії ПАВЛЕНЧИК*

Львів -2024

УДК 338.48-53:63

ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ

Петро КОЖУШКО

аспірант

Науковий керівник – Олена БОЧКО

доктор економічних наук, професор

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

Розвиток туристичної сфери стимулює збільшення попиту на продукти харчування, зокрема на органічну продукцію. З одного боку, зростаюча чисельність туристів вимагає збільшення продовольчого забезпечення якісною екологічно безпечною продукцією, а популяризація здорового способу життя може спонукати туристів до вибору саме такої продукції. З іншого боку, органічна продукція може виступати туристичним об'єктом для агро-, гастро- чи екотуризму, зеленого чи сільського туризму, креативного та інших видів туризму.

У відповідності до законодавства України зазначимо, що органічне виробництво – це «сертифікована діяльність, пов'язана з виробництвом сільськогосподарської продукції (у тому числі всі стадії технологічного процесу, а саме первинне виробництво (включаючи збирання), підготовка, обробка, змішування та пов'язані з цим процедури, наповнення, пакування, переробка, відновлення та інші зміни стану продукції), що провадиться із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [1].

Агротуризм є промисловістю майбутнього, в яку варто інвестувати, так як він значною мірою впливає на інтенсифікацію локальної економіки, а також допомагає зберігати природне середовище, ландшафт, місцеві культуру та традиції [2, с. 147].

Агротуризм вже досить давно набув популярності у Європі. Міські жителі, які хотіли відпочити у селі, подалі від міської метушні, споживаючи екологічно чисті, безпечні продукти харчування, мають можливість пожити у

сільській місцевості та за бажанням взяти безпосередню участь у процесі виробництва органічної продукції, приготування страв із неї. Додаючи креативу, можна запропонувати також туристам взяти участь у створенні логотипу чи слогану, посадити іменну рослину і доглядати за нею тощо. Поле для фантазії не обмежене нічим, хіба що настроями відпочиваючих.

Як зазначає В.О. Дуга: «Загалом агротуризм сьогодні підтримують 33 країни світу, об'єднані рухом WWOOF (англ. World Wide Opportunities on Organic Farms, тобто «Всесвітні Можливості на Органічних Фермах»), або Willing Workers on Organic Farms, тобто «Добровільні Працівники на Органічних Фермах»). Це набір міжнародних програм, що дозволяють поєднати туризм з роботою в органічному сільському господарстві. Суть таких програм полягає в обміні праці на житло і харчування. Добровільний працівник працює на фермі 4-6 годин на день, в обмін на що фермер-господар надає йому житло та харчування. При цьому ні фермер, ні доброволець не платять один одному» [3, с. 465].

Європейські країни мають різний досвід щодо популяризації органічної продукції та розвитку агротуризму. Так, в Італії туристичні фірми пропонують для потенційних мандрівників винно-гастрономічні тури; догляд за виноградною лозою, збирання винограду та виготовлення вина; долучення до виготовлення домашніх макаронів; збирання оливок і виготовлення оливкової олії; оздоровчі й косметичні програми так званих «ферм краси»; випікання сільського хліба, участь у сироварному виробництві; вирощування жаб чи равликів; виготовлення трюфелів тощо. У Австрії туристи можуть взяти участь у вигоні худоби на альпійські луки; збиранні альпійських трав; виготовленні молокопродуктів; збиранні лісових ягід. У Болгарії туристу можуть запропонувати на вибір: знайомство з автентичними методами ведення господарства (жнива вручну, доїння кіз і овець); виробництво бринзи і сиру, закваска молока; виготовлення трояндової олії. Загалом, кожна європейська країна має розроблені туристичні агропродукти, що популяризують органічне землеробство та тваринництво [3].

Таким чином, розвиток агротуризму стимулює відродження сільського господарства та сільської місцевості, облагородження її, відновлення (розширення) місцевої інфраструктури, поверненню молоді в село. Також агротуризм створює додаткову рекламу органічному виробництву, привертає до нього увагу потенційних споживачів.

Одночасно популяризується здоровий спосіб життя, що забезпечує зміцнення здоров'я громадян країни, підвищення їх працездатності, вирішення ряду соціальних та екологічних проблем.

Зважаючи на недостатньо високу питому вагу органічних господарств у світі, у вітчизняних агропідприємств є усі шанси заповнити цю нішу.

Список використаних джерел:

1. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції : Закон України № 36 від 10 липня 2018 року (остання редакція від 26.10.2023). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
2. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь) / Ісаєнко В. М., Ніколаєв К. Д., Бабікова К. О., Білявський Г. О., Смирнов І. Г. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. 295 с.
3. Дуга В. О. Роль агротуризму в розвитку органічного виробництва. URI : <https://dSPACE.organic-platform.org/xmlui/handle/data/165>