

ГЕОГРАФІЧНЕ ЗАЗНАЧЕННЯ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ

© 2025 БУБЕНКО П. Т., ВОЛІКОВ В. В.

УДК 347.77

JEL Classification: I23; O31; O33

Бубенко П. Т., Воліков В. В. Географічне зазначення в регіональному інноваційному розвитку

Стаття присвячена особливостям інноваційного розвитку регіонів на основі використання інтелектуальної власності, зокрема географічного зазначення. Метою статті є уточнення та визначення місця і ролі географічного зазначення як об'єкта інтелектуальної власності у регіональному розвитку. Розглянуто основні складові інноваційного потенціалу регіону, які можуть бути спрямовані на територіальний розвиток. Зазначено, що стратегія та модель регіонального розвитку повинні мати інноваційний характер, забезпечувати комплексний підхід і визначати основний вектор територіального розвитку на основі впровадження інновацій з урахуванням наявного інноваційного потенціалу. Інтелектуальна власність є значним важелем в інноваційному регіональному розвитку та покращенні інвестиційного клімату в регіоні, особливо в умовах обмеженості ресурсів. Кожна територіальна громада має власні ресурси та спадок, який необхідно ефективно використовувати для досягнення певних цілей при територіальному розвитку. Виняткове місце серед регіональних факторів, що впливають на конкурентоспроможність регіону, належить продуктам з особливими властивостями, що обумовлено, головним чином, географічним місцем походження цих продуктів та/або застосуванням певних місцевих традицій виробництва. Обґрунтовано, що унікальні продукти доцільно захищати географічним зазначенням. Зауважено, що географічне зазначення є колективним брендом регіону, і тому є потужним інструментом маркетингу для розвитку територіальної громади. Доведено, що наявність унікальних продуктів на території громади надає перспективи розбудови кластерної форми організації інноваційної діяльності на рівні регіону. Запропоновано власний підхід до інноваційного розвитку регіону на основі ефективного задіяння пропонуваного у статті алгоритму використання переваг географічного зазначення.

Ключові слова: інтелектуальна власність, географічне зазначення, назва місця походження товару.

Рис.: 1. Бібл.: 15.

Бубенко Павло Трохимович – доктор економічних наук, професор, завідувач відділу науково-технічного та економічного розвитку, Північно-Східний науковий центр НАН і МОН України (вул. Багалия, 8, Харків, 61002, Україна)

E-mail: pavlobubenko@gmail.com

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57217217606>

Воліков Володимир Володимирович – кандидат економічних наук, судовий експерт, Львівський науково-дослідний інститут судових експертиз Міністерства юстиції України (вул. Липинського, 54, Львів, 79224, Україна)

E-mail: valdemar12@meta.ua

UDC 347.77

JEL Classification: O10; O22; O39; R11; R12; R13

Bubenko P. T., Volikov V. V. Geographical Indication in the Regional Innovative Development

The article is dedicated to the peculiarities of innovative regional development based on the use of intellectual property, in particular geographical indications. The aim of the article is to closer define the place and role of geographical indications as an object of intellectual property in regional development. The main components of the region's innovative potential that can be directed towards territorial development are considered. It is noted that the strategy and model of regional development should have an innovative character, ensure a comprehensive approach, and determine the main vector of territorial development based on the implementation of innovations taking into account the existing innovative potential. Intellectual property is a significant lever in innovative regional development and improving the investment climate in the region, especially under conditions of resource constraints. Each territorial community has its own resources and heritage that need to be effectively utilized to achieve certain goals in territorial development. An exceptional place among regional factors influencing the competitiveness of a region belongs to products with special properties, which is primarily determined by the geographical origin of these products and/or the application of certain local production traditions. It is noted that geographical indication is a collective brand of the region and, therefore, a powerful marketing tool for the development of the territorial community. It is proved that the presence of unique products in the community provides prospects for building a cluster form of organizing innovative activities at the regional level. A proprietary approach to the innovative development of the region is proposed based on the efficient use of the algorithms for leveraging the advantages of geographical indication presented in the article.

Keywords: intellectual property, geographical indication, appellation of origin.

Fig.: 1. Bibl.: 15.

Bubenko Pavlo T. – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of Department of Scientific, Technical and Economic Development, North-East Research Center NAS and MES of Ukraine (8 Bahalia Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: pavlobubenko@gmail.com

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57217217606>

Volikov Volodymyr V. – Candidate of Sciences (Economics), Forensic Expert, Lviv Research Institute of Forensic Expertise of the Ministry of Justice of Ukraine (54 Lypynskoho Str., Lviv, 79224, Ukraine)

E-mail: valdemar12@meta.ua

Вплив глобалізаційних процесів на соціально-економічний розвиток України в умовах обмеженості ресурсів потребує виваженої стратегії в управлінні регіонами. Відсутність дієвого системного управлінського механізму на державному та регіональному рівнях значно ускладнює збалансований розвиток національної економіки. За таких умов підвищення конкурентоспроможності певного регіону набуває визначального значення у вирішенні найважливіших соціальних проблем задля забезпечення високої якості життя населення. Застарілі методи та підходи в управлінні територіями мають змінитися на інноваційні, що потребує ґрунтовного переосмислення сучасних реалій. Використання світового досвіду та запровадження кардинально нових інноваційних підходів, методів та інструментів, адаптованих до наявних умов, сприятимуть підвищенню рівня інноваційності національної економіки.

Сьогодні більшість регіонів України мають розроблені та погоджені органами влади стратегії розвитку, але не всі вони мають інноваційний характер і тому не створюють умов для ефективного використання власного інтелектуального потенціалу. Ринкові відносини та зростання конкуренції потребує використання нових можливостей і переваг, які надає інтелектуальна власність (ІВ). Кожна територіальна громада має власні ресурси та спадок, який необхідно ефективно використовувати для ефективного територіального розвитку.

У цьому сенсі виняткове місце належить продуктам, які мають своє унікальне географічне походження, цінність і репутацію завдяки особливим властивостям, що характерні для певної місцевості де вони (продукти) виробляються. Унікальна якість кожного такого продукту забезпечується винятковими властивостями сировини, що зумовлено, головним чином, географічним місцем походження та/або застосування певних місцевих традицій виробництва, що надає можливість захистити їх як географічні зазначення задля подальшої комерціалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з означеної проблематики переконує, що дієва стратегія регіонального розвитку має ґрунтуватися на ефективному використанні інтелектуального потенціалу та впровадженні інновацій у всіх напрямках життєдіяльності. Для обґрунтування напрямів формування сучасної стратегії розвитку та визначення шляхів активізації інноваційної діяльності регіону Р. Манн і Д. Гладкій [1, с. 79] пропонують застосовувати комплексну оцінку його інноваційного потенціалу. У посиленні конкурентоспроможності територій важливу роль відіграють саме ре-

гіональні фактори, тому автори [2, с. 76] звертають увагу на те, що важливо не тільки виявити економічний потенціал регіону, але й ефективно його використати задля інноваційного розвитку території. Формування системної конкурентоспроможності досягається завдяки інноваційній діяльності та ефективному управлінню територіальною владою, що сприяє максимальному використанню потенційних можливостей, тому Ю. Дідович та П. Тізеш у своїй роботі [3, с. 65] пропонують акцентувати увагу на факторах і умовах формування конкурентних переваг, які можуть забезпечити стратегічні переваги певного регіону. На думку Г. Мельниченко та С. Білоуса [4, с. 172], інноваційну стратегію розвитку регіону необхідно розробляти на період до 25 років із застосуванням методології Форсайт і обов'язково адаптувати її до особливостей характеру певної території. О. Есманов, Ю. Штика та М. Линник [5, с. 14], проаналізувавши сутність та особливості стратегії інноваційного розвитку територій, визначили особливості СМАРТ-спеціалізації. Сутність поняття «інноваційний потенціал», його складові, показники та складові методики оцінювання рівня інноваційного потенціалу досліджено в науковому дослідженні Є. Кривошеї [6, с. 83]. Колективом авторів [7, с. 26] розглянуто світовий досвід щодо використання механізму захисту зареєстрованих географічних зазначень як потенціалу інноваційного розвитку виноробства в регіонах України.

Проте актуальні питання використання та відображення ІВ у процесах інноваційного розвитку регіону (окремих територій) залишається актуальним і дискусійним, зокрема це повною мірою стосується і географічних зазначень (ГЗ).

Сучасні засоби стратегічного планування соціально-економічного розвитку регіонів не надають єдиної дієвої методології, яка може бути використана для розробки будь-якої регіональної стратегії. Але прихильники застосування інноваційного підходу в розвитку територій пропонують активно впроваджувати (використовувати) наявну ІВ певного регіону. Географічному зазначенню, як об'єкту інтелектуальної власності, не приділяється достатньої уваги в територіальному інноваційному розвитку, що потребує визначення й уточнення його властивостей та особливостей щодо використання.

З огляду на це, **метою статті** є уточнення та визначення місця та ролі географічного зазначення як об'єкта інтелектуальної власності в регіональному розвитку.

Інноваційний розвиток території має відбуватись на основі активного впровадження краєвих

світових науково-технологічних досягнень і застосування ефективних методів управління задля забезпечення сталого соціально-економічного розвитку. Стратегія та модель регіонального розвитку повинні носити інноваційний характер, забезпечувати комплексний підхід і визначати основний вектор територіального розвитку на основі впровадження інновацій з урахуванням реально наявного інноваційного потенціалу. При цьому важливо усвідомлювати, що регіональні фактори відіграють визначальну роль у формуванні конкурентоспроможності території та визначають основні конкурентні позиції для її економічного зростання.

Р. В. Манн і Д. В. Гладкій інноваційний потенціал розглядають як сукупність ресурсів «... що забезпечують інноваційну діяльність, та можливість їх використання із метою досягнення конкретних цілей», який у концепті регіонального розвитку пропонують оцінювати «... за чотирма базовими критеріями: «інноваційна забезпеченість», «інноваційна активність», «інноваційна безпека» та «інноваційна підтримка»» [1, с. 79]. Згідно з цим підходом, дані стосовно наявності об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) обов'язково використовуються при розрахунку показників оцінки інноваційного потенціалу за базовим критерієм «інноваційна безпека», зокрема це стосується кількості виданих патентів на винаходи та корисні моделі, розкритих злочинів у сфері ІВ та захисту результатів наукових досліджень.

На думку Ю. Дідович та П. Тізеш [3, с. 68], складовими інноваційного потенціалу розвитку регіону в широкому розумінні є такі потенціали: науковий, підприємницький, інноваційний у вузькому значенні, інтелектуальний, організаційно-управлінський і маркетинговий. Розглядаючи «інтелектуальний потенціал як елемент інноваційного», як показники оцінки інтелектуального потенціалу регіону пропонується використовувати об'єкти інтелектуальної власності.

У своєму підході Є. В. Кривошея при дослідженні інноваційного потенціалу регіону (зокрема, на прикладі Харківської області), для його оцінки та характеристики пропонує надати визначення таким показникам: «наукові кадри, інноваційні підприємства, джерела фінансування інноваційної діяльності, об'єкти інтелектуальної власності, результати інноваційної активності» [6, с. 84].

За результатами досліджень щодо застосування механізму географічних значень (ГЗ) як потенціалу інноваційного розвитку харчової промисловості в регіонах України колектив авторів надає визначення системі географічних значень: «... це принцип, який дає змогу захищати

якість продукту з одночасним просуванням цього продукту на внутрішньому і зовнішньому ринках» [7, с. 26].

Отже, переважною більшістю науковців та фахівців об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) розглядаються як елементи інноваційного потенціалу регіону для його сталого розвитку. У тій чи іншій регіональній або територіальній громаді може бути наявним весь спектр ОІВ. Проведення технологічного аудиту надає можливість виявити ІВ, провести її оцінку та визначитись, яку саме ІВ економічно доцільно комерціалізувати. Враховуючи багатогранність ОІВ і неможливість охопити такий великий масив інформації в одній публікації, автори статті пропонують зосередити увагу на такому об'єкті інтелектуальної власності, як географічне зазначення.

З 2020 р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення правової охорони географічних зазначень» [8], у ст. 1 якого надано визначення цього терміну. Географічне зазначення – це «найменування місця, що ідентифікує товар, який походить з певного географічного місця та має особливу якість, репутацію чи інші характеристики, зумовлені головним чином цим географічним місцем походження, і хоча б один з етапів виробництва якого (виготовлення (видобування) та/або переробка, та/або приготування) здійснюється на визначеній географічній території».

Відразу, задля уникнення плутанини стосовно визначення понять, важливо підкреслити, що в чинному законодавстві України застосовується два поняття, які на перший погляд тотожні, але при цьому мають певні відмінності це «географічне зазначення» та «назва місця походження товару». Отже, назва місця походження товару це «вид географічного зазначення, який означає найменування, що ідентифікує товар, котрий походить з певного географічного місця та який має особливі якості або властивості, які виключно або головним чином зумовлені конкретним географічним середовищем з притаманними йому природними і людськими факторами, і всі етапи виробництва якого (виготовлення (видобування) та/або переробка, та/або приготування) здійснюються на визначеній географічній території» [8].

Географічне зазначення є потужним інструментом маркетингу для розвитку територіальної громади, може бути колективною власністю, що надає можливість будь-кому виробляти продукцію унікальної якості на певній території, що і є головною умовою виробництва. Це може бути пов'язано з певними властивостями сировини (склад ґрунту,

клімат, вода тощо) та/або технологічними рішеннями, наприклад традиції, що перетворились у перевірені віками технології. Географічне зазначення – це практично колективний бренд регіону, області, території, населеного пункту, громади, що має офіційну назву на мапі та власну історію. Сьогодні для просування бренду суттєвим є його історія та прозорість, що набуває особливо важливого значення для споживача, який може простежити повний цикл виробництва для власного переконання стосовно екологічності та унікальної якості продукту під заявленим брендом. Такий підхід може та має стати основою в популяризації матеріального та інтелектуального виробництва на території певної громади.

Згідно з п. 2 ст. 501 Цивільного кодексу [9], «обсяг правової охорони географічного зазначення визначається характеристиками товару (послуги) і межами географічного місця його (її) походження, зафіксованими державною реєстрацією права інтелектуальної власності на географічне зазначення».

Найбільш поширені категорії, що реєструються як географічні зазначення, – це харчові продукти, вино-горілчані вироби, ремісничі вироби, промислові товари. На початок 2025 р. у Державному реєстрі України географічних зазначень (далі – Реєстр) налічується 3133 зареєстрованих об'єктів, у тому числі географічні зазначення ЄС. За національною процедурою зареєстровано 38 об'єктів, наприклад Миргородська (мінеральна вода), Східницька (мінеральна вода), Гуцульська овеча бриндзя (сир), Мелітопольська черешня (черешня), Кролевецькі рушники (рушники, скатертини, серветки, фартухи, панно), Херсонський кавун (кавун), Мед Закарпаття / Закарпатський мед (мед) тощо [10].

Важливо зазначити, що з початку 2019 р. в Європейському Союзі набрали чинності нові регламенти ЄС щодо географічних зазначень, які стосуються виноробства це: Делегований регламент 2019/33 та Регламент щодо впровадження 2019/34. На думку фахівців, «ці нові правила значно спрощують, уточнюють і узгоджують процес захисту географічних зазначень для вин» [11].

Просування колективного бренду з використанням такого інструменту, як ГЗ, сприяє розвитку фермерства та переробної галузі, виробництву харчових продуктів, виноробства та ремісних виробів у певній громаді. Вимога стосовно вироблення традиційних харчових продуктів на зазначеній території й обумовлює розвиток виробництва (переробку сировини) саме на території громади, яка зареєструвала ГЗ, тому що головною умовою стає прив'язка виробництва продукту до конкретної

місцевості. Сучасний споживач, ознайомившись з відкритою інформацією стосовно дрібниць технологічного процесу під час виготовлення продукту, має можливість отримати вичерпну інформацію про його властивості. Такий маркетинговий підхід надає перспективу виробнику або фермеру продавати екологічно чисті продукти або продукцію унікальної якості значно дорожче.

Наприклад, після надання правової охорони географічному зазначенню у 2009 р. обсяг виробництва Aceto Balsamico di Modena PG за шість років після реєстрації в грошовому вираженні виріс на 67%, а експорт – на 57% [12].

На важливість ГЗ для розвитку української економіки та збереження національних традицій звертає увагу керівник Українського національного офісу інтелектуальної власності та інновацій О. Орлюк. На питання, в чому ж вигода географічного зазначення і навіщо його реєструвати, вона дає таку відповідь: «Виробнику виготовлення продуктів із зареєстрованим географічним зазначенням надає захист продукції від недобросовісної конкуренції, конкурентні переваги у вигляді підтвердження високої якості й унікальності продукту, можливість збільшувати обсяги збуту як в Україні, так і за її межами. Для споживача продукти з географічним зазначенням – це гарантія оригінального походження продукту з тієї місцевості, де він вироблений. Для певного регіону географічні зазначення сприяють збереженню місцевих традицій, розвитку туризму та локального бізнесу, а також є додатковим надходженням податків» [13].

Також слід зазначити, що у XXI столітті набули значного поширення такі форми ефективної територіальної організації виробництва, як кластери, що стали відігравати провідну роль у формуванні активної регіональної політики. Концентрація підприємств на певній території сприяє взаємній кооперації та конкуренції. На основі отриманих результатів попереднього «дослідження теоретико-методичного підґрунтя, закономірностей та особливостей процесів кластеризації у взаємозв'язку з територіально інноваційним розвитком» [14, с. 8] автори цієї статті роблять висновок про потенційну можливість розвитку системи кластерної організації на основі певного продукту унікальної якості, захищеного географічним зазначенням. Такий кластер може об'єднати підприємства різних галузей і напрямів діяльності. Залежно від інноваційного потенціалу окремого регіону може бути запропоновано кілька моделей організації такого кластера.

Перший приклад: розлив і реалізація мінеральної води, санаторно-курортне лікування, професій-

на освіта (підготовка кадрів), наукові дослідження в галузі медицини та/або харчування, трансфер технологій, підприємства громадського харчування, туризм, юридичні послуги, консалтинг тощо.

Другий приклад: виробництво товарів (унікальної продукції), наукові дослідження, трансфер технологій, професійна освіта (підготовка кадрів), підприємства громадського харчування, виставкові зали, торговельні майданчики, туризм, музеї (наприклад, ужиткового мистецтва), юридичні послуги, консалтинг тощо.

Отже, започаткування та розвиток кластерів при виготовленні унікального продукту потребує його наявності або потенційної можливості створення необхідних умов такого виробництва. Для виявлення ОІВ, які відповідають умовам правової охорони ГЗ, необхідно провести ідентифікацію товару, для якого можна його (ГЗ) зареєструвати. Зробити аналіз наявних харчових продуктів з особливими властивостями, що вже виробляються в певній територіальній громаді, чи є потенційна можливість налагодити таке виробництво із залученням інвесторів. Провести дослідження наявної та/або потенційної сировинної бази, тому що особливі якості чи властивості продукту мають бути зумовлені конкретним географічним середовищем з притаманними йому природними та людськими факторами, місцевими традиціями.

За результатами проведення технологічного аудиту в разі виявлення ОІВ, якому притаманні ознаки географічного зазначення, згідно із Законом [8], для отримання правового захисту його необхідно зареєструвати у відповідному Реєстрі, який представлено в електронній формі Українським національним офісом інтелектуальної власності та інновацій. Це допоможе, з одного боку, захистити інтереси бізнесу, розташованого на території певної громади, від недобросовісної конкуренції, а з іншого боку, значно зменшити ймовірність введення споживача в оману, гарантує покупцю оригінальність походження продукту з певної місцевості та присутність в ньому унікальних властивостей, що пов'язано з кліматичними умовами, використанням особливої сировини та/або застосуванням місцевих традицій під час його виготовлення.

Важливо зазначити, що наявність ГЗ перешкоджає реєстрації унікальної назви продукту як торговельної марки третіми особами, і тому державна реєстрація ГЗ є головною умовою для подальшої успішної комерціалізації. Отже, право на державну реєстрацію географічного зазначення згідно зі ст. 9 Закону [8] надається об'єднанню осіб, незалежно від їх організаційно-правової форми або

складу, які «... в зазначеному географічному місці виробляють товар та/або видобувають, та/або переробляють сировину для товару, особлива якість, репутація чи інші характеристики якого зумовлені цим географічним місцем».

Правова охорона географічним зазначенням надається на підставі їх реєстрації відповідно до чинного законодавства України, міжнародних договорів та діє безстроково. Обсяг правової охорони географічного зазначення згідно до ст. 6 Закону [8] «визначається характеристиками товару і межами географічного місця його походження, зазначеними у Реєстрі».

Основні етапи оформлення охоронних документів на географічне зазначення такі [15]:

- 1) ідентифікація товару, для якого можна зареєструвати географічне зазначення та виявлення його зв'язку з місцем виробництва;
- 2) підготовка (розробка) специфікації продукту його виробниками;
- 3) заповнення та подання заявки на реєстрацію географічного зазначення або назви місця походження товару;
- 4) реєстрація географічного зазначення.

Таким чином, на основі проведеного дослідження [1–7; 10–15] та аналізу чинного законодавства [8; 9], авторський підхід щодо активізації процесів інноваційного розвитку регіону (територіальної громади) на основі використання власного інтелектуального потенціалу та ОІВ, зокрема географічного зазначення, наведено на *рис. 1*.

ВИСНОВКИ

Інтелектуальна власність, завдяки ефективному її використанню, має стати важливим важелем інноваційного регіонального розвитку та поліпшення інвестиційного клімату в регіоні, особливо в умовах обмеженості ресурсів.

Виявлення унікального продукту надає перспективи розбудови кластерної форми організації інноваційної діяльності на рівні регіону та територіальних громад, сприяє створенню нових робочих місць, кооперації та конкуренції регіональних суб'єктів господарювання, зростанню надходження податків до місцевих бюджетів та підвищенню якості життя мешканців регіону та територіальних громад.

Реєстрація географічного зазначення гарантує державний захист прав виробників продукції унікальної якості від прояву недобросовісної конкуренції.

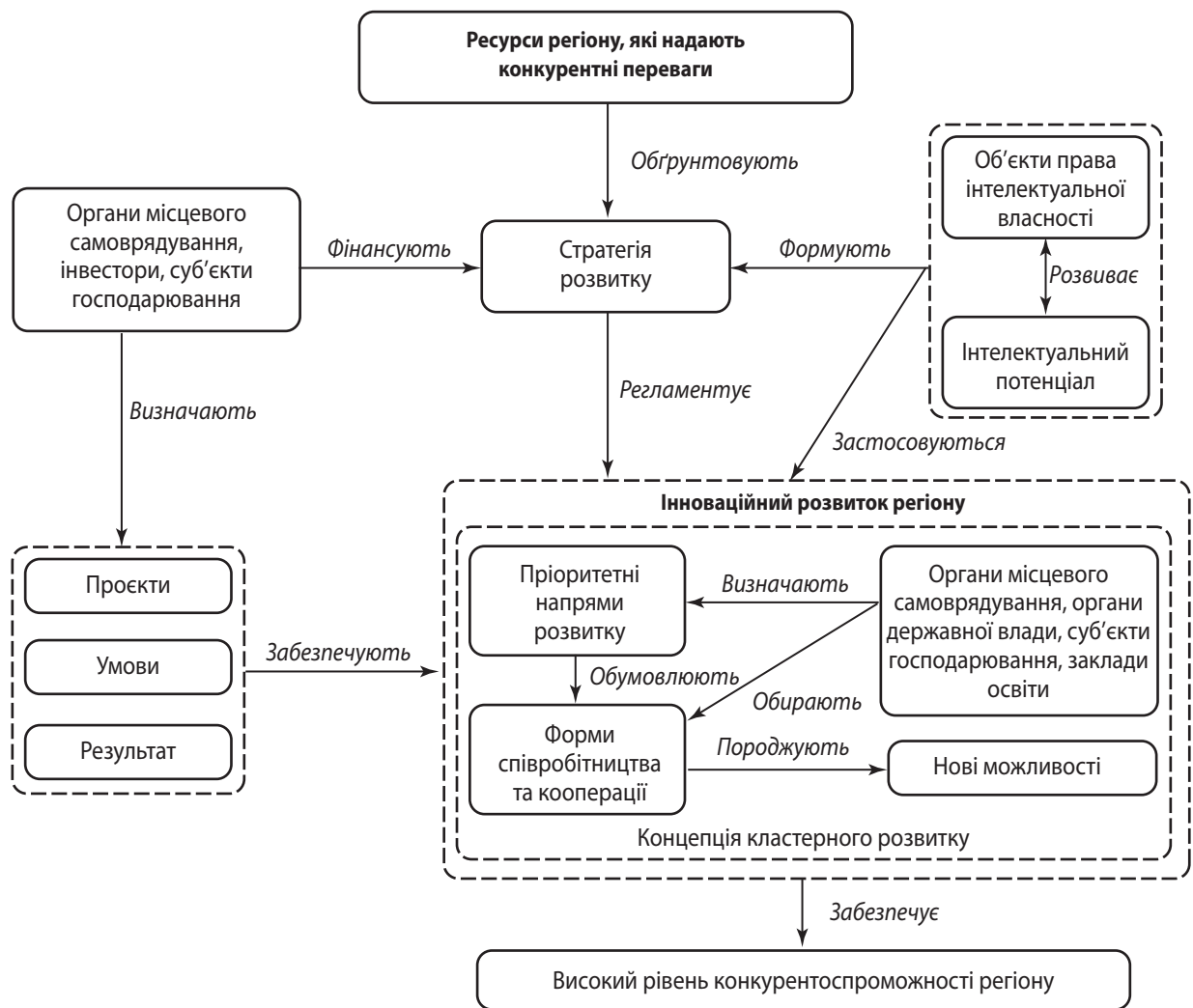


Рис. 1. Інноваційний розвиток регіону на основі використання географічного зазначення

Знаходження та формування наукових підходів до ефективного задіяння пропонує у статті алгоритмів використання переваг географічного зазначення є актуальною перспективою подальших наукових досліджень. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Манн Р. В., Гладкій Д. В. Оцінка інноваційного потенціалу в регіональній стратегії розвитку. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2023. № 2. С. 78–81.
DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-2-12>
2. Яремко Л. А., Яремко С. А. Інноваційний розвиток регіону та шляхи його забезпечення. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2020. Вип. 6. С. 76–82.
DOI: <https://doi.org/10/36818/2071-4653-2020-6-12>
3. Дідович Ю., Тішеш П. Інноваційний потенціал розвитку регіональної економіки. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2022. № 1. С. 63–71.
4. Мельниченко Г. М., Білоус С. П. Інноваційний розвиток регіону як складова частина загальної стратегії національного розвитку. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2020. Т. 31. № 1. С. 170–174.
DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-1-29>
5. Есманов О. М., Штика Ю. М., Линник М. А. Стратегія інноваційного розвитку територій і смарт-спеціалізація: сутність, особливості. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2024. Вип. 3. С. 13–18.
DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.12-3>
6. Кривошея Є. В. Інноваційний потенціал розвитку регіону. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*. 2022. Вип. 73. С. 83–87.
DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.73-13>
7. Бабич І. М., Бондар М. В., Бойко П. М., Прибильський В. Л. Географічне зазначення як фактор забезпечення конкурентоспроможності українських вин. *Наука, технології, інновації*. 2022. № 3. С. 26–29.
DOI: <http://doi.org/10.35668/2520-6524-2022-3-03>

8. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення правової охорони географічних зазначень» від 20 вересня 2019 р. № 123-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123-20#Text>
9. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
10. Реєстр географічних зазначень. IP OFFICE. URL: <https://nipo.gov.ua/reiestr-heohrafichnykh-zaznachen/>
11. Якшич Д. Винна географія ЄС та України: нові вимоги до назв. *Економічна правда*. 19 лютого 2019. URL: <https://epravda.com.ua/columns/2019/02/19/645388/>
12. Коваль М. Заробити на імені: чи допоможе українському експорту захист географічних зазначень. *Європейська правда*. 13 травня 2019. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2019/05/13/7095935>
13. Орлюк О. Для чого Україні географічні зазначення для місцевих товарів. *ЗМІ для змін*. 26.10.2023 р. URL: <https://cs.detector.media/blogs/texts/185704/2023-10-26-dlya-chogo-ukraini-geografichni-zaznachennya-dlya-mistsevykh-tovariv/>
14. Бубенко П. Т., Волюков В. В. Роль кластерних утворень у розвитковій просторової економіки. *Комунальне господарство міст*. 2024. Т. 2. Вип. 183. С. 8–14. DOI: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2024-2-183-8-14>
15. Реєстрація ГЗ в Україні. *Громадська організація «Географічні зазначення України»*. URL: <https://gi-ua.com/pro-gz/re%d1%94stracziya-gz-v-ukra%d1%97ni/>

REFERENCES

- Babych, I. M., Bondar, M. V., Boiko, P. M., & Prybylskyi, V. L. (2022). Heohrafichne zaznachennia yak faktor zabezpechennia konkurentospromozhnosti ukraïnskykh vyn [Geographical indication as a factor of ensuring the competitiveness of Ukrainian wines]. *Nauka, tekhnolohii, innovatsii*, 3, 26-29. DOI: <http://doi.org/10.35668/2520-6524-2022-3-03>
- Bubenko, P. T., & Volikov, V. V. (2024). Rol klasternykh utvoren u rozvytkovi prostоровoi ekonomiky [The role of cluster formations in the development of spatial economy]. *Komunalne hospodarstvo mist*, 2(183), 8-14. DOI: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2024-2-183-8-14>
- Didovych, Yu., & Tizesh, P. (2022). Innovatsiinyi potentsial rozvytku rehionalnoi ekonomiky [Innovative potential of regional economy development]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu*, 1, 63-71. DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2022-1.85.05>

- Esmanov, O. M., Shtyka, Yu. M., & Lynnyk, M. A. (2024). Stratehii innovatsiinoho rozvytku terytorii i smart-spetsializatsiia: sutnist, osoblyvosti [Strategies for innovative development of territories and smart specialization: essence, features]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*, 3, 13-18. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.12-3>
- Koval, M. (2019, May 13). Zarobyty na imeni: chy dopomozhe ukraïnskomu eksportu zakhyst heohrafichnykh zaznachen [Earn on the name: will the protection of geographical indications help Ukrainian exports]. *Yevropeiska pravda*. <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2019/05/13/7095935>
- Kryvosheia, Ye. V. (2022). Innovatsiinyi potentsial rozvytku rehionu [Innovative potential of regional development]. *Rozvytok produktyvnykh syl i rehionalna ekonomika*, 73, 83-87. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.73-13>
- Mann, R. V., & Hladkii, D. V. (2023). Otsinka innovatsiinoho potentsialu v rehionalnii stratehii rozvytku [Assessment of innovation potential in regional development strategy]. *Derzhava ta rehiony. Seriiia «Ekonomika ta pidpriemnytstvo»*, 2, 78-81. DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-2-12>
- Melnychenko, H. M., & Bilous, S. P. (2020). Innovatsiinyi rozvytok rehionu yak skladova chastyna zahalnoi stratehii natsionalnoho rozvytku [Innovative development of the region as an integral part of the general strategy of national development]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriiia «Ekonomika i upravlinnia»*, 31(1), 170-174. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-1-29>
- Orliuk, O. (2023, October 26). Dlia choho Ukraini heohrafichni zaznachennia dlia mistsevykh tovariv [Why Ukraine needs geographical indications for local products]. *ZMI dlia zmin*. <https://cs.detector.media/blogs/texts/185704/2023-10-26-dlya-chogo-ukraini-geografichni-zaznachennya-dlya-mistsevykh-tovariv/>
- Reiestr heohrafichnykh zaznachen [Register of geographical indications]. (n.d.). IP OFFICE. <https://nipo.gov.ua/reiestr-heohrafichnykh-zaznachen/>
- Reiestratsiia HZ v Ukraini [Registration of GI in Ukraine]. (n.d.). *Hromadska orhanizatsiia «Heohrafichni zaznachennia Ukrainy»*. <https://gi-ua.com/pro-gz/re%d1%94stracziya-gz-v-ukra%d1%97ni/>
- Tsyvilnyi kodeks Ukrainy [Civil Code of Ukraine]. (2003, January 16). No. 435-IV. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
- Yakshych, D. (2019, February 19). Vynna heohrafiia YeS ta Ukrainy: novi vymohy do nazv [Wine geography of the EU and Ukraine: new requirements for names]. *Ekonomichna pravda*. <https://epravda.com.ua/columns/2019/02/19/645388/>
- Yaremko, L. A., & Yaremko, S. A. (2020). Innovatsiinyi rozvytok rehionu ta shliakhy yoho zabezpechennia [Innovative development of the region and ways to

ensure it]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*, 6, 76-82.

DOI: <https://doi.org/10/36818/2071-4653-2020-6-12>

Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo vdoskonalen-

nia pravovoi okhorony heohrafichnykh oznachen» [Law of Ukraine «On Amendments to Some Legislative Acts of Ukraine on Improving the Legal Protection of Geographical Indications»]. (2019, September 20). No. 123-IX. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123-20#Text>

УДК 004.9:658

JEL Classification: D11; D12; P46

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-3-124-129>

НЕСТАЧА ЕФЕКТИВНИХ АЛГОРИТМІВ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

© 2025 ПАТЛАЧУК Т. В.

УДК 004.9:658

JEL Classification: D11; D12; P46

Патлачук Т. В. Нестача ефективних алгоритмів прогнозування поведінки споживачів: проблеми та шляхи вирішення

У сучасному бізнес-середовищі прогнозування поведінки споживачів є важливим інструментом для прийняття рішень. Проте існуючі алгоритми часто виявляються недостатньо ефективними, що викликає необхідність у їх вдосконаленні. Метою даної статті є аналіз причин неефективності традиційних методів прогнозування та розробка рекомендацій для їх покращення. Завдання включають вивчення різних підходів до прогнозування, виявлення недоліків у зборі та обробці даних, а також пропозицію нових технологій, здатних підвищити точність прогнозів. У дослідженні використано порівняльний аналіз статистичних моделей, алгоритмів машинного навчання, а також дослідження проблем, пов'язаних із якістю та обсягом даних. Особливу увагу приділено адаптивним алгоритмам, які можуть враховувати зміни в поведінці споживачів у реальному часі. Аналіз показав, що традиційні методи прогнозування не завжди відповідають потребам сучасного ринку. Виявлено, що недостатня інтеграція даних з різних джерел та обмежена адаптивність існуючих алгоритмів призводять до неточних прогнозів. Пропонуються нові технології, такі як глибоке навчання, які можуть суттєво підвищити ефективність прогнозування. Інноваційні підходи до прогнозування поведінки споживачів є критично важливими для підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Рекомендується подальше дослідження впливу новітніх технологій, зокрема соціальних медіа, на споживчу поведінку. Стаття підкреслює необхідність адаптації алгоритмів до динаміки ринку, що може суттєво поліпшити результати прогнозування та допомогти компаніям ефективніше реагувати на зміни в споживчому попиті.

Ключові слова: цифрові технології, маркетинг, прогнозування, інтеграція, безпека даних, цифрова трансформація, бізнес-стратегія.

Бібл.: 8.

Патлачук Таміла Володимирівна – здобувач, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (пров. Інженерний, 1а, 2 пов., Харків, 61166, Україна)

E-mail: tpatlachuk@ukr.net

UDC 004.9:658

JEL Classification: D11; D12; P46

Patlachuk T. V. Lack of effective consumer behavior prediction algorithms: problems and solutions

In the modern business environment, consumer behavior forecasting is an important decision-making tool. However, existing algorithms often prove to be non-sufficiently effective, thus necessitating their improvement. The aim of this article is to analyze the reasons for the non-sufficiently efficiency of traditional forecasting methods and to develop recommendations for their enhancement. Objectives include studying various forecasting approaches, identifying shortcomings in data collection and processing, as well as proposing new technologies capable of increasing forecast accuracy. The research employs a comparative analysis of statistical models, machine learning algorithms, and surveys into issues related to data quality and volume. Particular attention is given to adaptive algorithms that can account for changes in consumer behavior in real-time. The carried out analysis has shown that traditional forecasting methods do not always meet the needs of the modern market. It has been found that non-sufficient integration of data from various sources and the limited adaptability of existing algorithms lead to inaccurate forecasts. New technologies, such as deep learning, are proposed, which can significantly enhance forecasting efficiency. Innovative approaches to predicting consumer behavior are critically important for improving business competitiveness. A further research of the impact of cutting-edge technologies, particularly social media, on consumer behavior is recommended. The article emphasizes the need to adapt algorithms to market dynamics, which can significantly improve forecasting results and help companies respond more efficiently to changes in consumer demand.

Keywords: digital technologies, marketing, forecasting, integration, data security, digital transformation, business strategy.

Bibl.: 8.

Patlachuk Tamila V. – Applicant, Research Centre for Industrial Problems of Development of NAS of Ukraine (2 floor 1a Inzhenernyi Ln., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: tpatlachuk@ukr.net