

2. Теслюк С.А., Матвійчук Н.М., Демчук Н.В. Краудфандинг як сучасний спосіб фінансування: проблеми та перспективи його розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-16>

3. Божанова О., Юхман Я. Управлінський інструментарій економічного розвитку промислових підприємств. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*, 2022, 13(26). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-13\(26\)-05](https://doi.org/10.33296/2707-0654-13(26)-05)

УДК 347.772

Росоха В. В.,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу та управління бізнесом,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ГЕОГРАФІЧНІ ЗАЗНАЧЕННЯ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Суть поняття "географічні зазначення" (ГЗ) пов'язана з назвою того географічного місця, звідки походять ті чи ті товари. Особлива якість, зумовлена місцем виробництва й географічними факторами, зокрема кліматом та особливостями ґрунту, властива передусім сільськогосподарській продукції. Тому більшість географічних зазначень у світі використовують як засіб індивідуалізації саме агропродовольчої продукції. Проте для певного виду товару специфічні якості обумовлені не лише природними умовами, а й людським фактором, здобутими навичками, виробничими традиціями, національним колоритом, що характерно для ремісничих товарів та сувенірної продукції (різьблення, розпис, тощо). Поширення ГЗ на ринку спричинило потребу захисту цих товарів від подібних, але вироблених в інших місцевостях, де вони не мають аналогічних властивостей або саме такої якості. Щоб виділити ці товари з-поміж інших і захистити їхні відзнаки як нематеріального активу їх почали заносити в спеціальні державні реєстри.

Система захисту регіональних продуктів з'явилася у Франції ще в 1925 році. Першим таким зареєстрованим ГЗ у Франції став сир "Рокфор". Надалі система ГЗ набула поширення серед інших європейських країн. Нині в державах – членах ЄС зареєстровано понад 3,8 тис. ГЗ, з яких більше ніж 55% походить із Франції (790), Італії (905) та Іспанії (401). Більша частка географічних зазначень та традиційних гарантованих особливостей припадає на вина, сільськогосподарську продукцію та харчові продукти [1].

Географічні зазначення являють собою позначки на товарах, які походять з певної території, місцевості або регіону та країни і мають особливі характеристики, що включають специфічні технології, усталені традиції та

секрети їхнього виробництва, а також якість і репутацію та мають відомості в реєстрі ГЗ. Якщо торговельна марка – це довільний символ, який надає право на використання його тією, чи тією особою у будь-якій країні, то географічні зазначення можуть використовувати всі особи, що виробляють товар у місці походження його відповідно до встановлених вимог. Це певний колективний бренд, зареєстрований на невизначений термін, що потребує поновлення лише тоді, коли в нього вносять певні зміни. Право на використання ГЗ не передають іншим операторам ринку за договором або ліцензією навіть за умов, якщо вони перебувають у визначеному географічному місці [2].

Реєструвати ГЗ в Україні почали з часу підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Відповідно регіональні об'єднання виробників можуть подавати заявки на реєстрацію унікальної особливості, що приверстає увагу не тільки до конкретних товарів, а й певних регіонів та країни загалом. Важливо у процесі реєстрації здійснити опис і забезпечити докази унікальності й географічного походження товару, що потребує захисту. Правова охорона ГЗ спирається на законодавство України, зокрема Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення правової охорони географічних зазначень", що важливо для розвитку регіонального виробництва продуктів та гастрономічного туризму в Україні, закони, які регулюють підготовку до реєстрації, використання та захист ГЗ щодо сільськогосподарських та харчових продуктів, вин, ароматизованих винних продуктів, спиртних напоїв, а також контроль щодо таких географічних зазначень, та інші нормативно-правові акти [3].

Географічні зазначення та традиційні гарантовані особливості товарів захищають регіональні бренди та підвищують їхню цінність. Виробництво та поширення таких товарів сприяє збереженню біологічного різноманіття, захисту культурної спадщини, соціально-культурному розвитку та становленню сільського туризму. Розвиток системи ГЗ та традиційних гарантованих особливостей в Україні формує окремий унікальний сегмент ринку, створює додаткову додану вартість, сприяє підвищенню конкурентоспроможності та прибутковості малих і середніх товаровиробників.

Станом на 1 червня 2016 року в Україні зареєстровано лише 42 географічні зазначення. На травень 2024 року до Державного реєстру України географічних зазначень внесено відомості про 25 географічних зазначень для українських товарів: 8 – мінеральна вода, 12 – вино, 2 – сири, 2 – товари народних промислів, 1 – черешня. Серед офіційно зареєстрованих відповідно до вимог Європейського Союзу географічних зазначень є «Гуцульська овеча бриндзя», «Гуцульська коров'яча бриндзя», «Мелітопольська черешня» [4].

За адаптованими до регламентів Європейського Союзу правилами захисту місцевих продуктів, українські ГЗ можуть бути офіційно визнані й захищені на території ЄС, що важливо для розвитку місцевих виробників і просування місцевої української продукції на європейські ринки. Водночас угода України з ЄС наголошує на поступовому припиненні використання українськими товаровиробниками таких найменувань продукції, як “коньяк”, “шампанське”, “фета”, “пармезан”, “рокфор” зі встановленням терміну до 2026 р.

Є найменування, що позначають місце походження товару (продукту), проте вони стали загальнозживаними для назви ряду певних товарів. Прикладом такого географічного зазначення є видова назва сиру «Камамбер». Нині ця назва має право на використання для позначення сиру типу Камамбер будь-яким товаровиробником, без будь-яких порушень.

Слід зазначити, що для сприяння розвитку місцевого ринку, зростання обсягів реалізації продукції з унікальними властивостями і високою доданою вартістю ФАО і ЄС започатковано програму надання інвестиційної грантової допомоги виробникам ГЗ в Україні, у якій вони можуть брати участь.

Список використаних джерел:

1. Орлик О. Для чого Україні географічні зазначення для місцевих товарів. *Monitor Media*. URL : <https://surl.li/vozyld>
2. Про правову охорону географічних зазначень : Закон України від 16.06.1999 р. № 752-XIV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/752-14#Text>.
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення правової охорони географічних зазначень : Закон України від 20.09.2019 р. № 123-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123-20#Text>.
4. Зазначення походження товару *Вікіпедія*. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki>.

УДК 339.1

Решетнікова О.В.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу,
Богоутдінова А.М.,
здобувач вищої освіти,
Полтавський державний аграрний університет

**МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: ЕТАПИ
ФОРМУВАННЯ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ**

У сучасних умовах високої конкуренції та стрімкого розвитку ринку підприємства змушені шукати ефективні підходи до управління своєю продукцією, щоб залишатися конкурентоспроможними. Маркетингова товарна