

УДК 332.146.2

*И.Н. Поспелова*

Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул, email: fyhb29@mail.ru

## **ЭКОНОМИКА ГЕОГРАФИЧЕСКИХ УКАЗАНИЙ: СИНЕРГИЯ ТРАДИЦИЙ И НОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ**

**Ключевые слова:** географические указания, продовольствие, регион, сельское хозяйство, устойчивое развитие.

Исследование посвящено возможностям применения географических указаний (ГУ) для повышения устойчивости развития агропромышленных регионов. Цель статьи – обзор мирового опыта формирования и использования географических указаний производителями продовольствия, разработка рекомендаций по его применению в России. В статье изучены понятие, сущность, виды идентификации и отличительные признаки ГУ. Отмечена их способность обеспечивать прирост всех составляющих устойчивого развития агропромышленных регионов. Результаты исследования показывают, что ГУ может быть рассмотрено и как инструмент вывода традиционных продовольственных товаров на внутренний и внешний рынки. При этом мировой опыт свидетельствует о высокой степени готовности приобретения таких товаров. Основными бенефициарами товаров с ГУ являются как потребители, так и производители, получающие более высокую добавленную стоимость. Также в результате регистрации ГУ формируются внешние положительные эффекты, что способствует экономическому росту всего региона, в котором производится традиционный продовольственный продукт. Важным аспектом успешного развития территории на основе продовольственных товаров с ГУ является роль информации о продукте и территории. Проведен анализ поданных заявок и выданных свидетельств в России на наименования мест происхождения товаров и географические указания по количеству, принадлежности заявителей, регионам и видам товаров. Обоснована возможность регистрации словесного обозначения «Алтайская гречиха» в качестве географического указания. Для повышения устойчивости развития регионов агропромышленной специализации определены основные условия реализации концепции географических указаний. Отправной точкой синергии традиций и новых инструментов развития агропромышленных регионов может стать предлагаемый универсальный алгоритм регистрации и использования ГУ.

*I.N. Pospelova*

Altai State Agricultural University, Barnaul, email: fyhb29@mail.ru

## **GEOGRAPHICAL INDICATIONS ECONOMY: SYNERGY OF TRADITIONS AND NEW TOOLS FOR THE DEVELOPMENT OF AGRO-INDUSTRIAL REGIONS**

**Keywords:** geographical indications, food, region, agriculture, sustainable development.

The study is devoted to the possibilities of using geographical indications (GI) to increase the sustainability of the development of agro-industrial regions. The purpose of the article is to review the world experience in the formation and use of geographical indications by food producers, and to develop recommendations for its application in Russia. The article studies the concept, essence, types of identification and distinctive features of GI. Their ability to ensure the growth of all components of the sustainable development of agro-industrial regions is noted. The results of the study show that GI can also be considered as a tool for bringing traditional food products to the domestic and foreign markets. At the same time, world experience indicates a high degree of readiness to purchase such goods. The main beneficiaries of GI products are both consumers and producers who receive higher value added. Also, as a result of registration of the GI, external positive effects are formed, which contributes to the economic growth of the entire region in which the traditional food product is produced. An important aspect of successful territory development based on GI food products is the role of product and territory information. The analysis of submitted applications and issued certificates in Russia for appellations of origin of goods and geographical indications in terms of quantity, ownership of applicants, regions and types of goods was carried out. The possibility of registering the verbal designation "Altai buckwheat" as a geographical indication is substantiated. To increase the sustainability of the development of regions of agro-industrial specialization, the main conditions for the implementation of the concept of geographical indications are determined. The starting point for the synergy of traditions and new tools for the development of agro-industrial regions can be the proposed universal algorithm for the registration and use of GI.

Во всем мире географические указания являются эффективным инструментом повышения устойчивости развития агропромышленных регионов. Географические указания (ГУ) – обозначения, идентифицирующие товар как происходящий на территории страны, региона или местности, где определенное качество, репутация или иные характеристики товара во многом связаны с его географическим происхождением [1]. Мировую известность имеют такие продукты ГУ, как игристое вино «Шампанское» (Франция), сыр «Рокфор» (Франция), чай «Дарджилинг» (Индия), кофе «Колумбия» (Колумбия), крепкий алкогольный напиток «Текила» (Мексика), помело Накхончайсри (Таиланд), белая кукуруза Куско (Перу), тайский шелк «Chonnabot Midmee» и «Praewa Kalasin». Обычно географические указания используются применительно к сельскохозяйственной продукции, продуктам питания, винам и крепким напиткам. Особое качество, репутация или другие характеристики этих товаров определяются уникальным сочетанием природных ресурсов (климат, почва, местные виды животных и растений) и культурных ценностей (традиции, методы производства) географического района. Уникальные свойства персиков Пингу (красивый цвет, высокое содержание сахара, неповторимый вкус, крупный размер) обусловлены сочетанием местных географических условий (горы с трех сторон и равнина в центре, песчаная почва, обильное водоснабжение, значительная разница между дневной и ночной температурой) и технологий имеющей многовековую историю. Изысканный вкус кампотского перца (Камбоджа) обязан красным почвам с высоким содержанием микроэлементов благодаря близости моря. Существует множество типов идентификаторов элементов ГУ. Чаще всего в качестве идентификатора продукта ГУ используется название географического места или региона (Бордо или Шампань), а также название страны (колумбийский кофе). В ряде случаев идентификация товаров с ГУ осуществляется путем включения в наименование товаров наименований, символов или слов, относящихся к названиям мест и местных жителей (например, фета, басмати)

или дополнительных элементов, связанных с местом (например, изображения гор, памятников, флагов, конкретных предметов и фольклорных символов). Исходя из вышеизложенного, отличительными признаками товаров ГУ являются: определенная географическая зона производства; особые качественные характеристики, имеющие географическое происхождение; наличие связи между наименованием и географическим районом производства; имя и репутация, выделяющие товар из ряда других [2, 3].

### Цель исследования

Целью исследования является обзор мирового опыта формирования и использования географических указаний производителями продовольствия, разработка рекомендаций по его применению в России.

### Материалы и методы исследования

Географические указания вызывают широкий интерес во всем мире после подписания в 1994 г. Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС). Вскоре многие страны осознали огромный потенциал ГУ в реализации трех неразрывно связанных компонентов устойчивого развития – экономического, экологического и социального [3].

Экономическая составляющая проявляется в повышении эффективности производителей экономических благ, повышении их уровня жизни, сокращении безработицы и миграции из села в город. Эта составляющая достигается товарами с ГУ в результате повышения их стоимости за счет возможности установления более высокой цены, расширения экспортных возможностей и премиальных рынков, снижения риска быть вытесненными аналогичными более дешевыми товарами, защиты от значительных колебаний и длительного падения мировых цен. Кроме того, продукты ГУ обеспечивают укрепление организации на местном уровне вследствие налаживания горизонтальной и вертикальной интеграции в производственно-сбытовой цепочке, коллективного продвижения, незначительных инвестиций в продвижение и маркетинг, развития смежных отраслей (туризм и гастрономия).

Например, присвоение ГУ кампотскому перцу обеспечило увеличение объемов его производства в 3 раза, средней цены в 5,9 раза, доходов производителей в 17,6 раза, количества производителей в 4 раза, размеров используемых земель для выращивания перца в 25 раз, стоимость земли в 10 раз. Также произошел структурный сдвиг в производстве от более дешевого черного перца (-25,0%) к более дорогому красному (+22,5%) и белому (+2,5%) перцу. Около 70% производимого перца экспортируется. Большая часть его продается в Европейском союзе, Южной Корее, Японии, Тайване, Гонконге и России. На внутреннем рынке основной спрос на него приходится на туристов, отели и престижные рестораны [4].

Экологическая составляющая проявляется в рациональном использовании природных ресурсов и сохранении биологического разнообразия (уникальных видов растений, пород животных и микроорганизмов). Достижение этой составляющей товарами ГУ обеспечивается пониманием важности их связи с терруаром, а также использованием традиционных и экстенсивных методов производства.

Социальная составляющая проявляется в сохранении культуры и традиций за счет укрепления социальных связей между местными производителями и региональными властями, повышения самооценки и качества жизни местных жителей, обеспечения продовольственной безопасности. В Перу, в Священной долине инков, выращивают древний сорт гигантской белой кукурузы Куско, выполняющей важные традиционные и религиозные функции. Признание кукурузы продуктом ГУ в 2005 году стало свидетельством ценности продукта за пределами региона и тем самым повысило самооценку местных жителей. В процессе получения официального признания участвовали многие представители государственных органов и частного сектора региона, что способствовало укреплению взаимоотношений между ними [3]. Продвижение кукурузы как продукта ГУ, способствует сохранению исконных методов ведения сельского хозяйства и связанных с ними типов ландшафта, которые местные производители считают частью своего наследия. Производители куку-

рузы обеспечивают потребности региона в кукурузе, которая является важным элементом рациона местных жителей. Туристический поток от посещения долины Инков формирует доходы местных торговцев. Однако туристическая активность может стать проблемой производителей по столько может обеспечить выведение сельскохозяйственных земель из оборота. Повышение осведомленности о ценности этого традиционного производства не только для производителей, но и для туристического сектора и продовольственного обеспечения местных жителей поможет достичь баланса между этими двумя видами экономической деятельности (туризмом и производством сельскохозяйственной продукции).

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

В настоящее время правовая охрана географических указаний на международном уровне осуществляется, прежде всего, Соглашением по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (1994 г.) и Женевским актом Лиссабонского соглашения «О наименованиях мест происхождения и географических указаниях» (2015 г.). В Женевском акте: 1) разграничиваются понятия НМПТ и ГУ; 2) НМПТ рассматривается как особый вид ГУ; 3) ГУ выделено в качестве отдельного объекта правовой охраны в международном праве; 4) дается возможность осуществлять международную регистрацию ГУ. Правовая охрана ГУ на национальном уровне в различных странах является достаточно схожей ввиду наличия унифицированных основ международно-правовой охраны этой формы интеллектуальной собственности. В Российской Федерации с 1992 по 2020 год для индивидуализации товаров, качество которых обусловлено географической территорией, использовалось только наименование места происхождения товара. За этот период было зарегистрировано 244 наименования мест происхождения. В ЕС зарегистрировано более 3000 [5, 6]. Известными продуктами с наименованием места происхождения являются масло вологодское, пряники тульские, мед башкирский, арбуз астраханский, минеральные воды Ессентуки и Архыз.

Таблица 1

Поступление заявок и выдача свидетельств на НМПТ в РФ

	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	Коэф- фициент роста 2019г. к 2015г.	2020г.
Подано заявок всего	44	44	56	99	100	2,3	78
в том числе заявителями:							
отечественными	43	42	56	97	92	2,1	72
иностранными	1	2	–	2	8	8,0	6
Выдано свидетельств всего							
в том числе выдано заявителям:	25	24	30	36	67	2,7	52
отечественным	25	16	27	36	66	2,6	44
иностранном	–	8	3	–	1	-	8

За четыре года (2017-2020 гг.) увеличилось число поданных заявок и выданных свидетельств на наименование места происхождения товара (таблица 1). Так, количество поданных заявлений увеличилось в 1,77 раза – с 44 до 78, количество выданных свидетельств увеличилось в 2,75 раза – с 16 до 44 [7]. Основными заявителями и получателями свидетельств на наименование места происхождения товаров являются резиденты.

Географические указания как средство индивидуализации товаров появились в Российской Федерации только в июле 2020 г. В течение 2020 г. Роспатент активно популяризировал ГУ как новый объект интеллектуальной собственности, проводя многочисленные семинары, вебинары и тематические встречи. За период с 27.07.2020 г. по 26.07.2021 г. в Роспатент подано 77 заявлений о государственной регистрации ГУ, в том числе 44 в 2020 г. и 33 за семь месяцев 2021 г. В 2020 г. распределение поданных заявлений о государственной регистрации ГУ по принадлежности заявителей и видам товаров можно охарактеризовать следующим образом. Основная часть поданных заявок приходится на российских заявителей (42 заявки из 44). Только 21 регион из 85 участвовал в подаче заявок на ГУ. Первое место по количеству поданных заявок занимает Краснодарский край (9 заявок). Второе и третье места соответственно занимают Смоленская область (4 заявки) и Республика Адыгея (3 заявки). По две

заявки подали восемь субъектов (Республика Башкортостан, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Крым, Республика Татарстан, Алтайский край, Красноярский край, Воронежская область, Санкт-Петербург). По одной заявке подали десять субъектов (Белгородская область, Вологодская область, Ставропольский край, Хабаровский край, Ивановская область, Иркутская область, Курская область, Тюменская область, Свердловская область, и Москва). Состав заявок по видам продукции соответствует мировой практике, большая их часть представлена алкогольной продукцией, продуктами питания. По видам товаров лидируют алкогольные напитки, масло сливочное, хлебобулочные изделия и сельскохозяйственная продукция. Их доля составила соответственно 21,43%, 11,90%, 11,90% и 9,52% в поданных заявках.

За период с 27.07.2020 по 01.11.2021 Роспатентом РФ зарегистрировано 14 свидетельств об исключительном праве на ГУ: Шуйское мыло, Ейское (лечебная грязь и грязевая маска), Воронежское мороженое, Кубанские вина, Мацестинский чай, Корейский красный женьшень, Троицкий платок, Казы горного Алтая (вареная или варено-копченая конская колбаса), Агинские национальные костюмы, Тойробшо агинских бурятов (головной убор), Майкопский лимонад, Семигорье (вина, игристые вина), Печень трески по-мурмански (печень трески консервированная), вина Таманского

полуострова [7]. Один сертификат был выдан иностранному заявителю (корейский красный женьшень). В списке выданных свидетельств об исключительном праве на ГУ лидируют продукты питания (35,71%) и алкогольная продукция (21,43%). Несмотря на мировой опыт эффективного использования ГУ в повышении устойчивого развития агропромышленных регионов, активную популяризацию ГУ Роспатентом и огромный потенциал регионов в сфере ГУ, на сегодняшний день субъекты не проявляют существенного интереса к данному объекту интеллектуальной собственности.

Алтайский край, обладающий огромным потенциалом производства продуктов питания с ГУ, не имеет ни одного зарегистрированного свидетельства об исключительном праве на ГУ [8]. Гречку можно рассматривать как один из потенциальных продуктов ГУ, производимых в Алтайском крае. На протяжении последних двадцати лет Алтайский край является одним из крупнейших производителей гречихи в России. В период с 2001 по 2008 год доля края в посевных площадях и валовом сборе гречихи среди субъектов РФ составляла не менее 20% и 25% соответственно. С 2009 по 2020 годы регион, как по посевным площадям, так и по валовому сбору гречихи занимает первое место в стране. За этот период доля края в посевных площадях гречихи увеличилась в 4,4 раза – с 12,73 до 55,72%, в валовом сборе – в 9 раз – с 6,21 до 55,94% [9]. Почти 29,09% мирового урожая гречихи и 24,38% мирового валового сбора гречихи в 2019 г. приходилось на Алтайский край [10, 11]. В регионе гречиху производят сельскохозяйственные организации и фермерские хозяйства. Увеличение производства гречихи в равной степени обеспечили сельскохозяйственные организации и фермерские хозяйства. Однако в фермерских хозяйствах производство гречихи возрастает более высокими темпами. В результате доля фермерских хозяйств в производстве гречихи увеличилась с 19,82% до 47,69%. Увеличение валового сбора по категориям хозяйств обусловлено как повышением урожайности, так и расширением посевных площадей. Интенсивнее увеличивается урожайность в сель-

скохозяйственных организациях, посевная площадь в крестьянских хозяйствах. Для сельскохозяйственных организаций и крестьянско-фермерских хозяйств характерен преимущественно экстенсивный тип развития производства гречихи. Устойчиво растущий спрос на алтайскую гречку обусловлен ее особыми характеристиками и репутацией. Алтайская гречка отличается повышенными вкусовыми и ароматическими свойствами, однородным коричневым цветом, блестящей поверхностью, отсутствием сколов по краям зерен, массовой долей влаги не более 12%, долей доброкачественного ядра не менее 99,8%, развариваемостью не более 20 минут. Особенности алтайской гречихи определяются, прежде всего, благоприятными почвами и агрометеорологическими условиями. Также местные производители имеют значительный опыт выращивания этой культуры. Предположительно, гречиху выращивают на Алтае с XVII века. Посевы гречихи распределены по природным зонам области неравномерно [9].

Отрасль мараловодства в силу географических и исторических особенностей, а также экономического потенциала можно отнести к числу перспективных отраслей АПК Алтайского края. Разведением маралов и пятнистых оленей, занимаются 25 хозяйств в 6 горных районах Алтайского края. За период с 2012 по 2018 год поголовье маралов и пятнистых оленей в хозяйствах всех категорий возросло на 4,4% и составило 24,9 тыс. голов (2 место среди регионов РФ, после Республики Горный Алтай). Алтайский марал считается эндемиком, одним из лучших представителей этого вида животных во всем мире. В рацион марала может входить до 200 алтайских трав. Учеными доказано, что целебные свойства пантов марала заложены как на генетическом уровне, так и обусловлены средой его обитания. За счет холодного климата организм животного вынужден аккумулировать все силы для выживания, выделяя больше биологически активных веществ, тем самым усиливая целебные свойства пантов. Свыше 80% заготовленных пантов экспортируется.

Положительное влияние ГУ на устойчивое развитие агропромышленных регионов достигается комплексным их

использованием. Комплексная разработка ГУ включает следующие элементы: выявление уникальных свойств товара, обусловленных географическим районом производства; оценка возможностей продаж на внутреннем или внешнем рынках; укрепление организации на местном уровне за счет горизонтальной и вертикальной интеграции в цепочке создания стоимости; укрепление социальных связей между местными производителями и органами государственной власти региона; разработка стандартов, содержащих географические границы производства, описание методов производства, характеристик природных и/или человеческих ресурсов, обеспечивающих уникальные качества товаров; создание постоянно действующей системы контроля за соблюдением стандартов; формирование стратегии продаж; создание механизма передачи прав коллективного использования ГУ; обеспечение правовой защиты государственных учреждений. Собираемый характер географических указаний предполагает наличие универсального алгоритма их регистрации и использования: идентификация уникальных товаров с учетом региональной специализации; установление связи между уникальностью продукта и географическим районом производства; оценка вероятности признания особых качеств товара и получения свидетельства об исключительном праве на ГУ; подача заявления о государственной регистрации ГУ в Роспатент каждым производителем независимо друг от друга; регистрация ГУ за рубежом на основании свидетельства

об исключительном праве на ГУ, выданного Роспатентом (при необходимости).

### Выводы

При переходе агропромышленных регионов на путь устойчивого развития важнейшая роль принадлежит ГУ. Они одновременно обеспечивают прирост всех составляющих устойчивого развития регионов. Представленные в статье условия реализации концепции географических указаний позволяют связать указанные компоненты устойчивого развития с конкретными видами региональных товаров. Однако в настоящее время регионы агропромышленной специализации, обладающие значительным потенциалом в производстве высококачественных продуктов питания, не в полной мере используют возможности такого объекта интеллектуальной собственности, как ГУ. Так Алтайский край, являющийся одним из основных агропромышленных регионов страны, не имеет ни одного свидетельства об исключительном праве на ГУ. Для региона целесообразно зарегистрировать словесное обозначение «Алтайская гречиха» в качестве географического указания. При этом отправной точкой реализации концепции является предлагаемый универсальный алгоритм регистрации и использования ГУ. Соблюдение последовательности предложенных действий в процессе формирования и использования ГУ позволит производителям гречихи получить свидетельство об исключительном праве на ГУ и добиться повышения всех составляющих устойчивого развития.

### *Библиографический список*

1. Соглашение о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности. [Электронный ресурс]. URL: [https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ru/wto01/trt\\_wto01\\_001ru.pdf](https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ru/wto01/trt_wto01_001ru.pdf) (дата обращения: 02.03.2022).
2. Galkin D.G., Pospelova I.N. Organic food production: search for territories and types of organizations. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2021. Vol. 677. No. 2. P. 022035.
3. Географические указания: закрепляя связь людей, мест и продуктов. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fao.org/3/i1760ru/i1760ru.pdf> (дата обращения: 02.03.2022).
4. Бузова Е.С. Влияние географического указания (ГУ) на развитие сельскохозяйственной отрасли Камбоджи // Азия и Африка сегодня. 2020. № 4. С. 54-59.
5. Галкин Д.Г. Географические указания как инструмент развития производства экологически чистого продовольствия // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 6 (126). С. 55-60.

6. Шугурова И.В. Унификация правового регулирования в сфере охраны географических указаний и наименований мест происхождения товаров в Европейском союзе // Международное право. 2019. № 3. С. 23-40.
7. Отчет о деятельности Роспатента за 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet-2020-ru.pdf> (дата обращения: 02.03.2022).
8. Pospelova I.N., Kovaleva I.V. The effective development of milk stock-breeding in the condition produce organic product. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2021. Vol. 677. No. 2. P. 022009.
9. Поспелова И.Н. Факторы и предпосылки развития производства гречихи в регионе // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 4-3. С. 22-24.
10. Faostat. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fao.org/faostat/ru/#data> (дата обращения: 02.03.2022).
11. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://fedstat.ru/indicator/30950> (дата обращения: 01.03.2022).