

ЛИТЕРАТУРА

1. Лукашенко поручил разработать в Беларуси формулу справедливого ценообразования [Электронный ресурс] // БЕЛТА. – Новости Беларуси. – Режим доступа: <https://belta.by/president/view/lukashenko-poruchil-razrabotat-v-belarusi-formulu-spravedlivogo-tsenoobrazovaniya-686022-2024/>. – Дата доступа: 30.12.2024.
2. Лукичев, П. М. Теория потребительского выбора: генезис и современные тенденции / П. М. Лукичев, Б. В. Лашов // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2014. – № 35. – С. 206-210.
3. Карпович, В. Ф. Роль цены в управлении прибылью / В. Ф. Карпович // Развитие экосистемы инновационно-технологического предпринимательства в Минской области: Сборник материалов научно-практической конференции в рамках форума «Инновационная Борисовщина 2.0» Борисов, 11-12 ноября 2020 года. – Борисов: УП «Борисовская укрупненная типография им.1 Мая», 2020. – С. 28-30.
4. Karpovich, V. Analysis of the Price Conditions of the Market for Agricultural Products and Food Products of Smart Cities of Belarus in the Conditions of the Common Agricultural Market [Electronic resource] / V. Karpovich, K. Drahn // International Journal of Business and Applied Social Science. – 2024. – Vol. 10, № 6. – Mode of access: <https://www.ijbassnet.com/publication/570/download>. – Date of access: 19.01.2025.

УДК 339.54

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭКСПОРТНЫХ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Карпович Н. В.

РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН наук Беларуси»
г. Минск, Республика Беларусь

Географические указания традиционно относятся к интеллектуальным правам. В статье 1(2) Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 г. («Парижская конвенция») в качестве объектов промышленной собственности упоминаются «указания происхождения» и «наименования места происхождения» [1]. Согласно Закону Республики Беларусь от 17 июля 2002 г. № 127-3 «О географических указаниях» под географическим указанием понимается обозначение, которое идентифицирует товар как происходящий с территории определенного географического объекта, если качество, репутация или иные характеристики товара в значительной степени обусловлены его географическим происхождением. В географическое указание включается наименование места происхождения товара, т. е. обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются

характерными для данного географического объекта природными условиями и людскими факторами [2] .

Продукция сельскохозяйственного происхождения, как правило, имеет свойства, обусловленные местом их производства и конкретными локальными географическими факторами, например климатом и особенностями почвы. Поэтому большинство географических указаний во всем мире применяются как средство индивидуализации сельскохозяйственной продукции, продуктов питания, вин и крепких спиртных напитков. Тем не менее географические указания применяются не только в отношении аграрной продукции. Географические указания могут также подчеркивать конкретные свойства продукта, связанные с человеческими факторами, характерными для места его происхождения, например опытом, навыками и традициями производства. Это характерно, например, для изделий кустарных промыслов, которые обычно создаются вручную, с применением местных природных ресурсов и сохраняемых местными сообществами традиционных приемов.

Как инструмент продвижения экспортных агропродовольственных товаров географические указания обладают рядом преимуществ:

- позволяют упрочить репутацию экспортных товаров, а также авторитет и ценность продуктов из определенной местности и поддерживают местных производителей. В среднем продукты, обладающие статусом географического указания, продаются более чем в два раза дороже, чем сопоставимые товары без такого статуса;

- повышают доверие покупателей, т. к. дают подробную информацию о том, где (место происхождения) и как (технология производства) изготовлены товары с маркировкой географического указания;

- демонстрируют социальную позицию производителя и экспортера, позволяя заявить о приверженности задачам, волнующим общество, например, внедрение политики по охране окружающей среды, здоровья населения и охраны труда и др.;

- способствуют активизации экономического регионального развития, а также формированию «региональных брендов»;

- препятствуют незаконному использованию прав интеллектуальной собственности, обеспечивают охрану от действий, связанных с присвоением и недобросовестной конкуренцией [1, 3].

Таким образом, принципиально важным элементом экспортной стратегии является обеспечение узнаваемости бренда. Географические указания несут информацию о свойствах продукта, связанных с его происхождением. Они выступают средством индивидуализации продукта на экспортном рынке, давая потребителям возможность отличать продукцию, свойства которой основаны на ее географическом происхождении, от продукции, не обладающей такими характеристиками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Всемирная организация интеллектуальной собственности: [Электронный ресурс]. – Женева, 2025. – Режим доступа: <https://www.wipo.int/portal/ru/>. – Дата доступа: 30.01.2025.
2. О географических указаниях: Закон Респ. Беларусь, 17 июля 2002 г., № 127-З. [Электронный ресурс] // iLex: информ. правовая система. – Дата доступа: 20.01.2025.
3. Стратегия Республики Беларусь в сфере интеллектуальной собственности до 2030 года: Пост. Совета Мин. Респ. Беларусь, 24 ноября, № 672 [Электронный ресурс] // iLex: информ. правовая система. – Дата доступа: 27.01.2025.

УДК 528.8:004.9:631.145

ГИС-ТЕХНОЛОГИИ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Катаева С. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

В условиях динамичного развития аграрного производства возникает необходимость использования современных технологий для сбора и обработки информации, используемой для анализа и последующего принятия производственных и управленческих решений. Геоинформационные сервисы значительно упрощают работу с информацией, которая позволяет эффективно использовать земли сельскохозяйственного назначения и оптимизировать все отраслевые процессы.

Основное целевое назначение применения ГИС-технологий в агропромышленной отрасли заключается в управлении производством, хранением, а также сбытом и транспортировкой сельскохозяйственной продукции. В то же время в аграрной сфере на передний план выходит учет многочисленных и разнообразных данных об используемых землях, таких как климатические, гидрологические и погодные условия местности, характеристика почв, типы ее обработок и время их проведения, виды загрязнений почвы и их источники, виды выращиваемых культур и их урожайность, территории распространения вредителей и заболеваний возделываемых культур и т. п. В этой связи геоинформационные системы – это наиболее эффективный инструмент для создания многослойных интерактивных карт, необходимых для визуализации сложной информации и пространственного анализа. Они подходят для сбора, систематизации и анализа полевых данных, а также удаленного мониторинга состояния культур [1].

Основной удельный вес затрат на использование геоинформационных технологий в отрасли связан со сбором и обработкой большого объема исходных данных, что зачастую осложняется большими размерами сельскохозяйственных угодий, трудоемкостью и географической удаленностью объектов. В этой связи наиболее информативными источниками