

ადგილწარმოშობის დასახელებების დაცვის ეკონომიკური ეფექტები

ნინო რაზმაძე, გიორგი ჯორბენაძე, ნინო ნადიბაიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს
ადმინისტრირების ფაკულტეტზე მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების
მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა :

მენეჯმენტი - რაზმაძე ნინო; ჯორბენაძე გიორგი

საბანკო საქმე და ფინანსები - ნადიბაიძე ნინო

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირაკლი ღვალაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

“როგორც წარდგენილი სადისერტაციო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.”

ნინო რაჭმაძე

გიორგი ჯორბენაძე

ნინო ნადიბაიძე

22.06.2015

აბსტრაქტი

აბსტრაქტის ტექსტი ქართულ ენაზე - სამაგისტრო ნაშრომი ეხება ადგილწარმოშობის დასახელებებს, მათი დაცვის საკანონმდებლო ბაზისებს (როგორც საერთაშორისო დონეზე, ასევე საქართველოში), ადგილწარმოშობის დასახელებების გამოყენების პრაქტიკას ეკონომიკურ საქმიანობაში და იმ ეკონომიკურ ეფექტებს, რომლებსაც ვიღებთ ადგილწარმოშობის დასახელებების დაცვის საშუალებით.

ინტელექტუალური საკუთრების ერთ-ერთ ობიექტს, წარმოადგენს დაცული გეოგრაფიული აღნიშვნა (PGI). დაცული ადგილწარმოშობის დასახელება (PDO) კი გეოგრაფიული აღნიშვნის განსაკუთრებული ფორმაა. პროდუქტი, რომლის დასახელებაშიც გამოყენებულია PGI და PDO, მომხმარებელში პოპულარობით და ნდობით სარგებლობს. დროთა განმავლობაში გეოგრაფიული აღნიშვნა იქცევა ხოლმე პროდუქტის არამატერიალურ აქტივად და გავლენას ახდენს როგორც პროდუქციის რეპუტაციაზე და მოთხოვნაზე, ასევე პროდუქციის ფასზეც. გეოგრაფიული აღნიშვნა ხელს უწყობს პროდუქციის რეალიზაციის ზრდას, რეგიონში ინვესტიციების მოზიდვას და რეგიონის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას. როგორც წესი, გეოგრაფიული აღნიშვნით ნიშანდებული პროდუქცია ქვეყნისათვის სტრატეგიული მნიშვნელობის პროდუქციას განეკუთვნება.

კვლევის ფარგლებში განხილულია ადგილწარმოშობის დასახელებების დაცვის პრაქტიკა საფრანგეთში, კერძოდ კი -“შამპანურის” ქეისი და აღნიშნული დასახელების დაცვის შედეგად ქვეყანაში მიღებული ეკონომიკური ეფექტები. ნაშრომში ასევე განხილულია საქართველოს ღვინის ბაზარი და მინერალური წყლის ბაზარი, როგორც ადგილწარმოშობის დასახელებებით მდიდარი ბაზარები. შევეცადეთ ამ ბაზრების მაგალითზე წარმოგვეჩინა ადგილწარმოშობის დასახელების მქონე პროდუქტის პოტენციალი და პრიორიტეტულობა. მაგალითისთვის, ადგილწარმოშობის დასახელების მქონე განთქმული ქართული ღვინოა “ხვანჭკარა”, რომელსაც დიდი პოტენციალი გააჩნია როგორც საქართველოში, ასევე ქვეყნის საზღვრებს გარეთაც.

გარდა ამისა, ჩავატარეთ კვლევა, რომლის მიზანსაც წარმოადგენდა იმის განსაზღვრა, თუ ზოგადად რამდენადაა ფლობს ჩვენი ქვეყნის მოსახლეობა ინფორმაციას PDO -ს არსისა და რაობის შესახებ და რამდენადაა მზად, უხეშად რომ ვთქვათ, “გადაიხადოს ზედმეტი” ადგილწარმოშობის დასახელების მქონე პროდუქტში. კვლევის ტექნიკად გამოყენებულ იქნა, როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისობრივი კვლევის მეთოდები, საკვლევი თემის სპეციფიკიდან გამომდინარე. კვლევის ფარგლებში ჩატარებულ გამოკითხვის მანძილზე, გარდა დედაქალაქისა, გამოკითხულ იქნა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონის მოსახლეობა . გამოკითხვის შედეგებით, ამ ეტაპზე შეიძლება ითქვას, რომ ინფორმაციას ადგილწარმოშობის დასახელებების შესახებ ფლობს ძირითადად მოსახლეობის ის ნაწილი, რომელიც სამეურნეო ცხოვრებაშია ჩართული , თუმცა სამართლებრივ ჭრილში ნაკლებად აქვთ ამის შესახებ ინფორმაცია. რაც შეეხება გამოკითხულთა ძირითად მასას, რომელიც ძირითად მომხმარებლად შეიძლება მოვიაზროთ, PDO -ს შესახებ ინფორმაცია ნაკლებად გააჩნია და შესაბამისად PDO მათ მოთხოვნაზე ვერ ახდენს ისეთ გავლენას, როგორსაც შეიძლება ახდენდეს. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ გამოკითხულთა იმ ნაწილის გადახდისუნარიანობა და გადახდისათვის მზაობა , რომელსაც აქვს ინფორმაცია PDO - ის მქონე პროდუქტის უპირატესობების შესახებ, საკმაოდ დაბალია და ორიენტირებულია უმეტესწილად საშუალო ფასის საქონელზე.

დასკვნის და შეჯამების სახით შეიძლება ითქვას, რომ PDO -ს რეალური ეკონომიკური ეფექტების მოტანა შეუძლია , თუმცა იმისათვის რომ ქვეყანამ ეს ეკონომიკური ეფექტები მიიღოს, საჭიროა გატარდეს მთელი რიგი ღონისძიებებისა და რეფორმებისა ამ მიმართულებით. ასევე მნიშვნელოვანია , ბიზნეს სექტორიდან იყოს დაინტერესება ამ საკითხის მიმართ. PDO -ს არსებობა იძლევა საშუალებას, რომ მოხდეს წლებისა და საუკუნეების განმავლობაში არსებული ბუნებრივი პოტენციალისა და ადამიანური ცოდნის კომერციალიზაცია. საქართველო ჯერჯერობით ახალბედა ქვეყანად შეიძლება მივიჩნიოთ ადგილწარმოშობის დასახელებების დაცვის სფეროში, თუმცა ჩვენს ქვეყანას საკმაოდ ბევრი ისეთი დასახელება გააჩნია, რომელიც შეიძლება მხოლოდ საქართველოსთან ასოცირდებოდეს და არის ის აქტივი, რომელიც ნებისმიერი

ქართველისათვის შეიძლება შემოსავლის წყაროდ იქცეს. წარმატებულ და მისაბამ ნიმუშად ამ მიმართულებით ევროკავშირის ქვეყნების აქტივობაც შეგვიძლია მოვიყვანოთ.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ადგილწარმოშობის დასახელება (PDO), გეოგრაფიული აღნიშვნა (PGI) , ეკონომიკური ეფექტები , ღვინის ბაზარი , შამპანური, ხვანჭკარა , მინერალური წყლის ბაზარი.

Abstract

The text of the abstract in English - In this graduate work are explained the the aspects of the designation of origin, their protection legislation (both at the international level, as well as in Georgia), the use of designations of origin and the economic effects of the practice of economic activity, provided by the protection of appellations of origin.

One of the objects of intellectual property is the protected geographical indication (PGI). Protected designation of origin (PDO) is a special kind of geographical indication. The products, which use PGI and PDO designation , gain popularity and trust among customer. Over time, the geographical indication becomes an intangible asset of the product and affects the reputation, consumer demand and price of the product. Geographical indication promotes sales growth, investment in the region and the region's competitiveness. As usual products with geographical indication, are of strategic importance for the country.

The survey deals with the protection practice of appellations of origin in France, in particular - " Champagne case ", and the aforementioned types of protection as a result of the economic effects. In this survey also are discussed Georgian wine and mineral water markets, wich are very rich with placeses of origin. On the example of these markets we tried to show potential of origin

protected products. For example place of origin “Khvanchkara”, which is very famous wine and has huge potential in Georgian local market and abroad.

In addition, we conducted a survey, which aimed to determine if Georgian population is informed about the nature and essence of the PDO and if our country's population, roughly speaking, is ready to "pay extra" for PDO and PGI products.

For our research we have used quantitative and qualitative research methods. During the survey in addition to the capital, people were also interviewed in different regions. The survey results show that the part of the population, who is involved in the economic life, generally has information about PDO, but there is overall lack of information about the legal framework. As for the basic masses, which can be considered as major customer group, they are very rarely informed about PDO and PGI, therefore PDO and PGI does not have such influence on their consumer demand as it should have. It should be noted that part of the respondents, who have information about the advantages of the PDO products, show relatively low willingness to pay more for PDO products and they are mostly oriented on medium priced products.

In conclusion, we can say that PDO and PGI can lead country to the real economic effects, but to gain these economic effects, you need to carry out a number of measures and reforms in this direction. It is equally important, the business sector to be interested in this issue. PDO and PGI have the possibility to commercialize natural potential and human knowledge for years and centuries. Georgia can be considered as a novice country in the field of protection of appellations of origin, but Georgia has many PDO names which can only be associated with Georgia, and these names are assets that could become a source of income for any Georgian. As successful role models in this regard, we can consider the case of the activity of the EU countries.

Key Words: Protected designation of origin (PDO), Protected geographical indication (PGI), the economic effects, the wine market, champagne, Khvanchkara, mineral water market.