

Геннадій Андрощук, к. е. н.

НДІ інтелектуальної власності НАПрН України

Артем Афян

*НДІ приватного права і підприємництва ім. академіка Ф. Г. Бурчака
НАПрН України*

ИНСТИТУТ ГЕОГРАФИЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ В УГОДІ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ І ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ: ЕКОНОМІКО- ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Hennadii Androshchuk, Ph.D in economics

Intellectual property research institute of the National Academy of law sciences of Ukraine

Artem Afian

*Research institute of private law and entrepreneurship named after academician F.Burchak
of the National Academy of law sciences of Ukraine*

INSTITUTE OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN THE ASSOCIATION AGREEMENT BETWEEN UKRAINE AND THE EUROPEAN UNION: ECONOMIC AND LEGAL ASPECTS

The paper analyzes the Institute of Geographical Indications in the European Union (EU), the Association Agreement between Ukraine and the EU concerning geographical indications, their economic and legal significance of negative trends, economic consequences and remedies. The study is not limited to the text of the Agreement and its history also affects the preparation and negotiation process. Much attention is paid to the prospects of protection of European geographical indications in Ukraine and Ukrainian indications in Europe. Through the prism of the Association Agreement the article highlights the status of legal protection of geographical indications in Ukraine and outlines a range of expected problems. In formulating of recommendations to overcome problems the article draws international experience of implementation of similar agreement rules, particularly in Moldova.

Key words: geographical indications, species name, negative consequences, the scope of protection.

Постановка проблеми. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони¹ (надалі – Угода) надто політизований документ, щоби бути простим предметом аналізу. Втім, досліджуючи питання інституту географічних зазначень (ГЗ) та його розвитку в ЄС і Україні, цю проблему неможливо обійти. Укладаючи Угоду, Україна взяла на себе зобов'язання провести ґрунтовні реформи в основних галузях економіки, що так чи інакше вплине на всіх товаровиробників та споживачів продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Угода породила значну кількість публікацій інформаційно-агітаційного характеру, що відзначаються низькою якістю аналітики та спрямовані, перш за все, на маніпулювання думкою громадськості щодо вибору політичного вектору України. Що ж стосується інституту ГЗ, то більшість публікацій переважно зводиться до констатації необхідності майбутньої зміни назв своїх товарів українськими виробниками, без аналізу причин, стану справ, тенденцій та наслідків.

¹ Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони.
<[http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)>.

Метою статті є економіко-правовий аналіз інституту ГЗ в ЄС, положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, що стосуються ГЗ, виявлення негативних тенденцій і наслідків та шляхів їх подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Економічне значення географічних зазначень в ЄС. Визнання комерційних переваг ГЗ, особливо що стосується сільськогосподарських та харчових продуктів, для країн-експортерів, які можуть покластися на додану вартість, що дають ГЗ. Так у Франції налічується понад 113 тис. сільськогосподарських продуктів, що містять найменування місця походження. Вартість лише французьких вин, що містять найменування місць походження, складає 15,6 млрд. € або 85% річного виробництва Франції, а бренді – 1,5 млрд. €. Річний оборот молочних продуктів, в основному сирів, складає 2 млрд. €¹.

Обсяг продажу товарів з ГЗ в 2010 році в ЄС склав 54,3 млрд. € (оцінюється в оптовому обсягу продукції регіону). Це складає 5,7% від загального сектора харчових продуктів та напоїв ЄС. Вартість експорту товарів з ГЗ в ЄС склала 11,5 млрд. €. Серед загального обсягу експорту промисловості ЄС 15% складають продукти харчування і напої. Цей успіх є відображенням кількості зареєстрованих в ЄС ГЗ: 1561 вина, 332 спиртні напої, 1130 продукти харчування, з яких 14 – походять з третіх країн (в основному Азії).

Нещодавно, за підсумками Спільного проекту Європейського патентного відомства і Відомства з гармонізації на внутрішньому ринку, опубліковано аналітичний звіт *Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union Industry-Level Analysis Report, September 2013* (“Права інтелектуальної власності галузей промисловості: вклад в економічні показники і зайнятість в Європейському Союзі. Аналіз рівня промисловості, вересень 2013”)².

Нижче наведено основні показники, що характеризують ГЗ-інтенсивні галузі промисловості держав – членів ЄС. Хоча частка ГЗ-інтенсивних галузей в зайнятості або ВВП становить менше 1% в кожній з держав-членів, а в середньому по ЄС складає 0,2% і 0,1%, відповідно, чотири ГЗ-інтенсивні галузі промисловості використовують значну кількість зайнятих людей у Франції, Італії, Іспанії, Португалії, Німеччині і Великобританії. (див. табл. 1). На Францію зокрема, з її великою виноробною промисловістю, припадає понад 1/3 ГЗ-інтенсивної зайнятості в ЄС.

Таблиця 1

Частка ВВП та зайнятості в ГЗ-інтенсивних галузях промисловості за країною – членом ЄС, 2010 р.³

Країна	Частка ВВП	Частка загальної зайнятості
Австрія	0,1%	0,1%
Бельгія	0,0%	0,0%
Болгарія	0,1%	0,1%
Кіпр	0,0%	0,1%
Чехія	0,0%	0,0%
Данія	0,0%	0,0%
Естонія	н/а	н/а
Фінляндія	н/а	н/а
Франція	0,3%	0,5%
Німеччина	0,1%	0,1%
Греція	0,1%	0,2%
Угорщина	0,1%	0,1%
Ірландія	0,1%	0,0%
Італія	0,2%	0,3%

1 L'Institute National des Appellation. <<http://www.agriculture.gouv.fr>>.

2 Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union Industry-Level Analysis Report, September 2013. <http://ec.europa.eu/internal_market/intellectual-property/docs/joint-report-epo-ohim-final-version_en.pdf>.

3 Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union Industry-Level Analysis Report, September 2013. <ec.europa.eu/internal_market/intellectual-property/docs/joint-report-epo-ohim-final-version_en.pdf>.

Латвія	0,0%	0,0%
Литва	н/а	н/а
Люксембург	0,0%	0,0%
Мальта	н/а	н/а
Нідерланди	0,0%	0,0%
Польща	н/а	н/а
Португалія	0,2%	0,6%
Румунія	0,1%	0,0%
Словаччина	0,1%	0,1%
Словенія	0,1%	0,0%
Іспанія	0,1%	0,2%
Швеція	н/а	н/а
Велика Британія	0,2%	0,0%
Загалом ЄС	0,1%	0,2%

Слід зазначити також, що хоча їх частка в національній економіці є помірною, ГЗ-інтенсивні галузі промисловості значною мірою сконцентровані в окремих регіонах держав-членів, де вони є важливою частиною місцевої економіки. ГЗ є також важливою частиною загальних харчових продуктів та напоїв в деяких державах-членах, як показано в табл. 2.

Таблиця 2

Додана вартість ГЗ продуктів у відношенні до доданої вартості їжі та напоїв, 2010 р. ¹.

Країна	Частка ГЗ у доданій вартості галузі їжі та напоїв
Австрія	3,85%
Бельгія	0,11%
Болгарія	1,97%
Кіпр	1,06%
Чехія	0,51%
Данія	0,51%
Франція	14,83%
Німеччина	3,50%
Греція	6,47%
Угорщина	4,74%
Ірландія	1,35%
Італія	9,77%
Литва	0,56%
Люксембург	5,01%
Нідерланди	0,17%
Португалія	9,83%
Румунія	3,58%
Словенія	6,85%
Словаччина	4,15%
Іспанія	6,29%
Велика Британія	9,69%
Загалом ЄС	6,78%

* Деякі країни-члени не мали в 2010 році зареєстровані ГЗ

У згаданому аналітичному звіті оцінки доданої вартості та зайнятості в ГЗ-інтенсивних галузях були розраховані з використанням часток відповідних галузей, що виробляють ГЗ продукти.

¹ Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union Industry-Level Analysis Report, September.
<ec.europa.eu/internal_market/intellectual-property/docs/joint-report-epo-ohim-final-version_en.pdf>.

Це, на відміну від оцінок для інших чотирьох прав ІВ, які ґрунтуються на припущенні, що інтенсивність прав ІВ є фундаментальною характеристикою галузі, незалежно від її географічного положення.

З аналізу табл. 2 видно чітку структуру частки доданої вартості ГЗ продуктів стосовно загальної доданої вартості їжі та напоїв. Особливо значною вона є у Франції, а також в деяких інших середземноморських/південних країнах Європи (Португалія, Італія, Греція та Іспанія). Частка продажів ГЗ в загальних продажах продуктів харчування та напоїв є досить високою. Певною мірою це є відображенням стратегії захисту, прийнятої відповідними органами промисловості країн. Так, висока частка ГЗ у Великобританії пояснюється переважно важливістю виробництва шотландського віскі і тим фактом, що ця продукція походить з вибірки високих цін і генерує високу додану вартість¹.

Як показує аналіз матеріалів дослідження, *ГЗ стають все більш важливим економічним інструментом в міжнародній торгівлі*, зокрема, після підписання додаткових угод між державами-членами та країнами, що не входять в ЄС. Майбутнє дослідження буде більш детально вивчати вплив ГЗ на регіональні економіки в країнах, де вони грають важливу роль, а також взаємодію між ГЗ та іншими правами ІВ, особливо з торговими марками.

Основи двостороннього співробітництва. В основному тексті Угоди питанню ГЗ присвячено нечисленні процедурні норми. Безпосередньо ГЗ присвячено підрозділ 3 Угоди (ст.ст.201-211). Квінтесенція співробітництва у сфері ГЗ визначена ст.202 Угоди, де закріплено, що географічним зазначенням однієї сторони надається охорона іншою стороною відповідно до положень цієї Угоди за умови, що на них поширюється законодавство, яке зазначене у статті 202 цієї Угоди². Фактично, всі інші норми цього підрозділу розкривають, як саме визначатимуться такі ГЗ, і який обсяг охорони їм надаватиметься.

Згідно з Угодою сторони домовилися про можливість доповнення новими географічними зазначеннями, що охороняються, Додатків ХХІІ-С та ХХІІ-Д до цієї Угоди згідно зі статтею 211(3) цієї Угоди після завершення процедури заперечення та після розгляду географічних зазначень, як передбачено статтею 202(3) та (4) цієї Угоди, що задовольнить обидві Сторони.

В порівнянні з українським законодавством, Угодою дано розширене тлумачення обсягу охорони ГЗ. Так, відповідно до ст.204 географічні зазначення, наведені у Додатках ХХІІ-С і ХХІІ-Д до цієї Угоди³, зокрема ті, що додаються відповідно до статті 203 цієї Угоди, охороняються від:

а) будь-якого прямого чи опосередкованого комерційного використання назви, що охороняється, для подібних продуктів, які не відповідають специфікації продукту під назвою, що охороняється, або коли таке використання зловживає репутацією географічного зазначення;

б) будь-якого неправомірного використання, імітування або втілення, навіть якщо зазначається справжнє походження продукту або якщо назва, що охороняється, перекладається, викладається у транскрипції або транслітерації чи супроводжується таким виразом, як «*стиль*», «*тип*», «*спосіб*», «*який вироблений у*», «*імітація*», «*смак*», «*подібний*» тощо;

в) будь-якого іншого хибного або оманливого зазначення щодо джерела, походження, характеру або суттєвих якостей продукту на внутрішньому або зовнішньому упакуванні, рекламних матеріалах або документах, які стосуються відповідного продукту, а також упакування продукту в тару, яка може викликати хибне уявлення щодо його походження;

г) будь-якого іншого застосування, яке може ввести в оману споживача щодо дійсного походження продукту. Закон України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» у ч.3 ст.23 визначив обсяг прав через визначення порушень прав на зазначення походження товарів. Їх визначено, як і в Угоді, чотири:

і) використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару особою, яка

1 Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union Industry-Level Analysis Report, September 2013.

<http://ec.europa.eu/internal_market/intellectual-property/docs/joint-report-epo-ohim-final-version_en.pdf>.

2 Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони.

<[http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)>.

3 Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони.

<[http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)>.

не має свідоцтва про реєстрацію права на його використання;

ii) використання зареєстрованого зазначення географічного походження товару, якщо цей товар не походить із зареєстрованого для цього зазначення географічного місця, навіть якщо справжнє місце походження товару або географічне зазначення його походження використовується у перекладі або супроводжується словами: "*вид*", "*тип*", "*стиль*", "*марка*", "*імітація*" тощо;

iii) використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару або подібного до нього позначення для відмінних від описаних у Реєстрі однорідних товарів, якщо таке використання вводить в оману споживачів щодо походження товару та його особливих властивостей або інших характеристик, а також для неоднорідних товарів, якщо таке використання завдає шкоди репутації зареєстрованого зазначення або є неправомірним використанням його репутації;

iiii) використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару як видової назви.

Як бачимо із співставлення, пункти c) та d) Угоди поширюють обсяг охорони на будь-які позначення на товарах.

Окремої уваги заслуговує вирішення питання захисту схожих (омонімічних) назв. Згідно з ч.3 ст.204 якщо географічні зазначення повністю або частково є омонімічними, охорона надається кожному зазначенню за умови, що вона використовується добросовісно і з належним врахуванням місцевого і традиційного використання, а також реального ризику виникнення плутанини¹. Без шкоди для статті 23 Угоди ТРІПС Сторони взаємно вирішують практичні умови використання, згідно з якими омонімічні ГЗ будуть відрізнятися одне від одного, беручи до уваги необхідність забезпечення справедливого поводження із заінтересованими виробниками і те, що споживачі не вводяться в оману. Омонімічна назва, яка викликає у споживача хибне враження, що продукти походять з іншої території, не UA/EU/ua 143 реєструється, навіть якщо назва є точною, коли йдеться про дійсну територію, регіон або місце походження цього продукту. Якщо сторона в контексті переговорів з третіми країнами пропонує охороняти ГЗ третьої країни і назва є омонімічною з ГЗ іншої сторони, остання повинна бути повідомлена та мати можливість висловити свою думку перед тим, як назва стане охоронятися. Це положення могло би відкрити дискусію щодо продовження використання кириличного варіанту багатьох назв продуктів, назви яких пов'язані із певним регіоном, але в Україні сприймаються більшою мірою як видові назви, наприклад, шампанське. Однак, з подальшого тексту Угоди, який буде проаналізовано нижче, ця можливість залишається виключно до ГЗ, які будуть зареєстровані в майбутньому, або ж інших причин не увійшли до охоронюваного переліку.

Як бачимо, передбачені Угодою процедури є вельми жорсткими щодо товарів, неправомірно маркованих ГЗ, при чому коло можливих правопорушень значно розширюється, що практично унеможливує зловживання правами на ГЗ. Вилучення партій товару, неправомірно маркованих, імовірно стануть однією із перших ознак застосування Угоди в Україні.

Взаємозв'язок географічних зазначень з іншими об'єктами інтелектуальної власності. Проблема співвідношення ГЗ з іншими об'єктами інтелектуальної власності є надзвичайно складною, оскільки за допомогою суміжних позначень можна досягти ефекту упізнання товару та/або введення споживача в оману щодо його властивостей. Тому це питання не обійдене в Угоді. Так, у ч.2 ст.203 Угоди визначено, що від сторони не можна вимагати охороняти як географічне зазначення назву, яка суперечить назві сорту рослини або породи тварини і, як наслідок, може вводити в оману споживача щодо справжнього походження продукту². Втім, щодо найближчого об'єкту інтелектуальної власності – торговельної марки – Угодою присвячено окрему статтю 206. У ній визначено, що сторони відмовляють у реєстрації або визнають недійсною торговельну марку, яка відповідає будь-якій із ситуацій, що згадуються у статті 204(1) цієї Угоди, стосовно географічного зазначення, що охороняється, для подібних продуктів, за умови, що заявка на реєстрацію торговельної марки подається після дати подання заявки про реєстрацію географічного

1 Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони.
<[http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)>.

2 Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони.
<[http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)>.

зазначення на відповідній території. Для географічних зазначень, що згадуються у статті 202 цієї Угоди, датою подання заявки про реєстрацію є дата набрання чинності цією Угодою. Для географічних зазначень, що згадуються у статті 203 цієї Угоди, датою подання заявки про реєстрацію є дата передачі іншій стороні клопотання про охорону географічного зазначення. Сторони не зобов'язуються охороняти географічне зазначення згідно зі статтею 203 цієї Угоди, якщо у світлі тієї, що гарно себе зарекомендувала, або добре відомої торговельної марки охорона може ввести в оману споживачів щодо справжньої сутності продукту.

Без шкоди для пункту 4 цієї статті сторони охороняють географічні зазначення також, коли існує попередня торговельна марка. Попередня торговельна марка означає торговельну марку, використання якої відповідає одній із ситуацій, що згадуються у статті 204(1) цієї Угоди, яку було заявлено або зареєстровано чи введено шляхом використання, якщо така можливість передбачена відповідним законодавством, на території однієї зі Сторін до дати, на яку заявка про охорону географічного зазначення передається іншій Стороні згідно із цією Угодою.

Продовження використання та поновлення такої торговельної марки може здійснюватися, незважаючи на охорону ГЗ за умови, що в законодавстві сторін щодо торговельних марок не існує підстав для визнання марки недійсною або її анулювання. Положення статті 206 Угоди підкріплені пов'язаними нормами. Так, в статті 193 Угоди міститься положення про неможливість реєстрації торговельної марки, яка вводить споживача в оману щодо географічного походження товару або послуги. Неможливість власнику торговельної марки забороняти її використання у випадку зазначення даних, які вказують на географічне походження товарів чи послуг закріплена у статті 196 Угоди. А стаття 198, відповідно, визначає введення торговельною маркою споживача в оману щодо географічного походження товару чи послуги, як підставу для анулювання торговельної марки.

Підкомітет з географічних зазначень. Статтею 211 Угоди передбачається створення Підкомітету з географічних зазначень¹. Підкомітет з питань географічних зазначень складатиметься з представників України та ЄС.

Серед особливостей діяльності підкомітету варто відзначити те, що ним будуть визначені власні правила та процедури. Однак, Угодою передбачено прийняття рішень на основі консенсусу.

До функцій підкомітету, зокрема, віднесено внесення змін до додатків Угоди, якими визначається перелік охоронюваних ГЗ, а також обмін інформацією стосовно розвитку законодавства і політики щодо ГЗ і будь-якого іншого питання, що становить взаємний інтерес у сфері ГЗ та обмін інформацією стосовно ГЗ для цілей визнання їх охорони відповідно до Угоди.

Підкомітет не замінюватиме собою національних процедур реєстрації та охорони ГЗ, втім *він може стати вагомим інструментом для вдосконалення механізмів Угоди, з метою захисту інтересів українських товаровиробників.*

Водночас, як видно з аналізу, ряд норм щодо охорони ГЗ (а також окремий перелік ГЗ) закріплені не в додатках, а в тексті самої Угоди. Це означає, що питання їх захисту не можуть бути предметом діалогу.

Як можна побачити з наведеного вище аналізу, норми Угоди щодо ГЗ є вельми логічними та паритетними. Жодна з цих норм не дає жодних підстав для висновків про невідповідність чи нерівність України та ЄС у взаємовідносинах, складовою частиною яких є ГЗ. Втім, аналіз найбільш конкретних положень виявляє підстави для скепсису щодо Угоди, та дає підстави передбачати негативні наслідки для українського ринку.

Захист європейських географічних зазначень в Україні. Статтею 208 Угоди передбачено тимчасові заходи щодо ГЗ. Зокрема, продукти, що вироблені та марковані згідно з національним законодавством до того, як ця Угода набрала чинності, але які не відповідають вимогам цієї Угоди, можуть продаватися доти, доки не закінчаться на складі. Продукти, що вироблені та марковані згідно з національним законодавством ГЗ, переліченими нижче в пунктах 3 та 4 цієї статті, після того, як ця Угода набрала чинності, та до закінчення періодів, зазначених в пунктах 3 та 4 цієї статті, але які не відповідають вимогам цієї Угоди, можуть продаватися на території сторони, з якої походить продукт доти, доки не закінчаться на складі.

Для 10-річного перехідного періоду з дати набрання чинності цією Угодою охорона відповідно до цієї Угоди таких географічних зазначень Європейського Союзу не припиняє

1 Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони
<[http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)>

використання цих географічних зазначень для позначення та презентації визначених подібних продуктів, що походять з України: а) Champagne, b) Cognac, c) Madera, d) Porto, e) Jerez /Xérès/ Sherry, f) Calvados, g) Grappa, h) Anis Português, i) Armagnac, j) Marsala, k) Malaga, l) Tokaj.

Для семирічного перехідного періоду з дати набрання чинності цією Угодою охорона відповідно до цієї Угоди таких ГЗ Європейського Союзу не припиняє використання цих ГЗ для позначення та презентації визначених подібних продуктів, які походять з України: а) Parmigiano Reggiano, b) Roquefort, c) Feta.

Як бачимо, Угодою встановлено вельми лояльні строки для припинення використання цих, найбільш вживаних в Україні позначень.

Втім, відразу варто відзначити, що виключення є лише з боку ЄС. Це яскраво демонструє незрівняну питому вагу товарів, маркованих ГЗ сторони-контрагента за Угодою на ринках. В Україні немає таких позначень, які б вже використовувались на території ЄС, та охорона яких була б помітною для європейських товаровиробників. Україна могла б також ініціювати внесення виключень, однак це стало неможливим з огляду на нормотворчу техніку Угоди з української сторони, про що буде написано нижче.

Аналіз положень про перехідний період призводить до висновку, що Україні слід невідкладно розпочати роботу із підготовки до захисту даних зазначень, оскільки органи Антимонопольного комітету України (АМКУ) та суди почасти не володіють належними знаннями для здійснення захисту ГЗ, та не завжди можуть визначити відповідний засіб індивідуалізації. Це яскраво продемонстровано у справі про притягнення до відповідальності за позначення «сандвіч-сир з пармезаном», яке використовувало ПАТ «Звенигородський сироробний завод». АМКУ постановив визнати дії ПАТ «Звенигородський сироробний завод» порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченим ст. 15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману. Рішенням Тимчасової адміністративної колегії Антимонопольного комітету України від 29.03.2012 р. №3-р/тк у справі № 2/20-03-12 на порушника було накладено досить значний штраф у розмірі 1 000 000 грн.¹² Не погоджуючись з вказаним Рішенням АМКУ, ПАТ «Звенигородський сироробний завод» звернулося до Господарського суду міста Києва з позовом до АМКУ про визнання рішення повністю недійсним. Господарський суд м. Києва, який розглядав дану справу (№5011-72/8236-2012 28.08.12), прийняв Рішення, яким відмовив ПАТ «Звенигородський сироробний завод» в задоволенні вимог в повному обсязі. Рішення АМКУ та суду були мотивовані тим, що у складі сиру був відсутній пармезан, а тому дане позначення було визнане оманливим. Водночас, ні органи Антимонопольного комітету України, ні судові органи не звернули увагу на те, що пармезан – це зазначення походження товару³⁴, яке охороняється в Україні. Органам АМКУ необхідно було зробити відповідний припис щодо заборони виробникам смакоароматичної суміші "Сир пармезан" її подальшого випуску та використання⁵.

Другим важливим моментом даних положень є те, що більшість зазначень, приведених у 208 статті є такими, що вже давно сприймаються українським споживачем і ринком як видові. Цей висновок можна зробити через наявність в Україні відповідним чином маркованих товарів, виробники яких не тільки не приховують їх українське походження, а й підкреслюють його. Адже назви «Шампанське України», «Кримський портвейн» «Закарпатський коньяк» підтверджують, що ця продукція вироблена в Україні і не вводить в оману споживачів. На ринку сирів, позначення

1 Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union Industry-Level Analysis Report, September 2013.

<http://ec.europa.eu/internal_market/intellectual-property/docs/joint-report-epo-ohim-final-version_en.pdf>.

2 Андрощук, Г. (2005), (2006). Географічне зазначення: характер прав, існуючі системи охорони та захист. *Інтелектуальна власність*, 11-12, 1.

3 Звіт про діяльність Харківського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України в 2012 році.

<<http://www.amc.gov.ua/amku/control/kha/uk/publish/article/80391;jsessionid=9C3F9C9158A3B36D8967F669DBE660F9>>.

4 Андрощук, Г. (2003). Правова охорона географічних зазначень і найменувань місць походження товару за Регламентом ЄС, *Інтелектуальна власність*, 7, 26-33.

5 Андрощук, Г. (2005), (2006). Географічне зазначення: характер прав, існуючі системи охорони та захист. *Інтелектуальна власність*, 11-12, 1.

«фета» давно позначає особливий вид сиру, а не регіон його виробництва. Втім, згідно з ч.2 ст.204 Угоди, географічні зазначення, що охороняються, не стають родовими на територіях сторін. Це означає, що після спливу терміну охорони, а для інших позначень – відразу після ратифікації Угоди, виробникам доведеться відшукувати інші позначення, які зможуть пов'язати у споживача товар з відповідними властивостями. А це – неминуче означає втрату частини ринку.

Окремо слід зазначити, що в Угоді не передбачається надання раніше обумовлених під час переговорів компенсацій чи технічної допомоги виробникам виноробної продукції України у разі відмови від вживання ГЗ в назвах українських вин і коньяків. Відмова від вживання ГЗ країн Європи в назвах вітчизняної виноробної продукції може призвести до стагнації виноградно-виноробної галузі країни. З метою вирішення цієї проблеми на міжнародному міжгалузевому рівні представниками галузі протягом 2010-2011 років було проведено зустрічі та переговори з представниками виноградно-виноробної галузі країн Європи, зокрема, Європейського Комітету виробників вин (CEEV), Європейської організації алкогольних напоїв (CEPS), Федерації вина та алкогольних напоїв Франції (FEVS), Міжпрофесійного комітету виробників вин Шампані (CIVC) та Національного міжпрофесійного бюро Коньяку (BNIC). Наслідком переговорного процесу став узгоджений і підписаний 19.05.2011 року протокол зустрічі представників виноробної промисловості України та ЄС. В цьому документі було, зокрема, визначено, що «...Під час обговорення представники промисловості ЄС визнали історичну спадщину, культурні традиції української виноробної промисловості і погодилися, що на даний момент *Україна може використовувати кириличні транслітерації деяких чутливих географічних зазначень ЄС* (зокрема «Херес» (Херес, Jerez/Shegry/Хезез), «Порто» (Порто, Porto), «Мадера» (Мадейра, Madeira), «Кагор» (Каор, Cahors), «Коньяк» (Коньяк, Cognac) та «Шампанське» (Шампань, Chassagne) *на внутрішньому ринку в межах міжнародного права...*». Однак у Додатку ХХІІ-А «Географічні зазначення – законодавство сторін та елементи реєстрації і контролю» до Угоди *залишилась лише спільна декларація щодо назви Кагор*, яку Україна може продовжувати вживати на власній території для українських кріплених вин, вироблених відповідно до основних вимог.

Право української сторони на використання назв, щодо яких Угодою встановлено перехідний період, впливає з статті 24, параграфів 4 та 6 Угоди ТРІПС СОТ. Це закріплено також у законодавстві України. Відповідно до положень Угоди ТРІПС про «дідівське право» (grandfather law) країни, що виробляли продукцію до 1994 року, мають право продовжувати виробляти її на своїй території. Таким чином, відповідно до міжнародної практики і внутрішнього законодавства, Україна могла б зберегти використання назв для продукції, що реалізується на внутрішньому ринку. Адже закарпатський коньяк випускається з 1962 року, марочний закарпатський коньяк "Карпати" роблять з 1970 року, радгосп – завод "Таврія" працює з 1965 року.

Європейські фахівці у сфері інтелектуальної власності скрупульозно підійшли до переговорного процесу. Проте, цього не можна сказати про українських переговорників.

Втім, Уряд України має змогу значно зменшити негативні наслідки для української економіки. Для цього слід рекомендувати Державній службі інтелектуальної власності України ініціювати громадські обговорення із залученням виробників товарів, щодо яких застосовується перехідний період. Метою обговорення має стати вивчення зарубіжного досвіду та вироблення назв-замінників для товарів, що підпадають під перехідний період. Якщо подібні рекомендації будуть сприйняті ринком, то навіть за шість років поступового введення в оборот нових назв (якщо відвести рік на громадське обговорення), український сегмент ринку продовольчих товарів не зазнає відчутного стресу від значного скорочення товарів, позначених добре відомими зазначеннями. В цьому зв'язку варто усвідомлювати, що положення Угоди мають протекціоністський характер, втім не дискримінаційний.

Захист українських географічних зазначень в ЄС. Якщо у статті 208 Угоди наведено тільки найбільш поширені позначення, то перелік охоронюваних позначень закріплено у додатку ХХІІ Угоди¹. З боку України ця частина Угоди про асоціацію між Україною та ЄС має низку недоліків. Першим впадає у вічі той факт, що проти більш як 200 сторінок із переліком європейських ГЗ, Україна зазначає про 2 ГЗ українських вин: «Сонячна Долина» та «Новий Світ». Це навіть менше від офіційно зареєстрованих як ГЗ назв вина. Зокрема, до охоронюваного переліку, без видимих

¹ Додаток ХХІІ-D Географічні зазначення вин, ароматизованих вин та алкогольних напоїв, згадані у статтях 202(3) і 202(4) цієї Угоди. <http://www.kmu.gov.ua/docs/EA/Annexes_title_IV/22_Annexes_D.pdf>.

причин, не увійшли такі вже зареєстровані позначення: «Таврія», «Магарач», «Меганом», «Золота Балка», «Балаклава». Серед зареєстрованих об'єктів також не увійшли до тексту Угоди мінеральні води «Миргородська», «Східницька», «Царичанська», «Збручанська», «Ессентуки», «Нагутская», «Славяновская». Водночас, як наслідок тривалої хибної політики національного патентного відомства, десятки зазначень походження товарів ще раніше було зареєстровано як словесні або комбіновані торговельні марки. Так кількість зареєстрованих знаків для товарів і послуг, пов'язаних зі згаданими назвами мінеральних вод, складає понад 80 реєстрацій. Це, зокрема, «Миргородська» — 31 знак для товарів і послуг, «Ессентуки» — 3, «Славяновская» — 1, «Поляна квасова» — 8, «Царичанська» — 2, «Менська остреч» — 2, «Трускавецька» — 34 знаки для товарів і послуг¹. Деякі з них навіть внесені до відповідних Державних стандартів України. Причому торгових марок «Нафтуса» зареєстровано вже декілька, на ім'я виробників, які не мають жодного відношення до трускавецької «Нафтусі». А «Миргородська», «Новий Світ» та «Магарач» є одночасно зазначеннями походження товарів, знаками для товарів і послуг та добре відомими знаками.

Неконтрольоване використання цих позначень призводить до розмивання, появи підробок, втрати репутації, довіри до цього унікального національного надбання. Адже ГЗ слугують захистом нематеріальних цінностей, таких як ринкова диференціація, репутація і стандарти якості. Вони також є носіями культурної ідентичності нації, регіону, держави. Зростання економічного значення цих об'єктів промислової власності, колізія норм законів викликали негативні тенденції, значну кількість конфліктів між виробниками, прояви недобросовісної конкуренції, введення в оману споживачів, зловживання правом, розгляд спорів в АМКУ і судових позовів². Неоднозначні й винесені судові рішення.

Водночас такі відомі зазначення як банош, бойківський сир, петриківський розпис, опішнянські глиняні вироби, хустські ліжники, барановичський та коростенський фарфор, житомирський граніт, донецьке коксуюче вугілля, рахівська бринза, херсонські кавуни, полтавські галушки, полтавські пампушки, ніжинські огірки, мелітопольська черешня, ялтинська цибуля, яготинське масло, котлета по-київські, торт «Київський», хлібний квас «Полтавський», кисломолочний продукт «Колотуха» (у народі його називають «Колотуша»), маслянка, повидло «Денештове» (походить від сорту яблук «Денешта») та багато інших і досі не мають правової охорони. Україна багата регіонами, природні фактори яких формують особливі властивості товарів. Вони формують групу так званих «природних назв» місць походження товарів. Це, зокрема, назви деяких мінералів, мінеральних вод, лікарських трав і т.п. Наприклад, «донецьке вугілля», «волинські топази», «Миргородська», «Куяльник». Географічні зазначення можуть і повинні стати ефективним інструментом комерціалізації національних культурних надбань, що дасть поштовх до розвитку окремих секторів економіки. Наприклад, продажі легендарної грузинської «Боржомі» забезпечують майже 10 % ВВП Грузії! Це саме той випадок, коли мінеральна вода стає не лише частиною історії, символом, брендом країни, але й стратегічним ресурсом³.

По-друге, частина географічних назв, які зазначені в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС з боку України, взагалі не несуть в собі ознак ГЗ. Вкрай суперечливим виглядає зазначення тільки двох загальних назв («мед» та «кава») і вирізнення вина «кагор» у спільній декларації. Вітчизняні чиновники, відповідальні за складання української частини Угоди залишили за Україною також такі «видатні» географічні позначення, як Бурдей, Пила, Баба-Даг, Їжаківка тощо. Все це виглядає анекдотично, якщо не звертати уваги на значні економічні втрати для держави від такого легковажного підходу до інституту географічних зазначень.

Серед прогнозованих наслідків Угоди можна віднести те, що в Україні проявляться та вплинуть на окремі ринки приховані до того проблеми у системі захисту ГЗ. Можна відмітити дві передумови для розвитку песимістичного сценарію у даній сфері. *По-перше*, це пасивність товаровиробників та бездіяльність відповідних органів державної влади, що має наслідком мізерну кількість зареєстрованих ГЗ. На сьогодні в базі даних «Відомості про зареєстровані в Україні кваліфіковані зазначення походження товарів» відповідним чином зареєстровано лише 20

1 Ляшенко, С. (2011). Охорона прав інтелектуальної власності, які стосуються природних мінеральних вод. *Інтелектуальна власність*, 8, 20-27.

2 Андрощук, Г.О., Бондарев, Т.Б., Іваницька, Н.А., Шкляр, С.В. (2013). *Науково-практичний коментар до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»*. Київ: ВД «Юридична газета», 176.

3 Ляшенко, С. (2011). Охорона прав інтелектуальної власності, які стосуються природних мінеральних вод. *Інтелектуальна власність*, 8, 20-27.

зазначень!¹ По-друге, слід відмітити недоліки експертизи при реєстрації ГЗ, що дозволило, зокрема, зареєструвати в Україні таке позначення як *Русская водка*. Це позначення вже давно стало видовою назвою, оскільки ще за часів СРСР виробництво цього продукту визначалось технічними стандартами, і не мало жодної територіальної прив'язки. (Випуск горілки з єдиною етикеткою і під єдиною назвою «Русская» на лікєро-горілочних заводах СРСР розпочався ще в 1968 році. Конкретного географічного місця або підприємства – виробника горілки «Русская» не було. Тому головну функцію зазначення походження це позначення тривалий час не виконує. Воно практично втратило розрізняльну здатність і не асоціюється у споживача з конкретною місцевістю або виробником)².

Іноземний досвід адаптації. Після Грузії, Молдова стала другою державою на пострадянському просторі, яка підписала згаданий документ. На підставі Угоди про асоціацію Молдови і ЄС Молдова захищає понад 3200 назв харчових продуктів, вин і спиртних напоїв з країн Євросоюзу. Влада Молдови пройшла значний шлях з гармонізації вітчизняної системи ГЗ з ЄС. Так, товар під назвою «DIVIN» з липня 2013 року, коли було прийнято рішення про надання йому цього статусу, допоможе користувачам визначитися не лише з географічною вказівкою, але і ознайомитися із затвердженими технічними вимогами до напою. Всі виробники повинні дотримуватися затвердженої специфікації, яка описана в «зошиті завдань», при реєстрації об'єкту інтелектуальної власності. Товар з такою вказівкою повинен володіти якостями, характерними для продукції цієї географічної зони. Виробники інших регіонів не мають права використовувати захищену назву. Протягом короткого часу в Молдові була зареєстрована ціла низка географічних зазначень для вин: Stefan Voda, Codru, Valul lui Traian. Усі ГЗ при реєстрації отримують охорону на 10 років. Обговорюється можливість продовження терміну дії сертифікату, процедура отримання якого обходиться в 500-600 євро³. В Молдові вже застосовуються альтернативні назви для вин. Приміром, вина типу херес мають назву яловень, портвейн – прометея, мадера – лучафер, кагор – пастораль.

Українські товаровиробники вже стикнулись із необхідністю врахування ГЗ ЄС у зовнішній торгівлі. Так, наприклад, заради можливості експортувати свій продукт до Європи український виробник перестав називати «Коктебель» коньяком, замінивши його на "бренді".

За даними Інституту економічних та політичних досліджень, опублікованими нещодавно у дослідженні «Економічна складова Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: наслідки для бізнесу, населення та державного управління», доведеться змінити найменування більш ніж половини виноробної продукції, яка виробляється в Україні⁴. Саме це і стало причиною запровадження 10-річного перехідного періоду. Загалом, перехід підприємств вітчизняної виноробної галузі на нові найменування буде пов'язаний з істотними фінансовими втратами для виноробів. *За оцінками фахівців, обсяги реалізації українських напоїв відразу впадуть на дві третини. Зменшення виробництва тільки виноробної продукції з географічним найменуванням на 50 % призведе до втрат надходжень до держбюджету близько 400 млн. грн в рік за рахунок зменшення акцизних надходжень і ПДВ.* Перехід на нові найменування в будь-якому випадку буде пов'язаний з істотними фінансовими втратами для виноробної галузі.

Тому цю діяльність слід координувати на найвищому державному рівні. Уряду необхідно негайно прийняти відповідні нормативні акти, налагодити взаємодію між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, Міністерством аграрної політики України, Міністерством культури України, Державним агентством земельних ресурсів України, Міністерством охорони здоров'я України та Державною службою інтелектуальної власності України щодо виявлення

1 Відомості про зареєстровані в Україні кваліфіковані зазначення походження товарів.
<http://sips.gov.ua/ua/kzpt_Uk>.

2 Андрощук, Г. (2011). Водка "Русская": наименование места происхождения, общеизвестный знак или наименование, вошедшее во всеобщее употребление?!. *Інтелектуальна власність*, 6, 11-19.

3 Коваленко, И. (2013). Новые географические указания в Молдове. *Економічне обозрение*, 30 (1006) 23 августа. <<http://logos.press.md/node/37370>>.

4 *Економічна складова Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: наслідки для бізнесу, населення та державного управління* (2014). Київ: Інститут економічних досліджень і політичних консультацій.
<http://www.ier.com.ua/files/Projects/2013/EU_Ukraine/Economic_red.pdf>.

видових назв товарів та внесення їх до Переліку видових назв товарів¹, реєстрації ГЗ, що використовуються в Україні. У цьому процесі слід передбачити взаємодію на місцях органів державної влади із профільними асоціаціями та громадськістю.

Висновки. Підсумовуючи аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС слід відзначити наявність підґрунтя для свроскептиків, які стверджують, що Угода про асоціацію з ЄС не захищає інтереси національного товаровиробника². Водночас, текст Угоди не дозволяє звинуватити партнерів у спеціальних кроках щодо утистки українських товаровиробників. Адже національна частина самої Угоди, сформована українською стороною. Проте аналіз передумов формування української частини Угоди дозволяє ставити питання про неналежний рівень захисту інтересів національних товаровиробників. Підхід України до формування цієї частини Угоди є несистемним та непрофесійним. Тому, відкидаючи нападки про зраду національних інтересів при підписанні Угоди, мусимо відзначити, що це стало не спланованим наступом ЄС на інтереси України, а є логічним наслідком відсутності протягом тривалого часу державної політики у сфері охорони інтелектуальної власності, комплексної стратегії захисту національних товаровиробників. Зокрема, при формуванні тексту Угоди не було здійснено належної співпраці з асоціаціями тих товаровиробників, які найбільше використовують географічні позначення: вина, сиру та мінеральних вод. Технічна частина документу, а саме, перелік географічних назв, що підлягають захисту у відповідності до Угоди, демонструє фатальну недосконалість нормотворчої техніки з української сторони. Відсутність єдиної стратегії розвитку інституту географічних зазначень в Україні та відсутність навіть узагальненої інформації про наявні географічні зазначення в Україні та назви, що потенційно можуть стати ними, призвела до того, що описуючи коло власних інтересів у цій сфері, Україна сформулювала абсолютно безсистемний, нісенітницький перелік.

У нинішньому вигляді Угода про асоціацію з ЄС, стосовно інституту ГЗ, означатиме однозначні втрати для українських товаровиробників через необхідність заміни відомих назв товарів на інші. Разом з тим, цією Угодою вщент знищується потенціал для формування пласту ГЗ України, які дозволили б українським товаровиробникам отримати бодай яку користь від існування економіко-правового інституту ГЗ. З огляду на те, що залежність українського ринку від ГЗ не є значною, ці втрати, на фоні інших криз на українських ринках, не будуть особливо відчутними. Втім, надзвичайну тривогу викликає байдуже ставлення відповідних державних органів до цього важливого інституту інтелектуальної власності та нормотворчий підхід в цілому.

Наостанок, слід додати, що Угода залишає шляхи до вдосконалення через доопрацювання переліку охоронюваних ГЗ у межах спеціального підкомітету. Україні слід невідкладно сформувати Підкомітет з географічних зазначень, як це передбачено Угодою, та приступити до вдосконалення та наповнення переліку ГЗ, які будуть виявлені. Втім, тепер Україні доведеться докласти багато зусиль, щоб надолужити втрачене на стадії переговорів. Для досягнення зазначеної мети наша держава має імплементувати відповідні положення права ЄС до свого законодавства, здійснити адміністративні та інституційні реформи, необхідні для виконання Угоди, запровадити ефективну та прозору адміністративну систему.

References

1. Androshchuk, G. (2003). Pravova okhorona geografichnikh zaznachen' i najmenuvan' misc' pokhodzhennja tovaru za Reglamentom JES. *Intelektual'na vlasnist'*, 7, 26-33
2. Androshchuk, G. (2005), (2006). Geografichne zaznachennja: kharakter prav, isnujuchi sistemi okhoroni ta zakhist. *Intelektual'na vlasnist'*, 11-12.
3. Androshchuk, G. (2011). Vodka "Russkaja": naimenovanie mesta proiskhozhdenija, obshcheizvestnyj znak ili naimenovanie, voshedshee vo vseobshchee upotreblenie?!. *Intelektual'na vlasnist'*, 6, 11-19.
4. Androshchuk, G.O., Bondarev, T.B., Ivanic'ka, N.A., Shkljar, S.V. (2013). *Naukovo-praktichnij komentar do Zakonu Ukraini «Pro zakhist vid nedobrosovisnoi konkurencii»*. Kiiiv: VD «Juridichna gazeta».
5. Dodatok XXII-D Geografichni zaznachennja vin, aromatizovanih vin ta alkogol'nikh napoiv, zgadani u stattjakh 202(3) I 202(4) cijei Ugodi. <http://www.kmu.gov.ua/docs/EA/Annexes_title_IV/22_Annexes_D.pdf>.
6. *Ekonomichna skladova Ugodi pro asociaciju mizh Ukrainoju ta JES: naslidki dlja biznesu, naseleennja ta*

1 Наказ про затвердження Положення про Перелік видових назв товарів 2000 (Міністерство освіти і науки України). *Офіційний сайт Верховної Ради України*. <<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0061-01/print>>.

2 Евроровушки для Украины. "Бурдей" вместо "Шампанского". <<http://trueinform.ru/modules.php?name=News&file=print&sid=18199>>.

derzhavnogo upravlinnja (2014). Kiiiv: Institut ekonomichnikh doslidzhen' i politichnikh konsul'tacij.

<http://www.ier.com.ua/files/Projects/2013/EU_Ukraine/Economic_red.pdf>.

7. Evrolovushki dlja Ukrainy. "Burdej" vmesto "Shampanskogo". <<http://trueinform.ru/modules.php?name=News&file=print&sid=18199>>.

8. Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union Industry-Level Analysis Report, September 2013. <http://ec.europa.eu/internal_market/intellectual-property/docs/joint-report-epo-ohim-final-version_en.pdf>.

9. Kovalenko, I. (2013). Novye geograficheskie ukazaniya v Moldove. *Ehkonomicheskoe obozrenie*, 30 (1006) 23 avgusta. <<http://logos.press.md/node/37370>>.

10. Ljashenko, S. (2011). Okhorona prav intelektual'noi vlasnosti, jaki stosujut'sja prirodnikh mineral'nikh vod. *Intelektual'na vlasnist'*, 8, 20-27.

11. *Nakaz pro zatverdzhennja Polozhennja pro Perelik vidovikh nazv tovariv 2000* (Ministerstvo osviti i nauki Ukraini). *Oficijnij sayt Verkhovnoi Radi Ukraini*. <<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0061-01/print>>.

12. Ugoda pro asociaciju mizh Ukrainuju, z odniji storoni, ta JEvropejs'kim sojuzom, JEvropejs'kim spivtovaristvom z atomnoi energii i ikhnimi derzhavami – chlenami, z inshoi storoni.

<[http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf)>.

13. Vidomosti pro zarejestrovani v Ukraini kvalifikovani zaznachennja pokhodzhennja tovariv. <http://sips.gov.ua/ua/kzpt_Uk>.

14. Zvit pro dijalnist' Kharkivs'kogo oblasnogo teritorial'nogo viddilennja Antimonopol'nogo komitetu Ukraini v 2012 roci. <<http://www.amc.gov.ua/amku/control/kha/uk/publish/article/80391;jsessionid=9C3F9C9158A3B36D8967F669DBE660F9>>.