

2. Господарський процесуальний кодекс України № 1799-ХІІ від 06.11.91.
Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1798-12>.
3. Марія Коваль. Вищий суд з питань інтелектуальної власності: процес створення триває. Режим доступу: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/zahist-intelektualnoyi-vlasnosti-avtorske-pravo/vishchiy-sud-z-pitan-intelektualnoyi-vlasnosti-proces-stvorenniya-trivaye.html>
4. О. Штефан. Деякі питання юрисдикції Вищого з питань інтелектуальної власності щодо спірних авторських правовідносин / Теорія і практика інтелектуальної власності, 1/2018.- С. 8.
5. Додаток №2 до листа Громадської Ради при Мінекономрозвитку «Зауваження та рекомендації щодо ряду потенційно негативних для економіки України норм положень, викладених у проєкті Закону України «Про внесення змін до Господарського процесуального кодексу України, Цивільного процесуального кодексу України, Кодексу адміністративного судочинства України та інших законодавчих актів» №6232 від 23.03.2017 року». Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=50542b9d-937a-4b9d-a534-129400a081b0&title=RishenniaGromadskoiRadiPriMinekonomrozvitkuVid21-07-2017-Roku>.

НЕДОБРОСОВІСНА РЕКЛАМА У АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ: РИЗИКИ ТА ДЕЯКІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ПРОТИДІЇ

Тараненко С. М.

*кандидат юридичних наук, доцент Черкаський національний
університет імені Богдана Хмельницького*

Ні для кого не є таємницею те, що аграрний бізнес є локомотивом нашої економіки. Це найперспективніша та швидкозростаюча галузь України, що складає 11,4% від ВВП. Крім того, аграрний бізнес створює робочі місця для мільйонів громадян нашої країни, що охоплює за різними підрахунками до 17% зайнятості населення. До тогож Україна це світовий рекордсмен аграрної сфери, що забезпечує 174 країни світу якісною аграрною продукцією (соняшником та соняшниковою олією, зерном, горіхами, ріпаком, кукурудзою, медом, соєю та курятиною). Сьогодні аграрна сфера є однією з найважливіших та представлена практично в усіх країнах світу. З іншого боку, не слід забувати, що населення планети продовжує збільшуватися щороку на 75–80

мільйонів (як два населення України!), а тому фахівці аграрної сфери мають велику місію – виготовити достатньо їжі, щоб нагодувати все людство. Для цього вони проводять наукові дослідження, розробляючи мінеральні добрива і речовини для захисту рослин, застосовують найновіші технології з використанням генної інженерії та біотехнології, робототехніки й електроніки. У цьому плані доречно наголосити, що 75% усієї їжі у світі виробляють із 12 видів рослин та 5 видів тварин. По всьому світу для забезпечення потреб аграрної сфери працюють хімічні заводи, на яких виготовляють засоби захисту рослин, добрива та стимулятори росту рослин. Над виготовленням високоякісного насіння трудяться тисячі генетиків, біологів та селекціонерів. Тому не дивно, що саме український агробізнес є дуже привабливим шматочком для осіб, охочих до швидкого збагачення. Так, із року в рік в Україні все більше аграріїв страждає від такого явища як недобросовісна реклама [1]. Це глобальна, пов'язана з багатомільярдним оборотом, проблема, яка має серйозні економічні, соціальні та екологічні наслідки для держави і споживачів. Яка в аграрному бізнесі стає справжнім лихом, а практика показує, що жоден аграрій не має стовідсоткового захисту. Що ми знаємо про таку загрозу для агробізнесу? Які причини виникнення недобросовісної реклами в аграрному бізнесі? Чи існує на сьогодні правовий механізм протидії цьому ганебному явищу? На жаль, ніяк не можна сказати, що у цій справі у нас все гаразд. Який же вихід з такого становища? Ця проблема на нашу думку не тільки суто теоретична але й практична. Так практика свідчить, що реклама носить не тільки суто інформативний характер, але й активно застосовується суб'єктами господарювання у якості одного з найпоширеніших та найефективніших методів ведення конкурентної боротьби. Насиченість інформаційного простору різноманітною як за змістом так і за формою інформацією змушує конкурентів вдаватись до якомога більш креативних, а іноді й агресивних засобів рекламування. Класичний приклад використання недобросовісної реклами пестицидів та агрохімікатів [2]. Так, поширення інформації про пестициди та агрохімікати, що вводить в оману, може виражатись у повідомленні суб'єктом господарювання, у тому числі у рекламі (недобросовісній рекламі), неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема внаслідок обраного способу викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань. Сюди доцільно віднести і безпідставне застосування маркування, що вказує на екологічну характеристику чи перевагу, які можуть вплинути або вплинули на наміри споживачів аграрного ринку щодо придбання (замовлення), реалізації, даної продукції. Причому метою поширення

інформації про екологічні характеристики чи переваги, що вводять в оману, є одержання неправомірної переваги в конкуренції. До нечітких та неконкретних тверджень належить безпідставне застосування формулювань на зразок «еко», «екологічний», «екологічно чистий», «екологічно безпечний», «зелений», «дружній до довкілля», «натуральний» тощо. Зазвичай, способом поширення екологічних декларувань є реклама в засобах масової інформації, на листівках, засобах зовнішньої реклами, телебаченні, радіо тощо. Перелік джерел поширення оманливої інформації не встановлено законодавцем, а отже, це може бути будь-який носій інформації. Особливу увагу доцільно звернув на додаткові загрози поширення незаконних пестицидів завдяки можливостям, які мають технології Інтернет-торгівлі. У багатьох випадках при цьому використовуються безбанківські грошові перекази: з картки на картку, через системи експрес-грошових переказів тощо. Часто таке поширення поєднане з анонімними доставками через відповідні сервіси або навіть таксі чи пасажирські автобуси. Інтернет-маркетинг дуже небезпечних пестицидів і декількох фумігантів можна розглядати як порушення Резолюції 1540 Ради безпеки ООН – міжнародного документа, який було ухвалено у 2004 році і який зобов'язує всі країни уникати підтримки недержавних суб'єктів, які намагаються придбати, розробити, виробити, транспортувати, передати або застосувати ядерну, хімічну чи біологічну зброю, особливо з метою терору. Стаття 15-1 «Поширення інформації, що вводить в оману» Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»[3] з'явилась у чинному законодавстві у першій половині січня 2009 року та стала однією з найбільш обговорюваних у юридичній спільноті новел конкурентного законодавства України. Це стосується також продукції засобів захисту рослин (ЗЗР). Адже придбання неоригінального насіння загрожує втратою врожайності та зниженням його якісних характеристик, це наносить значні фінансові збитки для агровиробників. Придбання підроблених пестицидів також може завдати шкоди навколишньому середовищу, а іноді і здоров'ю фермерів, що їх застосовують. Лише 27 відсотків із числа опитаних агентством «АПК-Інформ» аграрних компаній в Україні здатні самостійно розпізнати підроблений посівний матеріал. Серед чинників, які впливають на вибір посівного матеріалу аграріями, лідирує фактор компанії-виробника (57 відсотків випадків), на другому місці – джерело покупки (54 відсотка), далі йде упаковка (37 відсотків), а завершає цей перелік упізнаваність сорту (23 відсотка). Міжнародна спільнота, яка координується всесвітніми охоронними організаціями та державними органами, активно

долучається до виявлення злочинців та закликає до більш сильних правових дій в цьому питанні задля стримування злочинної діяльності. Компанії-виробники насіння та ЗЗР розгортають інформаційні кампанії, щоб перешкодити фермерам стати жертвами злочинної діяльності, та впроваджують власні технології, які упереджують можливість підробки або дозволяють легко її розпізнати. Так, з 2010 року в Україні впроваджено унікальну систему аутентифікації оригінального насіння Pioneer® – голограму Izop®. Вона дозволяє фермерам перевіряти оригінальність пакувального мішка шляхом сканування спеціального коду через мобільний додаток або через веб-сайт Pioneer. Крім того, нещодавно було представлено новий спосіб пакування насіння Pioneer® – систему термічного склеювання, яка запобігає повторному використанню та фальсифікації мішків з насінням. Експерти Corteva Agriscience™ закликають фермерів та дистриб'юторів уникати будь-яких покупок насіння та пестицидів від неофіційних постачальників. Фермерам потрібно перевіряти захисне маркування продукції, негайно повідомляти власнику торгової марки та компетентним органам про будь-який підозрілий продукт чи діяльність, а також зберігати всю документацію та зразки придбанішої продукції. Особлива увага фермерів та їхнє розуміння про негативні наслідки контрафактної продукції не тільки зменшує фінансові втрати в самих господарствах, але й мінімізує екологічні ризики та наслідки використання незаконних, несертифікованих та неперевіраних пестицидів. Для уникнення шкоди аграрній економіці України надзвичайно важливо, щоб усі зацікавлені сторони (фермери, дистриб'ютори, профільні організації та уряд) визнали важливість наполегливої праці для використання лише оригінального насіння та пестицидів для сприяння забезпечення сталого врожаю та виробництва харчової продукції. І ще дуже важливий момент. З метою уникнення введення споживачів аграрного бізнесу в оману та розповсюдження недобросовісної реклами в першу чергу рекламодавцям необхідно проводити комплексний аналіз такої реклами, зокрема кожної складової змісту реклами на предмет виявлення неповних, неточних та неправдивих відомостей; проводити аналіз сприйняття кожної складової змісту реклами у наведеному контексті; аналіз загального враження від реклами.

Список використаних джерел:

1. «Про рекламу» Закон України №271/96-ВР від 03.07.1996 // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – N 39. – ст. 181.;

- 2..Закон України «Про пестициди і агрохімікати» від 02.03.95р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 14, ст.91) {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 2059-VIII від 23.05.2017, ВВР, 2017, № 29, ст.315 № 2530-VIII від 06.09.2018}
- 3.Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 36, ст.164) {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 689-VI від 18.12.2008, ВВР, 2009, № 15, ст.204 № 782-VIII від 12.11.2015, ВВР, 2015, № 51, ст.473}
- 4.Закон України «Про захист рослин» //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, N 50-51, ст.310) {Із змінами, внесеними згідно із Законами №191-VIII (191-19) від 12.02.2015, ВВР, 2015, № 21, ст.133}

ПРАВОВІ ЗАСАДИ КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЗБИТКІВ ПРАВОВЛАСНИКІВ

Ткачов М.М.

доцент кафедри права НТУ «ХПИ»

З контрафактною та фальсифікованою продукцією наша країна зіткнулася ще на початку 90-х років, коли разом з в певній мірі товарним достатком в нашу країну хлинув потік всіляких підробок під «фірму». Сьогодні також спостерігається стійка тенденція зростання кількості правопорушень у сфері інтелектуальної власності, пов'язаних з виробництвом та розповсюдженням контрафактної та фальсифікованої продукції [1, 2].

Проведені нами дослідження [2-15] свідчать про те, що в цей час рівень порушення виключних прав на результати інноваційно-інтелектуальної діяльності творчих працівників (контрафакція) в різних видах продукції набула індустріального характеру. Обсяг контрафакту в окремих галузях промислового виробництва в світі в цілому, в Європі і в нашій країні співмірний з об'ємом легального виробництва, а не так вже і рідко навіть перевищує його. В результаті в тіньовому обороті залишаються грошові потоки, розмір яких в деяких випадках перевершує вартість офіційно визначеного валового національного продукту. Збиток українській економіці і загроза життю і здоров'ю споживачів контрафактної продукції перевищує всі розумні розміри та досить складно піддається обчисленню. Сформоване положення