



*О. В. Благоразумова,
к. е. н., доцент кафедри економіки підприємства та економічної теорії
Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету*

ПРОЯВ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

*О. Blahorazumova,
Ph.D. in Economics, associate Professor of Department of Business Economics and Economic Theory,
Kharkiv institute of trade and economics Kyiv national University of trade and economics*

THE MANIFESTATION OF UNFAIR COMPETITION IN THE SPHERE OF TRADE

У статті розглядаються актуальні проблеми розвитку сфери зовнішньої і внутрішньої торгівлі України з урахуванням переорієнтації її учасників на ринок Європейського Союзу. Проведено стислий огляд перспектив динаміки показників питомої ваги Євросоюзу в експорті-імпорті України. Висвітлено зміни в механізмі функціонування учасників ринкових відносин у сфері торгівлі. Доведено необхідність створення сприятливих умов для розвитку ринкових конкурентних відносин, зокрема у сфері зовнішньої і внутрішньої торгівлі. Відмічено виникнення явищ, що несуть на собі ознаки порушення конкурентних зв'язків на тлі посилення конкурентної боротьби між учасниками торгового бізнесу. Розглянуто один із проявів недобросовісної конкуренції, а саме явище патентного тролінгу, наслідки якого впливають на спрямованість і розмір товарно-грошові потоків на товарних ринках. Зазначено, що торговельна діяльність суб'єктів господарювання як об'єкт державного регулювання потребує більш динамічної адаптації до сучасних реалій з метою попередження або обмеження негативних проявів конкурентної боротьби.

The article deals with actual problems of development of foreign and domestic trade of Ukraine taking into account the reorientation of its members on the European Union market. The short review of the prospects of the dynamics of indicators of the relative weight of EU exports and imports of Ukraine is shown. The changes in the mechanism of functioning of participants of market relations in the sphere of trade are illuminated. The necessity of creation of favorable conditions for development of competitive market relations, in particular in the field of foreign and domestic trade, is proved. The appearance of the phenomena that carry the signs of violation of competition connections against the strengthening of competitive activity between the participants of trade business is marked. One of the manifestations of unfair competition is considered, which is the phenomenon of patent trolling, the consequences of which affect the direction and size of commodity-money flows in commodity markets. It is noted that trade activity of subjects of ménage as object of government control needs more dynamic adaptation to modern realities with the aim of warning or limitation of negative manifestations of competitive activity.

Ключові слова: сфера зовнішньої і внутрішньої торгівлі, економічна частина Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, конкурентна боротьба, недобросовісна конкуренція, патентний тролінг.

Keywords: the sphere of foreign and internal trade, the economic part of the Association Agreement between Ukraine and the EU, competitive activity, unfair competition, patent trolling.

Постановка проблеми. Ринкові умови змушують суб'єктів господарювання до пошуку резервів підвищення ефективності підприємницької діяльності. Сфера торгівлі стає дедалі привабливішою у зв'язку з перспективами збільшення обсягів експорту та імпорту українських товарів. Однак для цієї сфери характерними є жорсткі конкурентні відносини, на тлі яких інюді проявляються ознаки недобросовісної конкуренції. Саме необхідність цілеспрямовано впливати на формування і розвиток зовнішньої і внутрішньої торгівлі визначає напрямки досліджень з питань регулювання торговельної діяльності. Серед них, на наш погляд, пріоритетним стає виявлення в цієї сфері негативних проявів конкурентної боротьби і пошук засобів для їх усунення або обмеження.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних основ конкуренції, її сучасних форм, міжнародного конкурентного середовища та умов виникнення конкурентних переваг здійснено такими зарубіжними вченими: І. Ансоффом, П. Крутманом, М. Портером, А. Смітом, Д. Тейлором, Р. Фатхудиновим, Ф. Хайском, В. Хартманном, К. Штайманом, Й. Шумпетером, О. Юдановим. Проблеми забезпечення міжнародної конкурентоспроможності країн досліджуються в роботах таких вітчизняних учених-економістів як: Л. Антонюк, Я. Базилюк, Я. Белінська, В. Близнюк, А. Гальчинський, В. Гець, Я. Жаліло, Д. Лук'яненко, С. Мочерний, В. Семиноженко, А. Філіпенко. Окремі економічні і юридичні аспекти регулювання конкурентних відносин висвітлені у працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: О. Безух, І. Вертузаєва, Н. Грицюта, О. Джурицький, Б. Єрошенко, І. Куліш, Н. Михальчишин, Т. Шуміло та ін. Багато вітчизняних фахівців займаються проблемами забезпечення сталого розвитку торговельної діяльності в умовах невизначеності конкурентного середовища і управлінням конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання у сфері торгівлі (В. В. Алопій, П. Ю. Балабан, Н. О. Власова, Н. О. Голошубова, Л. І. Дідківська, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, Т. С. Унковська, М. В. Чорна тощо). Не зважаючи на наявність значної кількості наукових досліджень, деякі питання, пов'язані з виявленням і пошуком ефективних заходів для усунення негативних проявів конкурентної боротьби в сфері торгівлі, не отримали достатньо повного відображення.

Мета статті. Метою статті є дослідження проявів недобросовісної конкуренції у торговельній діяльності за умов активізації інтегральних процесів і посилення тиску глобальних конкурентів та обґрунтування необхідності розробки адаптаційного механізму захисту інтересів учасників торговельних процесів для попередження, усунення або обмеження негативних проявів конкурентної боротьби.

Виклад основного матеріалу. На початку поточного 2016 року ділові очікування українських підприємств погіршилися. Так, в першому кварталі 2016 року індекс ділових очікувань (ДІО) склав 98,4 %, що менше в порівнянні з попереднім кварталом на 5,7 процентного пункту [1]. Різке погіршення настроїв підприємців пов'язано як із внутрішніми, так і зовнішніми чинниками: політичною нестабільністю, коливаннями курсу гривні, низькими квотами за експортними операціями, введенням торгових обмежень з боку РФ та ін. Деяка оптимістичність, притаманна суб'єктам господарювання у сфері торгівлі, пов'язана з очікуванням зростання споживчих цін у середньому на 22,2 % протягом наступних 12 місяців, а також перспективою поширення євроінтеграційних економічних процесів.

1 січня 2016 року набрала чинності економічна частина Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, водночас припинено дію Угоди про зону вільної торгівлі СНД з Росією. Таким чином, наша країна ввійшла в завершальну фазу торговельно-економічної переорієнтації з колишньої метрополії на ринок Європейського Союзу. Цей ринок є одним із найбільш платоспроможних і містких у світі [2, с. 13-15]. Обсяги сукупного імпортування товарів усіма учасниками ЄС (€ 4,45 трлн у 2014 році) в кількості разів перевищує нинішні показники вивозу української продукції до них (€ 11,6 млрд у 2015 році). Поширені останнім часом спроби дискредитувати ефективність економічної євроінтеграції України базуються на поверховій оцінці обсягів українського експорту, що пов'язано з розбіжностями вартісного вимірювання за довільно вибраною валютою. Питома вага Євросоюзу загалом в українській зовнішній торгівлі 2016 року має всі підстави зрости до 40-45 % в експорті й до 45-50 % – в імпорті. Прогнози досить позитивні, але досягнення такого економічного ефекту можливо у разі динамічної адаптації українського законодавства до європейського, а також коректування поведінки підприємців у бік просування товарів, що відповідають західним вимогам якості і безпеки. Наведена інформація визначає актуальність дослідження макроекономічного механізму модернізації сфери торгівлі, який забезпечує нормальні умови для функціонування суб'єктів торгового бізнесу і покращення результатів їх діяльності.

У постіндустріальну епоху відбувається перехід від індустріальної економіки до сервісної, в якій підвищується роль сфери обігу і сфери послуг [3]. Це змінює підходи до організації торговельної діяльності, головним фактором успіху якої є здатність задовольняти потреби покупців. Перехід учасників ринкових відносин у сфері торгівлі на ринкову концепцію розвитку змінює механізм їх діяльності, спонукаючи до застосування суто ринкових методів організації власного бізнесу. Суб'єкти господарювання в сфері торгівлі самостійно обирають напрям і види діяльності, спосіб поєднання ресурсів і організацію торговельно-технологічних процесів, визначають ціни на товари [4]. Проте господарська діяльність підприємців в значній мірі визначається дією ринкових законів, які регулюють основні складові елементи кожного ринку: попит, пропозицію, ціну і конкуренцію. За ринкової економіки перші три елементи кількісно порівняні й відображають умови конкуренції, що склалися на ринку.

Відомий економіст, лауреат Нобелівської премії Ф. Гайек (*або* Ф. Хайек) зазначив, що суспільства, які спираються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своїх цілей. Якщо ринок характеризується значною кількістю покупців і продавців, кожен з яких функціонує на ньому юридично незалежно, відсутні перешкоди, що заважають вільному входу на ринок та виходу з нього кожного суб'єкту і, нарешті, кожен із суб'єктів ринку не має достатньої економічної сили, щоб впливати на рівень цін на ринку, то взаємозв'язки між суб'єктами такого ринку є зв'язками конкуренції.

Конкуренції в сфері торгівлі притаманні такі особливості [5]:

- суб'єкти торговельної діяльності, особливо роздрібною торгівлі, переважно орієнтовані на територіально обмежений локальний ринок, розміри якого залежать від місцезнаходження об'єкту, його транспортної доступності для споживачів;

- підприємці можуть мати конкурентні переваги, що пов'язані з їх місцезнаходженням у районах зі значними потоками споживачів (так звані рентні переваги);

- конкурентоспроможність суб'єктів торговельної діяльності, в першу чергу, визначається конкурентоспроможністю товарів, що реалізуються. Рівень закупівельних цін, можливості отримання цінних знижок, якість і асортимент товарів посідають найважливіше місце в боротьбі за покупця;

- якщо розглядати торгівлю як глобального посередника між виробниками і споживачами, слід наділити представників ефективного торгового бізнесу здатністю враховувати, з одного боку, можливості виробника щодо випуску конкурентоспроможної продукції, з іншого – запити споживачів, обсяг та склад їх платоспроможного попиту.

Економічні реформи в Україні в останні десятиліття обумовили формування конкурентного середовища та прискорили розповсюдження конкурентних відносин на ринку товарів. Саме конкуренція стала механізмом, який активно стимулював трансформаційні процеси в усіх сферах суспільного життя, у тому числі і в торгівлі. Однак, трансформація економіки відбувалася з суттєвими протиріччями, що призвело до набуття конкуренцією дещо нецивілізованих форм.

Як кожне глобальне явище конкуренція має позитивні й негативні наслідки. Посилення конкурентної боротьби призводить не тільки до банкрутства суб'єктів ринку, які неспроможні протистояти своїм конкурентам, але й до виникнення явищ, що несуть на себе ознаки порушення конкурентних зв'язків. У науковій літературі розглядається коло питань, пов'язаних з проблемами розвитку конкуренції як головного елементу саморегулювання ринкових відносин у сфері торгівлі, а саме [6-8]:

- антиконкурентні дії суб'єктів господарювання чи бездіяльність, пов'язані з порушенням чинного законодавства, торгових правил та звичок, прав на інтелектуальні продукти, вимог добросовісності і справедливості;

- омана споживачів чи інших суб'єктів господарювання, спрямована на заміну в межах одного товарного ринку власним товаром чи послугою аналогічних товарів чи послуг конкурента, що користуються сталим попитом;

- неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання.

Таким чином, за оцінками фахівців, найгострішими проблемами розвитку конкуренції на ринках з конкурентною структурою, в тому числі, в сфері торгівлі, є нерівність умов конкуренції внаслідок порушень конкурентного законодавства. Вона проявляється під впливом інституційних обмежень, «тінізації» економіки і недобросовісної конкуренції.

Недобросовісна конкуренція є особливим видом порушення конкурентного законодавства. До неї відносять будь-які дії конкурентів, що суперечать правилам чесної підприємницької діяльності.

За законодавством України, конкретний перелік дій, які можуть характеризуватися як недобросовісна конкуренція, є невичерпним. У ньому наведені такі явища:

- дискредитація конкурента;

- купівля-продаж товарів, виконання робіт, надання послуг із примусовим асортиментом;

- порівняльна реклама;

- схвалення до бойкоту господарюючого суб'єкта (підприємця);

- схвалення господарюючого суб'єкта (підприємця) до розірвання договору з конкурентом;

- схвалення постачальника до дискримінації покупця (замовника);

- підкуп працівника постачальника;

- досягнення неправомірних переваг у конкуренції, що означає різноманітні форми нечесної конкурентної боротьби;

- копіювання зовнішнього вигляду виробу;

- неправомірне використання товару іншого виробника;

- неправомірне використання чужих рекламних матеріалів, позначень, упаковки тощо [9].

Глобалізація світової економіки, розвиток світогосподарських зв'язків та недосконалість законодавчої бази в галузі захисту інтелектуальної власності створили сприятливі умови для масового прояву недобросовісної конкуренції у вигляді так званого патентного тролінгу. Хоча це поняття розглядається, в першу чергу, в юридичній площині для регулювання питань, пов'язаних з інтелектуальною власністю, наслідки цього явища впливають на товарно-грошові потоки в сфері зовнішньої і внутрішньої торгівлі. Розглянемо явище патентного тролінгу детальніше.

«Патентними троями» називають компанії і приватних осіб, які в той чи інший спосіб отримують у власність безліч патентів і намагаються продати їх зацікавленим корпораціям за завищеною ціною. Головне завдання «патентних тролів» – отримати максимально можливий прибуток, а не обмежити використання об'єкта інтелектуальної власності. Вони, як правило, нічого не виробляють і заробляють гроші (не виходячи за рамки закону) на тому, що з правової точки зору умовно можна кваліфікувати як здирництво. Термін «Патентний троль» придумав юрист компанії Intel Пітер Деткін у 1999 році. У подальшому цей термін прижився і миттєво поширився всією територією Америки, а потім і всього світу.

Роль патентних тролів надзвичайно шкідлива. Придбані ними патенти використовуються для отримання грошей, так званих «відступних», з виробників, імпортерів і експортерів продукції або з метою блокування виходу на ринок підприємців з певними групами товарів. В Україні почався бум псевдовинахідників. За кілька останніх років у країні запатентовано стільки винаходів, скільки людство не винайшло за весь час свого існування. Цьому сприяло прийняття нового Митного кодексу: раніше, щоб внести інформацію про патент до спеціального митного реєстру, потрібно було заплатити до €1000.

Тріль ніколи не йде зі своїм патентом безпосередньо до імпортера. Судовий розгляд не здатний захистити такий патент, тому троль обирає інший алгоритм

дій. Насамперед, він звертається із заявою до митниці з проханням внести його «патент» у митний реєстр об'єктів інтелектуальної власності. Відтепер митна служба зобов'язана перевіряти всі товари, що проходять митне оформлення на предмет виявлення порушень прав власності. Після виявлення такого товару, процедура оформлення зупиняється, а інформація про порушення надається патентодержателю. Імпортер/експортер отримує інформацію з митниці про те, що він порушив право власності і його товар залишено до з'ясування обставин. У кульмінаційний момент «троль» звертається до імпортера з пропозицією викупити патент за певну суму або, наприклад, заплатити декілька сотень гривень з кожного контейнера, що перетнув кордон. При цьому необхідні суми завжди менше витрат на юридичний розгляд спірної ситуації. Підприємець ставиться перед вибором: заплатити троллю за використання його інтелектуальної власності або втратити всю партію товару, яку буде конфісковано державою, як контрафактну.

Захистом від недобросовісної конкуренції вважається врегульована законом діяльність держави, її компетентних органів і посадових осіб, які наділені відповідними повноваженнями. Українським законодавством передбачено реєстрацію промислових зразків за формальною процедурою проведення експертизи. Патент на промисловий зразок не обов'язково буде документом, що підтверджує право на використання саме результату інтелектуальної праці. Усе зводиться до формальної довідки, що фіксує вміння заявника правильно заповнювати реєстраційні форми.

Таким чином, є розуміння, що в цих правових питаннях не все врегульовано як на національному, так і на міжнародному рівнях [10]. Перед суспільством постає питання: в прогнозованому майбутньому з кіборгізацією, формуванням електронного уряду, відсутністю недоторканності особистого життя і спілкування через комп'ютерні мережі – в такому «прозорому» суспільстві, генеруючому інновації, можливо існування права на інтелектуальну власність, що поширюється на винаходи? Якщо «так», то як повинно співвідноситися глобальне і індивідуальне?

Відсутність відповідей на питання спонукає підприємців до пошуку протидій у бік «нахабних тролів», але ці ініціативні рішення скоріш відносяться до вміння українського торгового бізнесу виживати в будь-яких умовах. Інертність законодавчих органів призводить до того, що підприємці оформлюють або купують патенти на товари масового вжитку, які виробляють і реалізують. Надалі, став власниками відповідних документів і належним чином проінформовавши митну службу про свої права, вітчизняні товаровиробники, в разі виникнення потреби, зупиняють імпорту аналогічної продукції на територію країни. Це дозволяє на деякий час стати монополістом в галузі виробництва і реалізації нескладної продукції, наприклад, малярних валиків, і отримати конкурентні переваги на цьому вузькоспеціалізованому товарному ринку. Але це свідчить лише про винахідливість вітчизняних підприємців: натомість функціонування в прозорих урегульованих ринкових умовах вони змушені самі становитися троями.

Останнім часом в Україні ринок патентування стрімко розвивається, а разом з цим поширюються і зловживання правами винахідників. Саме тому важливо вже зараз вивчати зарубіжний досвід з метою захисту торговельних компаній, які дійсно прагнуть просувати вітчизняні товари та вишукують можливості кооперації з партнерами в ЄС, адже від цього в значній мірі залежить розвиток та прогресивне майбутнє української економіки.

Висновки. У результаті дослідження сформовані такі висновки:

1. Економічна частина Угоди про асоціацію між Україною та ЄС може дати позитивний ефект у разі динамічної гармонізації вітчизняного законодавства, зокрема в галузі боротьби з недобросовісною конкуренцією, і прагненням самих підприємців виробляти і реалізовувати товари, що відповідають європейській системі якості і безпеки.
2. Перехід учасників ринкових відносин у сфері торгівлі на ринкову концепцію розвитку викликає зміни в механізмі їх функціонування, орієнтуючи на застосування суто ринкових методів організації своєї діяльності.
3. Якщо суспільство прагне бути економічно розвиненим, воно повинне створювати сприятливі умови для розвитку ринкових конкурентних відносин, зокрема в сфері зовнішньої і внутрішньої торгівлі.
4. Посилення конкурентної боротьби призводить до виникнення явищ, що несуть на собі ознаки порушення конкурентних зв'язків. Одним із проявів недобросовісної конкуренції, на думку автора, є явище так званого патентного тролінгу, наслідки якого впливають на спрямованість і розмір товарно-грошові потоків на товарному ринку.
5. У сучасних реаліях торговельна діяльність суб'єктів господарювання як об'єкт державного регулювання потребує створення більш динамічного адаптаційного механізму захисту прав і інтересів учасників торговельних процесів з метою попередження, усунення або обмеження негативних проявів конкурентної боротьби.

Література.

1. Нацбанк заметил резкое ухудшение деловых ожиданий украинского бизнеса [Електронний ресурс] : LB.ua портал. — Режим доступа : <http://biz.censor.net.ua/events/2112/natsbank>. — Заголовок с экрана.
2. Крамар О. Глибоке європейське занурення / Олександр Крамар // Український Тиждень. — 2016. — № 1-2 (425-426). — С. 13-17.
3. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслинський, І. В. Смолін. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. — 384 с.
4. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі : монографія / Н. О. Власова, М. В. Чорна, М. В. Беляєва. — Харків : ХДУХТ, 2013. — 157 с.
5. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. — Х. : ХДУХТ, 2010. — 426 с.
6. Вертузаєва І. М. Конкуренція: стан ринку чи процес змагальності? / І. М. Вертузаєва // Наука і молодь : збірник наукових праць. — Гуманітарна серія. — К. : Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друку». — 2010. — С. 19-23.
7. Кавун О. О. Конкурентні переваги корпоративних торговельних мереж: зарубіжний досвід і вітчизняна практика формування / О. О. Кавун // Формування ринкових відносин в Україні : зб. НДЕІ М-ва економіки України. — 2010. — № 1. — С. 70-75.
8. Тейлор Д. В тени Wal-Mart : учебник по конкурентной борьбе независимого розничного предприятия с сетевым гигантом / Д. Тейлор, Д. С. Арчер. — М. : Изд-во Жигульского, 2002. — 216 с.
9. Джуринський О. О. Поняття та основні ознаки недобросовісної конкуренції / О. О. Джуринський // Університетські наукові записки. — 2009. — № 3 (31). — С. 155-161.
10. Усманов Ю. Патентування в Україні: як боротися з патентними війнами і тролінгом? [Електронний ресурс] / Юрій Усманов. — Режим доступу: <http://www.pravoconsult.com.ua/patentuvannya-v-ukrayini-yak-borotysya-z-patentnyimi-viynamy-i-trolingom/>. — Заголовок з екрану.

References.

1. "Nacbank zametil rezkoe uhdushenie delovoyh ozhidaniy ukrainskogo biznesa", [Online], available at: <http://biz.censor.net.ua/events/2112/natsbank>.
2. Kramar, O. (2016), "Hlyboke yevropeiske zanurennya", *Ukrainskyi Tyzhden*, vol. 1-2 (425-426), pp. 13-17.
3. Mazarak, A. A. Psheslinskyi, D. M. and Smolin, I. V. (2011), *Torhovelne pidpriemstvo: stratehiia, polityka, konkurentospromozhnist* [Merchant: strategy, policy, competitiveness], Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine, p.384.
4. Vlasova, N. O. Chorna, M. V. and Bieliaieva, M. V. (2013), *Ekonomichniy mekhanizm rehuliuвання pidpriemnytskoi diialnosti v rozdrubnii torhivli* [The economic mechanism of regulation of business in retail trade], KhDUKhT, Kharkiv, Ukraine, p. 157.
5. Chorna, M. V. (2010), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv rozdrubnoi torhivli: teoretyko-metodolohichni zasady ta praktychni instrumentarii* [Management of competitive retailers: theoretical and methodological principles and practical tools], KhDUKhT, Kharkiv, Ukraine, p. 426.
6. Vertuzayeva, I. M. (2010), "Konkurentsiia: stan rynku chy protses zmahalnosti?", *Nauka i molod : zbirnyk naukovykh prats, Humanitarna seriia*, Vyd-vo Nats. aviats. un-tu «NAU-druk», Kyiv, Ukraine, pp. 19-23.
7. Kavun, O. O. (2010), "Konkurentni perevahy korporatyvnykh torhovelnykh merezh: zarubizhnyi dosvid i vitchyzniana praktyka formuvannia", *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini : zb. NDEI M-va ekonomiky Ukrainy*, vol.1, pp. 70-75.
8. Tejlor D. and D. S. Archer (2002), *V teni Wal-Mart: uchebnik po konkurentnoj bor'be nezavisimogo roznichnogo predpriyatija s setevym gigantom* [In the shadow of Wal-Mart: A primer on the competition of the independent retailer with a network giant], Izd-vo Zhigul'skogo, Moscow, Russia, p. 216.
9. Dzhurynskiy, O. O. (2009), "Poniattia ta osnovni oznaky nedobrosovisnoi konkurentsi", *Universytetski naukovy zapysky*, vol. 3 (31), pp. 155-161.
10. Usmanov, Yu. "Patentuvannia v Ukraini: yak borotysya z patentnyimi viynamy i trolingom?", [Online], available at: <http://www.pravoconsult.com.ua/patentuvannya-v-ukrayini-yak-borotysya-z-patentnyimi-viynamy-i-trolingom/>

Стаття надійшла до редакції 05.06.2016 р.



ТОВ "ДКС Центр"