

НАУКА БЕЗ КОРДОНІВ
МІЖНАРОДНІ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

*XIV Міжнародна науково-практична
інтернет-конференція*

**«ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ
СУЧАСНОЇ НАУКИ»**

Тези доповідей

Частина 1

28 лютого 2019 р.



Дніпро
2019

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Куцак Ю. В., Коробейнікова Т. І. Безпечна передача даних у корпоративній комп'ютерній мережі.....	46
Шостак С. В., Коробейнікова Т. І. Організація захисту інформації в корпоративній мережі за допомогою симетричних алгоритмів шифрування.....	51

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

Akhmad I. M, Chmel V. V. Semantic features of the vocabulary of the English language.....	58
Козубська І. Г. Термінологія галузі біомедичної інженерії.....	64
Kozmina N. A. Preparatory exercises aimed to build monological speech skills.....	67
Narodovska O. M. Metaimage in the dynamics of the functional style of the text.....	71
Soroka L. T. Teaching grammar to adults.....	73

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Чаплінський Ю. Б., Руснак Л. І. Проблеми плагіату в підприємницькій діяльності та шляхи їх вирішення.....	78
--	----

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ПРОБЛЕМИ ПЛАГІАТУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Чаплінський Ю. Б.,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри товарознавства та маркетингу

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

м. Чернівці, Україна

Руснак Л. І.,

студентка факультету сфери обслуговування та харчових технологій

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

м. Чернівці, Україна

Плагіат – явище багатоаспектне й суперечливе у сприйнятті та у визначенні. Його можна розглядати в різних контекстах, зокрема у:

- 1) юриспруденції як порушення авторського права;
- 2) аксіології як вияв деструктивної трансформації цінностей, ціннісних парадигм і орієнтацій;
- 3) літературі як закономірний вислід розвитку літературного процесу (постмодернізм) і як присвоєння авторства (інтелектуальна крадіжка);
- 4) етиці як порушення етичного кодексу тієї чи іншої професії тощо та на різних рівнях, наприклад, аналізуючи явище плагіату як прояв академічної нечесності [1].

Проблема поширення плагіату в Україні постає дедалі гостріше. Він поширюється не тільки в освіті та науці, а й серед значної частини «новостворених» брендів. Імітація товарів всесвітньо відомих брендів перетворилася в Україні на безкарний і прибутковий бізнес. Вони стають серйозною проблемою як для іноземних відомих брендів, так і українських: вітчизняні компанії-імітатори, як правило, відстежують популярність того чи іншого продукту, а потім випускають свій, який зовні лише трохи відрізняється від оригіналу [2]. Що відоміший знак, то більша спокуса деяких виробників використовувати його з метою легкої наживи і просування своїх, часто неякісних, товарів на ринок.

Сьогодні об'єктами несумлінної конкуренції найчастіше стають товари продовольчої групи і промислові товари масового споживання [3]. Саме слово «плагіат» пішло з латині, де «plagio» означало «викрадаю». Тому плагіат – це синонім слова «крадіжка». Це два поняття, між якими можна поставити знак рівності. В українському суспільстві належного розуміння цього поки що немає. Тому, на жаль, боротьба з плагіатом на даний момент безуспішна [4].

В законі України «Про авторське право і суміжні права» є визначення плагіату [5, с. 50]. Це оприлюднення чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору. Тобто, використання чужого малюнку під своїм іменем – плагіат.

Кримінальний кодекс України містить окрему статтю, за незаконне використання торговельної марки [6]. Якщо хтось незаконно виготовляє або здійснює продаж товарів під відомою ТМ – це можна вважати підробкою (копією) і за це є більш сувора відповідальність. Додатково варто зазначити такі види запозичення, як імітація (фірмового стилю) та пародія. Пародія, на відміну від інших видів запозичення, не є порушенням прав, оскільки має сатиричний характер [7].

Якщо мова йде про захист інтелектуальної власності, то перше, що треба знати молодим брендам – захищається не ідея, а її реалізація. Є три основи захисту бренду: авторське право, патент та знак для товарів і послуг (торгівельна марка, ТМ). Вони відрізняються, тому для максимального результату їх краще комбінувати. Авторське право захищає твори, тобто все, що може бути надруковано на речах: принти, візерунки, написи, фото, тощо. Патенти захищають зовнішню форму речей, їх функціональні особливості чи технологію виготовлення. ТМ – це те, що ми звикли називати «брендом». Це може бути назва бренду, його логотип, або їх поєднання. Інколи в якості ТМ також реєструють слогани, упаковки, кольори.

Для того, щоб уникнути незаконного присвоєння ТЗ часто на товарах присутнє попереджувальне маркування: ® -*Reg d* – для зареєстрованих ТЗ. Може бути також дано більш повне повідомлення про реєстрацію (наприклад, у США – «*Registered in US Patent office*», «*Reg US Pat off*» або «*Registered Trade Mark*»).

Провідні практикуючі спеціалісти вважають, що для захисту ТМ необхідно:

- Розробити стратегію захисту інтелектуальної власності. Вона допоможе захиститися та зекономити капіталовкладення;
- Запатентувати не товар в цілому, а тільки деякі його елементи. Наприклад, Adidas окремо патентує підошву, а Nike верхню частину взуття, вишиті візерунки та технологію виробництва. Патент захищає від копіювання фірмової властивості самої речі та дозволяє отримати монополію в цьому сегменті;
- Впізнаваний принт бренду чи ексклюзивний малюнок краще зареєструвати в якості авторських прав. Якщо реєстрації не було, а речі бренду вже скопіювали, то в суді можна надати докази авторства: ескізи, вихідні файли. Публікація твору, навіть у соціальних мережах, або

наявність свідків створення малюнку – це також ті докази, які можуть бути прийняті в суді.

- Якщо річ чи частину речі розробив залучений дизайнер чи автор, то з ним обов'язково треба підписати договір на передачу авторських прав. Потім це захистить від звинувачень у плагіаті, вимог виплатити авторську винагороду (рояліті), та від того, що винахід буде проданий тим автором ще комусь [8].

Отже, проблема плагіату є проблемою системною, соціально значущою і для України, і для світу та проявляється на всіх рівнях, що виступають більш або менш значимими складниками життєвого простору людини, – міжнародному, загальнодержавному, особистісному. Мусимо визнати, що побороти плагіат навряд чи можливо, тому ми пропонуємо такі рішення для боротьби з плагіатом: легалізувати та оформити бізнес; запатентувати як товар в цілому, так і його окремі частини; підписати договір.

Література:

1. Плагіат у соціально-комунікаційному вимірі початку XXI століття: природа явища та історія боротьби [Електронний ресурс] / Режим доступу:

http://chtyvo.org.ua/authors/Ryzhko_Olena/Plahiat_u_sotsialnokomunikatsiinomu_vymiri_pochatku_KhKhI_stolittia_pryroda_iavyscha_ta_istoriia_bor/

2. Плагіат в Україні стає серйозною проблемою вітчизняних і світових брендів [Електронний ресурс] / Режим доступу:<https://news.finance.ua/ua/news/-/257085/plagiat-v-ukrayini-staye-serjznoyu-problemoyu-vitchyznyanyh-i-svitovyh-brendiv>

3. Як захистити свій бренд [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://dt.ua/ECONOMICS/yak_zahistiti_sviy_brend,_abo_zamovimo_slovo_za_tovarni_znaki.html

4. Плагіат = Крадіжка [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/plagiat-kradizhka>
5. Про авторське право і суміжні права [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
6. Кримінальна відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності (законодавство України та міжнародна практика) [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.academia.edu/20197747/Кримінальна_відповідальність_за_порушення_прав_інтелектуальної_власності_законодавство_України_та_міжнародна_практика_
7. Як молодому бренду захиститися від плагіату [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-things/263683-yak-molodomu-brendu-odyagu-zahistititsya-vid-plagiatu>
8. Як вижити в моді [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://bestin.ua/people/person/kak-vyzhit-v-mode-rasskazyvaet-feshn-yurist-maksim-popov/>