

ускладнюється необізнаністю даних осіб та їх родичів щодо можливостей використання консульських установ нашої держави. Проведення роз'яснювальної роботи серед осіб, які можуть стати жертвою будь-якого злочину, і не тільки торгівлі людьми, може зменшити ризики потрапляння в залежність від злочинних груп. Активна робота закордонних органів зовнішніх зносин спільно з національними компетентними органами щодо інформування населення України та осіб, які виїжджають за її межі з метою профілактики даного виду злочинів допоможе скорегувати та прийняти відповідні заходи щодо забезпечення захисту прав людини.

Список використаних джерел:

1. Консульський захист [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gdansk.mfa.gov.ua/ua/consular-affairs/protection>
2. Надзвичайні ситуації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gdansk.mfa.gov.ua/ua/consular-affairs/emergency>
3. Офіційний вісник України від 18.07.2008. – 2008 р. – № 50, стор. 183, стаття 1661.
4. Офіційний сайт МЗС України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mfa.gov.ua

УДК 12.00.1

Плюта Ольга Анатоліївна
Самозайнята особа адвокат

ПРАВО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ІНДУСТРІЇ МОДИ В СТРУКТУРІ УКРАЇНСЬКОГО ЗАКОНОДАВТЦВА

В статті досліджується питання створення в структурі українського права самостійної правової галузі – «право інтелектуальної інтелектуальна власність індустрії моди» (інтелектуальне право) об'єктивно вимагає адекватного законодавчого оформлення, тобто створення відповідного підрозділу в структурі українського законодавства. Прийняття Кодексу, який регулює відносини, що виникають з приводу створення та використання всіх видів об'єктів інтелектуальної власності індустрії моди, має завершити процес закріплення права інтелектуальної власності індустрії моди в науці, праві і законодавстві України.

Ключові слова: право власності індустрії моди, законодавство, Fashion law, інтелектуальне право, індустрія моди.

Розглядаючи право інтелектуальної власності індустрії моди, як самостійної структурно і організаційно відокремленої-правової сутності, необхідно визначити її місце у системі права і законодавства. Це не просте питання, оскільки він пов'язаний з низкою теоретичних і практичних проблем.

Якщо зазирнути навіть у недалеке минуле, то відразу можна відзначити, що у вітчизняній правовій літературі і раніше висловлювалися пропозиції про закріплення в єдиному нормативно-правовому акті найбільш загальних положень, що відносяться до різних видів результатів інтелектуальної діяльності.

Так, у 40-х роках було висунуто пропозицію про створення загальної частини для авторського та винахідницького права від Я. Іонас, Т. А. Фадєєва та ін. У 70-х роках пропонувалося створити загальний закон про науку (С. А. Рассудовський), закон про охорону наукових ідей (К. А. Белиловський). У 80-х роках звучала думка про вироблення узагальнюючого акту про науково-технічний прогрес (В. А. Дозорцев).

Отже, можна вважати, що можливість створення єдиного закону в доктрині визнавалася, але при цьому не було й мови про спробу сконструювати єдиний правовий інститут, який регулює правовідносини у сфері інтелектуальної діяльності індустрії моди.

Що стосується сучасного періоду, то тут слід зазначити еволюцію поглядів на користь розробки єдиної галузі права, галузі законодавства з проблем права інтелектуальної власності індустрії моди. Вище наводилися, наприклад, думки Е. В. Халіпової, суть яких зводиться до необхідності мати самостійну правову галузь «Право інтелектуальної власності»

(інтелектуальне право), теоретичної і практичної значущості узагальнюючих теоретичних розробок, які зосередилися б на виявленні сутності та єдності правового режиму всіх видів об'єктів права інтелектуальної власності в тому числі і інтелектуальної власності індустрії моди.

Спостерігається еволюція поглядів і у В. А. Дозорцева. У 1993 році він вважав, що об'єкти інтелектуальної власності індустрії моди не мають загального правового режиму (наприклад, він зазначав, що виключне право закріплюється лише на винаходи і промислові зразки, але не на відкриття і раціоналізаторські пропозиції тощо). Далі він вказував на те, що загальні риси, властиві різним об'єктам інтелектуальної власності, «мають суто юридико-технічний характер і не містять достатньо матеріалів для об'єднання в законі» [1, с. 38-41].

Узагальнення положень з окремих відокремлених законів про види виключних прав спеціального формулювання, логічно вибудованої, послідовної системи, усунення неузгодженостей і суперечностей, заповнення прогалін. Загальні положення, на його думку, повинні включати в себе правила, що стосуються поняття виключних прав і відповідно їх змісту, коло об'єктів цієї групи прав і суб'єктів-носіїв цих прав, їх зміст правочинів, способів розпорядження правами, підстав виникнення прав, дії цих прав у часі і просторі, поняття порушення прав та способів їх захисту. Загальні положення для всіх видів інтелектуальної діяльності, – підкреслює автор, виражають відмінності у властивостях результатів інтелектуальної діяльності від речових об'єктів. Відмінність різних видів інтелектуального продукту теж потребує спеціального правового регулювання, зазначає В. А. Дозорців, але це, на його думку, предмет вже особливої частини, під єдиною системою, які теж вже реально склалися, об'єктивно існують і потребують лише чіткого організованого вираження і закріплення.

Безумовно, система права і система законодавства, галузь права і галузь законодавства - поняття не збігаються. Але в той же час абсолютної автономії тут немає. В принципі, в основі побудови системи законодавства лежить система права. У той же час в основі галузі права завжди міститься одна або декілька галузей законодавства. І в цьому останньому варіанті мова може йти про комплексної галузі.

Таким чином, завдання полягає в тому, щоб виявити об'єктивні передумови і сформулювати підстави і принципи для об'єднання правового регулювання різних об'єктів інтелектуальної власності індустрії моди в єдину правову систему, складову основу відповідної галузі права.

Створення галузі «право інтелектуальної власності індустрії моди» (інтелектуальне право) дозволяє дати чіткі визначення загальних положень в області правового регулювання результатів інтелектуальної діяльності і тим самим уникнути їх повторення в усіх нормативно-правових актах, присвячених окремим об'єктам інтелектуальної інтелектуальна власність індустрії моди, що буде сприяти появі у структурі російського права і законодавства системи правових норм, що регулюють суспільні відносини у сфері інтелектуальної інтелектуальна власність індустрії моди.

Як було показано, ідея узагальнення правових норм, що регулюють право інтелектуальної інтелектуальна власність індустрії моди, і конструювання відповідної галузі права в даний час користується підтримкою ряду вчених. Серед них – Т. М. Шамба, Е. В. Халипова, Н.М. Кейзеров і інші.

Оскільки дослідження проблем інтелектуальної власності індустрії моди ведеться в основному представниками науки цивільного права, йдеться, у багатьох випадках, як правило, про необхідність створення правового інституту в рамках цивільного права.

Нормативно-правова база регулювання інтелектуальної власності індустрії моди являє собою розгалужену систему, що включає в себе акти, різні за юридичною силою, територією, на яку вони поширюються, та за колом осіб. В самому загальному вигляді цю систему можна представити наступним чином: міжнародно-правові акти, прийняті в рамках Всесвітньої організації інтелектуальної власності (її спеціалізованих установ); угоди між окремими державами; національне законодавство. Місце права інтелектуальної власності індустрії моди в

системі українського права і законодавства визначено статтями 41,54 Конституції України і узагальненому понятті інтелектуальна власність.

Правове регулювання відносин, що виникають з приводу створення та використання результатів інтелектуальної діяльності індустрії моди, виходячи з Конституції України, має бути представлено комплексною галуззю «Право інтелектуальної власності індустрії моди» (інтелектуальне право), закріпленої у нормах Кодексу інтелектуальної власності України.

Як показує аналіз законодавства про інтелектуальну власність індустрії моди, в нього входять юридичні норми, характерні для ряду галузей права, в тому числі: конституційно-правові; адміністративно-правові; фінансові; цивільно-правові; трудові; інформаційні; юрисдикційні норми, що регламентують питання відповідальності за порушення законодавства та порядок їх реалізації.

Конституційно-правові норми становлять ідейну основу сучасного законодавства про інтелектуальну власність. Це, насамперед, положення про свободу творчості, свободу думки, слова, думки, недоторканність особистого життя, право на доступ до інформації та культурних цінностей. Іншими словами, роль Конституції та інших актів конституційного законодавства у регулюванні питань інтелектуальної власності індустрії моди важко переоцінити.

Адміністративно-правові норми – характеризують систему управління і контролю за інтелектуальними правами.

Фінансові норми – розкривають порядок фінансування державою та муніципальними органами у сфері створення об'єктів інтелектуальної власності індустрії моди.

Велике значення в структурі інтелектуальних правовідносин належить інформаційним, а також правовим відносинам з приводу використання пам'яток культури та інших культурних цінностей.

Цивільно-правові норми регулюють відносини у зв'язку з реалізацією виключного права, а також договірні відносини. На інтелектуальну власність індустрії моди поширюються загальні засади спадкування, що встановлені цивільним законодавством.

Трудові норми – характеризують відносини творця творчого результату з адміністрацією підприємств, установ, організацій щодо службових творів.

Процесуальні норми – спрямовані на здійснення у встановленій законом процесуальній формі прав і законних інтересів авторів об'єктів інтелектуальної власності індустрії моди.

У той же час, на наш погляд, можна говорити і про якісно новому типі правових відносин у сфері створення і використання об'єктів інтелектуальної власності індустрії моди. Своєрідне, часом химерне поєднання різних правових норм, правовідносин та методів правового регулювання, специфіка об'єкта створюють специфічні правовідносини, які можуть бути названі інтелектуальними правовідносинами.

Природа їх зумовлена характерними властивостями об'єктів інтелектуальної власності індустрії моди, а також двоєдиною їх природою, призначенням служити, як інтересам особи, так і суспільству, в самому широкому розумінні цього слова.

Історія fashion law доволі молода. Перша згадка про галузь датується 2000 роком, коли було опубліковано дисертацію в Університеті Женеви – «Міжнародне право моди», але тоді не набуло широкого розголосу. В подальшому, друга офіційна згадка датується 2004 роком, коли в авторитетному французькому виданні з'явилась стаття Анабель Гоберті про «право речей класу люкс» або іншими словами – «право розкоші».

В 2006 році на базі Fordham School of law, професор Сьюзан Скафорд заснувала перший курс fashion law, який подальшому був трансформований в повноцінний підрозділ Fordham University- Fashion Law Institute. На даний момент право модної індустрії активно розвивається: все більше міжнародних юридичних компанії вписують в свої практики «Fashion & beauty», «Fashion & luxury goods», «Retail&Fashion», «Business of fashion»; відкриваються навчальні заклади із можливістю отримати ступінь магістра права моди; формуються професійні об'єднання юристів права моди.

В Україні тривалий час fashion law існувати не могло. Адже історія української моди не менш важка, як і країни. В Україні мода формувалась доволі довго і важко. Ті українці, що

стоять біля витоків української моди, добре знають, яких зусиль їм коштували створити саме поняття «української моди». Такі старожили, як Andre Tan, Litkovskaya, PODOLYAN, Poustovit, Oksana Muha, Victoria Gres, Ольга Громова, Михайло Воронін, Diana Dorozhkina, Oksanakaravanska, Ірина Данилевська, Дар'я Шаповалова робили це завдяки величезним власним зусиллям і талантам, і робили це в ті часи, коли ніхто не сприймав ні українські бренди, ні українських дизайнерів. У той момент біла відсутня довіра до українського, відсутність культури одягатись в принципі (від Радянського союзу нам дісталась дуже погана практика).

Економічна ситуація України в 90-х чи навіть 2000-х, яка ледве кілька років, як проголосила незалежність, аж ніяк не сприяла попиту на якісне. Китайська одяжка, жаклива на вигляд і дотик було раєм для українців після темного-синьо-сірого немодного однотипного радянського минулого.

Виборюючи собі нішу, мода в Україні все таки з апломбом про себе заявляла. Перший Ukrainian Fashion Week формату prêt-à-porter (1997 року), що став безпрецедентною подією на теренах Східної Європи, Mercedes-Benz Kiev Fashion Days, Fashion Scout Kiev, Неделя моди із Дар'єю Шаповаловою), окремі успіхи українських дизайнерів за кордоном, міжнародний фестиваль моди та стилю «Випадкові свідки» (проект існував з 2007 року у місті Запоріжжі, проект став основою дослідження автора роботи впродовж сьоми років).

Тим не менше. В травні 2014 року у своєму інтерв'ю Оксана Караванська зазначила «Парадокс полягає в тому, що український споживач не вірить одягу, зробленому в Україні. Натомість будь-яке дрантя із лейблом «Зроблено в Італії, Іспанії, США...» або навіть «Зроблено у Китаї» викликає у нашого споживача більше довіри, ніж українське... Українська мода так і не стала індустрією».

Чи дійсно це так? Зараз Україна переживає шалений ажиотаж на моду. Сподіваюсь, низка подій упродовж 2014-2016 років назавжди змінили майбутнє України на світовій карті модної індустрії. Революція гідності, російська агресія, криза, збільшення курсу валюти в тричі, небувале подорожчання імпорту, розвиток СММ маркетингу, гучний розголос проекту «В пошуках Made in Ukraine», активізація молоді – все склалось в одну лінію і на українському ринку стався вибух. Небувалий ріст і розвиток українського виробництва за останні два роки, попит, здорожчання імпорту, і мода на українське зробили свою справу. Про fashion industry заговорили голосно. Не лише у вузьких колах. Не лише як про «гру в розкіш». А з розмахом і на весь світ. Українські дизайнери відкривають свої шоу-руми за кордоном, українські бренди обирають голлівудські зірки, українські магазини з товарами українського виробника конкурують із світовими гігантами street-style одягу. Як зазначила Дар'я Шаповалова, «У самій Україні народилася вже друга хвиля молодих людей, для яких мода – це саме мода, і ніщо інше».

В цьому бурхливому творчому хаосі Fashion law покликане обслуговувати правові питання індустрії моди, які виникають з моменту дизайнерського задуму та протягом усього часу, поки річ крокує до оселі споживача. Основу fashion law складає цивільне право, господарське право, право інтелектуальної власності, Іт-право, міжнародне комерційне право, трудове право. Саме fashion law вирішує проблеми порушення прав на торгівлю марку чи комерційне найменування, використання патентів, застосування факторингу та надання ліцензій, інвестування, недобросовісної конкуренції, імпорту та експорту одягу, взуття, та аксесуарів, податкові та митні зобов'язання, працю моделей, діяльність модельних шкіл та модельних агенств. Саме ця комплексна галузь покликана регулювати відносини спільноти дизайнерів, власників бізнесу, байєрів, стилістів, модних інсайдерів, мас-медіа в сфері моди. Як писав Ларс Свендсен: «Мода стала одним із найбільш впливових феноменів Західної цивілізації з часів Ренесансу» [2].

Тим не менше, досі існують саркастичні нападки на право моди, у людей, далеких від індустрії, які асоціюють fashion law із практикою одягати дизайнерський одяг та відвідувати модні покази. Тим не менше, мода – це серйозний глобальний бізнес, який потребує юридичного супроводу, глибокого розуміння галузі та потреб індустрії. Право моди – це нова

галузь, яка, базуючись на історії одягу та культурі споживання, заповнила нішу, що утворилась внаслідок трансформації сучасної легкої та швейної промисловості, та формування глобальної та української модної індустрії.

На даний момент, українська мода, як і fashion law, перебувають на етапі свого становлення, але поруч із необхідністю розвитку виробництва українського ринку дизайнерських товарів, формування міжнародного модного іміджу України та інтеграції в глобальний світовий бізнес у сфері моди, є необхідність забезпечення правових аспектів діяльності модної індустрії в Україні та в світі. І ця необхідність буде впевнено зростати по мірі розвитку українського fashion ринку.

На наш погляд, значення формування єдиної правової галузі права інтелектуальної інтелектуальна власність індустрії моди (інтелектуального права) набагато глибше. Насамперед воно передбачає вироблення єдиного підходу до теоретичних основ правового регулювання відносин, що виникають з приводу результатів інтелектуальної діяльності. Визначившись у концептуальних питаннях, буде значно легше розробити види правових режимів для окремих об'єктів інтелектуальної власності індустрії моди.

Можна сказати, право інтелектуальної власності індустрії моди (інтелектуальне право) є новою галуззю українського законодавства, що перебуває в процесі свого становлення і формування.

Список використаних джерел:

1. Дозорцев В. А. На ринку ідей // Закон. – 1993. – № 4. – С. 38-41.
2. Свендсен Л. Философия моды / Ларс Свендсен; [пер. с норв. А. Шипунова]. – М.: МГУКИ, 2003. – 256 с.

УДК 338.5:658

Коненко Виталина Владимировна

Кандидат экономических наук

Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖКХ

Проведен анализ составляющих информационного обеспечения принятия управленческих решений. Выделены особенности применения в практике хозяйствования современных предприятий различных информационных технологий, технических средства и программного обеспечения. Определены ограничения в использовании, а также выделена специфика программного обеспечения для осуществления управления затратами предприятий ЖКХ. Обоснован выбор методологии функционального моделирования IDEF0 в качестве программного обеспечения предлагаемой информационной модели. Предложена схема информационного обеспечения механизма управления затратами предприятий ЖКХ.

Ключевые слова: ЖКХ, управление затратами, информационное обеспечение, программное обеспечение, моделирование, механизм управления затратами.

Одним из условий эффективной реализации концепции управления затратами предприятий ЖКХ является разработка её организационного обеспечения. Информационные технологии, проникая во все сферы деятельности предприятия, позволяют повышать эффективность управления, предоставляют огромные возможности для повышения эффективности управления затратами предприятий ЖКХ.

В последние годы заметно возрос интерес ученых к проблемам жилищно-коммунального хозяйства, поскольку трансформационные изменения в экономике Украины крайне негативно отразились на эффективности деятельности предприятий отрасли. Анализ публикаций по отраслевой тематике [1-5] подтвердил наличие ряда нерешенных научно-практических задач в управлении затратами предприятий ЖКХ, имеющих специфические особенности