

<https://www.minre.gov.ua/news/kilkist-vnutrishno-peremishchenyh-osib-vpo-v-ukrayini-perevshchyla-8-mln-lyudey-zvidky-y-kudy>.

2. Європейська бізнес асоціація. Дослідження ринку праці України [Електронний ресурс] / Європейська бізнес асоціація. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://eba.com.ua/doslidzhennya-rynku-pratsi-ukrayiny/>.

3. Національний банк України. Коментар Національного банку про поточний стан та перспективи економіки України [Електронний ресурс] / Національний банк України. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://new.bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-pro-potochniy-stand-ta-perspektivi-ekonomiki-ukrayini>.

Batenko L. P.,

PhD, Professor, Professor of Management Department,
liudmyla.batenko@kneu.ua

Kudlai L. O.,

6-year student of
Faculty of economics and management, management department,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
liubov.kudlai@kneu.ua

TOOLS OF MANAGEMENT IN TERMS OF WAR

Summary. The study summarizes information on the peculiarities of preparation for crisis periods, indicates the main methods of ensuring the functioning of Ukrainian enterprises in the conditions of war, describes the differences in the management of local companies and those that are part of international corporations.

Key words: crisis management, military actions, management tools, relocation, work with personnel, corporate social responsibility, charity.

Бовш Л.А., к.е.н., доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Державний торговельно-економічний університет,
l.bovsh@knute.edu.ua

Міщенко В.Р., студентка 4 курсу,

факультет ресторанно-готельного і ресторанного бізнесу,
Державний торговельно-економічний університет
mischenko11era@gmail.com

ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ РЕСТОРАННОГО БРЕНДУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Анотація. Після широкомасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року, чимало міжнародних ресторанних брендів зазнали нападу з боку російського бізнесу, який намагається незаконно привласнити корпоративну ідентичність бренду у комерційних цілях. Метою дослідження стало опрацювання правових інцидентів та визначення заходів до убезпечення брендів від крадіжок інтелектуальної вартості.

Фіксація правопорушень щодо інтелектуальної власності створює правовий прецедент до формування індивідуальних та спільних позовів до міжнародних судів, впровадження додаткових санкцій, зокрема обмежень через СОТ. Після закінчення війни російським правопорушникам потрібно буде відшкодувати не лише репутаційні втрати, але й фізичну шкоду та упушені комерційні вигоди брендам.

Ключові слова: ресторанний бренд, інтелектуальна власність, військова агресія, Україна

Актуальність. Реалії військового стану в Україні диктують нові правила до існування. Під час повномасштабної агресії суспільство і бізнес переймається більш буденними питаннями та проблемами часто нехтує законами. Це стосується не лише територій, мови, культури, але й результатів інтелектуальної роботи. Уроки історії показують, що відповідати прийдеться за всі протиправні дії. У своїй діяльності

економічний суб'єкт має керуватися нормами права, в тому числі міжнародного, що захищає бізнес від несанкціонованих посягань. Тому дослідження випадків порушення інтелектуального права, зокрема суб'єктами ресторанного бізнесу є актуальним.

Постановка завдання. Інтелектуальне право покликане захищати бізнес та його інтелектуальні здобутки від крадіжок, інформаційних атак, в тому числі кібератак та кіберінцидентів, що шкодять репутації брендів та його власників, а також спричиняють додаткові фінансові витрати і втрати. Фіксованими з 2014 року випадками порушеннями інтелектуальних прав і власності є саме технології виробництва та брендингу. Метою дослідження стало опрацювання правових інцидентів та визначення заходів до забезпечення брендів від крадіжок інтелектуальної вартості

Результати дослідження. Повномасштабна війна на території України спричинила тотальні санкції та вихід іноземних компаній з ринку країни-агресора. Російські компанії, користуючись безкарністю [1], вирішили просто вкрасти інтелектуальну власність близько півсотні міжнародних брендів. До них належать Durex, Apple, Mastercard, BMW, Chanel, McDonald's та інші [2]. Більшість новостворених російських брендів повністю повторюють оригінали, наприклад, копія McDonald's, чи «Идея» замість ІКЕА. Щодо українських брендів плагіатити почали ще раніше. Це пов'язано з окупацією Криму та війною на сході України. Так, ще у 2014 році, після анексії Криму, замість McDonald's там з'явився русбургер [3], а також копія мережі ресторанів KFC із співзвучною назвою CFC, з 2018 року уже існував бренд в Росії під назвою «Еда и точка», з 2022 року замість McDonald's – «Вкусно - и точка» [4; 5]. А ще, мережа кав'ярень Starbucks тепер Stars Coffee. А замість русалки на логотипі – дама в кокошнику [6]. Чудовим прикладом також слугує інцидент Львівської майстерні шоколаду: ще в 2018 році власник розмістив на своїй сторінці в Facebook пост про те, що російський конкурент «Московская шоколадная мануфактура» скопіював логотип українського виробника та використовував його на своєму сайті [7].

Тож власникам бізнесу в Україні потрібно бути насторожі, щоб свої здобутки, отримані сумлінною працею, не втратити. Для цього потрібно бути ознайомленими з поняттями «інтелектуальної власності» та своїми правами, а також знати куди звертатися з питаннями порушення права на інтелектуальну власність.

Право інтелектуальної власності – це право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт права інтелектуальної власності, визначений цим Кодексом та іншим законом (ст. 418 ЦК). Охоплює права, що відносяться, зокрема, до винаходів, промислових зразків, товарних знаків, фірмових найменувань тощо [8].

В Україні владні повноваження у сфері інтелектуальної власності делеговані Національному органу інтелектуальної власності (НОІВ). Функції НОІВ наразі виконує Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент). У зв'язку з воєнною агресією російської федерації проти України, виконання НОІВ владних повноважень організовано належним чином [9-12]. Бо, як правило, на використання чужої інтелектуальної власності потрібен дозвіл (ліцензія), і воєнний стан нічого не змінює, адже відновлення та підтримка економіки має базуватися на дотриманні прав, у тому числі й інтелектуальної власності. Інакше бізнес ризикує рано чи пізно бути втягнутим у конфлікт, а потенційно і судовий спір, який поглинатиме необхідні для розвитку ресурси.

Підтримка бренду знаходиться у фокусі репутаційного захисту. Так, співпраця з країно-агресором негативно впливає на споживчу лояльність у міжнародному середовищі, адже сьогодні цифровізація відносин розширює межі конкуренції – глобалізують торговельні території міжнародних брендів. Деякі міжнародні бренди закладів харчування (наприклад, Burger King, керуюча компанія Restaurant Brands International) продовжують роботу у країні агресора, аргументуючи рішеннями третьої сторони, з якою вони не можуть розірвати стосунки без їхньої згоди чи умови франшизи, але, апріорі, все пояснюється значним ринком збуту.

Вищезазначені правові інциденти потребують розробки підходів до захисту інтелектуальної власності ресторанних брендів. Відповідно, щоб захистити інтелектуальну власність потрібно зафіксувати ідентичність бренду та право власності на нього, запатентувати ТМ, ідею, логотип тощо. Коли відбувається використання інтелектуальних активів без згоди власника, задіювати усі юридичні і соціальні (соціальні мережі) важелі. Нерідко виявляється, що порушник просто ще не усвідомлює незаконності своїх дій і готовий до оперативного врегулювання. Таким чином, щоб захистити патентні права на інтелектуальну власність, варто [9-13]:

- реєструвати права інтелектуальної власності з отриманням свідоцтва;
- контролювати імпорту товарів (багато країн дозволяють реєструвати товарні знаки та авторські права у митних органах, це дозволяє працівникам митниці конфіскувати товари, які порушують зареєстрований товарний знак або авторські права);
- подати заяву на додатковий захист інтелектуальної власності;
- можливість припинення плати за патенти;
- запроваджувати санкції через механізми СОТ;
- надавати пояснення та комунікувати зі споживачами і партнерами, зокрема через соціальні мережі та ЗМІ тощо.

Зазначені заходи впливають не лише на економічні стягнення з порушників інтелектуального права, але й формують соціально-політичний резонанс відношення до російської влади та її громадян як ненадійних партнерів і гарантів, співпраця з якими осуджується в споживчому та комерційному середовищі.

Висновки. Сьогодні на тренді глобальної цифровізації суспільних і економічних відносин в країні відбувається інтелектуальний розвиток в науці та бізнесі, розквіт творчості, що відображають українську культуру, українську ідентичність та реалії. Теж саме стосується і брендів ресторанів. Тому захист інтелектуальних прав і власності є пріоритетним завданням і перспективним полем академічних досліджень, зокрема після завершення військового тероризму Росії, коли міжнародні суди відшкодують брендам завдані збитки.

Список використаних джерел

1. *Korrespondent* (2022). В РФ офіційно дозволили красти інтелектуальні власність. URL: <https://korrespondent.net/world/russia/4461838-v-rf-ofytsyalno-razreshyly-vorovat-yntellektualnuui-sobstvennost>
2. Семеній Ю. (2022). Марки, кораблі і авторські права під час війни. URL: <https://thepage.ua/ua/experts/chomu-varto-dotrimuvatis-avtorskih-prav-pid-chas-vijni>
3. Токар І., Аннітова І. (2022). Схеми ребрендингу. Як відомі торгові марки ховаються від санкцій в Криму. URL: <https://ru.krymr.com/a/sankcii-krym-torgovye-marki/30584007.html>
4. *Nua.in.ua* (2022). McDonalds почав розслідування з приводу крадіжки бренду. URL: <https://nua.in.ua/novosti/ukraina/mcdonalds-nachal-rassledovanie-po-povodu-krazhi-brenda-boevikami-lnr/>
5. Павлиш О. (2022). Регіональна мережа готова судитися з новими власниками колишнього McDonald's в РФ через назву. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2022/06/15/688163/>
6. Симоненко К. (2022). Торгівля краденим: що можуть зробити міжнародні бренди в захисті своїх прав, коли росія вкрала інтелектуальну власність. *RAU*. URL: <https://rau.ua/novyni/brendi-zahist-prav-intelektualnu/>
7. Шкиль Л. (2022). Московська шоколадна фабрика вкрала логотип «Львівської майстерні шоколаду». URL: <https://mc.today/moskovska-shokoladna-fabrika-vkrala-logotip-lvivskoyi-majsterni-shokoladu/>
8. Цивільний Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 10.10.2022).
9. *Everlegal* (2022). Особливості захисту інтересів осіб у сфері інтелектуальної власності у період дії воєнного стану. URL: <https://everlegal.ua/osoblyvosti-zakhystu-interesiv-osib-u-sferi-intelektualnoyi-vlasnosti-u-period-diyi-voennogo-stanu>
10. Охорона прав інтелектуальної власності в умовах воєнного стану. *Закон і Бізнес*. [URL: <https://zib.com.ua/ua/151006.html> (дата звернення: 25.10.2022)].
11. Потоцький М. (2022). Охорона прав інтелектуальної власності в умовах воєнного стану. URL: <https://zib.com.ua/ua/151006.html>
12. Як захистити інтелектуальну власність. *First Legal юридична компанія*. URL: <https://firstlegal.com.ua/yak-zahistiti-intelektualnu-vlasnist/> (дата звернення: 06.10.2022).

13. *Harbar.legal*. (2022). 5 способів безкоштовно і ефективно захистити власну інтелектуальну власність.
URL: <https://harbar.legal/en/blog/5-sposobiv-bezkoshtovno-i-efektivno-zahistiti-vlasnu-intelektualnu-vlasnist>

L. Bovsh, PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business
l.bovsh@knu.edu.ua

V. Mishchenko, 4th year student,
Faculty of Restaurant, Hotel and Restaurant Business,
State University of Trade and Economics
mishchenko11era@gmail.com

RESTAURANT BRAND INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION DURING WAR

Summary. Following Russia's large-scale invasion of Ukraine on February 24, 2022, many international restaurant brands have come under attack from Russian businesses attempting to misappropriate the brand's corporate identity for commercial purposes. The purpose of the study was to study legal incidents and determine measures to protect brands from theft of intellectual property.

Fixation of intellectual property offenses creates a legal precedent for the formation of individual and joint lawsuits in international courts, the introduction of additional sanctions, in particular restrictions through the WTO. After the end of the war, Russian offenders will need to compensate not only for reputational losses, but also for physical damage and lost commercial benefits to brands.

Keywords: restaurant brand, intellectual property, military aggression, Ukraine

Бокій О.В., к.е.н.,
старший науковий співробітник
відділу економічних досліджень,
інноваційного провайдингу та зовнішніх зв'язків,
Інститут продовольчих ресурсів НААН
mkt_inprod_naan@ukr.net

ПРОДОВОЛЬЧА ПІДТРИМКА НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Анотація. Мета роботи – оцінка стану та надання пропозицій щодо продовольчої підтримки населення в умовах воєнного стану. Досліджено зміну рівня доходів та стан міграції населення. Проаналізовано індекси споживчих цін на продовольство, ціни на хліб. Оцінено стан продовольчої підтримки та запропоновано заходи її вдосконалення.

Ключові слова: продовольча підтримка, ціни, хліб, воєнний стан

Актуальність. Забезпечення продовольчої безпеки в Україні та світі є першочерговим завданням усіх учасників продовольчої системи, що об'єднує виробників, споживачів, органи виконавчої та законодавчої влади, транспортні, наукові підрозділи та інших учасників. Проблеми продовольчого забезпечення суттєво загострилися в умовах збройної агресії російської федерації в Україні, через тимчасову окупацію частини території країни та велику кількість внутрішніх і зовнішніх переселенців. Першочерговим завданням в умовах, що склалися, є продовольча підтримка соціально незахищених верств населення, забезпечення безперебійного постачання продовольства мешканцям усіх територій України, підтримка виробників сільськогосподарських та переробних підприємств.

Постановка задачі (мета). Оцінити стан продовольчої підтримку населення в умовах воєнного стану та запропонувати заходи її вдосконалення.

Результати. Продовольче забезпечення і продовольча підтримка незахищених верств населення завжди були основним пріоритетом урядів усіх країн, оскільки повноцінне харчування є основою нормальної життєдіяльності людини. До початку збройної агресії, у 2021 році в Україні налічувалося 4,5% осіб з еквівалентними середньодушовими доходами нижче 3,0 тис. грн, за середнього прожиткового мінімуму 2,4 тис. грн на кінець року [1].