

законодавства України. Поняття ж «торговельної марки» більшою мірою розкриває економічний зміст та значення товарних знаків та знаків обслуговування.

Однак вважаємо за потрібне наголосити на пріоритетності норм Цивільного кодексу над нормами спеціальних законів, зокрема відповідно до статті 4 Цивільного кодексу України «ЦК України є основним актом цивільного законодавства. Якщо суб'єкт права законодавчої ініціативи подав до Верховної Ради України проект закону, який регулює цивільні відносини інакше, ніж цей Кодекс, він зобов'язаний одночасно подати проект закону про внесення змін до Цивільного кодексу України». Вказана норма стосується також і термінологічного апарату, запровадженого законопроектом, який має відповідати Цивільному кодексу України.

В цілому чинне законодавство України відповідає міжнародним стандартам у сфері інтелектуальної власності, проте як вбачається з вищевикладеного, воно ще потребує вдосконалення, зокрема шляхом приведення у відповідність всередині національного законодавства.

САЛОГУБОВА В. М., к.е.н, доцент, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (м. Луганськ)

ПЯТНІЦЬКОВА А.О., студент, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (м. Луганськ)

БАБЕНКО К.В., студент, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (м. Луганськ)

РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий і середній бізнес, являє собою велику кількість невеликих власників, які в силу своєї масовості в значній мірі визначають соціально-економічний і частково політичний рівень розвитку країни. За своїм рівнем життя і соціальним положенням вони належать до більшості населення і являють собою і безпосередніх виробників, і споживачів широкого спектру товарів та послуг одночасно [1].

Мале та середнє підприємництво – це сектор економіки, що включає в себе індивідуальне підприємництво і невеликі приватні підприємства. Їх переваги – це швидке реагування на зміну

ринку, безпосередній зв'язок зі споживачем, функціонування на локальному ринку, ліквідація монополії виробників, створення конкурентного середовища, а також поліпшення взаємозв'язку між різними секторами економіки.

У 2013 році статус приватного підприємця в Україні набуло 5 млн. 142 тис. 48 осіб, а 2 млн. 99 тис. 999 осіб припинили власну справу.

У країнах ЄС на даний момент малі та середні підприємства створюють 50-70% всього ВВП. При цьому на малих і середніх підприємствах працює близько 50% всіх працюючих у країні. Крім того в Німеччині, Італії, Франції близько 95% підприємств це малі та середні підприємства. А в Україні на даний момент в структурі підприємств на частку малих і середніх підприємств припадає 94,3%. При цьому на малих і середніх підприємствах офіційно працює лише 25% всіх трудових ресурсів України. А от частка ВВП, що припадає на малий і середній бізнес в Україні, не перевищує 7% [2].

На сьогодні найбільша кількість суб'єктів господарської діяльності функціонує у м. Києві, Донецькій, Дніпропетровській, Харківській, Одеській, Львівській областях. Найгірші показники у Закарпатській, Рівненській, Чернігівській та Кіровоградській областях. У розподілі за видами економічної діяльності пріоритетними сферами є торгівля та сфера послуг, питома вага яких від загального обсягу реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) сумарно становить 64%. Значно меншими є показники у сфері промисловості (9,7 %), сільського господарства (8,8 %), будівництва (7 %) [3].

Аналіз розвитку малого та середнього бізнесу в Україні свідчить сьогодні про наявність низки проблем. Зокрема це і складність доступу до фінансових (кредитних) ресурсів, і відсутність кваліфікованих кадрів, й наявність адміністративних бар'єрів. Відтак підприємству пропонується допомогти вирішити ці проблеми, зміцнити позиції у вітчизняній економіці та забезпечити його вихід на європейський ринок.

Державною службою України було запропоновано послабити державний контроль над веденням господарської діяльності, розширити коло можливостей для отримання кредитів, залучити приватні компанії для реалізації проектів державно-приватного партнерства.

Отже, в Україні робиться все можливе, для того, щоб підвищити ефективність малого та середнього бізнесу, підтримати та залучити нових підприємців. Планується, що поступове виконання заходів програми дозволить, зокрема, збільшити чисельність зайнятих у малому та середньому бізнесі на 10 %, а частку МСП у ВВП країни підвищить до 25%.

Список літератури: 1. Малий бізнес. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.5ka.ru/101/1104/1.html> 2. Частка малого та середнього бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/aohrimenko/article/12202.aspx> 3. Десятирічка для бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://smi.liga.net/articles/2013-06-13/9792627-desyatir_chka_dlya_b_znesu_htm

ТКАЧОВ М.М., аспірант НТУ «ХП», Харків

КОНТРАФАКЦІЯ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах глобальної конкуренції та поглиблення інтеграції в світове господарство важливим фактором забезпечення соціально-економічного зростання є науково-технічний прогрес і інтелектуалізація основних факторів виробництва. У найбільш розвинених країнах все більша частина валового внутрішнього продукту формується за рахунок об'єктів інтелектуальної власності і інновацій, роль яких в економіці і суспільстві постійно зростає, а разом з цим зростає оборот контрафактної продукції, обсяг і способи порушень прав на результати інтелектуальної діяльності та засоби індивідуалізації.

Економічна енциклопедія визначає термін контрафакція декілька ми визначеннями. Основні з них:

1. Самовільне відтворення або розповсюдження певних предметів з авторськими індивідуальними, оригінальними ознаками або інтелектуальної власності без згоди автора.

2. Використанням окремими суб'єктами підприємницької діяльності чужих фірмових чи товарних знаків, копіювання товарів, які мають високе визнання на ринку, без згоди фірми, компанії, законних товаровиробників. Такі дії караються законом, можуть бути оскаржені особами, которрм нанесені збитки.

3. Ведення справи під чужим іменем, незаконне використання чужого патенту при виготовленні і продажу товарів, а також незаконне розміщення на свій товарний знак зображень,