

# РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*За редакцією  
доктора економічних наук,  
професора І. І. Дахна*

Київ  
«Центр учбової літератури»  
2009

ББК 65.9я73  
УДК 339.9(075.8)  
Р 32

**Авторський колектив:**

*Дахно Іван Іванович* — д.е.н., проф.; *Барановська Віра Миколаївна* — магістр;  
*Бовтрук Юлія Анатоліївна* — доктор філософії в галузі економіки; *Вечеринська  
Інна Сергіївна; Гончаренко Євген Миколайович* — магістр; *Литвиненко Ярослав  
Васильович* — к.е.н., доц.; *Смирнов Ігор Георгійович* — д.г.н, проф.; *Тьорло  
Вікторія Володимирівна* — к.е.н., доц.; *Хільчевська Ірина Геннадіївна* — к.г.н.

Регулювання зовнішньо-економічної діяльності: *навч. посіб. для студ.*  
Р 32 *вищ. навч. закл.* / [Дахно І. І., Барановська В. М., Бовтрук Ю. А. та ін.];  
*За ред. І. І. Дахна* — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 472 с. — ISBN  
978-966-364-869-9.

Навчальний посібник висвітлює важливі аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю. Матеріали посібника мають не лише навчальний, але і прикладний характер. Його можна використовувати при вирішенні практичних питань зовнішньоекономічної діяльності. Viriznyalna oznaka knyhy — oryghynalnisty proponovanykh tem. Vin e lohichnym prodovzhennyam seriy knyhy u sferi zovnishnyoekonomichnoy diyalnosti za redakciyu I. Dakhna, yakі opublikovani vydavnytstvom «Tsentr uchbovoy literatury».

Посібник можна використовувати у процесі викладання і вивчення таких дисциплін як «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Зовнішньоекономічна діяльність», «Право зовнішньоекономічної діяльності» тощо.

ББК 65.9я73  
УДК 339.9(075.8)

ISBN 978-966-364-869-9

© Дахно І. І., Барановська В. М.,  
Бовтрук Ю. А. та ін., 2009  
© Центр учбової літератури, 2009

# ЗМІСТ

Передмова . . . . .	7
<i>Розділ 1. Зовнішньоекономічна політика України (Ботрук Ю. А.) . . . . .</i>	<i>10</i>
1.1. Зовнішньоекономічна політика як складова економічної політики держави . . . . .	10
1.2. Формування зовнішньоекономічної політики України . . . . .	14
1.3. Зовнішньоторговельна політика України . . . . .	40
1.4. Зовнішньоінвестиційна політика України . . . . .	50
Додатки . . . . .	61
<i>Розділ 2. Логістика у зовнішньоекономічній діяльності (Смирнов І. Г., Хільчевська І. Г.) . . . . .</i>	<i>65</i>
2.1. Транспортно-логістичні системи світу . . . . .	65
2.2. Управління в системі єврологістики . . . . .	89
2.3. Митна логістика . . . . .	114
2.4. Договірні засади логістичної діяльності в Україні . . . . .	128
2.4.1. Види договорів та форми розрахунків . . . . .	128
<i>Розділ 3. Міжнародний консалтинг (Хільчевська І. Г., Смирнов І. Г.) . . . . .</i>	<i>151</i>
3.1. Зміст консалтингу . . . . .	151
3.2. Сутність міжнародного консалтингу . . . . .	156
3.3. Види міжнародного консалтингу . . . . .	160
3.4. Тенденції розвитку світового ринку консалтингу . . . . .	163
3.5. Стан та перспективи розвитку ринку консалтингу в Україні . . . . .	166
3.6. Корисна інформація . . . . .	175

<b>Розділ 4. Маркетинг програмного забезпечення (Тьоло В. В., Вечеринська І. С., Гончаренко Є. М.)</b> . . . . .	180
4.1. Особливості експорту продуктів інтелектуальної власності . . . . .	180
4.2. Дослідження ринків інформаційних технологій . . . . .	185
4.3. Управління експортом програмного забезпечення . . . . .	198
<b>Розділ 5. Послуги — об'єкт міжнародної торгівлі (Дачно І. І.)</b> . . . . .	208
5.1. Сутність послуг . . . . .	208
5.2. Міжнародна торгівля послугами та її регулювання . . . . .	217
<b>Розділ 6. Теоретичні та методичні засади податкових систем країн світу (Литвиненко Я. В.)</b> . . . . .	223
6.1. Місце податків в економіці країн світу . . . . .	223
6.2. Історичний розвиток та критерії розбудови податкових систем держав світу . . . . .	227
6.3. Елементи системи оподаткування та їх характеристика . . . . .	231
6.4. Класифікація податкових платежів за різними ознаками в країнах світу . . . . .	236
6.5. Способи сплати податкових платежів в різних державах світу . . . . .	240
<b>Розділ 7. Загальні особливості розвитку податкових систем країн світу (Литвиненко Я. В.)</b> . . . . .	245
7.1. Економічні теорії податків . . . . .	245
7.2. Особливості податкової політики підприємств в країнах світу . . . . .	251
7.3. Державне регулювання податкових систем у країнах світу . . . . .	256
<b>Розділ 8. Офшорні зони, їх види та значення для оптимізації податкових платежів об'єктів господарювання (Литвиненко Я. В.)</b> . . . . .	265
8.1. Офшорні зони та особливості їх організації . . . . .	265
8.2. Види компаній офшорних зон та їх характеристика . . . . .	269
8.3. Офшорний банківський бізнес та його особливості . . . . .	271
8.4. Офшорний страховий бізнес та його сутність . . . . .	274

<b>Розділ 9. Міжнародно-правова охорона секретів виробництва (Дахно І. І.)</b> . . . . .	279
9.1. Паризька конвенція про охорону промислової власності . . . . .	279
9.2. Північноамериканська угода про вільну торгівлю . . . . .	281
9.3. Угода TRIPs . . . . .	293

<b>Розділ 10. Ліцензійна передача секретів виробництва (ноу-хау) у Європейському Союзі (Дахно І. І.)</b> . . . . .	305
10.1. Тлумачення понять . . . . .	305
10.2. Обґрунтування правової охорони ноу-хау . . . . .	312
10.3. Механізми правової охорони ноу-хау . . . . .	318

<b>Розділ 11. Охорона і захист секретів виробництва та комерційних ідей у США (Дахно І. І.)</b> . . . . .	331
11.1. Секрети виробництва . . . . .	331
11.2. Комерційні ідеї . . . . .	347
11.3. Основні положення деяких угод щодо секретів виробництва. . . . .	353

<b>Розділ 12. Вітчизняна література про комерційну таємницю (Дахно І. І.)</b> . . . . .	362
---	-----

<b>Розділ 13. Еволюція вітчизняного законодавства про комерційну таємницю (Дахно І. І.)</b> . . . . .	393
13.1. Законодавство СРСР про комерційну таємницю . . . . .	393
13.2. Українське законодавство про комерційну таємницю . . . . .	396

<b>Розділ 14. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в довосному СРСР (Барановська В. М.)</b> . . . . .	410
14.1. Організаційні форми зовнішньої торгівлі в період становлення Радянської влади та нової економічної політики . . . . .	410
14.2. Зовнішня торгівля СРСР між непом і війною . . . . .	427

<b>Розділ 15. Основні положення нормативно-правових актів СРСР у сфері зовнішньоекономічної діяльності (Барановська В. М.)</b> .....	436
<b>Тести (Дахно І. І.)</b> .....	455
<i>Тест № 1</i> .....	455
<i>Тест № 2</i> .....	462

# ПЕРЕДМОВА

2006 року київське видавництво «Центр учбової літератури» випустило дві книги за ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна — «Зовнішньоекономічна діяльність» та «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності».

У навчальному посібнику «**Зовнішньоекономічна діяльність**» містяться такі розділи:

1. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2. МІЖНАРОДНІ ГОСПОДАРСЬКІ КОНТРАКТИ

3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

4. МИТНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ТА ПРИНЦИПИ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

5. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МИТНОЇ СПРАВИ

6. ОПОДАТКУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

7. ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

8. РИЗИКИ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ СТРАХУВАННЯ

9. ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

10. МАРКЕТИНГ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

11. ПАТЕНТНА ЧИСТОТА ПРОДУКЦІЇ І ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Розділи у навчальному посібнику «**Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності**» мають такі назви:

1. ЛІТЕРАТУРА З МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2. ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ СТАНОВЛЕННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

3. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

4. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ОЗБРОЄНЬ

5. ВІЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ

6. ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

7. ТОВАРНІ БІРЖІ

8. ТРАНСПОРТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

9. КЕЙТРИНГ

10. ЗАРУБІЖНЕ ПАТЕНТУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

11. ЛІЦЕНЗУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

12. ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

13. МІЖНАРОДНИЙ ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ

14. УКЛАДАННЯ І ВИКОНАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО КОНТРАКТУ

15. МІЖНАРОДНА ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

Наведені вище структури навчальних посібників свідчать про те, що у книгах було викладено матеріал, який не повторювався.

2007 року видавництво «Центр учбової літератури» опублікувало чергову книгу цього серіалу — **«Управління зовнішньоекономічною діяльністю»**. Цей навчальний посібник мав такі розділи:

1. МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ, МІЖНАРОДНИЙ ФАКТОРИНГ І ФОРФЕЙТИНГ

2. ТРАНСКОРДОННЕ І МІЖТЕРИТОРІАЛЬНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

3. ІНТЕГРАЦІЯ АПК УКРАЇНИ В ЕКОНОМІКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

4. ДЕРЖАВНИЙ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИЙ КОНТРОЛЬ

5. МІЖНАРОДНА ТЕХНІЧНА ДОПОМОГА

6. ПЕРЕДАЧА (ТРАНСФЕР) ТЕХНОЛОГІЙ

7. ТІНЬОВА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

8. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗДІЙСНЕННЯ УГОД З ДАВАЛЬНИЦЬКОЮ СИРОВИНОЮ

9. МІЖНАРОДНІ МОРСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ



10. КОРПОРАТИВНІ ОБЛІГАЦІЇ
11. ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ПОСЛУГИ У МИТНІЙ СПРАВІ
12. РЕКЛАМА В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
13. ПАТЕНТНО-ЛІЦЕНЗІЙНА РОБОТА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ  
ДЛЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
14. БРЕНДИНГ
15. МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ

Отже, до цієї книги автори вже запропонували у попередніх трьох навчальних посібниках 41 тему. Увазі читача пропонується нова підбірка з 15 тем. Загальна кількість розділів у чотирьох книжках сягнула 56.

Книга, яку читач нині тримає у своїх руках, є своєрідним продовженням тематики, висвітленої у трьох попередніх книгах. Авторський колектив та його керівник доклали максимуму зусиль, щоб запропонувати читачеві те, що важко або й неможливо знайти в інших літературних джерелах у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

У цій книзі читач може наприклад, знайти цікавий матеріал про секрети виробництва. Менеджерам зовнішньоекономічної діяльності не завадить знати про досвід, накопичений у світі на цій ділянці. До цієї книги наша ділова громадськість фактично не знала як регулювалася зовнішньоекономічна діяльність за радянських часів.

Пізнавальну і практичну користь читачам принесуть і інші розділи цього посібника. Радимо читачам, які опікуються зовнішньоекономічною діяльністю, мати в своїй бібліотеці всі книги серіалу, які вже опубліковано і чекати на публікацію нових. Такий комплекс книг в Україні з'явився вперше.

Таблиці і рисунки у цій книзі мають окремі нумерації у межах кожного розділу. Наприклад, 3.1 означає номер рахунка чи таблиці у третьому розділі. Перша цифра у нумерації — це номер розділу книги.

Авторський колектив книги сподівається, що і ця книга принесе пізнавальну і практичну користь всім її читачам. Зичимо успіхів!

Контактний телефон д. е. н., проф. І. І. Дахна у Києві: 494-47-32 з додатковим переключенням на 14-87.



## РОЗДІЛ 1

# ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ

- 1.1. Зовнішньоекономічна політика як складова економічної політики держави.*
  - 1.2. Формування зовнішньоекономічної політики України.*
  - 1.3. Зовнішньоторговельна політика України.*
  - 1.4. Зовнішньоінвестиційна політика України.*
- Додатки.*
- 

## 1.1. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Глобалізація світової економіки викликає необхідність переосмислення й пошуку нового підходу до формування зовнішньої політики країн світу. На сучасному етапі стало неможливим відокремлення зовнішньої політики як такої від зовнішньоекономічної (ЗЕП). Водночас практика багатьох країн світу довела безпосередній зв'язок між зовнішньоекономічною й макроекономічною політикою країни. Для прискорення економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності економіки необхідне максимально ефективне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Недоліки системи зовнішньоекономічної політики неодмінно негативно впливають на показники макроекономічної стабільності.

Зовнішньоекономічна політика є складовою економічної політики держави, тому перед тим як розглянути сутність і цілі ЗЕП, з'ясуємо поняття економічної політики.

**Економічна політика** — це діяльність держави щодо управління розвитком економіки. Основна мета економічної політики — досягнення якнайвищого рівня добробуту людей.

Розрізняють економічну політику й економічну теорію. **Економічна теорія** розвивалась в пошуках відповідей на питання, які виникали в господарській практиці, тобто опрацьовувала за-

кономічності. Економічна теорія вивчає механізм дії об'єктивних економічних законів, а економічна політика — механізм їх використання. Економічна політика базується на економічній теорії, насамперед політичній економії.

Економічна теорія досліджує, наприклад, причини низьких темпів зростання, інфляції, безробіття, але яким чином виправляти неправильний розвиток вона не вказує. Економічна політика спочатку шукає відповідь на питання «Що відбувається?», а потім — «Як має бути?» і відповідно розробляються рекомендації.

Держава має істотні можливості впливати на економіку — стимулювати або гальмувати розвиток тих чи інших її сфер. Проте, незважаючи на свою значущість та відносну самостійність, держава не може примусити суспільство жити за правилами, які суперечать об'єктивним економічним законам, або для яких ще не створено реальних умов. Волонтаризм у діяльності держави, нехтування об'єктивними законами розвитку економіки призводить до дезорганізації діяльності суспільства і відкидає його в еволюції далеко назад.

Економічна політика має певні цілі, які можуть і повинні змінюватись, гнучко реагуючи на фактичний стан економіки та її проблеми. Проте можна сформулювати декілька загальних цілей економічної політики, а саме: економічне зростання (активізація інвестиційних процесів, реструктуризація економіки, зростання продуктивності праці, забезпечення платоспроможного попиту), ефективна зайнятість, зростання економічної активності (розвиток науково-технічного прогресу, освіти, науки), стабільний рівень цін, соціальна безпека і стабільність, рівновага зовнішньоторговельних операцій і платіжного балансу.

**Основними елементами** економічної політики є: фінансово-кредитна, бюджетна, інвестиційна, науково-технічна, соціальна, аграрна, регіональна та зовнішньоекономічна політика.

В усіх країнах світу держава тією чи іншою мірою бере участь у розвитку зовнішньоекономічних зв'язків. Вона стимулює чи обмежує їхнє розширення в цілому, з певними країнами або стосовно окремих сфер господарства та видів продукції.

**Зовнішньоекономічні зв'язки (ЗЕЗ)** — це всі зв'язки між країнами у сфері економіки.

**Тракування зовнішньоекономічної політики** містить дві складові. Перша: ЗЕП — це система державних заходів, спрямованих на найбільш сприятливий розвиток економічних зв'язків із зарубіжними країнами. Друга: ЗЕП — це стратегія самих учасників міжнародного ринку. Ми будемо розглядати першу складову.

Рівень впливу зазначених складових на формування загальної ЗЕП держави залежить від того, якої економічної моделі управління дотримується та чи інша країна. У країнах, в яких домінує планово-адміністративна система управління, головну роль у формуванні ЗЕП відіграє держава. В економіці ліберального типу, яка характеризується високим рівнем економічної свободи окремих суб'єктів господарювання, значною мірою зростає їхній вплив на формування зовнішньоекономічної політики.

Зовнішньоекономічна політика реалізує суспільні зовнішньоекономічні інтереси. **Зовнішньоекономічні інтереси** — це індивідуальні й колективні потреби в матеріальних і суспільних благах, досягненні певних економічних і соціально-політичних цілей шляхом зовнішньоекономічних зв'язків. Носіями зовнішньоекономічних інтересів є фізичні та юридичні особи.

**Основна мета** зовнішньоекономічної політики — забезпечення та підвищення добробуту людей. **Цілями ЗЕП** є:

1. Зміцнення національної безпеки.
2. Поглиблення участі країни в міжнародному поділі праці.
3. Вирішення стратегічних завдань соціально-економічного розвитку країни.
4. Вдосконалення структури національної економіки.
5. Максимальна реалізація економічного потенціалу країни на зовнішньоекономічному ринку.
6. Стимулювання економічних зв'язків із зарубіжними країнами.
7. Задоволення власних потреб за рахунок товарів і послуг іноземного виробництва.

**Механізм ЗЕП** подано на рис. 1.1.

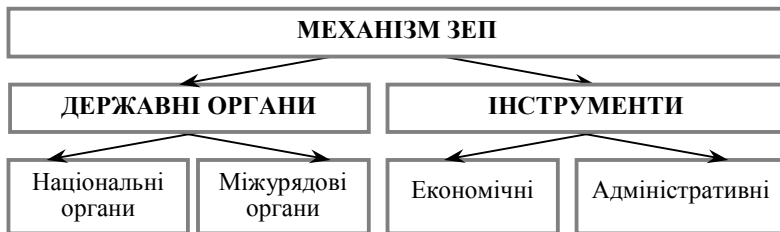


Рис. 1.1. Механізм ЗЕП

Механізм ЗЕП складається з державних органів та інструментів ЗЕП. Державні органи включають дві підсистеми — національні органи та міжурядові органи. До **національних органів** на-

лежить уряд країни, центральні банки, міністерства, що відають зовнішньоекономічними зв'язками, дипломатичні представництва, посольства, консульства. Діяльність **міжурядових організацій** зосереджена на регулюванні міжнародного руху капіталів, товарів, робочої сили. Міжнародні міжурядові організації створюються на основі добровільної участі країн. Вони передбачають існування постійних наддержавних органів, наділених певними повноваженнями і функціями та затверджуються міжурядовими угодами. Прикладами є: МВФ, ГАТТ, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), ОЕСР (Організація економічного співробітництва і розвитку), Міжнародні міжурядові товарні організації (з какао, кави, цукру, зерна тощо), Міжнародні ради (з оливкової олії, олова, по зерну тощо). (Див. розділ 5 «Міжнародні економічні організації» в книзі І. І. Дахна «Міжнародне економічне право». — К.: Центр учбової літератури, 2006, 2008).

Інструменти ЗЕП поділяються на економічні та адміністративні. **Економічні інструменти** — це інструменти, які діють через ринковий механізм. Наприклад, у галузі імпорту — митні тарифи, численні податки й збори з товарів, які ввозяться; у галузі експорту — пільгові кредити експортерам, гарантії, субсидії, звільнення від сплати податків, надання фінансової допомоги тощо. Ці інструменти сприяють подорожчання імпорту й здешевленню експорту. Вони є обов'язковими для виконання. **Адміністративні інструменти** — це інструменти, що безпосередньо впливають на економічні відносини. Наприклад, ембарго (повна заборона експорту та імпорту), ліцензування, квотування, специфічні вимоги до товару, упакування й маркування, бюрократичне ускладнення митних процедур. Всі вони дають можливість обирати варіанти для досягнення цілей.

**Функції ЗЕП** подані на рис. 1.2.

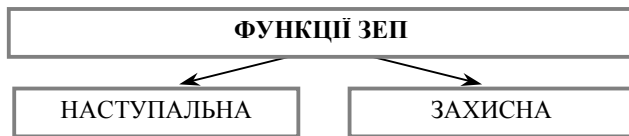


Рис. 1.2. Функції ЗЕП

**Наступальна функція ЗЕП** — це реалізація економічного потенціалу країни на світовому ринку. **Захисна функція ЗЕП** — це збереження економічної незалежності країни та захист національної економіки від будь-якого втручання з боку іноземних

держав. Основними аргументами впровадження захисних заходів є:

1. Створення системи регулювання імпорту з метою захисту вітчизняного ринку від іноземної конкуренції.

2. Необхідність захисту стратегічних галузей і підприємств (енергетична галузь, транспорт, зв'язок, оборонний комплекс).

3. Підтримка певних галузей і підприємств у період становлення нових виробництв і подолання кризових явищ (такий захист має, як правило, вибірковий і тимчасовий характер).

4. Поповнення державного бюджету.

**Основними елементами** зовнішньоекономічної політики є: зовнішньоторговельна, грошово-кредитна, валютно-фінансова, інвестиційна, митна, інноваційна політика, політика науково-технічного співробітництва, національної конкурентоспроможності, міграції робочої сили.

Згідно із засадами ЗЕП держава повинна:

- вести активну, послідовну, стабільну та відкриту зовнішню політику співробітництва з усіма зацікавленими партнерами;

- відстоювати рівні права усіх країн;

- дотримуватись принципів невтручання у внутрішні справи, рівноправності, взаємовигоди, взаємоповаги, добровільності;

- засуджувати війну і вирішувати будь-які міжнародні спори виключно мирними способами;

- сумлінно виконувати всі міжнародні зобов'язання й договори;

- забезпечувати послідовну економізацію всієї зовнішньоекономічної політики з метою захисту національних інтересів.

## **1.2. ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ**

Здобуття Україною державної незалежності, потреба в її гео економічному самовизначенні та інтеграція як самостійного суб'єкта у світове господарство, зумовили необхідність створення й реалізації нової зовнішньоекономічної політики України. Формування ЗЕП України є вкрай актуальним і важливим питанням, оскільки зовнішньоекономічна сфера посідає вагомe місце серед низки чинників, від яких залежить економічне зростання країни. Аналіз показників розвитку економіки України засвідчує її велику залежність від зовнішньоекономічного сектора: зовнішньоторговельний оборот України сягає понад 70 % її ВВП. Це

створює дуже високу залежність стану національної економіки як від експорту, так і від імпорту. Тому зовнішньоекономічний фактор потужно впливає на загальноекономічний розвиток України.

Нині в ході глибоких економічних, політичних і соціальних реформ Україні вдалося утвердити себе вагомим суб'єктом європейського й світового співтовариства, здобути міжнародне визнання й гарантії безпеки, укласти угоди про дружбу та співробітництво з багатьма країнами. Разом з тим, Україна не мала досвіду здійснення самостійної ЗЕП і допустила ряд прорахунків стратегічного значення. Реалізація зовнішньоекономічної політики України здійснювалась хаотично і непослідовно. Серед основних помилок слід зазначити кардинальну переорієнтацію політики зі Сходу на Захід, надмірне захоплення зарубіжними фінансовими коштами, невваженість дій щодо залучення валютних коштів під гарантії Уряду, нескоординованість валютної політики, нерішучість у проведенні аграрної реформи тощо.

В період ринкової трансформації економіки України розробка її ЗЕП на науковому фундаменті з урахуванням світового досвіду має першочергове значення. Водночас це завдання є дуже складним, оскільки порівняно з 90-м роком Україна втратила понад половину свого економічного потенціалу, що значно більше, ніж за роки Другої світової війни (40 %). Дійсно, втричі скоротилось машинобудування, майже у 8 разів — легка промисловість, а електронна галузь як основа високих технологій — більше ніж у 100 разів. Життєвий рівень населення значно впав, 40 % населення опинилось за межею бідності. В Україні існує висока частка населення, доходи якого не перевищують 1\$ на добу. Це міжнародний параметр крайньої бідності, за котрим наступає повна деградація та фізичне вимирання.

Розробка сучасної ЗЕП України потребує визначення цілей і пріоритетів національного розвитку з урахуванням особливостей трансформаційного етапу національної економіки та наслідків глибокої соціально-економічної кризи.

Україна має розгалужену структуру зовнішніх зв'язків, класифікація яких подана на рис. 1.3.

Зовнішня політика України спрямовується на виконання таких найголовніших **завдань**:

1. Утвердження і розвиток України як незалежної демократичної держави.

2. Збереження територіальної цілісності держави та недоторканості її кордонів.

3. Включення національного господарства у світову економічну систему для його повноцінного економічного розвитку, підвищення добробуту народу.

4. Забезпечення стабільності міжнародного становища України.

5. Захист прав та інтересів громадян України та її юридичних осіб за кордоном.

6. Поширення в світі образу України як надійного і передбачуваного партнера.



Рис. 1.3. Класифікація зовнішніх зв'язків України

Україна здійснює відкриту ЗЕП і прагне до співробітництва з усіма зацікавленими партнерами, уникаючи залежності від окремих держав чи груп держав.

Україна не є ворогом жодної держави. Вона засуджує війну. Україна не висуває жодних територіальних претензій до своїх сусідів і не визнає жодних територіальних претензій до себе. Україна виступає проти присутності збройних сил інших держав на своїй території.

Головна **стратегічна мета** ЗЕП України — це посилення інтеграції у світове господарство. Ця інтеграція передбачає досягнення таких **цілей**:

1. Формування експортно зорієнтованої ринкової економіки.

2. Зміцнення економічної безпеки держави.



3. Використання можливостей світового ринку для структурної перебудови національного господарства.

4. Перетворення зовнішньої економічної сфери в активний фактор економічного зростання.

5. Зміцнення конкурентних позицій у світі.

6. Диверсифікація імпорту, передусім джерел енергоносіїв.

7. Освоєння нових ринків збуту української продукції.

Іншими **цілями** ЗЕП України є:

1. Динамізація зовнішньоекономічних зв'язків.

2. Формування й ефективна реалізація експортного потенціалу.

3. Використання ринкових засобів регулювання ЗЕЗ.

4. Органічне поєднання послідовної лібералізації ЗЕЗ з регулюючою роллю держави.

5. Підвищення ділової активності серед національних товаровиробників і експортерів.

Серед **завдань** ЗЕП України головними є такі:

1. Знаходження Україною гідного місця в процесах глобалізації й регіональної економічної інтеграції.

2. Формування необхідної законодавчої бази.

3. Розвиток інститутів, що регулюють зовнішньоекономічні зв'язки.

4. Забезпечення випереджального економічного й соціального розвитку, прискореного економічного зростання, створення нових робочих місць, підвищення якості життя.

5. Надання кожному громадянину можливості повною мірою реалізувати свій потенціал на благо суспільства, встановлення прямого зв'язку між показниками економічного розвитку та рівнем добробуту громадян.

ЗЕП України повинна задовольняти таким **вимогам**:

1. Відповідати національним інтересам держави.

2. Забезпечувати взаємовигідне співробітництво з іноземними партнерами.

3. Стимулювати конкуренцію з метою підвищення якості товарів і послуг.

**Державні органи** зовнішньоекономічної політики України подані на рис. 1.4.

Функції державних органів ЗЕП України розкриті в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 року № 959-ХІІ. Наведемо деякі з них:

Найвищим органом, що здійснює державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, є **Верховна Рада України**. До компетенції Верховної Ради України належать:

— прийняття, зміна та скасування законів, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності;

— затвердження головних напрямів зовнішньоекономічної політики України;

— розгляд, затвердження та зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

— укладання міжнародних договорів України відповідно до законів України про міжнародні договори України та приведення чинного законодавства України у відповідність з правилами, встановленими цими договорами;

— затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютної виручки державі та місцевим Радам народних депутатів України, ставок та умов оподаткування, митного тарифу, митних зборів та митних процедур України при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

— встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України відповідно до статей 24, 25 цього Закону;

— затвердження списків товарів, експорт та імпорт яких забороняється згідно із статтями 16, 17 цього Закону.

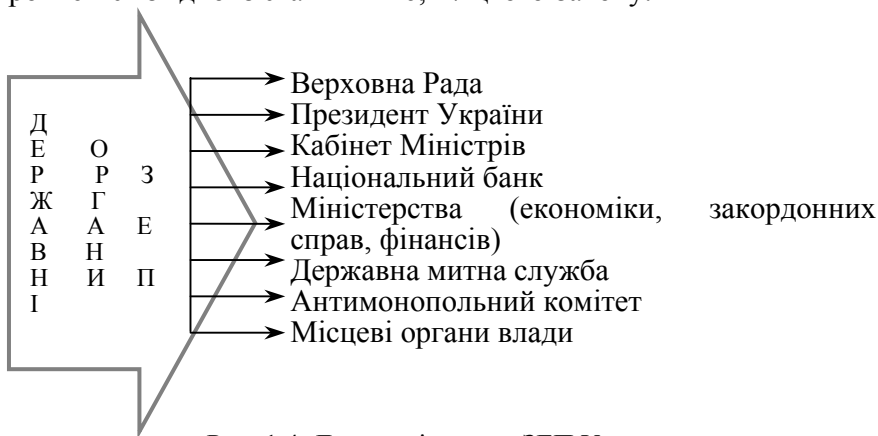


Рис. 1.4. Державні органи ЗЕП України

### **Кабінет Міністрів України:**

— вживає заходів до здійснення зовнішньоекономічної політики України відповідно до законів України;

— здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів та відомств України по регулюванню зовнішньоекономічної діяльності; координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;

— приймає нормативні акти управління з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України;

— проводить переговори і укладає міжурядові договори України з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України про міжнародні договори України, забезпечує виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами управління, підпорядкованими Кабінету Міністрів України, та залучає до їх виконання інші суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;

— відповідно до своєї компетенції, визначеної законами України, вносить на розгляд Верховної Ради України пропозиції про систему міністерств, державних комітетів і відомств — органів оперативного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, повноваження яких не можуть бути вищими за повноваження Кабінету Міністрів України, які він має згідно із законами України;

— забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;

— здійснює заходи щодо забезпечення раціонального використання коштів Державного валютного фонду України;

— забезпечує виконання рішень Ради Безпеки Організації Об'єднаних Націй з питань зовнішньоекономічної діяльності.

### **Національний банк України:**

— здійснює зберігання і використання золотовалютного резерву України та інших державних коштовностей, які забезпечують платоспроможність України;

— представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших держав, міжнародними банками та іншими фінансово-кредитними установами та укладає відповідні міжбанківські угоди;

— регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;

— здійснює облік і розрахунки по наданих і одержаних державних кредитах і позиках, провадить операції з централізованими валютними ресурсами, які виділяються з Державного валютного фонду України у розпорядження Національного банку України;

— виступає гарантом кредитів, що надаються суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під заставу Державного валютного фонду та іншого державного майна України;

— здійснює інші функції відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність» та інших законів України. Національний банк України може делегувати виконання покладених на нього функцій банку для зовнішньоекономічної діяльності України.

**Державна митна служба України:**

— здійснює митний контроль в Україні згідно з чинними законами України.

**Антимонопольний комітет України:**

— здійснює контроль за додержанням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законодавства про захист економічної конкуренції.

**Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі:**

— здійснює оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні відповідно до законодавства України;

— приймає рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидійних або спеціальних розслідувань та застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів. (Стаття 9 Закону).

Організацію, повноваження і порядок діяльності Кабінету Міністрів України визначає **Закон України «Про Кабінет Міністрів України»** від 21.12.2006 р. № 514-V. Відповідно до Конституції України. Кабінет Міністрів України (Уряд України) є вищим органом у системі органів виконавчої влади. Кабінет Міністрів України здійснює виконавчу владу безпосередньо та через міністерства, інші центральні органи виконавчої влади, Раду міністрів Автономної Республіки Крим та місцеві державні адміністрації, спрямовує, координує та контролює діяльність цих органів.

Прем'єр-міністр України призначається на посаду Верховною Радою України за поданням Президента України. Подання про визначення Верховною Радою України на посаду Прем'єр-міністра України Президент України вносить за пропозицією коаліції депутатських фракцій у Верховній Раді України, сформованої відповідно до статті 83 Конституції України, в строк не пізніше ніж на 15 день після надходження такої пропозиції.

Члени Кабінету Міністрів України, крім Міністра оборони України і Міністра закордонних справ України, призначаються на посаду Верховною Радою України за поданням Прем'єр-міністра України. Пропозиції щодо кандидатур для призначення

на посади членів Кабінету Міністрів України вносить коаліція депутатських фракцій у Верховній Раді України.

Кабінет Міністрів України не пізніше ніж у тридцятиденний строк після набуття повноважень подає на розгляд Верховної Ради України «Програму діяльності Кабінету Міністрів України», в якій визначається стратегія його діяльності.

Кабінет Міністрів України спрямовує і координує діяльність міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, які забезпечують проведення державної політики у відповідних сферах суспільного та державного життя, виконання Конституції та законів України, актів Президента України, постанов Верховної Ради України, додержання прав і свобод людини та громадянина.

Кабінет Міністрів України є відповідальним перед Президентом України у межах, передбачених Конституцією України, та керується у своїй діяльності указами Президента України, виданими на основі та на виконання Конституції і законів України.

Кабінетові Міністрів України відповідно до Конституції України належить право законодавчої ініціативи у Верховній Раді України. Кабінет Міністрів України вносить проекти законів на розгляд Верховної Ради України відповідно до вимог Регламенту Верховної Ради України.

Як відомо, основним Законом України є **Конституція України**. Деякі статті Конституції стосуються формування і реалізації зовнішньоекономічної політики України.

Зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного і взаємовигідного співробітництва з членами міжнародного товариства за загальновизнаними принципами і нормами міжнародного права (стаття 18).

Кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускається зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополій визначаються законом. Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів (стаття 42).

Основні засади державної політики, спрямованої на захист національних інтересів і гарантування в Україні безпеки особи, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз в усіх сферах життєдіяльності визначаються **Законом України «Про основи національної безпеки України»** від 19 червня 2003 р.

№ 964-IV, який розвиває положення пункту 17 частини першої статті 92 Конституції України. В статті 1 Закону наведено визначення таких термінів:

**Національна безпека** — захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам;

**Національні інтереси** — життєво важливі матеріальні, інтелектуальні і духовні цінності Українського народу як носія суверенітету і єдиного джерела влади в Україні, визначальні потреби суспільства і держави, реалізація яких гарантує державний суверенітет України та її прогресивний розвиток;

**Загрози національній безпеці** — наявні та потенційно можливі явища і чинники, що створюють небезпеку життєво важливим національним інтересам України;

**Воєнна організація держави** — сукупність органів державної влади, військових формувань, утворених відповідно до законів України, діяльність яких перебуває під демократичним цивільним контролем з боку суспільства і безпосередньо спрямована на захист національних інтересів України від зовнішніх та внутрішніх загроз;

**Правоохоронні органи** — органи державної влади, на які Конституцією і законами України покладено здійснення правоохоронних функцій.

Відповідно до цього Закону розробляються і затверджуються Президентом України Стратегія національної безпеки України і Воєнна доктрина України, доктрини, концепції, стратегії і програми, якими визначаються цільові настанови та керівні принципи воєнного будівництва, а також напрями діяльності органів державної влади в конкретній обстановці з метою своєчасного виявлення, відвернення і нейтралізації реальних і потенційних загроз національним інтересам України. Стратегія національної безпеки України і Воєнна доктрина України є документами, обов'язковими для виконання, і основою для розробки конкретних програм за складовими державної політики національної безпеки.

**Об'єктами національної безпеки є:**

людина і громадянин — їхні конституційні права і свободи; суспільство — його духовні, морально-етичні, культурні, історичні, інтелектуальні та матеріальні цінності, інформаційне і навколишнє природне середовище і природні ресурси; держава — її

конституційний лад, суверенітет, територіальна цілісність і недоторканність (ст. 3 Закону).

### **Суб'єктами забезпечення національної безпеки є:**

Президент України; Верховна Рада України; Кабінет Міністрів України; Рада національної безпеки і оборони України; міністерства та інші центральні органи виконавчої влади; Національний банк України; суди загальної юрисдикції; прокуратура України; місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування; Збройні Сили України, Служба безпеки України, Державна прикордонна служба України та інші військові формування, утворені відповідно до законів України; громадяни України, об'єднання громадян (ст. 4 Закону).

### **Основними принципами забезпечення національної безпеки є:**

пріоритет прав і свобод людини і громадянина; верховенство права; пріоритет договірних (мирних) засобів у розв'язанні конфліктів; своєчасність і адекватність заходів захисту національних інтересів реальним і потенційним загрозам; чітке розмежування повноважень та взаємодія органів державної влади у забезпеченні національної безпеки; демократичний цивільний контроль над Воєнною організацією держави та іншими структурами в системі національної безпеки; використання в інтересах України міждержавних систем та механізмів міжнародної колективної безпеки.

Національна безпека України забезпечується шляхом проведення виваженої державної політики відповідно до прийнятих в установленому порядку доктрин, концепцій, стратегій і програм у політичній, економічній, соціальній, війсьній, екологічній, науково-технологічній, інформаційній та інших сферах.

Вибір конкретних засобів і шляхів забезпечення національної безпеки України обумовлюється необхідністю своєчасного вжиття заходів, адекватних характеру і масштабам загроз національним інтересам (ст. 5 Закону).

### **Пріоритетами національних інтересів України є:**

гарантування конституційних прав і свобод людини і громадянина; розвиток громадянського суспільства, його демократичних інститутів; захист державного суверенітету, територіальної цілісності та недоторканності державних кордонів, недопущення втручання у внутрішні справи України; зміцнення політичної і соціальної стабільності в суспільстві; забезпечення розвитку і функціонування української мови як державної в усіх сферах суспільного життя на всій території України, гарантування вільного розвитку, використання і захисту російської, інших мов націона-

льних меншин України; створення конкурентоспроможної, соціально орієнтованої ринкової економіки та забезпечення постійного зростання рівня життя і добробуту населення; збереження та зміцнення науково-технологічного потенціалу, утвердження інноваційної моделі розвитку; забезпечення екологічно та техногенно безпечних умов життєдіяльності громадян і суспільства, збереження навколишнього природного середовища та раціональне використання природних ресурсів; розвиток духовності, моральних засад, інтелектуального потенціалу Українського народу, зміцнення фізичного здоров'я нації, створення умов для розширеного відтворення населення; інтеграція України в європейський політичний, економічний, правовий простір та в євроатлантичний безпековий простір; розвиток рівноправних взаємовигідних відносин з іншими державами світу в інтересах України (ст. 6 Закону).

В статті 8 Закону зазначається, що з урахуванням геополітичної і внутрішньої обстановки в Україні діяльність усіх державних органів має бути зосереджена на прогнозуванні, своєчасному виявленні, попередженні і нейтралізації зовнішніх і внутрішніх загроз національній безпеці, захисті суверенітету і територіальної цілісності України, безпеки її прикордонного простору, піднесенні економіки країни, забезпеченні особистої безпеки, конституційних прав і свобод людини і громадянина, викоріненні злочинності, вдосконаленні системи державної влади, зміцненні законності і правопорядку та збереженні соціально-політичної стабільності суспільства, зміцненні позицій України у світі, підтриманні на належному рівні її оборонного потенціалу і обороноздатності, радикальному поліпшенні екологічної ситуації.

Указом Президента України від 12 лютого 2007 р. № 105/2007 була затверджена **Стратегія національної безпеки України** (далі — Стратегія). В ній зазначається, що Україна — суверенна, унітарна, правова європейська держава, яка має власну історію державотворення та розвитку демократичних інститутів, прадавні національні культурні та духовні традиції, на початку ХХІ століття розвивається в існуючих кордонах на основі здійснення Українським народом свого невід'ємного права на самовизначення.

Суттєво змінилося сприйняття України світом. Вона отримала нові можливості для реалізації власних національних інтересів у мінливому і суперечливому глобальному просторі.

Подальший розвиток і захист найвагоміших здобутків України потребує чіткої визначеності держави у стратегічних пріоритетах та



цілях, які мають відповідати викликам і загрозам XXI століття, її взаємодії з сучасними системами міжнародної і регіональної безпеки.

Стратегія визначає принципи, пріоритетні цілі, завдання та механізми забезпечення життєво важливих інтересів особи, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Правовою основою розробки та реалізації Стратегії є Конституція України, Закон України «Про основи національної безпеки України», інші закони України та міжнародні угоди, ратифіковані Верховною Радою України, які в сукупності визначають засади політики держави у сфері національної безпеки.

**Головна мета Стратегії** — забезпечити такий рівень національної безпеки, який би гарантував поступальний розвиток України, її конкурентоспроможність, забезпечення прав і свобод людини і громадянина, подальше зміцнення міжнародних позицій та авторитету Української держави у сучасному світі.

В стратегії зазначається, що національна єдність як запорука забезпечення ефективного захисту інтересів особи, суспільства й держави досягається за умов поваги до гідності людини та реалізації життєво важливих національних інтересів України. Вони реалізуються у складному внутрішньому та зовнішньому середовищі, яке характеризується низкою викликів та загроз:

1. Проблема забезпечення національної єдності та соборності Української держави.

2. Складний стан економічної безпеки.

3. Посилення екологічних та техногенних загроз національній безпеці.

4. Невідповідність сектору безпеки України проблемам суспільства.

5. Мінливість і суперечливість зовнішнього середовища, яке характеризується посиленням дій чинників, що ставлять під загрозу стратегічну стабільність у світі.

6. Посилення негативного зовнішнього впливу на інформаційний простір України.

Сучасна динаміка суспільних процесів в Україні та світі зумовлює необхідність формування адекватної ефективної та економічно виправданої системи управління національною безпекою, спроможною забезпечити поступ суспільства і держави на шляху до спільноти розвинутих демократичних країн.

Стратегічною метою політики національної безпеки України є забезпечення державного суверенітету та територіальної цілісності, національної єдності на основі демократичного поступу сус-

пільства й держави, додержання прав і свобод людини і громадянина, створення умов для динамічного зростання економіки, забезпечення європейських соціальних стандартів і добробуту населення.

Стратегічними пріоритетами політики національної безпеки України є:

1. Досягнення національної єдності та консолідації суспільства.

2. Підвищення ефективності системи державного управління та місцевого самоврядування.

3. Забезпечення прийняттого рівня економічної безпеки, що неможливо без здійснення структурної перебудови й підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

4. Забезпечення енергетичної безпеки.

5. Досягнення високих соціальних стандартів, вирішення на цій основі нагальних демографічних проблем.

6. Створення безпечних умов життєдіяльності населення.

7. Реформування інститутів сектору безпеки — збройних сил України, інших військових формувань та правоохоронних органів.

8. Прискорення реалізації судової реформи.

9. Розвиток системи демократичного цивільного контролю над Воєнною організацією та правоохоронними органами держави.

10. Забезпечення сприятливих зовнішніх умов для розвитку та безпеки держави.

Механізм реалізації державної політики національної безпеки включає:

1. Удосконалення системи управління національною безпекою.

2. Ресурсне забезпечення національної безпеки.

3. Принципи і механізми державного та громадського контролю реалізації стратегії.

Україна має проводити збалансовану і активну ЗЕП, стати одним із центрів світової торгівлі та системи міжнародних комунікацій.

Проведення Україною успішної зовнішньоекономічної політики багато в чому залежить від її **міжнародного іміджу**. Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 6 червня 2007 р. № 379-р було схвалено **Концепцію Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007-2010 роки**. (Див. «Офіційний вісник України», 2007, № 43). В Програмі вказується, що формування позитивного міжнародного іміджу України є необхідним для забезпечення

захисту її національних інтересів, дотримання стратегічного курсу на європейську інтеграцію, успішної конкурентної боротьби на міжнародному ринку збуту та інвестицій. Необхідність створення Програми викликана недостатнім представництвом України в інформаційному просторі інших держав, а також поширення серед іноземних громадян різного роду хибних та упереджених уявлень про неї. В Програмі зазначається, що для підвищення поінформованості громадян іноземних держав про Україну необхідно забезпечити, зокрема, налагодження функціонування культурно-інформаційних центрів, здійснення супутникового мовлення в інформаційному просторі іноземних держав українською та іноземними мовами, включення вітчизняних телепередач до пакетів програм, що транслюються за кордоном кабельними мережами.

Програма спрямована на організацію органами виконавчої влади протягом 2007—2010 років інформаційної кампанії з підвищення міжнародного авторитету України у сфері політики, економіки та культури.

Виконання Програми повинно забезпечити створення у світі інформаційного простору, сприятливого для політичного та соціально-економічного розвитку України, її сприйняття міжнародним співтовариством як надійного, передбачуваного партнера, що неухильно дотримується принципів зміцнення демократичних засад суспільного життя і подальшої лібералізації економіки, має розвинуту індустріальну базу, висококваліфіковані трудові ресурси, значний інноваційний, науково-технічний, промисловий, сільськогосподарський і туристичний потенціал, культурні та історичні традиції.

Виконання Програми здійснюватиметься шляхом:

- розроблення стратегії інформаційної діяльності, що передбачає чітке визначення специфіки іноземних держав та їх населення;

- здійснення комплексу заходів на основі впровадження ефективних форм інформаційно-роз'яснювальної роботи з урахуванням особливостей сприйняття України певними категоріями громадян іноземних держав;

- розширеного відображення позитивних відомостей про Україну в інформаційному просторі інших держав, створення необхідної для цього інфраструктури;

- налагодження співпраці з неурядовими міжнародними та громадськими організаціями, заінтересованими у формуванні позитивного іміджу України;

— активізації інформаційно-роз'яснювальної роботи на території України, спрямованої на покращення розуміння громадянами її стратегічних зовнішньополітичних та зовнішньоекономічних напрямів діяльності;

Реалізація Програми розрахована на середньострокову перспективу, а саме на строк 4 роки, що є достатнім для отримання конкретних позитивних результатів у сфері зміцнення іміджу України і дає можливість коригувати зміст та форми роботи органів виконавчої влади на наступних етапах діяльності в цьому напрямі.

Виконання Програми дасть змогу підвищити рівень поінформованості міжнародного співтовариства та забезпечити формування позитивного міжнародного іміджу України, що сприятиме її політичному та соціально-економічному розвитку, активізації співробітництва з міжнародними організаціями, зокрема регіональними, входженню до європейських та світових економічних і політичних структур, прискоренню євроінтеграційних процесів, а також залученню іноземних інвестицій, зростанню довіри до вітчизняних підприємств з боку потенційних партнерів, активізації бізнесових контактів, збільшенню обсягів експорту, активізації діяльності з міжнародного туризму, підвищенню рівня зайнятості та добробуту українських громадян.

Далі зробимо стислий аналіз поглядів вітчизняних парламентських сил на зовнішньоекономічну політику України. Верховна Рада України VI скликання складається з п'яти блоків та партій. Ними є: Блок Юлії Тимошенко (БЮТ) ([www.byut.com.ua](http://www.byut.com.ua), [www.kraina.org.ua](http://www.kraina.org.ua)), Блок «Наша Україна — Народна Самооборона» (НУНС) ([www.nuns.com.ua](http://www.nuns.com.ua)), Партія регіонів (ПР) ([www.partyofregions.org.ua](http://www.partyofregions.org.ua)), Комуністична партія України (КПУ) ([www.kpu.net.ua](http://www.kpu.net.ua)), Блок Литвина ([//narodna.org.ua](http://narodna.org.ua)). Всі вони мають свої програми, з якими можна ознайомитися на вищевказаних сайтах. Ми ж коротко проаналізуємо програми даних партій щодо питань зовнішньої і зовнішньоекономічної політики.

**Блок Юлії Тимошенко** вважає зовнішньополітичним пріоритетом № 1 енергетичну безпеку й зазначає, що енергетична політика України має бути органічно взаємопов'язана із енергетичною стратегією Європейського Союзу.

БЮТ вважає необхідними ефективні дії, покликані ствердити суверенітет України, а саме — остаточно оформити державний кордон по всьому периметру, тобто домовитися про делімітацію Азово-Керченської акваторії, закріпити статус українсько-білоруського кордону. Слід врегулювати спірні питання та досяг-

ти повною мірою виконання угод щодо тимчасового перебування Чорноморського флоту Російської Федерації на території України, а також розв'язати з Румунією проблеми делімітації континентального шельфу на виключних економічних зонах у Чорному морі, що дозволить негайно розпочати роботи з розвідки та видобутку енергоносіїв. Блок зазначає, що важливим національним інтересом України є розвиток стратегічного партнерства як з Росією, так і з США, що підносить роль України як фактора стабільності миру, безпеки й демократичної трансформації у Східній Європі та Євразії. Розгортання широкомасштабного економічного співробітництва з такими провідними країнами світу як Росія, США, Німеччина, Франція, Великобританія, Японія, Китай, Канада, Індія входить до складу пріоритетних національних інтересів України.

БЮТ виступає за приєднання України до СОТ, по-перше, тому, що в економічних інтересах України отримати можливість торгувати з іншими державами на вигідних умовах, по-друге, тому, що це активізує зовнішню торгівлю та інвестиції, які будуть стимулювати розвиток бізнесу й збільшення кількості робочих місць, і по-третє, тому що це призведе до запровадження міжнародних стандартів ділової дисципліни в наших головних експортерів.

В програмі блоку зазначається, що у зовнішній політиці Україна має керуватися триадою взаємопов'язаних економічних, політичних та стратегічних інтересів:

- вільна торгівля, звуження сфери протекціоністських заходів та доступ до світових ринків, який розширюватиметься із вступом до СОТ;
- рівноправні взаємовигідні стосунки з зарубіжними країнами, які будуються на цінностях демократії та сприяють її поширенню;
- стабільність, яка сприяє неподільний для всіх країн континенту європейській безпеці й здатна запобігти міжнародним конфліктам.

БЮТ стверджує, що Україна має європейське покликання і буде працювати на користь вступу України до ЄС. Також БЮТ розуміє переваги євроатлантичної інтеграції України, але вважає, що реальністю є те, що питання членства в НАТО не є нагальним для більшості людей. Тому блок вважає, що вступ України до НАТО може відбутися не раніше, ніж більшість населення зрозуміє переваги членства в цій організації, порівнюючи з позаблоковим статусом або приєднанням до Ташкентського пакту. БЮТ

значає, що питання про вступ до НАТО має вирішуватись винятково на референдумі.

Блок виступає за взаємодію із сусідами України, оскільки розуміє, що самовизначення не означає ізоляцію. Досягнення національної незалежності нині означає отримання нового статусу, а не вихід зі світової арени. Нові країни здатні побудувати зі своїми сусідами відносини, засновані на рівності та спільних інтересах. Саме такі відносини блок має намір побудувати з Росією, адже саме так Україна може допомогти розширити зону європейської безпеки, миру й стабільності.

БЮТ має намір переглянути відносини України з Росією на підставі взаємоповаги та взаємного співробітництва. В програмі БЮТ зазначається, що Росія — важливий стратегічний економічний партнер і економічні й культурні зв'язки з нею будуть заохочені й розвинені.

В програмі **Блоку «Наша Україна — Народна Самооборона»** зазначена такі стратегічні цілі:

1. Створити підзвітну громадянам правову державу, щоб влада працювала заради людей, а не політиків.

2. Об'єднати націю через духовне відродження. Українські традиції й духовні цінності зцементують країну.

3. Втілити нову економічну стратегію. Сучасні технології, базовані на знаннях, та особистий успіх кожного забезпечить гідне місце України в світі.

В програмі наведений перелік заходів, які блок має здійснити для того, щоб досягнути своєї мети. Розглянемо деякі з них.

1. Завершення вступу до СОТ.

2. Створення зони вільної торгівлі та спрощення візового режиму з ЄС.

3. Зменшення енергетичної залежності країни через нові технології, диверсифікацію імпорту енергоносіїв, використання альтернативних джерел енергії.

4. Укладання угод з країнами, де працюють громадяни України, про захист їхніх соціальних і трудових прав.

5. Створення окремого візового режиму для мешканців прикордонних територій у рамках транскордонного співробітництва.

6. Залучення інвестицій у будівництво сучасних автодоріг, стадіонів, спортивних споруд і створення нових робочих місць під час підготовки й проведення ЄВРО-2012.

**Партія регіонів** у своїй програмі велику увагу приділяє проблемам національної безпеки України. Гаслом партії є: «Національна безпека — безпека кожного громадянина!». Партія наполя-

гає на якісному оновленні концепції національної безпеки України з урахуванням таких пріоритетів: економічна безпека людини, екологічна безпека, оборонна та військова сфери. Партія переконана, що індивідуальна захищеність людини має стати головним пріоритетом нової політики у сфері національної безпеки і вважає за необхідне створення ефективної системи правової та економічної безпеки індивіда, для чого потрібні такі основні дії: формування чіткої системи відповідальності за порушення конституційних прав громадян, створення надійної правової і законодавчої бази для боротьби з корупцією та економічною злочинністю, розвиток мережі та активна підтримка діяльності недержавних організацій із захисту прав громадян.

Партія виділяє такі базові принципи зовнішньої політики України: реалістичність, твердість та послідовність у відстоюванні національних інтересів; активність та ініціативність у виробленні спільних міжнародних проектів; відкритість та передбачуваність позиції; дотримання норм міжнародного права.

У програмі партії розкрито основні рівні міжнародної співпраці України. Домінантою української зовнішньої політики, на думку партії, має стати зміцнення та розгортання європейського потенціалу країни, інтенсифікація процесів євроінтеграції. При цьому історична та культурна близькість України та Росії обумовлюють роль нашої держави як найближчого стратегічного партнера Російської Федерації, зацікавленого у спільному входженні наших країн до сучасного європейського економічного та культурного простору. Важливу роль у зміцненні міжнародної позиції України повинні відігравати збалансовані і довірливі відносини стратегічного партнерства з провідним світовим лідером — Сполученими Штатами Америки.

Партія регіонів виступає за активну і виважену участь України в роботі ООН, ЮНЕСКО, ПАРЄ, СНД, міжнародних економічних, торговельних та інших організацій. Вона підтримує подальший розвиток і оптимізацію співпраці України з НАТО задля повноцінного включення в систему європейської безпеки.

У програмі **Комуністичної партії України** зазначається, що її головною метою на нинішньому етапі є усунення від влади буржуазно-націоналістичних, антисоціалістичних сил і перехід всієї повноти влади в державі до Рад депутатів трудящих; рішуча зміна політичного курсу країни, відновлення регулювання економічних і політичних процесів в інтересах народу і припинення капіталізації суспільства; відновлення соціалістичного характеру розвитку сус-

пільства, що базується на усуспільненій власності на засоби виробництва і відповідає корінним інтересам трудящих тощо.

Партія вважає, що Україні нав'язується «латиноамериканська» модель капіталізму, притаманна напівколоніальним країнам, щоб зробити з неї колоніальний, аграрно-сировинний придаток розвинених капіталістичних країн, постачальника дешевої кваліфікованої робочої сили, величезний ринок збуту залежалих товарів і застарілих технологій для провідних держав Заходу, стічну яму для виробничих відходів, зону розміщення екологічно шкідливих виробництв.

Партія стверджує неможливість розв'язання в рамках капіталізму найгостріших проблем — подолання безробіття, масового зuboжіння, розгулу злочинності, інфляції, засилля корупції.

Компартія сприятиме зміцненню безпеки й обороноздатності країни на основі розумної достатності й входження до системи колективної безпеки країн СНД. Комунисти проти реалізації планів включення України до військових структур НАТО, перетворення її на буфер, санітарний кордон між західними державами та Росією.

Неодмінними умовами швидкого виходу із кризи Компартія вважає «скасування біловезької змови», усунення штучно створених перешкод, що призвели до руйнування раціональних партнерських зв'язків та втрати традиційних ринків збуту української продукції в Росії та інших республіках; освоєння нових ринків у Європі та інших регіонах світу. Україна, на думку партії, повинна активно впливати на поглиблення інтеграційних процесів у Співдружності Незалежних Держав, удосконалення взаємовигідного співробітництва в різних сферах. Комунисти розглядають це як передумову відродження на новій основі союзу народів зруйнованого Союзу Радянських Соціалістичних Республік. Новий Союз партія уявляє як спільноту братніх народів, що вирішили об'єднати свої зусилля в галузі економіки, зовнішньої політики, оборони та інших сферах в інтересах ефективнішого використання у спільних цілях виробничого, наукового та інших потенціалів, створених спільними зусиллями народів СРСР.

Компартія вважає, що конкретні форми об'єднання, строки та етапи його утворення, коло повноважень, віднесених до спільного ведення, мають бути визначені відповідно до суверенної волі народів, які об'єднуються в Союз держав. Необхідною передумовою міцності нового Союзу комунисти вважають відновлення соціалістичних засад суспільного ладу і збереження радянської форми народовладдя.



Стратегічною метою **Народної Партії (Блок Литвина)** є подолання бідності. У своїй програмі партія зазначає, що бідність — це найбільш шкідлива проблема для країни, для мільйонів наших громадян, підступна й руйнівна хвороба, що підточує державний і суспільний організм, позбавляє людину повноцінного життя, а народ — історичної перспективи. Бідна держава не може бути демократичною, самостійною, самодостатньою і авторитетною на міжнародній арені, забезпечувати повноцінну обороноздатність країни, влада в ній не може бути ефективною, чесною і некорумпованою. Народові, розчакнутому прірвою між багатими і бідними, важко консолідувати зусилля навколо завдань державотворення, вироблення та здійснення реальної й плідної національної ідеї.

Партія наголошує, що бідність — це підґрунтя для всього, що призводить до виродження та вимирання нації, знищення її генофонду. Це джерело політичної апатії й соціального песимізму. У такій атмосфері ніколи не народиться і не сформується відкрите і дієздатне громадянське суспільство. Це, нарешті, прямий шлях до економічного колапсу і соціального вибуху: за рахунок податків з зебрацької оплати праці дедалі важче поповнювати державний бюджет та утримувати на плаву економіку, хоча б мінімально забезпечувати незахищені верстви населення.

У міжнародних відносинах бідна країна ніколи не стане справжнім захисником інтересів своїх громадян. Безвідносно, йдеться про стосунки з Росією, чи з країнами ЄС, чи з Америкою — Україна ризикує бути постійно у ролі третьорозрядного суб'єкту міжнародних відносин. Бідна держава нездатна будувати партнерські взаємини з потужними країнами на паритетних засадах. Крім того, партія констатує, що Україну намагаються перетворити на відстійник для нелегальних мігрантів. Партія вважає, що держава зобов'язана відстояти інтереси українських громадян і не допустити нелегальний в'їзд громадян інших держав, які загострюють криміногенну ситуацію, часто є носіями небезпечних хвороб, потенційною загрозою життю та спокою українських людей.

Партія наголошує, що не потрібно протиставляти принципи справедливості та ефективності в економіці. З одного боку, партія проти жертвування благополуччям людей заради економічної доцільності, з іншого боку, вона проти зрівнялівки. Розвиток ринку, зазначено в програмі партії, неможливий без забезпечення високої платоспроможності більшості громадян, водночас для задоволення зростаючого попиту необхідна ефективна економіка. Усі рішення в економічній сфері повинні проходити експертизу на їх соціальну прийнятність.

Народна Партія пропонує комплексну програму подолання бідності та забезпечення заможного життя кожного громадянина, одним з пунктів якої є здійснення зовнішньої політики виключно на основі національних інтересів, регулярне використання механізму прямого народовладдя — проведення референдумів з ключових питань внутрішньої та зовнішньої політики.

Основні **напрями вдосконалення ЗЕП України** на думку автора є такими:

1. Створення економічних передумов для вступу в ЄС. На першому етапі — створення зони вільної торгівлі з ЄС.

2. Розвиток активної взаємодії з іноземними державами для взаємовигідного використання обопільного руху товарів, послуг, капіталів і робочої сили.

3. Повернення в Україну капіталу, вивезеного з неї.

4. Створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій.

5. Вдосконалення платіжного балансу.

6. Недопущення перетворення України на ринок збуту товарів низької якості та сировинну базу високорозвинених країн.

7. Застосування тактики «експортного прориву» — інтенсивне нарощування експорту груп товарів, для випуску яких в Україні є найбільш сприятливі умови.

8. Вдосконалення структури імпорту шляхом скорочення закупівель товарів не першорядного значення.

9. Диверсифікація постачальників енергоносіїв та інших стратегічно важливих матеріальних ресурсів (пошук альтернативних постачальників).

10. Запровадження санкцій щодо продажу продукції в Україні за демпінговими цінами.

11. Встановлення суворого митного контролю споживчих якостей продукції, недопущення ввозу товарів, які не відповідають вимогам охорони здоров'я та навколишнього середовища.

Існує три визначальні передумови включення України в глобальні процеси економічного розвитку: системна ринкова трансформація, реструктуризація та відкритість економіки. Головною в цій тріаді є системна ринкова трансформація економіки від ізоляції до відкритості, перехід від тоталітарно-директивної моделі до ринкової. Ринкова трансформація здійснюється за трьома основними напрямами:

— лібералізація економіки;

— приватизація власності;

— інституціоналізація (тобто створення ринкової інфраструктури).

Для України важливу роль відіграє створення зовнішньоекономічної та ринкової інфраструктури, а також лібералізація економіки.

Інтеграція економіки України у світове господарство потребує тривалого часу. Вона повинна відбуватися виважено, поетапно та відповідно до внутрішніх та зовнішніх передумов. Адже процес зміни наукової парадигми здійснюється протягом 5—10 років, технологічної системи — 10—30 років, економічної системи — від 30 до 60 років.

Серед державних органів ЗЕП України важливе місце посідають Рада національної безпеки і оборони та Міністерство економіки. Розглянемо ці органи детальніше.

### **Рада національної безпеки і оборони України**

Рада національної безпеки і оборони України (РНБО) була створена Указом Президента України від 30 серпня 1996 р. № 772 відповідно до статті 107 Конституції України.

В статті 107 Конституції України зазначається, що Рада національної безпеки і оборони є координаційним органом з питань національної безпеки і оборони при Президентові України. Рада національної безпеки і оборони України координує і контролює діяльність органів виконавчої влади у сфері національної безпеки і оборони. Головою РНБО України є Президент України який формує персональний склад РНБО. До складу РНБО за посадою входять Прем'єр-міністр України, Міністр оборони України, Голова Служби безпеки України, Міністр внутрішніх справ України, Міністр закордонних справ України. У засідання РНБО може брати участь Голова Верховної Ради України. Рішення РНБО вводяться в дію указами Президента України.

Правові засади організації та діяльності РНБО України, її склад, структура, компетенція і функції визначаються **Законом України «Про Раду національної безпеки і оборони України»** від 5 березня 1998 р. № 183/98-ВР.

Згідно з цим Законом функціями РНБО України є:

1) внесення пропозицій Президентові України щодо реалізації засад внутрішньої і зовнішньої політики у сфері національної безпеки і оборони;

2) координація та здійснення контролю за діяльністю органів виконавчої влади у сфері національної безпеки і оборони у мирний час;

3) координація та здійснення контролю за діяльністю органів виконавчої влади у сфері національної безпеки і оборони в умовах воєнного або надзвичайного стану та при виникненні кризо-

вих ситуацій, що загрожують національній безпеці України (ст. 3 Закону).

Відповідно до функцій, визначених цим Законом, Рада національної безпеки і оборони України:

1) розробляє та розглядає на своїх засіданнях питання, які відповідно до Конституції та законів України, Концепції (основ державної політики) національної безпеки України, Военної доктрини України належать до сфери національної безпеки і оборони, та подає пропозиції Президентові України щодо:

- визначення стратегічних національних інтересів України, концептуальних підходів та напрямів забезпечення національної безпеки і оборони у політичній, економічній, соціальній, воєнній, науково-технологічній, екологічній, інформаційній та інших сферах;

- проектів державних програм, доктрин, законів України, указів Президента України, директив Верховного Головнокомандувача Збройних Сил України, міжнародних договорів, інших нормативних актів та документів з питань національної безпеки і оборони;

- заходів політичного, економічного, соціального, воєнного, науково-технологічного, екологічного, інформаційного та іншого характеру відповідно до масштабу потенційних та реальних загроз національним інтересам України;

- забезпечення і контролю надходження та опрацювання необхідної інформації, її збереження, конфіденційності та використання в інтересах національної безпеки України, аналізу на її основі стану і тенденції розвитку подій, що відбуваються в Україні і в світі, визначення потенційних та реальних загроз національним інтересам України;

- питань оголошення стану війни, загальної або часткової мобілізації, введення воєнного чи надзвичайного стану в Україні або окремих її місцевостях, оголошення в разі потреби окремих місцевостей України зонами надзвичайної екологічної ситуації;

2) здійснює поточний контроль діяльності органів виконавчої влади у сфері національної безпеки і оборони, подає Президентові України відповідні висновки та пропозиції;

3) залучає до аналізу інформації посадових осіб та фахівців органів виконавчої влади, державних установ, наукових закладів, підприємств та організацій усіх форм власності;

4) ініціює розроблення нормативних актів та документів з питань національної безпеки і оборони, узагальнює практику їх застосування та результати перевірок їх виконання;

5) координує і контролює переведення центральних і місцевих органів виконавчої влади, а також економіки країни на роботу в умовах воєнного чи надзвичайного стану;

6) координує і контролює діяльність органів місцевого самоврядування в межах наданих повноважень під час введення воєнного чи надзвичайного стану;

7) координує та контролює діяльність органів виконавчої влади по відбиттю збройної агресії, організації захисту населення та забезпеченню його життєдіяльності, охороні життя, здоров'я, конституційних прав, свобод і законних інтересів громадян, підтриманню громадського порядку в умовах воєнного та надзвичайного стану та при виникненні кризових ситуацій, що загрожують національній безпеці України (ст. 4 Закону).

При РНБО України існують Інститут проблем національної безпеки та Національний інститут проблем міжнародної безпеки.

Адреса **РНБО України**:

01133, м. Київ,

Вул. Командарма Каменева, 8.

Служба по зв'язках з громадськістю:

Тел. 8(044) 255-05-36

Факс: 8(044)255-05 36

E-mail: public @ rainbow.gov.ua

Веб-сайт: www. rainbow.gov.ua

## **Міністерство економіки України**

Згідно з «Положенням про Міністерство економіки України», затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2007 р. № 777, Міністерство економіки України (Мінекономіки) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України. Мінекономіки є головним (провідним) органом у системі центральних органів виконавчої влади і забезпечення реалізації державної економічної, цінової, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики а також міжвідомчої координації з питань економічного і соціального співробітництва України з ЄС.

Мінекономіки в своїй діяльності керується Конституцією та законами України, а також указами Президента України і постановами Верховної Ради України, прийнятими відповідно до Конституції та законів України та актами Кабінету Міністрів України.

Основним завданнями Мінекономіки є:

- забезпечення формування та реалізації в межах своїх повноважень державної економічної політики, здійснення прогнозування та державного регулювання національної економіки, а також розроблення відповідних прогнозних і програмних документів;

- розроблення в межах своїх повноважень та забезпечення відповідно до законодавства реалізації державної регіональної політики, організація роботи, пов'язаної зі створенням умов для динамічного, збалансованого, соціально-економічного розвитку країни та її регіонів;

- забезпечення:

- реалізації в межах своїх повноважень державної політики з питань економічного і соціального співробітництва України з ЄС та координації діяльності органів виконавчої влади із зазначених питань;

- формування та реалізації в межах своїх повноважень державної інвестиційної політики;

- реалізації державної політики у сфері співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями, відповідними міжнародними, у тому числі регіональними організаціями тощо;

- розроблення пропозицій щодо проведення адміністративної реформи в Україні; удосконалення в межах своїх повноважень інструменту, процедур та стандартів діяльності органів виконавчої влади;

- забезпечення реалізації в межах своїх повноважень державної економічної політики у сфері оборони та безпеки.

Мінекономіки відповідно до покладених на нього завдань:

- аналізує стан і тенденції економічного і соціального розвитку України, її адміністративно-територіальних одиниць, розробляє пропозиції щодо пріоритетних напрямів розвитку та реформування економіки, враховуючи принципи сталого розвитку;

- бере участь в межах своїх повноважень у реалізації державної регіональної політики, розробляє в межах своїх повноважень проекти нормативно-правових актів з питань регіональної політики і місцевого самоврядування, пропозиції щодо розв'язання актуальних проблем у цій сфері;

- розробляє пропозиції щодо формування та реалізації державної цінової політики;

- здійснює відповідно до законодавства державне регулювання цін (тарифів) на продукцію, товари і послуги;

- узагальнює пропозиції щодо формування розміщення та підвищення ефективності функціонування об'єктів ринкової інфраструктури;

- забезпечує і координує в межах своїх повноважень виконання Українською Стороною зобов'язань за міжнародними договорами України з ЄС;

- забезпечує реалізацію державної зовнішньоекономічної політики, розробляє концепції та стратегії розвитку зовнішньоекономічного потенціалу держави, механізму державного регулювання зовнішніх економічних зв'язків;

- розробляє заходи, спрямовані на нарощення інвестиційних ресурсів, створення сприятливого інвестиційного клімату та організовує їх здійснення;

- координує й забезпечує разом з іншими центральної та місцевими органами виконавчої влади реалізацію державної політики у сфері економічного та технічного співробітництва з іноземними державами та міжнародними організаціями щодо виконання економічних програм і проектів;

- забезпечує формування стратегічних і щорічних програм залучення міжнародної технічної допомоги відповідно до пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку України та координує діяльність, пов'язаної із залученням такої допомоги.

Правові засади діяльності: постанова Кабінету Міністрів України від 26.05.2007 № 777 «Про затвердження Положення про Міністерство економіки України», Указ Президента України від 12.05.2005 № 775/2005 «Про внесення змін до Указу Президента України від 20 квітня 2005 р. № 677», Указ Президента України від 20.04.2005 № 677/2005 «Про Міністерство економіки України», Указ Президента України від 21.08.2001 № 724/2001 «Про перейменування Міністерства економіки України».

## **Структурні підрозділи Міністерства економіки України:**

Департамент персоналу

Юридичний департамент

Департамент економіки оборони та безпеки

Департамент інформатизації

Департамент адміністративної реформи, зв'язків із ВРУ та іншими органами державної влади

Департамент регіонального розвитку

Департамент економічної стратегії

Департамент фінансової політики

Департамент державних цільових програм

Департамент розвитку соціальної та гуманітарної сфери

Департамент співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями

Департамент регуляторної політики  
Департамент документального забезпечення  
Департамент економічної конкуренції та секторальних переворень  
Департамент інвестиційної діяльності  
Департамент зовнішньоекономічної політики  
Департамент співробітництва з СНД та Російською Федерацією  
Департамент двостороннього торговельно-економічного співробітництва  
Департамент координації міжнародної технічної допомоги  
Департамент співробітництва з ЄС  
Департамент співробітництва з СОТ  
Департамент антидемпінгових розслідувань та захисту внутрішнього ринку  
Департамент забезпечення роботи Міністра (патронатна служба).

**Адреса Міністерства економіки:**

01008, Україна, м. Київ,  
вул. Грушевського, 12/2  
Тел. 8(044)253-93-94  
Факс: 8(044) 226-31-81

### **1.3. ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ**

Однією з найважливіших складових системи зовнішньоекономічної політики є зовнішньоторговельна політика держави.

**Зовнішньоторговельна політика держави** — це сукупність державних заходів, спрямованих на стимулювання й розвиток торговельних відносин з іншими країнами. Основними цілями зовнішньоторговельної політики є: зміна обсягу експорту й імпорту, зміна структури зовнішньої торгівлі, забезпечення країни необхідними ресурсами, зміна співвідношення експортних та імпортних цін.

Характерною рисою трансформації економіки України стало посилення зовнішнього вектора її розвитку. Україна значно залежить від зовнішніх торгово-економічних відносин. В останнє десятиріччя підприємства чорної та кольорової металургії, хімічної промисловості, АПК, транспортного машинобудування та ряду інших галузей намагалися повною мірою використати можли-



вості задоволення зовнішнього попиту для збереження рівня зайнятості та обсягів виробництва.

Прорватися на світові, а особливо європейські ринки, Україні надзвичайно складно. Сучасному світовому ринку товарів притаманні дві основні тенденції: перевищення пропозиції над існуючим попитом і жорстка конкуренція між його учасниками. Світова практика свідчить, що нині до експорту будь-якої країни висуваються дуже високі вимоги щодо якості продукції, її асортименту, новизни товарів, їх оригінальності та привабливості. Ситуація ускладнюється тим, що розпад СРСР, розрив старих зв'язків призвели до ліквідації відпрацьованої системи зовнішньої торгівлі України. В цих умовах Україна намагається увійти в міжнародні товарно-економічні відносини непослідовно, поспіхом, без глибокого науково-теоретичного обґрунтування, шляхом односторонньої лібералізації зовнішньої торгівлі, відлучення держави від втручання в економічні процеси, що призводить до створення умов нерівноправного торговельного обміну, до знищення виробничого й науково-технічного потенціалів, до величезних економічних і соціальних втрат.

Зовнішньоторговельні зв'язки України базуються не стільки на міжнародному поділі праці, скільки на розподілі природних ресурсів між країнами, що склався історично. Це є характерною ознакою недоліків ЗЕП України.

Незважаючи на певні позитивні зрушення у стані торгівлі України, розвиток її зовнішньої торгівлі залишається несприятливим, що погіршує економічне становище держави й ускладнює вихід з кризи.

Деструктивні тенденції розвитку зовнішньоторговельних відносин України зумовлюють такі негативні фактори:

- непослідовна економічна, зокрема, зовнішньоекономічна політика держави;
- зниження конкурентоспроможності українських товарів;
- тиск монопольних постачальників;
- однобока фіскальна та валютно-фінансова політика, яка сприяла знеціненню національної грошової одиниці, розвитку інфляції, втечі капіталу за межі України, бартеризації торгівлі та збуту продукції, мінуючи митні кордони;
- випереджаюче зростання цін на продукцію критичного імпорту, яке призвело до нееквівалентності товарообміну, зростаючої заборгованості за енергоносії та посилення залежності від їхніх постачальників;

- відсутність ефективної системи захисту внутрішнього ринку заходами митного регулювання, квотування і ліцензування, відсутність надійних механізмів контролю за поверненням валютної виручки;

- підвищення рівня корумпованості й криміногенності у зовнішній торгівлі, втеча капіталів;

- руйнівне відкриття внутрішнього ринку для товарів некритичного імпорту;

- укладання значної кількості не вигідних для економічних інтересів держави зовнішньоторговельних контрактів, пов'язаних з демпінгом, надмірним експортом дефіцитної на внутрішньому ринку продукції;

- відсутність надійних методів і механізмів захисту економічних інтересів України у сфері зовнішньоторговельних відносин тощо.

В Україні спостерігається посилення ресурсної залежності від монопольних постачальників критичного імпорту.

**Критичний імпорт** — це імпорт продукції, яка не виробляється або майже не виробляється в даній країні. Для України — це нафта, газ, чай, кава, какао-боби, цитрусові, деякі фармацевтичні препарати тощо.

Має місце політика економічного «вимогування», яка полягає у зловживанні монопольним становищем постачальників і ресурсною залежністю споживачів. Це використовується як засіб економічного і політичного тиску.

Водночас на український ринок проникає все більше товарів некритичного імпорту, що призводить до «проїдання» значної частини валютних коштів, сприяє подальшому скороченню обсягів виробництва та збуту, зростанню соціальної напруженості. Зовнішня торгівля України має «колоніальне» забарвлення — Україна розглядається як постачальник сировини і ринок збуту готової продукції розвинених країн.

Українським експортерам не вистачає інформації про репутацію майбутніх партнерів за кордоном і особливості чинного законодавства країни, на ринок якої вони виходять.

Сфера обігу України є привабливою для злочинних елементів і мафіозних структур. Особливо поживався інтерес злочинних елементів до зовнішньої торгівлі у період ринкового реформування економіки України і відмови держави від монополії на зовнішню торгівлю.

Існують два типи зовнішньоторговельної політики — лібералізація (вільна торгівля) та протекціонізм. Ці два типи торговельної політики характеризують ступінь втручання держави у зовнішню торгівлю.

**Лібералізація** — це мінімальне втручання держави у зовнішню торгівлю, яка розвивається на основі дії вільних ринкових сил попиту і пропозиції. Регулятором виступає ринок.

За умов вільної торгівлі спостерігаються позитивні політичні наслідки — країни стають більш взаємозалежними, зменшується небезпека ворожих дій. Найбільший вигреш від лібералізації зовнішньої торгівлі отримують найбільш розвинуті країни.

**Протекціонізм** — це політика державного втручання в зовнішню торгівлю, спрямована на захист національної економіки від іноземної конкуренції. При протекціонізмі виключається вільна дія ринкових сил. Передбачається, що на світовому ринку економічний потенціал і конкурентноздатність окремих країн різні. Тому вільна дія ринкових сил може бути не вигідною для менш розвинених країн. Необмежена конкуренція з боку більш сильних держав може призвести до економічного застою менш розвинених країн і формування неефективної економічної структури. Політика протекціонізму сприяє розвитку в країні певних галузей виробництва, а також скорочує безробіття. Проте усунення іноземної конкуренції послаблює зацікавленість вітчизняних виробників у підвищенні ефективності виробництва, впровадженні досягнень науково-технічного прогресу.

Лібералізація зовнішньої торгівлі відіграла в Україні певну позитивну роль: збільшилися обсяги експорту, суттєво розширилось коло експортерів, в експортній діяльності з'явилися елементи здорової конкуренції. Імпорт відіграв «моторну» роль — вільний від обмежень, він зруйнував велику кількість неефективних виробництв і став підставою для запровадження в Україні вищих стандартів споживання, які ґрунтуються не тільки на використанні новітніх технологій і обладнання, а й на інших способах організації суспільно-економічного життя.

Проте зовнішньоекономічна сфера була лібералізована в Україні занадто високими темпами. Ані уряд, ані підприємства до цього не були готові. На український ринок хлинув потік споживчих товарів з інших (переважно розвинених) країн. Для їхнього забезпечення виділяється значна частина валютних коштів від експорту. Обсяги виробництва та збуту дедалі скорочуються, завантаження виробничих потужностей зменшується. Проникнення на український ринок готової продукції розвинених країн полегшила колишня ізольованість України, високий рівень монополізму, хронічний дефіцит споживчих товарів, викликаний недостатнім розвитком переробних галу-

зей та відсутність конкурентного середовища. Надмірна відкритість економіки України становить загрозу подальшої деградації виробничого потенціалу й руйнування не тільки окремих підприємств, що спеціалізуються на виробництві наукомісткої та високотехнологічної продукції, а й цілих галузей обробної промисловості.

Безоглядна лібералізація зовнішньої торгівлі на перехідному етапі розвитку економіки гостро пов'язана з проблемою загрози економічній безпеці країни. Тому в Україні повинен відбуватися регульований державою процес відкриття національного ринку з одночасним здійсненням цілеспрямованого захисту власних товаровиробників і економіки в цілому. Держава повинна частково контролювати й регулювати зовнішню торгівлю, а її лібералізація не повинна супроводжуватися повним усуненням держави від впливу на економічні процеси.

Існують **дві групи інструментів державного регулювання міжнародної торгівлі**: тарифні та нетарифні. До тарифних інструментів належить митний тариф. Він є основним і найбільш давнім інструментом зовнішньоторговельної політики. **Митний тариф** — це систематизований перелік ставок мит або конкретна ставка мита. (Інколи поняття «мити» та «митний тариф» розглядаються як еквівалент). **Мито** — це податок, який стягується з товару при перетині ним національного митного кордону. Мито підвищує ціну товару. В кінцевому рахунку його сплачує споживач.

Одним з основних законів, на якому базується проведення зовнішньоторговельної політики України, є **Закон України «Про Єдиний митний тариф»** від 05.02.1992р. № 2098-ХІІ.

Згідно з цим законом, єдиний митний тариф України — це систематизований звід ставок мита, яким обкладаються товари та інші предмети, що ввозяться та митну територію України або вивозяться за межі цієї території.

Єдиний митний тариф України встановлює на єдиній митній території України обкладення митом предметів що ввозяться на митну територію України або вивозяться з цієї території.

Ставки Єдиного митного тарифу України є єдиними для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності незалежно від форм власності, організації господарської діяльності та територіального розташування, за винятком випадків, передбачених законами України та її міжнародними договорами.

Єдиний митний тариф України затверджується Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України.

В Україні застосовуються такі види мита (ст. 7 цього Закону):

— адвалерне, що нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, які обкладаються митом;

— специфічне, що нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом;

— комбіноване, що поєднує обидва ці види митного обкладення.

Максимальні ставки ввізного мита встановлені на м'ясо, харчові субпродукти, цукор, картоплю, овочі, олію соняшникову, масло вершкове. Мінімальні ставки ввізного мита на рівні 0 % установлені на такі продовольчі товари як кокосові горіхи, горіхи кешью, виноград сушений, кава несмажена, чай зелений і чорний для промислової переробки, пшениця тверда і м'яка, боби соєві, пальмова і кокосова олія та ін.

Функціями мита є:

— фіскальна — поповнення бюджету;

— протекціоністська — захист національного виробника від іноземної конкуренції;

— балансувальна — запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які нижчі за світові;

— політична — тиск на інші держави чи надання їм митних пільг.

Після прийняття декларації про державний суверенітет України самостійно визначає митну політику, створює власну митну систему та здійснює митне регулювання на своїй території. Митне регулювання здійснюється відповідно до Митного кодексу, законів України та міжнародних договорів. Україна може вступати в митні союзи з іншими державами.

Регулювання митною справою здійснюють найвищі органи влади та управління України. Спеціально уповноваженим органом державного управління в галузі митної справи є Державний митний комітет України, який приймає нормативні акти, що регулюють дану сферу діяльності.

Другою групою інструментів державного регулювання зовнішньої торгівлі є нетарифні обмеження. Вони використовуються як альтернатива тарифам.

Загалом нетарифних інструментів нараховується більше 800. Їх можна класифікувати за трьома основними групами:

1 — кількісні;

2 — приховані;

3 — фінансові.

З усіх різновидів нетарифних бар'єрів найбільшого поширення набули кількісні. Головними з них є квотування та ліцензування.

**Квотування** — це кількісне чи вартісне обмеження експорту чи імпорту на певний термін. **Квота** експорту чи імпорту товарів визначається кількістю або сумою на певний проміжок часу. Квота, встановлена в розмірі «0» означає **ембарго**, тобто заборону експорту чи імпорту. **Ліцензування** — це видання експортерам чи імпортерам спеціального дозволу (ліцензії) на вивезення чи ввезення певного товару протягом встановленого терміну. **Ліцензія** — це дозвіл на експорт чи імпорт товарів у встановленій кількості за певний проміжок часу. Вона видається уповноваженим державним органом.

Використання Україною інструментів нетарифного регулювання є несистематичним і охоплює лише окремі товарні позиції. Розвинуті держави за допомогою нетарифних бар'єрів блокують експорт українських товарів на ряді зарубіжних ринків, що призводить до скорочення виробництва цих товарів в Україні.

Аналіз товарної структури українського експорту дозволяє констатувати сировинну спрямованість українського експорту, що свідчить про атрофію переробної промисловості. Зростання українського експорту досягається за рахунок чорних металів, частка інших видів продукції є незначною. Структура експорту України є нерациональною, в ньому домінує продукція з невисоким рівнем доданої вартості — Україна забезпечує сировиною власних конкурентів, чим перебиває собі вихід на ринки готових виробів. Вітчизняні виробники не можуть в повному обсязі закуповувати необхідну сировину й виробляти необхідну продукцію внаслідок низької платоспроможності. Сировина, яка не знаходить попиту на внутрішньому ринку, спрямовується за кордон, де з неї виробляються готові вироби, які повертаються на ринки України, витісняючи вітчизняних товаровиробників. Це вимагає інтенсивного використання природних конкурентних переваг.

В умовах постійного зростання цін на енергоносії та використання Україною застарілих технологій відбувається підвищення рівня виробничих витрат, зниження якості продукції та підрив її конкурентоспроможності.

Сировинна спрямованість українського експорту викликає проблеми нестабільного економічного зростання. Динаміка ВВП, торгового балансу та бюджетних доходів України істотно зале-

жить від коливань світогосподарської кон'юнктури. Ціни на провідні товари українського експорту характеризуються високою нестабільністю. До того ж ці товари мають слабкий динамізм світового попиту й надлишкову пропозицію, що тягне за собою погіршення умов торгівлі, виснаження інвестиційних ресурсів та зниження темпів економічного зростання.

У структурі експорту України високотехнологічна продукція займає лише біля 1,5 %. Для покращення структури експорту, виходу з кризи і підвищення темпів економічного зростання України необхідно стимулювати розвиток виробництв, які забезпечуватимуть її присутність на нових високотехнологічних ринках, а саме на ринку інформаційних технологій, електронних виробів і лазерної техніки, автоматизованого та офісного обладнання, авіаційної техніки, нових матеріалів і хімічних продуктів, електрообладнання, залізничного транспорту тощо.

Таким чином, **пріоритетами державної експортної політики України** повинні бути:

1. Нарощування експортного потенціалу (експортний потенціал — це загальний обсяг виробленої в країні продукції, що знаходить попит в іноземних споживачів).

2. Географічна диверсифікація експорту (диверсифікація експорту — це збільшення кількості країн, до яких постачається експорт), освоєння нових ринків — Близький Схід, Південно-Східна Азія, Латинська Америка, Африка.

3. Підвищення питомої ваги в експорті високотехнологічної та наукомісткої продукції та товарів високого рівня обробки.

4. Зменшення в експорті частки сировини і напівфабрикатів.

5. Встановлення і поглиблення взаємовигідних зовнішньоекономічних зв'язків з країнами ЄС, СНД, США та ін.

6. Запровадження мита на експорт стратегічної сировини.

7. Поступове зменшення обсягів експорту окремих видів хімічної промисловості, електроенергетики і чорної металургії в зв'язку з дефіцитом енергоносіїв.

Державне регулювання експорту повинно базуватися на оцінці ступеня насиченості певним товаром зарубіжних ринків для того, щоб забезпечити укладання вигідних зовнішньоторговельних контрактів.

**Пріоритетами державної імпорتنної політики** повинні бути:

1. Диверсифікація джерел імпорту (тобто збільшення кількості країн, з яких надходить імпорт), передусім, критичного, з метою зменшення ресурсної залежності від монопольних постачальників.

2. Створення системи захисту національних виробників.

3. Поліпшення структури й умов імпорту з врахуванням структурної перебудови економіки, потреб та інтересів населення та товаровиробників.

4. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів.

5. Розширення виробництва імпортозамінної продукції на власній ресурсній базі.

6. Заохочення зростання високотехнологічного імпорту (машин, устаткування, технологій, ідей) з метою скорочення технологічного розриву з промислово розвиненими країнами.

7. Використання енерго- і ресурсозберігаючих технологій, економія енергоносіїв.

Державне регулювання імпорту повинне стимулювати ввезення дефіцитної сировини, збільшення закупівлі за кордоном новітніх технологій, ліцензії на найновіші машини, обладнання, прибори. Пріоритети повинні надаватися імпорту товарів виробничого призначення для тих галузей і підприємств, які нарощуватимуть експортні поставки і формуватимуть експортну спеціалізацію України.

**В Програмі українського уряду Ю. Тимошенко «Український прорив — для людей, а не для політиків» ([www.kraina.org.ua](http://www.kraina.org.ua)) пропонуються такі заходи стимулювання експорту й зовнішньої торгівлі:**

- розробка експортної стратегії України з чіткими стратегічними пріоритетами українського експорту на географічних і товарних ринках;

- створення організаційних механізмів надання прозорості загальнодоступної державної інформаційно-правової підтримки діяльності експортерів;

- прийняття законодавства, що відповідає практиці СОТ, яка чітко визначає випадки, коли можуть бути введені експортні квоти на продукцію і правила їх розподілу;

- стимулювання розвитку високотехнологічних експортних виробництв шляхом надання податкових кредитів, бюджетного відшкодування відсотків за кредитами, участі держави у фінансуванні науково-дослідних (проектно-конструкторських) робіт, загальної інформаційної підтримки, фахового кадрового забезпечення;

- здійснення комплексів заходів, спрямованих на зміцнення позицій національних експортерів на зовнішніх товарних ринках, у т.ч. заходами економічної дипломатії, надання підтримки реалізації стратегічно важливих експортних контрактів на вищому політичному рівні, оперативне реагування на торговельні конфлікти з метою їх якнайшвидшого врегулювання;



- проведення переговорного процесу та укладення двосторонніх міждержавних угод щодо спрощення митних процедур у відносинах з країнами — основними торговельними партнерами України;

- вдосконалення нормативно-методичного забезпечення з метою впровадження механізмів експортного кредитування та експортного страхування;

- спрощення системи сертифікації імпорту у відповідності до європейських стандартів.

У рамках торговельної політики можливо також використання низки заходів зі сфери політики імпорту, які також посприяли б зростанню економічної ефективності й справедливості:

- спрощення системи сертифікації імпорту шляхом затвердження таких процедур, які передбачають без додаткових внутрішніх процедур доступ до українського ринку усіх товарів, які відповідають стандартам ЄС;

- застосування комплексу інструментів захисту внутрішнього ринку, які відповідають нормам СОТ, у тому числі — щодо контролю за якістю, безпекою, відповідністю імпортованих товарів фітосанітарним та ветеринарним нормам тощо;

- налагодження партнерства між урядом і бізнесом щодо реалізації спільних проектів, впровадження яких забезпечить імпортозаміщення;

- впровадження системи REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals, EC 1907/2006) щодо реєстрації, оцінки та дозволу на використання хімічних речовин;

- зміцнення засобів митного контролю з метою запобігання явній та прихованій контрабанді та ввезенню товарів, небезпечних для здоров'я людей та довкілля, в тому числі у частині адекватного встановлення митної вартості товарів, а також удосконалення та реалізація програми «Контрабанда — стоп»;

- внесення змін до митного законодавства України з метою впровадження адекватних механізмів визначення митної вартості імпортованих та експортованих товарів.

На стан економіки взагалі та зовнішньоторговельного сектору зокрема значною мірою впливає інтелектуальний сектор. Фінансування освіти і науки та поліпшення рівня кваліфікації кадрів допоможе покращити стан виробництва, що стимулюватиме збільшення зовнішньоторговельного обороту і оптимізуватиме роз-

робку та проведення зовнішньоторговельної політики. Для збільшення інноваційної спрямованості українського імпорту держава повинна:

- фінансувати закупівлю за кордоном новітніх технологій та ноу-хау для якісного вдосконалення виробництва;
- надати преференційні умови для інвестицій у високотехнологічні виробництва;
- звільнити від митного обкладання ввезення сучасної техніки та обладнання;
- зменшити ставку оподаткування виробництва експортної продукції з високим ступенем доданої вартості.

#### **1.4. ЗОВНІШНЬОІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ**

Інвестиційну політику країни можна розглядати з точки зору внутрішніх та зовнішніх інвестицій. У першому випадку вона є складовою загальної економічної політики держави, в другому — складовою її зовнішньоекономічної політики. В даному параграфі будемо розглядати інвестиційну політику України як складову її зовнішньоекономічної політики.

**Інвестиційна політика** — це сукупність економічних та організаційних заходів, правил та інструментів регулювання державою іноземних та зарубіжних інвестицій. Іноді поняття «іноземні» та «зарубіжні» інвестиції розглядаються як синоніми. Ми ж під терміном «зарубіжні» інвестиції будемо розуміти інвестиції певної країни за кордон, а під терміном «іноземні» інвестиції — інвестиції в певну країну з-за кордону. Оскільки для України найбільш гостро постає проблема іноземних інвестицій, найбільшу увагу зосередимо саме на цьому питанні.

Інвестиційна політика визначає основні правила допуску й функціонування іноземних інвестицій, умови діяльності іноземних інвесторів, контроль і ліцензування інвестицій, права власності, галузеві обмеження, порядок здійснення зарубіжних інвестицій тощо. Вона повинна гарантувати іноземним інвесторам захист їхніх прав та інтересів, а також безперешкодний переказ капіталів і репатріації прибутку, визначати порядок визначення інвестиційних суперечок та порядок можливої експропріації або націоналізації іноземної власності й обов'язкової компенсації.

Інвестиційна політика пов'язана із зовнішньоторговельною, валютною, податковою, грошово-кредитною політикою, політи-

кою приватизації. Специфіка інвестиційної політики залежить від цілей зовнішньоторговельної політики, від її експортної або імпоротної орієнтації, співвідношення між її тенденціями — протекціонізмом та лібералізацією.

Інвестиції є основою для розвитку підприємств окремих галузей і економіки в цілому. Структурне й якісне оновлення виробництва та створення ринкової інфраструктури відбувається практично повністю за рахунок інвестування. Від ефективності інвестиційної політики залежить стан виробництва, рівень технічної оснащеності основних фондів підприємств, вирішення економічних, соціальних й екологічних проблем.

Інвестиційна політика України повинна стимулювати розвиток пріоритетних галузей виробництва, які можуть стати основою її міжнародної спеціалізації та визначити її місце у міжнародному поділі праці й світовому господарстві. Активно підвищити експортний потенціал України неможливо без поліпшення інвестиційного клімату й залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) у відповідні галузі економіки.

Нині для здійснення перетворень в економіці України необхідні значні капіталовкладення. Необхідність залучення ПІІ в економіку України зумовлена тривалим спадом вітчизняного виробництва, а відтак — недостатністю ресурсів підприємств для оновлення й модернізації основних фондів, обмеженістю заощаджень домогосподарств, недостатньою капіталізацією української банкової системи, нерозвиненістю фондового ринку тощо.

За оцінками Міністерства економіки загальна потреба в інвестиціях для структурної перебудови економіки України становить від 140 до 200 млрд дол. США, а щорічна потреба — близько 20 млрд дол. США. Обсяг необхідних саме іноземних інвестицій в економіку України становить 40—60 млрд дол. США. За оцінками експертів Всесвітнього банку, для досягнення рівня розвитку США Україні потрібно загалом 4 трлн дол. США.

Проте іноземні інвестиції в разі проведення Україною непродуманого інвестиційної політики можуть мати для національної економіки вагомий негативні наслідки, серед яких: монополізація окремих стратегічно важливих або соціально значущих сфер економіки, надмірна експлуатація національної сировинно-ресурсної бази, консервація неефективної структури національного виробництва, деформація умов конкуренції внаслідок застосування необґрунтованих пільг, надмірний вплив фінансових ресурсів через репатріацію прибутків тощо.

Аналіз показує, що обсяги й структура іноземного інвестування не відповідають пріоритетам сталого економічного розвитку країни. Іноземні інвестори вкладають кошти лише у некапіталоемні та рентабельні галузі, що можуть забезпечити швидку окупність капіталу. Вони орієнтуються насамперед на одержання швидкого прибутку та виведення його за межі національної економіки. Забезпечення економічного зростання вони на меті не мають і не відіграють належної ролі в трансформації економіки України. Структура ПІІ в існуючому вигляді містить загрозу перетворення України в сировинний придаток, складальний цех індустріального виробництва високорозвинених країн з низько- і середньо кваліфікованою робочою силою. Державна інвестиційна політика України консервувала неефективну, zdeформovanу структуру економіки, що є однією з головних причин погіршення економічної ситуації.

Інвестиційна політика України в сфері іноземних інвестицій здійснюється Кабінетом Міністрів України разом з Національним банком і регулюється Верховною Радою. Ця політика базується на чималій кількості нормативно-правових актів, основними з яких є: Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. № 1560-ХІІ, Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 р. № 93/96-ВР, Закон України «Про державну програму заохочення іноземних інвестицій в Україну» від 17.12.1994 р., Указ Президента України «Про додаткові заходи щодо залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України» від 7.07.2003 р. № 580/2003. (див. додаток І).

**Закон України «Про режим іноземного інвестування»** визначає особливості режиму іноземного інвестування на території України, виходячи з цілей, принципів і положень законодавства України.

Згідно з цим законом іноземні інвестиції можуть вкладатися в будь-які об'єкти, інвестування в які не заборонено законами України. Іноземні інвестиції та інвестиції українських партнерів, включаючи внески до статутного фонду підприємств, оцінюються в іноземній конвертованій валюті та у валюті України за домовленістю сторін на основі цін міжнародних ринків або ринку України. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації. Державні органи не мають права реквізувати іноземні інвестиції, за винятком випадків здійснення рятувних заходів у разі стихійного лиха, аварії, епідемії. Зазначена реквізиція може бути проведена на підставі рішень органів, уповноважених на це Кабінетом Міністрів

України. Рішення про реквізицію іноземних інвестицій та умови компенсації можуть бути оскаржені в судовому порядку.

Іноземні інвестори мають право на відшкодування збитків, включаючи упущену вигоду і моральну шкоду, завданих їм внаслідок дій, бездіяльності або неналежного виконання державними органами України чи їх посадовими особами передбачених законодавством обов'язків щодо іноземного інвестора. Компенсація, що виплачується іноземному інвестору, повинна бути швидкою, адекватною та ефективною.

Іноземним інвесторам після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів гарантується безперешкодний та негайний переказ за кордон їх прибутків, доходів та інших коштів в іноземній валюті, одержаних на законних підставах внаслідок здійснення іноземних інвестицій. Порядок переказу за кордон прибутків, доходів та інших коштів, одержаних внаслідок здійснення іноземних інвестицій, визначається Національним банком України.

Іноземні інвестиції повинні пройти державну реєстрацію. Відмова в державній реєстрації іноземних інвестицій можлива лише у разі порушення встановленого порядку реєстрації. Відмова з мотивів її недоцільності не допускається.

Майно, що ввозиться в Україну як внесок іноземного інвестора до статутного фонду підприємств з іноземними інвестиціями (крім товарів для реалізації або власного споживання), звільняється від обкладення митом. Підприємство з іноземними інвестиціями самостійно визначає умови реалізації продукції (робіт, послуг), включаючи ціну на них, якщо інше не передбачено законодавством України. Підприємства з іноземними інвестиціями сплачують податки відповідно до законодавства України.

Охорона та здійснення прав інтелектуальної власності підприємств з іноземними інвестиціями забезпечуються відповідно до законодавства України. Підприємства з іноземними інвестиціями самостійно приймають рішення про патентування (реєстрацію) за кордоном винаходів, промислових зразків, товарних знаків та інших об'єктів інтелектуальної власності, які їм належать, відповідно до законодавства України.

Спори між іноземними інвесторами та державою з питань державного регулювання іноземних інвестицій та діяльності підприємств з іноземними інвестиціями підлягають розгляду в судах України, якщо інше не визначено міжнародними договорами України.

Для підвищення захисту іноземних інвестицій Законом України від 16.03.2000 р. № 1547-III ратифікована Вашингтонська конвенція 1965 року про порядок вирішення інвестиційних супереч-

чок між державою та іноземними особами. З метою сприяння більш інтенсивному економічному співробітництву між країнами щодо питання інвестицій Україною були підписані Угоди «Про сприяння і взаємний захист інвестицій» з 70 країнами світу. Президентом України пропонується за участю провідних юристів, вітчизняних та іноземних інвесторів розглянути питання про доцільність розробки Інвестиційного кодексу України.

Проте слід зазначити, що українське законодавство нестабільне, складне для розуміння та непрозоре, що сприяє його довільній інтерпретації. Все це ускладнює процедуру реєстрації та реорганізації підприємства, отримання потрібних дозволів, створює передумови для хабарництва, бюрократії та корупційних дій. Саме корупція та бюрократизм є серйозною перешкодою збільшення інвестиційної привабливості України.

Одним із критеріїв ефективності інвестиційної політики держави є інвестиційний клімат. **Інвестиційний клімат** — це сукупність умов, які сприяють чи гальмують процес інвестування економіки країни. Сьогодні на світовому ринку попит на вільні інвестиційні ресурси значно перевищує їх пропозицію, тому держави прагнуть створювати максимально сприятливий інвестиційний клімат. Інвестиційний клімат України залишається несприятливим, що призводить до гострої нестачі інвестиційних ресурсів в економіці України і ставить під загрозу її соціально-економічне зростання. Лише обґрунтована державна інвестиційна політика спроможна вирішити питання формування сприятливого інвестиційного клімату України.

**Факторами несприятливого інвестиційного клімату України** є: недоліки нормативно-правової бази, економічна й політична нестабільність, невизначеність пріоритетів ринкової трансформації економіки, низька купівельна спроможність населення, великий ризик втрати прибутку і власне інвестицій, низький індекс довіри до держави з боку інвесторів, пересічних громадян та іноземних компаній, висока частка тіньового сектору економіки, рейдерські війни, високий рівень корупції, слабка захищеність прав власності, непередбачені зміни в оподаткуванні, повільність процесів приватизації, низький рівень визнання України іншими країнами, відсутність ринкового менталітету у вітчизняних бізнесменів, безвідповідальність тощо.

Звичайно, в економіці України існують аспекти, які **приваблюють іноземних інвесторів**. Ними є: велика місткість внутрішнього ринку, багатий ресурсний потенціал, наявність кваліфікова-

ної й порівняно дешевої робочої сили, вигідність транзитного положення. До того ж, як свідчить статистика, незважаючи на всі вади, потік іноземних інвестицій в економіку України сьогодні зростає. Це зумовлене прагненням: закріпитися на перспективному ринку збуту України, одержувати прибуток на довгостроковій основі, дістати доступ до порівняно дешевих джерел сировини та відносно дешевої та кваліфікованої робочої сили (що знижує собівартість продукції й підвищує її конкурентоспроможність).

Для того щоб **покращити інвестиційний клімат** та збільшити обсяги надходження прямих іноземних інвестицій в Україну необхідно здійснити такі заходи:

- стабілізувати макроекономічне середовище;
- здійснити загальну соціально-економічну стабілізацію в країні;
- вдосконалити законодавчу базу;
- поліпшити процедуру реєстрації нових підприємств;
- зменшити податковий тягар, зробити оподаткування передбачуваним;
- здійснити реформу соціальної сфери з метою підвищення життєвого рівня населення й забезпечення платоспроможного попиту;
- скоротити тіньову економіку, зменшити бюрократію, розробити законодавчу базу для антикорупційних заходів.

Нерезидент відчутно реагує на коливання макроекономічних показників — змін у ВВП, динаміку процентних, зокрема, кредитних ставок. Вирішення проблеми збільшення обсягів залучення іноземних інвестицій значною мірою залежить від макроекономічної стабілізації й наявності тенденції економічного зростання.

**В Програмі українського уряду Ю. Тимошенко, «Український прорив — для людей, а не для політиків»** ([www.kraina.org.ua](http://www.kraina.org.ua)) зазначається, що у сфері інвестиційної політики пріоритетними інституціональними заходами є:

- спрощення процедур виділення землі у довгострокове користування для інвесторів, що мають намір будувати в Україні нові сучасні та високотехнологічні підприємства;
- покращення умов інвестування в енергетичний сектор, у тому числі продовження терміну дії угод про розподіл продукції з 5 до 10—20 років, залучення іноземних інвесторів до участі в будівництві нових газотранспортних та транзитних потужностей;
- прийняття нової програми прозорої та відкритої приватизації державних підприємств з умовами однаковими як для українських, так і іноземних інвесторів;

- фінансово стимулювання політики реінвестування доходів;
- зниження бар'єрів входження на ринок, забезпечення вільного руху капіталів і прибутків;
- створення нормативної бази для заохочення вкладення довгострокових фінансових інвестицій;
- спрощення режиму реєстрації іноземних та українських інвестицій;
- розбудова національної депозитарної системи, запровадження міжнародних стандартів обліку прав власності на цінні папери та розвиток системи обігу цінних паперів та деривативів;
- розробка та впровадження нормативно-методичного інструментарію емісії приватних інвестиційних цінних паперів для роздрібного продажу індивідуальним інвестором;
- розширення систем обов'язкового страхування з визначенням чітких гарантій відповідальності страхових компаній та механізмів спрямування їхніх коштів на інвестиційні цілі;
- розвиток програм довгострокового кредитування індивідуальних інвестицій, в тому числі у підвищення енергетичної економичності житла, в освіту, житлове будівництво тощо;
- створення інститутів трансферу технологій з науково-технічного сектору в промисловість, формування інфраструктури інноваційної взаємодії для розвитку кооперативних відносин між бізнесом (виробником) та державним науково-технічним сектором.

Сьогодні найбільший продуктивним і перспективним є інвестування в інновації (**інвестиційно-інноваційна політика**), технології, людський капітал. З огляду на це, а також на науково-технічний і виробничий потенціал, який ще зберігся в Україні, іноземні інвестиції слід заохочувати в такі галузі: авіа- і ракетобудування, порошкова металургія, надтверді метали, електрозварювальне виробництво, машинобудування, супутникові та біотехнології, інформатика, нафтогазовий і агропромисловий комплекс, металургійна галузь, патентно-ліцензійна торгівля, конверсія ВПК тощо. Однією з найбільш перспективних галузей, яка може вивести Україну на міжнародний ринок, є авіабудування. Україна входить у п'ятірку країн світу, що вміють будувати авіаносці або вирощувати монокристалічний кремній відповідного діаметра. Україна також здатна щорічно постачати на західні ринки 10—20 унікальних технологій.

Однією з визначальних конкурентних переваг розвинених економік світу є людський капітал. **Людський капітал** — це творчий, професійний, освітній, трудовий, репродуктивний поте-



нціал людини. До людського потенціалу відносяться, зокрема, знання, інтелект, ідеї.

Інвестиційна політика України повинна здійснюватись на основі **стратегії прямих іноземних інвестицій**, яка складається з 5 етапів:

1. Орієнтування — визначення довгострокової орієнтації політики залучення прямих іноземних інвестицій.

2. Розвідка — моніторинг зовнішнього оточення (економічні тенденції в країнах-донорах, інвестиційна мотивація провідних ТНК, глобальні тенденції прямих іноземних інвестицій).

3. Визначення цілей — вибір пріоритетних галузей вкладання ПІІ, що не суперечать національним інтересам.

4. Реалізація інвестиційної політики.

5. Координація й контроль.

Інвестиційна політика повинна бути глибоко продуманою, координуватися з довгостроковими національними пріоритетами України та логікою її інтеграції до світового господарства. В Україні повинна сформуватись конструктивна модель паритетної взаємодії національного та іноземного капіталу. З одного боку має мати місце політика активного державного захисту національного капіталу, з іншого — стимулювання прямих іноземних інвестицій, проте не тільки кількісного, але й якісного їхнього зростання.

Розглянемо детальніше Державне агентство з інвестицій та інновацій, а також Український центр сприяння іноземному інвестуванню.

### **Державне агентство з інвестицій та інновацій (Держінвестиції)**

Це агентство створене 30 грудня 2005 року Указом Президента України «Про утворення Державного агентства України з інвестицій та інновацій» від 30 грудня 2005 року № 1873/2005. 16 травня 2007 року Постановою Кабінету Міністрів України № 749 «Деякі питання Державного агентства України з інвестицій та інновацій» затверджено нове «Положення про Державне агентство України з інвестицій та інновацій», згідно з яким Держінвестиції є спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності.

Основними завданнями Держінвестицій України є:

- участь у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики у сфері інвестицій та інноваційної діяльності;

- створення національної інноваційної системи для забезпечення проведення інноваційної політики, координація роботи центральних органів виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності.

Держінвестиції України відповідно до покладених на нього завдань:

1. Готує і подає в установленому порядку пропозиції щодо:

- формування та забезпечення реалізації державної політики у сфері інвестицій та інноваційної діяльності;

- визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, розроблення державних інвестиційних та інноваційних програм і передбачення у державному бюджеті коштів для їх кредитування;

- визначення обсягу бюджетних коштів для надання фінансової підтримки суб'єктам інноваційної діяльності, які реалізують інноваційні та інвестиційні проекти.

2. Вживає заходів щодо залучення іноземних інвестицій в національну економіку та мобілізації внутрішніх інвестицій.

3. Вивчає світовий досвід залучення інвестицій та запровадження механізмів стимулювання інноваційного розвитку, подає пропозиції щодо поширення його в Україні.

4. Вживає заходів щодо формування за кордоном позитивного інвестиційного іміджу України.

5. Розробляє проекти державних інвестиційних та інноваційних програм і виступає в установленому законодавством порядку їх замовником.

6. Виконує інші функції, передбачені законодавством.

Адреса **Держінвестицій**:

01025 м. Київ

вул. Велика Житомирська, 11

Тел. 8(044)225-91-73

Веб-сайт: [www.in.gov.ua](http://www.in.gov.ua)

### **Український центр сприяння іноземному інвестуванню (InvestUkraine)**

Центр був заснований у серпні 2005 року Постановою Кабінету Міністрів України від 2 серпня 2005 року № 666. 31 травня 2006 року Центр було передано до сфери управління Державного агентства з питань інвестицій та інновацій (Постанова Кабінету Міністрів України «Про передачу Українського

центру сприяння іноземному інвестуванню до сфери управління Державного агентства з інвестицій та інновацій від 31.05.2006 № 771).

Основа діяльності Центру — практична реалізація державної інвестиційної політики. Центр є державною бюджетною організацією, його місія — сприяння залученню іноземних інвестицій в економіку України.

InvestUkraine є незалежною й неприбутковою організацією, яка безкоштовно надає консалтингові послуги для вже існуючих і перспективних інвесторів з питань заснування і ведення бізнесу в Україні. Діяльністю Центру керує директор і Наглядова Рада, яка складається з представників уряду, міжнародних організацій і приватного сектора.

Напрями діяльності InvestUkraine:

- сприяння залученню іноземних інвестицій в економіку України;
  - створення привабливого інвестиційного іміджу України за кордоном;
  - підтримка розвитку промислових зон і технопарків;
  - поліпшення інвестиційного клімату в Україні.
- InvestUkraine надає такі послуги:
- визначення інвестиційних можливостей;
  - надання інформації про законодавчі умови ведення бізнесу,
  - постачальників товарів і послуг, місцевих і регіональних ресурсів;
  - доступ до баз даних інвестиційних пропозицій регіонів України;
  - сприяння досудовому вирішенню суперечок з урядовими структурами.

Адреса **InvestUkraine**:

001042 м. Київ

вул. Раєвського, 36

Тел. 8(044)537-73-13

Веб-сайт: [www.investukraine.org.ua](http://www.investukraine.org.ua)



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Що таке зовнішньоекономічна політика?
2. Якою є основна мета зовнішньоекономічної політики, її цілі та завдання?

3. Що зумовило необхідність створення й реалізації нової зовнішньоекономічної політики України?
4. На виконання яких найголовніших завдань спрямовується зовнішня політика України?
5. Назвіть стратегічну мету, цілі та завдання зовнішньоекономічної політики України.
6. Перерахуйте державні органи зовнішньоекономічної політики України та назвіть їх головні функції.
7. Які статті Конституції України регулюють формування і реалізацію зовнішньоекономічної політики України?
8. Що визначає Закон України «Про Кабінет Міністрів України» у сфері зовнішньоекономічної політики?
9. Розкрийте пріоритети національних інтересів України.
10. Якими є основні напрями вдосконалення зовнішньоекономічної політики України?
11. Що таке зовнішньоторговельна політика держави?
12. Які фактори зумовлюють деструктивні тенденції розвитку зовнішньоторговельних відносин України?
13. Назвіть два типи зовнішньоторговельної політики.
14. Розкрийте основні пріоритети державної експортної та імпоротної політики України.
15. Які заходи пропонуються в Програмі українського уряду «Український прорив — для людей, а не для політиків» для стимулювання зовнішньої торгівлі України?
16. Що таке інвестиційна політика?
17. Назвіть фактори несприятливого інвестиційного клімату України. Які аспекти в економіці України приваблюють іноземних інвесторів?
18. Який закон України визначає особливості режиму іноземного інвестування на території України?
19. З яких основних етапів складається стратегія прямих іноземних інвестицій?
20. Які заходи зазначаються в Програмі українського уряду «Український прорив — для людей, а не для політиків» як пріоритетні у сфері зовнішньої інвестиційної політики України?



## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрійчук В. Г. Зовнішньоекономічна політика в контексті стратегії економічного і соціального розвитку країни // Політика і час, 2004, № 7—8, С. 3—12.
2. Бабин Э. П., Исаченко Т. М. Внешнеэкономическая политика: Учеб. пос. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. — 463 с.
3. Багрова І. В., Гетьман О. О., Власюк В. Є. Міжнародна економічна діяльність України. Навч. пос. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 384 с.
4. Глобалізація і безпека розвитку. Монографія / За ред. О. Г. Білоруса — К.: КНЕУ, 2001. — 733 с.
5. Губський Б. В. Євроатлантична інтеграція України. — К.: Логос, 2003. — 328 с.
6. Економічна політика: Навч. посіб. / О. О. Беляєв, А. С. Бебело, М. І. Діба та ін. — К.: КНЕУ, 2006. — 288 с.
7. Забарная Э. Н., Харичков С. К. Современная экономическая политика. — Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2003. — 337 с.
8. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. / За ред. Ю. В. Макогона. — К.: «Центр навчальної літератури», 2006. — 424 с.
9. Зовнішньоекономічна політика України: європейський та російський вектор / За заг. ред. А. А. Мазаракі. — К.: КНЕУ, 2005. — 280 с.
10. Ливенцев Н. Н., Костюнина Г. М. Международное движение капитала (Инвестиционная политика зарубежных стран): Учебник. — М.: Экономика, 2004. — 368 с.
11. Майер Дж. М., Раух Джеймс Е., Філіпенко Антон. Основні проблеми економіки розвитку. — К.: Либідь, 2003. — 688 с.
12. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підр. — К.: КНЕУ, 2003. — 948 с.
13. Розвиток зовнішньої торгівлі України та її економічна безпека / За ред. В. Г. Андрійчука: Моногр. — К., МІСД, 1996. — 148 с.
14. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть / А. С. Філіпенко, В. С. Будкін та ін. — К.: Либідь, 2002. — 470 с.
15. Федоренко В. Г. Іноземне інвестування економіки України.: Навч. пос. — К.: МАУП, 2004. — 272 с.
16. Храмов В. О., Бовтрук Ю. А. Зовнішньоекономічна політика: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2002. — 172 с.
17. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2001. — 488 с.

## **Інтернет-ресурси**

### **Законодавство України**

1. [www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua)
2. [www.liga.net](http://www.liga.net)
3. [www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua)
4. [www.uapravo.net](http://www.uapravo.net)

### **Статистика**

5. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) — Державний комітет статистики України (існують посилання на статистичні ресурси країн світу).
6. [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua) — Національний банк України (існує журнал Вісник НБУ у вільному доступі).
7. [www.ecb.int](http://www.ecb.int) — Європейський центральний банк (існують посилання на сайті всіх центральних банків країн ЄС та багатьох країн світу).

### **ЗЕП України**

8. [//portal.rada.gov.ua](http://portal.rada.gov.ua) — офіційний сайт Верховної Ради.
9. [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua) — Урядовий портал.
10. [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua) — Міністерство економіки України.
11. [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua) — Міністерство фінансів України.
12. [www.mfa.gov.ua](http://www.mfa.gov.ua) — Міністерство закордонних справ України.
13. [www.customs.gov.ua](http://www.customs.gov.ua) — Державна митна служба.
14. [www.ukraineinfo](http://www.ukraineinfo) — Інформаційний ресурс української влади.

### **Україна — ЄС**

15. [www.delukr.cec.eu.int](http://www.delukr.cec.eu.int) — представництво Європейської комісії в Україні.
16. [www.coe.kiev.ua](http://www.coe.kiev.ua) — Центр інформації та документації Ради Європи в Україні.
17. [www.eurolib.kiev.ua](http://www.eurolib.kiev.ua) — Центр європейської документації.
18. [//old.europexxi.kiev.ua](http://old.europexxi.kiev.ua)
19. [//europa.eu](http://europa.eu)
20. [www.eurunion.org](http://www.eurunion.org)
21. [www.euro-emu.co.uk](http://www.euro-emu.co.uk)

## Україна — СOT

22. [www.wto.in.ua](http://www.wto.in.ua)
23. [www.wto.org](http://www.wto.org)
24. [www.wto.ru](http://www.wto.ru)
25. [www.inservice.ru](http://www.inservice.ru)

### Газети, журнали

26. [www.investgazeta.net](http://www.investgazeta.net) — Інвестгазета.
27. [www.zerkalo-nedeli.com](http://www.zerkalo-nedeli.com) — «Дзеркало тижня».
28. [www.m-economy.ru](http://www.m-economy.ru) — Проблемы современной экономики — Евразийский международный научно-аналитический журнал.
29. [www.e-rej.ru](http://www.e-rej.ru) — Российский экономический Интернет-журнал.
30. [www.ft.com](http://www.ft.com) — Financial Times
31. [www.euromoney.com](http://www.euromoney.com) — Euromoney
32. [www.thebanker.com](http://www.thebanker.com) — The Banker
33. [www.gfmag.com](http://www.gfmag.com) — Global Finance
34. [economic-policy.org](http://economic-policy.org) — журнал «Экономическая политика»
35. [www.doaj.org](http://www.doaj.org) — більше ніж 2000 журналів за різними галузями знань у вільному доступі.
36. [www.blackwellpublishing.com](http://www.blackwellpublishing.com), [www.blackwell-synergy.com](http://www.blackwell-synergy.com) — велика кількість іноземних журналів.

### Бібліотеки

37. [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua) — Бібліотека ім. Вернадського
38. [www.nplu.kiev.ua](http://www.nplu.kiev.ua) — Парламентська бібліотека
39. [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru) — Русская государственная библиотека
40. [www.edd.ru](http://www.edd.ru) — «Русский курьер» Русской государственной библиотеки (доставка электронных документов)
41. [//elibrary.ru](http://elibrary.ru) — Наукова електронна бібліотека
42. [//ideas.repec.org](http://ideas.repec.org) — бібліографічна база даних по економічним наукам (200 000 повнотекстових документів)
43. [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) — одна з найкрупніших наукових бібліотек світу
44. [//highwire.stanford.edu](http://highwire.stanford.edu) — Бібліотека Стенфордського університету — 1,1 тис. журналів, 1,5 млн повнотекстових статей.

### Книжкові Інтернет-магазини

45. [www.cul.com.ua](http://www.cul.com.ua) — найбільший роздрібний Інтернет-магазин навчальної літератури за цінами видавництва.
46. [www.bookshop.ua](http://www.bookshop.ua)
47. [www.books.com.ua](http://www.books.com.ua)
48. [www.ozon.ru](http://www.ozon.ru)

**Нормативно-правова база  
зовнішньоекономічної політики України**

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР.
2. Закон України «Про основи національної безпеки України» від 19.06.2003 р. № 964-IV.
3. Закон України «Про Кабінет Міністрів України» від 21.12.2006 р. № 514-V.
4. Декларація Верховної Ради УРСР від 16.07.1990 р. № 55-XII «Декларація про державний суверенітет України».
5. Закон України «Про економічну самостійність України» від 03.08.1990 р. № 142-XII.
6. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-XII.
7. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. № 2121-III.
8. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. № 1560-XII.
9. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 р. № 93/96-ВР.
10. Закон України «Про захист іноземних інвестицій на Україні» від 10.09.1991 р. № 1540ф-XII.
11. Закон України «Про Єдиний митний тариф» від 05.02.1992 р. № 2097-XII.
12. Закон України «Про митний тариф України» від 05.04.2001 р. № 2371-III.
13. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 р. № 3659-XII.
14. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» від 02.12.1997 р. № 671/97-ВР.
15. Закон України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» від 15.09.1995 р. № 327/95-ВР.
16. Декрет Кабінету Міністрів України від 11.01.1993 р. № 4-93 «Про Єдиний митний тариф України».
17. Постанова Кабінету Міністрів України від 02.08.2005 р. № 666 «Про утворення Українського центру сприяння іноземному інвестуванню».
18. Постанова Кабінету Міністрів України від 07.03.2007 р. № 424 «Про утворення Міжвідомчої ради з питань інвестицій та інноваційного розвитку».
19. Постанова Кабінету Міністрів України від 24.01.2007 р. № 37 «Про утворення Ради інвесторів при Кабінеті Міністрів України».
20. Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2001 р. № 1801 «Про затвердження інвестиційної діяльності на 2002-2010 роки».
21. Постанова Кабінету Міністрів України від 16.05.2007 р. № 749 «Деякі питання Державного агентства України з інвестицій та інновацій».





## РОЗДІЛ 2

# ЛОГІСТИКА У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

- 2.1. *Транспортно-логістичні системи світу.*
  - 2.1.1. *Логістика як науково-практичний напрям.*
  - 2.1.2. *Транспортно-логістичні компанії світу.*
  - 2.1.3. *Міжнародна логістика.*
- 2.2. *Управління в системі єврологістики.*
  - 2.2.1. *Інтеграція в Європейську транспортно-логістичну систему як стратегічний вибір України.*
  - 2.2.2. *Єврологістика України.*
- 2.3. *Митна логістика.*
  - 2.3.1. *Складові митної логістики.*
  - 2.3.2. *Митні режими.*
- 2.4. *Договірні засади логістичної діяльності в Україні.*
  - 2.4.1. *Види договорів та форми розрахунків.*

## 2.1. ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ СВІТУ

### 2.1.1. ЛОГІСТИКА ЯК НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ НАПРЯМ

Перехід від ринку виробника до ринку споживача, що відбувається нині в господарстві світу й окремих країн, у т. ч. України, зумовив виникнення новітнього науково-практичного напрямку — логістики. Логістика вивчає, організує та управляє рухом товарів, послуг, інформації та фінансів господарських систем. Актуальність логістики та стрімко зростаюча цікавість до її вивчення зумовлюються унікальними можливостями підвищення ефективності функціонування матеріало- і сервіснопровідних систем, які відкриває використання логістичного підходу.

Логістика дозволяє суттєво зменшити часовий проміжок між отриманням сировини, напівфабрикатів та поставкою готової продукції споживачеві, сприяє істотному скороченню матеріальних запасів та транспортних витрат, прискорює процес отриман-

ня інформації, підвищує рівень сервісу. Мета логістики — оптимальне формування та ефективне управління наскрізними товарно-інформаційно-фінансовими потоками сфер постачання, виробництва і збуту господарських систем. Ця мета досягається за допомогою семи складових «логістичного міксу», які в англомовній літературі з логістики отримали назву «7R» (Right product, Right condition, Right quantity, Right time, Right place, Right customer, Right cost), а в нас їх можна позначити, як «7П» (Певний товар, Певна якість, Певна кількість, Певний час, Певне місце, Певний споживач, Певна вартість). Тобто «логістичний мікс» визначає господарську місію логістики як забезпечення певного продукту або послуги певної якості і кількості на певний час у певному місці для конкретного споживача за певних (мінімально можливих) витрат. Логістика може забезпечити виконання цього завдання як на рівні окремого підприємства, регіону, країни, групи країн, в майбутньому — всього світу, так і в умовах довільної галузі — промисловості, агропромислового комплексу, транспорту, будівництва, галузей сфери послуг, зокрема торгівлі, туризму, банківської сфери, митної справи, інших. Ось чому в межах логістики нині виділяються такі напрями, як промислова логістика, агрологістика, транспортна, комерційна, банківська, митна логістика, логістика будівництва, логістика туризму, міжнародна логістика тощо.

Економічна ефективність логістики, як новітнього науково-практичного напрямку, визначається, насамперед, такими чинниками, як зменшення запасів на всьому шляху руху товарного потоку (і відповідних витрат на складування та зберігання товарів) та скорочення часу проходження товару логістичними комунікаціями (і відповідних транспортних витрат). За експертними оцінками застосування логістики не тільки забезпечує зменшення запасів на 50—95 %, термінів доставки товару — на 25—45 %, загальної тривалості виконання замовлення підприємством на 50—70 %, але й приносить додаткові похідні вигоди (що зумовлюється синергетичним ефектом логістики), серед яких — мультиплікативний ефект (при скороченні тільки товарних запасів підприємства на 10 % прибуток збільшується на 11 %, рентабельність — на 15 %), та скорочення потреби у виробничих та складських площах (на 40—70 %).

Нині витрати на логістику у світі становлять 12 % валового світового продукту, у т. ч. в Сінгапурі — 14 %, ФРН — 13 %, Республіці Кореї — 12,3 %, Японії — 11,5 %, США — 11 % ВВП. При цьому, як підраховано фахівцями з геологістики Мічигансь-

кого університету (США), світовий ринок логістичних послуг ще у 1996 р. оцінювався в 3,43 трлн дол. США, що було на 18 % більше, ніж у 1992 р. Тобто щорічно розміри ринку логістичних послуг у світі зростають на 4—5 %.

Оформлення логістики в самостійний вид господарської діяльності та окремої галузі знань наприкінці ХХ — на початку ХХІ ст. було закономірним результатом поглиблення міжгалузевого поділу праці в ході розвитку продуктивних сил світу.

Питання доставки та транспортування необхідних вантажів (сировини, напівфабрикатів, готової продукції) завжди відігравали значну роль у розвитку світового господарства. Вони активізувалися і набули масового поширення з формуванням світового ринку та світової торгівлі. Але логістичної вимоги — своєчасної доставки необхідного товару в необхідне місце з мінімальними витратами — для тогочасних систем доставки не існувало через нерозвиненість транспорту та відсутність засобів зв'язку.

Ця ситуація радикально змінилася наприкінці ХІХ ст., коли відбулася друга промислова революція, яка не тільки викликала зміни у промисловому виробництві (застосування нафти та газу як палива, використання електроенергії, можливість великомасштабного випуску продукції фабричними підприємствами) і на транспорті (до водного та залізничного транспорту, що виник у результаті першої промислової революції, приєдналися автомобільний, повітряний, трубопровідний), але й у сфері зв'язку (виникли телефонний, телеграфний, радіозв'язок). Це викликало зміни в галузевій та організаційній структурі господарства розвинених країн, зокрема у сфері розподілу (торгівлі), де невеликі компанії з малим радіусом дії поступилися місцем великим вертикально інтегрованим корпораціям. У цих умовах питання регулювання зв'язків між виробником та споживачем (або між пропозицією та попитом), які раніше здійснювалися за допомогою «невидимої руки» ринкового розподілу, перейшли до «видимих рук» — менеджерів корпорацій. Цей перехід, — від ринкового до корпоративного розподілу, — пояснювався простою економічною доцільністю, оскільки вартість ринкового розподілу була значно вищою. Компанії, які розвивали бізнес на підставі корпоративного розподілу ресурсів, зосередили зусилля на секторах виробництва та збуту, тобто сучасною термінологією — на ланцюгах постачання та збуту. Технологічною підставою для переходу до «видимої» моделі управління виробництвом та збутом було:

1) будівництво континентальної мережі залізниць (в Європі, Азії, Північній Америці, згодом — на інших континентах);

2) створення системи телеграфного зв'язку;

3) використання високопродуктивного устаткування на промислових підприємствах фабричного типу.

У результаті став можливим трансконтинентальний рух вантажів з відповідним інформаційним забезпеченням. Уперше за час розвитку цивілізації це створило можливості трансконтинентального постачання та збуту продукції. Відповідно зросли масштаби та складність господарської (бізнесової) діяльності, що викликало необхідність кращої координації та обліку роботи підприємств, які містилися в різних частинах континенту, різних країнах. З'явилися і компанії — посередники (дистриб'ютори). Вони використали національні залізниці, щоб забезпечити швидку, надійну, недорогу доставку вантажів. Незабаром вони зосередили в своїх руках основний обсяг перевезень з більшості товарів. Найуспішніші з них створили постачальницькі мережі, які домінували на регіональних ринках.

Швидкий розвиток цих компаній мав підставою «економію від швидкості», оскільки ці компанії інтернаціоналізували весь обсяг ринкових операцій. Зростання обсягу операцій означало збільшення обсягу товарообігу, що у свою чергу викликало зростання фінансових (готівкових) потоків. Більші фінансові можливості дозволили цим компаніям купувати великі обсяги сировини за більш низькими цінами, брати вигідні короткотермінові кредити, тобто розширюватися за рахунок власної фінансової бази. Таким чином, «економія від швидкості» забезпечила збільшення ринкової частки таких дистриб'юторських компаній, оскільки вони могли запропонувати споживачам більшу різноманітність товарів за нижчими цінами.

Друга складова технологічних інновацій кінця XIX ст. полягала у використанні високопродуктивного устаткування безперервної дії. Цей чинник забезпечив «економію від масштабів виробництва». Яскравим прикладом цього була «машина Бонсака» для виробництва сигарет (1881 р.), яка була спроможна виробляти 70 тис. сигарет за день проти 3 тис. при ручному скручуванні сигар. Лише п'ятнадцять таких «машин Бонсака» змогли повністю забезпечити потреби тютюнового ринку США тієї пори. «American Tobacco Company» (АТС), яка першою почала використовувати таке устаткування, була змушена вдатися до активної рекламної компанії, щоб ринок поглинув вироблену продукцію. Подібна ситуація спостерігалася і на інших підприємствах, що використовували сучасну на той час техніку, зокрема у виробника сірників «Diamond Match Company» (DMC) чи у виробника сніданкових пластівців «Quaker Oats».

Прогрес технології призвів до нового типу «збутових ланцюгів», коли корпорації-виробники об'єднувалися зі збутовими структурами, щоб контролювати збут та маркетинг, оскільки існуючі на той час канали та методи збуту були не в змозі забезпечити реалізацію обсягів продукції, що значно зросла. Ці корпорації також взяли під контроль постачальників, щоб забезпечити (за кількістю та якістю) зростаючі обсяги потреб у сировині.

Як результат, у деяких випадках сформувалися картелі (такі, як АТС чи DMC), і необхідно було застосовувати рекламу, щоб ринок спожив великі обсяги нових товарів. Але частіше корпорації створювали мережу регіональних відділків, які виконували функції гуртової реалізації з метою координації збуту на регіональних ринках. Такі корпорації ставали фінансовими імперіями і володіли як основним виробництвом, так і структурами зі збуту і постачання. Об'єднання виробництва та збуту також виконувало функцію захисту ринку від нових конкурентів.

Таким чином, перша революція в постачанні мала підставою інтеграцію масового виробництва з масовим збутом. Відповідна бізнесова модель використовувала «економію від швидкості» і «економію від масштабів виробництва» та забезпечила значні переваги першим компаніям, що зосередили значні обсяги товарообігу та готівки. При цьому характерною рисою було те, що наскрізні матеріальні потоки від стадії постачання через стадію виробництва, гуртового збуту до стадії роздрібною реалізації контролювалися не ринком, а менеджерами корпорацій. Цей внутрішній контроль зменшив вартість операцій та потреб їхнього інформаційного забезпечення і зумовив більш ефективне використання капіталу та праці. Зменшення собівартості забезпечило більшу ринкову частку, більші доходи, зменшило вартість капіталу. На початку ХХ ст. ця «революція» була завершена і більшість галузей у США та Європі контролювалися великими вертикально інтегрованими корпораціями.

Нині у процесах постачання та збуту відбувається друга «революція» — під впливом логістики, Internet та електронної торгівлі. Початок її припадає на 70—90-ті рр. ХХ ст. — «золотий вік» управління постачанням та збутом. У цей період компанії експериментували з новими стратегіями постачання та збуту. Так, вони наближували виробництво до споживача, або запроваджували масову кастомізацію, тобто виробництво товарів за замовленнями в масштабах та за ціною масового виробництва стандартизованої продукції. Успіх цих заходів забезпечувався механізмом, що зменшував невизначеність та непродуктивні затримки у збуті товарів,

надавав можливість інформації здійснювати не тільки прямий, але й зворотний вплив на всю систему виробництва та збуту.

Ідеальною, на думку західних вчених, була б така ситуація, коли потоки матеріалів та інформації вільно пересуваються за допомогою електронної комерції. Тоді інформація (точна, всебічна, безперервна) охопила б всі операції з постачання, збуту, тобто була б повністю прозорою. Через Internet з мінімальними витратами можна було б обирати партнерів та ціни. Товари б рухалися в напрямку від постачальників до кінцевих споживачів під контролем принципу доставки «Точно в строк». У цих умовах вартість заміни постачальників буде дорівнювати нулю. Товари стануть більше кастомізованими. Компанії зможуть отримати «виграш і від масштабу та швидкості виробництва», використовуючи гнучкі автоматизовані виробничі процеси.

Наскільки реалістичною є така ситуація? Відповідні технології вже існують, відповідні стимули для компаній — також. Поєднання необмеженої інформації, можливостей та потужностей комп'ютерів уможливило для менеджерів координацію пропозиції з попитом у глобальному вимірі. Уже виникають інноваційні структури з постачання та збуту, які поєднують розширений доступ до електронних джерел постачання (у т. ч. до електронних бірж та сортувальних центрів з веб-адресою), інтерактивні торговельні механізми, сучасні алгоритми оптимізації індивідуальних зв'язків між постачальниками та споживачами тощо. З часом «мрія логістики» — завжди забезпечувати певний продукт певному споживачу в певний час у певному місці і за певною ціною — може стати реальністю.

Людство перебуває на початку другої «революції» у сфері постачання та збуту, тому передбачити її результати поки що важко. Компанії вдаються до нових стратегій в організації постачання та збуту, шукають нові конкурентні переваги. Нові стратегії повинні забезпечити більшу диверсифікацію та гнучкість у бізнесових рішеннях. Відповідно буде змінюватися і організаційна структура сфер постачання та збуту. Так само, як і перша революція в цих сферах наприкінці XIX ст., друга принесе результати, що докорінно змінять організаційну структуру сфер постачання і збуту корпорації та галузеву структуру світового господарства в цілому. При цьому загальний ефект значно перевищить той, який нині отримується від прогресу в розвитку систем постачання та збуту.

Таким чином, як самостійний науково-практичний напрям, логістика сформувалася лише в 70—90-х рр. XX ст. Розвиток її був стрімким і характеризується виділенням трьох етапів — логістики першого, другого, третього та четвертого поколінь (табл. 2.1).

## РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ ЯК НАУКОВО-ПРАКТИЧНОГО НАПРЯМУ

№	Стадії розвитку логістики	Організаційно-господарські форми логістики	Логістичні наукові концепції	Види логістики	Галузі господарства, де використовувалась логістика
1	Дологістична (до 70-х рр. XX ст.)	Окремі відділи постачання і збуту	Дологістичні концепції: МТП, і організації торгівлі		МТП, торгівля I
2	Логістика першого покоління (70-і рр. XX ст.)	Відділи логістики	Логістичні концепції: Планування потреб/ресурсів (МРП-1, ДРП-1), «Точно в строк» (Канбан)	Промислова, комерційна, постачальницька, транспортна	Промисловість (автомобування), транспорт, торгівля, МТП
3	Логістика другого покоління (80—90 рр. XX ст.)	спеціалізовані логістичні фірми	«Точно в строк-2» (Канбан — система), МРП-2, ДРП-2	Вказані вище, а також будівельна, агрологістика, інформаційна, міжнародна	Промисловість (всі галузі), АПК, будівництво, торгівля, МТП, транспорт, туризм, міжнародний бізнес
4	Логістика третього покоління (початок XXI ст.)	+ консалтингові логістичні фірми	«Худого виробництва», «Реагування на попит», «Зелена логістика», «еологістика»	Вказані вище, а також банківська, митна, «зелена», геологістика, еволюлогістика, міська логістика (city logistics)	Усі галузі господарства, а також охорона навколишнього середовища, міжнародні та внутрішні регіональні програми
5	Логістика четвертого покоління		Формування інфраструктури, підставою і ознакою якої є наявність високорозвинутої інфраструктури, побудованої та функціонуючої за принципом гнучких виробництв. Інфраструктура — це система устаткування та технологій транспортно-логістичних систем, які охоплюють усі галузі та господарство країн у цілому, а також мають вихід на міжнародний рівень. Зв'язок з кластерами		

Логістика першого покоління (70-ті рр. XX ст.) розвивалася на базі концепції «Планування потреб/ресурсів» та «Точно в строк». Перша концепція виникла в США і складалася з логістичних систем МРП-1 та ДРП-1. Система МРП-1 (Material Requirments Planning) — «Планування потреб у матеріалах» мала на меті координацію логістичних потоків підприємства на ділянках постачання і виробництва. Система ДРП-1 (Distribution Requirments Planning) — «Планування потреб збуту» мала на меті узгодження логістичних потоків підприємства на ділянках виробництва та збуту.

Наведені логістичні системи були спробою вдосконалення традиційного підходу в процесах матеріально-технічного постачання — «штовхаючого». Інший підхід — «втягуючий» запропонували японські вчені та фахівці і на цій підставі розробили логістичну концепцію «Точно в строк» (Just in time). Вона об'єднала ділянки виробництва, постачання, збуту в єдину логістичну систему, яка працює від імпульсів (замовлень) сфери споживання (ринку), при цьому виробничі та збутові запаси підприємства скорочуються до мінімуму. Практичним втіленням цієї концепції є система виробничої логістики «Канбан», яку розробила і застосувала відома японська автобудівна компанія «Тойота». Свою назву ця система отримала від металевих знаків у вигляді трикутника («канбан» японською — картка), які використовували робітники, виконуючи функції диспетчерів виробництва. За допомогою цих знаків (тепер — це картки супроводження у прямокутному пластиковому пакеті) всі виробничі ділянки інформуються про поштовхний час і розмір партії продукції. Використовуються два види карток «Канбан»: картка отримання і картка виробничого замовлення. У картці отримання вказуються вид та кількість виробів, які повинні надійти з попередньої ділянки, в картці замовлення — вид і кількість виробів, які повинні бути виготовленні на попередній технологічній стадії. Графік виробництва фактично формується на підставі обігу карток «Канбан». Таким чином, за цією системою виробництво постійно перебуває у стані налаштування, йде його постійне пристосування до змін ринкової кон'юнктури. Застосування системи «Канбан» дозволило істотно скоротити виробничі запаси, які на «Тойоті» становлять всього 77 дол. в розрахунку на одну машину і розраховані на одну годину роботи закладу в той час, як на заводах «Форд» (США) ці показники становлять відповідно 500 дол. та три тижні.

Логістика другого покоління (80—90 рр. XX ст.) була пов'язана з розвитком концепцій «Планування потреб/ресурсів» і



«Точно в строк» та їх комп'ютеризації в режимі реального часу. Зокрема з'явилися логістичні системи МРП-2 (Material resource planning) — «Планування матеріальних ресурсів» та ДРП-2 (Distribution resource planning) — «Планування розподілу ресурсів», також «Точно в строк-2».

Нарешті, логістика третього покоління (початок XXI ст.) формується нині на підставі концепцій «худого виробництва» (Lean Production), «Реагування на попит» (Demand Driven Techniques), «Зеленої логістики» (Green Logistics) та геологістики (Geologistics). Перша концепція передбачає усунення з виробничого процесу всіх зайвих ланок, наприклад, вхідного контролю та складування, відповідного транспортування тощо. Друга концепція передбачає миттєве реагування на зміни попиту в конкретних територіальних точках ринку шляхом відповідного поповнення запасів (це стало можливим дякуючи застосуванню сучасної електронної техніки, що працює в режимі «он-лайн» — реального часу). Концепція «зеленої логістики» передбачає екологічно безпечні логістичні рішення та системи і вже знайшла практичне втілення в «Програмі зеленої логістики» найбільшого в Європі логістичного концерну «Schenker-BTL» (ФРН — Швеція).

Концепція геологістики — це теорія і практика територіально-екологічної оптимізації логістичних систем різних масштабів — мікро- (підприємство), мезо-(область), макро- (країна), мега- (група країн), мета- (світ) рівнів. Кафедра та науковий центр геологістики створені в Мічиганському університеті (США), і це не випадково, оскільки саме у штаті Мічиган міститься «автомобільна столиця» США — місто Детройт, а автобудування було однією з перших галузей, яка оцінила можливості логістики і почала масово використовувати логістичні методи в організації та управлінні виробництвом та збутом продукції. Результати цих досліджень широко використовують міжнародні організації та преса, зокрема впливове британське видання «Financial Times», яке випускає щоквартальні додатки з логістики за назвою «Supply Chain Logistics» («Логістика ланцюгів постачання»), а також спеціалізовані логістичні журнали, наприклад, Logistics. The Stinnes Magazine», який видає найбільший в Європі зовнішньоторговельно-логістичний концерн «Stinnes Logistics AG» (ФРН), до складу якого входить компанія «Schenker-BTL», про яку згадувалось раніше. До речі, нині цей концерн, заснований у 1800 р. Хуго Стінсом в м. Мюльхайм-на-Рурі (Німеччина), де і сьогодні міститься його штаб-квартира, активно працює на ринку логістичних послуг країн СНД, особливо в Україні та Росії. Зокрема в

Україні, в Києві з 1992 р. працює представництво» Schenker-BTL».

Отже, в межах логістики формується геологістика (суспільно-географічна логістика) — новітній міждисциплінарний науково-практичний напрям на межі логістики та суспільної географії, що досліджує наукову організацію (в сучасному логістичному розумінні) територіально-економічних (або ширше — географічно-просторових) зв'язків і відношень.

Геологістичні проблеми набувають особливого значення в умовах світових процесів глобалізації та економічної інтеграції, в яких Україна бере все більш активну участь, що відзначається як в державних документах останнього часу (наприклад, «Комплексній програмі утвердження України як транзитної держави у 2001—2010 роках», або «Концепції розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період та до 2020 року»), так і в новітніх економіко-географічних та економічних дослідженнях.

У геологістичному розумінні зовсім інше значення і виміри набувають такі основні логістичні поняття і терміни, як логістична система, логістична синергія, логістична операція, логістична функція, логістичний канал, логістичний ланцюг, логістичний цикл. На нашу думку, до них треба додати і поставити на чільне місце поняття логістичної проблеми, що означає створення мережі сучасних логістичних (транспортно-складських) комунікацій (або логістичної інфраструктури) з метою виконання завдання постачання товарів (вантажів) за принципом «Точно в строк», який передбачає суворе дотримання умов «7П». Логістична проблема, крім визначення, поданого вище, передбачає також аспекти та шляхи вирішення. Аспекти логістичної проблеми включають:

а) територіально-галузевий (для промисловості, агропромислового комплексу, транспорту, будівництва, торгівлі, туризму, митної справи, банківської сфери, міжнародної торгівлі тощо);

б) територіально-організаційний (на мікро-, мезо-, макро-, мега-, метарівнях);

в) територіально-функціональний (постачання, виробництво, збут). Шляхи вирішення логістичної проблеми можуть базуватися:

а) на існуючій транспортно-логістичній мережі (або логістичній інфраструктурі), коли визначається раціональна схема та маршрут товароруку (доставки) з використанням наявних транспортних шляхів, рухомого складу, складських потужностей;

б) на вдосконаленій логістичній інфраструктурі (вдосконалюється якийсь окремих її компонент);

в) на оптимальній логістичній інфраструктурі (коли вдосконалюється (оптимізується) вся логістична система).

Актуальність логістичної проблеми є гострою на міжнародному рівні (наприклад, Євросоюз виділив як окремих напрям інтеграційних процесів єврологістику, тобто створення єдиної європейської мережі постачання з системою регіональних та локальних розподільчих центрів (терміналів); на макрорівні (найкращий приклад — «Комплексна програма утвердження України як транзитної держави у 2001—2010 роках»); на мікрорівні (окремі підприємства, фірми, які все частіше звертаються до логістики як засобу зменшення витрат, набуття конкурентної переваги на ринку).

Таким чином, головним об'єктом дослідження геологістики є логістичні (то-варно-інформаційно-фінансові) потоки у сферах виробництва та обігу, причому товарні потоки є базисним об'єктом і включають як матеріальні потоки (або потоки товарно-матеріальних цінностей), так і потоки послуг (або потоки товарно-нематеріальних цінностей). Предметом дослідження є їхня територіальна організація. Основний метод геологістики визначають як геологістичний інжиніринг або геологістичне конструювання господарських систем. Його сутність полягає в об'єднанні процесів постачання, виробництва і збуту господарських систем у наскрізний логістичний (товарно-інформаційно-фінансовий) потік та його оптимізації на підставі класичного логістичного принципу «Точно в строк». Метод геологістичного інжинірингу містить такі послідовні складові:

1) узгодження параметрів логістичного потоку на ділянках постачання, виробництва, збуту, причому вихідними (визначальними) мають бути параметри споживання (збуту), зокрема обсяг (кількість) і стан (якість) товару, місце і час його збуту;

2) територіальна оптимізація логістичного потоку на ділянках постачання, виробництва, збуту з метою мінімізації логістичних витрат; при цьому кожна ділянка має свої територіальні особливості і відповідно — методи оптимізації;

3) часова синхронізація, тобто визначення необхідної швидкості логістичного потоку для кожної функціональної ділянки геологістичної системи (постачання, виробництво, збут) та відповідних підділянок;

4) екологічна оптимізація логістичного потоку, що включає як визначення екологічних проблем геологістичних систем (пов'язаних, зокрема, з транспортною складовою) та їх впливу на природне середовище і сталий розвиток регіону та країни (у т. ч. у варті-

сному виразі), так і розробку та здійснення відповідних заходів з поліпшення екологічних показників геологістичних систем.

Слід розрізняти геологістику як науковий напрям і як сферу бізнесу, як функцію господарського управління і як чинник сталого розвитку. Як науковий напрям геологістика — це вчення про ефективну просторово-територіальну організацію та управління логістичними системами мікро-, мезо-, макро-, мега-, та метарівнів. Як бізнесовий напрям геологістика — це сукупність транспортно-експедиторсько-складських операцій з метою виготовлення та доставки товару певного виду та якості в певній кількості певному споживачу в певне місце на певний час з мінімальними витратами. У сучасних умовах глобалізації процесів постачання, виробництва, збуту геологістика є вкрай важливим чинником успіху в бізнесі і тому є важливим джерелом конкурентної переваги на ринку.

Як функцію господарського управління геологістику визначають як форму управління фізичним розподілом товару в часі і просторі. Ця функція геологістики вказує на її важливе значення для державного регулювання ринкового господарства, його процесів і товарних потоків на мезо- та макрорівні. Між іншим, саме контроль товарних потоків дозволяє державі цивілізованими методами вести боротьбу з економічними злочинами. Існує і міжнародний аспект використання геологістики як функції господарського управління (міжнародна логістика), який пов'язаний з міжнародними, транснаціональними потоками товарів. У сучасних умовах розвитку світового господарства та формування відкритої економіки, яка передбачає розширення господарських зв'язків між країнами та міжнародної економічної кооперації, спостерігається постійне зростання транснаціональних та транскордонних потоків вантажів та міжнародного транзиту товарів, який є дуже вигідний для країн, через які проходить, оскільки забезпечує значні надходження як до державного, так і до місцевих бюджетів. Сказане вище має безпосереднє відношення до України, яка завдяки своєму вигідному геополітичному та транспортно-географічному розташуванню, має найвищий серед країн Європи коефіцієнт транзитності, тобто міститься на перехресті суходільних, водних та повітряних транспортних трас Європи та Азії і за умови вмілого використання цієї переваги може істотно збільшити доходи державного та регіональних бюджетів, сприяти розвитку дорожньої інфраструктури, а також транспортної і всіх пов'язаних з нею галузей у цілому. На максимальне використання переваг України як транзитної держави націлені затверджені

Урядом України в 1998—2002 рр. «Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період до 2020 року», «Програма створення та функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні» та «Комплексна програма становлення України як транзитної держави».

Нарешті, оцінка геологістики як чинника сталого розвитку розкриває дуже важливий, але практично не відбитий у літературі з логістики на даний час аспект взаємозв'язків екології та логістики, а також впливу останньої на екосистеми регіону, країни, світу. Між тим, плани розвитку та річні звіти всіх значних західних логістичних компаній в обов'язковому порядку включають розділи про заходи з охорони навколишнього середовища, а найбільша в Європейському Союзі транспортно-логістична компанія «Schenker-BTL» (ФРН — Швеція) розробила і запровадила екологічну програму глобального мірила, яка отримала назву «Зелена логістика» (Green Logistics).

### **2.1.2. ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІ КОМПАНІЇ СВІТУ**

На даний час у фаховій літературі з логістики існує декілька варіантів визначення логістики як новітнього науково-практичного напрямку. Це говорить про те, що логістика як наука ще дуже молода і перебуває на стадії формування. Через високу ефективність сьогодні її називають «новою панацеєю» для більшості проблем сучасного світового господарства і визначають як супернауку з оптимізації економічних та управлінських процесів. Деякі автори, навіть, стверджують, що ступінь застосування логістики є одним із критеріїв рівня розвитку суспільства. Дійсно, відділи та управління логістики мають нині всі великі промислові, транспортні, будівельні, торговельні та інші корпорації і фірми США, Японії, Європейського Союзу, Республіки Корея, інших розвинених країн. Виникли спеціалізовані логістичні фірми, а останнім часом з'явилися фірми з логістичного консалтингу. Апарат НАТО ще у 50-х рр. ХХ ст. включав відділ логістики, який фактично виконував функції управління тилом у штабі головнокомандувача збройних сил. Нарешті, у складі оргкомітету з проведення Олімпійських ігор, починаючи з 1993 р., виділяється відділ логістики. До речі, на Олімпіаді в Австралії в 2000 р. офіційним провайдером логістичних послуг була всесвітньо відома і найбільша компанія з експрес-

доставки вантажів «United Parcel Service» (UPS) — «Об'єднана служба доставки» (США), що дало можливість цій компанії помістити олімпійську символіку на всі свої транспортні засоби, включаючи літаки.

В умовах зростаючої конкуренції та необхідності подальшого скорочення витрат все більше підприємств-виробників у розвинутих країнах вважає більш доцільним передати логістичні операції спеціалізованим логістичним фірмам. Таких фірм — логістичних операторів — з'являється все більше в Західній Європі, США, Японії та інших країнах. За розрахунками світовий ринок логістичних послуг на даний час характеризується перевагою країн Західної Європи (зокрема Європейського Союзу) з часткою 27,5 %, Північної Америки (зокрема США) — 26,7 %, та Азійсько-Тихоокеанського регіону (зокрема Японії) — 19 % [19]. Серед найбільших логістичних операторів Європи — компанія «Shenker-BTL» (ФРН — Швеція), яка утворилася в 1999 р. внаслідок об'єднання німецької логістичної фірми «Schenker» (заснованої Г.Шенкером у 1873 р.) та шведської «BTL» (Billspedition Transport Logistics — Експедиторство, транспорт і логістика) і посідає нині перше місце в Європі за обсягами вантажних перевезень наземними видами транспорту, друге — за обсягами морських перевезень, четверте — за обсягами авіаперевезень вантажів; компанія «Tomas Nationwide transport» (TNT Голландія), створена в 1946 р., виконує операції з експресової доставки вантажів, міжнародної пошти і має найвищий у галузі показник логістичного сервісу — 99 %; компанія «Kühne Nagel» (Швейцарія, Люксембург), що має найгустішу логістичну мережу, зокрема в Німеччині — таку, що довільний вантажовідправник та вантажоодержувач розміщені не далі ніж 50 км від найближчого логістичного терміналу; «F.M. Logistic» (Франція), яка входить до 500 найбільших компаній Європи, активно працює в СНД — створила філії в Москві, Санкт-Петербурзі, Києві (Бровари), Алмати. До речі, ці компанії активно працюють в Україні, особливо «Schenker-BTL» «TNT»; «Кюне і Нагель», які мають представництва в Києві, та «F.M.Logistics», що створила філію «Ф.М.Ложістик — Бровари». Крім наведених глобальних транспортно-логістичних компаній, у країнах Європейського Союзу сьогодні існує багато дрібних фірм з логістики та міжнародних перевезень вантажів, які виконують доставку їх і в Україну, зокрема з київськими партнерами мають такі відносини німецькі фірми TRANS-O-FLEX, SCHNELL-LIEFERDIENST, SPEDITION DANIELS-SOLINGEN, RBB (Rationelle BURÖ Betriebsin-

richtungen) — Bremen-Mahndorf, HANSANO, бельгійська HE Logistics 9H.Essers) — Genk та ін.

Логістичні фірми США мають світовий авторитет і відповідні масштаби діяльності, доходів. Перш за все це UPS — «Об'єднана служба доставки» — найбільша логістична компанія світу, фірмовий знак якої належить до десяти найвідоміших світових брендів. Компанія була створена в 1907 р. в Сіетлі (США). Тепер її річний дохід становить 27 млрд дол., персонал налічує понад 340 тис. осіб у 100 країнах світу (у т. ч. в Україні, де працює філія UPS), власний авіапарк складається з 231 літака, автопарк — з 150 тис. фірмових вантажівок. Далі слід назвати компанії DHL та Federal Express, які разом з UPS та TNT належать до чотирьох найбільших компаній світу з експрес-доставки вантажів. Зокрема компанія «DHL Worldwide express» (створена в 1969 р. трьома підприємцями — А. Делсі, Л. Хілбломом, Р. Лінном, перші літери прізвищ яких і склали назву фірми) нині є визнаним світовим лідером з міжнародної авіа — експресдоставки вантажів (їй належить 40 % цього ринку) і активно працює на відповідному українському сегменті (у 2003 р. її купила Німецька пошта, нині DHL — німецька компанія).

Що стосується України, то вона завдяки вигідному географічному розташуванню на перехресті транснаціональних потоків, а також розвиненій інфраструктурі морського, річкового та наземних видів транспорту, має найвищий серед країн Європи коефіцієнт транзитності. Через територію нашої держави проходять чотири з десяти європейських транспортних коридорів. Ці коридори на другій Європейській конференції міністрів транспорту на грецькому острові Крит (1994) були визначені як найбільш перспективні, тому їх ще називають «критськими». У використанні унікальних транзитних можливостей України дуже зацікавлені країни Європейського Союзу. Намагаючись завоювати нові ринки збуту на Сході, в Малій Азії, Прикаспійському регіоні, європейські країни дивляться на Україну як на перехрестя, де будуть перетинатися нові караванні шляхи ХХІ ст. Саме через Україну можуть бути прокладені найкоротші маршрути руху вантажів та пасажирів зі Скандинавії, Великобританії, Балтії, Західної Європи до країн Сходу, у т. ч. Туреччини, Закавказзя, Центральної Азії тощо. Для деяких сполучень вигреш може становити до 2000 км. Причому зовсім необов'язково споруджувати нові шляхи. Мережа транспортних шляхів України, насамперед залізничних та автомобільних, органічно вписується в загальноєвропейську — через Польщу, Словаччину, Угорщину, Румунію,

Молдову, Білорусь, Росію. Вона також охоплює і незамерзаючі морські порти Чорноморсько-Азовського басейну.

Зокрема через територію України проходять такі «критські» коридори, як № 3 (Берлін — Вроцлав — Катовіце — Львів — Київ), № 5 (Лісабон — Барселона — Трієст — Будапешт — Київ), № 9 (Гельсінкі — Санкт-Петербург — Вітебськ — Київ — Кишинів — Пловдив — Салоніки) та № 7 (Дунайський). Їхнє інтенсивне використання може значно збільшити доходи державного та регіональних бюджетів, сприятиме розвитку дорожньої інфраструктури, транспортної та всіх причетних до неї галузей у цілому. Для реалізації цих переваг згідно з розпорядженням Президента України урядом розроблена і прийнята в 2002 р. Верховною Радою «Комплексна програма утвердження України як транзитної держави на 2001—2010 роки», за якою передбачається створення національної мережі Європейських транспортних коридорів та її інтегрування в транспортні системи Європи та Азії, Балтійського та Чорноморського регіонів. Особлива увага приділяється формуванню трансконтинентальних міжнародних транспортних коридорів, таких як Європа — Кавказ — Азія (ТКАСЕСА) та Балтійське море — Чорне море (Гданськ/Гдиня — Одеса/Іллічівськ), які мають особливо високий коефіцієнт транзитності та перебувають під патронатом Європейської комісії. Транзитні можливості вищезгаданих міжнародних транспортних коридорів (МТК), що проходять через територію України, використовуються нині далеко не в повну міру. Так, найбільший за своїм транзитним потенціалом МТК «ТКАСЕСА» (204,35 млн т) задіяний лише на 15 %, МТК № 3 (201,8 млн т) — на 10,3 %, МТК № 9 (100,1 млн т) — на 18 %, МТК «Балтика — Чорне море» (92,9 млн т) — на 4,4 %, МТК № 5 (38,4 млн т) — на 29 %. З'єднання «критських» коридорів № 9, № 3, № 5 з трансконтинентальними МТК, зокрема «Балтика — Чорне море» та «ТКАСЕСА», дозволить створити реальні умови для комбінованої схеми перевезень вантажів «море-суша» в напрямку басейнів Балтійського, Чорного та Каспійського морів по самій короткій відстані. Також Україна бере участь у створенні ще двох трансконтинентальних МТК — Євразійського та Чорноморського транспортного кільця. Останній формується в межах Організації Чорноморського Економічного Співробітництва (ОЧЕС) та Чорноморської Пан-європейської транспортної зони (Pan-European Transport Area), що визначена Європейським Союзом як пріоритетна.

Поступово, особливо з другої половини 90-х рр. ХХ ст., нарощують активність українські фірми з надання транспортно-логістичних послуг. Це є закономірним явищем, оскільки витіс-



нення українських перевізників з ринку транспортно-логістичних послуг створює реальну загрозу економічній безпеці держави. Так, за даними, що наводив колишній прем'єр-міністр України А. Л. Кінах, тільки 10 % вантажів, що перегинають кордони України, обробляються національними перевізниками (10.05.2002 р., при представленні нового міністра транспорту). Серед них слід зазначити «Український державний центр транспортного сервісу (УДЦТС) «Ліски», що був створений у 1995 р. і належить до складу Державної адміністрації залізничного транспорту України. За обсягами контейнерних перевезень вантажів УДЦТС «Ліски» посідає чільне місце в СНД, зокрема його заслугою є організація маршрутних контейнерних поїздів «Гамбург — Київ — Гамбург», «Стамбул — Миколаїв — Москва», «Стамбул — Миколаїв — країни СНД», «Будапешт — Чоп — Київ — Москва», «Одеса — Москва — Одеса». У галузі логістичних та експедиторських послуг на залізниці спеціалізується дніпропетровська компанія «Юнікон ЛТД» що видає щомісячний інформаційно-аналітичний журнал «Весь транспорт».

Лідером серед українських підприємств, що здійснюють міжнародні і внутрішні перевезення автотранспортом, є київська виробнича компанія «Рапід», яка вже 40 років спеціалізується на наданні автотранспортних послуг, у т. ч. 10 останніх років — на міжнародних автоперевезеннях вантажів. Сфера дії «Рапиду» охоплює всі країни Європи. Автопарк компанії становить 250 автомобілів, у т. ч. 100 сучасних автопоїздів. До комплексу послуг «Рапиду» входять 4500 м митних ліцензійних складів з митним постом. Компанія має відділ логістики служби міжнародних перевезень, який оснащений системою комп'ютерного навігаційного забезпечення GPS (Global Positioning Systems). Міжнародні автоперевезення вантажів також виконує ТОВ «Орлан-транс-груп» (швидко прогресує, за оцінками експертів, вже посідає одне з перших місць за обсягом перевезень серед українських автотранспортних підприємств), транспортно-експедиторський заклад концерну «Укрпромінвест», ЗАТ фірма «Меблі», фірма «Ост-Вест Експрес» у Києві, фірми «Транс ~ Пеле» та «Транс-Кінг» у Луганську (утворилися на базі підприємства «Совтрансавто — Луганськ», що було найбільшим автоперевізником в Україні, володіло 500 автопоїздами «Вольво»), фірми «КАМАЗ — Транссервіс» (українсько-російська) та «Різе — Транссервіс» (українсько-німецька) у Рівному та інші менш відомі фірми, яких стає все більше в регіонах України.

За даними Всеукраїнської асоціації автоперевізників (ВААП), нині в Україні спеціалізуються на наданні транспортно-логістич-

них послуг понад 3 тис. підприємств різних форм власності. У галузевому довіднику «Транспорт, від А до Я» (К., 2001) наводили дані про 113 таких фірм (переважна більшість яких міститься в Києві та Київській обл.). З них 66 виконували автоперевезення вантажів, 11 — залізничні перевезення, 7 — повітряні, 3 — морські, а також 26 компаній займаються комплексними транспортно-експедиторськими та логістичними послугами, що відбивається в їхніх назвах, де все частіше зустрічається термін «логістика» (наприклад, київські ТОВ «Лоджістікс Інтернешнл», «Інстар Лоджістікс», «Сервіс та логістика», ДП «Рівайвл Експрес Логістік», ТОВ «Логістік Транс ГМБХ» та ін.).

### **2.1.3. МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА**

Функціонування транспортно-логістичних систем світу нині здійснюється на підставі теоретичних засад такого напрямку, як міжнародна логістика. Це є один з найменш досліджених і висвітлених у логістичній літературі напрямів, хоча його важливість відзначається як у термінологічному словнику з логістики, так і у виданнях з міжнародного бізнесу. На даний час в Україні видана лише одна монографія з цього напрямку, в Росії, наскільки нам відомо, — жодної. Між тим, розміщення продавців і покупців на міжнародних ринках може бути різним, тому питання фізичного розподілу товару, їх транспортування та логістики дуже важливе. Концепція міжнародної логістики є порівняно молода: лише у 1966 р. з'явилася перша теоретична стаття Р. Макгараха «Логістика для міжнародної фірми». Нині важливість міжнародної логістики є загальноновизнана. Логістичні витрати становлять до 25 % витрат на операції міжнародного бізнесу і продовжують зростати. Міжнародні фірми скоротили свої витрати, де могли — у виробничій і фінансовій сфері, зв'язку, і нині скорочення логістичних витрат є головним джерелом їхньої конкурентної переваги на міжнародному ринку.

Міжнародна логістика визначається як знання з організації та управління системою товарно-інформаційно-фінансових потоків міжнародної фірми. У цій логістичній системі виділяються підсистеми — з руху сировини і напівфабрикатів (або постачальницька і виробнича логістика) і з руху готових виробів до споживача (збутова або розподільча логістика). У першій підсистемі складовими частинами є обробка замовлень, транспортування, зберігання, служба доставки, менеджмент запасів, у другій — обробка

замовлень, транспортування, служба споживача, зберігання, менеджмент запасів. Основна мета міжнародної логістичної системи — ефективна координація цих двох підсистем та їхніх компонентів на підставі мінімальних витрат і максимального задоволення вимог споживачів. Сучасна міжнародна логістика базується на трьох концепціях: системній, загальних витрат і внутрішнього суперництва. Системна концепція говорить про те, що всі компоненти логістики складають систему з єдиною метою, тому загальна оптимізація системи може допускати неоптимальне функціонування окремих компонентів. Концепція загальних витрат говорить про те, що головним показником ефективності логістичної системи є її витрати, які необхідно мінімізувати. Наведену вище концепцію доповнює концепція умовно-чистого прибутку (після оподаткування), за якою мета логістичної системи — максимізація умовно-чистого прибутку. Концепція внутрішнього суперництва відбиває взаємодію логістичних компонентів і їхнє суперництво між собою. Так, розміщення складів біля споживачів зменшує кошти транспортування, але збільшує витрати на будівництво складів; або: зменшення обсягу запасів заощаджує кошти, але збільшує витрати на термінову доставку товару в разі необхідності.

Міжнародна логістика має відмінності від внутрішньої логістики — загальні і специфічні. Загальні відмінності зумовлені тим, що міжнародна фірма діє не в одній, а в кількох країнах. Тому критичне значення мають такі чинники, як відстань перевезень, різниця валют і вид транспорту. У міжнародній логістиці відстані перевезень значно більші, відповідно — збільшується час доставки, а також зростає можливість різних пошкоджень вантажів, збільшуються обсяги складування товарів. Такий чинник, як різниця валют, вимагає обов'язкового і ретельного врахування обмінного курсу. Також міжнародні логістичні операції пов'язані з перетином кордонів, отже, треба враховувати державні і митні вимоги, підготувати необхідні документи. При цьому використовуються послуги посередників — експедиторів, митних агентів, митних брокерів, банків тощо. Специфічні відмінності полягають у тому, що в міжнародній логістиці враховуються особливості країн—партнерів, особливо щодо транспортної системи і транспортної забезпеченості, щодо посередників, щодо особливостей обчислення фрахтових і митних зборів, а також щодо вимог з пакування та оформлення вантажу.

Міжнародна логістика охоплює такі розділи: міжнародні перевезення, міжнародні запаси, міжнародне пакування і міжноро-

дне зберігання. Міжнародні перевезення мають особливо важливе значення в міжнародній логістиці тому, що визначають, коли і в якому стані вантаж надійде до споживача. До того ж транспортні витрати становлять до 15 % загальних витрат на виконання міжнародних замовлень. Проблема міжнародних перевезень вантажів включає чотири компоненти: інфраструктуру, наявні види транспорту, вибір найбільш ефективного виду транспорту і визначення базисних умов поставки. Компонент інфраструктури відбиває рівень загального розвитку транспортної системи країни, яка може мати розвинений зовнішній транспорт, але недостатньо розвинений внутрішній (як у багатьох країнах, що розвиваються). Міжнародний менеджер повинен добре знати особливості транспортної системи країни-партнера, зокрема, які види транспорту найбільш надійні, як розміщується транспортна мережа, яка частота транспортних рейсів тощо.

Найчастіше застосовуються в міжнародній логістиці морський та авіаційний види транспорту. Зокрема морський транспорт охоплює лінійне, вантажне і трампове судноплавство. Типи кораблів, що використовуються в міжнародних морських перевезеннях товарів, включають загальновантажні, контейнеровози, типу «ро-ро», ліхтери. Велику роль відіграє також наявність і особливості портів.

Авіаційному транспорту притаманна висока динаміка світового вантажообороту. Він у 1960 р. становив 1 млрд ткм, у 1970 р. — 6,5; у 1980 р. — 20,3; у 1990 р. — 40,0; у 2000 р. понад 100 млрд ткм. Але частка авіатранспорту у світових міжнародних перевезеннях товарів залишається незначною (1 %), хоча в деяких країнах вона може досягати 20 %. Авіатранспорт переважно перевозить дорогі вантажі і вантажі з високою щільністю (велика вага при невеликих розмірах вантажу), а також вантажі певних розмірів; такі, що швидко псуються або потребують термінової доставки (це переважно індустриальні вантажі на відміну від споживчих товарів). Рухомий склад світового авіатранспорту зазнав великих змін за останні десятиріччя: 50 років тому використовувалися пропелерні літаки вантажопідйомністю 10 тонн, нині — літаки типу «jumbo-jet» вантажопідйомністю понад 50 тонн, використовуються також пасажиро-вантажні літаки.

Вибір найбільш ефективного виду транспорту в міжнародній логістиці проводять за чотирма критеріями: транзитний час, передбачуваність, вартість і неекономічні чинники. Велику різницю у випадку морського та авіаційного транспорту має транзитний час, який відповідно становить 45 днів і 24 години в середньому.

Транзитний час є дуже важливим показником у міжнародній логістиці. Якщо транзитний час — незначний, то не треба великих складів і значних запасів. Короткий транзитний час необхідний для товарів, що швидко псуються, наприклад для квітів. Між іншим, саме зв'язки між ціною товару, відстанню до ринку і видом транспорту досліджував Йоган фон Тюнен.

Передбачуваність тісно пов'язана з надійністю транспорту. Більш надійним для уникнення запізнь є авіаційний транспорт. При його застосуванні зменшується обсяг запасів, здійснюються точні за часом міжнародні поставки, витрачається менше часу на завантажувально-розвантажувальні операції, зменшується ймовірність пошкодження вантажів, збільшується швидкість надходження товару споживачеві. При цьому висока вартість авіап перевезень має бути виправдана властивостями вантажу (щільність, цінність). Як кажуть американці: «Sending diamonds by airfreight is easier to justify than sending coal by air», — авіап перевезення діамантів легше виправдати, ніж авіап перевезення вугілля. У кінцевому підсумку питання вартості перевезення визначають логістичні міркування міжнародної фірми, а саме, наскільки важливо швидко доставити товар, збільшити або зменшити міжнародні запаси, як це вплине на ціну товару тощо. Некономічні чинники враховують державний вплив на транспортну галузь, вимоги використовувати вітчизняних перевізників, тобто преференційну політику на транспорті, яка, наприклад, характерна для США: всі внутрішні перевезення вантажів мають відбуватися тільки під прапором США (тобто американськими транспортними засобами). Комісія ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) рекомендує розподіляти обсяг перевезень таким чином: 40 % — країна-експортер, 40 % — країна-імпортер, 20 % — посередники («third party»). Але ці рекомендації через гостру конкуренцію на ринку транспортних послуг практично не виконуються.

Базисні умови поставки визначають межі відповідальності за вантаж між експортером і імпортером (згідно з INCOTERMS 2000). У міжнародній логістиці найбільш значними є такі види базисних умов поставки: FOB, DAF, CIF, DDF/P. FOB і CIF використовуються при морських перевезеннях вантажів, при цьому FOB (Free on Board) — означає обов'язок (і відповідальність) експортера доставити вантаж у порт відправлення (на борт корабля), далі відповідальність за вантаж переходить на перевізника або імпортера. CIF (Cost, Insurance, Freight) означає відповідальність експортера за доставку вантажу в порт призначення (з оплатою транспортування і страхівки). DAF (Delivered At Frontiers) вико-

ривується при перевезеннях авто або залізничним транспортом, означає відповідальність експортера за доставку товару на кордон своєї країни, далі відповідальність переходить на імпортера. Нарешті, DDF/P (Delivered Duty Free/Paid) означає повну відповідальність експортера за доставку товару безпосередньо до споживача (зі сплатою всіх необхідних податків або без такої сплати).

Міжнародні запаси — річ, необхідна в міжнародній логістиці, але вони, по-перше, зв'язують значний капітал, по-друге, вимагають значних витрат на обслуговування — до 25 % вартості самих запасів. Тому раціональна політика запасів є необхідною складовою міжнародної логістики. Логістичний підхід «Точно в строк» дозволяє скоротити запаси до необхідного мінімуму — тільки, коли вони необхідні для виробництва, через те фірми обирають постачальника на підставі його надійності в поставках і поповненні запасів. Мета створення запасів — забезпечення безперервного руху матеріального потоку, є однаковою для внутрішньої і міжнародної логістики. Остання має справу з особливими чинниками, а саме — обмінними курсами валют, значними відстанями перевезень і митними зборами. Тому величину запасів у міжнародній логістиці визначають за допомогою трьох інших чинників: логістичний цикл, рівень сервісу, використання запасів як стратегічного інструменту. Логістичний цикл (час між надходженням замовлення і його виконанням, включаючи доставку до споживача) має дві характеристики: термін і ритмічність. У міжнародній логістиці термін логістичного циклу значно довший, ніж у внутрішній логістиці. Логістичний цикл у міжнародній логістиці включає час на передачу замовлення, його виконання, пакування, підготовку до відправлення і транспортування. Передача замовлення може здійснюватися поштовим, телефонним, факсовим зв'язком — у відповідні терміни. У міжнародній логістиці термін логістичного циклу може сягати 100 і більше діб. Тому потрібні значні запаси — внутрішні і міжнародні. Ритмічність також важче забезпечити в міжнародній логістиці, особливо у випадку морських перевезень товарів, що вимагає збільшення запасів. Завдання міжнародної логістики — зменшити термін і зміцнити ритмічність міжнародних поставок без збільшення витрат. Шляхи досягнення цієї мети можуть включати, по-перше, вибір ефективних видів транспорту, по-друге, зміну місця розміщення запасів, по-третє, поліпшення якогось компонента логістичного циклу, наприклад часу надання замовлення шляхом заміни поштового зв'язку на факсимільний — це економить 3—8 днів.

Рівень сервісу в логістиці запасів означає, який відсоток замовлень буде виконано у встановлений термін, наприклад 100 % або 70 %. Визначення рівня сервісу фірмою впливає на обсяг запасів. У США рівень логістичного сервісу дорівнює 90—95 %, в Японії- 95-98 %.

У міжнародних операціях рівень сервісу визначається, виходячи з особливостей і очікувань певного ринку, а вони залежать від минулого досвіду, популярності товару, обізнаності споживача і статусу фірми. Через те, що найвищий рівень сервісу коштує дорого, орієнтуватися доцільно на помірний, сприйнятливий рівень, наприклад, якщо партнер в іншій країні чекає товар через 30 днів, то немає сенсу надсилати товар раніше.

Використання запасів як стратегічного інструменту означає, що запаси можна використати в боротьбі з девальвацією грошей (нагромадити товари, а не гроші) і з інфляцією (перевести гроші в товар, тобто здійснити інфляційне хеджування). При цьому необхідно зважати і на відповідні витрати, і на можливі податки на запаси товарів, що існують у деяких країнах.

Пакування відіграє особливо важливу роль у міжнародній логістиці, оскільки забезпечує надходження товару до місця призначення в неушкодженому стані, справним, естетично оформленим. При цьому пакування, що є достатнім для внутрішньої логістики, може виявитися недостатнім для міжнародної логістики, особливо, якщо використовується морський транспорт. Також різні види міжнародного транспорту мають свій можливий негативний вплив на товар, який має бути подоланий через відповідне пакування. Відповідальність за якість пакування несе відправник товару. Він мусить враховувати, по-перше, кліматичні особливості, особливо при далеких перевезеннях; по-друге, особливості самого транспортного засобу; по-третє, вагу вантажу і пакування (оскільки оплата здійснюється за загальну (або брутто) вагу); по-четверте, вимоги замовника щодо пакування, наприклад, вага однієї вантажної одиниці з пакуванням не повинна перевищувати певного ліміту або пакування повинно мати певні розміри; по-п'яте, необхідність подвійного пакування — зовнішнього (для збереження під час транспортування) і внутрішнього (для оформлення, реклами). Прогресивним видом міжнародного пакування є стандартні міжнародні контейнери, що підходять до різних видів транспорту, вони мають низку переваг, але потребують відповідної інфраструктури.

Проблема міжнародного зберігання товарів виникає, коли вони перебувають на складах в інших країнах. Перше питання, яке

виникає в цьому зв'язку, — скільки треба складів (центрів дистрибуції) і де їх розмістити. При цьому необхідно визначитись: використати існуючі складські комплекси у країні чи будувати нові — за свій кошт. У різних країнах світу щодо цього є свої особливості, які слід враховувати. Наприклад, у США поширені великі державні складські комплекси, що надаються в оренду, а в Японії таких немає, треба шукати приватні склади, оренда яких коштує дорого. Якщо є автоматизований склад, то товар повинен мати електронний (штриховий) код. Якщо ж склад неавтоматизований, то існує обмеження ваги вантажу.

Товари розміщують на складах за методом ABC: А — товари, що є найбільш чутливими до часу поставки, розташовуються в усіх складських комплексах (вони становлять 10 % найменувань номенклатури товарів, однак на них припадає 75 % вартості запасів); В — товари, для яких не обов'язкова термінова доставка, містяться в деяких складських комплексах (їхня частка — 25 % найменувань і 20 % вартості товарів); С — товари, для яких час доставки не істотний або на які існує незначний попит, зосереджуються на центральному складі (вони становлять 65 % найменувань і 5 % вартості товарів). Така класифікація товарів дозволяє зменшити витрати на міжнародне складування і в той же час забезпечує необхідний рівень сервісу.

Пільгові умови для міжнародного зберігання товарів забезпечують зони вільної торгівлі (порто-франко). Це спеціальні території, де іноземні товари можуть зберігатися, оброблятися і реекспортуватися без сплачування митних зборів. Ці зони можуть створюватись як у портах, так і в континентальних частинах країн біля великих промислових центрів (наприклад, у США це — Канзас-Сіті, штат Міссурі, в Україні — порто-франко в Одесі, Маріуполі, інтер-порт Ковель та ін.). Такі території надають великі можливості для міжнародних операцій — тут можливо без митних витрат привезти товар, складувати, переробити, протестувати, продемонструвати, навіть реекспортувати. Вигоду від цього отримують обидві сторони: країна, де розміщується зона вільної торгівлі, — збільшує зайнятість; міжнародна фірма — отримує можливість входження на новий ринок без великих витрат. Якщо створюється промислове виробництво якоїсь продукції (наприклад, складальне виробництво), то вона вже йде не як імпортна, а як внутрішня. Тоді мито сплачується лише за імпортні компоненти, а не за працю, що була використана до виготовлення кінцевої продукції.



Сповільнення темпів економічного розвитку, що спостерігається нині у світі, зокрема в Північній Америці та Європі, змушує міжнародні компанії до пошуку технологій, що забезпечують більш швидке, істотніше та більш відчутне повернення вкладених капіталів. З цією метою вони все частіше звертаються до логістики, яка дозволяє вирішувати як стратегічні цілі оптимальної організації виробництва, постачання та збуту продукції на підставі виявлення та усунення нераціональних витрат, так і тактичні та оперативні проблеми, як, наприклад, забезпечення ритмічного графіку виробництва продукції та її вчасну доставку. Зменшення запасів до мінімального рівня, доставка товарів за принципом «Точно в строк» (Just in Time), безперебійне функціонування виробничого процесу, забезпечення руху транспортних засобів стисло за графіком — це лише кілька основних функцій, що бере на себе логістика як на рівні окремих підприємств або їхніх територіально-галузевих поєднань (кластерів), так і на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Тільки логістика здатна виконати ці завдання в сучасному світі на належному рівні якості послуг. І в цьому полягає її цінність та зростаюче значення у світовому господарстві.

## **2.2. УКРАЇНА В СИСТЕМІ ЄВРОЛОГІСТИКИ**

### **2.2.1. ІНТЕГРАЦІЯ В ЄВРОПЕЙСКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНУ СИСТЕМУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ВИБІР УКРАЇНИ**

Проблема інтеграції України у європейську і світову транспортно-логістичні системи є одним із стратегічних завдань розвитку України як незалежної держави.

Логістика набуває виключно важливого значення в сучасних умовах глобалізації світового господарства. Недарма XII Світовий конгрес з логістики (Гельсінкі, 1997 р.) обрав своїм гаслом вислів «Логістика з'єднає людей, країни, ринки та материки». Транспортно-логістичні операції з доставки товарів завжди відігравали дуже велику роль в міжнародних господарських зв'язках, але через обмеженість у розвитку засобів транспорту і зв'язку, просторові масштаби основної маси таких операцій були невеликими (тобто локальними) і рідко виходили на трансконтинентальний або міжконтинентальний рівень (хоча з-давніх часів відомі такі трансконтинентальні торгівельно-транспортні маршрути як

«Шлях з варяг у греки», «Бурштиновий шлях», «Великий шовковий шлях» тощо. До речі, перший та третій з них перехрещувались на території України, утворюючи так званий «Великий транспортний хрест», що нині переживає період відродження). Становище змінилося з розвитком залізниць та засобів зв'язку (телефон, телеграф, радіо) наприкінці XIX — на початку XX століття, коли діяльність з міжнародної доставки товарів стала можливою здійснювати на регулярній та контрольованій підставі. Поєднання цих науково-технічних досягнень у галузях транспорту і зв'язку із застосуванням високопродуктивного устаткування в промисловості призвело до першої «революції» в ланцюгах постачання коли ця діяльність набула масового, регулярного характеру на трансконтинентальному і міжконтинентальному рівнях. Друга «революція» в ланцюгах постачання, припала на останню третину XX ст. і саме вона сприяла виникненню логістики, яка у XXI ст. набула глобального мірила. Отже, дослідити міжнародні, глобальні аспекти логістики — важливе завдання в сучасних умовах економічної глобалізації.

Світовий ринок логістичних послуг, за результатами досліджень та розрахунків Смирнова І. Г., нині характеризується не тільки великими обсягами (12 % валового світового продукту) та динамікою (5 % зростання за рік), але й просторовою структурою, в якій перевага належить країнам Західної Європи (зокрема ЄС) — 27,5 %, Північної Америки (зокрема США) — 26,7 %, країнам Азійсько-Тихоокеанського регіону (зокрема Японії) — 19 %. Особливо значних успіхів у координації транспортно-логістичної стратегії досягли країни ЄС. Ця стратегія отримала назву Єврологістики і розглядається як інфраструктурна основа та важлива складова процесу євроінтеграції. Курс на створення єдиної транспортно-логістичної системи знайшов відображення в усіх основних документах ЄС, починаючи з Римського договору (1957 р.), але, як одна з базових стратегій євроінтеграції, Єврологістика отримала особливий розвиток наприкінці XX — на початку XXI ст. Концептуальний базис Паневропейської транспортно-логістичної інтеграції формувався поступово і представлений в табл. 2.2. Зокрема, концепція європейських транспортних осей (1983р.) передбачала створення осей швидкісних залізниць та осей внутрішніх водних шляхів. Перші включали 23 тис. км залізничних шляхів, з яких 10 тис км становили нові лінії для поїздів зі швидкістю руху до 250 км/год, а 13 тис. км — для нових вантажних поїздів зі швидкістю руху до 200 км/год. Нині швидкісні залізничні перевезення широко практикуються у «старих» краї-

нах—членах ЄС, а у найближчому майбутньому планується їх здійснити і в нових країнах ЄС — Центральної Європи та Балтії. Найбільш відомою магістраллю швидкісних поїздів в ЄС є лінія «РВКАЛ-НСТ» (High Speed Train), що з'єднує міста Париж — Брюссель — Кельн — Амстердам — Лондон. Осі внутрішніх водних шляхів (або Trans European Inland Waterway Network, TEIWN) мають велике значення в ЄС, оскільки перевезення ними є дешевшими, безпечними, не забруднюють навколишнє середовище. Ці осі базуються в основному на каналах і ріках Бельгії, Німеччини, Франції, Голландії, Люксембургу. Програма модернізації передбачала розширення та поглиблення водних шляхів, оснащення їх новими шлюзами та греблями, модернізацію річкових портів та перетворення їх у транспортно-логістичні центри інтермодальних перевезень. До основних осей внутрішніх вод ЄС належать:

— *Рейнська* (з'єднує морські порти Голандії, Бельгії з промисловими центрами Німеччини, Східної Франції та Північної Швейцарії);

— *Північно-Південна* (її формують річки Маас та Шельда, Рона та Сона, які пов'язують Голандію, Бельгію та Францію);

— *Східно-Західна* (її основа — мережа внутрішніх вод Німеччини, що з'єднує німецькі морські порти Гамбург, Бремен на півночі, порти Голандії, Бельгії на заході з річками Одра (Польща) та Ельба (кордон з Чехією);

— *Південно-Східна* (її основа — Дунай, який пов'язаний з Рейном через канал «Майн-Дунай»).

Концепція європейських інтермодальних транспортних мостів (1991 р.) знайшла реалізацію у схемі дев'яти європейських транспортних коридорів, до яких на Критській конференції (1994 р.) був доданий десятий коридор, а також була прийнята концепція Панєвропейських транспортних зон (Pan European Transport Areas, PETA), до яких віднесені Чорноморська, Середземноморська, Адріатично-Іонічна, Баренцова євроарктична. Концепція інтегральної транспортно-логістичної системи всієї Європи (Wider Europe) знайшла втілення у програмному документі ЄС з розвитку транспортно-логістичної інфраструктури — Білій книзі з європейської транспортної політики (грудень 2001 року).

Сприяє вирішенню цих завдань Європейська асоціація логістиків (ЄАЛ), утворена в 1984 р. та зареєстрована в Берні (Швейцарія). Вона об'єднує національні асоціації логістики з понад 20 країн Європи та має за мету сприяння в їхньому співробітництві, зокрема об'єднанні логістичних структур Європи в єдину сис-

тему, що надає послуги, як промисловості так і торгівлі; складання визначника Європейської логістичної сертифікації з метою уніфікації логістичних національних стандартів. Регулярно проводяться міжнародні наукові конгреси, що організовані ЄАЛ. Зокрема проблемам євро логістики були присвячені науково-практичні конференції, проведенні під патронатом Європейської комісії в м. Брюсселі в 1999 та 2003 рр. При цьому створення єдиної європейської логістичної мережі розглядається як частина глобальної логістичної стратегії, що представляє собою формування стійких торговельно-економічних та транспортно-географічних зв'язків між країнами або групами країн на підставі міжнародного поділу праці.

*Таблиця 2.2*

**КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ БАЗИС ЄВРОЛОГІСТИКИ**

№ п/п	Назва концепції	Документальний вираз (впровадження)	Рік прийняття документу
1	Концепція європейських транспортних осей	Декларація Комітету міністрів транспорту Європейської спільноти	1983
2	Концепція європейських інтермодальних транспортних мостів	Декларація I Загальноєвропейської конференції з транспорту, м Прага (Чехія)	1991
3	Концепція Панєвропейських (Критських) транспортних коридорів	Декларація II Загальноєвропейської конференції з транспорту, о. Крит (Греція)	1994
4	Концепція Панєвропейських транспортних зон	Декларація III Загальноєвропейської конференції з транспорту, м. Гельсінкі (Фінляндія)	1997
5	Концепція транспортно-логістичної системи «Wider Europe» («Ширша Європа»)	«Біла книга» ЄС — Європейська транспортна політика до 2010 року: час вирішувати	1 грудня 2001 року

У розробці Європейської транспортно-логістичної стратегії табл. 2.2 активну участь брала Європейська конференція міністрів транспорту (ЄКМТ), під егідою якої проводилися I, II та III Загальноєвропейські конференції з транспорту. ЄКМТ — міжурядова організація з розвитку транспорту у Європі, що була заснована в 1953 році у Брюсселі. Метою її створення була співпраця держав-

них органів європейських країн, що відповідають за транспорт (переважно внутрішньоконтинентальний), зокрема у сфері формування європейської транспортної системи міжнародного значення. Нині до складу Ради Конференції входять міністри транспорту 43 країн Європи, які мають повне членство (в тому числі Україна), 6 країн — асоційованих членів (Австралія, Нова Зеландія, Канада, Республіка Корея, США, Японія) та 1 країна — спостерігач, (Марокко) (рис. 2.1). На даний час ЄКМТ має перед собою два головних завдання. Перше — сприяти у створенні інтегрованої транспортної системи всієї Європи, яка буде економічно та технічно ефективною, з найвищими показниками безпеки та екологічних стандартів, а також буде враховувати соціальні критерії. Друге — сприяти у створенні політичних та транспортних «мостів» між ЄС та іншими країнами Європи. Окрім Ради ЄКМТ має у своєму складі Комітет депутатів, до якого входять вищі чиновники міністерств транспорту країн—учасниць, які відповідають за підготовку матеріалів, пропозицій, резолюцій для розгляду Радою ЄКМТ та для урядів відповідних країн. Комітет депутатів має у своїй підлеглості робочі групи, кожна з яких має спеціальний мандат (проблему). До складу ЄКМТ належить також Секретаріат, який адміністративно підлягає (як і ЄКМТ) Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Генеральним секретарем ЄКМТ нині є Джек Шорт (Велика Британія). ЄКМТ регулярно публікує результати статистичних аналізів з розвитку транспортної галузі та відповідних інвестицій (щоквартально та щорічно) в Європі, у т. ч. за окремими країнами. До півстолітнього ювілею ЄКМТ були видані збірка статей «50 років транспортної політики у Європі» збірка основних документів ЄКМТ (у т. ч. на CD-Rom), проведений науково-практичний семінар «Розвиток транспортної інфраструктури для всієї Європи» (Париж, 27—28 листопада 2003 року). Науково-дослідницька діяльність ЄКМТ реалізується в проведенні регулярних наукових симпозіумів (у т. ч. Загальноєвропейських конференцій з транспорту), семінарів та круглих столів з проблем розвитку транспорту в Європі. Їхні висновки та пропозиції становлять основу для розробки рекомендацій з транспортних рішень для міністрів транспорту країн—учасниць.

До основних поточних проблем, що знаходяться нині на порядку денному ЄКМТ належать:

- розвиток і впровадження Паневропейської транспортної політики;
- інтеграція країн Центральної та Східної Європи в Європейський транспортний ринок;

— спеціальні питання, що відносяться до розвитку залізничного, автомобільного та внутрішньогодового видів транспорту, а також комбінованого транспорту;

— екологічні проблеми розвитку транспорту;

— соціальна «вартість» транспорту;

— тенденції розвитку міжнародного транспорту та потреби інфраструктури;

— управління дорожнім рухом та проблеми безпеки на шляхах;

— інформаційні системи та нові комунікаційні технології на транспорті;

— збалансований розвиток транспорту в містах та забезпечення транспортних потреб інвалідів.

На Загальноєвропейських транспортних конференціях в Празі, на о. Крит та у Гельсінкі концепція Єврологістики була розповсюджена на усю Європу та визначені її регіональні складники (рис. 2.1).

**TEN** (*Trans European Network*) — Транс'європейська транспортна мережа на території ЄС та ЄАВТ

**TINA** (*Transport Infrastructure Needs Assessment*) — оцінка потреб розвитку транспортної інфраструктури країн—кандидатів на вступ до ЄС першої черги (нині — нових членів ЄС)

**TIRS** (*Transport Infrastructure Research Study in South-East Europe*) — вивчення потреб розвитку транспортної інфраструктури в країнах Південно-Східної Європи (тобто нинішніх кандидатів на вступ до ЄС у 2007 році);

**PEC** (*Pan European Corridor*) — 10 Панєвропейських транспортних коридорів;

**PETRA** (*Pan European Transport Area*) — 4 Панєвропейські транспортні зони.

Наведемо коротку характеристику цих програм. Програма TEN була прийнята у 1991 р. та складається з 5 складових частин:

а) створення мережі швидкісних залізничних магістралей (табл. 2.3);

б) створення єдиної європейської мережі швидкісних автомагістралей EUROVIA;

в) програма розвитку комбінованого транспорту до 2010 року РАСТ (передбачає виконання 65 проектів на 22 транспортних маршрутах, 17 з яких стосується старих членів ЄС, решта — Швейцарії, Норвегії, Польщі, Чехії, Словенії: ці маршрути (залізничні, авто, водні) пронизують усю Європу, наприклад, Скандинавія — Бельгія — Австрія — Словенія; Велика Британія — Бельгія — Німеччина — Італія та інші);

- г) спорудження 38 «європлатформ», тобто сучасних потужних логістичних центрів, здатних швидко переробити тисячі тон різноманітних вантажів (у тому числі у Неаполі, Ліворно, Турині — в Італії; Марселі, Бордо, Страсбурзі — у Франції; Гамбурзі, Бремені — в Німеччині; Манчестері, Глазго — у Великій Британії; Барселоні, Мадриді, Севільї, Бургосі — в Іспанії та ін.);
- д) реалізацію регіональних проектів LOCEU та TEDIM<sup>1</sup>.

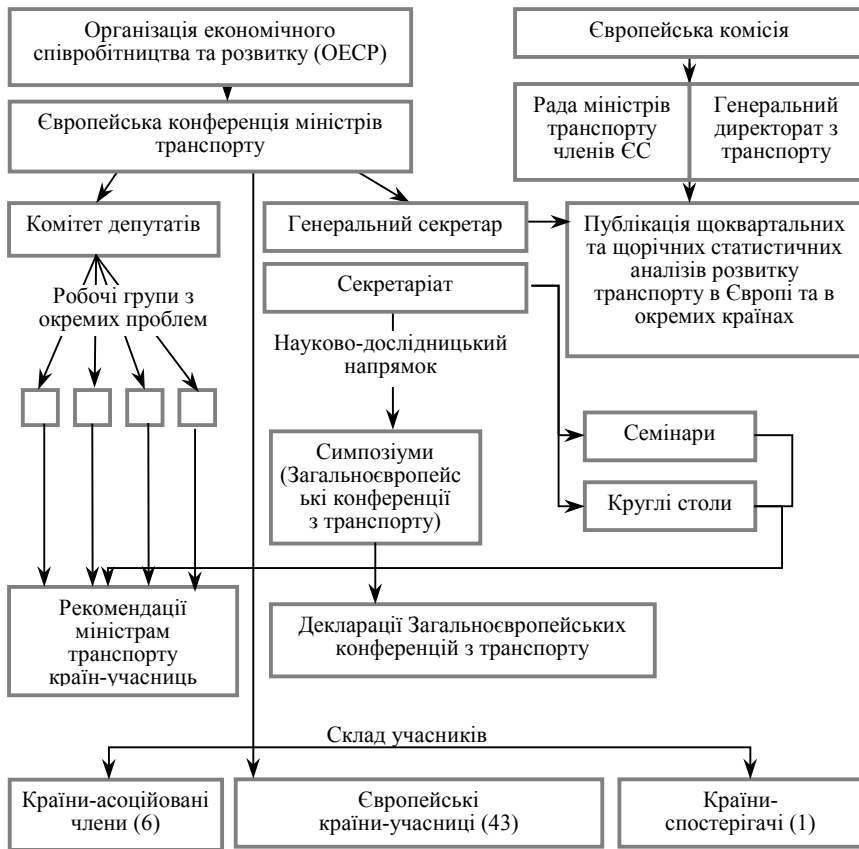


Рис. 2.1. Структурно-організаційна схема Європейської конференції міністрів транспорту (2007 рік)

<sup>1</sup> Детальніше див. *Смирнов І. Г.* Логістика: просторово-територіальний вимір. — К.: Обрії, 2004. — С. 237—242.

Програма TINA прийнята у 1995 році і передбачає, по-перше, участь країн—учасниць у спорудженні Пан'європейських (Критських) транспортних коридорів; по-друге, створення мережі евротерміналів (за типом «європлатформ») в цих країнах. Так, евротермінали нині активно будуються в Польщі (біля Варшави, Катовіце, Вроцлава тощо), в Чехії (де вони називаються «відкриті логістичні центри» і створюються біля Праги, Брно, Градец-Кралове, Пардубіце, Злину, Ліберця; в Литві — (евротермінал — в Каунасі, логістичний центр — в Клайпеді) тощо.

Таблиця 2.3

**ШВИДКІСНІ ЗАЛІЗНИЧНІ ЛІНІЇ, ЩО БУДУЮТЬСЯ В ЄС**

Залізнична лінія	Країна	Довжина, км
Брюссель — Льєж	Бельгія	62
Льєж — німецький кордон	Бельгія	33
Антверпен-кордон з Данією	Нідерланди	38
Кельн-Франфуркт	Німеччина	219
Нюрнберг- Інгольштадт	Німеччина	88
Мадрид — Барселона	Іспанія	600
Барселона — французький кордон	Іспанія	145
Мадрид — Вальядолід	Іспанія	194
Кордова — Малага	Іспанія	155
Перпіньян — іспанський кордон	Франція	25
Мілан — Болонья	Італія	196
Мілан — Турін	Італія	143
Верона — Венеція	Італія	24
Рим — Неаполь	Італія	220
Флоренція — Болонья	Італія	77
Амстердам/Шіпхол — бельгійський кордон	Нідерланди	120
Ніланд-Умео	Швеція	190

Програма TIRS (рік прийняття — 1999) орієнтована на розвиток транспортно-логістичної інфраструктури країн Південно-Східної Європи — (Болгарії, Румунії, Хорватії, Македонії, можливо Туреччини). За цією програмою також передбачається розвиток відповідних Пан'європейських коридорів та спорудження евротерміналів (біля Софії, Варни, Бухареста, Констанци, Загреб, Рієки тощо).

Згідно з програмою PEC (ПСК) визначено 10 «критських коридорів» (табл. 2.4), а також трансконтинентальні транспортні коридори — Євро-Азійський транспортний коридор (TRACEKA), «Балти-



ка-Чорне море», «Європа-Азія» та Чорноморське транспортне кільце (ЧТК). Програма створення Пан'європейських транспортних зон (PETrA) включила чотири проекти: Чорноморської, Середземноморської, Адріатично-Іонічної та Баренцевої євроарктичної зон. При цьому Чорноморській транспортній зоні (або *Black Sea PETrA*, в якій знаходиться Україна, відводиться особлива роль в системі Єврологістики, як важливий зв'язуючий ланці: по-перше, між самими чорноморськими країнами (через ЧТК); по-друге, через ЄС та країнами Східної Європи (через систему ПЄК); по-третє, між країнами.

Середземномор'я та Кавказу (через ТКТК «TRACESA»); по-четверте, між Європою та Азією (через ТКТК «Європа-Азія» та «TRACESA»).

Курс на розвиток євроазійських транспортних коридорів (EAL-Euro-Asian Links), прийнятий на III Загальноєвропейській транспортній конференції у Гельсінкі був підтриманий на Азійській транспортній конференції в японському місті Ніігата (2002 рік), де прийнята концепція створення 9 мультимодальних транспортних коридорів у Центральній та Східній Азії. Така увага до розвитку EAL не є випадковою і пояснюється тим, що нині цим напрямом проходять величезні обсяги міжнародної торгівлі (400 млрд дол. в рік), причому за прогнозами експертів вони збільшаться на 40 % до 2010 року. Активізація участі України в процесах Єврологістики, повинна, бути спрямована на те, щоб значна частина цього транзитного потоку товарів пройшла через транспортну систему нашої країни, що може принести додатково до бюджету України 7 млрд дол. (7 % ВВП).

І.Смирновим запропонована регіональна «формула» Єврологістики, що має такий вигляд:

$$PEN = (TEN + TINA) + TIRS + PEC + PETrA,$$

де *PEN* ~ *Pan European Network*, Загальноєвропейська транспортно-логістична мережа, а також просторова «формула» Євро-Азійської транспортно-логістичної системи (EATN), що формується:

$$EATN = PEN + TCTC,$$

В проектах Єврологістики, як і в діяльності ЄКМТ, важливе місце відводиться Україні в силу її надзвичайно вигідного транзитного положення. Це підтверджує найбільш високий серед країн Європи транзитний рейтинг (3,75 балів — розрахунки британського інституту Rendell). Визначаються наступні, напрямки участі України у Європейській транспортно-логістичній інтеграції (рис. 2.2):

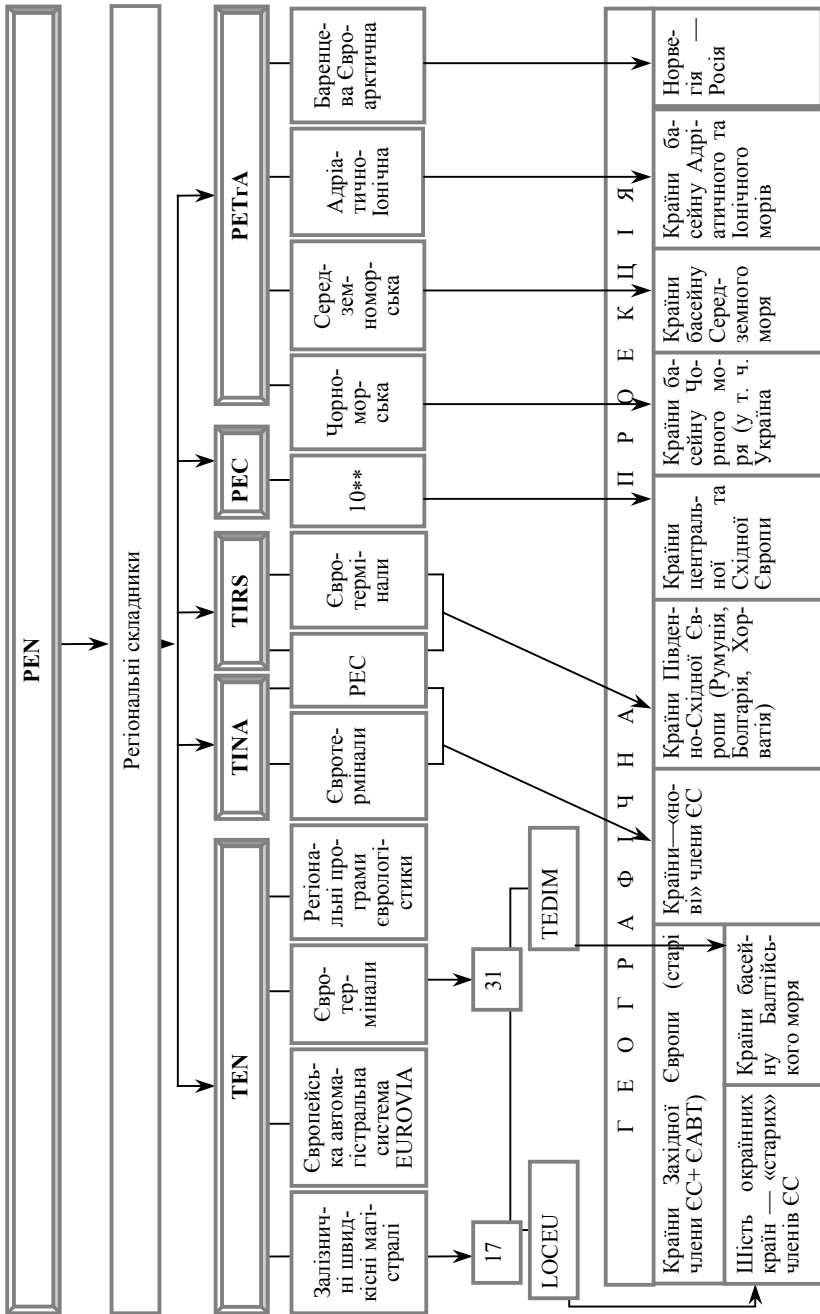


Рис. 2.2. Регіональна структура Паневропейської транспортно-логістичної системи

- 1) Паневропейські транспортні коридори ПЕК (ПЕС — англ.);
  - 2) Трансконтинентальні транспортні коридори (ТКТК) — ТСТС (англ.);
  - 3) Паневропейські транспортні зони (ПЕТГА);
  - 4) Міжнародні логістичні термінали (або центри) (МЛТ) ІЛТ (англ.).
- Отже, можна запропонувати «формулу» участі України в Європейській транспортно-логістичній інтеграції:

$$PEN\epsilon UA = ПЕС + ТСТС + Black\ Sea\ ПЕТГА + ІЛТ$$

Розшифровка її така: через територію України проходять чотири ПСК (№ № 3, 5, 7, 9); чотири ТКТК (ЕАТК «ТРАСЕКА», «Європа-Азія», «Балтика-Чорне море», Чорноморське транспортне кільце); Україна входить до Чорноморської Пан'європейської транспортної зони (Black Sea ПЕТГА), що виділена як пріоритетна у ЄС. На інтеграцію України в Європейську транспортно-логістичну систему, визначену як стратегічний напрямок розвитку держави, орієнтують такі державні документи, як «Програма створення і функціонування національної мережі МТК в Україні» (1998р.), «Комплексна програма утвердження України як транзитної держави у 2001—2010 роках» (2001 р.), «Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період і до 2020 року» (2001 р.) та «План дій Україна — Європейський Союз. Політика сусудства» (2005 р.), а також «Програма формування мережі логістичних центрів в системі міжнародних транспортних коридорів України», що нині розробляється. Згідно з цими документами визначена мета створення мережі ПСК та ТКТК в Україні, яка передбачає розробку територіальної схеми ПСК та ТКТК в Україні та пропозиції щодо мережі логістичних центрів (ЛЦ) в системі міжнародних транспортних коридорів України. Наявні схеми пропонують створення 45 ЛЦ, але оскільки одразу всі центри спорудити неможливо через великі потреби на це коштів та часу (так, для спорудження ЛЦ «Ковель» за проектом необхідно 50 млн дол.; ЛЦ «Рава-Руська» — 40,5 млн дол.), то І. Смирновим запропонований і обґрунтований «список» першої черги ЛЦ в Україні — у 8 містах (або швидше біля них) — Києві, Ковелі, Львові, Одесі/Іллічівську, Донецьку, Сімферополі, Харкові, Рені (рис. 2.3). Рациональність такої пропозиції підтверджується, наприклад, проектом логістичного вузла «Явір-центр» біля Львова, розробленого ТОВ фірма «Каменярь». Зрозуміло, що в міру можливостей ЛЦ необхідно споруджувати і в інших, раніше згаданих пунктах. При здійсненні проектів Єврологістики України, в першу чергу, слід розвивати співробітництво з Польщею, Литвою, Туреччиною, Росією, Китаєм та іншими країнами.

## ХАРАКТЕРИСТИКА ПАН'ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТРАНСПОРТНИХ КОРИДОРІВ (ПЕК)

№ пек	Основна траса	Відгалуження	Склад	Довжина
1	Гельсінкі — Таллінн — Рига — Каунас — Варшава	А. Рига — Калінінград — Гданськ	Залізничні, автошляхи	540 км 445 км
2	Берлін — Познань — Варшава — Брест — Мінськ — Смоленськ — Москва — Нижній Новгород	—	Залізничні, автошляхи	Загальна 1830
3	Берлін/ Дрезден — Вроцлав — Катовіце — Краків — Львів — Київ	А. Берлін — Котгбус — Форст / Ольшина — Легніца	Залізничні, автошляхи	1650 км 1700 км
4	Берлін — Дрезден/Нюрнберг — Прага — Брно — Відень — Братислава — Будапешт — Арад — Бухарест — Констанца/Крайова — Софія — Пловдив — Салоніки /Стамбул	—	Залізничні, автошляхи	Загальна 3528 км
5	Венеція — Трієст/Копер — Любляна — Марібор — Будапешт — Ужгород — Львів — Київ	А. Братислава — Жиліна — Кошице — Ужгород Б. Пльоч — Сарасво — Осіек — Будапешт	Залізничні, автошляхи	Загальна 1600 км
6	Гданськ — Торунь — Познань — Грудзьондз / Варшава — Катовіце — Жиліна	А. Катовіце — Острава — (вихід на ЄТК № 4)	Залізничні, автошляхи, комбінований транспорт	Загальна 1800 км

7	Дунайський водний, проходить від Німеччини до Чорного моря, з'єднується з Північним морем через Рейн і Майн. Проходить через країни: Австрія, Словаччина, Угорщина, Хорватія, Сербія, Болгарія, Молдова, Україна, Румунія	—	Водний, комбінований порт	Загальна 1600 км
8	Дуррес — Тірана — Скоп'є/Бітола — Софія — Димитровград — Бургас — Варна	—	Залізничні, автошляхи, морський порт Дуррес, комбінований транспорт у Бітолі (Македонія)	Загальна 1300 км
9	Гельсінкі — Виборг — Санкт-Петербург — Москва/Псков — Київ — Любашівка — Кишинів — Бухарест — Димитровград — Александрополіс	А. Любашівка — Одеса Б. Київ — Мінськ — Вільнюс — Каунас — Клайпеда/Калінінград	Залізничні, автошляхи	Загальна 6500 км
10	Зальцбург — Любляна — Загреб — Белград — Ніш — Скоп'є — Велес -Салоніки	А. Грац — Марібор — Загреб Б. Будапешт — Нови Сад - Белград В. Ніш — Софія (сполучається з ЄТК № 4 і йде до Стамбулу) Г. Велес — Бітола — Флоріна	Залізничні, автошляхи	Загальна 2360 км

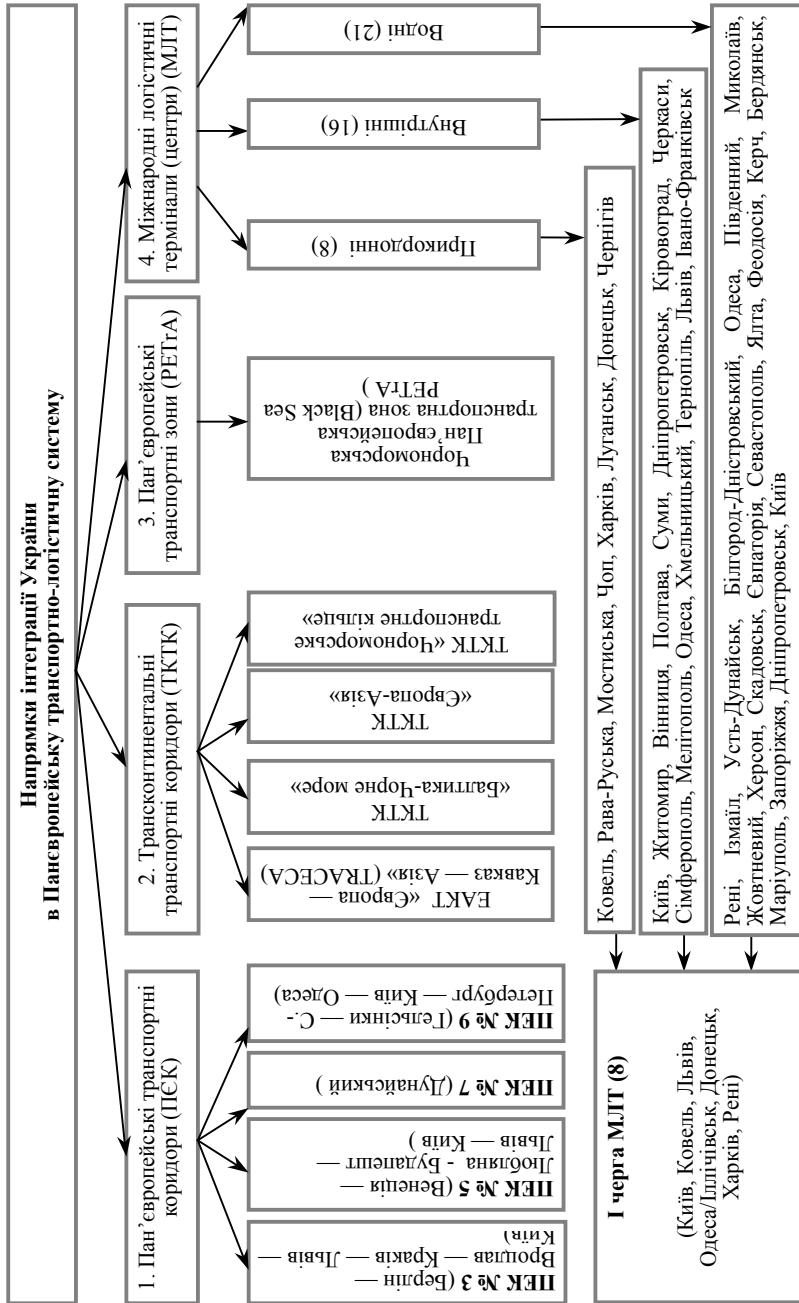


Рис. 2.3. Напрямки інтеграції України в Паневропейську транспортно-логістичну систему

Отже, концепція «Wider Europe» — «Широкої Європи», тобто розширення Єдиного європейського простору на схід, включаючи насамперед Україну, передбачає в якості невід'ємної частини Єврологістику, тобто створення єдиної Європейської транспортно-логістичної системи, яка через мережу міжнародних транспортних коридорів та логістичних центрів буде пов'язана з транспортно-логістичними системами Азії та інших континентів і частин світу, що нині формуються. Україна в силу свого надзвичайно (а можливо і унікально) вигідного транзитного положення та розвинутої транспортно-логістичної інфраструктури повинна зайняти в цій системі чільне місце.

### **2.2.2. Єврологістика України**

Однією з важливих складових та підстав процесів євроінтеграції є єврологістика, тобто створення єдиної сучасної транспортно-логістичної інфраструктури країн—учасників Європейського союзу. З недавнім розширенням ЄС до 27 членів це завдання отримало новий значно ширший географічний формат. З іншого боку транспортно-логістичні проекти Євросоюзу підійшли безпосередньо до українського кордону, в багатьох з них Україна вже нині бере активну участь.

Наукові джерела та публікації з даної тематики все ще нечисленні, хоча останнім часом їх кількість збільшується і ця тема стає, як кажуть, «на слуху». Розгляд проблем активізації участі України в єврологістичних процесах, започаткований в монографії та статтях Смирнова І. Г. Корисні в цьому контексті праці Бакаєва О. О., Новікової А. В. Все більше публікацій на цю тему з'являється в українських логістичних та транспортних журналах. Також слід зазначити значний внесок польських логістиків.

Із розширенням ЄС 1 травня 2004 р. та 1 січня 2007 р. фактично закінчилася геополітична дія рішень Пан'європейських транспортних конференцій, якими були визначені завдання з розвитку транспортних зв'язків ЄС із країнами-кандидатами на вступ і країнами-сусідами. До 2020 р. очікується зростання обсягу внутрішньорегіонального вантажообороту більше ніж на 100 %. Після розширення ЄС 2/3 існуючих пан'європейських транспортних коридорів стали частиною мережі TEN-T. Виникла необхідність перегляду існуючої мережі МТК та визначення найбільш пріоритетних проектів із метою координації та концентрації фінансових ресурсів ЄС, а також розробки нової транспортної стратегії роз-

ширеного Євросоюзу. Важливими аргументами цього є зростання кількості «вузьких місць» (ділянок із недостатньою пропускнуою спроможністю, низькою якістю транспортно-логістичної інфраструктури), недостатнє забезпечення взаємодії різних видів транспорту та розширення ЄС. Нові пріоритетні маршрути будуть продовжувати основні трансєвропейські осі TEN-T до сусідніх країн. При цьому враховуються потреби міжнародної торгівлі та обсяги перевезень, що зросли, посиливши роль транспортних коридорів і зон як важливих транзитних і торговельних маршрутів для переміщення вантажів і пасажирів.

Для завершення і модернізації транс'європейської мережі в розширеному ЄС необхідні інвестиції в розмірі 600 млрд євро [2]. Враховуючи обсяг необхідних інвестицій, важливим є визначення найбільш пріоритетних проектів, які сприяють міжнародним обмінам в умовах єдиного ринку та розвитку інтермодальності. З метою запобігання визначенню великої кількості незначних проектів без істотного впливу на загальний стан транспортно-логістичної інфраструктури, вартість кожного інфраструктурного проекту має перевищувати 0,15 % від ВВП країни, але не повинна бути більшою від 500 млн євро для кожного проекту. Заплановано завершити до 2010 р. 5 із 14 проектів, визначених у 1994р., та розпочати реалізацію 22 нових, які розраховані на період до 2020 р. Обсяг їх фінансування складає 225 млрд євро до 2020 р., з яких 140 млрд євро призначається на період 2007—2013 рр. Очікуваний внесок приватного сектору оцінюється в 20 %, решта фінансування припадає на національні бюджети і бюджет ЄС.

Із метою визначення пріоритетних проектів подальшого розвитку панєвропейської ТЛС до 2020 р. та вдосконалення сполучення між ЄС і сусідніми країнами на підставі пропозицій країн—членів і країн—кандидатів на вступ, у 2004 р. було створено Групу високого рівня з питань транс'європейських транспортних мереж у складі представників 25 країн—членів ЄС, 28 країн—сусідів і ряду банків. Основною метою Групи стало визначення обмеженої кількості пріоритетних проектів, розміщених на основних коридорах, які візьмуть на себе великі обсяги перевезень між країнами розширеного ЄС і сприятимуть посиленню зв'язків ЄС із сусідніми країнами, розвитку міжнародної торгівлі, враховуватимуть екологічні потреби. Результатом роботи групи з жовтня 2004 р. по листопад 2005 р. стала доповідь «Транспортні мережі для світу та розвитку. Продовження головних Трансєвропейських транспортних осей в сусідні країни та регіони». Новими ідеями



ЄС в сфері Єврологістики стали: 1) розширення транспортних зон від Атлантики до Чорного і Каспійського морів; 2) створення Трансевропейських транспортних осей, що перетинають всю Європу; 3) утворення мультимодальних сполучень транспортних коридорів з морськими шляхами через порти; 4) визначення найважливіших проектів розвитку транспортної інфраструктури Європи.

Пріоритетні проекти найбільшою мірою сприяють розвитку міжнародних перевезень на основних транс'європейських осях, що характеризуються найбільшими транспортними потоками. Реалізація проектів має узгоджуватися з принципами інтермодальності та дозволить досягти значної економії часу шляхом зменшення перевантаження автодоріг і покращення функціонування залізниць. За оцінками, реалізація цих проектів дозволить зменшити викиди вуглекислого газу, обумовлені транспортними потоками, на 17 млн т на рік; збільшити ВВП на 0,23 % і забезпечити до 1 млн робочих місць; стимулюватиме міжнародну торгівлю. Групою високого рівня затверджено 60 000 км транспортно-логістичної мережі як транснаціональних сполучень і в 2005 р. визначено маршрути головних міжнародних транспортних осей. Вони являють собою мультимодальні маршрути міждержавного значення, що є продовженням головних осей TEN до сусідніх країн чи регіонів і враховують напрямки існуючих МТК. Як особливо важлива, розглядається концепція головної міжнародної осі. Основні транснаціональні осі, що відповідають напрямкам найбільш інтенсивних міжнародних перевезень (сучасним і прогнозованим на період до 2020 р.) і забезпечують зв'язки між ЄС і сусідніми країнами та регіонами, включають наступні (табл. 2.5):

**«Морські магістралі»** — сполучення регіонів Балтійського, Баренцового, Середземного, Чорного, Каспійського морів і Атлантичного океану, прибережних країн у межах морських районів, а також вихід через Суецький канал до Червоного моря. Він поєднує основні промислові райони Європи, охоплюючи Балтійське море, Західну Європу, Південно-Східну і Південно-Західну Європу. «Морські магістралі» є частиною логістичних ланцюгів, забезпечують надання ефективних, регулярних, надійних послуг і можуть конкурувати з автомобільним транспортом стосовно часу перевезення та цін. Наприклад, морські сполучення між Іспанією, Францією та Італією можуть значно зменшити вантажні потоки через Альпи та Піренеї. Розвиток «морських магістралей» дозволить концентрувати вантажні перевезення на декількох основних маршрутах з обмеженою кількістю портів.

**ХАРАКТЕРИСТИКА ГОЛОВНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ОСЕЙ ЄВРОЛОГІСТИКИ (ТОЄ) У КОНТЕКСТІ ПОДАЛЬШОГО РОЗШИРЕННЯ ЄВРОСОЮЗУ І ПРОДОВЖЕННЯ ТОЄ В СУСІДНІ КРАЇНИ Й РЕГІОНИ В ХХІ СТОЛІТТІ**

№	Назва ТОЄ	Напрямок продовження ТОЄ в сусідні країни й регіони	Пріоритетні порти й логістичні центри
1	Морські шляхи	<p>1.1. Продовження морського шляху по Балтійському морю до Калінінграда (Росія)</p> <p>1.2. Продовження морського шляху Західної Європи в напрямку до Норвегії на півночі й Марокко на півдні</p> <p>1.3. Продовження морського шляху в Середземне море в напрямку до Північної Африки й Південно-Західної й Центральної Азії, включаючи регіон Червоного моря</p> <p>1.4. Продовження морського шляху в Середземне море до Чорного моря</p>	<p>Дуррес (Албанія), Джинджель (Алжир), Басу (Азербайджан), Ріска (Хорватія), Дам'єт, Порт-Саїд, Олександрія (Єгипет), Поті й Батумі (Грузія), Хайфа (Ізраїль), Акаба (Йорданія), Мисурага (Лівія), Касабланка, Мохаммедія, Танжер (Марокко), Нарвік, Осло (Норвегія), Санкт-Петербург, Калінінград, Новоросійськ (Росія), Бар (Чорногорія), Тартус (Сирія), Ельфіда (Туніс), Мерсін, Самсун (Туреччина), Одеса, Іллічівськ (Україна)</p>
2	Північна вісь (мультимодальна)	<p>2.1. Маршрут «Берлін — Варшава — Мінськ — Москва — Транссибірська магістраль»</p> <p>2.2. Маршрут «Фінський кордон — Санкт-Петербург — Москва»</p> <p>2.3. З'єднання портів Балтики з Мінськом, Москвою (маршрути «Галілін — Санкт-Петербург — Москва», «Вентспілс — Рига — Москва», «Клайпеда/Калінінград — Вільнюс — Мінськ — Москва»).</p> <p>2.4. Маршрут «Північний трикутник» (Стокгольм — Копенгаген — Осло — Стокгольм).</p> <p>2.5. Маршрут «Санкт-Петербург — Торніо — Хагаранда — Нарвік»</p>	
3	Центральна (мультимодальна)	<p>3.1. Маршрут «Дрезден — Катовіце — Львів — Київ».</p> <p>3.2. Маршрут «Будапешт — Львів».</p> <p>3.3. Маршрут «Москва — Київ — Одеса».</p> <p>3.4. Внутрішній водний маршрут «Білорусь — Київ — Херсон».</p> <p>3.5. Внутрішній водний маршрут «Волга — Дон», що з'єднує Каспійське й Чорне моря, а також Волго-Балтійський канал.</p> <p>3.6. Маршрут «Мінськ — Київ».</p> <p>3.7. Маршрут «Київ-Харків-Транссибірська магістраль/Кавказ».</p> <p>3.8. Маршрут «Київ — Варшава».</p> <p>3.9. Маршрут «Ужгород — Жиліна (Словаччина)</p>	

4	Південно-Східна (мультимодальна)	<p>4.1. Маршрут «Збезлісення — Любляна — Загреб/Будапешт — Белград — Нш».</p> <p>4.2. Маршрут «Софія — Стамбул — Анкара — Грузія/Вірменія — Азербайджан (ТРАСЕКА).</p> <p>4.3. Маршрут «Скоп'є — Салоніки».</p> <p>4.4. Маршрут «Будапешт — Сараєво — Польща»</p> <p>4.5. Маршрут «Баррі/Бріндізі — Доррес/ Вльора — Тірана — Скоп'є — Софія — Бургас/Варна».</p> <p>4.6. Внутрішній водний маршрут «Дунай — Сава».</p> <p>4.7. Маршрут «Анкара — Мерсін — Сирія — Йорданія — Суец — Олександрія/Порт Саїд» (включаючи відгалуження до Ізраїлю, Іраку, Ірану, Саудівської Аравії, а також Вірменії, Грузії, Азербайджану)</p>	
5	Південно-західна (мультимодальна)	<p>5.1. Маршрут «Алжир — Рабат — порт Агадир».</p> <p>5.2. Маршрут «Рабат — Фес -Уджада — Константіна — Алжир — Туніс — кордон з Лівією (Транс-Магрибський)</p> <p>5.3. Маршрут «Середземноморський» (Іспанія — центр ЄС)</p>	
6	Україна (згідно з «Програмою розвитку національної мережі МТК в Україні на 2006—2010 рр.»	<p>6.1. Реконструкція залізничного тунелю «Бескид — Скотарське»</p> <p>6.3. Реконструкція автодоріг «Київ — Жашків» і «Чернознаменка — Одеса» на автомагістралі «Київ — Одеса».</p> <p>6.4. Будівництво автомагістралі «Львів — Краковець»</p>	6.2. Створення логістичних центрів у Чопі, Усатово, Дніпропетровську, Харкові.

**Північна вісь** — сполучення північного ЄС із Норвегією на півночі та Білоруссю і Росією на сході. Передбачається розвиток мультимодальних сполучень: Берлін — Варшава — Мінськ — Москва — Транссиб; від фінського-російського кордону через Санкт-Петербург до Москви; від Балтійських портів до Мінська/Москви (Таллінн — Санкт-Петербург — Москва, Вентспілс — Рига — Москва, Клайпеда/Калінінград — Вільнюс — Мінськ — Москва); залізничного вантажного сполучення Санкт-Петербург — Вологда — Москва/Транссиб; мультимодальних сполучень «Скандинавський трикутник» і Санкт-Петербург — Вартіус — Торніо — Хапаранда — Нарвік.

**Центральна вісь** сполучає центр ЄС із Україною і Чорним морем і далі з Центральною Азією та Кавказом. Передбачене пряме сполучення з Транссибірською залізницею і внутрішній водний шлях між Каспійським і Чорним морями. Центральна вісь включає мультимодальні сполучення Дрезден — Катовіце — Львів — Київ; Будапешт — Львів; Москва — Київ — Одеса; Мінськ — Київ; Київ — Харків — Транссиб/Кавказ і внутрішні водні шляхи р. Дніпро та шляхи Дон/Волга зі сполученнями Каспійське море — Чорне море і Волги — Балтійське море. Крім вказаних сполучень, Польща і Україна визначили важливість сполучення їх столиць мультимодальною віссю, а Словаччина, Австрія і Чехія — необхідність включення відгалуження від українського кордону до промислового району Жиліна.

**Південно-східна вісь** — сполучення ЄС через Балкани і Туреччину з Кавказом і Каспійським морем, а також з Єгиптом і Червоним морем. Також передбачаються сполучення до Балканських країн і до Росії, Ірану, Іраку та Перської затоки, а також від Єгипту на південь до інших африканських країн. Ця вісь включає мультимодальні сполучення Зальцбург — Любляна — Загреб/Будапешт — Белград — Ніш; Софія — Стамбул — Анкара — Грузія/Вірменія — Азербайджан (коридор TRASECA), Скоп'є — Салоніки; Будапешт — Сараєво — Плоче; Барі/Бріндізі (Італія) — Дуррес/Вльора — Тірана — Скоп'є — Софія — Бургас/Варна; внутрішні водні шляхи Дунай і Сава. Крім того, Австрія, Хорватія, Боснія і Герцеговина запропонували коридор під назвою «Ruhrn» між Берліном і Загребом, що сполучається з МТК № 10.

**Південно-західна вісь** сполучає південно-західні країни ЄС із Швейцарією та Марокко і далі, включаючи Трансмагрибську гілку, що з'єднує Марокко, Алжир, Туніс, Єгипет. Крім того, Іспанія визначила важливість Середземноморського коридору в Іспанії

для вантажних потоків між Південно-Західним Середземномор'ям і центром ЄС.

Пріоритетні проекти транспортних осей включають лише найважливішу інфраструктуру з точки зору міжнародного переміщення вантажів і пасажирів. Основою вибору напрямків транспортних осей стали такі критерії, як обсяги експортних, імпорتنих, транзитних вантажопотоків, вантажо- і пасажирооборот, кількість транспортних засобів, що перетинають кордон. Маршрути транспортних осей мають бути коротші та економічно більш доцільні, ніж установлені раніше. Визначення пріоритетних проектів на напрямках транспортних осей відбувається на основі аналізу особливостей і перспектив (до 2015 р.) соціально-економічного розвитку держав, стану і прогнозу міжнародної торгівлі та її структури, обсягів міжнародних і внутрішніх вантажних і пасажирських перевезень, рівня розвитку інфраструктури різних видів транспорту. Транспортні осі включають наземні та морські сполучення, важливі для торгівлі між країнами-членами ЄС та з сусідніми країнами; враховують потреби доступності периферійних країн і включають маршрути з великими обсягами перевезень. Загальна вартість цих проектів оцінена в 45 млрд євро. Реалізація проектів сприятиме регіональній взаємодії та інтеграції, усуненню «вузьких місць», які перешкоджають міжнародному товарообміну.

Сполучення з країнами-сусідами Євросоюзу відіграють важливу роль у формуванні інтегрованої Пан'європейської ТЛС. У цьому контексті важливим є укладення Угоди між Швейцарією та ЄС про нові альпійські залізничні сполучення у Швейцарії (2002 р.), територія якої характеризується дуже високою інтенсивністю перевезень. У Західних Балканах основні проекти стосуються Дунаю, магістралей Любляна — Загреб — Белград — Ніш — Скоп'є — Салоніки і Будапешт — Сараєво — Плоче, що забезпечують доступ до Адріатичного моря.

Групою високого рівня визначено ряд проектів для посилення зв'язків із країнами Східної Європи (Україною, Росією, Білоруссю, Молдовою): залізнична лінія Гельсінкі — Санкт-Петербург; залізничні та автомобільні сполучення між Балтійськими країнами і Росією/Білоруссю (Клайпеда — Вільнюс — кордон з Білоруссю і Вентспілс/Лієпая/Рига — кордон з Росією/Білоруссю; Таллінн — Нарва/Гарту — кордон з Росією); автомобільні та залізничні сполучення Берлін — Варшава — Мінськ — Москва — Нижній Новгород (коридор № 2); автомобільні і залізничні сполучення Берлін/Дрезден — Вроцлав — Львів Київ (коридор

№ 3); автомобільне і залізничне сполучення між Будапештом і українським кордоном (коридор № 5); сполучення з країнами Чорноморського регіону.

У структурі Паневропейської ТЛС важливу роль відіграє мережа внутрішніх водних шляхів міжнародного значення. Із завершенням каналу Рейн — Майн — Дунай виникла артерія Роттердам — Сулін довжиною 3500 км, яка створила можливість наскрізних транс'європейських внутрішніх водних перевезень між Північним і Чорним морями. Сполучення Дунаю з Одером і Ельбою відкрило придунайським країнам найкоротший вихід до Північного і Балтійського морів і завершило утворення так званого «кільця» європейських внутрішніх водних шляхів (Одер — Рейн — Дунай). Трансконтинентальний водний шлях Рейн — Майн — Дунай (канал відкрито в 1992 р.) сполучає Північне і Чорне моря, забезпечуючи господарські зв'язки країн, і є важливою «широтною» віссю внутрішніх водних шляхів Європи. Ця водна артерія сполучає між собою ряд європейських держав, забезпечуючи їм зручні виходи до морів, що є особливо важливим для внутрішньоконтинентальних країн Австрії, Чехії, Словаччини, Угорщини.

Посиленню автотранспортних зв'язків у Європі сприяє завершення будівництва та модернізація швидкісної автостради Захід — Схід (Берлін — Варшава — Мінськ — Москва), а також транс'європейської автостради Північ — Південь, яка проходить від порту Гданськ, сполучає Скандинавські країни, Польщу, Словаччину, Угорщину, Сербію, має відгалуження на Софію — Стамбул і Скоп'є — Салоніки — Афіни та до берегів Адріатичного і Чорного морів. У 1996 р. розпочалося створення Трансбалтійської автомагістралі «Via Baltica» за участю Фінляндії, Естонії, Латвії, Литви і Польщі. Сполучення її на території Польщі зі швидкісними автомагістралями Північ — Південь і Захід — Схід дає змогу цій країні стати важливим транзитним макрорайоном у системі наземних зв'язків Сходу і Заходу Європи. У контексті активізації євразійських транспортних зв'язків актуальним є питання розвитку Євразійського транспортного мосту, що являє собою залізничні шляхи, які проходять від китайського морського порту Ляньюнган через центральний і північно-західний Китай у Казахстан і далі через Росію і Україну в Європу. Значення цього комунікаційного напрямку зростає із посиленням ролі Китаю у світовому господарстві і торгівлі.

Паневропейські транспортні зони представлені морськими басейнами і включають Чорноморську (басейну Чорного моря), Ба-

ренцову Євроарктичну, Середземноморську та Адріатично-Іонічну мультимодальні територіально-транспортні зони, які мають певний характер геопросторової організації та комплексно-пропорційного розвитку транспортно-логістичної діяльності.

Транспортну зону з логістичної точки зору слід розглядати як логістичну територіальну систему з міжкомпонентними зв'язками та взаємодією з навколишнім середовищем, територіально-виробничими комплексами тощо, яка забезпечує переміщення потоків вантажів і пасажирів головним чином на макро- та мега-рівнях. Транспортні зони є основними європейськими транспортними ареалами і характеризуються територіальною спеціалізацією на виконанні транспортно-логістичних функцій. Територіальна структура Пан'європейських транспортних зон обумовлена локалізацією об'єктів транспортно-логістичного призначення. Транспортні зони мають певний характер геопросторової організації транспортних комунікацій і логістичних терміналів у їх межах.

**Баренцова Євроарктична мультимодальна транспортна зона** охоплює північні області Швеції, Фінляндії і Норвегії, а також північно-західну частину Російської Федерації (Мурманську, Архангельську області, Республіку Карелію і Ямало-Ненецький автономний округ). Метою є розвиток міждержавного співробітництва у сфері митної діяльності, забезпечення вільного переміщення транспортних потоків і розвиток логістики, створення мультимодальної транспортно-логістичної інфраструктури, розвиток регіональної ТЛС в умовах ускладненої доступності та нестачі автомобільної і залізничної інфраструктури, що поєднується з великими відстанями між господарськими центрами та специфікою клімату. На території транспортної зони розміщено 27 аеропортів, 22 морських і річкових порти та 12 транскордонних переходів. Довжина залізниць складає 6575 км, автомобільних шляхів — 11 279 км. Для транспортної зони характерні територіальні відмінності у перевезеннях вантажів. Російський кордон перетинають головним чином лісоматеріали, частота перевезень є вищою, ніж через інші кордони. Інтенсивність перевезень між Швецією і Норвегією недостатньо висока. Більшість транскордонних перевезень є внутрішньорегіональними. Обсяги внутрішніх перевезень є вищими на напрямку схід-захід, ніж північ-південь.

**Чорноморська транспортна зона** забезпечує просторово-територіальні зв'язки причорноморських держав через Панєвропейські транспортні коридори і Середземноморську транспортну зону на заході з західноєвропейськими країнами та через Кавка-

зький перешийок коридором TRACECA з Центральною Азією. Меморандум про взаєморозуміння з розвитку Чорноморської транспортної зони підписаний у 1998 р. міністрами транспорту України, Болгарії, Грузії, Греції, Молдови, Румунії, Росії, Туреччини та Європейською Комісією з метою розвитку міжнародних перевезень вантажів і пасажирів у регіональній інтегрованій мультимодальній транспортно-логістичній мережі. Чорноморська транспортна зона охоплює країни узбережжя Чорного моря — Україну, Туреччину, Грузію, Росію, Румунію, Болгарію, а також частину Греції та Молдову (статус спостерігачів мають Вірменія і Азербайджан).

Концепція **Адріатично-Іонічної морської транспортної зони** була розроблена з метою розвитку транспортно-логістичної інфраструктури країн узбережжя Адріатичного та Іонічного морів (Албанії, Боснії і Герцеговини, Хорватії, Греції, Італії, Словенії, Сербії і Чорногорії). На території зони розташовується 57 морських і річкових портів. Пріоритет надається інтермодальним сполученням. Меморандум про взаєморозуміння стосовно розвитку регіональної транспортної мережі Південно-Східної Європи був підписаний у 2004 р. Розглядається концепція створення Адріатично-Іонічної магістралі (так званого Далматського коридору чи Іонічно-Далматської магістралі) як доповнення до існуючих паневропейських коридорів у регіоні східного узбережжя Адріатичного та Іонічного морів. Планується створення коридору Трієст-Копер-Рієка-Задар-Спліт-Плоче-Дубровнік-Бар-Дуррес-Патри-Каламата, який перетне всі сім країн.

**Середземноморська транспортна зона** за площею є найбільшою і включає країни узбережжя Середземного моря. Нестача відповідної транспортно-логістичної та телекомунікаційної інфраструктури є основною перешкодою для розвитку зовнішньої і внутрішньорегіональної торгівлі та співробітництва між країнами басейну Середземного моря. Перша зустріч Євро-Середземноморського транспортного форуму відбулася в 1999 р. на Мальті. Середземноморська транспортна зона була визначена з метою розвитку мережі транспортно-логістичної інфраструктури регіону, забезпечення конкуренції між портами, лібералізації судноплавства і надання логістичних послуг, розвитку зовнішньої і внутрішньорегіональної торгівлі та співробітництва. Співробітництво у транспортно-логістичній сфері передбачає розвиток ефективної транссередземноморської мультимодальної ТЛС, що базується на морському та повітряному транспорті. Велика увага приділяється розвитку залізнично-морських сполучень, які поєднують порти з їх хінтерландами.



У територіальній структурі інтегрованої Паневропейської ТЛС провідну роль відіграють мультимодальні транспортно-логістичні вузли, логістичні центри (ЛЦ), логістичні платформи. Сучасна мережа вузлових пунктів надмірно децентралізована (наприклад, зараз у Європі функціонує майже 500 контейнерних терміналів. Одним із основних завдань європейської транспортно-логістичної стратегії є формування в Європейському союзі вузлових пунктів інтермодальних вантажних перевезень. В умовах вільного переміщення товаропотоків у межах інтегрованого ринку ЄС відбувається зменшення кількості національних складів і їх заміна єдиними європейськими ЛЦ, що означає зменшення кількості елементів інфраструктури. Поряд із формуванням регіональних розподільчих центрів, великими компаніями, виробниками товарів масового попиту створюються міжнародні ЛЦ (наприклад, у Франкфурті-на-Одері в Німеччині), які здійснюють накопичення, переробку, сервісне обслуговування, розподіл і поставку своїх товарів у ряд країн світу. Спостерігається тенденція до консолідації європейських ЛЦ, об'єднання їх в європлатформи.

З метою забезпечення розвитку й підвищення стратегічної ролі ЛЦ, «вантажних сіл», інтермодальних терміналів була сформована асоціація Європейських «вантажних сіл» (ЛЦ) «Європлатформ» (Europlatforms), яка об'єднує представників десяти країн Європи (Італії, Іспанії, Франції та ін.).

Євросоюз наполегливо прямує до створення єдиної транспортно-логістичної інфраструктури ЄС, яка б відповідала найсучаснішим вимогам. З цією метою на новому етапі логістичного розвитку об'єднаної Європи визначені нові орієнтири — це створення європейських трансконтинентальних осей на напрямках найбільш інтенсивних міжнародних перевезень та напрямках, що забезпечують зв'язки між ЄС та сусідніми країнами та регіонами. До них належать морські магістралі, Північна, Центральна, Південно-Східна та Південно-Західна осі, а також Пан'європейські транспортні зони — Чорноморська, Адріатично-Іонічна, Середземноморська та Баренцове Євроарктична. Україна бере певну участь в багатьох з цих проєктів, зокрема це стосується морських магістралей (порти Одеса, Іллічівськ), Центральної та Південно-Східної мультимодальних осей, а також Чорноморської транспортної зони. Нині слід визначити чітко пріоритетні логістичні проєкти в Україні, що належать до сфери єврологістики та сконцентрувати зусилля та фінанси (з участю європейських та українських банків та приватних капіталів) на їх виконанні.

## 2.3. МИТНА ЛОГІСТИКА

### 2.3.1. СКЛАДОВІ МИТНОЇ ЛОГІСТИКИ

Митна логістика — новітній науково-практичний напрям, що з'єднує дві державно-господарські сфери, надзвичайно важливі для розвитку України як незалежної держави та її євроінтеграційного курсу, а саме — логістичну та митну діяльність. Логістика, зокрема єврологістика, визначає напрями інтеграції України в Паневропейську та світову транспортно-логістичні системи, а митна діяльність має за мету забезпечення економічної безпеки України в умовах глобалізації світового господарства. Митна логістика своїм предметом має зовнішньоторговельні потоки під час їхнього перетину митного кордону України та їх митну обробку. Митна логістика характеризується компонентною, регіональною та функціональною структурою.

У контексті проблеми, що розглядається, корисні праці Смирнова І. Г., Стаханова Д. В., Стаханова В. Н., Коцан Н. Н., Макогона Ю. В. та Яценка А. Б., інших авторів, а також Митний кодекс України, ухвалений Законом України від 11.07.2002 р. № 92-IV.

Митна переробка зовнішньоторговельних вантажів, посідаючи чільне місце в діяльності митної служби, потребує й найбільших затрат трудових, фінансових, матеріальних та інших ресурсів. Під митною переробкою вантажів розуміється комплекс митних операцій, пов'язаний з процесом фізичного переміщення вантажу через митний кордон держави. Митний кодекс України кваліфікує ці операції, як митні режими. Митний режим — це сукупність положень, що визначають статус товарів і транспортних засобів, переміщуваних через митний кордон України, для митних цілей. Митний кодекс України включає тринадцять видів митних режимів товарів і транспортних засобів: 1. Імпорт; 2. Реімпорт; 3. Експорт; 4. Реекспорт; 5. Транзит; 6. Тимчасовий ввіз (вивіз); 7. Митний склад; 8. Спеціальна митна зона; 9. Магазин безмитної торгівлі; 10. Переробка на митній території; 11. Переробка за межами митної території; 12. Знищення або руйнування; 13. Відмова на користь держави (рис. 2.4).

Роль і значення митного режиму полягає у тому, що він встановлює:

- а) порядок переміщення товару через митний кордон залежно від призначення товару;
- б) умови перебування товару на (поза) митній території;
- в) межі, в яких може використовуватися товар;

- г) права й обов'язки особи, що переміщує товар;
- д) вимоги до товару що поміщається під певний режим.

З позицій митної логістики (або логістизації митної переробки вантажів) всі митні режими класифікуються за такими суттєвими ознаками:

1. Залежно від використання заходів економічної політики розрізняють митні режими із застосуванням таких заходів та без їхнього застосування. Так, товари, що підпадають під режим «імпорт» та «експорт» підлягають випуску після завершення митного оформлення з застосуванням заходів економічної політики, сплатою всіх належних митних зборів та податків. Товари, що підпадають під митний режим «транзит», «митний склад», «спеціальна митна зона», «магазин безмитної торгівлі» після завершення митного оформлення випускаються умовно без застосування заходів економічної політики і сплати митних зборів та податків.

2. Залежно від накладання мита слід розрізняти митні режими, за яких:

- а) передбачається повне звільнення від митних платежів;
- б) передбачається часткове звільнення від митних платежів;
- в) звільнення від митних платежів немає. До перших двох випадків відносяться митні режими «реімпорт», «транзит», «митний склад», «тимчасовий ввіз (вивіз)», «спеціальна митна зона».

3. Залежно від необхідності ліцензування митними органами України учасників митних режимів вирізняють:

- а) митні режими, що ліцензуються Державною митною службою України (ДМСУ);
- б) митні режими, що не ліцензуються ДМСУ.

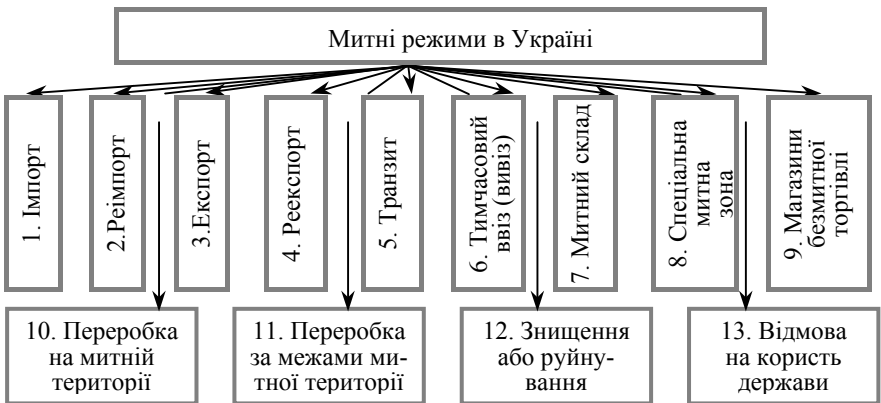


Рис. 2.4 Митні режими в Україні (згідно з Митним кодексом України)

У загальному вигляді наведена класифікація митних режимів показана в табл. 2.6. Згідно з митною статистикою України залежно від характеру зовнішньоторговельних операцій та пов'язаних з ними митних режимів враховують наступну категорію товарів:

1. Імпорт України, включає:

- а) товари, що завезені для вільного обігу;
- б) реімпортовані товари;
- в) товари, що завозяться для переробки на митній території;
- г) товари, що завозяться після переробки на митній території;
- д) товари, що завозяться на територію України згідно з режимом реекспорту;
- е) товари, що завозяться на територію України до спеціальних митних зон та на митні склади;
- є) завезені товари, від яких власник відмовився на користь держави;
- ж) іноземні товари, що завозяться до магазину безмитної торгівлі;
- з) товари, що завозяться тимчасово для оренди терміном на 1 рік та довше.

2. Експорт України, включає:

- а) товари, що вивозяться згідно з митним режимом експорту;
- б) товари, що вивозяться після переробки на митній території України;
- в) товари, що вивозяться після переробки поза митною територією України;
- г) товари, що вивозяться з території України з спеціальних митних зон та з митних складів;
- д) іноземні та українські товари, що вивозяться з території України з магазинів безмитної торгівлі;
- е) товари, що вивозяться тимчасово для оренди терміном на 1 рік та більше.

3. Інші товари, що не враховані у складі експорту та імпорту України:

- а) товари, що переміщуються транзитом через територію України;
- б) товари, що переміщуються під митним режимом митного складу;
- в) товари, що тимчасово завозяться (вивозяться) за винятком тих, що орендуються на 1 рік та більше;
- г) іноземні товари, що знищуються на території України;
- д) товари, що вивозяться, від яких власник відмовився на користь держави та знищення товарів;

е) товари, що вивозяться згідно з митним режимом експорту для представництва України за кордоном.

Потенційна можливість логістизації митної переробки вантажів зростає в міру того, наскільки детальніше розроблені регламенти митних режимів, чим стійкішими є сформовані вантажопотоки через митний кордон держави.

Таблиця 2.6

**КЛАСИФІКАЦІЯ МИТНИХ РЕЖИМІВ**

Класифікаційна ознака	Класифікаційні угруповання	Митні режими
1. Залежно від використання заходів економічної політики	1.1. Із застосуванням заходів економічної політики (митний тариф, експортне, імпор-тне та транзитне мито,* ліцензії, квоти)	Імпорт; реімпорт; експорт; реекспорт; транзит
	1.2. Без застосування заходів економічної політики	Інші режими
2. Залежно від накладання мита та митних зборів	2.1. Повне звільнення від митних платежів	Тимчасовий ввіз (вивіз) товарів; митний склад; магазин безмитної торгів; переробка товарів на (поза) митній території; знищення або руйнування; відмова на користь держави
	2.2. Часткове звільнення від митних платежів	Реімпорт, реекспорт, транзит, спеціальна митна зона, експорт товарів
	2.3. Звільнення від митних платежів немає	Імпорт товарів
3. Залежно від необхідності ліцензування учасників митних режимів	3.1. Ліцензовані митні режими	Митний склад; магазин безмитної торгівлі; переробка на митній території; переробка товарів поза митною територією
	3.2. Не ліцензовані митні режими	Інші режими

Класифікаційна ознака	Класифікаційні угруповання	Митні режими
4. Залежно від характеру зовнішньоторговельних операцій	4.1. Пов'язані з експортом товарів	Експорт; реекспорт; тимчасовий вивіз; переробка за межами митної території
	4.2. Пов'язані з імпортом товарів	Імпорт; реімпорт; тимчасовий ввіз; спеціальна митна зона; магазин безмитної торгівлі; переробка на митній території
	4.3. Пов'язані з експортом та імпортом товарів	Митний склад; знищення або руйнування, відмова на користь держави.
	4.4. Інші	Транзит

\* Транзитне мито може накладатися на товари, перевезені транзитом через територію певної країни. Таке мито стримує товарні потоки, розглядається як украй небажане, що порушує нормальне функціонування міжнародних зв'язків, тому зараз практично не використовується.

### 2.3.2. МИТНІ РЕЖИМИ

Найбільш узагальнена змістовна характеристика митних режимів наводиться в Митному кодексі України, а їхня більш детальна регламентація проведена в спеціальних положеннях та інших нормативних актах, затверджених Урядом України та ДМСУ. Дамо коротку характеристику митних режимів як форми організації потоків митної переробки вантажів (рис. 2.4).

1. **Імпорт** — митний режим, відповідно до якого товари завозяться на митну територію України для вільного обігу без обмеження терміну їхнього перебування на цій території і можуть використовуватися без будь-яких митних обмежень. Цей митний режим характеризується, насамперед, загальним, без жодних виключень чи обмежень, порядком застосування митних заходів і методів регулювання. Як правило, цей митний режим виступає як самостійна та завершуюча комерційна операція. Товари, що завозяться в країну та підлягають цьому режиму, залишаються на території України без

зобов'язань щодо їх вивозу. При цьому іноземні товари, випущені у вільний обіг на митній території України, розглядаються як українські товари. У той же час існує низка особливостей застосування цього митного режиму. Так, за деяких зовнішньоекономічних схем (наприклад, безоплатне надання товарів українським особам в разі гуманітарної та технічної допомоги) має місце режим імпорту зі звільненням від сплати визначених видів платежів. Разом з тим, у випадку дарунку товарів українській особі звільнення від сплати митних платежів не передбачене.

**2. Реімпорт** — митний режим, за якого українські товари, вивезені з митної території України згідно з Митним кодексом експорту, завозяться назад у встановлені законодавством строки без сплати митних зборів та застосування до товарів заходів економічної політики. Для поміщення товарів під митний режим реімпорту вони повинні одночасно відповідати таким вимогам:

- а) виходити з митної території України;
- б) завозитися на митну територію України не пізніше ніж через 1 рік після їхнього вивозу (експорту) за межі України;
- в) не використовуватися за межами України з метою одержання прибутку;

г) знаходитися в тому самому стані, в якому були на момент вивозу, за винятком природного зносу або зменшення за нормальних умов транспортування і зберігання. Зазначені товари можуть також піддаватися операціям із забезпечення їх збереженості, дрібного ремонту, упорядкування за умови, що їх вартість, обумовлена на момент вивозу, не збільшилася в результаті таких операцій. При реімпорті товарів декларант сплачує митному органу суму ПДВ, що були повернені в зв'язку з експортом, а також акцизи за ставками, які діяли на момент вивозу товарів. Поміщення товарів під розглянутий режим звичайно застосовується при зворотному ввезенні товарів, що знаходилися на консервації за кордоном.

**3. Експорт** — митний режим, за якого товари вивозяться за межі митної території України без зобов'язання про їх ввезення на цю територію. Експорт товарів передбачає такі вимоги, як сплата митних платежів, дотримання заходів економічної політики, вивіз товарів за межі митної території в такому ж стані, в якому він був на день заповнення вантажної митної декларації (окрім змін внаслідок зносу або втрат за нормальних умов транспортування та зберігання). За режиму експорту товари звільнюються від податків або сплачені суми податків підлягають поверненню відповідно до податкового законодавства України. Як правило, режим експорту застосовується при виконанні контрактів з поставок вітчизняної

продукції за кордон. Експорт стимулює надходження валюти в країну, розвиток конкурентноздатних виробництв.

4. **Реекспорт** — митний режим, за якого іноземні товари вивозяться з території України без сплати або з поверненням митних зборів та податків та без застосування заходів економічної політики. У митній практиці розрізняють два види реекспорту:

1) задекларований реекспорт, коли товари за їх первинного ввезення на українську територію заявляються як при значенні виключно до реекспорту (в цьому випадку митні платежі не сплачуються, а фактичне ввезення має бути здійснене не пізніше 6 міс. від його задекларованої дати);

2) фактичний реекспорт, коли товари, які поміщені під будь-який інший режим, але зберегли статус іноземних, вивозяться за межі митної території не пізніше 1 року від задекларованої дати завезення (в цьому випадку повертаються митні збори і податки, що були сплачені при ввезенні товарів). В Україні реекспорт дозволяється з дозволу митного органу, що надається в порядку, визначеному ДМСУ. При цьому митне оформлення іноземних товарів, що вивозяться з митної території України за режимом реекспорту, здійснюється тільки з дозволу ДМСУ і тільки за умови сплати мита та податків з внесенням належних коштів на депозит митниці, в якій буде здійснюватися митне оформлення товарів. Відповідно митний орган повинен мати дозвіл уповноваженого Кабінетом Міністрів України органу або органу, встановленого міжнародним договором України, укладеним, за встановленим законом порядком, на реекспорт товарів.

5. **Транзит** — митний режим, відповідно до якого товари і транспортні засоби переміщуються під митним контролем між двома митними органами України або в межах зони дії одного митного органу без будь-якого використання таких товарів на митній території України. Даний режим забезпечує ефективне використання транзитного потенціалу країни, завантаження її транспортних артерій, формування внутрішньої доданої вартості за рахунок міжнародних перевезень товарів. Звільнення перевізників від сплати мита і податків при його здійсненні стимулює розвиток транспорту та його інфраструктури. З метою обліку переміщуваних по країні вантажів на транзит товарів необхідно мати дозвіл митного органу (звичайно, це митний орган відправлення товару). В окремих випадках (автотранзит підакцизних товарів) дозвіл видається тільки після внесення належних коштів на депозит митного органу або пред'явлення банківської гарантії. Існують такі умови поміщення товарів під митний режим транзиту:



а) товар має залишатися в незмінному стані (крім змін через природний знос або зменшення за нормальних умов транспортування та зберігання);

б) не використовуватися з іншою метою, крім транзиту;

в) не бути товаром, забороненим до переміщення через територію України.

Якщо в митних органів є сумніви щодо здатності перевізника (або транспортного засобу) нормально доставити товар, митний орган має право вимагати належного устаткування транспортного засобу, або застосувати митний супровід чи перевезення митним перевізником, а також забезпечення сплати мита та податків внесенням належних коштів на депозит митного органу відправлення. Тільки за таких умов митний орган має право допустити поміщення товарів під митний режим транзиту. При цьому відповідальність за дотримання митних правил, усі виникаючі витрати несе перевізник товарів.

**6. Тимчасовий ввіз (вивіз)** — митний режим, за якого товари можуть за возитися на (або вивозитися з) митну територію України з обов'язковим їх поверненням у незмінному стані, крім природного зносу й зменшення за нормальних умов транспортування й зберігання. За такого режиму допускається повне або часткове звільнення від митних платежів та не передбачається застосування заходів економічної політики. Також тимчасовий ввіз/вивіз звичайно застосовують під час ввозу/вивозу виставочних експонатів, рекламних матеріалів, багатобігової тари, транспорту, що здійснює міжнародні перевезення, устаткування до науково-дослідних або навчальних цілей, якщо їхнє використання має разовий характер і немає сенсу поміщати їх під режим випуску для вільного обігу. ДМСУ встановлює перелік категорій товарів, поміщення яких під вищезазначений режим не допускається. Це:

а) витратні матеріали та зразки;

б) харчові продукти, напої (включаючи алкогольні) тютюнові вироби, за винятком випадків тимчасового ввозу (вивозу) з рекламною або демонстраційною метою в одиничних екземплярах;

в) товари з квотами, призначені до вивозу;

г) промислові відходи. Терміни перебування товарів під таким режимом встановлюються ДМСУ. В день закінчення встановлених термінів неповернені тимчасово завезені (вивезені) товари повинні бути заявлені до іншого митного режиму або поміщені на склади тимчасового зберігання, засновані митними органами.

**7. Митний склад** — митний режим, за якого ввезені товари зберігаються під митним контролем без сплати митних податків і

зборів і без застосування до них заходів економічної політики в період зберігання, а товари, призначені для вивозу згідно з митним режимом експорту, зберігаються під митним контролем після митного оформлення митними органами до фактичного їх вивезення за межі митної території України. Під режим митного складу можуть поміщатися будь-які товари, за винятком заборонених до ввозу на митну територію України. Логістичні операції, що можна проводити з товарами, які знаходяться під зазначеним режимом, поділяють на (рис. 2.5):

а) призначені для забезпечення збереженості товарів (подрібнення партій, формування відправок, сортування, пакування, перепакування, маркування, навантаження, розвантаження, перевантаження, доукомплектування та приведення до робочого стану, переміщення товарів в межах складу, розміщення та монтування товарів на демонстраційних стендах (у разі виставок), здійснення передпродажної підготовки, підготовки товарів до роздрібного продажу з покращенням їх зовнішнього вигляду тощо);

б) призначені для підготовки товарів до транспортування та продажу (чистка, провітрювання, сушка, охолодження, заморожування, нагрівання, поміщення в захисну упаковку, фарбування з метою захисту від іржавіння, введення забезпечувальних присадок, нанесення антикорозійного покриття перед транспортуванням) — ці заходи уможливають тривале зберігання товарів на складі без втрати якості товарів, навіть, з покращенням деяких характеристик.

Забезпечення зберігання товарів здійснюється шляхом використання спеціально виділеного і обладнаного приміщення — митного складу. Митний склад поділяється на типи за ступенем відкритості та складом засновників. За першою ознакою митні склади бувають відкриті та закриті. Відкриті можуть використовуватися будь-якими особами, закриті — чітко обмеженим колом осіб. За другою ознакою, — складом засновників, — виділяють склади, засновані митними органами, та склади, засновані українськими особами. Склади, засновані митними органами, є відкритими в усіх випадках. Склади засновані українськими особами, можуть належати як до відкритого, так і закритого типу. В останньому випадку для відкриття складу його власникові необхідно одержати в митному органі відповідну ліцензію, яка видається тільки за виконання низки умов щодо площі та устаткування складу, оплати зборів. Митний склад використовується винятково до зберігання товарів, поміщених під режим митного складу. Після закінчення встановлених термінів зберігання товар має бути заявлений і поміщений під інший митний режим.

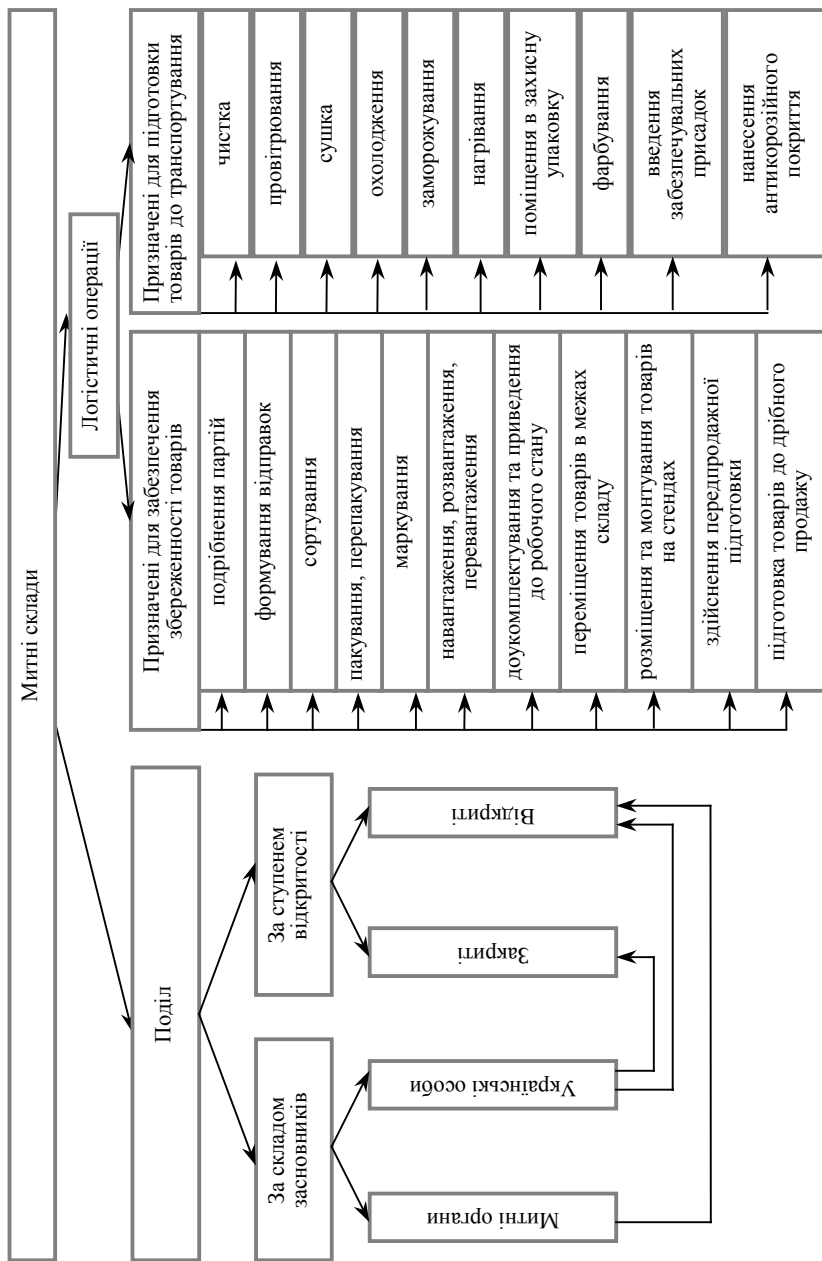


Рис. 2.5. Поділ та логістичні операції митних складів (за митним режимом «митний склад»)

**8. Спеціальна митна зона** — митний режим, за якого до товарів, завезених до вільних (спеціальних) економічних зон через межі митної території України, а також до товарів, що вивозяться з території цих зон за межі митної території України, не застосовуються методи тарифного і нетарифного регулювання, якщо інше не передбачене законом. У документах ООН нараховується понад 30 різних найменувань ВЕЗ (у т. ч. вільні митні зони в портах — порто-франко, вільні від митного обкладання склади, вільні транзитні території тощо), а всього ВЕЗ у світі налічується біля 2000. У міжнародно-правовій практиці широко використовується визначення ВЕЗ, що міститься в додатку XIII до Конвенції про гармонізацію та спрощення митних процедур 1973 р. (Кіото): «Під вільною зоною слід розуміти частину території однієї держави, на якій звезені товари звичайно розглядаються як товари, що знаходяться поза межами митної території стосовно права імпорту і відповідних податків, і не піддаються звичайному митному контролю».

Товари можуть знаходитися на території спеціальної митної зони (СМЗ) без обмеження термінів. У такій зоні допускається будь-яка виробнича і комерційна діяльність, крім роздрібною торгівлі і діяльності, забороненої законодавством України. Території СМЗ розглядаються як такі, що знаходяться поза митною територією України, а периметр СМЗ визнається її митним кордоном. При завезенні іноземних та вітчизняних товарів до СМЗ не передбачене стягування мита і податків та застосування заходів економічної політики. При вивезенні товарів з СМЗ на іншу частину митної території країни, а також за межі митної території України, передбачене стягнення мита та податків, а також застосування заходів економічної політики залежно від країни походження товару.

В Україні до 1.04.2005 р. було створено 12 спеціальних економічних зон (СЕЗ) та 9 територій пріоритетного розвитку (ТПР). 1.04.2005 р. рішенням Уряду України всі пільги, включаючи митні, надані раніше СЕЗ та ТПР було скасовано, отже спеціальні митні зони фактично припинили своє існування.

**9. Магазин безмитної торгівлі** — митний режим, за якого товари реалізуються під митним контролем на митній території України (в аеропортах, портах, відкритих для міжнародного сполучення, та інших місцях, визначеними митними органами України) без сплати мита та податків та застосування до товарів заходів економічної політики. До умов розміщення товарів під даний митний режим зараховують їхній продаж тільки фі-

зичним особам, які від'їжджають за межі митної території України. Магазины безмитної торгівлі можуть засновуватися лише українськими особами, що одержали ліцензію ДМСУ на відкриття такого магазину. Місце розташування магазину безмитної торгівлі та його облаштуваність мають відповідати жорстким вимогам. ДМСУ встановлює перелік товарів, розміщення яких під зазначений режим є неприпустиме. До них відносяться:

а) товари, заборонені до ввозу та реалізації на території України;

б) товари, що підлягають контролю інших державних органів — за відсутності їхніх дозволів;

в) великогазові (вагою понад 20 кг) товари;

г) громіздкі (за сумою розмірів — довжини, ширини, висоти — понад 200 см).

Продавати товари в таких магазинах дозволено тільки в роздріб. Продаж здійснюється за готівку (як правило ВКВ) або за кредитними картками фізичних осіб, що від'їжджають за кордон.

Економічна доцільність даного митного режиму полягає в можливості одержання валютного прибутку фактично за рахунок імпортного товару та зовнішнього споживача. Значне зниження собівартості товару за рахунок фактичної відсутності митних витрат збільшує товарообіг магазину, створює сприятливі умови для розвитку інфраструктури аеропортів, портів тощо. Обмеженість застосування даного режиму диктується рівнем розвитку міжнародних пасажирських перевезень.

**10. Переробка товарів на митній території** — митний режим, за якого завезені на митну територію України іноземні товари використовуються у встановленому законодавством порядку для переробки без застосування заходів економічної політики та з поверненням сум митних зборів та податків за умови вивезення продуктів переробки за межі митної території України відповідно до митного режиму експорту.

**11. Переробка товарів поза митною територією** — митний режим, за якого українські товари вивозяться без застосування до них заходів економічної політики та використовуються поза митною територією України з метою їх переробки та наступного випуску продуктів переробки у вільний обіг на митній території України з повним або частковим звільненням від митних платежів, а також без застосування заходів економічної політики.

Для двох останніх наведених митних режимів передбачається виконання наступних операцій:

а) виготовлення товарів, включаючи монтаж, збирання, допакування до інших товарів;

б) власне переробка і обробка товарів;

в) ремонт товарів, включаючи їхнє відновлення й упорядкування;

г) використання деяких товарів, що сприяють виробництву продуктів переробки або полегшують його, навіть, якщо ці товари повністю або частково споживаються в процесі переробки.

Митні органи можуть встановити обов'язкову кількість виходу продуктів переробки товарів, термін здійснення процесу переробки в кожному конкретному випадку. Переробка товару здійснюється лише з дозволу ДМСУ. Такий дозвіл видається тільки українській юридичній особі при виконанні низки умов, зокрема це можливість чіткої ідентифікації ввезених і товарів, що ввозяться, в продуктах переробки.

При поміщенні товарів під режим переробки на митній території додана вартість створюється за рахунок упровадження новітніх технологій переробки, тому що конкурентноздатний експорт можливий лише за їхньої наявності. Створення обробних комплексів підвищує якість і рівень виробництва в країні—виробнику — Україні. Отже митний режим переробки на митній території дозволяє підвищити конкурентноздатність вітчизняних виробництв і значно скорочує обсяг обігових коштів підприємства і завника режиму за рахунок відсутності обов'язкової умови сплати мита та податків.

Економічна основа використання митного режиму переробки поза митною територією полягає в доцільності виконати за кордоном такі операції з переробки товарів, які неможливо із заданою ефективністю здійснити всередині країни. Застосування іноземної доданої вартості і стимулювання вітчизняних сировинних галузей у сполученні з використанням продуктів переробки на товарному ринку України за умови мінімізації митних витрат, збільшує конкурентноздатність товарів, а залучення вітчизняних складових структури витрат на їх виробництво підвищує ефективність останнього.

**12. Знищення або руйнування** (приведення в непридатний до використання стан) — митний режим, за якого іноземні товари знищуються під митним контролем, включаючи приведення їх до стану, непридатного до використання, без сплати мита та митних зборів, а також без застосування до товарів заходів економічної

політики. Режим знищення товарів регулюється окремим розділом Митного кодексу України. Не допускається поміщення під цей митний режим товарів і транспортних засобів, які:

- а) заборонені до ввозу;
- б) є предметом застави;
- в) на які накладений арешт;
- г) вилучені у справах з контрабанди порушення митних прав тощо;
- д) задіяні в судових рішеннях про конфіскацію предметів художнього, історичного та археологічного надбання України та іноземних країн, видів тварин і рослин, що знаходяться під загрозою знищення та їхніх частин.

Митний орган не дає дозволу про поміщення товарів і транспортних засобів під митний режим знищення, якщо таке знищення може заподіяти шкоду навколишньому природному середовищу, спричинити втрати для держави, а також коли митний орган не має можливості здійснення контролю за фактичним зниженням товарів і транспортних засобів. Застосування режиму знищення допускається, якщо в результаті використання обраного способу руйнування товарів і транспортних засобів вони повністю втрачають свої первісні споживчі властивості та вартість. Знищення проводиться шляхом термічного, хімічного та іншого впливу з дотриманням вимог законодавства України про охорону навколишнього середовища.

**13. Відмова від товару на користь держави** — митний режим, за яким власник відмовляється від товарів, що знаходяться під митним контролем, без будь-яких умов на свою користь. За такого режиму на товари не нараховується і не стягуються податки і збори, а також не застосовуються заходи економічної політики. Цей режим використовується тільки з дозволу начальника структурного підрозділу митного органу за умови, що:

- а) відмова від товару або транспортних засобів не спричинить для держави жодних витрат;
- б) товар ліквідний, тобто його вартість цілком окупить усі витрати митного органу з його реалізації.

При цьому мають бути всі дозволи органів державного контролю щодо товарів і транспортних засобів, що підлягають такому контролю. Не допускається поміщення під зазначений режим товарів:

- а) заборонених до ввезення в Україну; б) поміщених раніше під режим імпорту або реімпорту;
- в) озброєння, боєприпасів, урану, шифрувальної техніки, наркотичних засобів, енергії різних видів, різних відходів тощо.

Розкриття компонентної структури митної логістики передбачає логістичну характеристику митних режимів, яких, за Митним кодексом України, є тринадцять. З позиції логістизації митної переробки вантажів митні режими класифікуються:

1. Залежно від використання заходів економічної політики (з застосуванням таких заходів та без застосування).

2. Залежно від накладання мита (з повним, частковим звільненням та без жодного звільнення).

3. Залежно від необхідності ліцензування учасників митних режимів (митні режими, що ліцензуються та не ліцензуються).

4. Залежно від характеру зовнішньоторговельних операцій (пов'язані з експортом, імпортом, експортом, імпортом тощо).

Наведена класифікація та логістична характеристика митних режимів є складовою новітнього науково-практичного напрямку — митної логістики, яка нині є також важливою дисципліною — складовою фахової підготовки майбутніх митників у вищих навчальних закладах України.

## **2.4. ДОГОВІРНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

### **2.4.1. Види договорів та форми розрахунків**

Грамотне ведення логістичних операцій вимагає знання основ сучасного господарського права України, що стосується укладення договорів (контрактів) як основи закупівель, постачання товарів і їхньої оплати.

Договір оформляється у випадку, якщо одна сторона пропонує якусь партію товарів за призначеною ціною і на визначених умовах постачання, а інша сторона — приймає цю пропозицію. У більшості випадків договори бувають письмовими (контракти), але можливі й усні, які часто виконуються не менш ретельно. Порівняно рідке застосування усних договорів пов'язано, насамперед, з тим, що відсутність документа ускладнює доказ наявності договору в судових інстанціях. Як у прислів'ї: «Слово до справи не підшиєш» У сучасній логістиці в Україні застосовуються в основному два види договорів — це договір (контракт) купівлі-продажу і договір (контракт) постачання (рис. 2.6).



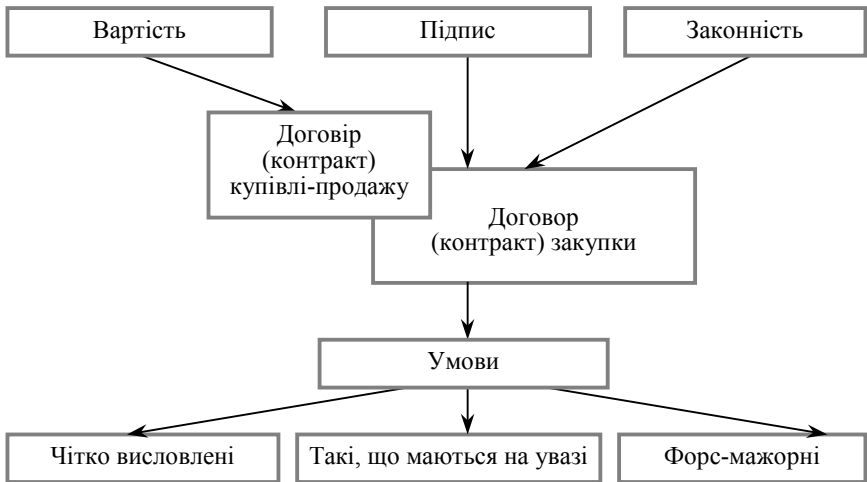


Рис. 2.6. Договір (контракт) у системі закупівельної логістики

Договір (контракт) повинний мати вартість, тобто він стає договором у юридичному розумінні тільки коли в ньому зафіксовані фінансові умови.

Право укладати договори (контракти) мають тільки строго визначені посадові особи (директор, генеральний директор), уповноважені фірмою і діючі від її імені.

Договір (контракт) закупівлі повинний бути законним, тобто цілком відповідати юридичним нормам України. Наприклад, незаконним буде договір (контракт) на постачання продукції, виробництво якої заборонене законодавством України.

Укладання договору (контракту) припускає узгодження різних умов — як чітко висловлених (*explicit*), так і таких, що припускаються (*implicit*). Усі вони повинні знайти відображення в документах, на основі яких оформляється договір (контракт). Чітко виражені умови — ті, котрі фактично відбиті в договорі (контракті). Умови, що припускаються — ті, котрі або впливають із зафіксованих у договорі, або є такими, що розуміються, виходячи зі здорового глузду. Постачальник утрачає право власності на товари після укладання договору (контракту), якщо інше спеціально не обумовлене в договорі або товари ще не зроблені.

Як умову договір (контракт) може передбачати виниклі збитки (мається на увазі обговорена в договорі сума, що повинна бути виплачена постачальником при порушенні ним терміну постачання). Ця сума не є штрафом і звичайно встановлюється заздалегідь.

легідь у розумних межах. Штрафи — діючий засіб змусити постачальника виконати умови договору. На відміну від відшкодування збитку, штраф є сумою, збільшеною порівнюючи з зазначеною в договорі, й такою, що зростає залежно від порушення терміну постачання, постачання товару неналежної якості тощо.

Якщо заздалегідь передбачено випадки, коли поставити товар у термін не є можливим з причин, що не залежать від постачальника, то в договорі (контракті) слід поставити відповідну умову — форс-мажор.

Структура договору (контракту), що відповідає законодавству України, включає розділи:

*У випадку контракту міжнародної купівлі-продажу товару:*

1. Предмет контракту
2. Ціна контракту
3. Терміни і дата постачання
4. Якість товару
5. Упакування і маркірування
6. Умови оплати
7. Передача і приймання товару
8. Претензії
9. Форс-мажор
10. Штрафні санкції
11. Арбітраж
12. Інші умови.

*У випадку контракту на постачання обчислювальної техніки:*

1. Предмет контракту
2. Асортимент
3. Якість. Комплектність. Технічні дані
4. Гарантійний термін
5. Терміни і порядок постачання
6. Ціна
7. Порядок розрахунків
8. Умови постачання
9. Пункт постачання
10. Упакування і маркірування
11. Відвантаження і транспортування
12. Передача товару
13. Термін дії контракту
14. Відповідальність сторін
15. Вирішення спорів
16. Зміна умов контракту
17. Інші умови

18. Юридичні адреси. Банківські і відвантажувальні реквізити Сторін на момент укладення контракту

19. Доповнення до контракту (специфікація)

*У випадку контракту на постачання м'яса:*

1. Предмет договору

2. Кількість товару

3. Якість товару

4. Сума контракту і порядок розрахунків

5. Упакування і маркірування

6. Постачання товару

7. Приймання товару

8. Форс-мажор

9. Відповідальність сторін

10. Вирішення спорів

11. Інші умови

12. Юридичні адреси і реквізити сторін

13. Доповнення до контракту (специфікація)

Заключний етап виконання договору (контракту) — доручення рахунків на оплату замовлених товарів. При цьому всі рахунки необхідно перевірити відповідно до декількох основних правил:

— після одержання рахунка упевнитись, що він призначений саме вам;

— звірте номер замовлення, зазначений у рахунку з номером замовлення в наявній у вас копії, а також з повідомленням про одержання товару зі складу (від відділу одержувача).

Якщо в документах немає суперечностей, бухгалтерія оплачує рахунки. При оплаті рахунків використовуються, як правило, безготівкові розрахунки, але можуть виконуватися також готівкові платежі, якщо інше не встановлено законом. При здійсненні розрахунків допускаються розрахунки платіжними дорученнями, акредитивом, чеками, розрахунки за інкасо й у формах, передбачених законом, установленими відповідно до нього банківськими правилами і застосовуваними в банківській практиці звичаями ділового обороту.

Сторони за договором (контрактом) можуть обрати й використовувати кожен із зазначених форм розрахунків (рис. 2.7):

1. *Розрахунки платіжними дорученнями.* За даною формою розрахунків банк зобов'язується за дорученням платника, за рахунок коштів, що знаходяться на його рахунку, перевести необхідну грошову суму на рахунок зазначеної платником особи в цьому ж або іншому банку в термін, установлений законом, якщо коротший термін не передбачений договором банківського раху-

нка або не визначається застосовуваними в банківській практиці звичаями ділового обороту.

2. *Розрахунки акредитивом.* За розрахунками за акредитивом банк, що діє за дорученням платника про відкриття акредитиву і відповідно до його вказівки (банк-емітент), зобов'язується виконати платежі одержувачу коштів або оплатити, акцептувати, врахувати переказний вексель або дати повноваження іншому банку (виконуючому банкові) виконати платежі одержувачу засобів або оплатити, акцептувати або врахувати переказний вексель.

3. *Розрахунки по інкасо.* За цією формою розрахунків банк (банк-емітент) зобов'язується за дорученням клієнта здійснити за його рахунок дії з одержання від платника і (або) акцепту — платежу.

4. *Розрахунки чеками.* Чеком визнається папір, що містить нічим не обумовлене розпорядження чекодавця банкові виконати платіж зазначеної в ньому суми чекоутримувачеві. У якості платника за чеком може бути зазначений тільки банк, де чекоутримувач має кошти, якими він має право розпоряджатися шляхом виставлення чеків. Чек повинний містити:

- найменування «чек», включене в текст документа;
- доручення платнику виплатити визначену грошову суму;
- найменування платника і вказівку рахунку, з якого повинний бути виконаний платіж;
- указівку валюти платежу;
- указівку дати і місця складання чека;
- підпис особи, що виписує чек (чекодавця).

У рамках зазначених форм розрахунки можуть виконуватися з частковою передоплатою і за фактом одержання товару, з передоплатою цілком — за весь товар, оплатою у розстрочку тощо. У будь-якому випадку спосіб платежу обумовлюється в контракті (договорі) купівлі-продажу. Негайна або попередня оплата товару може надати право на знижку від загальної вартості отриманих товарів. З іншого боку, оплата товару після закінчення якогось терміну означає, що сума, яка повинна бути виплачена постачальникові, може бути використана на інші нестатки. У цьому зв'язку, визначаючи спосіб платежу, необхідно ретельно зважити всі його переваги й недоліки, рівно як і свої можливі вигоди і втрати.

У практиці закупівельної логістики найбільше застосування одержали договір (контракт) купівлі-продажу і договір (контракт) на постачання продукції.

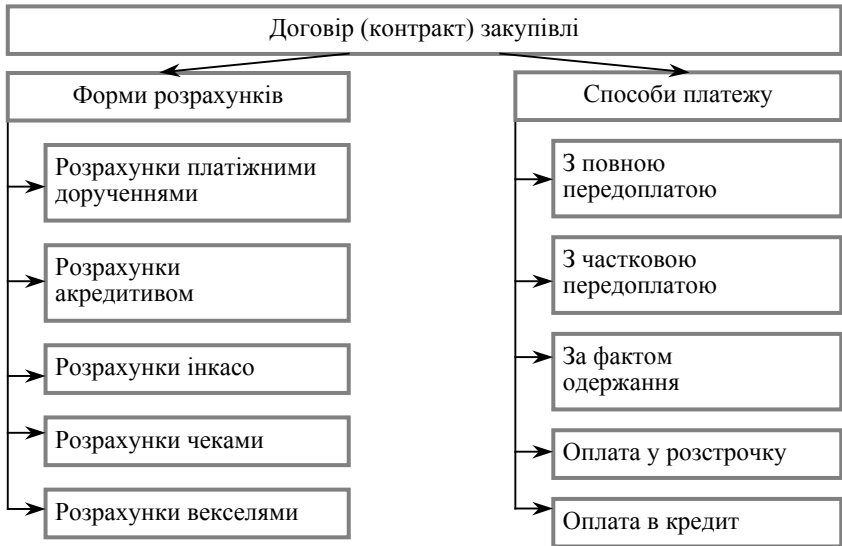


Рис. 2.7. Форми розрахунків та способи платежу за договором закупки

За договором купівлі-продажу продавець зобов'язується передати товар у власність покупцеві, а покупець зобов'язується прийняти товар і заплатити за нього визначену грошову суму. У новому Цивільному кодексі України, крім традиційних для даного договору зобов'язань продавця (попереджати покупця про права третіх осіб на продаваний товар, зберігати його до передачі покупцеві), сформульовано багато нових правил, які стосуються визначення кількості, асортименту, якості, комплектності товару, тари й упакування, термінів передачі товару покупцеві і наслідків невиконання їх продавцем. Договір може бути укладений на купівлю-продаж як товару, який є в продавця на момент укладання договору, так і товару, що буде виготовлений або придбаний продавцем у майбутньому, якщо інше не встановлено законом, іншими правовими актами або не впливає з характеру товару.

Однією з істотних умов договору купівлі-продажу є предмет, якому притаманні певні кількісні і якісні характеристики. Продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, передбачений договором, а також його приналежності і прикладені документи (технічний паспорт, сертифікат якості тощо), що зазначені в договорі. Кількість товарів, що підлягають передачі покупцеві, вказується в договорі у відповідних одиницях виміру або грошовому виразі. Умова щодо кількості товарів може бути встановлена шляхом вказі-

вки в договорі порядку її визначення. Якщо за договором купівлі-продажу передачі підлягають товари у визначеному співвідношенні за видами, моделями, розмірами, кольорами або іншими ознаками (асортимент), продавець зобов'язаний передати покупцеві товар в асортименті, погодженому сторонами. Якщо асортимент у договорі не визначений або не встановлений у порядку, передбаченому договором, але із суті зобов'язань асортимент впливає, то товар повинний бути переданий покупцеві в асортименті, виходячи з потреб покупця, що були відомі продавцеві на момент укладання договору, або слід відмовитися від виконання договору.

Дуже важлива проблема для договорів закупівлі-продажу — гарантія продавцем якості товару, зокрема встановлення і визначення гарантійних термінів або термінів придатності товарів. Продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, якість якого відповідає умовам договору. За відсутності в договорі умов про якість товару продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, прийнятний для цілей, у яких товар такого роду звичайно застосовується. Якщо під час укладання договору покупець сповістив продавця про конкретну мету придбання товару, продавець повинен передати покупцеві товар, придатний для використання відповідно до зазначеної мети. У випадку продажу товару за зразком і (або) за описом, продавець повинен передати покупцеві такі товари, що відповідають зразкові і (або) опису. Якщо ж відповідно до встановленого законом порядку передбачено обов'язкові вимоги щодо якості товару (наприклад, стандартами, технічними умовами тощо), то продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, що відповідає цим обов'язковим вимогам. За згодою між продавцем і покупцем може бути переданий товар, що відповідає підвищеним нормам якості, порівнюючи з обов'язковими вимогами, встановленими в передбаченому законом порядку.

Товари, що продавець зобов'язаний передати покупцеві, повинні відповідати вищевказаним вимогам у момент передачі їх покупцеві, якщо інший момент визначення відповідності товарів цим умовам не передбачений договором. В межах розумного терміну товари повинні бути придатними для цілей, у яких товари подібного роду звичайно використовуються. Якщо договором або законом, іншими правовими актами передбачено надання продавцем гарантії якості товарів, продавець зобов'язаний передати покупцеві товари, що повинні відповідати установленим вимогам протягом визначеного періоду часу, що визначається договором, законом або іншими правовими актами (гарантійного

терміну). Гарантія якості товару поширюється і на всі комплектуючі вироби, якщо інше не передбачено договором.

За загальним правилом гарантійний термін починає відраховуватися з моменту передачі товару покупцеві, якщо інше не передбачено договором. Якщо покупець позбавлений можливості використовувати товар, для якого встановлено гарантійний термін, через обставини, що залежать від продавця, гарантійний термін не минає до усунення відповідних обставин продавцем. Якщо інше не передбачено законом, гарантійний термін продовжується на час, протягом якого товар не міг використовуватися через виявлені в ньому недоліки, за умови повідомлення в належному порядку продавця про недоліки товару.

Вважається, що гарантійний термін на комплектуючий виріб дорівнює гарантійному термінові на основний виріб і минає одночасно з останнім, якщо інше не передбачено договором купівлі-продажу. Якщо на комплектуючий виріб у договорі встановлено гарантійний термін меншої тривалості, ніж на основний виріб, покупець має право висунути вимогу щодо недоліків комплектуючого виробу за їхнього виявлення протягом гарантійного терміну на основний виріб. Якщо в договорі гарантійний термін на комплектуючий виріб є більшим, ніж на основний виріб, покупець має право висунути претензії щодо неналежної якості товару за умови, що недоліки комплектуючого виробу виявлено впродовж гарантійного терміну на нього, незалежно від сплину гарантійного терміну на основний виріб.

Законом, іншими правовими актами, державними стандартами або іншими обов'язковими правилами може бути встановлено термін, після закінчення якого товар вважається непридатним для використання за призначенням (термін придатності). Останній визначається або періодом часу, що обчислюється з дня його виготовлення і протягом якого товар є придатним до використання, або часом (датою), до якого товар придатний до використання. Товар, на який встановлено термін придатності, продавець повинний передати покупцеві з таким розрахунком, щоб його можна було використати за призначенням до закінчення терміну придатності.

Про важливість вищенаведених положень у закупівельній логістиці свідчить такий приклад. Спільне українсько-англійське підприємство «Галка ЛТД» (м. Львів) і приватне підприємство «Лідія О.В.» (м. Первомайськ) 14 травня 2005 р. уклали контракт на купівлю-продаж 7 тонн розчинного кавового напою в 900-грамових банках. У той же день товар було завантажено на авто-

мобіль із причепом і відправлено покупцеві в м. Первомайськ. Не розвантажуючи товар у пункті призначення, покупець відправив його цим же автотранспортом і з пломбами продавця до м. Санкт-Петербурга для передачі Мурманському пароплавству, з яким він уклав договір на постачання кавового напою. Під час перевірки товару в м. Санкт-Петербурзі було виявлено розбіжність між часом виготовлення, зазначеним у посвідченні якості на цей товар (квітень 2006 р. і датою його виготовлення, зазначеної в маркіруванні на банках з кавовим напоєм (2 і 28 лютого 2006 р.). Оскільки до закінчення терміну придатності кавового напою залишилося менш 2 місяців, у той час як для використання на кораблях далекого плавання термін придатності повинний бути щонайменше 4 місяці, Мурманське морське пароплавство відмовилося від одержання цього напою. За розпорядженням приватного підприємства «Лідія О. В.» кавовий напій був переданий для реалізації в місцевій торговельній мережі.

Суперечку з приводу несплати покупцем-приватним підприємством «Лідія О. В.» отриманого товару через невідповідність терміну придатності, зазначеного в посвідченні якості, і дат виготовлення, зазначених у маркіруванні на банці з напоєм, у зв'язку з чим термін придатності виявився меншим ніж 4 місяці, було вирішено на користь продавця — СП «Галка ЛТД». При цьому було враховано, що покупець, надіславши своїх представників у м. Львів для укладення контракту й одержання товару, не перевірив термін придатності кавового напою під час навантаження автомобіля на складі продавця і не провів такої перевірки в пункті призначення — м. Первомайську. У контракті купівлі-продажу не було обумовлено, що термін придатності товару повинний бути більше 4 місяців, а в момент одержання товару термін придатності відповідно до стандарту на кавовий розчинний напій (6 місяців) ще не закінчився.

Якщо покупець знайшов недоліки товару після закінчення гарантійного терміну або терміну придатності, то продавець несе за них відповідальність, якщо покупець доведе, що недоліки виникли перед передачею йому товару або через причини, що діяли до моменту передачі.

Почувець, якому було продано неякісний товар, якщо ці недоліки не були обумовлені продавцем у контракті, має право (згідно з ст. 234 ЦК) зажадати від продавця на свій розсуд:

- заміни неякісного товару, визначеного в договорі родовими ознаками на товар належної якості;
- відповідного зменшення закупівельної ціни товару;



— безкоштовного усунення недоліків товару продавцем або відшкодування продавцем витрат покупця на усунення цих недоліків;

— заміни на такий же товар іншої моделі з відповідним перерахунком закупівельної ціни;

— розриву договору з відшкодуванням покупцеві збитків.

Новий Цивільний кодекс України (ст. 710) установлює, що якщо на товари не встановлено гарантійний термін придатності, то претензії щодо недоліків можуть пред'являтися покупцем за умови, що вони були виявлені в купленому товарі в розумний термін, але в межах 2 років (старий ЦК цей термін встановлював у межах 6 місяців). Термін для виявлення недоліків товару, що підлягає перевезенню або відправленню поштою, за новим ЦК, обчислюється нині від дати одержання товару в місці призначення.

Договір може передбачати обов'язок продавця передавати покупцеві визначений набір товарів у певній кількості (комплекттовар). У цьому випадку зобов'язання вважається виконаним з моменту передачі всіх товарів, включених у комплект. Якщо продавець передав некомплектні товари, покупець на свій розсуд може зажадати від нього:

— відповідного зменшення закупівельної ціни;

— доукомплектування товарів у розумний термін.

У випадку невиконання останньої вимоги продавцем покупець має право (згідно з ст. 714 ЦК):

— на заміну некомплектних товарів на комплектні;

— на відмову від виконання договору і відшкодування сплаченої за товар суми.

Договір може також передбачати неустойку за передачу продавцем некомплектних товарів. Якщо інше не передбачено договором і не впливає із суті зобов'язання, продавець зобов'язаний передати покупцеві товар у тарі і (або) упакуванню, крім товарів, що за своїм характером не вимагають затарювання й упакування. Якщо ж договір не містить вимог щодо тари й упакування, то товар потрібно затарювати і упакувати звичайним для такого товару способом, а за відсутності такого — способом, що забезпечує схоронність товарів подібного роду за звичайних умов зберігання і транспортування. Якщо у встановленому законом порядку передбачено обов'язкові вимоги щодо тари і (або) упакування (наприклад, стандартами, технічними умовами тощо), то продавець зобов'язаний передати покупцеві товари у тарі й упакуванні, що відповідають цим обов'язковим вимогам. Якщо товар, що підлягає затарюванню й (або) упакуванню, передається

покупцеві без тари або упакування або в неналежній тарі або упакуванні, покупець має право зажадати від продавця належного затарювання або упакування товару або заміни неналежної тари й упакування, якщо інше не виникає із суті зобов'язання або характеру товару. Замість пред'явлення продавцеві вищевказаних вимог, згідно з ст. ст. 708, 715 і 716 ЦК, покупець має право пред'явити продавцеві інші претензії, що виникають з передачі товару неналежної якості.

Оскільки при виконанні договору продавець може робити порушення умов щодо кількості, асортименту, якості, комплектності, тари або упакуванню, термінів передачі товару тощо, необхідна перевірка покупцем виконання умов договору і своєчасне повідомлення продавця про допущені ним порушення. Таку перевірку повинний виконати покупець відповідно до вимог, передбачених договором, законом або іншими правовими актами, а якщо порядок перевірки не встановлено — відповідно до звичаїв ділового обороту або умов, які беруться до уваги в таких випадках. Якщо законом, іншими правовими актами, обов'язковими вимогами державних стандартів або договорів купівлі-продажу передбачено зобов'язання продавця перед передачею товару покупцеві перевіряти кількість, асортимент, якість, комплектність, тару й упакування товару (іспит, аналіз, огляд тощо), продавець за вимогою покупця повинний надати йому докази проведення такої перевірки. При цьому перевірка відповідності вимог щодо предмету договору продавцем і покупцем повинна виконуватися на тих же самих умовах.

Покупець зобов'язаний сповістити продавця про порушення умов договору щодо якості, асортименту, кількості, комплектності, тари упакування товару, й інших умов у термін, передбачений законом, іншими правовими актами або договором, а якщо такий термін не встановлено — у розумний термін після того, як порушення відповідної умови договору було виявлено, виходячи з характеру і призначення товарів. У випадку невиконання покупцем цієї вимоги продавець має право цілком або частково відмовитися від задоволення відповідних претензій покупця (у тому числі сплати неустойки, відшкодування збитків), якщо доведе, що це обумовило неможливість задоволення його претензій або тягне для продавця неспіврозмірні витрати, порівнюючи з тими, які б він поніс, якби був вчасно сповіщений про порушення умов договору. Якщо ж продавець знав або повинен був знати про те, що передані покупцеві товари не відповідають умовам договору купівлі-продажу, то він, згідно зі ст. 718 ЦК України, не має права посилаватися на вищенаведені положення.

Покупець зобов'язаний оплатити товари згідно з ціною, передбаченою договором. У випадках, передбачених законом або іншими правовими актами, застосовуються ціни (тарифи, ставки і т. п.), установлені і регульовані уповноваженими на це державними органами. Покупець повинен також вчинити за свій рахунок дії, що відповідно до закону, договору звичайно висуваються і які необхідні для здійснення платежу. Розрахунки у внутрішньому обороті між суб'єктами підприємницької діяльності за продані товари виконуються, як правило, у безготівковому порядку в національній валюті України через банк шляхом перерахування коштів з рахунку платника на рахунок одержувача. Сторони договору купівлі-продажу самостійно вибирають і визначають у договорі форми безготівкових розрахунків, передбачених «Інструкцією про безготівкові розрахунки в господарському обороті України», затвердженою постановою Правління Національного банку України від 02.08.1996 р.

Якщо в договорі не визначено термін, впродовж якого повинно бути виконане грошове зобов'язання, необхідно виходити з вимог ст. 165 ЦК, відповідно до якої кредитор має право вимагати виконання зобов'язання, а боржник має право його виконувати в будь-який час. При цьому боржник повинний виконати подібне зобов'язання в семиденний термін з дня пред'явлення вимоги кредитором. Цим днем слід вважати дату одержання вимоги боржником.

До 2002 р. у законодавстві України не було загальної норми, яка б давала стороні за договором право затримувати зустрічне виконання свого зобов'язання. Щодо договору купівлі-продажу, цей пробіл заповнило правило, що міститься в п. 5 ст. 722 нового ЦК: у випадку, коли продавець відповідно до договору зобов'язаний передати покупцеві, крім неоплачених ще й інші товари, він має право призупинити передачу цих товарів до повної оплати усіх раніше переданих товарів, якщо інше не передбачено законом, іншими правовими актами або договором.

Договором купівлі-продажу може передбачатися попередня оплата товарів, тобто повна або часткова оплата товарів до передачі їх покупцеві, або оплата товарів через якийсь час після передачі їх покупцеві (продаж товарів у кредит), або оплата товарів у розстрочку. Якщо покупець не оплачує товари, передані йому згідно з умовами договору, продавець має право вимагати оплати товарів і виплати відсотків за використання своїх коштів, а якщо покупець у порушення договору відмовляється прийняти й оплатити товар, продавець, на свій розсуд, має право вимагати оплати

товару або відмовитися від виконання договору і вимагати відшкодування збитків. Крім того, згідно зі статтями 1 і 3 Закону України «Про відповідальність за несвоєчасне виконання грошових зобов'язань» від 22 листопада 1996 р., платники коштів виплачують на користь одержувачів цих коштів за прострочення платежу пеню в розмірі, установлюваному за згодою сторін. Розмір пені обчислюється від суми простроченого платежу і не може перевищувати подвійної обліковості ставки Національного банку України, що діяла у період, за який виплачується пеня.

Договір постачання є найбільш доцільним для регулювання господарських зв'язків у тих випадках, коли необхідно тривале і систематичне постачання товарами суб'єктів підприємництва. При цьому сторони вільно визначають предмет і інші умови договору, за винятком поставок товарів за міждержавними угодами.

За договором постачання постачальник (підприємець) зобов'язується передати в обумовлений термін (який не збігається з моментом укладання договору) товари у власність (повне господарське володіння або оперативне відання) покупця для використання в підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, а покупець зобов'язується прийняти ці товари й оплатити за них визначену грошову суму.

За своєю юридичною природою договір постачання є близьким до договору купівлі-продажу, але, крім загальних ознак, має і визначені особливості (табл. 2.7).

По-перше, сторонами (суб'єктами) цього договору — постачальником і покупцем (або хоча б однією з них — постачальником) виступають особи, що ведуть підприємницьку діяльність. У звичайній же купівлі-продажу продавцем і покупцем може виступати будь-як особа — юридична або фізична — незалежно від роду своєї діяльності. По-друге, предметом (об'єктом) договору постачання є товар, призначений для підприємницької діяльності або для задоволення інших потреб, не пов'язаних з особистим (домашнім, сімейним) споживанням, наприклад, для науково-дослідних робіт. Зокрема, це продукція, що використовується у виробничому процесі (сировина, матеріали, устаткування і т. п.), або товари для продажу їх на ринку або для промислової переробки (наприклад, цукор для виготовлення кондитерських виробів). По-третє, договір постачання може ґрунтуватися на адміністративному акті (наприклад, прикріплення покупця до постачальника при постачаннях товарів між організаціями країн—учасників СНД), у той час як купівля-продаж завжди є результатом вільно-

го волевиявлення сторін. По-четверте, договір постачання полягає в особливому порядку укладення, тоді як купівля-продаж підкоряється загальним правилам укладання договорів, викладеним у ст. ст. 155—158 ЦК України. По-п'яте, на відміну від купівлі-продажу, при позаплановому постачанні моменти укладання і виконання договору не збігаються, тобто постачальник передає продукцію покупцеві в термін, що не збігається з моментом укладання договору (п. 42 ст. 245 ЦК). По-шосте, юридичні особливості договору обумовлюють дії в сфері постачань окремо від інституту нормативних актів купівлі-продажу.

*Таблиця 2.7*

**ВІДМІННОСТІ ДОГОВОРУ ПОСТАЧАННЯ  
ВІД ДОГОВОРУ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ**

Основні характеристики договору	Договір постачання	Договір купівлі-продажу
1. Сторони (суб'єкти)	Юридичні особи, що займаються підприємництвом	Будь-яка особа — юридична або фізична
2. Предмет	Товар, призначений для підприємницької діяльності або виробничого споживання	Товар, призначений для особистого (сімейного домашнього) споживання
3. Підстава	Адміністративний акт (наприклад, прикріплення покупця до постачальника при поставі товарів між організаціями країн учасників СНД)	Результат вільного волевиявлення сторін
4. Порядок укладання	Особливий	Відповідно до загальних правил укладання договорів
5. Співвідношення моментів укладання і виконання	Можуть не збігатися (наприклад, позапланових постачаннях)	Як правило, збігаються
6. Сфера юридичної дії	Сфера постачань	Будь-який акт купівлі-продажу
7. Спосіб оформлення	А) документ (контракт) Б) замовлення покупця В) обмін листами, телефонограмами, телефонними, факсовими й ін. повідомленнями	Тільки документ (контракт)

Вище приведені відмінності постачання від купівлі-продажу мають у більшості випадків умовний характер. Тому в новому ЦК України (п. 2 ст. 401) відзначається, що до договору поста-

чання застосовуються правила про договір купівлі-продажу, якщо інше не передбачено законодавчими актами або договором.

Джерелами правового регулювання відносин з поставки товарів є норми глави 23 ЦК (ст. ст. 245—253), у яких закріплені загальні положення, що стосуються умов щодо кількості, асортименту, якості і комплектності товарів, термінів пред'явлення претензій і позовів з приводу недоліків у товарах, відповідальності за порушення договору тощо.

Нормативне регулювання кооперованих постачань продукції на внутрішньому ринку здійснюється на основі «Тимчасового положення з питань кооперованих постачань продукції виробничо-технічного призначення», затвердженого Кабінетом Міністрів України 10.08.1993 р. Кооперованими вважаються постачання деталей, заготівель, напівфабрикатів, комплектуючих та інших виробів галузевого і міжгалузевого призначення, виготовленими згідно з вимогами технічної документації споживача (замовника), технічних умов і стандартів і необхідних для виготовлення кінцевої продукції.

Кооперовані постачання продукції згідно з «Угодою про загальні умови і механізм підтримки виробничої кооперації підприємств і галузей країн—членів СНД» (від 23.12.1993 р.) і «Положення про порядок постачань і митного оформлення продукції по виробничій кооперації підприємств і галузей країн—членів СНД» (від 18.05.1994 р.). Такі постачання здійснюються на підставі договорів (контрактів) між підприємствами; ці контракти є підставою для митного оформлення і пропуску продукції через митні кордони України.

Постачання продукції за державними замовленнями (контрактами) здійснюються згідно із Законом України «Про постачання продукції для державних потреб» від 22.12.1995 р. № 493/95-ВР.

Сторонам надана свобода вибору одного з можливих способів оформлення договірних відносин за постачаннями:

- складання одного документа, що підписують сторони;
- прийняття постачальником до виконання замовлення покупця;
- обмін листами, телеграмами, телефонограмами, телефаксовими повідомленнями, повідомленнями електронною поштою.

Порядок і терміни укладання договору постачання залежать від форми договірних відносин, обраної сторонами. Згідно з ст. 153 ЦК договір вважається укладеним, коли між сторонами в необхідній для таких випадків формі досягнута згода за всіма істотними умовами. У договорі постачання обов'язково обумов-

люються: кількість, номенклатура (асортимент), якість, терміни постачання, ціна товару, відвантажувальні і платіжні реквізити. У випадку відсутності цих умов у договорі він вважається неукладеним.

Оскільки вимоги до умов договору постачання щодо кількості, асортименту, якості, комплектності, тари й упакування, ціни й інших умов підпорядковується вже розглянутим загальним положенням про купівлю-продаж, зупинимось лише на деяких особливостях узгодження і виконання цих умов, а також відповідальності у випадку їхнього порушення в договірних умовах щодо постачань.

Відносини з постачань мають, як правило, тривалий характер, тому важливе значення мають питання про термін дії договору і періодичні постачання окремих партій товару. Договір постачання може бути укладений на один рік, на кілька років (довгостроковий договір) або на інший термін за згодою сторін. Якщо в довгостроковому договорі кількість належних товарів до постачання й інші умови визначені на рік або менший період, то в договорі повинно бути встановлено порядок узгодження цих умов сторонами на наступні періоди до узгодження терміну дії договору. Якщо такий порядок у договорі не встановлено, він вважається укладеним відповідно на один рік або на період, для якого погоджено умови договору. У випадку відмови або відхилення однієї зі сторін довгострокового договору від узгодження кількості належних до постачання товарів або інших умов на наступні періоди в порядку, встановленим договором, інша сторона може звернутися до суду з вимогою про визначення умов постачання товарів на відповідні періоди або про розрив договору (ст. 744 ЦК України).

До істотних умов договору постачання цивільне законодавство зараховує загальні терміни постачання, що збігаються з терміном дії договору, і окремі терміни постачання (квартальні, місячні, декадні тощо). Терміни (періоди) постачання встановлюються в договорі відповідно до необхідності забезпечення ритмічності виробництва товарів і безперебійного постачання ними покупців. Згідно з ст. 745 ЦК, у випадку, якщо сторонами передбачене постачання товарів протягом терміну договору окремими партіями, але терміни постачань окремих партій (періоди постачання) не зазначені, то товари повинні поставлятися рівномірними партіями щомісяця, якщо інше не впливає з закону, інших правових актів, звичаїв ділового обороту або сум зобов'язання. Поряд із указівкою періодів постачання, в договорі може бути встановле-

но графік постачання товарів, який може виконуватися за згодою покупця. Товари, поставлені достроково і прийняті покупцем, зараховуються у кількість товарів, належних до постачання у наступному періоді.

У статтях 161, 207 і 208 ЦК зазначено, що зобов'язання повинні виконуватися в натурі, належним чином і у встановлений термін згідно із законом, договором, а за відсутності таких указівок — згідно із звичайними у таких випадках вимогами. Вимоги реального виконання зобов'язання спричинюють зобов'язання постачальника, що недопоставив товари в окремому періоді доставки, поповнити недопоставлену кількість товарів у наступному періоді (періодах) у межах дії договору, якщо інше не передбачено договором. Поповнення недопоставки продукції виконується в асортименті того періоду, у якому вона мала місце, а товарів — в асортименті наступного періоду постачання, якщо іншу номенклатуру (асортимент) не буде додатково погоджено партнерами. Покупець має право, сповістити постачальника, відмовитися від приймання товарів, постачання яких прострочене, якщо договором не передбачено інше. Товари, поставлені до одержання постачальником повідомлення про відмову, покупець зобов'язаний прийняти й оплатити.

Постачання товарів постачальник здійснює шляхом безпосередньої передачі її покупцеві або особі, зазначеній в договорі як одержувач, або шляхом відвантаження товарів на адресу цих осіб визначеним видом транспорту і на умовах, передбачених у договорі. Якщо в договорі не зазначено, яким видом транспорту і на яких умовах виконується доставка, право вибору виду транспорту або визначення умов доставки товару належить постачальникові, якщо інше не впливає із закону, інших правових актів, звичаїв ділового обороту або сум зобов'язань. У випадку, якщо договором передбачена передача товару покупцеві (одержувачеві) у місці перебування постачальника (вибірка товарів), покупець повинний оглянути товари, що передаються йому, у місці їхньої передачі, якщо інше не передбачено законом, іншими правовими актами або не виникає із суті зобов'язання. Знайшовши невідповідність товарів умовам договору, покупець має право відмовитися від їх одержання. Невибрання покупцем (одержувачем) товарів у встановлений договором термін, а якщо останній не встановлено — у розумний термін після одержання повідомлення постачальника про готовність товарів до передачі, надає право постачальникові відмовитися від виконання договору або зажадати від покупця оплати товарів.



Згідно зі ст. 164 ЦК виконання обов'язку, що впливає з договору, може бути покладене в цілому або частково на третю особу, якщо подібне передбачено встановленими правилами, а також таке можливо, коли третя особа пов'язана з однієї зі сторін адміністративним підпорядкуванням або відповідним договором. Покупцеві, згідно з відповідним договором, може бути надано право давати вказівки про відвантаження товарів іншим (третім) особам — одержувачам. У такому випадку постачальникові пересилаються так звані відвантажувальні рознарядки, копії яких отримують одержувачі. Якщо покупець не подав «відвантажувальну рознарядку» у встановлений договором термін або представив її з порушенням інших умов, постачальник не зможе виконати свої обов'язки належним чином, зокрема, реалізувати виготовлений товар. Тому «Положенням про постачання товарів» (п. 24) передбачено, що в подібних випадках виготовлювач має право зажадати оплати товарів, що підготовлені до відправки, надавши гарантію її наявності в натурі, або перенести постачання на наступний період, сповістивши про це покупця. Крім того, постачальник має право вимагати відшкодування збитків, завданих у зв'язку з неподанням «відвантажувальної рознарядки».

Покупець (одержувач) зобов'язаний виконати всі необхідні дії з прийняття товарів, поставлених відповідно до умов договору. У випадку одержання поставлених товарів від транспортної організації, покупець (одержувач) зобов'язаний перевірити відповідність товарів даним, зазначеним у транспортних супровідних документах, а також прийняти ці товари від транспортної організації з дотриманням правил, передбачених законом, іншими правовими актами, що регулюють діяльність транспорту. Прийнятий товар покупець повинен належним чином оглянути в термін, визначений законом, іншими правовими актами, договором або звичаями ділового обороту. У цей же термін покупець повинний перевірити кількість, асортимент, якість, комплекtnість, тару й упакування товару і виконання постачальником інших умов договору в порядку, установленому законом, звичаями ділового обороту або договором, і, при виявленні невідповідності, негайно сповістити постачальника в письмовій формі. Виявлені під час приймання товару відхилення від умов договору за кількістю, якістю, комплекtnістю, асортиментом тощо повинні бути зафіксовані належним чином у складеному акті перевірки за участю осіб, уповноважених на таку перевірку.

Акт прийняття товару з необхідними додатками до нього є підставою для пред'явлення претензій і позовів у зв'язку з порушенням умов договору.

Зобов'язанням покупця, відповідно до договору постачання, є своєчасна і повна оплата замовлених товарів. Розрахунки між суб'єктами господарювання за товари здійснюються переважно шляхом попередньої оплати, якщо інший порядок розрахунків не обумовлено угодою сторін. Відповідно до «Інструкції № 7 про безготівкові розрахунки в господарському обороті України» від 02.08.1996 р. розрахунки за товари можуть виконуватися на вибір сторін у таких правових формах: платіжними дорученнями; платіжними вимогами-дорученнями; чеками; акредитивами; векселями. Якщо в договорі передбачене постачання товарів окремими частинами, що входять у комплект, покупець виконує оплату товарів після відвантаження (вибірки) останньої партії, що входить у комплект, якщо інше не передбачено договором. Якщо договір передбачає, що оплату товарів здійснює одержувач (платник), а він безпідставно відмовився від оплати або не виконав оплату товарів у встановлений договором термін, постачальник має право вимагати оплату поставлених товарів від самого покупця.

Відповідальність сторін у випадку невиконання або неналежного виконання договору постачання настає як у формі відшкодування збитків, так і неустойки (штрафу або пені).

Згідно з чинним законодавством неустойка в договорі постачання є заліковою, оскільки збитки відшкодовуються лише в частині, не покритій неустойкою. Лише у випадках недопоставки або постачання товарів неналежної якості або некомплектних, покупець має право одержати від постачальника встановлену неустойку, і, крім цього, заповдіяні таким постачанням збитки без зарахування неустойки (штрафна неустойка).

Сторонам надана можливість передбачати в договорі відшкодування збитків у твердій сумі, що підлягає стягненню у випадку неналежного виконання контрагентом зобов'язання.

У випадку простроченого постачання або недопоставки постачальник виплачує покупцеві неустойку, розмір якої встановлюється в договорі, і, як правило, залежить від вартості недопоставлених товарів у строк. якщо постачальник відвантажує товари декільком одержувачам, зазначеним у договорі або відвантажувальній рознарядці покупця. Товари, поставлені одному одержувачеві понад кількість, передбаченою в договорі або відвантажувальній рознарядці, не зараховуються в поповнення недопоставки іншим одержувачам і підлягають поповненню постачальником, якщо інше не передбачено в договорі. У такий же спосіб постачання товарів одного найменування в більшій кількості,

ніж передбачено договором, не зараховується в поповнення недопоставки товарів іншого найменування, що входять в один асортимент, і підлягає поповненню, крім випадків, коли таке постачання зроблено згідно з попередньою письмовою згодою покупця.

Серйозним порушенням договірної дисципліни в ході постачань вважається відхилення виготовлювача від вимог щодо якості і комплектності товарів. Часто в товарах виявляються дефекти, які можливо й економічно доцільно усунути в місці їхнього одержання. За вимогою одержувача недоліки усуває виготовлювач (постачальник), у тому числі шляхом заміни окремих частин або виробу в цілому протягом 20 днів, якщо інший термін не передбачений нормативною документацією або договором.

У випадку усунення недоліків силами і засобами покупця виготовлювач компенсує йому понесені витрати. Якщо виготовлювач усунув недоліки в обумовлений термін, а також якщо покупець не вимагав їхнього усунення, майнової відповідальності у виді штрафу постачальник не несе.

У випадку постачання товарів, що не відповідають за якістю стандартів, технічним умовам, іншим нормативним документам, зразкам або умовам договору (брак), або некомплектних товарів, покупець має право відмовитися приймати й оплачувати ці товари, а якщо вони вже оплачені, зажадати повернення сплачених сум до усунення недоліків, або доукомплектування товарів, або їхньої заміни. За ці порушення виготовлювач сплачує покупцеві штраф у розмірі 20 відсотків вартості товарів. Якщо постачальник не поставив передбачену договором кількість товарів, або не виконав вимогу покупця про заміну товарів неналежної якості, або про документація товарів у встановлений термін, покупець має право придбати недоставлені товари в інших осіб з віднесенням усіх необхідних і розумних витрат з їх придбання на постачальника.

За договором постачання покупець повинний прийняти товари й оплатити їх згідно з обумовленими цінами. Якщо без згоди покупця поставлено товари, не передбачені договором, або з порушенням умов договору, і за відсутності договору, то він має право відмовитися прийняти їх для використання й оплати. У подібному випадку товар приймається на відповідальне зберігання, а у випадках, визначених транспортним законодавством, покупець може відмовитися від одержання вантажу (товарів) і від органів транспорту.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Альбеков А.У., Митько О.А. Коммерческая логистика: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. — 412 с.
2. Аникин Б. А., Тяпухин А. П. Коммерческая логистика: Учебник по спец. «Менеджмент организации» / Государственный ун-т управления; Оренбургский гос. ун-т. — М.: ТК Велби; Проспект, 2006. — 427с.
3. Данько М. І., Бутько Т. В., Котенко А. М., Кушнірчук В. Г., Мостовий М. В. Транспортна логістика. Складові частини логістики: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Українська держ. академія залізничного транспорту. — Х.: УкрДАЗТ, 2004. — 157 с.
4. Захаров К. В., Бочарников В. П., Липовский В. В., Захаров А. К., Циганок А. В. Логистика, эффективность и риски внешнеэкономических операций. — 2 изд., доп. — К.: Эльга; Ника-Центр, 2004. — 258 с.
5. Кальченко А. Г., Кривеценко В. В. Логістика: навч. посіб. / Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К.: КНЕУ, 2006. — 472 с.
6. Кальченко А. Г. Логістика: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / Київський національний економічний ун-т — К.: КНЕУ, 2005. — 254 с.
7. Кретов И. И., Садченко К. В. Логистика во внешнеторговой деятельности: Учеб.-практ. пособие / Всероссийская академия внешней торговли — М.: Дело и Сервис, 2003. — 191с.
8. Крикавський Є., Гринів Н., Таранський І. Логістика та розвиток організації / Державний ун-т «Львівська політехніка». — Л., 1999. — 149 с.
9. Ларіна Р. Р. Логістика: Навч. посіб. / Донецький держ. ун-т управління. — Донецьк: ДонДУУ, 2006. — 277 с.
10. Левковець П. Р., Товкун Д. Л. Управление перевозками грузов и логистика / Национальный транспортный ун-т. — К.: НТУ, 2002. — 144 с.
11. Малиндретос Г., Христодулу-Варотси И., Постан М. Я., Москвиченко И. М., Балобанов А. О. Транспортная логистика и интермодальные перевозки: Учеб. пособие / А. О. Балобанов (ред.). — О.: Астропринт, 2004. — 164с.
12. Москвітїна Т. Д. Торговельна логістика: Навч. посібник / Київський національний торговельно-економічний ун-т. — К., 2007. — 161 с.
13. Николайчук В. Е. Транспортно-складская логистика: Учеб. пособие. — 2-е изд. — М.: Издательство-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. — 451 с.
14. Окландер М. А. Логістика: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. — К.: Зовнішня торгівля, 2005. — 232 с.

15. *Парфенов А. В.* Таможенная логистика: Учебное пособие / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. Кафедра коммерции и логистики. — СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2000. — 64 с.

16. *Посилкіна О. В., Сагайдак Р. В., Яремчук О. А., Кубасова Г. В.* Фармацевтична логістика: Навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. / Національний фармацевтичний ун-т. — Х.: Видавництво НФаУ; Золоті сторінки, 2007. — 232 с.

17. *Савченко Л. В.* Логистика: курс лекцій / МОН України; Українська логистическая ассоциация. — К.: НТУ, 2007. — 151 с.

18. *Сергеев В. И.* Логистика в бизнесе: Учебник для студ. экон. и инж.-экон. вузов. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 607 с.

19. *Смирнов I. Г.* Логістика: просторово-територіальний вимір / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. — К.: ВГЛ «Обрії», 2004. — 335 с.

20. *Таньков К. М., Тридід О. М., Колодизева Т. О.* Виробнича логістика: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Харківський національний економічний ун-т. — 2. вид., переробл. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. — 352 с.

21. *Тридед А. Н., Таньков К. Н.* Логистика: Учеб. пособие для самостоятельного изучения дисциплины / Харьковский национальный экономический ун-т — Х.: ИД «ИНЖЭК», 2006. — 208с.

22. *Уотерс Доналд.* Логистика: Управление цепью поставок: Учебник для студ. экон. спец. вузов / В.Н. Егоров (пер. с англ.). — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 503с.

23. *Федько В. П., Бондаренко В. А.* Коммерческая логистика: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец.. — М.; Ростов-н/Д: ИЦ «МарТ», 2006. — 300 с.

24. *Цейтлин Л. М., Райко Д. В.* Логистика: учеб. пособие для студ. экон. спец. / Национальный технический ун-т «Харьковский политехнический ин-т». — Х.: НТУ «ХПИ», 2007. — 148 с.

25. *Чухрай Н., Патора Р.* Інновації та логістика товарів / Національний ун-т «Львівська політехніка»; Громадська вища школа підприємництва та управління в м. Лодзі, Республіка Польща. — Л.: Видавництво Національного ун-ту «Львівська політехніка», 2001. — 262 с.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ:

1. Що таке логістика?
2. Сім складових «логістичного міксу».
3. Перша та друга революція у постачанні.
4. Що таке кастомізація?
5. Логістика першого та другого покоління.
6. Концепція геологістики.
7. Складові методи геологістичного інжинірингу.

8. Міжнародна логістика.
9. Розміщення на складах товарів за методом ABC.
10. Місце України в системі єврологістики.
11. Що таке «митна логістика»?
12. Митні режими як форми організації потоків митної переробки вантажів.
13. Основні види договорів у сучасній логістиці України.
14. Форми розрахунків за договором контрактом.
15. Істотні умови договору купівлі-продажу.





## МІЖНАРОДНИЙ КОНСАЛТИНГ

- 3.1. Зміст консалтингу.*
- 3.2. Сутність міжнародного консалтингу.*
- 3.3. Види міжнародного консалтингу.*
- 3.4. Тенденції розвитку світового ринку консалтингу.*
- 3.5. Стан та перспективи розвитку ринку консалтингу в Україні.*
- 3.6. Корисна інформація.*

### **3.1. ЗМІСТ КОНСАЛТИНГУ**

Нині ринок і ринкові технології розвиваються стрімко, з'являється величезна кількість нових технологій, запити споживачів ростуть як на дріжджах. У цій непростій ситуації фірмі, прагнучи зберегти свою конкурентоспроможність, доводиться постійно змінювати корпоративну стратегію і тактику. На жаль, у багатьох фірм не вистачає можливостей оперативно і своєчасно реагувати на змінні умови, використовуючи тільки свої сили.

Тому часто компанії доводиться вдаватися до послуг зовнішніх консультантів або фірм, що спеціалізуються на консультаціях з бізнесу або, як їх ще називають, — консалтингових фірм.

Консалтинг — це цілий напрям у сфері послуг. Не можна точно визначити межі того, чим опікуються консалтингові компанії. Профіль консультацій є достатньо широким. Та й існують різні компанії: деякі з них ведуть свою діяльність тільки в одній сфері бізнесу, інші опікуються консалтингом практично у всіх можливих напрямках. Від цього і різниця в можливих трактуваннях визначення консалтингу.

Консалтинг — це вид інтелектуальної діяльності, основне завдання якого полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку і використання науково-технічних і організаційно-економічних інновацій з урахуванням сфери діяльності і проблем клієнта.

Консалтинг надає допомогу в таких сферах діяльності компанії як економічна, фінансова, управлінська, інвестиційна, різного

роду планування, оптимізація загального функціонування компанії, ведення бізнесу, маркетингової діяльності тощо.

Можна сказати, що консалтинг — це будь-яка інформаційна допомога відповідних фахівців або компаній, що надається фірмі з будь-якого напрямку діяльності певної фірми.

Головним завданням консалтингу є підвищення ефективності як компанії в цілому, так і підвищення ефективності праці кожного із співробітників компанії окремо.

У ринковій економіці отримання послуг консалтингових фірм є ознакою високої ділової культури фірми. Не дивно, що ринок консалтингових послуг у світі стрімко розвивається (наприклад, на початку 90-х років ХХ ст. у США він оцінювався у понад 50 млрд дол., а кількість консультантів становила понад 80 тис. фахівців).

Нині на ринку консалтингових послуг України працює понад 600 фірм, що опосередковано вказує на рівень розвитку ділової культури в Україні (для порівняння, — у Німеччині у 1993 році у різних сферах консалтингу діяли понад 9200 фірм). Разом з тим, в умовах зростаючої конкуренції, глобалізації ринків, величезної кількості нормативно-правових актів, які регулюють господарську діяльність, підприємства все частіше звертаються професійних консультантів з тих чи інших аспектів господарської діяльності.

**Перевагами отримання послуг зовнішніх висококваліфікованих фахівців-консультантів є:**

- можливість неупередженої діагностики та отримання альтернативних шляхів вирішення проблем функціонування фірми;
- підвищення конкурентоспроможності фірми за рахунок використання ідей, таланту і досвіду консультантів;
- відсутність потреби тримати у штаті та оплачувати роботу великої «армії» фахівців з питань, які потребують одноразового або систематичного (один раз на рік, квартал, на період реалізації нового проекту) вирішення;
- впровадження інформаційних технологій з метою оптимізації витрат та підвищення продуктивності компанії;
- подолання стереотипів вирішення існуючих проблем за рахунок незалежної оцінку стану справ на підприємстві;
- отримання незалежних консультацій при ініціації змін (у тому числі реорганізація) на фірмі;
- навчання та ситематичне підвищення кваліфікації персоналу фірми;



**Консалтинг** — це професійна допомога з боку фахівців-консультантів з управління господарством керівникам і управлінському персоналу різних підприємств та організацій (клієнтам) з питань аналізу і вирішення проблем їхнього функціонування і розвитку, здійснювана у формі порад, рекомендацій і спільно вироблених із клієнтом рішень.

Напрямів консалтингу може бути множина. Але по кожному з напрямів розрізняють наступні **види консалтингових послуг**:

**аналітика** — аналіз діяльності підприємства, ефективності виробництва, поточного ринкового становища, руху цін;

**прогнозування** — на підставі проведеного аналізу шикуються прогнози діяльності компанії на майбутній період;

**консультування** — поради, що зачіпають будь-які сторони роботи підприємства; вони можуть зачіпати як роботу тільки компанії-клієнта, так і весь ринок в цілому;

**ревізія діяльності підприємства-клієнта;**

**безпосередня участь в діяльності компанії-клієнта** — планування, організація управління підприємством, впровадження інформаційних систем, підбір персоналу, різні тренінги тощо.

Відповідно до класифікації «Європейського довідника-показника консультантів з менеджменту» розрізняють такі **види консалтингу**:

**1. Загальне управління** — визначення ефективності системи управління; оцінка бізнесу; управління нововведеннями; визначення конкурентноздатності/вивчення кон'юнктури ринку; диверсифікованість становлення нового бізнесу; міжнародне управління; оцінка управління; злиття і придбання; організаційна структура і розвиток; приватизація; управління проектами; управління якістю; реорганізація інженерних служб; дослідження і розвиток; стратегічне планування;

Консультантів із загального управління запрошуюють для допомоги у вирішенні проблем, пов'язаних із існуванням підприємства і перспективами бізнесу. Вони оцінюють стан справ на підприємстві в цілому і зовнішнє його середовище, визначають загальні цілі і систему цінностей підприємств, розробляють стратегію розвитку, складають прогнози, допомагають в організації філій і дочірніх фірм, дають рекомендації із зміни форм власності і складу власників, придбання майна, чи акцій, паїв, удосконалення організаційних структур тощо.

Приклади консалтингових продуктів: нова редакція установчих документів, рекомендації щодо реорганізації підприємств та диверсифікації бізнесу, стратегія розвитку бізнесу тощо.

**2. Адміністрування** — аналіз роботи канцелярії; розміщення, переміщення відділів; управління офісом; організація і методи управління; регулювання ризиків; гарантії безпеки; планування робочих приміщень і їх оснащення.

Консультанти з адміністративного управління (адміністрування) опікуються такими питаннями як формування і реєстрація компаній, організація роботи офісу, обробка даних, система адміністративного контролю і т.д. Їхнє основне завдання — оптимізувати управління організацією.

Приклади консалтингових продуктів: оптимізація системи адміністрування (управління) на підприємстві тощо.

**3. Фінансове управління** — системи обліку; оцінка капітальних витрат; оборот фірми; зниження собівартості; неплатоспроможність (банкрутство); збільшення прибутку; збільшення доходів; оподаткування; фінансові резерви.

Консультанти з фінансового управління надають допомогу у вирішенні трьох основних завдань:

- 1) пошук джерел і використання фінансових ресурсів;
- 2) оцінка і підвищення поточної фінансової ефективності діяльності організації;
- 3) зміцнення фінансового становища організації на перспективу.

Вони опікуються питаннями фінансового планування і контролю, оподаткування, бухгалтерського обліку, розміщення акцій і паїв на ринку, залучення кредитних та інвестиційних ресурсів, страхування, прибутку і собівартості, неплатоспроможності тощо.

Приклади консалтингових продуктів: інвестиційний проект, бізнес-план інвестиційного проекту, аудиторський висновок, оптимізація системи управління фінансами підприємства тощо.

**4. Управління кадрами** — «професійний рух» і скорочення штатів; культура корпорації; рівні можливості; пошук кадрів; добір кадрів; здоров'я і безпека; програми заохочення; внутрішні зв'язки; оцінка робіт; трудові угоди і зайнятість; навчання менеджменту; планування робочої сили; мотивація; пенсії; аналіз функціонування; психологічна оцінка; винагорода; підвищення кваліфікації працівників.

Консультанти із управління кадрами розробляють рішення з питань підбору співробітників, контролю якості кадрового складу, системи оплати праці, підвищення кваліфікації і управління

кадрами, охорони праці і психологічного клімату в колективі. Їх головне завдання — сприяти менеджерам в оптимізації залучення і використання такого ключового для будь-якої організації ресурсу, як людський фактор.

Приклади консалтингових продуктів: підбір кадрів, корпоративні тренінгові (навчальні) програми, діагностика та оптимізація системи управління кадрами, розробка та впровадження системи атестації кадрів, розробка системи мотивації персоналу тощо.

**5. Маркетинг** — реклама і сприяння збуту; корпоративний образ (імідж) і відносини з громадськістю; післяпродажне обслуговування замовників; дизайн; прямий маркетинг; міжнародний маркетинг; дослідження ринку; стратегія маркетингу; розробка нової продукції; ціноутворення; роздрібний продаж і дилерство; управління збутом; навчання із питань збуту; соціально-економічні дослідження і прогнозування.

Консультанти із маркетингу надають менеджерам допомогу у вирішенні життєво важливого для будь-якого підприємства, що діє в умовах ринкової економіки, завдання: забезпечення такого його функціонування, щоб вироблені їм товари і послуги були куплені споживачем. Вони опікуються питаннями дослідження ринку і забезпечують прийняття рішень в області збуту, ціноутворення, реклами, розробки нової продукції і т. д. Оскільки в умовах ринкової економіки найбільш складною проблемою для підприємства є не виробництво, а продаж продукції, то маркетинг є однією з найважливіших сфер консультаційного забезпечення бізнесу.

Приклади консалтингових продуктів: дослідження ринку товарів, робіт, послуг, розробка та впровадження маркетингової стратегії, оптимізація ціноутворення, складання плану заходів та бюджету рекламної кампанії тощо.

**6. Виробництво** — автоматизація; використання устаткування і його технічне обслуговування; промисловий інжиніринг; переробка матеріалів; регулювання внутрішнього розподілу матеріалів; упакування; схема організації робіт на підприємстві; конструювання й удосконалювання продукції; управління виробництвом; планування і контроль за виробництвом; підвищення продуктивності; закупівлі; контроль якості; контроль за поставанням вузлів і деталей.

Консультанти з організації виробництва, що розуміються в економічних, управлінських і інженерних питаннях, надають менеджерам допомогу у вирішенні таких завдань, як вибір технології виробничого процесу, стимулювання продуктивності праці,

оцінка і контроль якості продукції, аналіз витрат виробництва, планування виробництва, використання устаткування і матеріалів, конструювання й удосконалювання продукції, оцінка робіт тощо.

Приклади консалтингових продуктів: діагностика, розробка та впровадження систем управління якістю, підбір та встановлення високотехнологічного обладнання тощо.

7. Інформаційна технологія — САПР/АСУ; застосування комп'ютерів в аудиті й оцінці; електронна видавнича діяльність; інформаційно-пошукові системи; адміністративні інформаційні системи; проектування і розробка систем; вибір і установка систем.

Консультанти з інформаційних технологій займаються розробкою рекомендацій з упровадження систем автоматизованого проектування (САПР) і автоматизованих систем управління (АСУ), інформаційно-пошукових систем, застосування комп'ютерів у бухгалтерському обліку тощо.

Приклади консалтингових продуктів: розробка (підбір), встановлення автоматизованих систем управління (програмних продуктів та відповідного технічного забезпечення), навчання персоналу тощо.

8. Спеціалізовані послуги — навчальне консультування; консалтинг з управління електроенергетикою; інженерний консалтинг; екологічний консалтинг; інформаційний консалтинг; юридичний консалтинг; консалтинг по управлінню розподілом матеріалів і матеріально-технічному постачанню; консалтинг у державному секторі; консалтинг з телекомунікацій.

Спеціалізовані консалтингові послуги — це ті види послуг, що не належать до жодної із семи описаних вище груп. Вони відрізняються від них або за методами, або за об'єктами, або за характером впроваджуваних знань (інженерний консалтинг, юридичний консалтинг тощо).

Приклади консалтингових продуктів: юридичні, інжинірингові, телекомунікаційні послуги (наприклад, розробка та адміністрування веб-сторінки фірми), результати екологічного аудиту тощо.

### **3.2. СУТНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО КОНСАЛТИНГУ**

Володіти кількома мовами сьогодні так само природно, як скажімо, поєднувати кілька професій або навіть посад. Процеси міжнародної інтеграції та глобалізації стають дедалі відчутні-

шими Нині успішна діяльність передбачає визнання у світі. Бути відомим лише в межах певної країни вже замало.

Стати ж повноправним учасником світового співтовариства можуть лише професіонали. Логічно, що і про міжнародний консалтинг доводиться чути все частіше.

Міжнародний консалтинг можна розглядати у двох аспектах — як один з напрямів світового ринку послуг та як спосіб спеціалізації того чи іншого виду консультаційної допомоги (міжнародний фінансовий, інвестиційний чи, приміром, кадровий консалтинг).

Аби якомога глибше зрозуміти суть міжнародного консалтингу, є сенс зважати на обидві позиції.

Світовий ринок послуг — це система міжнародних відносин обміну, що ґрунтуються на відповідному поділі праці та інших формах міжнародних економічних відносин, де основним товарним об'єктом виступають різноманітні види послуг. У підручниках з економіки послугами називають продукти праці, які створені в результаті угод про купівлю-продаж і яким притаманні усі властивості товару, проте у них відсутня уречевлена форма.

Активний розвиток світового ринку послуг обумовлений багатьма чинниками. Насамперед, активізацією такого явища, як міжнародний поділ праці і, як наслідок, виникненням все нових і нових видів діяльності. Стрімкими кроками рухається науково-технічний прогрес. Нові інформаційні технології удосконалюються ледь не щодня. Паралельно ускладнюються процеси виробництва, самостійно налагодити які практично неможливо. Все це призводить до перенасичення ринків товарами, що, у свою чергу, потребує додаткових знань стосовно організації ефективного продажу. Інформаційний бум, збільшення сучасних видів транспорту, нові наукові відкриття та форми розвитку економічних процесів — усе це більшою чи меншою мірою спричинило активність світового ринку послуг.

Міжнародний ринок послуг включає в себе міжнародні фінансові послуги (міжнародний лізинг, факторинг, франчайзинг), міжнародний туризм, міжнародний ринок так званих професійних послуг і міжнародний консалтинг. Останній є видом міжнародної діяльності з надання послуг, яку здійснюють спеціалізовані фірми одних країн у вигляді надання порад державам, виробникам, продавцям і покупцям інших країн з широкого кола питань з метою провадження успішної комерційної діяльності. Послугам у цьому посібнику відведено спеціальний розділ — п'ятий.

Консалтингову допомогу також можуть надавати спеціалізовані фірми в межах однієї країни щодо зовнішньоекономічної діяльності замовника. Іншими словами, **міжнародний консалтинг** — це така система послуг світового рівня, коли спеціалізовані фірми, проаналізувавши і дослідивши проблему клієнта, дають рекомендації стосовно її оптимального вирішення і отримують за це певну винагороду.

Досить часто консалтингові послуги надаються паралельно чи разом з іншими, а тому суто консультаційних фірм у світі не так уже й багато. Частіше зустрічаються компанії, котрі спеціалізуються на наданні комбінованих послуг, скажімо аудиторські плюс консалтингові чи юридичні у поєднанні з консалтинговими тощо.

Нерідко консультаційна допомога надається фірмами, що спеціалізуються на абсолютно інших видах діяльності. Усім відомі приклади, коли гіганти нафтової, автомобільної та електронної промисловості створюють філії чи дочірні компанії, розширюючи за рахунок консалтингових послуг свій основний бізнес.

Консалтинг передбачає навчання та професійну підготовку персоналу замовника. Такий підхід робить консультації справді ефективними, адже, по суті з абстрактних тверджень вони у цьому разі перетворюються на практичні рекомендації.

Попередня оцінка консалтингових послуг, як правило, здійснюється з урахуванням професійної цінності й досвіду практичної діяльності виконавця, а також економічного ефекту, що очікується від втілення порад конкретною бізнес-структурою.

Якщо говорити про міжнародний консалтинг як своєрідний спосіб спеціалізації деяких вітчизняних компаній, то можна стверджувати — фірм, які професійно надавали б консалтингові послуги міжнародного рівня, в Україні поки що дуже мало. Наразі додавання до їх назви прикметника «міжнародний» нічого крім невиправданого завищення цін, не дає. Наголосимо, це стосується консалтингових фірм з українським капіталом.

Говорячи про міжнародний консалтинг, важко лишити поза увагою досить цікаву національну тенденцію. Річ у тім, що поняттям «міжнародний» часто характеризують відповідну якість послуг. Міжнародний — значить солідний, дуже якісний. Зауважте, про визнання таких послуг світовою спільнотою не йдеться.

Усі ми прагнемо до Європейського Союзу. А ще дуже хочеться будувати свій бізнес відповідно до європейських або, навіть,

світових вимог. Мабуть цим і пояснюється бажання чи не кожної компанії надавати послуги такого рівня.

І все ж міжнародний консалтинг — не тільки відповідна якість інтелектуальної допомоги. Це поняття охоплює досить широкий і водночас чітко окреслений перелік послуг. Кожен вид консалтингової допомоги може бути міжнародним. На теренах України найбільшого поширення набув міжнародний аудит (якщо кваліфікувати його як один з інструментів фінансового консалтингу), що обумовлено розвитком ринкових відносин та інтеграцією українських компаній у світову економіку. Стало очевидно система бухгалтерського обліку має відповідати міжнародним вимогам до фінансової звітності. Перехід до нових стандартів у цій сфері — принципово важливий чинник для залучення іноземних інвестицій, що став поштовхом до розвитку міжнародного інвестиційного консалтингу. Поглиблення зовнішньоекономічних відносин між країнами та інтернаціоналізація виробництва сприяють пожвавленню світової торгівлі й руху капіталів. Вихід на зовнішні ринки — нині найбільш актуальне завдання для кожного українського підприємства. Між тим конкуренція у світі стає дедалі жорсткішою. Саме тому консалтинг у сфері зовнішньоекономічної діяльності та міжнародного маркетингу стає обов'язковою складовою національного ринку консалтингових послуг.

Набирає обертів ІТ-консалтинг. Довідково: ІТ (від англ. *information technology*, *IT*) — інформаційні технології — широкий клас дисциплін та галузей діяльності, що стосуються технологій управління та обробки даних, у тому числі, з використанням комп'ютерної техніки. В наш час, під інформаційними технологіями, частіше за все, розуміють комп'ютерні технології. Зокрема, ІТ мають справу з використанням комп'ютерів та програмного забезпечення для зберігання, преобразовання, захисту, обробки, передачі та отримання інформації. Спеціалістів з комп'ютерної техніки та програмуванню часто називають ІТ-спеціалістами.

Хоча такі послуги коштують дорого, попит на них — колосальний. Не дивно що світові ІТ-компанії бажають мати представництва в нашій країні.

Міжнародний кадровий консалтинг як явище обмежується в Україні хіба що «executive search» — коли іноземні бізнес-структури переманюють висококваліфікованих вітчизняних спеціалістів, здебільшого науковців.

### 3.3. ВИДИ МІЖНАРОДНОГО КОНСАЛТИНГУ

#### 3.3.1. МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНСАЛТИНГ

Фірма, які надають фінансові послуги, сьогодні не бракує. Вони готові вивчати тенденції розвитку бізнес-структури, оцінювати потенціал, давати поради стосовно підвищення вартості бізнесу. Клієнтам (українським підприємствам і представництвам іноземних компаній) пропонується аудит, консалтинг у сфері оподаткування й підтримки бізнесу.

Консалтингові компанії допомагають зробити перехід на міжнародні стандарти фінансової звітності якомога простішим. З цією метою розробляють і реалізують індивідуальний план такого переходу складають і тестують окремі документи (облікова політика, проформи звітності, плани рахунків) тощо. Тобто забезпечують повноцінну фінансову роботу будь-якої організації.

Характерною рисою міжнародного фінансового консалтингу є те, що консультативні послуги надаються іноземними та українськими фахівцями, які мають відповідну підготовку та кваліфікацію. Такі спеціалісти повинні розумітися і на місцевих умовах та правилах ведення бізнесу, і на міжнародних.

Все більше вітчизняних компаній мають намір у найближчому майбутньому вийти на світові ринки капіталу, тож супроводження відповідних операцій набуває все більшого значення. Міжнародна консалтингова компанія, незалежно від спеціалізації, оперує кількома мовами (обов'язково — англійська плюс 3-4 мови на вибір клієнта), залучає до роботи консультантів та експертів з різних країн, має представництва в інших країнах (чим більше представництв — тим відомішою є компанія у світі), є учасницею професійних міжнародних об'єднань (наприклад Європейської бізнес-асоціації, Асоціації незалежних аудиторських і консалтингових фірм тощо).

Окремо слід сказати про міжнародні юридичні послуги. Партнерські відносини з іноземними компаніями не обходяться без участі спеціалістів з міжнародного права. Такі послуги в основному надають компанії, що спеціалізуються на цьому виді юридичної допомоги. Компаній, які б давали консультації лише з міжнародного права, — небагато. Як правило, такий вид юридичної допомоги пропонується в комплексі з іншими видами консалтингових послуг.



Управління ефективністю бізнесу — питання складне. Досягнення успіху в цій сфері залежить не лише від індивідуального підходу до кожного клієнта, а й від професіоналізму експертів. Міжнародні компанії мають змогу залучати до роботи консультантів з різних країн. Чим більше фахівців — тим кращих результатів буде досягнуто при вирішенні окремої проблеми.

Основними гравцями на цьому ринку послуг є українські представництва світових консалтингових компаній: Deloitte&Touche, Ernst&Young, McKinsey&Co, PriceWaterhouseCoopers тощо.

Багато українських фірм, маючи партнерів у Росії чи країнах Балтії, позиціонують себе як спеціалістів з міжнародного фінансового консалтингу. Тож стратегія їх просування зосереджується навколо слова «міжнародний». Особливого пафосу додає також можливість надання консультацій англійською мовою, однак якість таких послуг важко порівняти з роботою справжніх консалтерів-міжнародників. Отже, українським компаніям, аби завоювати свого клієнта, варто шукати конкурентні переваги.

### **3.3.2. МІЖНАРОДНИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КОНСАЛТИНГ**

Останнім часом обсяг іноземних інвестицій в українську економіку зменшився, що, проте, не означає припинення цього процесу. Супроводження інвестиційних проектів — ласий шмат пирога для вітчизняних консалтингових компаній. Саме тому фірм, які заявляють про себе в зазначеному сегменті ринку, стає все більше.

Консалтингові компанії пропонують повний комплекс послуг, пов'язаних з розробкою та реалізацією інвестиційних проектів, залученням інвесторів (в основному іноземних) і кредиторів.

Залучення інвестицій — процес складний і тривалий. На початковому етапі він передбачає визначення обсягів і параметрів необхідних інвестицій ризиків, вироблення відповідної стратегії, планування заходів, пов'язаних з пошуком інвесторів і підготовкою компанії до роботи з ними, розробку бізнес-плану проекту, його фінансової моделі і, нарешті, обґрунтування інвестиційної пропозиції.

Наступний крок визначає коло потенційних інвесторів, яким презентується інвестиційний проект. Відбуваються перемовини щодо схеми й умов інвестування, аналізуються можливі ризики та пропонуються шляхи їх уникнення. Після цього, як правило,

консалтингова компанія супроводжує проведення інвестором аудиту проекту та оцінки вартості бізнес-структури, а також укладання інвестиційного договору та увесь процес реалізації відповідних заходів.

Міжнародний інвестиційний консалтинг — це також всебічна підтримка іноземних інвесторів і надання їм потрібної допомоги на кожному з етапів інвестування.

Виділяти компанії, які можна з упевненістю назвати основними гравцями ринку, поки зарано, оскільки сегмент міжнародного інвестиційного консалтингу наразі розмитий і нечіткий — він перебуває на стадії формування.

### **3.3.3. КОНСАЛТИНГ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Це, мабуть, один з найбільш «незрозумілих» видів інтелектуальної допомоги. Учасники ринку під це поняття «підтягують» ледь не кожен вид послуг, що так чи інакше передбачає роботу з іноземними компаніями і консультування стосовно складання документації, і юридичну допомогу з питань податкового й валютного законодавства, і шляхи оптимізації витрат на транспорт та митницю, і правове забезпечення зовнішньоторговельної діяльності, і навіть ділове листування із зарубіжними бізнес-партнерами.

Конкуренти у відповідь на такий широкий асортимент послуг пропонують допомогу в сертифікації товарів, проведенні досліджень ринкової кон'юнктури, аналізі конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках. Ще інші, надаючи консалтингові послуги стосовно зовнішньоекономічної діяльності, розробляють маркетингові стратегії та комплекс конкретних заходів щодо їх реалізації. Або ж готують список зарубіжних компаній, які працюють у сфері, що є цікавою для клієнта.

Що ж варто розуміти під консалтингом зовнішньоекономічної діяльності? У першу чергу, це, звісно, консультації стосовно митного та валютного законодавства, надання оперативної інформації про відповідні заходи, роз'яснень щодо державної політики, законодавства, специфіки оподаткування та митних тарифів, організація виставок, пошук партнерів, виробників або споживачів продукції чи послуг, що цікавлять замовника, проведення маркетингових досліджень, забезпечення каталогами

українських компаній. Додайте до цього зазначені вище послуги — і цілісна картина консалтингу зовнішньоекономічної діяльності перед вами.

Фахівців, яким під силу надавати таку допомогу, в нас бракує. Іноземні ж консультанти не в змозі повністю втямувати особливості українського бізнесу.

### **3.4. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КОНСАЛТИНГУ**

До основних гравців світового ринку консалтингу належать: Arthur Anderson, Boston Consulting Group, Deloitte&Touche, Ernst&Young, The Hackett Group, Houlihan Lokey, Howard&Zukin, Ibbotson Associates, KMPG, LEK/Alcar Group, McKinsey&Co, Mitchell Madison Group, PriceWaterhouseCoopers, Stanford Consulting Group, Stern Stewart&Co.

Сучасний розвиток світового управлінського консультування характеризується порівняно високими темпами зростання (табл. 3.1). За даними бюлетеня «Consultants News», з 1990 року галузевий щорічний темп приросту складає 10 %, а у провідних фірм цей показник коливається від 20 до 30 %. Якщо для інших сфер бізнесу десятивідсоткове зростання є більш-менш задовільним, то для консалтингу такий рівень вважається критичним.

Бізнес-успіх консалтингу залежить від складності управлінських проблем, які виникають на сучасних підприємствах, та невідзначеності ділового середовища, що спричиняє невпевненість менеджерів та змушує їх звертатися за допомогою. Стрімкий поступ управлінського консалтингу спричинений також відсутністю узгоджених стандартів (на відміну від таких видів консалтингу, як юриспруденція), що дозволяє практично будь-якому спеціалістові, хоч трохи обізнаному в цій справі, займатися консультуванням.

Нині спостерігається тенденція колонізації американським і європейським консалтингом ринків Азії, Індії та Східної Європи. Завдяки такій геополітиці провідні консалтингові фірми отримують більше третини своїх доходів. Останнім часом привабливим та прибутковим стало консультування соціального та державного секторів та послуги з public relations, які у 1995 році принесли 224 млн дол. США Andersen Consulting і 171 млн дол. США — Coopers & Lybrand.

Таблиця 3.1

**ДИНАМІКА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ  
ДІЯЛЬНОСТІ ПРОВІДНИХ КОНСАЛТИНГОВИХ ФІРМ**

Назва консалтингової фірми	Дохід, чол. дол. США		Приріст	Кількість консультантів	Кіль- кість партне- рів	Кількість персоналу	Прибуток на одного чол. дол. США
	1994	1993					
Andersen Consulting	3,452,0	2,876,0	20	27,563	878	32,711	125,200
McKinsey & Co.	1,500,0	1,300,0	15,4	3,200	500	5,800	468,800
Ernst & Young	1,181,4	1,040,0	13,6	7,900	—	—	149,500
Deloitte Tohmtsu Int.	1,061,0	880,0	20,6	7,277	774	8,795	143,800
Coopers & Lybrand	1,049,4	894,0	17,4	7,288	599	—	142,000
Booz—Allen & Hamilton	950,0	814,0	16,7	4,534	192	6,128	209,500
Mercer Consulting Group	933,0	855,0	9,1	—	—	8,254	—
KPMG	875,0	746,0	17,3	6,779	625	7,754	129,100
Arthur Andersen	832,9	672,2	23	—	—	—	—
Towers Perrin	766,8	702,9	9,1	1,605	619	5,260	477,800
Price Waterhouse Mgt. Consultants	763,0	723,0	4,4	6,700	—	—	112,700
Gemini Consulting	551,0	516,0	6,8	1,700	—	2,100	324,100
CSC Consulting Group	510,0	390,0	30,8	2,300	—	2,850	221,700
American Management Systems	460,0	364,0	26,4	3,850	—	4,500	119,500

The Wyatt Company	433,4	410,1	5,7	—	—	—	3,670	—
The Boston Consulting Group	430,0	340,0	26,5	1,125	—	—	—	382,200
Hewitt Associates	396,0	356,5	11,1	3,000	—	—	4,500	132,000
A.T.Kearney	346,3	278,0	24,6	1,036	110	—	1,762	334,300
Sedgwick Noble Lowndes	315,5	—	—	—	—	—	3,850	—
Arthur D Little	300,0	252,0	19,0	720	—	—	985	416,700
Bain & Company	289,4	231,5	25,0	1,000	110	—	1,400	289,000
PA Consulting Group	282,5	258,4	9,3	1,200	168	—	2,000	235,400
The Alexander Consulting Group	228,5	231,5	-1,3	1,327	—	—	2,043	172,200
Roland Berger & Partner	203,2	176,0	15,5	465	83	—	741	437,000
The Hay Group	185,0	200,0	-7,5	758	—	—	1,900	244,100
EDS Management Consulting Services	180,0	65,0	176,9	1,200	—	—	1,600	150,000
Buck Consultants	175,0	165,0	6,1	660	235	—	1,500	265,200
Foster Higgins/Johnson & Higgins	169,0	164,0	3,0	1,000	—	—	1,300	169,000
Proudfoot	165,0	208,1	-20,7	—	—	—	872	—
Bossard Consultants	142,0	163,0	12,0	700	80	—	905	202,900

Серед найважливіших причин стрімкого розвитку управлінського консультування та зростання попиту на консалтингові послуги на світовому ринку слід назвати такі:

- загальну тенденцію глобалізації бізнесу, яка сприяє попиту на консалтингові послуги як серед транснаціональних корпорацій, що захоплюють нові ринки, так і серед щойно створених компаній, які сподіваються позиціонуватися на світовому ринку;
- можливість використання ідей і таланту консультанта як конкурентну перевагу в ринковій боротьбі;
- необхідність впровадження інформаційних технологій, які дозволяють у значній мірі підвищити продуктивність компаній.

Спектр питань, якими займається сьогодні управлінське консультування, є широким і динамічним. Він залежить від попиту на консультаційні послуги та вимог до їх змісту і якості.

### **3.5. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНСАЛТИНГУ В УКРАЇНІ**

Українські оператори консалтингового ринку зазначають, що перші прояви консалтингу на території України з'явилися ще під час легендарної «перебудови». Однак реальний прихід консалтингових послуг на українські терени відбувся з появою великих транснаціональних компаній гравців та організацій міжнародної технічної допомоги на кшталт USAID, TACIS, Know-how тощо. А це — період з 1990 до 1995 року. Тоді ж з'явилися українські консалтингові центри, які спеціалізувалися передусім на навчанні та тренінгах.

Період становлення національного професійного консалтингу припадає на наступні п'ять років. Тогочасне збільшення попиту пояснюється великою кількістю приватизаційних процесів та відкриттям нових видів бізнесу. Відповідно, — з'явилося чимало українських консалтингових фірм, а також впроваджувалися декілька міжнародних проектів із залученням вітчизняних консультантів.

У період з 2000 по 2005 роки відбувається більш-менш чітка сегментація ринку. Цей етап фахівці називають періодом зростання національного професійного консалтингу.

Нині український консалтинг переживає період інтеграції у глобальний ринок. Окрім помітного збільшення кількості операторів та приросту об'єму ринку, відзначається ріст професіоналізму спеціалістів.

За експертними оцінками, нині в Україні працює близько 500 консалтингових фірм. Серед них виділяються представництва так званої «Великої четвірки», чії офіси знаходяться у Києві: Ernst&Young, KPMG, PWC, Deloitte. Активно працюють й інші транснаціональні компанії, однак їх представництва розташовані переважно в Росії: McKeansey, A. T. Kearney, Accenture, BCG, IBM Consulting, Roland Berger та інші. Через суттєву прірву, яка все ще спостерігається між великими транснаціональними та українськими локальними компаніями, конкуренції між ними, практично, немає: кожен конкурує у своїй «ваговій категорії». Щоби працювати якісніше, локальні оператори все частіше об'єднуються у консорціуми для виконання конкретних проектів.

За видами послуг фахівці розподіляють консалтинг на чотири групи: стратегічний консалтинг, операційний менеджмент, IT2-та HR3-консалтинг. Найбільший сегмент ринку — 35 % — займає IT-консалтинг.

Як правило, споживачі ринку — це лідери у своїх галузях, компанії, які на власній «шкірі» відчули всі принади роботи у висококонкурентному середовищі. Власне вони першими зрозуміли, що для підтримки конкурентоспроможності їм потрібні досконаліші інструменти управління, вишуканіші підходи до ведення бізнесу.

Існує чітка залежність між галуззю підприємства-клієнта і спеціалізацією консалтингової компанії. Жорсткіша конкуренція у високоціновому сегменті ринку. Із представниками таких галузей, як енергетика, нафтогазова, важка промисловість, фінанси і телекомунікації (55 % ринку), в основному працюють відомі компанії — іноземні або спільні підприємства.

«Середню» цінову ланку найчастіше обслуговують українські консалтингові компанії по всьому існуючому спектру послуг (переважає HR-консалтинг і операційний менеджмент).

З малими підприємствами і мікробізнесом в основному працюють невеликі бізнес-центри по наданню низькоцінових послуг (автоматизація бухгалтерського обліку, тренінги з продажів тощо). Малий бізнес вже стає більш професійним і розуміє, що можна використовувати консультантів, аби позбутися певного пакета проблем. Так, на умовах аутсорсингу багато компаній малого та середнього бізнесу віддали консультантам ведення своєї бухгалтерії та інші види діяльності. Варто нагадати, що аутсорсинг (out — зовнішній, source — джерело) — це «позичання ресурсів ззовні». Іншими словами, аутсорсинг це виконання сторонньою організацією певних задач або деяких бізнес-процесів, що зазви-

чай не є профільними для бізнесу компанії, але, тим не менш, необхідних для повноцінного функціонування бізнесу, як спосіб оптимізації діяльності підприємств за рахунок концентрації зусиль на основному предметі діяльності та передачі непрофільних функцій та корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим компаніям. Принцип аутсорсингу: «залишаю собі лише те, що можу робити краще за інших, передаю зовнішньому виконавцю те, що у нього виходить краще за інших». Аутсорсинг умовно поділяють на два види — виробничий аутсорсинг та аутсорсинг бизнес-процесів.

На українському консалтинговому ринку нині попит переважає пропозицію, що стимулює ріст цін. Вартість послуг відомих іноземних компаній («Велика четвірка» та інші) вимірюється у людино-годинидах і становить від 100 до 500 доларів за годину — залежно від кваліфікації та іміджу консультанта.

Вартість проектів українських фірм найчастіше вимірюється у людино-днях і складає 50—300 доларів за день. Середня вартість консалтингового проекту більшості компаній, що працюють на вітчизняному ринку, складає 1000—000 доларів. Середня вартість проекту відомих закордонних компаній перевищує 10 тисяч доларів.

Ці цифри доволі відносні, позаяк дуже часто навіть до стандартних послуг застосовується індивідуальний підхід, а відповідно — змінюється кошторис.

Серед найбільших проблем своєї діяльності, оператори ринку консалтингових послуг називають низьку поінформованість потенційних клієнтів про консалтинг, нерозуміння його важливості у бізнесі, низький рівень платоспроможності підприємців.

Також суттєвою проблемою залишається кваліфікований персонал.

Це дуже болюче питання, тому що консалтинговий бізнес є персонал-залежним, побудованим винятково на людях. Відповідно, — якість людських ресурсів, реальна орієнтованість консультанта на потреби клієнтів — визначальний фактор конкурентоспроможності. На початку ХХІ століття велика частка так званих консалтингових компаній належала до категорії «грантоїдів», тобто жила на гроші міжнародних донорських проектів. І, на жаль, досі на ринку кадрів для консалтингу збереглися певні паразитичні настрої: екс-«грантоїди» звикли не заробляти гроші, а отримувати їх, особливо не турбуючись про результати.

Як вже зазначалося, дуже популярною послугою, яку надають консалтингові компанії, є тренінги. Однак в Україні спостеріга-



ється ситуація, коли фірми займаються лише тренінгами, а при нагоді беруться за виконання інших послуг зі сфери консалтингу. Фахівці радять розрізняти ці поняття і остерігатися таких компаній, оскільки на надання консалтингових послуг відповідної якості у них може просто бракувати ресурсів.

«Треба бігти вдвічі швидше аби принаймні лишатися на місці» — сказав колись відомий герой «Аліси у Задзеркаллі». Економічне життя стає все насиченішим, прогрес — все безкомпроміснішим. Нові часи висувають бізнесу все суворіші вимоги, а фразу: «Сьогодні ні в чому не можна бути впевненим на сто відсотків» доводиться чути дедалі частіше.

Зробити бізнес успішним обіцяють десятки тисяч консалтингових компаній різного рівня і спрямування. Компаніям пропонуються послуги від аудиту і підбору персоналу до консалтингу в сфері маркетингу та відносин з громадськістю. Як не розгубитися у такому розмаїтті послуг і виділити головне?

Не секрет, що інформаційні технологи займають дедалі сильніші позиції. Вони проникають у всі сфери життя удосконалюючи людську діяльність.

Прискорення темпів глобалізації призводить до зникнення кордонів і бар'єрів між країнами, регіонами, культурами. Відстані «скорочуються»: якщо раніше компанії розташовані на відстані 300 км одна від одної, могли й не знати про існування «сусіда», то нині вони можуть опинитися у жорсткому протистоянні якості, ціни, інновацій та підходу до клієнта.

Вступ України до СОТ, а в перспективі й до ЄС, ще більше відкріє країну для нових гравців на наших ринках. Покладатися на митницю як на інструмент захисту свого ринку нині вже, як мінімум, недалекоглядно.

Конкуренція стає просто шаленою, а інформаційні потоки — безмежними. Усе знати сьогодні не потрібно та й навряд чи це практично можливо. Досягають успіху ті, хто вміє оперативно та якісно шукати потрібне. Якщо колись щасливчиками називали умільців опинитися у потрібний час у потрібному місці, то наразі такими є ті, хто вміє вчасно знайти потрібну інформацію. Пам'ятає, хто править світом? Володар інформації.

Чим ширша сфера діяльності компанії — тим більше інформації в її активах, орієнтуватися в ній стає дедалі важче. Якщо не запровадити алгоритм, який дозволить обробляти інформацію, систематизувати й кодифікувати її, ваш персонал замість того, аби генерувати цікаві ідеї, застрягне у рутині щоденних звітів, витягів, положень та інструкцій.

Ситуація ускладнюється ще й тим, що робота за таких умов стає надто персоналізованою. Навіть найпростіший звіт, скажімо про витрати компанії на канцелярські товари, буде під силу зробити швидко та якісно лише одній спеціально навченій людині. І не тому, що її дуже довго вчили цьому «високому мистецтву», а просто вона виконувала дану операцію надто довго, так, що процес дійшов до автоматизму. Звільнилася людина — і знову виникають проблеми зі складанням документа, поки новий працівник не освоїть нехитрої методи.

Дрібниці? Тільки на перший погляд. Витрачається безцінний час а він, як відомо, — гроші, причому гроші — ваші. Ця ж проблема виникає і при складанні соліднішої звітності, підготовці документів, де фігурують мільйонні кошти. Скільки коштуватимуть вам подібні «простої»? Рахунок йде на хвилини.

Непоодинокі випадки, коли компанія втрачала мільйонні кошти внаслідок несвоєчасного рішення керівництва. Мало хто не стикався із ситуацією, коли потрібної людини не було на місці, а із прийняттям рішення не можна було зволікати. Поклалися на сакраментальне «А-а-а, яось буде!» — і «влетіли», як то кажуть, за повною програмою.

Подібних проблем можна було уникнути, якби у найвідповідальніший момент під рукою була саме та інформація — своєчасна, повна й точна.

Нестабільність фінансових і технологічних циклів призводить до того, що компанії змушені тримати суттєвий «запас міцності» на випадок несприятливого розвитку подій. А наскільки краще було б гнучко відреагувати в момент виникнення загрози замість того, щоб повільно змінювати курс, прогинаючись під ударами ринку!

Додайте до цього ще регулюючі органи та акціонерів, у тому числі міноритарних, які вимагають збільшити прозорість діяльності компанії, нематеріальні активи, роль яких постійно зростає, методи управління, що лишаються неочевидними. Ускладнюється ринок праці, спеціалізація стає все більш вузькою, і почасти особливо рідкісним спеціалістам знайти заміну стає неможливим. У кінцевому підсумку з'являється клубок нерозв'язаних проблем, а керівник компанії потрапляє у полон власної організації.

Щоб вижити в сучасній економіці, потрібно швидко освоювати величезні інформаційні масиви, миттєво реагувати в ситуації; аналізувати зміни, приймати рішення і відразу ж адаптуватися. Вчорашні рецепти успіху сьогодні вже не підходять. Лідеру потрібно бігти з космічною швидкістю аби не втратити здобутого важкою працею статусу.

Нині ІТ-компанії пропонують низку послуг, спрямованих на управління ефективністю бізнесу:

- стратегія та архітектура бізнесу;
- управління фінансами;
- управління взаємовідносинами з клієнтами;
- управління ланцюжками поставок;
- інформаційні системи для управління ефективністю бізнесу;
- аудит і податкове консультування.

Консалтингові послуги в сфері управління та інформаційних технологій користуються значною популярністю — нині це чи не найприбутковіший бізнес. Поряд з СРМ активно використовуються поняття ЕРМ (Enterprise Performance Management) і ВРМ (Business Performance Management) — по суті, двійники СРМ — концепції що складається з ряду окремих операцій які в тому чи іншому вигляді використовуються мало не в усіх компаніях.

Кожна компанія (незалежно від її спеціалізації) повинна працювати зі своїм майбутнім, теперішнім і минулим.

Робота над майбутнім — це моделювання, планування та бюджетування. Зокрема, у процесі моделювання компанія моделює взаємозв'язки та залежності всередині та з навколишнім діловим оточенням. Приміром, аналізує, як залежить план виробництва від рівня ціни на весь асортимент продукції. Або чи залежить закупівля сировини та напівфабрикатів від результатів маркетингових досліджень. У свою чергу, яким чином від цих закупівель залежать витрати на складське господарство тощо. Повноцінна актуальна «жива» модель — потужний інструмент роботи з майбутнім кожної компанії.

У процесі планування компанія вибирає цілі та визначає пріоритети. Можна поставити собі за мету, скажімо, відкрити п'ять нових представництв, закінчити дослідження і запустити у виробництво новий продукт. А можна — оптимізувати численність і завантаженість персоналу, збільшити власні показники на ринку. Варіантів може бути безліч — усе залежить від специфіки конкретної компанії.

Якщо ми говоримо про бюджетування, то тут, в першу чергу, йтиметься про готовність компанії виділити людські, часові та фінансові ресурси під заявлені цілі. Так, на відкриття п'яти нових філій компанія готова витратити 4 місяці, задіяти п'ять профільних спеціалістів і викласти 1,3 млн гривень.

У момент, коли майбутнє стає теперішнім, головним для керівника компанії стає моніторинг діяльності. Шквал інформації не

містить жодної користі, якщо вона незрозуміла. Уміння концентруватися на головному стає запорукою виживання.

Найбільш поширений інструмент моніторингу — система збалансованих показників (СЗП), головне призначення якої — показати поточну ситуацію в її головних проявах, відкинувши другорядне. Найнеобхідніша у конкретний момент інформація допоможе прийняти правильне рішення. Чи вкладаємося ми у бюджет? Не втрачаємо частку ринку? Наскільки лояльні клієнти? Наскільки прийнятні збої в роботі обладнання? Чи здобуваємо ми клієнтів з нашої цільової аудиторії чи навпаки втрачаємо їх? Десятки, сотні запитань вимагають термінових відповідей, причому станом на даний момент, а не на початок минулого місяця.

Через деякий проміжок часу теперішнє стає минулим. Аналіз його — необхідний інструмент для успішного продовження бізнесу. Менеджери відповідають на запитання чи був досягнутий той результат, на який вони очікували? Далі вже аналізується, чому собівартість продукції перевищила планову, в чому причина підвищення обсягів продажу — у сприятливих зовнішніх факторах чи у хорошій роботі відділу збуту? Другий варіант передбачає подальше преміювання усіх працівників успішного відділу. На цьому етапі також з'ясовується, які територіальні області дали основні обсяги продажу, які з використаних технологій найбільш економічно вигідні, у що обійшлося залучення кожного нового клієнта, який канал продажу виявився найбільш ефективним тощо.

Зрозуміло, що з усіх зазначених питань необхідна звітність. Для акціонерів складаються одні звіти, для контролюючих органів — інші, для топ-менеджменту — ще інші. Ці документи можуть обчислюватися тисячами, адже звіти інколи потрібно комбінувати, скажімо поєднувати в одному документі назви асортименту з місяцями його поповнення. Насправді подібних комбінацій може бути безліч. Тільки надрукувати ці звіти — непосильна праця й величезні витрати, особливо це стосується великих компаній.

Навіть якщо компанії і вдасться налагодити процес складання усієї необхідної звітності, все одно не обійтися без гнучкої системи її побудови, адже комусь необхідна деталізація однієї зі статей, ще комусь — агрегація за окремим показником і так можна продовжувати до безкінечності.

Володіючи багажем знань (отриманих у результаті аналізу), що зафіксований у звітах, компанія може здійснювати прогнозування, яке дозволяє уточнити модель і більш реалістично скласти плани й бюджети наступних періодів. Таким чином, цикл СРМ замикається і все починається спочатку.

Тривалість цього циклу важко визначити. Це не день, не місяць і навіть не рік CRM-процес безперервний.

На підтвердження тому виступають «найкращі практики» (best practices) застосування даного підходу. Так, провідні компанії світу — лідери у своїх сферах — уже давно використовують так зване ковзаюче планування. Воно передбачає наявність бюджету, приміром, на шість кварталів наперед. Коли завершується перший квартал, компанія уточнює бюджети п'яти, що лишилися, і бюджетує новий шостий. У такий спосіб компанія має у будь-який момент план дій мінімум на п'ять кварталів наперед.

Цілком природно, що повноцінна система CRM вимагає відмінної технічної реалізації.

Новелою ринку IT-технологій є системи Business Intelligence (BI) — рішення що дозволяє спростити підготовку всіх видів корпоративної звітності, процес аналізу діяльності компанії та управління подіями. Перевагою BI є те, що усі його потенційні можливості зосереджені в одному продукті з використанням єдиної архітектури. Цей продукт характеризується спрощеним інтерфейсом і не вимагає встановлення додаткового програмного забезпечення. Він простий з погляду інтеграції, інсталяції та використання, що в комплексі забезпечує оптимальну підтримку у прийнятті управлінських рішень.

У кожній українській компанії є ті чи інші автоматичні системи обліку, є більш прості (такі, як «1С»), є складніші. Часто в одній компанії можуть бути представлені різні системи, що значно ускладнює й роботу компанії, і прийняття дійсно правильних рішень. Перевагою технологій BI є те, що вони можуть об'єднати усі корпоративні системи в одне ціле й змусити компанію працювати злагоджено.

Ринок IT-консалтингу в Україні стрімко розвивається. Збільшення пропозиції посилює конкурентну боротьбу. Щоб успішно працювати за нинішніх умов, потрібно налагодити оптимальний механізм управління компанією спрямувати діяльність на зниження витрат, збільшення продуктивності праці, обсягів продажу, поліпшення якості пропонованої продукції тощо. Забезпечити такий рівень управління компанією можна лише за допомогою останніх досягнень інформаційних технологій.

Сьогодні кожна компанія, як наголошувалося вище, має інформаційну систему управління. Ці системи різняться між собою за ступенем розвиненості, актуальності та ефективності.

Грунтовної статистики використання IT в українських компаніях або результатів роботи після запровадження тієї чи іншої IT-

системи немає. Виділити найбільш прийнятні галузеві рішення складно, а спроби штучно визначити кращу ІТ-систему, стали причинами скандалів і дискредитації як окремих ІТ-систем, так і їх постачальників.

Усі національні компанії за рівнем використання у них ІТ-технологій можна поділити на такі групи:

1) Компанії з частковим запровадженням ІТ-систем (програмні продукти слабо інтегровані, їх інсталяцією та розробкою як правило, займаються власні фахівці компанії без залучення зовнішніх ІТ-спеціалістів). Для даної групи характерно, що використане програмне забезпечення часто не задовольняє поточних потреб компанії й не відповідає сучасним вимогам життя. Крім того, такі компанії змушені постійно витрачати кошти на супроводження ІТ-систем. У більшості випадків ці вкладення не достатньо ефективні й не дозволяють компанії вийти на якісно новий рівень розвитку. По суті, такі компанії топчуться на місці, накопичуючи знання та досвід для здійснення змін у майбутньому.

2) Компанії, які ведуть самостійну розробку програмного забезпечення для автоматизації управління. Для подібних розробок властиві великі, часто не прогнозовані витрати й відсутність запланованих результатів до встановлених строків. Розроблене програмне забезпечення експлуатується частково програмістам постійно доводиться відволікатися на вирішення супровідних завдань, що ускладнює й затягує процес розробки. Постановка завдань постійно змінюється. В остаточному підсумку виникає справжня плутанина і ніхто не знає, що планувалося зробити, що зроблено, а що треба переробити.

3) Компанії які намагаються запровадити готові програмні продукти із класу середніх і великих корпоративних інформаційних систем, але результат впровадження — незадовільний. До цієї ж групи можна віднести й компанії, де процес запровадження ІТ-систем тільки-но розпочався.

Суттєвою проблемою українського ринку ІТ-консалтингу є те, що тільки незначна кількість наших компаній готова до подібних інноваційних перетворень. Адже в переважній більшості випадків у компанії діє лінійно-функціональна організаційна структура з високим ступенем централізації прийняття рішень. Горизонтальний рух інформації здійснюється по вертикалі, що ускладнює взаємодію між структурними підрозділами й сповільнює реалізацію бізнес-процесів. У той самий час сучасний бізнес швидше орієнтується на процесну організаційну структуру. Не випадково

багато компаній впроваджують стандарти серії ISO 9000, які передбачають саме процесну організацію управління.

Більшість компаній, перш ніж впровадити ІТ-системи, потребують суттєвої реструктуризації власного бізнесу. Процеси реструктуризації можуть здійснюватися в межах реалізації договору про впровадження програмного продукту а перехід від моделі «як є» до моделі «як має бути» здійснюється через проміжну перехідну модель яка дозволяє природно перейти від «паперової» технології управління до «безпаперової»

Ринок ІТ-консалтингу сьогодні величезний, пропозицій і рішень — маса, але визначитися з вибором доволі складно — надто непрогнозований результат. Ціновий поріг — відносно стабільний. Дешевих ІТ-продуктів не існує, є дуже дорогі й не дуже дорогі. Так, оснащення одного робочого місця з використанням технологій ВІ коштуватиме приблизно 6000 євро, додайте до цього робоче місце адміністратора системи вартістю у 8000 євро, витрати на ліцензію — і вийде дійсно немаленька сума — 25 % від вартості обладнання буде становити встановлення й подальше обслуговування системи.

Як довго чекати результатів роботи ІТ-систем і чи може вона окупити себе? Такі запитання ставить перед собою чи не кожен топ-менеджер, який зголосився на цей крок.

Все частіше до ІТ-систем звертаються великі компанії, де потік інформації колосальний. Це банківський сектор страхові компанії великі холдинги українські представництва великих іноземних корпорацій. Останнім часом до ІТ-технологій дедалі частіше звертається державний сектор економіки, зокрема це стосується забезпечення так званого електронного уряду. Австрійські митні органи активно використовують у своїй діяльності потужності ІТ-систем, що в кінцевому результаті дозволяє значно скоротити в часі митні процедури.

На ринок виходять все нові компанії. Останнім часом намітилася цікава тенденція — більші компанії скуповують цікаві ІТ-рішення дрібних компаній і в подальшому позиціонують їх як свої власні.

### **3.6. КОРИСНА ІНФОРМАЦІЯ**

*Коли звертатися до консалтингової компанії?* Нині модною тенденцією стало звернення до консалтингової фірми для того, щоб вивести підприємство з кризи. Такий вид консал-

тингу називається кризовим. В цьому випадку фахівці розглянуть ситуацію з вашою фірмою і підкажуть напрям для виходу з проблемного становища. Але виникає питання, яким чином якась людина із сторони може допомогти, якщо вона практично незнайома з компанією?

Річ у тому, що фахівець з консалтингу має можливість об'єктивно оцінити ситуацію з різних сторін, адже він не залежить від керівника компанії як підлеглий і не займає певного місця в ієрархії службовців. Та і найвірогідніше, консультант володіє практичним досвідом в цій сфері, що дає йому певну перевагу: знає специфіку проблем і володіє навиками ефективного їх вирішення. Тому ще одним випадком, коли варто звернутися до фахівців є недосвідченість керівника, але наявність бажання збільшити зростання компанії, підвищити прибутки і т. д. В цьому випадку керівник, замовляючи консалтингові послуги, купує необхідний для розвитку компанії досвід.

Ще один випадок, коли рекомендуємо звернутися в компанію, це коли ваша організація переживає стрімке зростання, але не може самостійно до кінця збудувати всю систему управління.

Також існує так званий «Синдром управлінської втоми». Коли власники компанії, що є одночасно і її керівниками, хочуть перекласти тягар управління компанією на чужі плечі, але при цьому залишитися її власниками. Причини відходу можуть бути різними (проста втома, бажання відпочити, або перехід в якусь іншу сферу бізнесу), але небажання залишати стару відладжену справу вимушує звернутися по допомогу в консалтингову компанію.

**Як вибрати гарного консультанта?** Фахівців може бути множина, але як розпізнати того, хто дійсно коштує тих грошей, які йому платять. Слід зазначити, що консалтингові послуги коштують достатньо дорого. Хоча в більшості випадків це виправдано, проте, кожен керівник хоче знати, чи дійсно його витрати виправдовуються?

Слід вирізняти фахівця з консалтингу від тренера з бізнесу. Звичайно бізнес-тренер розповідає про світовий досвід, вчить вас тому, що потрібне, що повинно вийти у результаті. Консалтинговий фахівець повинен привести вас до необхідного результату, допомогти і дати вам практичну пораду.

Чим консалтингова компанія досвідченіша, тим менше вона робить сама. Звичайно якісні фахівці тільки коректують стратегію, розроблену вашими співробітниками. Віддаючи підприємство під контроль сторонніх фахівців, слід з'ясувати, чи опікува-



лись вони цим раніше, чи зможете ви їм довіряти. Якщо консультанти починають самі займатися компанією плануванням, управлінням, кажучи про те, що ніхто не знає краще окрім них, хоча ви замовляли тільки консультативні послуги — то варто задуматися про кваліфікацію даних фахівців.

Звичайно гарні фахівці у сфері консалтингу несуть відповідальність за свої консультації і пропозиції, але підсумок діяльності певною мірою залежить як від консультанта, так і від виконавця, адже якість роботи залежить не тільки від ідеї, але і від грамотного її виконання.

### **При виборі слід врахувати наступні характеристики консалтингової компанії.**

**Бренд.** Часто обмежуються одним цим чинником. Але відоме ім'я не завжди виражатиметься у відповідному еквіваленті рівня послуг, що надаються. Слід також звертати увагу на інші чинники.

**Вік.** Чим довше консультанти працюють в цій сфері, тим більше вони мають досвіду. Природно, що краще вибирати компанію із стажем. Це дасть вам більше впевненості, що послуги виявляться якісними.

**Попередні замовники.** Звичайно, слід розглядати і цей чинник. Хто були попередні замовники і результати роботи з ними.

**Сервіс.** Терміни робіт, послуги тощо. Цей чинник вам доведеться оцінювати суб'єктивно, на свій смак.

**Розцінки.** Тут все залежить від ваших можливостей. Якщо вас влаштовує вартість робіт — беріть, не влаштовує — шукайте іншого фахівця.

**Штат фахівців.** Розглянемо цей чинник докладніше. Існує 3 категорії консалтингових компаній, за цим критерієм:

- великі компанії із значним штатом консультантів;
- середні компанії, що мають невелику кількість штатних фахівців, а також велику базу позаштатних (фрілансерів);
- дрібні компанії або компанії, що надають консалтинг як додаткову послугу. В основному повністю орієнтовані на нештатників.

Попит на консалтингові послуги у сфері малого або середнього бізнесу росте, але послуги великих компаній їм навряд чи будуть доступні унаслідок великої ціни. Після звернення до дрібної консалтингової компанії, вона часто шукає відповідного фрілансера. При цьому доводиться домовлятися з консалтинговою фірмою, вести переговори, витратити час. Компанія потім виконує пошук відповідного фахівця на фрілансерській біржі. Оплачувати ж в

майбутньому доведеться як працю фрілансера, так і посередницькі послуги. Так чи не простіше звернутися до позаштатного фахівця безпосередньо? Іноді цей варіант вигідніший і дешевший.

Вибір фрілансера йде також за вищепереліченими критеріями. Але все залежить від потреб і розмірів фірми.

**Правове поле консалтингової діяльності в Україні** обмежується, передусім, законодавством, що стосується інформації, зокрема, науково-технічної. Підзаконних нормативних актів у сфері консалтингу в Україні ще замало. Слід, зокрема, згадати наказ № 131 від 15.07.1999 р. Національного агентства України з управління державними корпоративними правами «Про затвердження Положення про порядок організації та проведення конкурсів на право виконання консалтингових (консультаційних, аудиторських, юридичних та оціночних) послуг».



## ЛІТЕРАТУРА

1. Гончаров М. И., Лемзяков Г. А. Консалтинг в антикризисном управлении. Теория и практика. — М.: Экономика, 2006. — 245 с.

2. Зильберман Мел. Консалтинг: методы и технологии: пер. с англ. — СПб.; М.; Нижний Новгород; Воронеж; Питер, 2007. — 426 с.

3. Калянов Г. Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе. — М.: Горячая линия-Телеком, 2004. — 208 с.

4. Макхэм Калверт. Управленческий консалтинг: Пер. 3. англ. изд. — М.: Дело и Сервис, 1999. — 288с.

5. Ольшанский Д. В., Пеньков В. Ф. Политический консалтинг: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 350400 «Связи с общественностью». — СПб.; М.; Нижний Новгород; Воронеж; Ростов н/Д.: Питер, 2005. — 447 с.

6. Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг. — СПб.: Питер, 2003. — 426с.

7. Політичний консалтинг в Україні / Т. В. Березовець (ред. та авт. перем.). — К.: Агенція комплексного розвитку Martin group, 2005. — 178 с.

8. Уикхэм Филип. Консалтинг в управлении проектами: Пер. 2-го англ. изд. — М.: Дело и Сервис, 2006. — 367с.

9. Управленческий консалтинг: Путеводитель по рынку проф. услуг / Петр Шура (авт.-сост.). — М.: Коммерсантъ XXI; Альпина Паблшер, 2002. — 263с.

10. Шарков Ф. И. Консалтинг в связях с общественностью: Учебник для студ. вузов, обуч. по спец. «Связи с общественностью». — М.: Экзамен, 2005. — 414с.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. У чому проявляється сутність міжнародного консалтингу?
2. Які існують види міжнародного консалтингу?
3. Охарактеризуйте міжнародний фінансовий консалтинг.
4. Охарактеризуйте міжнародний інвестиційний консалтинг.
5. Охарактеризуйте консалтинг зовнішньоекономічної діяльності.
6. Проаналізуйте сучасні тенденції розвитку світового ринку консалтингу.
7. Що таке аутсорсинг?
8. Які найбільші міжнародні консалтингові фірми ви знаєте?
9. Дайте характеристику ринку консалтингу в Україні?
10. Які перспективи розвитку міжнародного консалтингу в Україні?





## РОЗДІЛ 4

# МАРКЕТИНГ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

*4.1. Особливості експорту продуктів інтелектуальної власності.*

*4.2. Дослідження ринків інформаційних технологій*

*4.3. Управління експортом програмного забезпечення*

## **4.1. ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПОРТУ ПРОДУКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

Цивільний кодекс України до об'єктів права інтелектуальної власності, зокрема, зараховує:

- літературні та художні твори;
- комп'ютерні програми;
- компіляції даних (бази даних);
- виконання;
- фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення;
- наукові відкриття;
- винаходи, корисні моделі, промислові зразки;
- компонування (топографії) інтегральних мікросхем;
- раціоналізаторські пропозиції;
- сорти рослин, породи тварин;
- комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для товарів і послуг), географічні зазначення;
- комерційні таємниці.

Наведений перелік не слід вважати вичерпаним. У переліку комп'ютерні програми спеціально позначено нами «жирним» шрифтом.

Правова охорона зазначених об'єктів, окрім ЦК України, здійснюється також рядом законів України про інтелектуальну власність. Ними є наступні:

— «Про охорону прав на сорти рослин» від 21.04.1993 р. № 3116-ХІІ;

— «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993р. № 3687-ХІІ;

— «Про охорону прав на промислові зразки» від 15.12.1993 р. № 3688-XII;

— «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 р. № 3689-XII;

— «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 р. № 3792-XII;

— «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем» від 05.11.1997 р. № 621/27-ВР;

— Про охорону прав на зазначення походження товарів» від 18.06.1999 р. № 770-XIV.

Окремого закону про охорону прав на комп'ютерні програми в Україні немає. Комп'ютерні програми охороняються Законом України «Про авторське право і суміжні права».

Специфічність результатів творчої діяльності накладає відбиток на функціонування ринку технологій, створюючи значні розбіжності між ним і іншими ринками.

Особливості торгівлі на ринку результатами творчої діяльності:

1) тривалий і різноманітний характер співробітництва;

2) часте використання комбінацій декількох носіїв технологій (експорт і оренда промислового устаткування, науково-технічна кооперація, спільне підприємництво тощо);

3) складніші процедури оформлення прав на об'єкти та їх реалізацію.

Торгівля ліцензіями полягає в наданні на певних умовах конкретному суб'єкту прав на використання винаходів, «ноу-хау» та інших об'єктів інтелектуальної власності. протягом визначеного терміну за відповідну винагороду. Якщо технічні нововведення не захищені патентом у країні їх використання, то мова йде про безпатентну ліцензію. Поширенішими стали ліцензійні угоди, що передбачають комплексний міжнародний технологічний обмін з наданням «ноу-хау» та інших послуг. У ліцензійній угоді визначаються вид ліцензії (безпатентна чи патентна), обсяг прав на використання переданої технології (виключна, невиключна, одиначна), форма розрахунків («роялті» або паушальні платежі, або їх комбінація), сфера і межі застосування технології, термін дії ліцензійного договору. В період дії ліцензійної угоди ліцензіат зобов'язаний інформувати продавця (ліцензіара) про всі зміни у технології.

Підписуючи ліцензійну угоду (licensing agreement) фірма — надавач (ліцензіар) надає права на нематеріальну власність іншій фірмі — отримувачу(ліцензіату) на визначений період, а ліцензіат звичайно виплачує за це роялті ліцензіару.

Підприємства укладають ліцензійні угоди тому, що нова продукція або технологічний процес найчастіше впливають лише на частину загального випуску продукції фірми і тільки протягом обмеженого періоду часу. Обсяг продажу може виявитися не настільки великим, щоб окупилося створення за кордоном виробничих потужностей і системи збуту. Крім того, існує небезпека, що в період розгортання виробництва конкуренти удосконалять технологію, в результаті чого фірма втратить перевагу. Фірма, яка вже існує за кордоном, може мати у своєму розпорядженні можливості виробництва і продажу продукції з меншими затратами і меншою тривалістю підготовчого періоду. У цьому випадку для ліцензіара зменшується ризик, пов'язаний з експлуатацією підприємств і зберіганням матеріально-технічних запасів. Ліцензіат же може виявити, що ліцензійна угода обійдеться йому дешевше, ніж розробка аналогічної технології власними силами. В галузях із часто змінюваною технологією виробництва багатьох видів продукції (наприклад у хімічній і електротехнічній промисловості) фірми різних країн найчастіше обмінюються технологіями замість того, щоб вести конкурентну боротьбу одна з одною в кожному виді продукції і на кожному ринку. Такий варіант взаємодії називають перехресним ліцензуванням (crosslicensing).

Ліцензії можуть бути самостійними і залежними (субліцензії). Окрім патентних і безпатентних можуть бути змішаними (тобто містити права як на запатентовані технічні рішення, так і ноу-хау).

Передача технологій може відбуватися і на безліцензійній основі шляхом:

- поставки устаткування й матеріалів (монтаж, налагодження й т. п.); (часто вартість переданої технології співставна й, навіть, перевищує вартість устаткування, що поставляється);

- надання послуг типу *інжиніринг* (термін «інжиніринг» у вітчизняній економічній літературі визначається як сукупність робіт прикладного характеру, що включають передпроектні техніко-економічні дослідження й обґрунтування оптимальності планованих капіталовкладень, необхідне лабораторне опрацювання технології, проектне промислове опрацювання — від ескізного варіанта до детального проекту з видачею специфікацій компонентів або устаткування, що відповідають вимогам замовника, а також подальші послуги або консультації);

- створення спільних венчурних фірм (підприємств);

- франчизи (франчайзингу) і дистриб'юторства;

— передачі устаткування в оренду (залежно від терміну дії договорів ділиться на рейтинг (до одного року), хайринг (від одного до двох-трьох років) і лізинг (понад три роки);

— коопераційних угод (їх предметом є здійснення спеціалізованого виробництва вузлів і деталей за технологією одного з партнерів; взаємне надання технології з наступним обміном та збіркою; спільна розробка виробів, включаючи проектування, виготовлення й монтаж).

Досить складним є визначення умов і розмірів виплат за ліцензійними угодами. При цьому враховуються дві групи чинників.

а) чинники, специфічні для угод:

ринкові обмеження (включаючи експортні);

ексклюзивність ліцензії;

обмеження за обсягом виробництва;

вимоги до якості продукції;

умови повернення субсидій;

термін дії угоди;

новизна технології;

термін дії патенту;

інші обмеження на використання технології.

Ці чинники враховуються у ціні, яку встановлює ліцензіар.

б) чинники, специфічні для даного ринку:

державні правила ліцензування (стосуються ліцензіара і ліцензіата);

рівень конкуренції на ринку, що цікавить ліцензіата;

рівень конкуренції серед постачальників подібних технологій;

політичний і діловий ризик у країні ліцензіата;

нормативи, що встановляються до готової продукції і відповідної галузі;

готовність країни-ліцензіата до використання технологій.

Ці чинники беруться до уваги ліцензіатом у визначенні ціни.

Варто враховувати ще одну важливу проблему ліцензування — конфіденційність. Цінність багатьох технологій знижується, якщо вони стають широко відомими і доступними. За традицією, умова збереження в таємниці ліцензіатом конфіденційної інформації» включається в ліцензійну угоду. Крім того, деякі ліцензіари залишають за собою право власності на виробництво окремих компонентів, щоб ліцензіат не одержав повного уявлення про технологію або можливість випускати точну копію виробу.

Практика укладання ліцензійних угод характеризується тим, що сторони беруть додаткові зобов'язання щодо маркетингової активності. Прикладами таких умов є обмін інформацією з пи-

тань збуту, отримання консультацій з питань збуту, навчання персоналу, активності ліцензіата з виробництва та збуту продукції.

Нагадаємо читачеві, що у навчальному посібнику «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» за ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна (К.: Центр учбової літератури, 2007) є:

розділ 10 «Зарубіжне патентування об'єктів інтелектуальної власності та його значення для менеджменту зовнішньоекономічної діяльності»;

розділ 11 «Ліцензування об'єктів інтелектуальної власності».

Далі стисло зазначимо основні особливості експортної діяльності, предметом якої є програмне забезпечення.

Воно розповсюджується не лише у нематеріальній (електронній), а й у матеріальній формі. Нині, найчастіше використовуються носії у вигляді дисків для лазерних систем зчитування (CD або DVD). Відповідно до цього, стаття 5 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ регулює, зокрема, експорт та імпорт дисків для лазерних систем зчитування, а також обладнання та сировини для їх виробництва.

Здійснюється ліцензування експорту, імпорту дисків для лазерних систем зчитування і основних вузлів для спеціалізованого обладнання з виробництва дисків для лазерних систем зчитування, перелік яких затверджується Кабінетом Міністрів України, та оптичного полікарбонату для виробництва дисків для лазерних систем зчитування.

Експорт, імпорт дисків для лазерних систем зчитування, обладнання та сировини для їх виробництва без ліцензії забороняється.

Ліцензія на експорт, імпорт обладнання та дисків для лазерних систем зчитування видається органом ліцензування, уповноваженим Кабінетом Міністрів України.

Ліцензія на експорт, імпорт обладнання та дисків для лазерних систем зчитування може бути видана суб'єкту господарювання, який виконав вимоги статті 10 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від .....№ .....та надав органу ліцензування документально підтвержені дані про:

— власні або орендовані складські приміщення;

— власні або орендовані приміщення, в яких буде здійснюватися оптова та/чи роздрібна торгівля дисками для лазерних систем зчитування (щодо ліцензії на імпорт дисків).

Ліцензія на експорт, імпорт обладнання та дисків для лазерних систем зчитування видається на строк три роки. Орган ліцензування ухвалює рішення про видачу або відмову у видачі ліцензії у порядку та на підставах, визначених статтею 11 Закону України



«Про ліцензування певних видів господарської діяльності» з врахуванням вимог цього Закону.

Суб'єкт господарювання, який отримав ліцензію на експорт, імпорт обладнання та дисків для лазерних систем зчитування, зобов'язаний інформувати орган ліцензування за встановленим цим органом порядком про кожну партію дисків для лазерних систем зчитування та/або про перелік обладнання для їх виробництва, що будуть експортуватися та/або імпортуватися.

Ліцензування експорту, імпорту сировини для виробництва дисків для лазерних систем зчитування здійснюється із чинним законодавством.

Експорт, імпорт дисків для лазерних систем зчитування здійснюється лише за наявності на них спеціальних ідентифікаційних кодів.

Ліцензія та усі форми повідомлень щодо кожної партії експорту, імпорту дисків для лазерних систем зчитування та/або обладнання для їх виробництва зберігаються протягом трьох років.

## **4.2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Динамічний розвиток інформаційних технологій та жорстка конкуренція вимагає від компаній постійного вдосконалення маркетингових стратегій. Особливо, це стосується управління маркетинговими каналами, інноваційної діяльності компанії, що працюють на ринку інформаційних технологій.

Інформаційні технології — це ті, що пов'язані з інформаційним забезпеченням процесу управління компанією. Продукти галузі інформаційних технологій можуть бути як продуктами споживання, так і як засобами виробництва.

Галузь інформаційних технологій є динамічною. Швидкий розвиток інформаційних технологій зумовив скорочення життєвого циклу інформаційних продуктів (впродовж останніх 10 років життєвий цикл інформаційних продуктів скоротився щонайменше втричі, — з 3—5 років до 1 року).

В галузі інформаційних технологій виділяють такі підгалузі: мікроелектронні компоненти, апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації та електронний бізнес.

Підприємства, які працюють в галузі інформаційних технологій, можна поділити на такі групи: розробники, виробники, посередники, впроваджувальні та сервісні організації. Аналіз успіш-

них підприємств вказує на ефективність синергізму в галузі інформаційних технологій. Пояснимо, що синергізм — це явище, коли сума ефектів цілого перевищує суму ефектів його складових. Передумовами необхідності синергізму виступають: необхідність в обслуговуванні споживачів, забезпечення збереження ноу-хау, досягнення загальної стабільності роботи підприємств.

Основними маркетинговими проблемами галузі можна вважати такі:

- ринок збуту обмежується тими споживачами, які не лише потребують впровадження певних інформаційних технологій, але і розуміють їх суть;
- час виведення на ринок інформаційних продуктів є найважливішим фактором у боротьбі з конкурентами;
- неможливість точного прогнозування попиту потенційних користувачів;
- роздробленість ринків;
- необхідність уніфікації продукту до вимог споживача.

Можна сформулювати такі вимоги до маркетингової стратегії підприємства, яке працює на ринку інформаційних технологій:

- управління всіма бізнес-процесами повинно бути динамічним;
- виробництво товарів і надання послуг повинно постійно вдосконалюватись;
- забезпечення зростання прибутку;
- розширення номенклатури продуктів і послуг;
- підвищення споживчої цінності товару.

Сегментами ринку для продуктів інформаційних технологій є:

- промисловий ринок — продукт використовується для подальшого виробництва інших товарів чи надання послуг;
- корпоративний ринок великих замовників — споживачі цього сегменту — це великі підприємства;
- інший корпоративний ринок — споживачами виступають підприємства малого та середнього бізнесу;
- домашні користувачі — кінцеві споживачі продуктів інформаційних технологій.

Значення стратегічного маркетингового планування зростає у зв'язку зі зміною ринкових умов, у тому числі таких, як посилення конкуренції, зниження цін, широке впровадження інновацій, ріст спеціалізації, скорочення термінів розробки програмних продуктів. У зв'язку з цим, основними критеріями ефективності стратегічного планування є ефективність, гнучкість і оптимальність організаційної структури фірми, системи планування і контролю, ступінь обліку діяльності фірми.

Проблема сьогодення — це інновації, які ще не окупилися і вже є менш ефективними, порівнюючи з сучасними розробками. З огляду на цей фактор споживачі інформаційних продуктів відкладають терміни впровадження нових, ефективніших технологій.

Специфіка попиту у споживачів інформаційних продуктів полягає у необхідності отримання всіх рішень з одного джерела. Це призводить до того, що підприємства-постачальники продуктів інформаційних технологій мусять постійно удосконалюватись та розширювати власне поле діяльності. В цій галузі, як ні в жодній іншій, можлива втрата споживача через відсутність певних послуг, які він потребує.

Залежно від свого рангу підприємство має різний доступ до маркетингового каналу. Поняття «доступу до маркетингового каналу» має на увазі доступ до певних маркетингових заходів, які надаються тільки певним компаніям.

Відомі такі сучасні маркетингові стратегії:

1. Тільки розробка. Підприємство створює продукт і продає його повністю чи частково (ліцензування) іншим компаніям. Ця стратегія є виправданою коли ринок споживачів є обмеженим чи просування продукту силами підприємства неможливе з огляду на відсутність певних ресурсів чи неможливість доступу до маркетингових каналів.

2. Спеціалізація. Компанія спеціалізується тільки на одному напрямку діяльності, при цьому забезпечується повний цикл послуг.

3. Вузька спеціалізація. Компанія займається тільки одним видом діяльності, без забезпечення повного циклу послуг.

4. Диверсифікація. Компанія спеціалізується на комплексному обслуговуванні певного сегмента кінцевих користувачів і забезпечує повний цикл надання послуг у кожному напрямку. Специфіка цієї стратегії полягає в необхідності компанії постійно розширювати асортимент для забезпечення конкурентноздатності.

5. Широка диверсифікація. Компанія займається не лише обслуговуванням кінцевих споживачів, але і дистрибуцією.

Стратегії спеціалізації не є ефективними в довгостроковому періоді. Це пов'язане, в першу чергу, зі швидкими змінами технологій. Стратегії спеціалізації використовуються компаніями на етапі їх розвитку, пізніше ці компанії диверсифікуються для підвищення конкурентноспроможності.

Для бізнесу в галузі інформаційних технологій характерне поглинання одних компаній іншими та виокремлення деяких головних підрозділів в окремі компанії. У випадку поглинання іншої

компанії, компанія отримує певні конкурентні переваги та доступ до нових технологій, а головне — до клієнтів компанії, яку поглинула (у випадку коли ціллію придбання не були технології), тобто отримує доступ до маркетингових каналів. Виокремлення підрозділів характерне для транснаціональних корпорацій. В цьому випадку переслідуються цілі щодо обмеження відповідальності за можливими судовими позовами. У випадку, коли виокремлений підрозділ розвиває власний бренд, то можливі два варіанти: або конкуренція з власними брендами для збільшення частки ринку, або отримання більших прибутків, за рахунок того, що підрозділ повинен буде окуповуватись самостійно.

Підвищення споживчої цінності досягається за рахунок застосування інструментів брендингу та оптимізації маркетингових каналів. Як наслідок, кінцева вартість продукції визначається цінністю продукту для споживача, а також, порівнюючі з вартістю інших аналогічних продуктів. Компанія з сильнішим брендом отримує більші прибутки при тому ж рівні затрат.

Додатковим способом отримання прибутку є спроби виробників інформаційних продуктів контролювати маркетингові канали. Це виявляється в спробах здійснювати продажі не лише дилерам та дистриб'юторам, але й кінцевим споживачам. Такі дії дозволяють самостійно отримати прибуток без посередників. Особливо це стосується сфери програмного забезпечення. На етапі просування товару виробник заохочує посередників, а потім зменшує кількість маркетингових каналів, шляхом підвищення вимог до дилерів та зменшення дилерської знижки чи зміною умов ліцензійної угоди.

Диференціювання продуктів відбувається за критеріями: функціональності та надійності. За рахунок застосування диференціації компанія захоплює декілька сегментів ринку.

Слід зазначити, що розвиток інформаційних технологій призводить до швидкого морального старіння інформаційних продуктів. Виробники закладають у продукцію обмеженість терміну її функціонування.

Нові продукти інформаційних технологій дуже часто незначно вирізняються від попередніх моделей. Змін зазнають або дизайн, або відбувається незначне покращення за рахунок додаткових функцій. На сучасному етапі зміна версій(поколінь) інформаційних продуктів відбувається майже щорічно.

При виведенні нових продуктів на ринок, необхідно враховувати технологічну готовність кінцевих споживачів до впровадження, оскільки існує певна залежність від технологій.

Ще одним фактором успіху є чітке позиціонування. Як наслідок виникають проблеми з огляду на географічну роздробленість ринків: проблема доставки та ціни на певному локальному ринку. Наприклад, в продукт можна внести певні обмеження щодо його використання в іншому регіоні і поставити відповідно для кожного ринку власну ціну. З іншої сторони, ті ринки на які виведення товару відбулося пізніше, можна буде «захоплювати», враховуючи попередній досвід.

Нині зростає роль «Інтернету» як маркетингового каналу. В першу чергу це стосується програмного забезпечення. За допомогою мережі Інтернет споживач має змогу швидше отримати програмний продукт безпосередньо від розробника, що в свою чергу, є джерелом додаткових прибутків останнього. Інтернет дав поштовх до розвитку аутсорсингу програмного забезпечення — оренди програмного забезпечення через Інтернет.

Маркетингові канали можуть створювати додаткову споживчу цінність для продукту. Факторами створення додаткової споживчої цінності виступають:

1. Децентралізація ринку — зменшення витрат часу споживача на пошук необхідного продукту та зменшення витрат споживача на транспортування.

2. Розмір мінімальної партії — дозволяє споживачу використовувати продукт одразу після придбання. Зменшення розміру мінімальної партії сприяє підвищенню якості рівня обслуговування споживача та дозволяє встановити більшу вартість за одиницю продукту.

3. Термін поставки продукту чи надання послуги — коротші терміни збільшують рівень задоволення від споживання продукту у споживача, відповідно очікування повинно компенсуватись більш низькими цінами.

4. Широкий асортимент супутніх товарів та послуг збільшує рівень якості обслуговування та рівень витрат постачальника на його підтримку.

Бажано, щоб кожен учасник маркетингових каналу виконував лише ті функції, які може виконати найкраще, оскільки нераціональне використання ресурсів призводить до збільшення вартості продуктів для кінцевого споживача. Це в загальному випадку негативно відбивається на конкурентоспроможності певного виробника.

Роль посередників в маркетинговому каналі галузі інформаційних технологій полягає у виконанні наступних функцій: об'єднання (об'єднання аналогічних товарних груп з різних дже-

рел в широкий асортимент однорідних товарів), розподілу (дроблення партій), формування асортименту (формування асортименту для перепродажу).

Додатковими факторами, що визначають структуру каналу, можуть виступати: технологічні, фізичні, соціальні та правові.

Доречно розглянути такі аспекти маркетингу як брендинг та реклама з точки зору їх застосування в мережі Інтернет.

Чинники ефективності реклами в Інтернет:

- якість рекламного повідомлення.;
- демонстрування його цільовій аудиторії;
- правильне виготовлення сайту.

Оскільки перші два пункти очевидні, то зупинимося на останньому — сайті. Більшість сайтів виконуються невдало. Дизайн може бути і чудовий, але «кульгають» навігація по сайту, його наповнення й інтерактивність. Навігація по сайту — це окрема проблема, яка має місце серед великої кількості вітчизняних компаній. Дуже часто можна «заблудитися» у сайті або так і не дочекатися закінчення завантаження сторінки. Мало хто враховує, що в мережі більшість інформації сприймається в процесі читання, а діалог клієнта й продавця здійснюється на сторінці з описом продукту. Що стосується інтерактивності, то слід зазначити, що багато хто до неї помилково зараховує графічні елементи. Насправді інтерактивність на сайті досягається програмними механізмами, наприклад вітанням з ім'ям зареєстрованого на сайті відвідувача, можливістю сформулювати замовлення прямо з каталогу тощо.

Для мережі характерне явище, що в економіці виражається законом росту граничних витрат, тобто першу сотню відвідувачів можна залучити, затративши «х» грошей, а залучення кожної наступної сотні відвідувачів обходиться дорожче попередньої.

Друге явище виражається законом спадаючої корисності, тобто при перевищенні певного показника залучених відвідувачів їх «якість для ресурсу» істотно падає, тобто відношення кількості замовлень до кількості відвідувачів (з конкретної рекламної площадки або способу рекламування) зменшується.

Саме тому, реклама в Інтернет вимагає постійного аналізу ситуації й коректування традиційних рішень.

Практика просування в Інтернет свідчить, що часом дуже важко «дістати» цільову аудиторію клієнта. Причому бюджет тут ролі не відіграє. Причина полягає у «розпорошеності» потрібних відвідувачів на різних ресурсах і відсутності потрібних програмних механізмів на сайтах, де придбання реклами було б бажаним.

Способів рекламування в мережі багато: реєстрація сайту в каталогах, пошукові машини, покупка контекстної реклами, участь у рейтингах, банери, розміщення релізів і тематичних статей, створення сайтів-супутників, спонсорство, розсилання й тощо.

Розглянемо кожний з основних способів просування сайту докладніше.

**Реєстрація сайту в каталогах** — є аналогом традиційних довідників. Для розміщення посилання на сайт із каталогу необхідно в кожний каталог відправити заявку на розміщення опису сайту. Більшість каталогів вимагають виконання ряду умов, щоб сайт був внесений у каталог.

Користувачі мережі звичайно користуються декількома «улюбленими» каталогами і це створює необхідність додавання сайту в максимальну кількість каталогів.

**Пошукові машини** — бази даних, що містять сторінки з кожного проіндексованого сайту. За запитом відвідувача пошукова машина видає перелік сайтів, зазначених запиті. Порядок видачі результатів визначає дата індексування сайту, кількість слів із запиту на сторінці й індекс цитування (кількість посилань на сайт із інших сайтів).

Пошукові машини й каталоги зазвичай відносять до «безкоштовних» способів залучення відвідувачів, тому що від власників сайтів не потрібно оплати за розміщення сайту в каталозі або плати за індексування.

Потрібно враховувати, що деякі каталоги й пошукові машини можуть брати плату на гарантоване розміщення посилання на сайт або за прискорену обробку заявки.

**Контекстна реклама** — показ посилання рекламодавця біля результатів пошуку або на перших його місцях. За правильно підібраних пошукових фраз контекстна реклама дає дуже гарні результати.

**Участь у рейтингах сайтів** — припускає розміщення на сайті, що бере участь у рейтингу, коду й байрика (банер розміром 88 × 31), у той час як на сайті, що веде рейтинг, сайти будуть відображатися в міру зменшення відвідуваності учасників.

Цей спосіб просування сайту найбільше підходить для рекламних майданчиків, тому що участь корпоративного сайту в рейтингу не виправдана.

**Банери** — графічні зображення, що розміщуються в певному місці сайту. Настроювання показів банера (час доби, день тижня, регіон відвідувача й т. д.) називають таргетингом. Для оцінки

ефективності показів баннера на сайті використовують коефіцієнт відгуку (CTR) — відношення натискань на баннер до кількості показів баннера.

**Розміщення релізів і тематичних статей** — найбільш ефективний спосіб просування складних і наукомістких продуктів. Даний спосіб просування має на меті розміщення інформації на різних тематичних сайтах.

**Спонсорство** — один з ефективних способів досягнення позитивного відношення постійної аудиторії ресурсу до рекламодавця. Спонсорство має на меті фінансування рекламодавцем певного розділу або всього сайту.

**Реклама в розсиланнях** — багато сайтів мають сервіси з розсилання своїх новин (а іноді й нових матеріалів) своїм передплатникам. Реклама в розсиланні часто дозволяє виконати тестування аудиторії ресурсу.

**Створення сайтів-супутників** — сайт-супутник це власний рекламний майданчик, що відповідає всім вимогам клієнта. Мета створення таких сайтів — це зниження існуючих витрат на рекламу. Види сайтів-супутників:

1. Формування співтовариства прихильників (ком'юніті) — такий сайт збирає прихильників того або іншого продукту або людей з однаковими інтересами; найчастіше саме на таких сайтах більшість потенційних споживачів довідуються про переваги певних товарів та недоліки інших; «певність» інформації досягається тим, що всі обговорення того або іншого продукту відбуваються в інтерактивному режимі у форумі, у якому дуже часто небажані повідомлення стираються.

2. Передпродажна підготовка аудиторії — на сайтах даного класу розміщується маса матеріалів, присвячених предмету просування.

3. Дорвеї — сайти, оптимізовані під певні пошукові машини з метою одержання інформації про відвідувачів за заданими пошуковими фразами.

Головна мета сайтів-супутників — створити «веб-кільце» навколо головного сайту.

За ефективної реклами в Інтернет багатьом підприємцям вигідно створювати свої сайти для розміщення на них тільки своєї реклами. У такий спосіб досягається зниження рекламного бюджету.

При просуванні сайту слід обрати декілька способів рекламування. Це пояснюється тим, що кожний із способів просування сайту має обмеження на оптимальне співвідношення ціна/



кількість залучених клієнтів (відвідувачів сайту) і частоту використання.

Наприклад, переходи з сайтів-каталогів залежать від популярності рубрики й розташування сайту (на початку або в середині рубрики). Переходи з пошукової системи залежать від частоти подачі запитів, по яких сайт займає перші позиції. У розглянуті вище випадках не можна впливати на кількість переходів. У випадку з банерною рекламою за рахунок більшої широти охопленої аудиторії можна «регулювати» кількість переходів на сайт, збільшуючи або зменшуючи кількість показів банера в добу, доки це дозволяє бюджет.

Далі розглянемо особливості кожного зі способів просування сайту.

Просування сайту починається з визначення цілей і завдань.

Можливі цілі рекламних кампаній в Інтернеті:

1. збільшення відвідуваності сайту;
2. збільшення продажів;
3. популяризація бренда.

Наведені цілі в більшості випадків вимагають різних підходів до вибору способів просування.

У випадку тільки збільшення відвідуваності сайту варто вибрати майданчики з найменшою вартістю залучення відвідувача. У такому випадку не відіграє особливої ролі як залучається аудиторія, оскільки головне — це ціна.

Якщо ж метою просування є збільшення продаж, то основним показником є «коефіцієнт конвертованості», тобто відношення кількості отриманих заявок (переглядів певної сторінки сайту) до загальної кількості відвідувачів сайту.

Популяризація бренда — стратегія, спрямована в першу чергу на формування іміджу. Метою є не продаж, а створення позитивного образу.

Прийнято виділяти загальний та окремі коефіцієнти конвертованості у розрізі кожного рекламного майданчика.

Реклама в Інтернет на відміну від «офлайна» має таку перевагу — можна відстежити віддачу від кожного розміщення й визначити його ефективність.

Існує кілька способів купівлі реклами на сайтах:

1. оплата за контакт — у цьому випадку рекламодавець оплачує кожний показ його рекламного повідомлення відвідувачеві сайту;

2. оплата за перехід — рекламодавець оплачує кожний перехід на його сайт;

3. оплата за строк розміщення — оплачується час розміщення (доба, тиждень, місяць) рекламного повідомлення в певній місці сайту.

Вибираючи варіант оплати за розміщення реклами між оплатою за контакт і оплатою за перехід, потрібно враховувати наступні моменти:

1. при оплаті за перехід звичайно потрібен мінімальний відгук у межах 0,5—1 %, якщо відгук нижче, то рекламна площадка може зупинити показ рекламного повідомлення;

2. оплата за покази не завжди припускає наявність системи таргетинга й гарної системи статистики на рекламному майданчику, що призводить до необхідності придбання розміщення реклами на певний строк.

Визначаючи строк розміщення банера на якому-небудь сайті, необхідно проаналізувати його ядро аудиторії, тобто частоту повернення на сайт відвідувачів. Якщо ядро аудиторії сайту становить 70—80 % відвідувачів, то на такому сайті оптимально розмістити банер на тиждень (місяць), якщо ж ядро аудиторії становить менше 30—40 % відвідувачів, то банер можна сміло розміщати й на три місяці. Інакше кажучи, на сайті з маленьким припливом «свіжої» аудиторії розміщати статичний банер на тривалий строк не доцільно.

Способи збільшення ефективності реклами в Інтернеті:

- посилення з рекламного повідомлення повинно вести на сторінку сайту з рекламним продуктом, оскільки можливе «відсіювання» відвідувачів у процесі вивчення ними сайту;

- за бюджетів вищих за середні (від 2000 доларів) необхідно тестувати рекламне повідомлення серед аудиторії потенційних клієнтів, тобто 10—15 % рекламної кампанії проводиться у вигляді тесту для вивчення маркетингових показників;

- надання на сайті рекламодавця повної інформації про пропонувані продукти; використання інтегрованих маркетингових комунікацій, тобто ефективна комбінація різних форм реклами й PR.

На відміну від реклами традиційними способами, ефективність реклами в Інтернет прораховується, з точністю до відвідувача. Один відвідувач сайту може обходитися від 5 центів до 1 долара й більше, залежно від сфери діяльності компанії. Звичайно коефіцієнт конвертованості становить 1 замовлення на 300—500 відвідувачів сайтів.

Перейдемо до брендингу. Нагадаємо читачеві, що у навчальному посібнику «Управління зовнішньоекономічною діяльністю»

за ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна (К.: Центр навчальної літератури, 2007. — 328с.) міститься розділ 14 «Брендинг».

Специфіка брендингу в Інтернеті була розглянута П. Дойлем. Вигоду від брендингу він розглядав з позицій інвесторів та акціонерів. В українських умовах така позиція не є головною, оскільки слабо розвинуті механізми інвестування та фондовий ринок. Для українських компаній бренд, в першу чергу, надає можливість досягти маркетингових цілей (впізнання, позиціонування) та отримати економічний ефект, який виражається в перетворенні споживчої цінності в грошові кошти, а не від продажу самого бренду. Хоча в майбутньому потрібно враховувати і таку можливість.

Інтернет змінив стиль спілкування споживачів з брендами. Мережа Інтернет є не тільки комунікаційним каналом, а й каналом розподілу. Компанії, які мають відомі бренди в традиційному бізнесі, будуть мати переваги і при виході на інтернет-ринок завдяки позитивному іміджу. Однак, ці переваги не є вирішальними. Важливішим є іноваційний підхід та правильна стратегія просування бренду в мережі.

Найбільш характерною відмінністю брендингу в Інтернет від традиційного брендингу є можливість активної взаємодії торгових марок зі споживачами. В Інтернет користувач має можливість перевірити наскільки те, що йому обіцяють, відповідає дійсності: купуючи товари/послуги, або прочитавши відгуки про товари/послуги на інших сайтах. Таким чином, перевірка обіцянок бренду виконується набагато швидше в мережі, ніж в традиційному середовищі.

Основними функціями брендингу в Інтернеті є:

- залучення користувачів на сайт;
- стимулювання інтересу до торгової марки, сайту чи компанії;
- вивчення споживчих потреб;
- утримання відвідувачів на сайті;
- підтримка індивідуальних відносин зі споживачами.

Брендинг в мережі Інтернет реалізується за допомогою сайту. Критичним фактором успіху є відвідуваність сайту. В процесі комунікації користувача з сайтом у компанії є багато можливостей привернути його увагу до своєї продукції, зацікавити і побудувати з ним постійні відносини.

Основними методами формування і просування бренду в Інтернет є іміджева реклама, спонсорство, ПР, партнерство (в тому числі і партнерські програми) та інформаційне наповнення сайту. За результатами дослідження компанії «The Yankee Group»

найефективнішими методами брендингу в Інтернет є реклама за допомогою розсилок та банерна реклама.

Чим міцніший та відоміший бренд, тим більше він потребує реклами для утримання високих позицій. Комунікаційна політика бренду має бути спрямована не стільки на нових клієнтів, скільки на уже існуючих клієнтів та надавати їм готові формулювання і готові аргументи для рекомендацій потенційним клієнтам.

З огляду на більшу динамічності мережі та активну роль відвідувачів бренд в Інтернет більше підпадає під вплив зовнішніх сил, порівнюючи з традиційним середовищем. Бренд в Інтернет може не лише збільшити ефективність взаємодії з потенційними покупцями, а й збільшити кредит довіри.

До сайту, який буде представляти майбутній бренд в мережі чи сам буде брендом, висувають високі вимоги. Досвід «спілкування» відвідувачів з сайтом переноситься на торгову марку. Якщо він буде негативним, то і ставлення до торгової марки теж буде негативним.

Швидкість завантаження, навігація, функціональність та дизайн на першому етапі індивідуальної взаємодії відвідувача з сайтом є основними початковими складовими, які залежать від професіоналізму спеціалістів відділів маркетингу та відділу інформаційних технологій. У користувачів повинна бути можливість знайти необхідну їм інформацію на сайті за «три кліки мишкою». На другому етапі важливу роль відіграє якість та повнота інформаційного наповнення (контенту), унікальність пропозиції, переваги та реальна користь для відвідувачів. На третьому етапі важливими складовими є зворотній зв'язок та швидкість відповідей на запитання і замовлення відвідувачів сайту. Таким чином, на формування бренду в Інтернеті, в першу чергу, впливає сайт компанії чи торгової марки.

В світовій практиці існують два напрямки розробки та просування бренду: pull-стратегія і push-стратегія. За першої стратегії бренд створюється виходячи з реальних потреб споживачів. Даний підхід вимагає детального дослідження. Правильне позиціонування та актуальні потреби цільової групи створюють передумови для попиту без масових рекламних кампаній. Реалізація другої стратегії зумовлює великі рекламні бюджети, оскільки в основі марки лежать ознаки, які мало стосуються реальних потреб цільових споживачів. Враховуючи специфіку Інтернету, найбільш доцільною для створення бренду в мережі є pull-стратегія. Це пов'язано з легкістю копіювання нових стратегій та технологій в мережі, певною рівністю між великими та малими

компаніями, активною роллю споживачів та можливістю великого і швидкого вибору між товарами і сайтами.

Аналіз літератури і практика показують ефективність наступного комплексу дій для розробки бренду та виведення його на ринок з використанням pull-стратегії в мережі Інтернет (це може бути: онлайн-бренд та/чи сайт, інтернет-магазин, традиційний бренд або сайт, котрий бажає завоювати нові ніші в мережі);

аналіз ринку (сегментація, оцінка ємкості ринку та його сегментів, динаміка росту ринку, вивчення конкурентів і цільових споживачів, а також їх потреб);

опрацювання стратегічного плану створення та виведення на ринок нового бренду і визначення набору послуг, які буде надавати сайт, актуальність інформації та визначення асортименту товарів;

опрацювання концепцій позиціонування та назви бренду (назва має бути лаконічною, легкою у вимові, відповідати інтересам цільової аудиторії і створювати позитивні емоції чи нейтральні);

опрацювання стратегії просування бренду та вибір рекламних та ПР-носіїв;

тестування концепцій і назви серед цільової аудиторії (в тому числі перевірка її на можливість реєстрації як торгової марки) та оптимальний вибір;

опрацювання варіантів дизайну сайту, тестування і вибір дизайну, який найкращим чином буде відповідати філософії бренду;

створення програмної частини сайту і верстка;

тестування сайту і запуск;

реєстрація в каталогах, пошукових машинах та тематичних сайтах;

просування сайту (бренду);

аналіз статистики відвідувань сайту та корекція рекламних кампаній;

подальший розвиток бренду чи сайту бренду відповідно до потреб користувачів.

Прикладами успішного формування онлайн-бренду є Amazon.com, Barnesandnoble.com, Gateway.com, eBay.com, Lenta.ru, CNews.ru, Gazeta.ru, Ozon.ru, Yandex.ru та інші.

До недавнього часу кастомізувати рішення (адаптувати товари чи послуги до потреб індивідуальних споживачів) відповідно до конкретних потреб споживачів могли компанії, які працювали з невеликою кількістю покупців. За допомогою мережі Інтернет можна реалізувати модель масового виготовлення під замовлен-

ня, що спонукатиме підвищення рівня лояльності споживачів до бренду та залучати нових клієнтів. Використовуючи мережу Інтернет, також можна збільшити вартість торгової марки чи компанії.

Без сумніву, велику роль може зіграти мережа Інтернет для бренду в антикризовому управлінні та ПР. Це пов'язано з тим, що новини в мережі можна набагато швидше розповсюдити ніж за допомогою традиційних засобів масової інформації.

### **4.3. УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТОМ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Розвиток Інтернет змінив погляди на маркетингові комунікації. Мережа об'єднала в собі інтерактивний характер комунікації й можливості персоналізації. Інтернет є одночасно новим середовищем для спілкування й постійно зростаючим ринком потенційних клієнтів, які мають високий рівень доходів.

Основною відмінністю мережі від інших засобів масової інформації є багатоспрямована комунікаційна модель «кількість до кількості». У ній кожний абонент має можливість звертатися до інших абонентів та існує можливість здійснювати зворотний зв'язок. Крім того, особливість середовища Інтернет виявляється в активній ролі користувачів (у традиційних засобах масової інформації їхня роль є пасивною), що обумовлено контролем над пошуком інформації за рахунок різних механізмів пошуку й навігації. Інтерактивний характер середовища Інтернет дозволяє підвищити ефективність взаємодії учасників комунікації.

Слід зазначити, що особливістю комунікації зі споживачем в Інтернет є дворівневий підхід. Перший рівень — це реклама (банери, текстові посилання, публікацій та ін.) Другий рівень — сайт і його інформаційне наповнення. Крім того, що сайт може виконувати функції безпосередньо збуту товарів, він також є одним з засобів комунікації з користувачем. Практично всі рекламні засоби в Інтернеті, крім іміджевої і стимулюючої функції, виконують функцію залучення користувачів на сайт і, відповідно, просувають його в мережі.

Середовище Інтернет дозволяє провести комунікаційний процес із більшою інтерактивністю, у порівнянні з іншими каналами комунікації за рахунок швидкого зворотнього зв'язку й можливості надання великого обсягу інформації. Саме інтерактивні тех-

нологічні можливості інтернет-реклами є головним аргументом при її використанні.

Основними особливостями маркетингових комунікацій (МК) у мережі є наступні:

1. МК конкурентів у мережі набагато простіше відстежити, ніж у традиційних ЗМІ. Часом досить дати запит пошуковій системі. Крім того, всі матеріали надходять в електронному виді. Наприклад, у систем збору статистики можна купити адреси сайтів, на яких сконцентровані відвідувачі сайтів конкурентів.

2. МК у мережі дозволяють встановити зворотний зв'язок з потрібною аудиторією не тільки через сайт компанії, але й через форуми. Більшою мірою це стосується PR-комунікацій і роботи зі співтовариствами.

3. МК у мережі дозволяє гнучко реалізувати подачу рекламних і PR матеріалів, аж до того, що різним аудиторіям — різні матеріали.

4. Оскільки комунікаційні можливості мережі дозволяють ефективно поширювати чутки (сайти-одноденки або форуми співтовариств), компанії використовують чутки для зменшення ефективності рекламної кампанії конкурентів. Тому необхідно виконувати моніторинг сайтів з найбільшою відвідуваністю потенційними клієнтами.

5. Інтернет дозволяє встановлювати динамічне ціноутворення як на продукцію (наприклад, знижка в інтернет-магазині за кожну додаткову одиницю товару), так і на МК (ціни змінюються залежно від кон'юктури ринку).

6. Використовуючи сайти з перетинанням аудиторії, можна висвітлювати події за допомогою різних матеріалів, у різних курсах.

7. З огляду на те, що сайти новин копіюють один в одного інформаційні матеріали й обмінюються новинами, не завжди спростування дійде до цільової аудиторії.

8. МК у мережі можна персоналізувати. Персоналізація найпоширеніша в баннерній рекламі на сайтах, які проводять персоналізацію користувачів (інтернет-магазини, галузеві портали й інші сайти).

9. Мережа дозволяє постійно міняти інформацію й відповідно форми й способи комунікації. Наприклад, багато іноземних сайтів використовують щодня новий банер.

Відмінність активних маркетингових комунікацій від пасивних засновано на наступних параметрах:

1. Активні маркетингові комунікації, у порівнянні з пасивними, є більше керованими за рахунок можливостей таргетинга.

2. Активні маркетингові комунікації, у порівнянні з пасивними, найчастіше обмежені в часі.

3. Активні маркетингові комунікації дозволяють залучити велику кількість користувачів на сайт за менший час, чим пасивні маркетингові комунікації.

Подаємо модель інтегрованих маркетингових комунікацій у мережі Інтернет.



Оптимальне використання активних і пасивних маркетингових комунікацій дозволяє підвищити ефективність маркетингових комунікацій. Необхідно зазначити, що витрати на активні маркетингові комунікації найчастіше вище, ніж витрати на пасивні маркетингові комунікації. Тому активні маркетингові комунікації компанії варто використовувати з огляду на необхідність, а пасивні — постійно.

Істотною перевагою Інтернет над традиційними засобами масової інформації при проведенні PR-заходів є можливість відновлення інформації в режимі реального часу й відносно менша вартість PR-публікацій в онлайн-ЗМІ, ніж у традиційних ЗМІ. Інтернет надає також можливість сфокусувати комунікацію на конкретну аудиторію. Виділення цільової аудиторії дозволяє проводити комунікації максимально ефективно. Таким чином, середовище Інтернет є ефективним каналом для проведення PR, за умови присутності в мережі цільової аудиторії.

З активних маркетингових комунікацій окремо зупинимося на контекстній рекламі. Контекстна реклама — це текстове посилання або графічний банер, покази яких здійснюються за умови відповідності ключових слів рекламодавця запиту користувача. Перевага контекстної реклами полягає у більш точному таргетингу. При цьому складність контекстної реклами полягає у правильному виборі й формулюванні ключових слів.

Послуги контекстної реклами надають пошукові системи й каталоги з можливістю пошуку. Ефективність пошукових систем як рекламних площадок полягає в наступному:



— близько 90 % користувачів мережі, у першу чергу, за інформацією звертаються на пошукові системи;

— в основному тільки пошукові системи надають можливість таргетингу відповідно до інтересів аудиторії;

— пошукові системи — це, як правило, сайти з дуже великою відвідуваністю й широкою аудиторією;

— для рекламодавців пошукові системи надають статистичну інформацію щодо запитів по ключових словах протягом місяця, що дозволяє спланувати витрати на рекламу.

Таким чином, за допомогою контекстної реклами можна проінформувати більшу частину цільової аудиторії й з меншими витратами в порівнянні з іншими видами реклами в мережі.

Залежно від цілей і завдань рекламної кампанії, як критерії її ефективності, можна оцінювати різні показники. Розділимо цілі рекламної кампанії на дві складові: економічну й комунікаційну. До економічних цілей можна віднести збільшення обсягу продажів, збільшення кількості нових клієнтів і т. д. Досягненню комунікаційних цілей відповідає формування позитивного відношення до торговельної марки. Таким чином, економічна ефективність реклами визначається відношенням між результатом від проведення реклами й сумою витрат на проведення реклами за певний час. Комунікаційна ефективність реклами дозволяє встановити, наскільки ефективним є рекламний обіг, наскільки точний воно передає цільовій аудиторії необхідну інформацію або формує точку зору. Вивчення комунікаційної результативності реклами дає можливість поліпшити якість утримування й форми подачі інформації.

Менеджерам з реклами відома модель AIDA, що складається з таких стадій взаємодії користувача з рекламою:

— увага (attention);

— інтерес (interest);

— бажання (desire);

— дія (action).

Виходячи із цієї моделі, виділимо наступні стадії взаємодії користувача з рекламою в Інтернет:

1. Показ рекламного повідомлення.

2. Увага.

3. Зацікавленість (клік).

4. Вивчення сайту.

5. Дія (замовлення, комунікація, покупка або догляд із сайту).

6. Повторні заходи на сайт.

Сайт в інтернет-комунікаціях є ключовим моментом для побудови лояльних відносин із клієнтами.

Про зацікавленість сайтом з боку користувача можна судити за кількістю хітів, глибини перегляду сайту й за інформацією, сторінки з якої були ними відкриті. До речі, аналіз статистики можна використовувати не тільки для визначення ефективності рекламної кампанії, але й для оптимізації сайту.

Головною особливістю експорту програмного забезпечення є те, що через майже безмежні можливості світової мережі Інтернет світові ІТ-компанії витрачають порівняно малі кошти на фізичне виготовлення продукції. Тому витрати компанії значно зменшуються, а прибутки зазвичай більше ніж у подібних компаній, що реалізують продукцією в такому ж ціновому сегменті, але вимушені виготовляти її за власні кошти. Абсолютна частка проданої продукції не має фізичної форми, програма існує тільки в електронному вигляді і розміщується на сайті-магазині компанії. Як результат, зразу відпадають видатки на транспортування партій товару в місця продажу або доставки покупки прямо в руки клієнта.

Ще однією особливістю в організації та управлінні експортною діяльністю у сфері software є те, що багато компаній самостійно не обробляють платежі, які виникають при покупці продукції компанії, незважаючи те, що основна маса продукції компанії реалізується у їх власних інтернет-магазинах. Причина полягає в існуванні так званих «реєстраторів» — компаній, що за невеликий відсоток від продаж беруть на себе всі зобов'язання з оформлення замовлень та прийому платежів від покупців, раз на місяць перераховуючи кошти на рахунок компанії.

На практиці це має наступний вигляд: клієнт, який бажає купити один або декілька продуктів в інтернет-магазині компанії, натискає на відповідну кнопку «Купити» напроти відповідної продукції. Натиснувши її, він потрапляє на сторінку для заповнення відповідних даних, необхідних для здійснення покупки (прізвище, ім'я, країна, номер кредитної картки, контактна інформація тощо). Після заповнення відповідних форм, ця інформація надсилається реєстратору, який обробляє замовлення, перераховує кошти з електронного рахунку клієнта на свій та електронною поштою надсилає ордер компанії-покупцеві. Компанія заносить дані про клієнта в базу даних та висилає йому індивідуальний код для активації обраного продукту.

Така організація продаж значно скорочує витрати на реалізацію продукції і дає змогу сконцентруватись саме на виготовленні якісного продукту та на шляхах його просування на ринок.

Етапи організації експортної діяльності компанії відбуваються за певною послідовністю. Розглянемо весь цикл; від створення нового продукту, до його кінцевого споживання.

*Дослідження ринку.* На даному етапі проводиться аналіз іноземних ринків з метою пошуку нових або незаповнених ніш та ідей для нової продукції. Основними інформаційними ресурсами є інтернет-архіви, на яких представлена основна маса світового програмного продукту, інтернет- та друковані видання на цю тематику, онлайн-коференції та форуми, що дають змогу чітко визначити потреби користувачів ПК. Після обробки та аналізу необхідного об'єму інформації робиться висновок щодо створення нового продукту. Формується чітка задача відділу девелопменту, в якій чітко вказано майбутня специфікація та функціональність нового продукту та задачі, які він має виконувати.

Відділом розвитку проводиться робота з оцінки можливостей щодо реалізації ідеї нового продукту та кількість виробничих ресурсів, що бере участь в новому проєкті. Робиться приблизна оцінка часу, потрібного для його реалізації. Після затвердження цих планів з керівництвом компанії та узгодженням дій з іншими підрозділами розпочинається робота з розробки програмного продукту.

В цей час відділ маркетингу та PR продовжує маркетингові дослідження, які включають подальше вивчення ринкової ніші для даного продукту, оцінку конкуренції в ній та, як результат, розробка повноцінної стратегії позиціонування нового продукту на даному ринку. Результатом цієї стратегії може бути коригування попереднього завдання підрозділу розвитку, замовлення на розробку окремих версій для окремих ринків, створення окремих дистрибутивів для певної аудиторії, інше. Цей етап також включає розробку дизайну «віртуальної упаковки» та взагалі зовнішнього вигляду товару.

Коли закінчується основна робота з розробки програми, відділ розвитку переходить до етапу тестування та створення необхідних друкованих матеріалів для продажу товару на ринку. В цей час відділ маркетингу та керівництво проводить огляд нового продукту та робить висновки щодо готовності запуску його у продаж. Якщо висновки позитивні, відділ маркетингу переходить до пре-маркетингових заходів для підсилення попиту на дану продукцію. Керівництвом в цей час вживаються наступні заходи: створюється відповідний рахунок для даного продукту у реєстраторів, даються вказівки щодо надання відділом розвитку до відділу технічної підтримки інструкцій щодо використання продук-

ту, віддається команда по створенню відповідної Інтернет-сторінки (магазину) для нового продукту (з попередньою консультацією з відділом маркетингу на відповідність її стратегії позиціонування продукту) та додання його до списку товарів у вже існуючих сайтах. Також проходить робота зі створення прес-релізу, заготовка рекламних слоганів та організація контекстної реклами на пошуковому сервері Google.

Коли всі заходи попереднього етапу виконані, віддається команда щодо *запуску товару на ринок*. Це включає в себе розсилку прес-релізів існуючим клієнтам та замовлення на публікацію їх у періодичних виданнях, додавання програми до списків у веб-архівах через систему Robosoft, запуск контекстної реклами в Google, оптимізація сайтів під ключові слова клієнтів під час пошуку на сайті Google, анонс нового продукту на форумах та інтернет-конференціях, пропонуванням демонстраційних копій їх учасникам та ін.

Після запуску продукту ведеться *коригування програм з просування товару на ринок*, робляться вказівки щодо виготовлення нових версій програми, виділення напрямів її подальшого розвитку та розповсюдження.

Всі структурні підрозділи компанії взаємопов'язані та тісно співпрацюють між собою.

Деякі експерти вважають, що частка українського ринку програмного забезпечення, який знаходиться «в тіні», складає біля 80 %. Відповідно до висновків експертів, експортна частка всього українського ринку ПЗ складає біля 50—60 %.

Більшість експертів та учасників ринку згодні з тим, що розроблювальні центри іноземних постачальників не представлені на українському ринку.

Щодо організаційної структури українських ІТ-компаній, то тут переважають великі та середні компанії.

Згідно з даними консалтингової компанії Market-Visio, на українському софтверному ринку домінують дві основні моделі організації бізнесу:

1. *Аутсорсингова модель*. В цьому випадку українська компанія займається виробництвом ПЗ спеціально для іноземних замовників. Вся інтелектуальна власність після закінчення виробництва належить компанії-замовнику. Така схема, наприклад, дуже розповсюджена серед індійських компаній, що роблять щороку великий внесок у світову софтверну індустрію.

2. *Продуктна модель*. Мається на увазі те, що українська компанія займається ліцензуванням розробницьких технологій як

готового програмного продукту, або як частини іншого (окремого) програмного продукту. Основними споживачами такої продукції є більші іноземні компанії по розробці ПЗ. Така модель дуже розповсюджена в Ізраїлі та Скандинавських країнах.

Багато українських компаній обирають змішану з цих двох видів модель бізнесу. На практиці це виглядає так: компанія розробляє ПЗ на замовлення іноземних компаній і в той же час займається виготовленням власного програмного продукту.

Нині складно знайти в Україні компанію, що займається розробкою програмного забезпечення і не має у своєму портфелі хоча б кілька західних проектів.

Основними розроблювачами західних рішень є:

розроблювачі — індивідуали;

дрібні і середні вітчизняні компанії;

офіси розробки західних компаній;

великі вітчизняні компанії.

*У першій категорії* — 40—50 % кваліфікованих програмістів, які працюють на київському ІТ ринку, мають досвід роботи в західних проектах. Одержують випадкові замовлення, не мають стійкого потоку замовлень.

*Друга категорія* — найбільша за кількістю учасників ринку і найбільша по обсягах реалізованих проектів. Складають до 70 % від загальної кількості компаній українського ринку. Розмір компаній від 5 до 50 чоловік. Мають 3—4 постійних замовників — звичайно дрібних (3—7 співробітників) західних консалтингових компаній, що дають їм більш-менш стабільний потік замовлень від своїх клієнтів. Майже завжди ці компанії працюють і на місцевому ринку.

*Третя категорія* цілком орієнтована на західний ринок, але практично знаходиться в тіні не тільки від державних органів, але і від самого ринку розробки ПЗ. Звичайно як офіс використовуються квартири з виділеними каналами зв'язку, у яких працюють група з 5—15 чоловік, рідше — це звичайні офіси зі штатом 15—40 чоловік. Як замовника, і по суті власника, мають одну західну софтову компанію, що надає їм окремі проекти, чи частини проектів. Останнім часом у зв'язку з економічною кризою позначилася тенденція повного відмовлення від програмістів у західних фронт-офісах і збільшення в них відповідно аналітиків і проджект-менеджерів при відповідному збільшенні програмістів в офісах розробки.

*Четверта категорія* — великі вітчизняні компанії, що орієнтовані на місцевий ринок, але західні замовлення складають значну

частину їхніх проєктів. Кількість їх дуже невелика — до десяти — п'ятнадцяти компаній на всій Україні. Звичайно проводять самостійну маркетингову політику і продають свої рішення кінцевим споживачам. Як правило займають одну з ринкових ніш, у яких є досить відомими брендами (Tessart — у рішеннях для авіапортів, Telesens — у білінгових системах, SoftLine і Sputnik Media в Інтернет-розробках, GSC Game World — розробка ігор).

З усіх перерахованих категорій тільки компанії з четвертої групи мають фінансові можливості і можуть дозволити собі проводити самостійну маркетингову роботу і працювати з західними клієнтами від свого імені. Напрацювання всіх інших компаній продаються західними консультантами під своїми торговими марками. У більшості випадків розроблювач навіть не має права згадувати про ці рішення у своєму портфелі. Таким чином, 80—90 % українських розробок не ідентифікуються західними замовниками як зроблені в Україні.

Якщо говорити про найбільш прибутковий напрямок софтового бізнесу — продажу готових програмних продуктів, то нині широкому загалу не відома жодна з українських компаній, що реалізує на західних ринках готові програмні продукти.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Информационные технологии в экономике / Ред. Симонов Ю. Ф. — Ростов н/Д: Феникс, 2003. — 352 с.

2. Розділ 7 «Міжнародна торгівля технологіями й об'єктами авторського права і суміжних з ним прав» у книзі І. І. Дахна «Міжнародна торгівля. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 296 с.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Які об'єкти права інтелектуальної власності відомі праву України?

2. Що означають поняття: патентна ліцензія, безпатентна ліцензія, виключна ліцензія, невиключна ліцензія, одиначна ліцензія, ліцензійна угода, ліцензіар, ліцензіат, роялті, паушальні платежі, перехресне ліцензування, інжиніринг, коопераційні угоди?

3. Які чинники впливають на умови і розміри виплат за ліцензійними угодами?

4. У яких формах розповсюджується програмне забезпечення?
5. Державне ліцензування експорту і імпорту дисків для лазерних систем зчитування, а також обладнання та сировини для їх виробництва?
6. Що таке інформаційні технології?
7. Основні маркетингові проблеми галузі інформаційних технологій.
8. Що означає поняття «доступ до маркетингового каналу»?
9. Маркетингові стратегії у сфері інформаційних технологій.
10. Роль «Інтернету» як маркетингового каналу.
11. Основні способи просування сайту.
12. Способи рекламування у мережі Інтернет.
13. Переваги реклами в Інтернеті.
14. Специфіка брендингу в Інтернеті.
15. Основні особливості маркетингових комунікацій в «Інтернеті».
16. Контекстна реклама.
17. Головні особливості експорту програмного забезпечення.
18. Як відбуваються розрахунки за експортну діяльність за допомогою Інтернету у сфері програмного забезпечення?
19. Етапи організації експортної діяльності фірми у сфері продажу програмного забезпечення та їх послідовність.
20. Основні моделі організації бізнесу українського ринку програмного забезпечення.





## РОЗДІЛ 5

# ПОСЛУГИ — ОБ'ЄКТ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

5.1. Сутність послуг.

5.2. Міжнародна торгівля послугами та її регулювання.

### 5.1. СУТНІСТЬ ПОСЛУГ

Автор цього розділу рекомендує читачеві опрацювати:

- підрозділ 1.4 «Науково-технічна революція і міжнародна передача технологій» у навчальному посібнику Дахна І. І. «Світова економіка» (К.: Центр учбової літератури, 2006, 2008);

- розділ 6 «Міжнародна торгівля послугами» у навчальному посібнику Дахна І. І. «Міжнародна торгівля» (К.: Центр учбової літератури, 2007. — 296 с.);

- підрозділ 4.2.12 «Генеральна угода з торгівлі послугами» у згаданому вище посібнику «Міжнародна торгівля».

Книги були опубліковані помітними тиражами. Повторювати викладене у даній книзі було б недоречно.

Далі подаємо підбірку офіційно сформульованих у вітчизняному законодавстві понять «послуга» («послуги»). Зауважимо, що, окрім наведених, у законодавстві України зустрічаються й інші. Наприклад, у нормативно-правових актах, ухвалених 2004 року, сформульовано такі поняття: «послуга фіксування часу», «послуги з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування».

Підбірку офіційних формулювань влаштуємо згідно з хронологічним порядком створення того чи іншого нормативного акта.

#### **Послуги під час приватизації об'єктів приватизації:**

проведення інвентаризації об'єктів інвентаризації;

оцінка майна державних підприємств, що підлягають приватизації, відповідно до чинних нормативних актів;

визначення початкової вартості незавершеного будівництва, що підлягає приватизації;

участь у розробці бізнес-планів і планів приватизації підприємства;



підготовка засновницьких документів при перетворенні державних підприємств у підприємства інших організаційно-правових форм;

експертна оцінка і дооцінка об'єктів приватизації;

визначення вартості і розмірів статутних фондів підприємств з іноземними інвестиціями;

розміщення акцій підприємств, що приватизуються;

персоніфікація майна колективних підприємств».

(Витяг з «Положення щодо умов укладання генеральної угоди про використання послуг під час приватизації об'єктів приватизації». Затверджено наказом Фонду державного майна України від 01.02.1995 р. № 97. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 24.03.1995 р. за № 88/624 // Бюлетень нормативних актів міністерств і відомств України, 1995 № 9).

**«Послуга зв'язку** — продукт (результат діяльності) оператора зв'язку, спрямований на задоволення потреб споживачів».

(Витяг з ст. 1 «Визначення термінів» Закону України «Про зв'язок». Прийнято Верховною Радою України 16.05.1995 р. № 160/95-ВР (Відомості Верховної Ради України, 1995, № 20).

**«Послуги типу інжиніринг»** — здійснення за контрактом з іноземним замовником ряду робіт і надання послуг включаючи складання технічних завдань, проведення пошукових досліджень, складання проектних пропозицій і техніко-економічних обстежень будівництва об'єктів, розробку технічної документації, проектування та конструкторську проробку об'єктів техніки та технології, консультації та авторський нагляд при монтажі, пусконаладжувальних роботах, консультації економічного, фінансового або іншого характеру.

(Витяг з Інструкції про порядок заповнення звіту про продаж за кордон ліцензій на об'єкти інтелектуальної власності за формою № 6 (ліцензії). Затверджено наказом Державного комітету статистики України від 06.07.1995 р. № 168).

**«Послуги** — будь-який предмет закупівлі, що не є товаром або роботами».

(Витяг з п. 2 «Положення про порядок організації і проведення міжнародних торгів у сфері державних закупівель товарів іноземного походження. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 28.06.1997 № 694. Код нормативного акта 1852/1997. (Офіційний вісник України, 1997, № 28).

**«Послуги військового призначення** — надання іноземним юридичним або фізичним особам в Україні або за її межами послуг у сфері проектування, розроблення, конструювання, вигото-

влення, ремонту, технічного обслуговування, модифікації, експлуатації, демілітаризації, знищення, збуту, придбання або використання виробів чи технологій військового призначення, а також надання іноземним особам відповідних посередницьких послуг, технічних даних та технічної допомоги».

(Витяг з п. 2 «Положення про порядок державного контролю за міжнародними передачами товарів військового призначення». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 08.12.1997 р. № 1358).

**«Послуга зв'язку** — послуга, що надається підприємством поштового зв'язку з приймання та вручення адресних поштових відправлень».

(Витяг з розд. «Основні поняття» «Правил користування послугами поштового зв'язку». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 22.12.1997 р. № 1446. Код нормативного акта 4552/1997. (Офіційний вісник України, 1997, № 52).

**«Послуга** — надання допомоги іноземним суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності в Україні або в інших країнах у вигляді проектування, розробки, конструювання, виробництва, ремонту, демонстрування товарів, що підлягають експортному контролю, а також надання інформації і технічних даних, необхідних для проведення вказаних робіт, у вигляді будь-якої інформації і програмного забезпечення».

(Витяг з розд. 2 «Тлумачення основних термінів, що застосовуються в Інструкції» «Інструкції про порядок оформлення і використання дозволів на право здійснення вивезення, ввезення і транзиту товарів, що підлягають експортному контролю». Затверджено наказом Державної служби експортного контролю від 17.11.1997 р. № 219. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 05.02.1998 р. за № 75/2515. Код нормативного акта 4806/1998. (Офіційний вісник України, 1998, № 5).

**Послуга додаткова** — послуга, яка надається громадянам під час оформлення проїзду, провезення багажу або вантажобагажу, перебування у поїзді або на вокзалі, під час повернення невикористаних проїзних або провозочних документів.

**Послуга транспортна основна** — перевезення пасажирів у загальному, міжбласному, плацкартному, м'якому, купейному, фірмовому, підвищеної комфортабельності або спальному вагонах у складі швидкісного і пасажирського поїзда, приміських і місцевих поїздів, перевезення багажу, вантажобагажу в багажних вагонах.

(Два останні терміни — витяги з п. 18 «Правил перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу й пошти залізничним транс-

портом України». Затверджено наказом Міністерства транспорту від 28.07.1998 р. № 297. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 01.08.1998 р. за № 620/3060. Код нормативного акта 6146/1998. (Офіційний вісник України, 1998, № 40).

**«Послуга у сфері громадського харчування»** — результат діяльності підприємств або громадян — підприємців щодо задоволення попиту споживача у харчуванні і проведенні дозвілля».

(Витяг з ст. 1 «Термін і їх визначення «Закону України «Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини». Прийнято Верховною Радою України 23.12.1997 р. № 771/97-ВР. (Відомості Верховної Ради України, 1998, № 19).

**«Послуга»** — наслідок безпосередньої взаємодії між постачальником та споживачем і внутрішньої діяльності постачальника для задоволення потреб споживача».

(Витяг з п. 3 «Правил обов'язкової сертифікації готельних послуг». Затверджено наказом Державного комітету статистики від 27.01.1999 р. № 37. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 15.04.1999 р. за № 236/3529. Код нормативного акта 7323/1999. (Офіційний вісник України 1999, № 16).

**«Послуги стільникового рухомого зв'язку»** — послуги з передачі мережею зв'язку загального користування голосу, сигналів, звуків, зображень, друкованих чи письмових матеріалів або символів, призначених для конкретного абонента, у разі коли для їх прийому або передачі використовується обладнання радіозв'язку».

(Витяг з ст. 1 Закону України «Про збір на обов'язкове пенсійне страхування» від 26.06.1997 № 400/97-ВР (в редакції Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про збір на обов'язкове пенсійне страхування»). Прийнято Верховною Радою України 15.07.1999 р. № 967-XIV. Код нормативного акта 9773/1999. (Відомості Верховної Ради України, 1999, № 38).

**Послуги** — будь-яка закупівля, крім товарів і робіт включаючи підготовку спеціалістів, забезпечення транспортом і зв'язком, освоєння технологій, наукові дослідження, медичне й побутове обслуговування.

(Витяг з ст. 1 «Визначення основних термінів «Закону України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти». Прийнято Верховною Радою України 22.02.2000 р. № 490-III. Код нормативного акта 15350/2000. (Відомості Верховної Ради України, 2000, № 20).

1. Послугами вважається діяльність суб'єктів, яка не набуває матеріально-речової форми і задовольняє певні потреби замовни-

ка — особисті, колективні, громадські. Послуги є результатом різнорідної діяльності, яка здійснюється виробником на замовлення будь-яких споживачів (окремих громадян, підприємств, організацій, підприємців), змінюють стан одиниць, які споживають ці послуги.

(Витяг з «Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг» (річна). Затверджено наказом Держкомстату від 20.07.2007 № 228. Зареєстровано в Мінюсті України 06.08.2007 за № 694/14161. Реєстраційний код 40654/2007 // Офіційний вісник України, 2007, № 58).

Примітка автора. Таке ж визначення міститься в п. 1 «Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг» (місячна)». Затверджено наказом Держкомстату від 20.07.2007 № 228. Зареєстровано в Мінюсті України 06.08.2007 за № 895/14162. Реєстраційний код 40654/2007. (Офіційний вісник України, 2007, № 58).

**Послугами** вважається діяльність суб'єктів, яка не набуває матеріально-речової форми і задовольняє певні потреби замовника — особисті, колективні, громадські. Послуги є результатом різнорідної діяльності, яка здійснюється виробником на замовлення будь-яких споживачів (окремих громадян, підприємств, організацій, підприємців), змінюють стан одиниць, які споживають ці послуги.

(Витяг з «Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг» (річна). Затверджено наказом Держкомстату від 20.07.2007 № 228. Зареєстровано в Мінюсті України 06.08.2007 за № 694/14161. Реєстраційний код 40654/2007. (Офіційний вісник України, 2007, № 58).

Примітка автора. Таке ж визначення міститься в п. 1 «Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг» (місячна)». Затверджено наказом Держкомстату від 20.07.2007 № 228. Зареєстровано в Мінюсті України 06.08.2007 за № 895/14162. Реєстраційний код 40654/2007. (Офіційний вісник України, 2007, № 58).

Наведені вище приклади нормативного визначення поняття «послуга» свідчать про те, що в абсолютній більшості випадків, залежно від походження нормативного акта, фіксується, що саме, де саме і ким саме надається покупцеві (замовнику, клієнту то-

що). Лише у актах Державного комітету статистики від 27.01.1999 р. № 37 і від 20.07.2007 р. № 228 та Кабінету Міністрів України від 28.06.1997 р. № 694 зроблена спроба глянути на послугу не з галузевої точки зору. На думку Кабміну послуга — це все, що можна купити, за винятком товарів та робіт.

А далі перейдемо до неофіційних поглядів на сутність послуг. Здавна економісти намагалися з'ясувати сутність послуг. Часто послуга визначалась як щось невідчутне, невидиме. Недарма ж англійський журнал «Economist», якимось писав, що послуга — це те, що у процесі купівлі-продажу не може впасти і вдарити в ногу. Була й думка про те, що категорію «послуга» пояснити неможливо і вона охоплює майже все. Зазначалося, що товари є відчутними, видимими, підлягають збереженню, а експорт товару означає його вивезення за межі митної території певної країни без зобов'язання про зворотне ввезення. Послуги ж — невідчутні, невидимі, не підлягають збереженню, а їх експорт означає надання послуг іноземцям, тобто нерезидентам, навіть, якщо вони перебувають на митній території цієї країни.

Зазначене вище, все ж таки, не можна вважати чимось прямолінійним, беззаперечним. Можна знайти невидимі товари. Їх прикладом можуть бути комп'ютерні програми. Можна знайти і видимі послуги, — наприклад вистави зарубіжного цирку чи концерт закордонного вокально-інструментального гурту. До гатунку відчутних можна зарахувати роздруковану доповідь консультанта або комп'ютерної програми, яка була записана на дискеті. Прикладом видимої послуги є модельна стрижка. Деякі з послуг піддаються збереженню (телефонний автовідповідач). У випадку автоматичної видачі грошей у банкоматі за дебіторською карткою не потрібна пряма взаємодія покупця і продавця.

Вказані вище критерії беруть до уваги фізичні відмінності послуг і товарів, але залишають осторонь поля зору економічні аспекти послуг, — тобто особливості їх створення і реалізації. Саме виходячи з цього пропонувалося вважати послугою зміну умов належності особи або товару будь-якому економічному суб'єкту, яка впливає з діяльності іншого економічного суб'єкта зі згоди першого. Підкреслювалося, що послуги, на відміну від товару, не можуть передаватися далі і надання послуг передбачає діяльність однієї особи для іншої.

Поміж економістів були й такі, хто звертав увагу на «фактор одночасності» — послуги одночасно хтось дає, а хтось — бере. Послуга — такий вид праці, за якого генерування корисного ефекту співпадає у часі з його споживанням. У процесі діяльності з

надання послуг не створюється новий матеріально уречевлений продукт, якого раніше не було, але змінюється якість вже створеного продукту. Послуга — це діяльність, якій притаманна певна часова тривалість. Вона здійснюється на замовлення сторони угоди і не має уречевленого результату або результат є невіддільним від самої діяльності. Послугу визначали і як зміну у становищі інституціональної одиниці, що відбулася у результаті дій і на основі взаємодії угоди з іншою інституціональною одиницею.

Багато видів людської діяльності є очевидними послугами (наприклад, банківські, транспортні, ремонт взуття, фарбування будинків). У інших видах діяльності послуги менш очевидні.

Їх сприймають як послуги, якщо щодо них реєструється чимало знаків обслуговування. Критеріями послуг, у зв'язку з реєстрацією знаків обслуговування, є наступні:

- послуга має бути реальною діяльністю (*real activity*);
- послуга має надаватися на замовлення або на користь особи, іншої ніж заявник (*applicant*) на одержання реєстрації;
- виконувана діяльність (*activity performed*) має бути якісно вирізняльною від всього того, що необхідно виконується (*necessarily done*) у зв'язку з продажем товарів чи виконанням іншої послуги.

Для реальної послуги необхідна певна фізична (*physical*) чи розумова (*mental*) дія (*action*). Просто ідея або концепція не вважається послугою. Процес сам по собі не є послугою. Поняття, що вказують на (*to designate*) процеси або прийоми (*techniques*) не вважаються знаками для послуг.

Достатньо, щоб послуги надавалися обмеженому сегменту громадськості (*limited segment of a public*). Необхідно, щоб діяльність заявника на знак обслуговування у сфері послуг була достатньо відокремленою (*is sufficiently separate*) від його головної діяльності.

Знак, що ідентифікує допоміжні послуги (*ancillary services*), не обов'язково має бути відмінним від знака, що ідентифікує і товари власника відповідного знаку.

Авторові цих рядків якось довелося читати в американській літературі з патентознавства, що «вивчення копірайту нагадує собою вивчення шизофренії». Це як зауваження можна з успіхом застосовувати і щодо виявлення сутності послуг. Вона така незбагненна як непорочне зачаття. Отже, щоб не стати шизофреніками до послуги застосовуватимемо комбінований україно-англійський підхід — вважатимемо послугу всім, що у процесі купівлі-продажу не може впасти і вдарити ногу, за винятком то-

варів і робіт. Погоджуємося, що між роботою і послугою водорозділ провести важче, ніж між товаром і послугою.

Якщо послуги ув'язувати з міжнародною товарною торгівлею, рухом капіталів і виробничим кооперуванням, то їх можна класифікувати так:

— послуги, що пов'язані з торгівлею (товарні послуги, технічне сприяння, страхування тощо);

— послуги, що пов'язані з інвестиціями та виробничою кооперацією (передавання технологій, професійні тощо);

— послуги, які водночас пов'язані з інвестиціями та торгівлею і виробничою кооперацією (будівництво, обслуговування техніки, зв'язок тощо);

— послуги автономного характеру (інформаційні, особисті, рекреаційні, культурні тощо).

Послуги можна розділити на два великих блоки, — структурні та виробничо-комерційні.

Структурно-галузевими будуть у такому випадку інформаційні і транспортні послуги, міжнародний туризм, банківсько-страхувальні.

Виробничо-комерційні послуги — це лізинг, франчиза, (іншими словами франчайзинг), інжиніринг, реінжиніринг, міжнародні орендні операції, ліцензії на використання об'єктів інтелектуальної власності.

Послуги враховувати важко. Особливо це важко виконати у зовнішньоекономічній сфері. Мабуть, мало знайдеться фахівців, які б стверджували, що витрати студентів, бізнесменів, дипломатів під час їх перебування за кордоном можна врахувати з великою чи навіть з середньою точністю. Складно точно розрахувати і обсяг заробітної плати, яка виплачується іноземним робітникам та переказується (або особисто чи з okazji передається) ними в свою країну. Підрахунки ускладнюються тим, що послуги часто надаються у комплекті з товарами. Послуги також часто передаються внутрішньофірмовими каналами у рамках транснаціональних корпорацій. Нерідко трапляються випадки, коли відділити товар від послуги майже неможливо. Наприклад, — лікування і ліки. Якщо доходи від банківських та страхових операцій, наданих іноземцями, реінвестуються в тій же країні, де вони були одержані, то вони теж не враховуються статистикою.

Впродовж вже тривалого часу роль сфери послуг у національній економіці визначається за допомогою двох показників — часткою працівників сфери послуг у загальній кількості зайнятих у всіх сферах діяльності суспільства, а також часткою сфери послуг у валово-

му національному продукті. Зрозуміло, чим вагоміші ці показники, тим більшу роль відіграє сфера послуг. Слід зазначити, що за радянських часів до сфери послуг ставлення було зневажливим. Сфера послуг вважалася чимось другорядним і їй прикріплювали ярлик — «невиробнича сфера». З огляду на що вирощування свиней вважалось шляхетною діяльністю, а виховування дітей та їх навчання, освіта і охорона здоров'я людей, явищем, до якого не лежала душа диктатури пролетаріату, тобто душа Політбюро.

Нині фахівці вважають обидва показники недосконалими, працюють над створенням досконаліших критеріїв аналізу та оцінки місця сфери послуг у національній економіці. Розпочинається використання індексу, який розраховується як відношення частки експорту товарів до частки експорту послуг у ВВП. Чим менше значення цього показника, тим більша роль сфери послуг для економіки відповідної країни. Виконані розрахунки виявили, що найнижчий індекс мають Австрія, Бельгія, Велика Британія, Іспанія, Сінгапур, США, Швейцарія.

Використовується також індекс, який відображає співвідношення частки експорту і частки імпорту послуг у ВВП. Цей спеціальний індекс виявив, що найбільше на експорт зорієнтований сектор послуг Швейцарії, США, Іспанії, Гонконгу, Австрії, Бельгії, Люксембургу, Італії.

Високий показник частки послуг у загальному обсязі експорту певної країни не можна вважати бездоганим індикатором високого рівня її економічного розвитку. Є випадки, коли країна — слабо економічно розвинена, а роль сфери послуг у її економіці — велика. Можна уявити собі бідняка, який має човник і перевозить за плату людей з одного берега на інший. Веслом він заробляє все, що має, але доходи — мізерні.

Насамкінець цього підрозділу пояснимо два поняття, які широко вживаються у міжнародному праві — «незалежні особисті послуги» та «залежні особисті послуги».

Перше поняття означає послуги у сфері наукової, літературної, артистичної, художньої, освітньої, викладацької діяльності, а також незалежну діяльність лікарів, адвокатів, а також архітекторів, стоматологів, бухгалтерів.

Незалежні особисті послуги інакше ще називаються «професійними послугами». Незалежні особисті послуги виконують люди, які, так би мовити, ходять на вільному повідку (free lance).

Залежні особисті послуги — це робота за наймом.

Незалежні і залежні особисті послуги можуть надаватися як у межах країни, так і закордоном.



## 5.2. МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ПОСЛУГАМИ ТА ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ

Спеціалізація країни на експорті послуг залежить від рівня розвитку її економіки, економічного та іншого потенціалу.

Промислово розвиненні країни надають, передусім, фінансові, телекомунікаційні, інформаційні, ділові, освітні, виставкові, транспортні послуги з охорони здоров'я.

Надання послуг сприяє розвитку пов'язаного з ними матеріального виробництва. Наприклад, надання портових послуг пов'язується з судноремонтом.

Країни, що розвиваються, кажучи у цілому, більше імпортують послуг, ніж надають своїх. Поміж таких країн є й винятки — експорт послуг набагато перевищує їх імпорт. Нагадаємо читачеві, що товар буде вважатися експортованим лише тоді, коли він вибуде за межі митної території відповідної країни. Послуги ж можна експортувати у межах митних кордонів такої країни. У ряді острівних країн іноземцям надається помітний обсяг туристичних послуг, в той час, коли ці країни одержують іноземних послуг значно менше.

Як видно з табл. 5.1 основна частина надходжень від послуг припадає в Україні на транспортні послуги. Інші види експортованих послуг посідають скромне місце.

Коли ж подивимося на послуги, які Україна імпортує, то у вічі зразу ж кидається велика частина «державних послуг, які не віднесені до інших категорій». Очевидно, показник відображає так звану «технічну допомогу», що її надають зарубіжні власті урядовим та іншим структурам України.

1947 року була укладена Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ). З точки зору міжнародного економічного права ГАТТ цікава тим, що стала першою багатосторонньою економічною угодою. Вона поширювалася лише на товари. Послуги були поза сферою її дії.

Очевидно, в історії міжнародного права у цілому та міжнародного економічного права зокрема можна знайти, навіть, давні випадки регулювання міжнародної торгівлі послугами на рівні двох окремо взятих держав, а от багатостороннього регулювання міжнародної торгівлі послугами не було аж до завершення Уругвайського раунду переговорів ГАТТ.

Наприкінці раунду, — в 1994 р. у марокканському місті Маракеш поміж ряду документів була підписана і Генеральна угода з торгівлі послугами. Угоду ГАТС розглядають як першу колектив-

ну спробу встановити всесвітні правила поведінки держав у регулюванні ними міжнародної торгівлі послугами. На сферу послуг державами перенесено принципи, що вже пройшли випробування у сфері міжнародної товарної торгівлі. Держави домовилися про загальні важелі регулювання міжнародної торгівлі послугами.

Таблиця 5.1

**СТРУКТУРА ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В 2005 Р.**

Вид послуг		Експорт		Імпорт	
		млн. доларів США	%	млн. доларів США	%
Всього					
Транспортні послуги загалом					
В тому числі	Морський транспорт	480,4	11,85	25,4	1,66
	Повітряний транспорт	265,8	6,55	77,4	5,05
	Залізничний транспорт	451,9	11,14	132,4	8,65
	Трубопровідний транспорт	1934,2	47,70		
	Інші види транспорту	253,3	6,25	30,8	2,01
Подорожі		102,3	2,52	50,3	3,29
Послуги зв'язку		89,3	2,20	98,9	6,46
Будівельні послуги		29,7	0,73	111,9	0,78
Страхові послуги		5,5	0,14	41,7	2,72
Фінансові послуги		18,5	0,46	56,2	3,67
Комп'ютерні послуги		10,4	0,26	15,9	1,04
Роялті та ліцензійні послуги		3,2	0,08	13,9	0,91
Інші ділові послуги		19,2	0,47	21,9	1,43
Різні ділові професійні та технічні послуги		229,9	5,67	178,9	11,68
Послуги приватним особам та послуги в галузі культури та відпочинку		3,3	0,08	4,6	0,30
Державні послуги, які не віднесені до інших категорій		2	0,05	758,9	49,56
Ремонт		256,6	3,86	12,1	0,79
Інші послуги					

Щодо цієї торгівлі, як і до міжнародної товарної торгівлі, застосовуються так звані «чотири головні правила»:

— захист національної економіки виключно тарифними методами;

— зниження тарифів та заборона переглядати їх з метою підвищення;

— режим нації найбільшого сприяння;

— територіальний режим.

Відомо, що міжнародну торгівлю можна регулювати двома важелями — тарифними і нетарифними. Тарифні важелі — це економічні. На доброго бігуна можна навішувати вантаж, а він все ж таки бігтиме і не відставатиме від інших. Світова організація торгівлі ще допускає можливість застосування економічних обмежень щодо іноземних суб'єктів господарювання та їх продукції, але вкрай неохоче ставиться до різного ряду неекономічних бар'єрів на шляху міжнародної торгівлі. Застосування нетарифних обмежень — це щось на кшталт виїзду на зустрічну смугу дорожнього руху. На своїй смузі кожен може їхати швидше і краще за інших, але полишати її межі забороняється.

Стосовно другого правила пояснимо ще простіше. Воно не вписується у жіноче правило: «Якщо не можна, але дуже хочеться, — то можна». Якщо тарифи на якісь товари знижено, то їх не можна скасувати і підвищити до бажаного рівня, навіть якщо дуже хочеться це зробити.

Режим нації найбільшого сприяння означає, що всі, кого так величають, є рівними між собою щодо тієї держави, яка такий статус надала. Цей статус втрачає сенс коли немає хоч однієї країни, яка такого статусу не має. Це саме той випадок, коли все пізнається у порівнянні. З математики відомо, що ділення на нуль — неприпустиме. З інтермедії відомого (але вже давно покійного) радянського актора-гумориста А. Райкіна відомо, що поняття «уважаемые люди» можна зрозуміти, коли хтось є «неуважаемым».

Щодо територіального режиму є слушним нагадування про те, що фольклор і література багатьох народів зберегли розповіді про злих мачух. Злі вони були щодо дітей по лінії чинного чоловіка. До своїх же ставилися гарно. Оскільки своя сорочка є найближчою до свого тіла, то власті конкретної країни більше симпатизують своїм підприємцям та їх продукції, ніж іноземним. Якщо при цьому згадати, що підприємець може бути двічі кумом главі державі, то любов до свого ближнього стає аксіомою і не потребує доведення. Філософія СОТ вимагає ставитися до чужо-

го як до свого. Тобто іноземці та їх товари і послуги нічим не гірші за національних виробників та їх продукцію.

Генеральна угода з торгівлі послугами поширюється на урядові заходи, що стосуються не будь-яких послуг, а саме тих з-поміж них, які надаються на комерційній основі. Угода поширюється як на послуги приватного сектора, так і на послуги компаній, які володіє чи контролює їх держава. ГАТС не поширюється на послуги, які отримують державні органи для їх власного використання.

ГАТС забороняє країнам-членам Світової організації торгівлі накладати обмеження на міжнародну торгівлю послугами в таких формах:

- запроваджувати квоти на обсяг послуг, що надаються;
- встановлювати вартість послуг;
- визначати загальну кількість фахівців підприємств і організацій, які надають послуги;
- обмежувати участь іноземного капіталу у підприємствах і організаціях в наданні послуг;
- обмежувати організаційно-правові форми для реєстрації підприємств і організацій, що надають послуги;

ГАТС визнає чотири основних способи надання послуг:

- транскордонний;
- зарубіжного споживання;
- комерційної присутності;
- присутності фізичних осіб.

Транскордонний передбачає перетин кордону самою послугою (наприклад, за допомогою «Інтернету»).

Зарубіжне споживання має на увазі перетин кордону споживачем з метою отримання послуги.

Комерційна присутність передбачає відкриття філії зарубіжної компанії.

Присутність фізичних осіб полягає в особистому наданні професійних послуг представниками таких професій як лікар, викладач, бухгалтер, аудитор тощо.

Далі стисло про важелі державного регулювання міжнародної торгівлі послугами.

На шляху іноземного товару до національного ринку стоїть така шанована людина як митник. У щоденнику одного джентльмена було записано: «После того как я познакомился с таможенниками, я очень уважал гаишников». Митником послугу не перегородиш. Як же регулювати рух іноземних послуг до їх вітчизняних споживачів?

Держави можуть вдаватися до накладання обмежень на пересування людей і на можливість надання ними послуг за кордоном. Згадаймо, що у колишньому Радянському Союзі всього лише за кілька місяців до його зникнення з історичної арени було дозволено радянським громадянам працювати за кордоном під час тимчасового перебування там. До цього колишня соціалістична держава діяла за сталінським принципом: «Нет человека нет и проблем». Навіть у фантастичному сні радянським людям не могла приснитися мандрівка за кордон з метою тимчасового працевлаштування.

Уряд нинішньої Росії вирішив повністю витіснити до кінця січня 2007 року іноземців із сфери роздрібної торгівлі на ринках і вуличних наметах.

Можна уявити, що держави запроваджують такі податкові правила щодо іноземців, які призводять до зникнення у них будь-якого інтересу їхати до таких країн з метою надання послуг.

Запровадження обмежень (а то й цілковитої заборони) на переказ валюти за кордон також може звести нанівець бажання надавати послуги в іноземній країні.

В арсеналі обмежувальних заходів є й такі як ліцензування і сертифікація. Якось одна чудесна пані зазначила, що: «Бумага не костыль, но опереться на нее можно». Якщо передбачити ліцензування певного виду підприємницької діяльності і з бюрократичної точки зору вміло дотримуватися відповідної карколомної процедури, то це теж може знищити у іноземця бажання займатися наданням послуг за межами своєї батьківщини. Цілково можливо, наприклад, не допустити на територію країни пасажирський поїзд з вагонами, які не оснащені обладнанням для накопичення нечистот і викидають їх під рейки, або автомобілі, що забруднюють атмосферу понад встановлені норми.

Відомі і випадки, коли держави прямо забороняли іноземцям створювати підприємства з надання певних послуг.

Можуть бути й послуги, надання яких резервується за монополіями, або надання яких держава залишає за собою.

Відомі і заборони державним органам закуповувати послуги іноземців.

Були і випадки, коли держави встановлювали обов'язкові вимоги щодо залучення місцевих підприємств у процесі надання послуг.

Нерідко держави вдавалися до накладання заборон на передачу у власність іноземцям приміщень, устаткування тощо, необхідних для надання послуг.

Відомі й інші офіційні та неофіційні бюрократичні методи й засоби протидії іноземним підприємствам та/чи підприємцям, які надають послуги.



## ЛІТЕРАТОРА

1. «Державна класифікація послуг зовнішньоекономічної діяльності». Затверджено наказом Держстандарту України від 02.06.97.

2. Лібералізація міжнародних операцій з послугами. Довідник // ЮНКТАД/Світовий банк, 1994.

3. Румянцев А. П., Коваленко Ю. О. Міжнародна торгівля послугами. — К.: Центр навчальної літератури, 2003.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Як розуміє поняття «послуги» вітчизняний законодавець?
2. Яке з визначень поняття «послуга» є найбільш вдалим?
3. Які Ви знаєте видимі і відчутні послуги?
4. Як вирізнити роботу від послуги?
5. Структурно-галузеві і виробничо-комерційні послуги.
6. Як виміряти роль сфери послуг у національній економіці?
7. Генеральна угода з торгівлі послугами ГАТС.
8. Тарифні і нетарифні важелі регулювання міжнародної торгівлі послугами.
9. Способи надання послуг за ГАТС.
10. Обмеження на міжнародну торгівлю послугами, що заборонені ГАТС.
11. Незалежні та залежні особисті послуги





## РОЗДІЛ 6

# ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПОДАТКОВИХ СИСТЕМ КРАЇН СВІТУ

- 6.1. Місце податків в економіці країн світу.*
- 6.2. Історичний розвиток та критерії розбудови податкових систем держав світу.*
- 6.3. Елементи системи оподаткування та їх характеристика.*
- 6.4. Класифікація податкових платежів за різними ознаками в країнах світу.*
- 6.5. Способи сплати податкових платежів в різних державах світу.*

## **6.1. МІСЦЕ ПОДАТКІВ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇН СВІТУ**

Успішний менеджмент зовнішньоекономічної діяльності неможливий без знання засад податкової системи країн світу. З огляду на це у трьох розділах цього посібника розглядаються питання податкового механізму країн світу.

Податки є частиною фінансової системи як на макрорівні, так і на мікрорівні. Вони виконують фіскальну, розподільчу та соціальну функції. При виконанні розподільчої функції першочергове значення має стимулюючий напрям, який посідає в економічній політиці різних країн світу все більшу питому вагу.

Кожна країна має свої особливі риси розвитку економіки, іде за різними економічними напрямками розвитку (головним чином ринковими або командно-адміністративними), має особливості в динаміці розвитку економічних процесів, що впливає і на розвиток окремих складових частин загальної економічної системи. Це також впливає і на податкову систему держави, яка за своєю сутністю має підлеглий до фінансової системи характер і повинна постійно пристосовуватись до змін в суспільстві.

Податки мають досить високу питому вагу в доходній частині бюджету будь-якої держави, тому що вони є головним джерелом наповнення останнього. У всіх країнах світу витрати держави плануються виходячи з доходної частини, тобто з кількості зі-

браних податків. Більш того, в деяких країнах, коли при плануванні бюджету з'являється дефіцит його, уряд при введенні нових податків, обов'язкових зборів та платежів постійно має на увазі, що це може мати негативні наслідки і в першу чергу для населення та підприємців.

В розвинутих країнах світу податкові збори займають від 25 % до 50 % у загальному валовому внутрішньому продукті країни.

Більшу питому вагу податкові платежі складають в країнах з командно-адміністративним напрямом розвитку економіки (Швеція, Данія, Бельгія, Нідерланди, Фінляндія).

Активні зміни в податковій політиці країн світу та зміни податкових систем відбулися в 70—90-х роках ХХ ст.

В різних країнах світу податкові системи відрізняються за типом розбудови, кількості податків, ставками податкових платежів, методикою їх розрахунку, видам стягнення тощо, але всі вони будуються на підставі загальних принципів. Одним з головних з них є стабільність законодавчої бази. Вона не може бути незмінною на протязі десятиліть, але принципові положення сплати податків повинні не змінюватись досить тривалий час. Наприклад, процедура введення нових податків та обов'язкових платежів у Великобританії дуже складна і потребує спілкування з громадянами держави. Підвищення ставок податків повинно бути ретельно обгрунтованим і відбуватися, як правило, тільки у випадках, якщо в країні настає непередбачена ситуація (так звана форс-мажорна), коли передбачаються підвищені витрати бюджету. Стабільність законодавчої бази є невід'ємною умовою налагодження планової роботи платників податків на майбутній період. Це дозволяє досить чітко визначити їм свої витрати (тому що в більшості податки відносяться на витрати підприємства) і розрахувати свої прибутки, визначити напрями їх розподілу та розробити свою майбутню фінансову стратегію.

Необхідно також зазначити досить високу культуру платників податків. В більшості економічно розвинутих країн світу перед платником податків не стоїть питання платити чи не платити податки. Ухилення від сплати трапляються, але податки, зазвичай сплачуються згідно з чинним законодавством. Головним в податковому менеджменті є оптимізація податкових платежів конкретного підприємства згідно з тими обставинами, які відбуваються та фактичними умовами діяльності.

В деяких країнах світу ставки податкових платежів є досить високими (навіть, значно вищими, порівнюючи з тими, які діють нині в Україні). Підприємства, які існують в цих країнах, можуть



здаватися до реєстрації у вільних економічних зонах (або офшорних зонах). Наприклад, за ставкою оподаткування прибутку в 45 % на батьківщині, ставка оподаткування в офшорній зоні складає лише 1—2 %. Це дозволяє зекономити гроші. Але не всі йдуть реєструватися в офшорні зони, тому що держава встановлює такі умови оподаткування, які зацікавлюють підприємства не вивозити свій капітал з країни.

Важливе значення в багатьох країнах світу має такий принцип як рівність всіх платників податків, незважаючи на форми власності (державна або різні недержавні форми), відомчу підпорядкованість, підтримку різних політичних сил або партій та рухів, регіональну належність тощо. Тобто податки сплачуються всіма підприємствами. Це ж стосується і надання різних пільг.

Головна увага в будівництві податкових систем в різних країнах світу приділяється розвитку підприємницької діяльності та залученню інвестиційних коштів як вітчизняними так і іноземними особами. Для цього в державі створюються умови стимулювання цих видів діяльності. В багатьох країнах світу досить суттєві пільги надаються підприємствам, які експортують свою продукцію за кордон (при цьому потрібно зазначити, що більшість країн укладають між собою угоди про уникнення подвійного оподаткування в зовнішньоекономічній діяльності).

Податкові системи розвинених країн світу — дуже гнучкі. Так, наприклад, в США, Великобританії платник податку може самостійно вибрати такий варіант оподаткування, наприклад, прибуткового податку з фізичних осіб, який для нього є найбільш ефективним. Це дозволяє зменшити кількість платників, які бажать перейти у тіньовий сектор економіки або ухиляються від сплати податків.

Наявність різноманітних варіантів розрахунку та сплати податків, а також різні пільги за ними надають можливість підприємству при плануванні своєї податкової політики розробляти декілька варіантів і визначити можливу економію на податках. Крім того розробка податкової політики в більшості впливає і на визначення напряму подальшого виду діяльності підприємства.

Важливе значення для розбудови податкової системи країни має її ефективність. Сутність цього принципу полягає в тому, що податок не повинен суттєво впливати на прийняття економічних рішень, або якщо це і відбувається, то вплив повинен бути мінімальним. Більшість податкових систем розвинених країн світу побудовані таким чином, що не дозволяють вільного подвійного трактування положень платниками податків та податковими ор-

ганами. Це суттєво зменшує кількість спорів між суб'єктами оподаткування і зменшує кількість скарг в судах. Крім того цей принцип забезпечує економію витрат за стягнення податків, тобто кошти, які потрібні для функціонування податкової системи, повинні бути значно меншими, ніж кількість зібраних податкових платежів.

Особлива увага в податкових системах різних країн світу приділяється розмежуванню рівнів компетенції при стягненні податкових платежів. Особливо це стосується компетенції загальнодержавних та місцевих органів самоврядування. Так в більшості країн світу досить чітко визначається кількість тих податків, які збираються в державний бюджет та тих, що збираються в місцевий бюджет. При цьому, як правило, кількісна сума податків в місцевому бюджеті невелика і їх, як правило, не вистачає для покриття всіх витрат. Тому в більшості місцеві бюджети отримують або допомогу та кошти із загальнодержавного бюджету, або частина зібраних податків переходить до місцевих бюджетів.

Податкове законодавство багатьох країн світу досить чітко визначає дві категорії платників податків — резиденти та нерезиденти. До резидентів належать юридичні особи, які зареєстровані в даній країні, мають розрахунковий рахунок і здійснюють в цій країні свою головну господарську діяльність. До нерезидентів належать юридичні або фізичні особи, які не мають постійного місця проживання в даній країні, але здійснюють свою господарсько-фінансову діяльність. Компанії — нерезиденти особливо розповсюджені в країнах Західної Європи, де відбувається постійне пересування капіталу з однієї країни в іншу, а також відбувається міграція населення. Тому велике значення мають податкові системи, в яких приділяється особлива увага нерезидентам, тому що вони об'єктивно можуть підпадати під оподаткування одночасно двох країн (і в своїй, і там, де здійснюють свою господарсько-фінансову діяльність). При створенні системи оподаткування для нерезидентів особлива увага приділяється міжнародним угодам з цих питань. В цілому більшість податкових систем спрямовані на уникнення подвійного оподаткування. Стягнення податків відбувається за принципом національної належності платника податку.

Проведення податкової реформи в Україні є однією з найскладніших проблем реформування економіки. Впродовж досить тривалого часу в Україні розглядається питання про ухвалення Податкового кодексу, але поки що він не прийнятий. Нині щодо більшості податків не існує законів, а стягуються податкові пла-

тежі на підставі Указів Президента України, або на підставі постанов Верховної Ради та уряду. З тих же податків, щодо яких існують Закони, то, на жаль, вони дуже недосконалі. Про це свідчить дуже велика кількість змін та доповнень. До деяких законів зміни та доповнення вносяться навіть тоді, коли ці Закони ще не набрали чинності (Закон про «Зміни та доповнення до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» та Закон України «Про податок на додану вартість», які були прийняті в 1997 році).

Як недолік податкової системи України потрібно визначити і велику кількість пільг за різними податками, а також принципи надання їх. В більшості випадків пільги отримують підприємства державної форми власності, або ті, які засновані різними партіями та рухами.

Проведення податкової реформи на Україні, в тому числі прийняття Податкового кодексу неможливе без вивчення особливостей податкових систем інших країн та ретельного їх аналізу. Постає проблема створення такої податкової системи, яка б була найбільш ефективною, тобто вбирала б в себе всі позитивні риси податкових систем інших країн світу і щоб вона була пристосованою до менталітету платників податків України.

## **6.2. ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ТА КРИТЕРІЇ РОЗБУДОВИ ПОДАТКОВИХ СИСТЕМ ДЕРЖАВ СВІТУ**

З історичної точки зору податок є одним з перших елементів фінансової системи. Ще в стародавні часи найкращий кусень здобичі або виробленого продукту віддавався голові суспільства (родини, племені, роду тощо). Це була плата за виконання ним зобов'язань з охорони, керівництва общиною, управління виконанням різних робіт, а також підтримка добрих стосунків з сусідами, розв'язання суперечливих питань та тощо.

З плином часу форма та методи стягнення податків постійно змінювались. Спочатку вони мали вигляд натуральної оплати, потім — відпрацьованих трудовнів, військової здобичі та грошових відрахувань.

Не зважаючи на досить стародавній характер податків, його теоретичні дослідження почалися значно пізніше. Вперше дослідження податків з філософської точки зору були проведені в стародавніх Греції та Римі. Філософи цих країн розглядали податки

як суспільно корисне і необхідне явище. Вони визначали і економічно-суспільний характер податку, як сплату частини доходу громадян на користь державних органів управління для виконання ними своїх функцій. Крім того, з філософської точки зору, це є об'єднання частини доходів, майна, прибутків громадян держави, яке необхідне для існування суспільства, виконання громадських робіт, соціальної захищеності окремих верств населення, протистояння зовнішнім ворогам, запобігання або зменшення негативних наслідків стихійних лих. Податки є головним чинником розширеного відтворення, зростання економічного потенціалу держави.

В цілому податкова система є сукупністю різних елементів податкових платежів, методології нарахування їх, порядку та строків сплати, умов відповідальності за їх розрахунки. Ця система є частиною загальної фінансової системи як на макрорівні (тобто рівні держави), так і на мікрорівні (тобто на рівні підприємства та громадян). Головним завданням на рівні держави є насичення державного бюджету необхідними грошовими коштами та забезпечення постійного їх надходження згідно з чинним законодавством. Головною вимогою є дотримання єдиної спрямованості як податкової так і фінансової системи та в цілому економічної стратегії як держави, так і підприємства.

Податкова система базується на дії загальноекономічних законів суспільства. Вона може відрізнитися різними особливостями залежно від економічної системи тієї чи іншої держави. Система має і риси, які притаманні будь-якій державі.

Головною метою системи оподаткування є розробка економічного механізму нарахування та сплати податкових платежів, встановлення відповідних прав та обов'язків суб'єктів оподаткування, відповідальності за порушення чинного законодавства. В цілому вона повинна відповідати тій системі розширеного відтворення, яка існує в конкретній державі, а також тій її фазі розвитку, яка характерна для конкретного часу.

За своєю сутністю податок виступає як примусовий обов'язок платника податкового платежу перед суспільством. В конкретній формі це — вилучення частини доходу суб'єкта оподаткування до державного бюджету і об'єктивне зменшення його доходів. Велике значення має ставлення держави до громадян, якість та кількість тих функцій, які держава повинна виконувати. В податковій системі знаходять відображення всі позитивні та негативні риси тієї економічної політики, яку проводить держава, недоліки державного керівництва. Від цього залежить і зворотній

зв'язок — ставлення платників податків до держави, тобто їх культура та обов'язковість сплати податкових платежів.

Згідно з напрямками розвитку економічної стратегії держави ухвалюються й відповідні закони, які є підставою для функціонування податкової системи. До законодавчої бази системи оподаткування належать закони держави та різні підзаконні акти, які повинні доповнювати та роз'яснювати чинні закони. В деяких країнах світу в якості головного законодавчого документу виступає Податковий кодекс, який визначає не тільки кількість податкових платежів, порядок їх нарахування та сплати, а й відповідальність суб'єктів податкового процесу. В інших країнах щодо кожного податкового платежу ухвалюються відповідний закон держави. Законодавчі акти носять в цілому стабільний характер і можуть змінюватись тільки один раз на рік, як правило, при обговоренні та затвердженні державного бюджету на наступний рік. Такі зміни стосуються зміни ставки оподаткування, надання пільг, зміни масштабу податку або розширення об'єктів оподаткування. Закони мають однозначне трактування різних термінів та понять. Це ж притаманне і підзаконним актам. Вони також мають стабільний характер і трактують методологію та методи розрахунку податкових платежів простими і однаковими поняттями як для платника, так і для державного органу, який займається стягненням їх. Це дозволяє підприємству розробляти свою податкову політику на досить тривалий термін і в цілому визначати свою економічну стратегію.

Головними принципами розбудови законодавчої бази податкової системи є наступні:

**Державність.** Законодавча база повинна відповідати економічній політиці держави як в сучасних умовах, так і в майбутньому. Перспективи розвитку економіки держави залежать значною мірою від наявності фінансових ресурсів. Головне джерело їх — бюджет держави, а в ньому найбільшу питому вагу в кожній країні світу мають податкові платежі. Податкові закони повинні бути побудовані таким чином, щоб податкові платежі не були досить важким податковим тягарем для платника. Разом з цим податки повинні мати прогресивний характер, що пояснюється збільшенням фінансових потреб держави при подальшому економічному розвитку її та збільшення функцій, які вона повинна виконувати. Особливе місце при цьому займають підзаконні правові акти.

**Науковість.** Закони та різні правові документи, які ухвалюються в державі, повинні базуватися на глибокому вивченні іс-

нуючих загальноекономічних законів суспільства і закономірностей розвитку його економічної системи. Згідно з розвитком держави і зміною головної мети та економічної стратегії змінюється і її законодавча база, яка повинна відобразити ці особливості. Крім того, при розробці конкретних методик повинні застосовуватися новітні технології, способи розрахунків за допомогою математичного механізму та застосування сучасної обчислювальної техніки.

**Стабільність.** Законодавчі документи, які ухвалює держава, повинні бути стабільними при визначенні термінології податкового платежу, методології його розрахунку. В зв'язку з розвитком суспільства, економіки держави, відбуваються постійні зміни як в навколишньому, так і внутрішньому середовищі, які повинні відобразитися і в законодавчих документах. Зміни та доповнення до чинних законів повинні вноситися не часто і головним чином стосуватися другорядних положень, наприклад, надання пільг, зміни ставок оподаткування, визначення об'єкту та суб'єкту оподаткування тощо. Цей принцип має важливе значення при розробці податкової стратегії підприємства, прогнозуванні його розвитку в майбутньому.

**Повнота.** Цей принцип визначає, що в законах про податкові платежі повинні відобразитися всі їх елементи, починаючи з термінології і закінчуючи відповідальністю платника податкового платежу. В світовій практиці неможливі ситуації, коли окремі поняття або положення, які стосуються визначення податкового платежу, розрахунку його та сплати визначається в підзаконних актах. Цей принцип визначає також, що ті положення, які визначаються в законах, повинні носити постійний, стабільний характер.

**Лояльність.** Закони з податкових платежів не повинні мати репресивний характер щодо платників податкового платежу. При цьому до уваги береться, що держава існує за рахунок платника і для платника податкового платежу. Тому державні дії повинні бути спрямовані на розбудову такої системи, яка б була найбільш ефективною для платника. Лояльність законодавчої бази визначається наявністю пільг з податкових платежів та їх обґрунтованістю і впливу на фінансову систему держави. Особлива увага приділяється законодавчим документам, які спрямовуються на зменшення податкового тягаря.

**Належний порядок ухвалення.** Цей принцип передбачає, що порядок ухвалення законів визначається діючими в державі положенням. Потрібно зазначити, що в деяких державах прийняття законів про введення нових податкових платежів здійсню-

ється тільки після обговорення та підтримки населення держави. Скасування окремих податкових платежів має позитивне значення для платника податку, але може негативно вплинути на державний бюджет та проведення економічної та соціальної політики.

Ухвалюючи закони з податкових платежів, держава повинна не лише спрямовувати свої зусилля на збирання грошових коштів до державного бюджету, а й на захист вітчизняного платника податків, тобто виробника та споживача. Так, в більшості країн світу за досить високих ставок окремих податкових платежів, власним виробникам та громадянам надаються пільги, які суттєво зменшують податковий тиск. Від сплати податкових платежів звільнюються окремі операції або види товарів. Зниження податків або звільнення від їх сплати збільшує доходи платника, а також загальний матеріальний добробут населення.

### **6.3. ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА**

В цілому податкова система будь-якої держави складається з учасників правових відносин та податкових платежів. До основних елементів податкової системи наступні.

**Суб'єкти правових відносин.** Цей термін складається з двох частин.

По-перше, це — безпосередньо платники податків — юридичні та фізичні особи. Потрібно зазначити, що ці особи стають суб'єктами тільки в випадку, коли існує об'єкт оподаткування. Фізична особа може бути суб'єктом оподаткування і як підприємець, і як громадянин держави. До суб'єктів оподаткування належать як вітчизняні громадяни, так і іноземці. Вони мають рівні права та несуть рівну відповідальність зі сплати податків. Ступінь відповідальності залежить від статусу платника. Якщо платники зареєстровані як підприємці, то вони визначають систему сплати податкових платежів. В деяких країнах (США, Великобританії, Німеччині) фізична особа сама вибирає порядок сплати та ставку прибуткового податку залежно від різних обставин. Якщо фізична особа працює за наймом, то вибір системи оподаткування, як правило, обмежений, і головним податком є прибутковий. Якщо ця особа не працює в іншому місці, то вона може не заповнювати та не подавати до податкового органу річну податкову декларацію.

Якщо платником податкового платежу є юридична особа, то стягнення податку відбувається залежно від різних чинників. Головним з них є статус підприємства — резидент чи нерезидент. Якщо підприємство є резидентом, то воно сплачує всі податкові платежі з усіх доходів, які воно отримує. Якщо підприємство є нерезидентом, то воно сплачує податки тільки лише з доходів, які отримує тільки на території цієї держави. В більшості держав для таких підприємств визначаються пільги, або особливий характер оподаткування.

При визначенні розміру податку має значення також організаційно-правовий статус підприємства. В країнах Північної Європи особливі пільги надаються такі організаційно — правовій формі підприємства як акціонерні товариства (відкриті та закриті), та товариства з обмеженою відповідальністю. З особливою увагою ставляться до приватних підприємств та підприємств малого бізнесу. З метою стимулювання розвитку цієї сфери діяльності та бізнесу в більшості країн світу їм надаються пільги, або вони взагалі звільняються від сплати податків. Для віднесення підприємств до категорії малого бізнесу застосовуються різні критерії. Наприклад, в Великобританії, Канаді такими критеріями є не тільки обсяг виготовленої і реалізованої продукції та кількість працюючих на підприємстві, а і розмір отриманого прибутку тощо.

Між юридичними та фізичними особами, як суб'єктами оподаткування, існує суттєва різниця, яка полягає в механізмі стягнення податку, або його частини. Так, при порушенні чинного законодавства при сплаті податку з юридичних осіб стягнення несплаченої суми податкового платежу або штрафу відбувається у безспірному порядку, а з громадян — тільки за рішенням суду або виконавчим листом нотаріуса.

В законах про систему оподаткування різних країн світу достатньо чітко визначаються права та обов'язки, а також відповідальність та заходи до порушників цього законодавства. Якщо суб'єкт оподаткування не сплачує податкові платежі, то законами визначаються штрафні санкції та адміністративні норми, які можуть до нього бути застосовані. Розмір цих санкцій також визначається у відповідному законі.

В окремих країнах світу (головним чином це країни Північної Європи) всі платники, — як фізичні, так і юридичні особи, — поділяються на резидентів і нерезидентів. Згідно із загальносвітової практикою до нерезидентів належать суб'єкти оподаткування, які знаходяться на території іншої країни більш ніж 185



дiб на рiк. Всi iншi належать до категорiї резидентiв. Виходячи iз загальної податкової полiтики держави відбувається i стимулювання розвитку тiєї чи iншої категорiї платників податкiв через надання в першу чергу рiзних пiльг.

В якостi суб'єкту податкового процесу виступають рiзні податковi органи, якi здiйснюють свою дiяльнiсть вiд iменi держави i мають вiдповiднi повноваження. Державнi податковi органи мають свої завдання, права та обов'язки, якi визначаються чинним законодавством. Головним iх завданням є забезпечення надходження до бюджету всiх рiвнiв (державного, мiсцевого) стабiльних, повних, постiйних податкових платежiв. Здiйснюється це за рахунок перевiрок та постiйного контролю за платниками податкових платежiв. Якщо платник податку порушує чинне законодавство, то податковi органи застосовують до нього штрафнi санкцiї або iншi засоби покарання. З iншого боку вони можуть надавати податковi кредити, вiдстрочку платежу тощо.

Можуть виникнути проблеми у взаємовiдносинах мiж цими суб'єктами системи оподаткування. В бiльшостi країн свiту досить чiтко визначається ступiнь вiдповiдальностi з обох бокiв, в тому числi i з боку державних органiв. В законах про податки чiтко визначається розрахунок втрат, якi були завданнi платнику податкового платежу з боку державних органiв (як правило, при перевищеннi своїх повноважень) та методика iх вiдшкодування.

**Об'єкти оподаткування.** У загальному виглядi — це загальна сума оподаткування, з якої суб'єкт сплачує податок. В бiльшостi назва податку визначається за об'єктом оподаткування. Наприклад в податку на додану вартiсть — об'єктом оподаткування є додана вартiсть, податку на землю — земля, прибутковому податку — дохiд громадян.

В деяких випадках об'єкт оподаткування має узагальнюючий характер. Наприклад, дiючий в деяких державах єдиний податок визначається як рiзниця мiж всiма доходами, якi отримує пiдприємство та всiма валовими витратами.

Кiлькiсть об'єктiв оподаткування повинна визначати i кiлькiсть податкових платежiв, якi складають загальну систему оподаткування. Це означає, що кожний податковий платiж повинен мати свiй особистий об'єкт оподаткування.

Потрiбно зазначити, що в деяких випадках потрiбно вирiзняти поняття об'єкт та предмет оподаткування. Предмет оподаткування — це його об'єкт до виникнення податкових зобов'язань. Так, наприклад, предметом оподаткування податку на нерухомiсть є земля, майно як матерiальна коштовнiсть. Об'єктом вiн стає тiль-

ки тоді, коли з'являється юридичне право на користування цією нерухомістю.

В деяких випадках об'єкт оподаткування співпадає з джерелом. Так, наприклад, для податку на прибуток і об'єкт і джерело сплати є прибуток.

**Одиниця оподаткування.** Це є міра, з якої розраховується податок. Наприклад, з кожного гектару земельної площі, з кожної грошової одиниці — доходу або прибутку. По миту — митна вартість товару. З власників транспортних засобів — кількість кінських сил.

**Податкові ставки.** Вони є нормами оподаткування. В різних країнах світу ставка визначається як розмір податкових нарахувань на одиницю виміру податкової бази. Всі ставки визначаються в кожному законі про відповідний податковий платіж. При цьому держава вирішує декілька проблем.

По-перше. Обґрунтовується співвідношення середніх розмірів ставок. Вирішення цієї проблеми пов'язані з зменшенням податкового тиску на об'єкт оподаткування при не зменшення загального розміру надходження податкових платежів до бюджету.

По-друге. Встановлюється доцільність прогресивності і визначаються проблем зростання ставок оподаткування та бази оподаткування. Більшість економічно розвинутих країн мають прогресивні шкали оподаткування за податками на доходи і прибуток, в тому числі і щодо прибуткового податку. В деяких випадках може встановлюватися і єдиний податок без будь-якої диференціації.

По-третє. Визначаються межі, з яких з'являються прогресія або ставка неоподаткованого мінімуму доходів.

По-четверте. Визначається максимальна ставка оподаткування за прогресивною шкалою податку. Це впливає на стимулюючий характер проведення податкової політики держави та підвищення зацікавленості в кінцевих результатах діяльності суб'єкта оподаткування, розвиток підприємницької діяльності, збільшення виробництва продукції, виконання робіт або надання послуг. В більшості законодавств різних країн визначається рівність ставок оподаткування за одним податком як для юридичних, так і для фізичних осіб.

В світовій практиці всі ставки податкових платежів поділяються за різними ознакам.

**Залежно від виду діяльності** суб'єкта оподаткування ставки поділяються на:

— базові. Ці ставки застосовується для всіх, або більшості суб'єктів оподаткування не залежно від виду його діяльності. До таких податків належить ПДВ, податок на прибуток тощо;

— знижені. Вони залежать від особливостей виду діяльності суб'єкту оподаткування. Головною їх метою є підвищення зацікавленості у зростанні обсягів виробництва, розвитку напрямів діяльності за рахунок зменшення податкового тягаря на платника податкового платежу. В деяких випадках застосовується нульова ставка;

— підвищені. Ці ставки встановлюються з метою захисту власного виробника або зменшення виробництва будь-якого виробу (наприклад лікєро-горілчаних виробів, тютюну, цигарок тощо).

**Залежно від системи розбудови** всі ставки поділяються на:

— тверді ставки. Вони встановлюються в грошовому вигляді на одиницю об'єкта оподаткування;

— відносні ставки. Вони визначаються щодо відношенню до будь-якої величини (наприклад до мінімального неоподатковуваного доходу громадян, до мінімальної заробітної плати тощо);

**За характером дії ставки є:**

— прогресивними. Ці ставки зростають залежно від зростання бази оподаткування. При цьому виділяють різні типи таких ставок:

— простими прогресивними. Вони збільшуються залежно від зростання об'єкта оподаткування в рівних пропорціях. В більшості країн світу ця ставка застосовується при оподаткуванні майна, податку на спадщину тощо;

— складними прогресивними. Вони збільшуються при збільшенні бази оподаткування за сходиновим методом, тобто в різних частках. В різних країнах світу такі ставки встановлюються на прибутковий податок з громадян.

— пропорційними. Сутність цих ставок полягає в тому, що вони залишаються однаковими незалежно від зміни об'єкта оподаткування. При їх встановленні виникає проблема оптимізації ставки. Якщо вона занадто висока, то у платника виникає бажання зменшити розмір сплати податкового платежу, причому і з порушенням чинного законодавства. Як правило, ці ставки встановлюються для непрямих податків;

— регресивними. При зростанні об'єкта оподаткування ставка податку зменшується. Головна мета регресивної ставки — стимулювання використання окремих видів ресурсів, майна;

— змінними. Вони припускають використання всіх вищезгаданих варіантів.

**Податковий період.** Це строк, впродовж якого визначається база оподаткування, розраховується та сплачується податок. За більшістю податків цей період співпадає із звітним періодом. Потрібно також зазначити що в деяких країнах звітний фінансовий

період не співпадає з календарним роком. Головною вимогою є чітке визначення цього терміну, що запобігає порушенням прав платників податків, а також зменшує порушення з боку останніх.

**Строк сплати податку.** Він є календарною датою або тим часом, впродовж якого платник податку повинен розрахуватись з державою. Строк зазначається в законах щодо кожного податкового платежу. При його визначенні враховується багато чинників, до головних з яких належать:

- місце та питома вага податку в державному або місцевому бюджеті. Як правило строк сплати податку прив'язується до звітнього періоду;

- характеристика безпосередньо податкового платежу та суб'єкта його сплати;

- періодичність отримання доходу суб'єктом оподаткування та його розмір;

Цей процес, при визначенні строків сплати враховує:

- термін сплати податкового платежу, — головним чином кінцеву межу строку сплати;

- термін подання відповідної звітності, розрахунок його за кожним податковим платежем, якщо це передбачається чинним законодавством, форми податкових декларацій. Щодо більшості податкових платежів строки звітності та строки сплати співпадають;

- строк давнини сплати податку;

- строки зберігання бухгалтерської та податкової звітності (якщо вони різні);

- строк, на який надається податковий кредит за податковим платежем;

- строки притягнення платника податку до відповідальності.

## **6.4. КЛАСИФІКАЦІЯ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА РІЗНИМИ ОЗНАКАМИ**

В різних країнах світу діють податкові системи, які включають різну кількість податкових платежів. Всі платежі можна класифікувати за ознаками, які в цілому притаманні всім податковим платежам. Вони вирізняються різновидами форм, умовами застосування, методикою розрахунку, порядком сплати, різними податковими режимами тощо.

**Суб'єкти отримання податкових платежів.** Першою ознакою є рівень суб'єктів податкового процесу, які отримують податкові платежі. За цією ознакою вони поділяються на державні та

місцеві. Кількість податкових платежів, які сплачуються державним та місцевим органам, залежить від економічної системи та відповідно економічної спрямованості держави, напрямків соціального розвитку, розподілу функцій, які виконує той чи інший рівень державного управління. Так, в США кількість та розмір податкових платежів, які сплачуються до місцевого бюджету, більша ніж в деяких інших країнах. Це пов'язане з тим, що в цій державі дуже розповсюджена децентралізація як законодавчої бази, так управлінської влади. Деякі державні функції передані місцевим органам влади, які мають більші витрати на їх виконання і більші фінансові кошти, які надходять до цих органів. В країнах Північної та Західної Європи (Швеція, Норвегія та інші), дуже велика централізація органів влади, тому і надходження податкових платежів ширше концентрується в державному бюджеті. В деяких країнах взагалі всі податкові платежі збираються централізовано, а потім визначається частина їх, яка перераховується до місцевих бюджетів.

Перелік загальнодержавних та місцевих податкових платежів визначається чинним законодавством держави. До перших належать такі податкові платежі, як ПДВ, податок на прибуток корпорацій та підприємств, податок на продажі, податок на обіг, акцизні збори, прибутковий податок з громадян, мито, податок на землю, на соціальні заходи тощо. До місцевих податків належать податок на майно, яке знаходиться у власності місцевих органів влади, послуги, які ними виконуються (наприклад гербовий збір) та інші. Ці ж органи мають і переважне право на встановлення ставок оподаткування цих податкових платежів.

**Податкові платежі в ціні товару.** Друга ознака — включення податкових платежів до відповідної складової частини ціни. В більшості країн світу податкові платежі поділяються на два види:

- ті, які включаються до собівартості товару;
- ті, які включаються до доходу (прибутку) підприємства.

Згідно з цією ознакою більшість податкових платежів за своєю сутністю є витратами підприємства, тому вони і покладаються переважно на його витрати. Потрібно зазначити, що податкові платежі — це ті витрати, які мають постійний, обов'язковий характер. Так, наприклад, фірма може обійтися без реклами, без застосування власного транспортного засобу та не мати витрат за цими статтями, але вона не зможе не сплачувати ПДВ (якщо здійснює якусь комерційну операцію), обов'язкове відрахування від фонду заробітної плати (якщо на фірмі працюють наймані працівники і їм сплачується заробітна плата) тощо.

Особливістю податкових систем різних країн є методика розрахунку прибутку, який оподатковується. Прибуток, який визначається як різниця між сумою отриманих валових доходів від всіх видів діяльності та валовими витратами. Особливістю є віднесення окремих витрат на валові (наприклад амортизаційні витрати та методи її розрахунку). З прибутку головним податком є податок на прибуток (або доходи) корпорацій, на дивіденди. Можуть також стягуватись екологічні та інші деякі податкові платежі.

**Джерела податкової бази.** Третя ознака — джерела податкової бази. За цією ознакою визначаються наступні податкові платежі:

— індивідуальні доходи. Це — доходи фізичних осіб з різних джерел. До таких податкових платежів належать прибутковий податок з громадян, дохід працівників вільних професій та податок з нього, дохід від підприємницької діяльності, в тому числі і запроваджений в окремих країнах єдиний податок, сімейний податок, податок з одружених (при цьому визначається наявність осіб на утриманні, в тому числі пристарілі батьки, неповнолітні діти, інваліди тощо);

— дохід від продажу. Головним чином для країн Європи — ПДВ, для США — податок з продажу, для інших країн світу — податок з обороту. Найбільш розповсюдженим є ПДВ. Цей податок сплачується з новоутвореної вартості при кожному переміщенні виробу від однієї ланки товароруку до іншої і сплачується кожним підприємством або фірмою не залежно від форми власності та організаційно-правової форми;

— фінансові результати діяльності. До них належать валові доходи від реалізації, операційної та фінансової діяльності підприємства, прибуток та інші доходи;

— витрати підприємства. Це переважно джерело утворення податкової бази і податки в цьому випадку сплачуються з окремих частин собівартості. Наприклад, відрахування в соціальні фонди — в пенсійний та соціальний фонди, фонди зайнятості тощо.

**Об'єкти оподаткування.** Четверта ознака — за об'єктами оподаткування. За цією ознакою визначаються наступні податкові платежі:

— ресурсні. Це — платежі за використання ресурсної бази, на сировину, на добування корисних копалин, на трудові ресурси тощо;

— рентні. Це — податкові платежі на отримання додаткових доходів, порівнюючи із звичайними доходами (наприклад на

надприбутки, якщо підприємство є монополістом, на наддоходи від використання плодючої землі, або знаходження підприємства в вигідних місцях розташування тощо);

— на споживання. Головним чином це — ПДВ, податок на продаж товарів, на обіг;

— майнові. Ці податкові платежі сплачуються з майна або землі, яка належить або використовується підприємствами. Серед категорії майна в першу чергу це — нерухомість, яка належить як юридичним так і фізичним особам, або таке майно, яке передається в користування іншим особам (наприклад відчуження, дарування), приріст капіталу тощо. Податок на землю існує практично в кожній країні світу і стягується головним чином з власників земельних ділянок. Може стягуватись і з орендарів земельної площі, причому ставка поділяється залежно від напряму використання (виробництво, житло, розважальні заклади тощо). До групи майнових податкових платежів можуть належати існуючі в деяких країнах податкові платежі за оренду майна (частіше житла), які сплачують як орендодавці так і орендарі.

**Методи розрахунку ставок оподаткування.** П'ята ознака — методи розрахунку ставок оподаткування. За цією ознакою податкові платежі поділяються на:

— прогресивні — це ті податкові платежі, ставки яких збільшуються залежно від збільшення розміру податкової бази (в більшості країн світу за цим принципом побудований прибутковий податок з громадян);

— пропорційні — за цих податкових платежів ставка залишається незмінною не залежно від зміни бази оподаткування (наприклад ПДВ);

— регресивні — ставки цих податкових платежів зменшуються залежно від збільшення податкової бази. Такі ставки встановлюються з метою зацікавленості платника податку використанні або збільшенні якогось ресурсу.

**Засіб стягнення.** Шоста ознака — засіб стягнення. За цією ознакою всі податкові платежі поділяються на непрямі та прямі. В більшості країн світу до непрямих податкових платежів належать ПДВ, акцизний збір, мито. В деяких країнах до них додаються ще й податки на виграші в казино, лотерею, на кінських перегонах тощо. Кількість їх обмежена, але питома вага, яку вони посідають в загальному розмірі державного та місцевих бюджетів, — досить вагома (до 20 і більше відсотків). Як правило, ці податкові платежі надходять до державного бюджету, але в де-

яких країнах частина їх перераховується і до місцевого бюджету. Всі інші податкові платежі — це прямі.

**Суб'єкти оподаткування.** Сьома ознака — суб'єкти сплати, тобто платники. За цією ознакою податкові платежі поділяються на ті, які сплачують юридичні та фізичні особи. Причому останні підрозділяються на тих, хто займається підприємницькою або професійною діяльністю, та тих, хто працює як найманий працівник. В більшості країн світу дотримується принцип одноманітності встановлення ставок оподаткування для всіх суб'єктів оподаткування. За цією ознакою визначаються ті податкові платежі, які сплачуються тільки юридичними особами, або тільки фізичними. Так, останні сплачують особисті платежі за утримання домашніх та декоративних тварин, в тому числі собак, за виграші в лотецію, кінських перегонів, казино тощо.

## **6.5. СПОСОБИ СПЛАТИ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ В РІЗНИХ ДЕРЖАВАХ СВІТУ**

В світовій практиці існують декілька головних способів сплати податкових платежів залежно від їх виду, спрямованості, місця, яке вони посідають в податковій системі країни. До них належать: за кінцевим результатом, авансовий, біля «джерела», кадастровий спосіб, при використанні майна. Методика розрахунку та порядок сплати податкового платежу визначаються чинним законодавством та підзаконними актами.

**За кінцевим результатом.** За цим способом податковий платіж сплачується після закінчення фінансового періоду (року, півріччя, кварталу). Як правило він передбачає заповнення податкової декларації, та при її поданні до податкового органу, сплату цього платежу. Податкова декларація заповнюється на підставі бухгалтерської, фінансової або статистичної звітності. В деяких країнах існують відміни, коли:

— платник податкового платежу спочатку заповнює податкову декларацію, подає її податковому органу, а вже він визначає кінцеву суму податкового платежу до сплати і надає відповідну довідку платнику. Потім визначається кінцевий строк сплати податкового платежу платника та відповідальність його за порушення цього строку. За сплату податкового платежу в строк пізніший ніж такий, який встановлений в законодавстві, з порушника стягується штраф, пеня та застосовуються інші штрафні санкції;



— платник податкового платежу заповнює податкову декларацію і самостійно розраховує розмір податкового платежу і сплачує його. В податковий орган одночасно подається податкова декларація та документ, який свідчить про сплату податкового платежу;

— податковий орган, на підставі інформації, яку отримує від платника податкового платежу або з інших джерел, розраховує кінцевий розмір податкового платежу після закінчення фінансового періоду і повідомляє про розмір сплати податкового платежу, який платник після його отримання сплачує та повідомляє про це відповідний податковий орган.

В цілому такий спосіб сплати податкового платежу свідчить про більш високий рівень розвитку товарно-грошових відносин, добре налагоджену бухгалтерську, статистичну та фінансову звітність, існування на високому рівні обліку та відповідальності платників податкових платежів. Існують і негативні аспекти. Послаблюється податковий контроль, тому що інформація про податкову базу може приховуватись як комерційна таємниця і з'являється можливість ухилення від сплати податкових платежів.

Особливістю кожної країни є встановлення кінцевого строку сплати податкового платежу після закінчення звітного фінансового періоду (від 3 до 6 місяців) та ступінь відповідальності за недотримання цих строків.

Аналізований спосіб застосовується для більшості податкових платежів, причому як прямих так і непрямих.

**Авансовий спосіб.** Цей спосіб застосовується щодо податкових платежів, за якими звітність виконується раз на рік, на півроку, квартал, а сплата проводиться за більш короткий час (в більшості країн світу це — податок на прибуток, доходи корпорацій, на власників транспортних засобів тощо). За цим способом сплата податкового платежу відбувається щомісячно авансовим способом, а кінцева сплата його визначається з урахуванням авансових сплат. Розмір авансового платежу розраховується на підставі деяких розрахунків.

— за основу береться загальний розмір сплати податкового платежу за попередній період, а потім він поділяється на кількість місяців сплати й рівними частинами авансово сплачується щомісяця;

— розмір авансового податкового платежу встановлюється безпосередньо його платником самостійно, виходячи з результатів попереднього звітного періоду та плану податкових платежів,

які розраховуються самостійно. Як правило, розмір податкових платежів встановлюється в рівних частках;

— розмір авансового податкового платежу визначається податковим органом, або податковим інспектором, про що відн повідомляє платнику з одночасним встановленням строків сплати податкового платежу.

За цим способом головним є встановлення податковим органом згідно з чинним законодавством строку сплати податкового платежу та дотримання його платником. Цей спосіб є найбільш прийнятним для платника податкового платежу, тому що кінцева сплата має відстрочку на деякий час.

**Біля «джерела».** Цей спосіб в більшості випадків застосовується при оподаткуванні індивідуальних доходів. За цим способом стягнення податкового платежу відбувається безпосередньо підприємством або тим, хто сплачує дохід (наприклад стягнення прибуткового податку працівника при виплаті заробітної плати, податку при виплаті дивідендів тощо). Це стосується також податкових відрахувань на пенсійне страхування, сплати до фонду безробітних, соціального страхування тощо). Перевагою цього способу є те, що при ньому практично відсутня можливість ухилення від сплати податкового платежу особою, яка оподатковується. Цей податковий платіж нараховується цілеспрямовано бухгалтерією фірми та стягується в безготівковій формі.

**Кадастровий спосіб.** Цей спосіб знайшов найбільше розповсюдження в багатьох країнах світу. Він передбачає використання різних кадастрів, які є різними реєстрами та включають перелік найбільш типових об'єктів (наприклад земля, майно, доходи), які класифікуються за різними ознаками, що дозволяє визначити середню вартість або дохідність якоїсь групи об'єктів. Такий спосіб застосовується при утворенні реєстрів для сплати:

— земельного податку. Земля при цьому поділяється залежно від розміру ділянок, які оподатковуються, кількості живності, віддаленості від транспортних шляхів або ринків збуту, ринків сировини тощо;

— промисловий податок — потужність підприємства, кількість верстатів, чисельність працюючих;

— майновий податок — вартість майна, його структура тощо.

Середня дохідність об'єкту оподаткування значно відхиляється від дійсної. Цей спосіб має і досить суттєві недоліки:

— утворення різних кадастрів вимагає досить тривалого часу, а це, як правило, призводить до зростання витрат в цілому, а також до збільшення ставок податкового платежу;

— в більшості випадків за цим способом застосовуються регресивні ставки оподаткування залежно від рівня доходів;

— шкала оцінок кадастрів достатньо швидко старіє і вимагає постійної переробки. Головною причиною цього є диференціація доходів або оцінка майна платників податків.

В цілому цей спосіб застосовується в тих країнах, де існує досить слабкий податковий апарат держави.

**За використання майна.** Цей спосіб застосовується при сплаті податкових платежів щорічно або при отриманні майна внаслідок дарування, спадщини тощо. Наприклад, податок на власників транспортних засобів — фізичних осіб.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Бранд М., Шаповал С. Г. Бизнес в Украине и за её пределами.: (Практ. рекомендації) — К.: Вид. центр «Просвіта», 1997. — 368 с.

2. Литвиненко Я. В., Якушик І. Д. Податкові системи зарубіжних країн. — К., МАУП. 2004. — 208 с.

3. Мецєрякова О. Налоговые системы развитых стран мира: Справ. — М.: Финансы и статистика, 1995. — 240 с.

4. Налоговые системы зарубежных стран. Под ред. В. Г. Князева и Д. Г. Черника. — М.: «Закон и право». Изд. Объед. «ЮНИТИ», 1997.

5. Ткаченко Н. М. Податкові системи країн світу та України. Облік і звітність. — К.: Алеута. 2004. — 554 с.

6. Якушик І. Д., Литвиненко Я. В. Податкові системи зарубіжних країн: Довідник. — К.: «МП Леся», 2005. — 480 с.

7. Періодична преса України та країн світу.

8. Сторінки в системі ІНТЕРНЕТ по окремим країнам світу.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Особливості розбудови податкових систем різних країнах світу.

2. Податкове законодавство країн світу та його принципи.

3. Культура платників податків в різних країнах світу.

4. Податкова система та її місце в загальній економічній системі держави.

5. Суб'єкти оподаткування та їх особливості.

6. Об'єкти оподаткування та їх характеристики.

7. Ставки оподаткування та їх види.

8. Податковий період та строки сплати податків і принципи їх визначення.

9. Види податкових платежів залежно від суб'єктів, які їх отримують.
10. Види податкових платежів залежно від включення до ціни товару.
11. Види податкових платежів залежно від джерел податкової бази.
12. Види податкових платежів залежно від об'єктів оподаткування.
13. Види податкових платежів залежно від методів розрахунку ставок оподаткування.
14. Види податкових платежів залежно від суб'єкта сплати.
15. Способи сплати податкових платежів.





## РОЗДІЛ 7

# ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДАТКОВИХ СИСТЕМ КРАЇН СВІТУ

*7.1. Економічні теорії податків.*

*7.2. Особливості податкової політики підприємств в країнах світу.*

*7.3. Державне регулювання податкових систем у країнах світу.*

### 7.1. ЕКОНОМІЧНІ ТЕОРІЇ ПОДАТКІВ

В різних країнах світу еволюція податкових систем відбувається залежності від розвитку економічної системи та напряму економічної стратегії держави. Одним з відомих економічних теорій податків є теорія «негативних споживань», яка почала свій розвиток ще в ХІХ столітті. Її авторами були Л. Штейн, А. Шаффле, Ф. Нітті, Е. Сакс, А. Вагнер, А. Буковецький, А. Соколов та інші. Зміст цієї теорії полягає в підвищенні ролі держави в керівництві економікою. У процесі розвитку держави у її громадян зростають колективні потреби, які задовольняються за рахунок державного та місцевого бюджетів. Керівництво держави приділяє увагу збільшенню державного бюджету для задоволення суспільних потреб, а також задоволення колективних потреб населення. У всіх країнах світу, незалежно від її економічної орієнтації, головним джерелом бюджетів всіх рівнів є податкові надходження. В подальшому ця теорія знайшла розвиток у працях Дж. М. Кейнса.

Теорія охоплює широке коло проблем регулювання економічних та соціальних напрямів з боку держави, в тому числі і податкову політику. Головним чином таке регулювання має фіскальний характер. Необхідність втручання держави в економічні процеси обумовлюється тим, що за своєю сутністю ринкова економіка має нестійкий характер, постійно змінюється і не має можливості самостійно підтримувати рівновагу впродовж тривалого часу, тобто вона в більшості випадків не здатна на автоматичне регулювання своєї економічної системи. Тому на перше місце постає проблема макро- та мікроекономічного аналізу і на його

підставі — державного регулювання економічних та соціальних процесів.

Важливе місце при аналізі та регулюванні зміни доходів та попиту населення на різні споживчі товари та послуги відводиться аналізу та розбудові податкової системи. Податки розглядаються не тільки з точки зору головного джерела фінансових надходжень держави, а й як чинник впливу на доходи громадян. Для будь-якої економічної системи, а особливо ринкової, характерні кризи, тобто «спад» економічного розвитку та навпаки «піднесення» його. В кожній з цих ситуацій керівництвом держави повинні прийматися відповідні рішення. Так, в період кризового становища зменшується виробництво, збільшуються витрати держави. В цей же час, з метою пожвавлення економіки, необхідно проводити зменшення податкового тиску на суб'єкти оподаткування, тобто потрібне більш широке надання податкових пільг для підприємств в першу чергу малого та середнього бізнесу, та тим громадянам, які займаються підприємницькою діяльністю. Це дає можливість здійснити вихід з кризового становища. В період «підйому» економіки ставки податкових платежів, навпаки, можуть бути підвищеними та податкові вилучення збільшуються.

Теорія Дж. Кейнса визначає, що для державного бюджету може бути притаманним і дефіцит. Він може розглядатися як стимул розвитку економіки (також в якості стимулу пропонується і невеликий розмір інфляції). В період кризового стану економіки застосовується жорстка фіскальна політика держави, яка регулює стан дефіциту бюджету. При цьому так звані «вбудованими стабілізаторами» економіки виступають податкові платежі. Вони, як такі, не можуть попереджати кризові явища та «спад» в економіці, але з іншим інструментами, такими як страхування з безробіття, збереження грошових коштів населення, мають можливість зменшити негативні наслідки в цілому.

Цей висновок базується на визначенні залежності між розміром отриманих податкових платежів та загальною сумою національного доходу. Тобто існує залежність між новоутвореною вартістю та податковими надходженнями до державного бюджету. Її сутність полягає в тому, що в період кризової ситуації, коли зменшується національний дохід, то знижуються і податкові надходження до державного бюджету, і навпаки, в період підйому економіки, її росту, збільшується національний дохід і податкові надходження. При підйомі економіки у населення зростають грошові доходи, збільшується його попит, а тому зростає кіль-

кість податкових надходжень (в першу чергу за рахунок непрямих податків). В цьому випадку, навіть при зростанні споживчої спроможності, у населення залишається частина вільних коштів, яка може ним використовуватись на інвестиційну діяльність і на збільшення попиту тощо.

За такого сценарію з'являється інша проблема — вилучення зайвих, вільних грошових коштів та спрямування їх на потреби держави. Здійснюється це головним чином через систему оподаткування. Для цього розробляється така податкова політика, яка сприяє зменшенню кількості грошових коштів в зберіганні і збільшенню їх розміру, який спрямовується на зростання попиту, інвестування в різні проекти. Це відбувається за рахунок застосування прогресивної шкали оподаткування і, в першу чергу, прибуткового податку з громадян. З іншого боку при цьому знижуються ставки податку на інвестиційний капітал для того, щоб зацікавити громадян вкладати свої вільні кошти в інвестиції в економіку держави, розвиток підприємництва та збільшення нетрудових доходів.

В середині ХХ століття подальший розвиток ця теорія знайшла в дослідженнях вчених різних країн світу. Нею опікувались наприклад, в США — А. Хенсен, А. Оуман, У. Хеллер, У. Шульц, Р. Лінкольн, О. Енстайн; в Великобританії — Р. Харред, А. Ідерсін, Дж. Вайсман; В Японії — К. Емі, Х. Іто; в Німеччині — Ф. Ноймарк, В. Вітман; у Франції — Ф. Перру та інші. Ці вчені вважають, що в умовах нестабільної ринкової економіки держава повинна постійно втручатися в економічні та соціальні процеси в будь-який час — як в період кризових ситуацій, так і в період «піднесення» економіки.

Ця теорія знайшла розвиток і в дослідженнях вченого з Великобританії В. Ф. Кана. Він вперше розробив концепцію «мультиплікаторів». Згідно з цією теорією в будь-який час розвитку економіки держава повинна визначену частину витрат спрямовувати на первинну зайнятість населення. Це сприяє підвищенню споживчої спроможності населення, викликає зростання виробництва, розширює збут та реалізацію товарів і послуг, сприяє вкладанню коштів в найбільш ефективні інвестиційні проекти. Відтворення державних витрат відбувається головним чином за рахунок податкових платежів, які сплачують юридичні та фізичні особи.

Подальший розвиток кейнсіанської теорії відбувався в 70-х роках ХХ століття. Вірність окремих положень цієї теорії підтвердила економічна криза 70—80-х років. Ця криза підтверди-

ла точку зору прихильників цієї теорії, що ринкова економіка не в змозі саморегулювати відтворювальний процес, не утворює нові робочі місця, не сприяє розширенню інвестування грошових коштів в нові проекти, не підвищує попит населення на споживчі товари. Економічні кризи набувають більшої глибини і в більшості випадків стають важко — або взагалі некерованими. Тому цілком виправданим є втручання держави в економічні процеси.

Подальший розвиток податкових концепцій цього напрямку пішов шляхом посткенсианської теорії. Її сутність полягає в активному використанні різних фінансових важелів і, в першу чергу, податкових платежів. Деякі економісти (в США — І. Фішер, у Великобританії — Н. Кандор) запропонували зміни в податкових системах країн, і в тому числі заміни одних податкових платежів іншими. Так, наприклад, замість прибуткового податку пропонується запровадження податку на споживання. Це може вплинути на розвиток приватного підприємництва, збільшення інвестування в різні галузі національної економіки і сприяти загальному зростанню ефективності економіки держави в цілому. З іншого боку це дозволить зменшити темпи інфляції та сприяє економії коштів, які в подальшому можуть піти на інвестування.

Податок можна розглядати і як інструмент досягнення соціальної справедливості. Він сприяє вирівнюванню доходів населення. Це стосується головним чином непрямих податків.

При здійсненні досить широкого втручання держави в оподаткування підприємств в останні роки набуває сили пропозиція про запровадження єдиного податку. Вперше пропозиція про такий податок була висунута в 50-х роках ХХ століття. Головною перевагою цього податку є те, що ним оподатковується дохід суб'єкта оподаткування, який виступає і як головне джерело його сплати. Зміст цього податку полягає в тому, що він запроваджується замість інших податків, що дозволяє спростити податкову систему в цілому, зробити її більш справедливою, доступною для розуміння для будь-яких платників податків, а механізм розрахунку сплати стає прозорішим. Цей податок має і інші переваги. До них можна віднести і той, що коли в державі діє велика кількість податків, то податковий тягар на платника стає не таким важким. Особливо це стосується держав, які мають велику кількість податків, а ставки за ними невеликі. Цей податок має і деякі недоліки. До них можна віднести призупинення дії таких принципів оподаткування, як всеосяжність, одноразовість, справедливість обкладання, нерівномірність. Потрібно зазначити, що запровадження



цього податку в цілому має позитивні наслідки для підприємств малого та середнього бізнесу.

Інший напрям податкових теорій об'єднався довкола теорії «економічних пропозицій». Її авторами були Г.Стейн, М. Фрідман, Е. Пепсе, А. Філіпс, Р. Хол, М. Вайденбаум, Г. Тальян, І. Броузон, М. Ротбот, Дж. Хау, А. Уолтер, та інші. Ці вчені виходять з того, що податки, з урахуванням їх примусового характеру мають негативний вплив не тільки на платників податків, а й на економіку держави в цілому. Підвищення витрат держави підвищує в цілому і розмір податкових платежів, особливо з населення, а це сприяє скороченню розвитку підприємництва, зменшує зацікавленість працівників у підвищенні продуктивності праці, а в цілому — і ефективності виробництва. Головною вимогою цієї теорії є зменшення втручання держави в економіку, в тому числі зменшення рівня державних витрат, кількості грошей в обігу, зменшення кількості податків, зниження їх ставок, скасування прогресивного характеру шкали оподаткування. Це дозволяє стимулювати приватну ініціативу, підприємство, сприяє підвищенню виробництва та реалізації товарів.

Автори цієї теорії також виходять з того, що не завжди зменшення податкового тягаря впливає на збільшення податкових надходжень до державного бюджету, а їх підвищення — до зростання надходжень. В більшості випадків зниження податкових ставок стимулює розширення обсягів виробництва, зростання національного доходу, а це, в свою чергу, призводить до зростання податкових надходжень до державного бюджету.

На цій теорії базується і теорія американського економіста А. Лафера. Її зміст полягає в тому, що потрібно постійно зменшувати податковий тиск на платників податків, і, в першу чергу, на громадян держави. Це дозволить збільшити попит споживачів на товари та послуги, що в свою чергу збільшить пропозицію їх на ринку. В першу чергу це стосується товарів вітчизняного виробництва. Для цього потрібно розробити наступні заходи.

1. Зменшити податковий тиск за рахунок зниження податкових ставок та скасування окремих податкових платежів. На думку авторів теорії це буде сприяти зростанню попиту на товари, обсяги заощаджень населення. Це в свою чергу знижує відсоткову ставку банків і заохочує інвестування вільних грошових коштів в розвиток економіки власної держави, окремих її галузей, підприємств, розвиток середнього та малого бізнесу, а відповідно — і до зростання пропозиції на ринку.

2. Оновити виробництво, застосовувати нові технології, новітні досягнення науково-технічного прогресу, збільшити продук-

тивність праці працівників підприємств, суспільну продуктивність праці. Це дозволяє зменшити питомі витрати на виробництво одиниці виробу та ціну товару в цілому.

3. Зменшити ставки оподаткування оскільки це сприяє, за стабільних номінальних доходів населення, збільшенню його реальних доходів та його загального матеріального добробуту.

4. Особливе місце належить податку на доход та на прибуток підприємства. Зниження його ставки призводить до перерозподілу частини прибутку на ту суму, яка відраховується до державного бюджету, та ту, яка залишається в розпорядженні підприємства. Перша частина надходить до державного бюджету через сплату податків. Збільшення іншої частини призводить до збільшення коштів, які використовуються на стимулювання праці робітників, що збільшує їх доходи, а також на розширення та удосконалення виробництва.

А. Лафером була визначена залежність між розмірами загальної суми податкових платежів, яку отримує державний бюджет, та максимальною ставкою оподаткування фізичних та юридичних осіб. На підставі цього дослідження була визначена оптимальна ставка всіх податкових платежів платників — 33 %. Якщо загальний розмір оподаткування перевищує цю ставку, то платник податку має бажання будь-якими засобами зменшити податкову базу та ухилитися від оподаткування. Якщо ставка оподаткування не перевищує 33 %, то надходження податкових платежів до державного бюджету зростає. Розмір оптимальної ставки розроблений з урахуванням економічної ситуації США і для інших держав він не має такого ж значення. Він значно вищий для Швеції, Німеччини, але менший для Швейцарії, Австрії.

В цілому, згідно з тією теорією, для подальшого розвитку економіки держави, малого та середнього бізнесу, підвищення продуктивності праці, необхідно запропонувати зниження ставок оподаткування та загального податкового тягаря для юридичних та фізичних осіб. При цьому потрібно розширення бази оподаткування, яке буде сприяти збільшенню податкових надходжень до бюджету держави.

Розвиток податкових теорій та обох їх напрямів був реакцією суспільства на вимоги макроекономічних та мікроекономічних процесів. Відбувалось удосконалення діючих податкових систем за умови дотримання загальних принципів податків та вимог до них. Особливе значення на удосконалення податкових систем мав історичний розвиток та менталітет держави, який склався у відповідному періоді.

## 7.2. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА У КРАЇНАХ СВІТУ

В умовах розвитку ринкової економіки одним з головних завдань підприємства є розробка його економічної стратегії. Однієї з основних частин її є податкова політика. Вона є складовою економічної та фінансової політики підприємства і повинна мати ту ж спрямованість. В цих умовах господарювання від вірності її розробки залежить ефективність діяльності фірми в цілому. Коли держава здійснює регулювання діяльності підприємства головним чином економічними методами, і в першу чергу через вилучення частини доходів у вигляді податків, а останні мають досить велику питому вагу, то в цьому випадку будь-які помилки в розрахунках можуть призвести до негативних результатів, а в деяких випадках — до банкрутства. Вірно визначена та розроблена податкова політика впливає на ефективність діяльності підприємства.

За рахунок податків держава має надійне і стабільне джерело надходження фінансових коштів до бюджету. Держава досить активно втручається у податковий процес за рахунок надання різних пільг, знижок, кредитів по податкам, які встановлюються чинним законодавством, внаслідок чого досить суттєво знижується загальний розмір сплати податкових платежів як для громадян держави, так і для юридичних осіб. Це дозволяє юридичним особам збільшити свої доходи, покращити свої фінансові показники, розширити обсяги своєї діяльності, збільшити інвестування як у своє підприємство, так і в інші.

Підставою для розробки податкової політики підприємства є чинне законодавство, яке в більшості країн світу має відносно стабільний характер і принципово не змінюється впродовж досить тривалого часу. Це дозволяє підприємству розробляти податкову політику підприємству на майбутнє.

Якщо в країні діє досить жорстке податкове законодавство і підприємства відчувають великий податковий тягар, то з'являється тенденція щодо ухилення від сплати податків, або до зменшенні розміру їх сплати за рахунок реєстрації підприємства в офшорних зонах, в яких діє більш «лояльний» режим оподаткування. Держава зацікавлена в тому, щоб капітал не вивозився за кордон, а залишався в державі, тому чинне законодавство визначає додаткові пільги, або інші різні заходи до зменшення податкового тягара, або надаються інші привабливі варіанти діяльності. Тому в більшості підприємства не поспішають реєструватися в

офшорних зонах і працюють в своїх країнах (незважаючи на те, що наприклад ставка на прибуток в цих зонах складає щонайбільше 2—3 %, а в більшості країн світу щонайменше 30 %).

В більшості країн світу діють такі податкові системи, які спрямовуються на те, щоб зацікавити вітчизняного виробника залишати доходи в своїх країнах. Часто базова ставка податку на прибуток в 45 % за рахунок різних пільг та знижок в кінцевому варіанті суттєво знижується. В деяких країнах виробник має можливість вибору з різних систем оподаткування ту, яка для нього найбільш вигідна, а це також дозволяє зменшити податковий тиск. Загальні ставки оподаткування доводяться до рівня аналогічних ставок в офшорних зонах. Крім того для окремих фірм та підприємств можуть надаватися пільги, які носять вибірковий характер.

В більшості країн світу особлива увага з боку держави приділяється окремим напрямам діяльності. Так, практично у всіх країнах від сплати податків звільнюються підприємства, які експортують свою продукцію, що стимулює виробництво високоякісної продукції та збільшення надходження валютних коштів в державу. Потрібно зазначити, що укладаються міждержавні угоди з уникнення подвійного оподаткування.

Практично в кожній державі особлива увага приділяється розвитку підприємництва, малого та середнього бізнесу. Для цього таким підприємствам надаються податкові пільги. Підприємства взагалі можуть звільнитися від їх сплати. Їм може надаватися податковий кредит, або податкові канікули. Особливо це стосується тих підприємств, що починають свою діяльність в районах, віддалених від загальних шляхів сполучень, незаселених або слабозаселених районах, які утворюють нові робочі місця. Стимулюється також розвиток різних сфер діяльності й в першу чергу сільське господарство, туризм. Переважно інвестуються ті підприємства, в діяльності яких зацікавлена держава. Для них утворюються сприятлива регіональна інфраструктура, будуються різні шляхи до місць видобування сировини або до місць збуту продукції, проводиться робота з перекваліфікації робочої сили.

В деяких країнах надаються податкові пільги підприємствам — резидентам. Якщо таке підприємство більшість своїх активів має за кордоном, здійснює їх керівництво, то йому можуть надаватися різні пільги у вигляді податкових відстрочок від сплати податків на ті доходи, які отримані за кордоном, причому ця відстрочка може надаватися на досить тривалий час (до 10 років).

За великих темпів інфляції це практично звільняє підприємство від сплати податкових платежів.

В цілому в більшості країн світу податкове законодавство та державна податкова політика спрямовані на не заборону реєстрації підприємств в офшорних зонах, а на утворення альтернативних умов, які б давали підприємству можливість вибору. Крім того при розбудові державної податкової політики береться до уваги те, що реєстрація підприємства в офшорній зоні означає тільки паперовий вивіз капіталу, тому що всю виробничу та іншу діяльність воно здійснює в своїй країні. Тому і доходи, які отримує підприємство, також знаходяться в цій країні.

В цілому офшорні зони впливають на пом'якшення гостроти конкурентних суперечностей між різними країнами з питань оподаткування та обґрунтованості податкових пільг.

Податкове планування для підприємства є важливим та досить складним етапом розробки прогнозів на майбутнє. Для цього використовується велика кількість показників, які характеризують різні сторони діяльності підприємства. Вони можуть бути зовнішніми та внутрішніми, офіційно опублікованими та конфіденційними. Вони можуть вирізнятися один від іншого. Так, наприклад, показник балансового (або валового прибутку) показує тільки ту частину доходів підприємства, якою воно може поділитися з державою у вигляді податку на прибуток. Для підприємства більш суттєва інша частина, яка залишається у нього в розпорядженні і може бути розподілена на потреби в розширенні виробництва, його удосконаленні, оснащенні новою технологією та технікою. Решта розподіляється у вигляді дивідендів між акціонерами, або спрямовується на утворення різних фондів, в тому числі і самострахування.

При плануванні та розробці податкових платежів по підприємству, воно в цілому орієнтується не тільки на прибуток, а й на різні інші фінансові показники. До них належать частина реальних накопичень підприємства, яка частково показується у витратах підприємства (відрахування в амортизаційні фонди, різні резервні та страхові фонди, які можуть утворюватися за рахунок собівартості); нереалізований приріст активів підприємства, які йому належать (наприклад нерухоме майно, товарні запаси, вартість акцій та різних інших цінних паперів); заходи, які знаходяться в обороті підприємства і які можуть бути передані на користь інших підприємств та осіб (засоби пенсійного фонду, нарахована та несплачена заробітна плата найманих працівників, тимчасово вільні від оподаткування фонди накопичення тощо).

Всі ці частини мають свої особливості при оподаткуванні і це повинно враховуватись при розробці податкової політики підприємства.

Взагалі при розробці податкової політики підприємства воно повинно виходити з того, що податкові платежі є загальною частиною витрат підприємства. Підприємство може тимчасово відмовитись від різних видів витрат (наприклад транспортних, на рекламу), але якщо воно виробляє продукцію, надає послуги, виконує роботи, то воно не зможе не сплачувати податок на додану вартість, не зможе при нарахуванні заробітної плати не платити обов'язкові відрахування в соціальні фонди та інше. Тому головна увага приділяється визначенню об'єкта оподаткування. При цьому всі об'єкти оподаткування визначаються як такі:

- які можна визначити порівняно точно (наприклад вартість майна, капіталу, підприємства тощо);

- які можна визначити більш менш точно (наприклад мито);

- які можна розрахувати приблизно. На такі об'єкти оподаткування досить суттєво впливають різні чинники, — як внутрішні, так і зовнішні (наприклад прибуток, який залежить як від обсягів діяльності самого підприємства, так і від чинного законодавства, темпів інфляції, тощо).

Головною метою податкової політики підприємства є сплата меншої суми податкових платежів в межах чинного законодавства. Досягається це різними засобами і головним чином за рахунок різних пільг за окремими податковими платежами. Крім того можуть надаватися кредити, податкові канікули, відстрочка від сплати податкового платежу та інше. При розробці податкової політики вони поділяються на дві частини — відносно постійну, яку можна визначити на досить тривалий час і яка практично не залежить від зовнішніх чинників (наприклад податок на землю, на майно) та на змінну частину, яку можливо визначити приблизно і яка залежить від різних чинників (наприклад ПДВ, податок на прибуток — які залежать від обсягів діяльності та інше). Постійна частина достатньо стабільна, в той час як змінна розраховується з відхиленням (як правило не більш ніж на 10 %).

Широко застосовується принцип розрахунку альтернативних варіантів податкових платежів. Особливо це стосується змінної частини їх, та тих, які сплачуються за рахунок доходів або з обсягів діяльності. Розроблена податкова політика дає можливість визначити не тільки план податкових платежів, а і визначити напрями діяльності підприємства. Одним з варіантів є диверси-

фікація виробництва, розширення форм діяльності, початок нових видів, які дають можливість пільгового оподаткування.

Важливе значення при розробці стратегії податкової політики підприємства має визначення ступені компетенції платників податків та державних податкових органів. Деякі сфери, такі як зовнішні відносини держави, правоохоронна діяльність, оборона належить тільки до компетенції центральних органів влади держави. Сфера оподаткування поділяється на дві сфери компетенції — центральні органи управління та місцеві органи самоврядування. Рівень цієї компетенції залежить від тих функцій, які вони виконують. Так, якщо частково функція охорони громадського порядку та правозахисна функція населення, охорони здоров'я, освіта та інше знаходяться в компетенції місцевих органів управління (як наприклад в США), то і серед всієї суми податкових платежів в цій країні більша питома вага належить місцевим податкам, або з державного бюджету передаються на користь місцевих органів управління різні дотації. Це пов'язано з тим, що виконання додаткових функцій пов'язане з додатковими витратами, які повинні відшкодуватися за рахунок бюджетів (або державного або місцевого).

В деяких державах рівень компетенції місцевих органів управління досить широкий і розповсюджується не тільки на стягнення податків, а й на встановлення ставок податкових платежів, порядку їх стягнення та відповідальності за порушення цих порядків тощо. Все це визначається в процесі розрахунку та розподілу зобов'язань між різними гілками влади. В деяких країнах місцевим органам управління надано право стягнення податкових платежів, а потім їх перерахування до державного бюджету, в деяких — навпаки. Це ж стосується і ставок оподаткування, коли за деякими податковими платежами вони можуть встановлюватися місцевими органами управління.

Особливе значення при розробці податкової політики та визначенні відповідних пільг має розподіл підприємств за ознакою належності суб'єкта оподаткування країні, в якій здійснюється сплата податків — резиденти та нерезиденти. Особливе значення це має в США, країнах Західної Європи, де розповсюджена міграція як населення, так і капіталу. До резидентів відносяться ті суб'єкти, які зареєстровані в даній країні як платник податку і сплачують їх з усіх доходів, які отримані як на території держави, так і поза її межами. Нерезиденти сплачують податки тільки з доходів, які отримані тільки в країні, в якій вони здійснюють свою діяльність. Виникає потреба у двосторонніх угодах між

державами в галузі оподаткування, які регулюють податкові відносини і дозволяють уникнути подвійне оподаткування. Це ж стосується і окремих громадян.

При розподілі всіх суб'єктів оподаткування на резидентів та нерезидентів, та укладенні двосторонніх угод виникає проблема дотримання національних інтересів різних країн. В державах, для економіки яких характерно вкладання капіталу підприємствами або юридичними особами інших держав, є зацікавленість в розмежуванні юрисдикції на принципах нерезиденства. І навпаки, коли підприємства та громадяни держави мають більшість доходів від діяльності за кордоном, або від капіталу, який також розташований за межами держави, то держава зацікавлена в розмежуванні юрисдикції на принципах резиденства.

В деяких країнах існує різниця у визначенні понять резидента та нерезидента для різних компаній і фірм. Тому ці різні підходи визначаються при укладенні двосторонніх угод. В деяких випадках можуть надаватися пільги і при оподаткуванні навіть нерезидентів.

### **7.3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПОДАТКОВИХ СИСТЕМ У КРАЇНАХ СВІТУ**

В будь-якій державі, навіть з найбільш розвинутими ринковими економічними відносинами, обов'язково здійснюється регулювання економічних процесів незалежно від форм власності та напрямів діяльності підприємства. Таке регулювання здійснюється державою в двох напрямках:

— регулювання економічних відносин, сутність якого полягає у визначенні та корегуванні тих стосунків, які складаються у взаємовідносинах між державою та суб'єктами оподаткування (юридичними та фізичними особами), а також між безпосередньо суб'єктами оподаткування (роботодавцями та найманими працівниками). Таке регулювання здійснюється за допомогою прийняття законодавчих актів: законів, підзаконних документів, інструкцій та інших правових актів, які визначають порядок та правила поведінки;

— регулювання розвитку господарського комплексу держави. Воно здійснюється в першу чергу на підставі дії об'єктивних економічних законів суспільства. Регулювання здійснюється, як правило за допомогою економічних методів через вплив держави на інтереси юридичних та фізичних осіб з метою спрямування їх



діяльності у вигідному для держави напрямі. Головною метою є досягнення поєднання громадських та приватних інтересів за допомогою матеріальної зацікавленості.

Державне регулювання податкових відносин відбувається також при визначенні в законодавчих документах ставок оподаткування, пільг, застосування різних змін в порядку розрахунку та сплати податкових платежів, відповідальності та штрафних санкцій до порушників чинного законодавства. За допомогою цих методів відбувається вплив держави на розвиток всієї національної економіки, окремих галузей її підрозділів, різних регіонів, територій, окремих виробництв, підприємств, окремих верств населення. Також досягається прискорення розвитку науково-технічного прогресу, загальносуспільних витрат на виробництво тощо. В різних країнах світу таким чином стимулюється розвиток сільськогосподарського виробництва, туризму, готельного господарства (як, наприклад, в Фінляндії), рибної промисловості (в Канаді), автомобільної промисловості (в Китаї) та інших державах. Особлива увага приділяється підприємствам середнього та малого бізнесу.

В загальному вигляді податкове регулювання є комплексом розроблених заходів щодо визначення оптимальних обсягів податкових платежів. Передбачає, з одного боку, повне задоволення фінансових потреб держави при розробці державного бюджету, а з іншого боку, — забезпечує щоб податковий тягар був не надто важким для платників. Головним завданням податкового регулювання є досягнення повноти та своєчасності оплати податків всіма суб'єктами податкового процесу та надходження фінансових ресурсів до бюджету всіх рівнів.

Податкове регулювання є складовою частиною податкового менеджменту і відіграє важливу роль при розробці як стратегічних, так і тактичних планів. Головною є податкова стратегія, яка розробляється на досить тривалу перспективу. Важливе місце відводиться і тактичним планам, для виконання яких держава повинна оперативнo втручатися в діючу податкову систему. Оперативне втручання в податковий процес дозволяє визначити оптимальні розміри податкових платежів, запобігти правопорушенням і своєчасно наповнювати доходну частину бюджетів всіх рівнів.

В цілому податкове регулювання здійснюється на підставі проведеного аналізу діючої податкової системи і дає можливість визначити оптимальність її та раціональність як в цілому по державі, так і за окремими податковими платежами. Завчасно прове-

дене корегування податкової системи дозволяє збільшити розмір податкових платежів до бюджетів, а також зменшити кількість порушень податкового законодавства та недооплату податкових платежів.

При проведенні податкового регулювання виконується одна з головних функцій податків — регулююча. Від ефективності його здійснення залежить податкова політика держави та взагалі її економічний стан. Проведення цього процесу дозволяє зменшити суперечність між фінансовою та регулюючою функціями податків.

Податкове регулювання, яке здійснюється згідно з економічною системою, яка існує в державі, напрямками її розвитку, стратегією діяльності відбувається різними методами. На їх вибір великий вплив мають різні чинники. До головних з методів, які найбільш застосовуються в різних країнах світу, належать: надання податкових кредитів, (і в тому числі по інвестиціям), здійснення податкових амністій, надання податкових канікул, відстрочка оплати окремих податків на досить тривалий час тощо.

Податкове регулювання здійснюється різними способами, які можна згрупувати у дві групи: надання пільг щодо податкових платежів та застосування різних штрафних санкцій до порушників діючого податкового законодавства.

Необхідність застосування цих двох способів визначається динамізмом процесів відтворення національного продукту. В більшості країн зміна законодавства відбувається не дуже часто (як правило раз на рік). Значення податкового регулювання підвищується, бо не дуже часто змінюється ситуація, яка складається на початок та кінець звітного періоду.

Надання пільг щодо податкових платежів є найбільш розповсюдженим способом податкового регулювання. Він застосовується практично у всіх країнах світу. Поміж економістів, фахівців, вчених з різних напрямів податкової теорії досі не існує єдиної точки зору про пільги. З одного боку практично всі визначають, що податкова пільга зменшує податковий тягар на платників податкових платежів. Інші фахівці, і головним чином державні діячі виступають проти їх запровадження, тому що з їх точки зору у підприємства виникає можливість взагалі не сплачувати податковий платіж. Тому існує важлива проблема обґрунтованості надання пільг.

При наданні податкових пільг в різних країнах світу виходять з головних принципів, до яких належать: рівномірність надання, необов'язковість застосування, вільний характер надання, цільо-

ва спрямованість, економічність. Головним є те, що їх надання не повинно негативно впливати на розмір державного та місцевого бюджетів та соціальну політику держави.

Надання пільг визначається різними чинниками. До основних з них належать: джерело отримання податкового платежу та розмір об'єкту оподаткування, форма власності, організаційно-правова форма підприємства, розмір дефіциту державного або місцевого бюджетів, пріоритети розвитку економіки держави або району тощо.

Податкові пільги мають велике значення для стимулювання розвитку окремих напрямів діяльності, окремих регіонів та підприємств. Так, в Фінляндії, наприклад, для розвитку туристичного бізнесу, підприємства, які опікуються ним, звільняються від сплати податку на прибуток на деякий час існування. В Канаді для деяких підприємств окремих галузей національної економіки (рибна, сільське господарство) прибуток до оподаткування визначає безпосередньо платник податку, причому він розраховується як середній за 4—5 останніх років.

В світовій практиці найбільше розповсюдження мають такі методи пільгового оподаткування:

— зниження ставок оподаткування на досить тривалий час діяльності підприємства (наприклад в США знижується ставка податку на прибуток, якщо підприємство виробляє абсолютно нову продукцію, яка не має аналогів в світі);

— надання підприємству податкового кредиту, причому це стосується різних податкових платежів і головною метою при цьому є підвищення ефективності діяльності платників податків;

— визначення неоподаткованого мінімуму доходів, причому це стосується не тільки фізичних осіб при визначенні та розрахунку прибуткового податку, а й юридичних осіб при сплаті різних інших податкових платежів (ПДВ, на доходи тощо);

— повне звільнення від сплати податкових платежів. Ця пільга застосовується для окремих підприємств, як правило державної форми власності або тих, виробництво продукції яких має стратегічне державне значення;

— надання податкових пільг окремим підприємствам. Такі пільги, як правило, надаються підприємствам малого та середнього бізнесу для їх підтримки та подальшого розвитку;

— надання пільг при здійсненні окремих господарських операцій. Практично в всіх країнах світу звільняється від сплати більшості податкових платежів експорт продукції за кордон. Це

робиться з метою стимулювання розвитку зовнішньої торгівлі та надходжень валютних коштів з-за кордону;

— надання пільг при реалізації окремих видів товарів. Такі пільги надаються щодо тих виробів, які мають державне замовлення, головним чином для підприємств сільського господарства, літакобудування, виконання різних науково-дослідних робіт;

— надання пільг при проведенні різних фінансових операцій, таких як благодійні відрахування, підтримка лікарень, відрахування в фонди релігійних організацій. В більшості країн такі кошти взагалі не підлягають оподаткуванню;

— надання пільг щодо окремих видів витрат. Це стосується оподаткування грошових коштів, які сплачуються в різні соціальні фонди (пенсійний, соціального страхування, безробіття тощо).

Як один з видів пільгового оподаткування застосовується відстрочка сплати податку на деякий період. При досить суттєвих змінах в економічній ситуації в країні це дозволяє зменшити розмір сплати податкових платежів наприкінці строку сплати.

Одним з різновидів пільгового оподаткування є встановлення податкових канікул. Впродовж визначеного строку підприємство звільняється від сплати якогось податкового платежу. Це стосується як юридичних (фірма, підприємство, організація), так і фізичних осіб. Як правило ця форма застосовується для тих господарств, виробництво продукції яких, або її реалізація мають яскраво висловлений сезонний характер.

Податкове регулювання передбачає не тільки заохочення та стимулювання, але й відповідальність за порушення діючого податкового законодавства. Для таких порушників сплати податкових платежів в законодавствах різних країн світу передбачаються різні штрафні санкції, до яких належать пеня, штраф, до рахування несплаченої суми податкового платежу, застосування підвищеної податкової ставки, арешт майна або самого платника тощо. В більшості країн ці штрафні санкції мають досить жорсткий характер. До порушень можуть зараховуватись, навіть, затримки в наданні звітності з окремого податкового платежу. Деякі країни з метою запобігання ухиленню від сплати податкового платежу, або якогось іншого порушення, укладають двосторонні міжурядові угоди.

В цілому в будь-якій державі застосовується обидва способи і ефективність податкового регулювання залежить від співвідношення між ними. Більша ефективність досягається в тих державах, де більша питома вага пільгового оподаткування.

Податкове регулювання більшою мірою залежить від тих відносин, які склалися в державі між різними суб'єктами — держа-

вою, підприємствами, громадянами. Це пов'язане з тим, що деякі податкові платежі сплачуються з майна платника, із землі, яка йому належить, а також з доходів з цієї власності. В зв'язку з цим особлива увага приділяється великим підприємствам та об'єднанням, які в більшості є монополістами. Ці взаємовідносини регулюються чинним в кожній країні антимонопольним законодавством, яке передбачає підвищені ставки і, в першу чергу, на доходи та на надприбутки. В більшості країн визначається також характер монополій та виділяються звичайні, які пов'язані з особливими видами діяльності (наприклад видобуток якоїсь сировини, надання визначених послуг, виконання робіт тощо). Податкове регулювання таких підприємств та об'єднань здійснюється як економічними методами так і адміністративними.

При визначенні та застосуванні різних методів податкового регулювання повинні враховуватись соціальні наслідки його проведення. Більшість країн світу при визначенні систем оподаткування, кількості податкових платежів та ставок за ними виходять з аналізу майбутніх соціальних наслідків. Це дає можливість створити її більш раціональною, а потім вносити відповідні незначні корективи.

Однією з важливіших проблем країн світу, особливо тих, хто здійснює перехід від командно-адміністративної до ринкової економіки, є залучення до економіки держави інвестиційних коштів. Тому в законодавствах цих держав передбачені різні способи, які стимулюють вкладання коштів в економіку держави власних інвесторів, а також заохочення внесення коштів іноземними інвесторами. Головною метою податкового регулювання в цьому випадку стає утворення відповідного сприятливого інвестиційного клімату. З цією метою таким інвесторам, особливо іноземним, надається інвестиційний податковий кредит. Він не суперечить чинному законодавству і дає можливість створити вигідні умови для вкладання коштів в економіку держави.

При наданні податкового інвестиційного кредиту визначаються суб'єкти його надання з урахуванням інтересів в першу чергу країни та орієнтації її на економічні та соціальні програми розвитку. Це стосується, передусім, тих галузей, які виробляють споживчі товари, або надають послуги населенню. В цьому процесі, окрім надання різних пільг, в тому числі і звільнення взагалі від сплати податкового платежу, головним все ж таки залишається надання гарантії інвестору в недоторканості його інвестицій та отриманні додаткових коштів за їх використання, а також створення умов розвитку даного напрямку діяльності, навіть якщо від-

бувається зміна керівництва держави або змінюється політична ситуація.

Об'єктом пільгового оподаткування у більшості країн світу є і лізингові операції. В деяких країнах підприємства, які їх здійснюють, взагалі звільняються від сплати податків з доходів та прибутку, які отримані при проведенні цих операцій. В інших країнах звільняються операції з надання лізингових послуг за податком на додану вартість. Якщо підприємство здійснює операції міжнародного лізингу, то йому надаються пільги при сплаті мита, ПДВ, або інших податків.

В цілому надання пільг є ефективним, якщо воно застосовується у країні в цілому або щодо окремих податків для всієї держави. Найменш ефективність досягається на рівні окремих регіонів, тому що це пов'язане з різними чинниками. До них можна віднести спеціалізацію виробництва регіону, плодючість землі, ступінь розвитку інфраструктури, компактність населення, його зайнятість в громадському господарстві, рівень добробуту населення, рівень безробіття тощо. Одним з завдань податкового регулювання є здійснення вирівнювання території з точки зору економічного розвитку, або наближення до нього. Це досягається за рахунок надання різних пільг щодо податків, податкових кредитів, канікул, або взагалі надання найбільш сприятливих податкових умов шляхом утворення вільних економічних зон.

В світі набула практика утворення вільних економічних зон як аналогу офшорних зон. Головною метою їх утворення є розширення зовнішньоекономічної діяльності, а також діяльності підприємства за різними напрямками. Вони мають високий рівень відкритості для іноземних інвестицій, утворюють сприятливий митний та інвестиційний клімат, а в середині них діє пільговий податковий режим.

ВЕЗ утворюються в тих випадках коли держава не має можливості забезпечити повністю відкритий ринок на всій своїй території для будь-якої діяльності, а робить це на обмеженій території. Головною метою при цьому є залучення коштів власних підприємств, фірм, громадян, а також іноземних партнерів. В таких зонах утворюється особливий податковий режим, при якому ставки податку, наприклад, на прибуток не перевищують 2—3 %. В цих зонах діє спрощена система реєстрації підприємств, низький рівень митних ставок тощо.

При реєстрації в ВЕЗ повинні дотримуватись різні умови, до головних з яких належать: обов'язковість реєстрації, наявність представника підприємства в зоні, точність та своєчасність спла-

ти податкового платежу згідно з строками, які встановлені чинним законодавством тощо. Утворення ВЕЗ не є відокремленням території від держави, на якій вона існує. За регіональним змістом вона є частиною національної території, на якій діють особливі економічні та правові умови діяльності підприємства, система стимулів, які спрямовані на розвиток цієї території, проведення спеціальної державної політики та створення особливих інвестиційних умов з відповідними державними гарантіями.

Вільні економічні зони в кожній країні утворюються згідно із законодавчими документами, які ухвалюються відповідними керівництвом держави. В більшості країн це закони держави, в деяких — рішення Верховних Рад (Казахстан), ще в деяких — рішення уряду або Ради Міністрів (Польща). Цими ж документами встановлюються і всі нормативні документи, які регламентують їх діяльність.

ВЕЗ залежно від країни утворення можуть бути різних типів. До головних з них належать митні, сухопутні, повітряні зони та порти, транзитні зони, житні сховища та технічні парки, технічні комплексні виробничі зони, туристичні зони, фінансові, страхові та банківські зони.

Утворення ВЕЗ дає можливість окремим невеликим за територією державам мати високі темпи економічного розвитку, достатньо високий рівень добробуту місцевого населення, гарні зовнішньоекономічні стосунки з іншими державами світу.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Бранд М., Шаповал С. Г. Бизнес в Украине и за её пределами.: (Практ. рекомендации) — К.: Вид. центр «Просвіта», 1997. — 368 с.
2. Величко О., Дмитренко І. Іноземний досвід реформування податкової системи // Економіст. 1998. — № 7-9. — С. 120—123.
3. Литвиненко Я. В., Якушик І. Д. Податкові системи зарубіжних країн. — К., МАУП. 2004. — 208 с.
4. Мещерякова О. Налоговые системы развитых стран мира: Справ. — М.: Финансы и статистика, 1995. — 240 с.
5. Налоговые системы зарубежных стран. Под ред. В. Г. Князева и Д. Г. Черника. — М.: «Закон и право». Изд. Объед. «ЮНИТИ», 1997.
6. Оподаткування зовнішньоекономічної діяльності в Україні: Нав. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За заг. ред. М.Я.Азарова. — К.: ДІА, 2000. — 320 с.

7. *Сутырин С. Ф., Погорлецкий А. Н.* Налоги и налоговое программирование в мировой экономике. — СПб.: Изд. Михайлова В. А. «Полиус», 1998. — 577 с.

8. *Ткаченко Н. М.* Податкові системи країн світу та України. Облік і звітність. — К.: Алеута. 2004. — 554 с.

9. *Якушик І. Д., Литвиненко Я. В.* Податкові системи зарубіжних країн: Довідник. — К.: «МП Леся», 2005. — 480 с.

10. *Періодична преса України та країн світу.*

11. *Сторінки в системі ІНТЕРНЕТ по окремим країнам світу.*



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. *Теорія «негативного споживання» та її зміст.*
2. *Податкова теорія Дж. М. Кейнса та її характеристика.*
3. *Теорія «мультиплікаторів» та їх характеристика.*
4. *Теорія «економічних пропозицій» та їх зміст.*
5. *Податкова теорія А. Лафера та її зміст.*
6. *Розвиток податкових систем залежно від напрямів економічної стратегії держави.*
7. *Стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу за допомогою податків.*
8. *Особливості планування податкових платежів в різних країнах світу.*
9. *Податкові пільги та принципи їх надання.*
10. *Податкове регулювання та його особливості в різних країнах світу.*
11. *Методи податкового регулювання та його характеристика.*
12. *Види податкових пільг та їх характеристика.*







# ОФШОРНІ ЗОНИ, ЇХ ВИДИ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ОБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

- 8.1. *Офшорні зони та особливості їх організації.*
- 8.2. *Види компаній офшорних зон та їх характеристика.*
- 8.3. *Офшорний банківський бізнес та його особливості.*
- 8.4. *Офшорний страховий бізнес та його сутність.*

## **8.1. ОФШОРНІ ЗОНИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Головною метою діяльності будь-якого підприємства є збільшення добробуту його власників, передусім, за рахунок зменшення витрат. Постійну і, в більшості випадків, найбільшу питому вагу у витратах посідають податкові платежі. Виникає проблема зменшення їх сплати шляхом оптимізації розміру. Одним з напрямів такої оптимізації є застосування можливостей офшорних зон в діяльності підприємства.

Перші офшорні зони з'явилися в 50-роках ХХ століття. В перекладі з англійської мови це слово (offshore) означає «поза берегом» або «поза кордоном». За своєю сутністю вони є одним з ефективних засобів зменшення податкових платежів та оптимізації витрат. З початку їх появи такі зони почали активно використовуватись у міжнародному бізнесі, тому що надавали можливість підприємству, не порушуючи чинного законодавства, взагалі не платити податків, або сплачувати невелику суму податкових платежів. З кожним роком кількість офшорних зон в різних кінцях світу поступово збільшується.

Офшорний бізнес за своєї сутністю є такою фінансово-господарською діяльністю, яка здійснюється поза країною реєстрації та місцезнаходження фірми. Такі компанії здійснюють свій бізнес та всі свої угоди проводять через компанії-резиденти третіх країн і не здійснюють будь-яких стосунків з резидентами своєї юрисдикції. В цьому випадку стосунки здійснюються через компанії, які за своєї сутністю є компаніями посередниками, які

не займаються конкретно виробничою, збутовою, торговельною або будь-якою іншою діяльністю.

Виникає питання юрисдикцією офшорних зон. В загальному вигляді це країни, які надають право реєстрації на своїй території компаній за умови, що їх діяльність не буде пов'язана з країною місцезнаходження і всі доходи будуть отриманими поза юрисдикції офшорної зони. Компанії офшорних зон мають мінімальні ставки на доходи та прибуток з офшорних операцій. Якщо компанія починає отримувати доходи на території реєстрації, то до таких доходів застосовуються такі ставки податків як і ті, що застосовуються до нерезидентів.

Утворення офшорних зон є позитивним для країни, яка її створює. Для такої країни з'являється можливість залучення додаткових іноземних інвестиційних ресурсів для покращання своєї інфраструктури, додатково з'являється можливість надходження грошових коштів (хоча і невеликих) до державного бюджету у вигляді сплачених податкових платежів. Країна частково вирішує проблему зайнятості населення тощо. При збільшенні кількості підприємств, які реєструються в офшорних зонах, збільшуються і доходи країни офшорної зони.

Офшорна зона є територією (в більшості випадків невеликою за розмірами), для якої уряд країни території розташування, надає суттєві пільги з оподаткування. Умовно всі такі зони можна поділити на чотири групи:

*Перша група* — це зони, в яких взагалі не стягується податки з обороту, на подарунки, на спадщину, на нерухомість, на доходи тощо, або сплачується символічний податок фіксованого розміру. Це притаманне країнам Карибського басейну. В таких офшорних зонах можуть встановлюватися фіксований мінімальний збір (наприклад в офшорній зоні на Багамських островах сплачується \$100 на рік з місцевих компаній). В окремих країнах встановлюються податкові канікули на достатньо тривалий період більш 10 років (наприклад в офшорній зоні на Кайманових островах встановлюється податкові канікули на 20 років). В інших країнах встановлюється низька податкова ставка (наприклад в офшорній зоні на Бермудських островах). Особливістю цих зон є те, що вони не мають угод з іншими країнами світу щодо надання інформації про підприємства, які реєструються в цих зонах.

*Друга група* — до них належать країни, які мають низький податок на доходи підприємства. Так, наприклад, в офшорних зонах Віргінських островів, встановлюється невеликий податок на доходи компанії і надаються ще додаткові пільги для компаній

окремих напрямів діяльності (наприклад для холдингових компаній, для судноплавних та авіаційних фірм).

*Третя група* — це офшорні зони, в яких встановлюється 15 % податок на доходи, які отримані з місцевих джерел і повністю звільнюються доходи, які отримані з іноземних джерел. Крім того звільнюються від сплати податків капітал, дивіденди, та інші доходи акціонерних іноземних товариств. До таких офшорних зон належать ті, які розташовані на Панамі, в Гонконгу тощо.

*Четверта група* — офшорні зони, які розташовані в країнах, які мають за мету стимулювати вкладання фінансових ресурсів в свою економіку для підвищення індустріалізації своєї промисловості. До таких країн можна віднести Республіку Ірландію. В цій країні не оподатковуються доходи, які отримані від експорту продукції, який здійснюють промислові компанії, які розташовані в різних регіонах країни. В Пуерто-Ріко звільнюються від оподаткування компанії, які відкрили свої підприємства в віддалених, або найменш розвинутих регіонах країни.

При здійсненні різних операцій в офшорній зоні визначають два статуси компаній.

*Перший.* Компанія, яка має статус нерезидента в даній країні реєстрації. Це означає, що цією компанією володіють та керують нерезиденти країни, де вона реєструється і така компанія не веде свою господарську діяльність на території цієї країни, але є платником податку на прибуток. Прикладом може бути доміцярні компанії Швейцарії. Така компанія не може мати на території Швейцарії свого офісу, не може здійснювати будь-яку комерційну діяльність і повинна повністю керуватись з за кордону. Компанія сплачує податкові платежі за територіальним принципом, або практично повністю звільняється чи сплачує символічний внесок у вигляді реєстраційного мита з податку на прибуток. Таким чином країна офшорної зони має можливість акумулювати у себе всі прибутки підприємства — нерезидента.

*Другий.* Компанія, яка має статус звільненої від податків резидентської компанії. Сутність таких компаній полягає в тому, що вона реєструється в офшорній зоні як резидент, має свій офіс в цій зоні і керівництво такої компанії здійснюють місцеві директори. Вона проводить різні офшорні операції, але власниками її залишаються нерезиденти даної країни. Такій компанії встановлюються пільги тільки щодо прибуткових податків на офшорні операції, але при цьому вона сплачує щорічний податок за фіксованою ставкою (в деяких випадках встановлюються знижені ставки на податки). Якщо така компанія отримує доходи в країні ре-

естрації, то вона сплачує податок за звичайною для цієї країни ставкою.

Для того, щоб підприємство було зареєстровано як резидент, потрібне виконання особливих умов, до яких належать наступні:

1. Юридична адреса. Ця умова передбачає адресу реєстрації компанії в країні офшорної зони. При цьому в офісі повинна зберігатися відповідна документація підприємства. До нього має надходити офіційна поштова інформація та підтримуватись зв'язок з іншими компаніями та урядовими установами. Якщо компанія є нерезидентом, то вона може користуватись послугами посередників — як юридичних так і фізичних осіб. В цьому випадку керівництво такою компанією може здійснюватись як на території країни, де розташована офшорна зона, так і з-за кордону.

2. Статутний капітал. Ця вимога є головною для будь-якої країни, в тому числі і офшорної зони, і його розмір залежить від різних чинників. До головних з них належать форма та юридично-організаційний тип підприємства країни реєстрації. Так, наприклад, в більшості країн Європи статутний фонд може складати декілька десятків тисяч євро (або доларів США), в країнах Карибського та Азіатсько-Тихоокеанського регіону статутний фонд може складати до однієї тисячі доларів США.

3. Розподіл акцій або інших цінних паперів компанії. Жорсткої вимоги до розподілу, як правило, не передбачається, але може бути виставлена вимога, згідно з якою частина їх повинна належати фізичній особі — місцевому громадянину.

4. Керівництво компанії. Головним є те, що всі керівники компанії можуть поділятися на реальних та формальних. Для офшорної зони головним є те, що формальне керівництво повинно здійснюватись директорами країни офшорної зони. Реальне керівництво може здійснюватись реальними керівними органами з території інших країн світу, але при цьому, навіть, і формальний керівник несе повну відповідальність за результати діяльності компанії, за відповідну публічну звітність і тому він повинен знати стан справ в компанії в межах своєї компетенції. Крім того місцевий керівник повинен мати доступ до фінансових рахунків компанії та контролювати окремі операції за ними.

5. Звітність компанії. Компанія, яка реєструється в офшорній зоні, повинна вести свою звітність згідно з вимогами, які встановлені в цій зоні і звітувати перед вищестоячою ланкою, але при цьому публічна звітність може бути і необов'язковою.

6. Вартість реєстрації. Вона складається з плати за реєстрацію компанії, різних зборів, в тому числі за щорічну реєстрацію в Комерційному реєстрі, щорічних фіксованих податків за надання пільг щодо податків тощо.

## **8.2. ВИДИ КОМПАНІЙ ОФШОРНИХ ЗОН ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА**

Всі компанії, які можуть бути зареєстрованими в офшорних зонах, поділяються за різними ознаками.

*Перша ознака.* Залежно від організаційно-правових форм юридичних осіб вони поділяються на:

1. Компанії закритого типу. Як правило, — це акціонерні товариства закритого типу, акції якого належать обмеженому колу осіб і не можуть бути запропонованими для широкої публічної реалізації;

2. Компанії відкритого типу з обмеженою відповідальністю. Це — акціонерні товариства відкритого типу, акції якого можуть бути вільно проданими на фондовому ринку всім бажаючим. Акціонери компанії при цьому несуть відповідальність тільки в межах вартості своїх акцій.

3. Компанії з необмеженою відповідальністю.

*Друга ознака.* Залежно від напряму діяльності вирізняють наступні компанії:

1. Інвестиційні компанії та фонди. Будь-яка інвестиційна компанія, яка має власний капітал, може вкласти його на депозитний рахунок в банку в офшорній зоні, або купити на ці гроші облігації. Відсотки, які при цьому компанія отримує, не підлягають оподаткуванню. Інвестиційний фонд, як правило, утворюється у формі відкритого товариства. Вони вкладають свої засоби в портфелі цінних паперів інших інвестиційних структур, спеціалізованих фондів або в інші види діяльності. В більшості випадків інвестиційні компанії та фонди реєструються на Кайманових та Багамських островах, в Гонконгу та Сінгапурі.

2. Холдингові компанії. Головним чином такі компанії володіють цінними паперами інших компаній, правами власності на патенти, авторськими правами, різними торговими марками тощо. Особливо вигідно для такої компанії реєстрація в офшорній зоні, коли вона має розповсюджену мережу філій. Як сама компанія, так і філії, які їй належать, звільняються від сплати різних прибуткових та корпоративних податкових платежів і у них

(а також у філії) з'являється можливість акумулювати додаткові кошти (що є економією на податках) для подальшого розвитку та розширення своєї діяльності, інвестування в різні напрямки діяльності та проекти на майбутнє. Найбільш часто такі компанії реєструються в Швейцарії, Люксембурзі, Ліхтенштейні.

3. Торговельні компанії. Реєстрація таких компаній є найбільш розповсюджена і питома вага їх в загальній реєстрації офшорних зон є найбільшою. Ефективність таких компаній збільшується за рахунок високих оборотів, отримання достатньо високих прибутків та інших доходів, які практично повністю звільнюються від оподаткування.

4. Страхові компанії. Для зменшення ризику своєї діяльності або діяльності своїх структурних підрозділів різні компанії користуються послугами страхових компаній, а найбільші з них створюють свої, так звані, «кишенькові страхові компанії» або їх відділення. Утворення останніх дозволяє компанії здійснювати перестраховування своїх ризиків навіть в інших великих страхових компаніях і мати при цьому економію за пільговим оподаткуванням. Більшість таких компаній реєструються на Кайманових та Багамських островах, острові Гарнсі та інших місцях.

5. Транспортні компанії. Реєстрація таких компаній в офшорних зонах дає можливість мати економію на перевезенні вантажів за рахунок звільнення від оподаткування, або отримання суттєвих пільг щодо прямих та непрямих податків. Головним чином такі компанії реєструються в офшорних зонах, які мають порти, до яких приписують плавзасоби. До таких зон належать Панама, Ліберія, Кіпр, острів Мен, Гібралтар тощо.

*Третя ознака.* Залежно від типу та назви компанії:

1. Limited partnership — змішане або командитне товариство, в якому повну відповідальність за боргами несуть не всі учасники компанії, а тільки окремі особи;

2. LLC — Limited Liability Company — компанія з обмеженою відповідальністю, яка не має права випускати свої акції для всіх бажаних їх придбати;

3. LDC — Limited Duration Company — компанія з обмеженим строком існування. Особливість полягає в тому, що вона утворюється на обмежений строк, після закінчення якого вона або самоликвідується, або повинна перереєструватися;

4. SA — Sociedad Anonimav — в перекладі з іспанської мови означає акціонерне товариство;

5. SARL — Society a Responsibility Limite — в Франції це товариство з обмеженою відповідальністю, яке не має права розподжувати та вільно продавати свої акції.

6. BV — Vennotschap Met Beperkte Aanspaukelijkneid — в Голландії це товариство з обмеженою відповідальністю;

7. Назви компаній, які складені з прізвищ або імен фізичних та юридичних осіб.

### **8.3. ОФШОРНИЙ БАНКІВСЬКИЙ БІЗНЕС ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ**

Найбільше розповсюдження в практиці діяльності офшорних зон різних країн світу знайшов банківський бізнес. В загальному вигляді він є банківською діяльністю пільгового режиму щодо податкових платежів, а також пільговим валютним режимом. Використовуючи розбіжності в законодавчих актах різних країн, цей бізнес дозволяє суттєво зменшити адміністративні та управлінські витрати, широко застосовувати переваги швидкого електронного зв'язку. Переваги також полягають і в тому, що з'являється більша можливість конфіденційності офшорних банківських операцій, які не попадають до загального моніторингу та контролю. Також це дає можливість більш оперативно реагувати на зміну кон'юнктури в наданні банківських послуг в будь-якій країні світу. За рахунок більш ефективного використання активів банку, його швидкого руху, власники банку мають можливість підвищувати свої прибутки, а враховуючи пільгові умови оподаткування доходів, дивідендів — збільшувати отримання чистих доходів та обходити різні обмеження щодо проведення окремих операцій, які існують в різних країнах світу.

Встановлено умови, які повинні дотримуватись банки, що реєструються в офшорних зонах. По-перше, такі банки не мають права здійснювати банківське обслуговування резидентів тих країн, де вони зареєстровані. По-друге, при проведенні банківських операцій та банківських розрахунків не можна використовувати національну валюту країни реєстрації такого банку. В деяких випадках зустрічаються винятки.

1. Так, якщо банк занадто потужний, то йому місцева адміністрація може, як виняток, надати дозвіл на обслуговування резидентів країни реєстрації банку;

2. В більшості випадків операції, які здійснюють такі банки, проводяться у вільно конвертованій валюті (ВКВ), а місцеві ва-

люти не завжди є такими. При покритті оперативних витрат здійснюється обмін ВКВ на національну (місцеву) валюту;

3. Банки можуть здійснювати взаємні операції, які в офшорних зонах є офшорними.

Головною сферою діяльності офшорних банків є відкриття рахунків клієнтів та проведення різних операцій за ними. Особливо це привабливо для резидентів та інших клієнтів з країн, де існують високі ставки оподаткування, підприємства відчувають великий податковий тягар, жорсткий валютний контроль, відбувається моніторинг всіх операцій з боку держави. Проведення операцій через офшорні банки дає можливість підприємствам застосовувати більш ліберальний режим проведення господарських і особливо фінансових операцій, швидко приймати рішення при проведенні різних операцій з активами.

В світі в сучасних умовах створено та існує понад 30 міжнародних офшорних фінансових центрів (МОФЦ), де здійснюється реєстрація офшорних банків, кількість яких перебільшує декілька тисяч одиниць. Вони розповсюджені на всіх континентах, що забезпечує широкий доступ різним банкам, компаніям та підприємствам, фізичним особам, транснаціональним компаніям до проведення банківських операцій в офшорних зонах. В МОФЦ існує особливе законодавства про офшорну діяльність банку, запроваджуються особливі закони та вимоги. Так, наприклад, місцевими законодавствами передбачається отримання щонайменше трьох типів ліцензій на ведення офшорних банківських операцій як обмежених, так і необмежених (типу А, В, С, № 1, № 2, № № тощо). Ці ліцензії видаються міністерством фінансів або центральним банком країни, де відкритий МОБЦ. Особливостями ліцензій, які видаються є:

*Ліцензія типу А.* Така ліцензія видається тільки банкам, що мають достатню солідну репутацію і які зарекомендували себе як надійні потужні банки, які своєчасно виконують свої зобов'язання як перед клієнтами, так і перед керівництвом офшорної зони. Така ліцензія дає право банку, який її отримує, проводити будь-які банківські операції як з іноземними, так і місцевими резидентами, а також з нерезидентами, причому в будь-якій іноземній валюті. Такі ліцензії є довгостроковими і надаються на строк від одного до п'яти років з можливістю подальшої їх пролонгації, якщо банки, які їх отримали, не порушують чинне законодавство. В деяких офшорних зонах місцеві органи влади висувають додаткові вимоги до розміру статутного і сплаченого капіталу та реєстраційних і ліцензійних зборів. Видача ліцензії



передбачає проведення переговорів щодо обговорення різних умов відкриття та діяльності такого банку. З урахуванням цих підвищених вимог такі ліцензії можуть отримати тільки великі провідні банки країн світу з надвисокою діловою репутацією.

*Ліцензія типу В.* Особливість цієї ліцензії полягає в тому, що її власнику забороняється обслуговування резидентів країни існування офшорної зони, але відсутні обмеження на операції з нерезидентами за кордоном в іноземній валюті. Така ліцензія є короткостроковою і видається на період до одного року. Вона може бути пролонгована на наступний період у випадках, якщо офшорний банк виконував всі вимоги місцевих органів влади щодо банківського регулювання. Вимоги до статутного капіталу, ліцензійних зборів за цією ліцензією — більш лояльні, ніж для ліцензії А і тому в більшості надається саме ця ліцензія.

*Ліцензія типу С.* Така ліцензія надається тільки в деяких офшорних зонах і передбачає заборону проведення операцій на ринку країни, на якому зареєстрований цей банк. Може надаватись дозвіл на проведення операцій в різних валютах з обмеженою кількістю нерезидентів. Всі ці умови визначаються в наданій ліцензії. Ця ліцензія передбачає найменші розміри статутного капіталу та реєстраційного і ліцензійного зборів. Така ліцензія надається на строк 1 рік з подальшою пролонгацією на наступний рік. Як правило, такий банк обслуговує визначену групу підприємств, які пов'язані між собою організаційно, а також з нерезидентськими компаніями. В деяких випадках така ліцензія найбільшою популярністю має серед фізичних осіб, які бажають створити свій банк сімейного типу. Однією з вимог є наявність досвіду у власників чи менеджерів банку, запроваджується постійний аудиторський контроль з боку місцевої влади.

В цілому офшорний банківський бізнес має переваги, до яких можна зарахувати наступні:

1. Низькі засновницькі, адміністративні та організаційні витрати. З урахуванням нежорстких вимог при утворенні банку до капіталу, персоналу, бізнес-плану в офшорній зоні, порівнюючи з умовами в різних країнах світу, окремі юридичні та, навіть, і фізичні особи мають можливість заснувати свій комерційний банк і почати свою підприємницьку справу. Такий банк може стати важливим розрахунковим та платіжним центром не тільки для якогось підприємства або холдинга, а і для всієї фінансово-промислової групи. Пільгові умови оподаткування дають можливість зменшити витрати, які пов'язані з проведенням розрахунків, знизити вартість банківських послуг, збільшити депозити.

2. Достатньо великі пільги щодо податків (головним чином податку на прибуток), невеликі збори, які пов'язані з реєстрацією та ліцензуванням.

3. Повне звільнення від місцевого валютного контролю, можливість відкриття та ведення будь-яких валютних операцій та рахунків в різних країнах, в тому числі і в країні реєстрації офшорного банку.

4. Конфіденційність банківських операцій в офшорних зонах. Забезпечення таємниці банківських рахунків, можливість використання інституту номінальних директорів в керівництві банком, випуск акцій на пред'явника при утворенні офшорного банку тощо. Розповсюджується практика відкриття анонімних рахунків. В останні часи між країнами, з метою боротьби з ухиленням від сплати податкових платежів, а також попередження злочинів в економічній сфері, укладаються двосторонні угоди про співробітництво та надання інформації про клієнтів офшорних банків. Ця вимога виконується тільки тоді, коли є рішення відповідних судових органів, і не у всіх офшорних зонах.

5. Звільнення від жорстких норм банківського контролю з боку місцевих органів влади. Відсутня вимога обов'язкового придбання різних казначейських зобов'язань центрального банку або уряду країни. Можливість проведення вільної, незалежної кредитної політики, самостійність встановлення облікової ставки без прив'язання її до облікової ставки центрального банку країни. Зниження вимог до рівня ліквідації та інших норм банківської практики.

6. Достатньо високий рівень захищеності банківських внесків. У офшорних банках є більше можливостей розмістити вклади в різних країнах світу на кращих умовах з отриманням більш високого відсотка за цими внесками та на вигідніших умовах. З'являється реальна можливість захисту фінансових ресурсів у внесках від знецінення, впливу інфляційних процесів, конфіскації та різних інших ризиків.

## **8.4. ОФШОРНИЙ СТРАХОВИЙ БІЗНЕС ТА ЙОГО СУТНІСТЬ**

Достатньо активний розвиток притаманний і офшорному страхового бізнесу. Особливе розповсюдження він набув при здійсненні страхування і перестраховування. Головним типом страхових компаній, які діють в офшорних зонах, є кептивні.

В загальному виді — це компанія, яка здійснює страхування ризиків тільки визначеної групи підприємств. Вона утворюється підприємствами різних напрямів діяльності (наприклад промисловими, торговельними підприємствами, банківськими структурами) для надання їм послуг зі страхування та перестрахування та задоволення їх потреб. Вони також можуть утворюватись при міністерствах, відомствах, галузях та підгалузях.

Кептивні страхові компанії можуть мати різні форми. До головних з яких належать:

- «чиста» кептивна компанія *pure captive* — ця компанія створюється материнською компанією визначеної групи підприємств і страхує ризики тільки цієї групи підприємств;

- *взаємна кептивна компанія mutual captive* — це компанія, яка страхує колективні ризики учасників організацій (різні промислові, торговельні асоціації, союзи тощо);

- *колективна кептивна компанія reciprocal captive* є компанією, яка здійснює страхування ризиків незалежних підприємств на колективних засадах.

Особливе значення має така послуга як перестрахування. Це є окремою сферою діяльності, яка передбачає утворення відносно справедливої системи розподілу ризику між страховиками, які функціонують на ринку. Вона повинна забезпечити зменшення ризику страховика у випадках, коли від буде змушений сплачувати багаторазові виплати згідно з укладеними страховими угодами і буде мати відповідні фінансові втрати. В деяких випадках територіальна сегментація страхового ринку не співпадає з структурою страховика і у нього виникає необхідність частину свого ризику передати іншому страховику та, таким чином, зменшити свій ризик. В свою чергу це дає можливість збільшити та розширити страхові операції страховика та підвищити рівень виконання своїх страхових зобов'язань. Коли здійснюється перестрахування, страховик має можливість збільшити прийняття на себе страхових ризиків і, використовуючи закон великих чисел та головну закономірність страхування, покривати свої збитки.

Перевагами використання власної офшорної перестраховальної компанії є:

1. Страхові премії не переводяться незалежному страховику, а залишаються під контролем страхової компанії. Сутність полягає в тому, що законодавство багатьох країн обмежує розмір страхових ризиків залежно від розміру власного капіталу та резервів страховика. Це змушує страховиків здійснювати перестрахування ризиків великих перестраховальних компаніях і відповідно спла-

чувати перестраховальнику велику частину зібраних премій. Використання власної перестраховальної компанії дозволяє отримувати повний обсяг премій в межах окремої групи.

2. Значне зменшення витрат на оподаткування. В більшості офшорних зон існує положення, коли доходи, які отримані офшорними страховими компаніями за межами країни реєстрації, взагалі не оподатковуються. В цих випадках сплачується тільки фіксований розмір мита за продовження строку дії ліцензії. Існує багато країн, в яких може бути зареєстрована перестраховальна компанія і це дає можливість уникнути обмеження щодо операцій з так званими офшорними юрисдикціями (на відміну від таких країн як Україна, Російська Федерація, Латвія, Угорщина та інші).

3. Достатньо лояльні вимоги до діяльності перестраховальної компанії. В більшості вимоги, які визначаються до діяльності офшорних компаній перестраховальників, значно нижчі ніж в країнах Європи. Головною вимогою є підтримка мінімального рівня чистих активів, тобто власного капіталу. В більшості офшорних зонах не визначається жорстко рівень та порядок утворення різних резервів, в тому числі і технічних. Відсутні обмеження щодо інвестування активів компаній перестраховальників. Не завжди висувається вимога проведення щорічного аудиту компанії.

4. Спрощена система реєстрації страхової компанії. Умови реєстрації перестраховальної компанії ідентичні отриманню ліцензії на перестраховальну діяльність. Вимоги щодо формуванню в більш престижних офшорних зонах вищі ніж в менш престижних. Головною вимогою є формування мінімального розміру оплаченого статутного капіталу, рекомендації та інша інформація на директорів та реальних власників компанії, бізнес-план, оцінка активів та отримання ліцензій.

Проблему реєстрації страхової компанії можна порівняти з реєстрацією банку, але при цьому існують особливості:

1. Якщо страхова компанія зареєстрована в престижній офшорній зоні, яка знаходиться в юрисдикції, наприклад, Багамських або Вірджинських островів та бажає мати державну ліцензію на заняття страховою діяльністю, то вона повинна сплатити реєстраційний збір від \$7000 до 15 000 США залежно від типу ліцензії, виду страхової діяльності та інших чинників. В цьому випадку статутний капітал може бути від \$200 000 до 500 000 США.

2. В деяких офшорних зонах реєстрація страхових компаній, які займаються перестраховуванням, має спрощений варіант. В цьому випадку реєстрація обійдеться від \$5000 до 6000 США.

При цьому немає необхідності сплачувати статутний капітал. Як негативну рису потрібно зазначити заборону на зайняття страховою діяльністю і право на зайняття тільки перестраховальною діяльністю (але при цьому не існує ліцензії як такої взагалі). При реєстрації в комплект документів входить офіційний висновок про право компанії займатися перестраховальною діяльністю. Така компанія має назву «перестраховальної».

3. В деяких компаніях існує можливість здійснювати свій бізнес через компанії — страхові брокери. Такі компанії існують в офшорній зоні Ірландії. У компаній, які зареєстровані в цій зоні, не має ліцензій. В назві може зазначатися термін «страхова» компанія.

4. В випадках, коли для компанії важлива наявність ліцензії на здійснення страхової діяльності, то вона може зареєструватись на Кіпрі у вигляді кептивної страхової компанії. Це означає, що діяльність компанії здійснюється тільки щодо заздальгідь визначеного кола юридичних осіб. В цьому випадку розмір плати за реєстрації складає від \$7000 до 15 000 США, а статутний капітал — 20 000 кіпрських фунтів, з яких половина повинна бути зарезерована на особливому рахунку в центральному банку Кіпру. Реєстрація такої компанії обов'язково потребує розробки бізнес-плану, затверджених угод страхування тощо.

В цілому потрібно зазначити, що безподаткових країн, як і компаній, не буває. Безподатковими можуть бути тільки особисті ситуації, тому найбільший ефект може бути досягнутий за комбінації різних ситуацій, при цьому в ідеалі можна утворення бізнесу, який буде складатися тільки з безподаткових ситуацій. Офшорні зони дозволяють здійснювати міжнародне маневрування фінансами та звести сплату податкових платежів до мінімуму й таким чином вибрати найбільш оптимальний та економічний варіант бізнесу.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Бранд М., Шаповал С. Г. Бизнес в Украине и за её пределами.: (Практ. рекомендації) — К.: Вид. центр «Просвіта», 1997. — 368 с.
2. Литвиненко Я. В., Якушик І. Д. Податкові системи зарубіжних країн. — К., МАУП, 2004. — 208 с.
3. Мецержкова О. Налоговые системы развитых стран мира: Справ.-М.: Финансы и статистика, 1995. — 240 с.
4. Оподаткування зовнішньоекономічної діяльності в Україні: Нав. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За заг. ред. М. Я. Азарова. — К.: ДІЯ, 2000. — 320 с.

5. *Ткаченко Н. М.* Податкові системи країн світу та України. Облік і звітність. — К.: Алеута, 2004. — 554 с.

6. *Якушик І. Д., Литвиненко Я. В.* Податкові системи зарубіжних країн: Довідник. — К.: «МП Леся», 2005. — 480 с.

7. Періодична преса України та країн світу.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. *Офшорні зони та їх характеристика.*
2. *Позитивні та негативні риси офшорних зон.*
3. *Види офшорних зон.*
4. *Статус компаній, які бажають зареєструватися в офшорних зонах.*
5. *Умови реєстрації в офшорних зонах.*
6. *Види компаній в офшорних зонах.*
7. *Офшорний банківський бізнес та його характеристика.*
8. *Офшорні фінансові центри та їх характеристика.*
9. *Офшорний страховий бізнес та особливості його здійснення.*





## РОЗДІЛ 9

# «МІЖНАРОДНО-ПРАВОВА ОХОРОНА СЕКРЕТІВ ВИРОБНИЦТВА»

- 9.1. *Паризька конвенція про охорону промислової власності.*
- 9.2. *Північноамериканська угода про вільну торгівлю.*
- 9.3. *Угода TRIPs.*

## 9.1. ПАРИЗЬКА КОНВЕНЦІЯ ПРО ОХОРОНУ ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ

У частині другій статті першої «Паризької конвенції про охорону промислової власності» від 20 березня 1883 року перелічено об'єкти промислової власності, на які поширюється зазначена Конвенція. Це:

- патенти (patents);
- корисні моделі (utility models);
- промислові зразки (industrial designs);
- товарні зразки (trademarks);
- знаки обслуговування (service marks);
- фірмові найменування (trade names);
- вказівки, джерела або назви походження (indication of source of appellation of origin);
- присічення недобросовісної конкуренції (repression of unfair competition).

В офіційному російськомовному перекладі після слів «патент» додавалося «на винаходи». В англomовному тексті цього немає. Там зазначено лише, — «патенти» і всі вказані вище об'єкти промислової власності перелічено, як кажуть, через кому. Таке перелічення і особливо його початок не можна визнати вдалим. Звернемо увагу, що цей перелік розпочинається з охоронного документу (патента), а потім продовжується назвами власне об'єктів промислової власності. Очевидно, на початку переліку слово «патенти» слід було б опустити і записати там «винаходи», без уточнення якими охоронними документами вони можуть охоронятися у країнах—учасниках Паризького союзу з охорони промислової власності.

Паризька конвенція, як бачимо, не згадує наукові відкриття, сорти рослин, топографії інтегральних мікросхем, секрети виробництва (комерційну таємницю), раціоналізаторські пропозиції.

У підпункті III статті 2 «Визначення» «Конвенції, що засновує всесвітню організацію інтелектуальної власності», підписаної у Стокгольмі 14 липня 1967 року, зазначено, що інтелектуальна власність включає права, що стосуються:

- літературних, художніх та наукових творів;
- виконавчої діяльності артистів, звукозапису, радіо- і телевізійних передач;
- винаходів у всіх галузях людської діяльності;
- наукових відкриттів;
- промислових зразків;
- товарних знаків, знаків обслуговування, фірмових наменувань і комерційних позначень;
- захисту проти недобросовісної конкуренції, а також всі інші права, що належать до інтелектуальної власності у виробничій, науковій, літературній і художній галузях.

У цьому переліку відсутні топографії інтегральних мікросхем, корисні моделі, секрети виробництва, сорти рослин, раціоналізаторські пропозиції. Звертаємо особливу увагу на відсутність спеціальної згадки про комерційну таємницю.

Відомо, що на технічне рішення, яке відповідає вимогам (критеріям) патентоспроможності, можна отримати охоронний документ. Це означає, що у відповідь на повне розкриття технічного рішення суспільство надає його власнику обмежену у часі і просторі монополію на володіння, користування і розпорядження цим рішенням. Після сплину терміну правової охорони технічне рішення потрапляє до сфери суспільного надання (public domain) і стає таким, яке належить всім і нікому зокрема.

Винахідник напою «Кока-Кола» з американського міста Атланта (штат Джорджія) свого часу вирішив не патентувати рецептуру напою і доклав зусиль, щоб вона збереглася як комерційна таємниця. Потенційно на напій «Кока-Кола» можна було отримати патент. Фактично цього не було зроблено. З технічної точки зору запатентований напій «Кока-Кола» виявився б, очевидно, не кращим і не гіршим, ніж реально незапатентований напій. Винаходом з інженерної точки зору цей напій був би в обох випадках. У реальній же ситуації — це технічне рішення, якому суспільство не надало формального статусу винаходу. Рішення залишилося комерційною таємницею.



Зазначений вище широко відомий приклад залучено для аргументації положення про те, що комерційна таємниця технічного характеру може без сумніву вважатися об'єктом інтелектуальної власності, навіть, без офіційної точки зору з цього аспекту. Слід чітко і однозначно заявити, — на нинішньому етапі у світі немає спеціальної універсальної (глобальної) чи, навіть, регіональної конвенції, яка б регулювала міжнародні публічно-правові правовідносини у сфері нерозкритої інформації комерційного характеру.

Оскільки комерційна таємниця вже давно відома людству, то логіка підказує, що воно вже дещо зробило для становлення її правової охорони і захисту.

Перейдемо до міжнародно-правового акта початку 90-х років минулого століття.

## **9.2. ПІВНІЧНОАМЕРИКАНСЬКА УГОДА ПРО ВІЛЬНУ ТОРГІВЛЮ**

Подаємо структуру глави 17-ої Північноамериканської угоди про вільну торгівлю (North American Free Trade Agreement). Угоду було укладено 1992 року Сполученими Штатами Америки, Канадою і Мексикою. Угода відома як NAFTA (НАФТА).

### *ГЛАВА 17* **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ.** (CHAPTER 17 INTELLECTUAL PROPERTY)

**Стаття 1701** «Природа і обсяг зобов'язань» (Nature and Scope of Obligations).

**Стаття 1702** «Більш екстенсивна охорона» (More Extensive Protection).

**Стаття 1703** «Національний режим» (National Treatment).

**Стаття 1704** «Контроль за зловживальною або антиконкурентною практикою або умовами» (Control of Abusive or Anticompetitive Practices or Conditions).

**Стаття 1705** «Авторське право» (Copyright).

**Стаття 1706** «Звукозаписи» (Sound Recordings).

**Стаття 1707** «Охорона зашифрованих супутникових сигналів, що несуть програму» (Protection of Encrypted Program — Carrying Satellite Signals).

**Стаття 1708** «Товарні знаки» (Trademarks).

**Стаття 1709** «Патенти» (Patents).

**Стаття 1710** «Компоновки напівпровідникових інтегральних схем» (Layout Designs of Semiconductor Integrated Circuits).

**Стаття 1711** «Секрети виробництва» (Trade Secrets).

**Стаття 1712** «Географічні зазначення» (Geographical Indications).

**Стаття 1713** «Промислові зразки» (Industrial Designs).

**Стаття 1714** «Надання сили правам інтелектуальної власності: загальні положення» (Enforcement of Intellectual Property Rights: General Provisions).

**Стаття 1715** «Специфічні процесуальні і відшкодувальні аспекти цивільного і адміністративного процесів» (Specific Procedural and Remedial Aspect of Civil and Administrative Procedures).

**Стаття 1716** «Попередні заходи» (Provisional Measures).

**Стаття 1717** «Кримінальний процес і штрафи» (Criminal Procedures and Penalties).

**Стаття 1718** «Надання на кордоні сили правам інтелектуальної власності» (Enforcement of Intellectual Property Rights at the Border).

**Стаття 1719** «Співробітництво і технічна допомога» (Cooperation and Technical Assistance).

**Стаття 1720** «Охорона об'єктів, що існують» (Protection of Existing Subject Matter).

**Стаття 1721** «Визначення» (Definitions).

**Додаток 1701.3** «Конвенції з інтелектуальної власності» (Intellectual Property Conventions).

*Додаток 1705.7* «Авторське право» (Copyright).

*Додаток 1710.9* «Компоновки» (Layout Designs).

*Стаття 1721* містить поміж інших, і визначення конфіденційної інформації. Вона включає секрети виробництва (trade secrets), привілейовану інформацію (privileged information) та інші матеріали, що виключені (to exempt) від розкриття (disclosure) відповідно до внутрішнього законодавства Сторони.

Далі пояснимо виконані автором цих рядків переклади ряду статей НАФТА.

Автор попереджає: англomовний текст є дуже складним, незвичним для наших вітчизняних очей та вух.

**Стаття 1711** Секрети виробництва  
(Article 1711 Trade Secrets)

1. Кожна Сторона забезпечує законні засоби (legal means) кожній особі у запобіганні розкриттю, придбанню, або використанню іншими секретів виробництва у спосіб, що суперечить чесній

комерційній практиці, без згоди особи, яка законно контролює цю інформацію, оскільки поскільки:

a) інформація є секретною у розумінні (sense), що вона є у цілому (as a body), або у точній конфігурації і збірці її компонентів (assembly of its components), загальновідомою або легко доступною для осіб, що зазвичай мають справу з інформацією, що стосується питання;

b) інформація має реальне (actual) або потенційне комерційне значення тому що вона є секретною;

c) особа, що законно контролює інформацію, вжила, залежно від обставин, кроків, щоб тримати її секретною.

2. Сторона може вимагати, щоб секрет виробництва, якого кваліфікують для охорони, мав бути засвідченим у документах, електронних (electronic) або магнітних (magnetic) засобах, оптичних дисках (optical discs), мікрофільмах, фільмах або інших подібних інструментах (similar instruments).

3. Жодна Сторона не може обмежувати тривалість охорони секретів виробництва, якщо існують умови, зазначені в пункті 1.

4. Жодна Сторона не буде знеохочувати (to discourage) або заважати (to impede) добровільному ліцензуванню (voluntary licensing) секретів виробництва шляхом накладання надмірних (excessive) або дискримінаційних умов на такі ліцензії, або умов, що розмивають (to dilute) вартість цих секретів виробництва.

5. Якщо Сторона вимагає, як умову для схвалення маркетингу фармацевтичних або сільськогосподарських хімічних продуктів, що використовують нові хімічні речовини (new chemical entities), передачі (submission) нерозкритих тестових або інших даних, необхідних для визначення безпеки і ефективності їх використання, то ця Сторона захищатиме від розкриття цих даних особами, яким це надається, якщо створення цих даних включає значне зусилля (considerable effort), за винятком того, що це розкриття є необхідним для охорони громадськості або що вжиті кроки для забезпечення захисту даних від недобросовісного комерційного використання.

6. Кожна Сторона забезпечує, щоб дані, що підпадають під пункт п'ятий, які надані Стороні після дати набрання чинності цією Угодою, жодна інша особа, за винятком особи, яка їх надала, не могла покладатися (to rely) на ці дані без дозволу останньої особи, на підтримку заяви на схвалення продукту (in support of an application for product approval) впродовж резонного періоду часу після їх надання. З цією метою резонний період зазвичай означає

щонайменше п'ять років з дати, коли Сторона надала схвалення особі, яка подала ці дані для схвалення маркетингу свого продукту, беручи до уваги сутність даних і зусилля та затрати особи у їх одержанні. Відповідно до цього положення на жодну Сторону не накладатиметься обмеження для запровадження скорочених процедур схвалення (abbreviated approval procedures) на ці продукти на основі біоеквівалентності (bioequivalence) і вивчення біонаявності (bioavailability studies).

7. Якщо Сторона покладається (to rely) на схвалення для маркетингу, наданого іншою стороною, то резонний період виключного використання даних, наданих у зв'язку зі схваленням, на яке покладається, розпочинається з дати першого схвалення для маркетингу, на яке покладається.

Далі вважатимемо за доцільне дати ще й переклад статей 1714—1718.

**Стаття 1714** Надання сили правам інтелектуальної власності: загальні положення

(Article 1714 Enforcement of Intellectual Property Rights: General Provisions)

1. Кожна Сторона забезпечить процедури надання сили, як зазначено у цій статті і статтях 1715-1718, які є у своєму національному законодавстві (domestic law) з метою дозволити застосування ефективної дії (effective action) проти будь-якого акту порушення (any act of infringement) прав інтелектуальної власності, охоплених цією статтею, включаючи швидкі санкції (expeditious remedies) на перешкодження порушенням і санкції на стримування (to deter) подальших порушень. Такі процедури надання сили застосовуються так щоб уникнути (to avoid) створення бар'єрів для законної торгівлі (barriers to legitimate trade) проти зловживання процедурами (to provide for safeguards against abuse of the procedures).

2. Кожна Сторона забезпечить, щоб її процедури з надання сили правам інтелектуальної власності були справедливими (fair) і неупередженими (equitable), не були занадто ускладненими або дорогими (are not unnecessarily complicated or costly) і не тягли (to intail) нерезонні часові обмеження (time-limits) або невинуваті затримки (unwarranted delays).

3. Кожна Сторона забезпечить, щоб рішення у справі за судовим і адміністративним провадженнями з надання сили (decisions on the merits of a case in judicial and administrative enforcement proceedings) були:

а) бажано (preferably) у письмовій формі (in writing) і бажано щоб зазначали причини (to state the reasons), на яких ці рішення базуються;

б) надавалися (be made available) щонайменше сторонам у провадженні без неналежної затримки (undue delay);

с) базувалися лише на доказах (only on evidence) щодо яких сторонам надається можливість бути вислуханими.

4. Кожна Сторона забезпечить, щоб сторони у провадженні мали можливість перегляду судовими властями тієї сторони остаточних адміністративних рішень і, підлягаючи юридичним положенням свого національного законодавства, що стосуються важливості справи, перегляду щонайменше правових аспектів (legal aspects) початкових судових рішень (initial judicial decisions) за суттю справи (for the merits of a case).

Не дивлячись на зазначене вище, від жодної Сторони не вимагається забезпечення судового перегляду виправдальних вироків (acquittals) у кримінальних справах.

5. Ніщо у цій статті, або у статтях 1715—1718, не тлумачитиметься (to construe) як вимога до Сторони встановити судову систему для надання сили правам інтелектуальної власності, вирізняльну від загальної системи тієї Сторони для надання сили законам.

6. Для цілей статей 1715—1718 поняття «правоволоділець» (rightholder) включає федерації і асоціації, які мають правовий статус (having legal standing) для захисту таких прав.

**Стаття 1715** Специфічні процесуальні відшкодувальні аспекти цивільного і адміністративного процесів

(Article 1715 Specific Procedural and Remedial Aspects of Civil and Administrative Procedures)

1. Кожна Сторона забезпечить правоволодільцям цивільні судові процедури з надання сили будь-якому праву інтелектуальної власності, передбаченому у цьому розділі. Кожна Сторона забезпечить, щоб:

а) відповідачі (defendants) мали право на отримання вчасного письмового повідомлення (written notice that is timely), яке містить достатні подробиці (sufficient detail), включаючи підставу для таких претензій (basis of the claims);

б) сторони у провадженні були представлені незалежним адвокатом (independent legal counsel);

с) процедури не включали накладання занадто тяжких вимог (overly burdensome requirements) щодо обов'язкової особистої явки;

d) всі сторони і провадженні належно наділялися правом на обґрунтування (to substantiate) їх претензій і надання відповідних доказів (to present relevant evidence);

e) процедури включали засоби (means) з ідентифікації і захисту конфіденційної інформації.

2. Кожна Сторона забезпечить, щоб її судові власті мали владу:

a) якщо сторона у провадженні надала резонно наявні докази (reasonably available evidence), достатні для підтримки її претензій і зазначила докази, що стосуються обґрунтування своїх претензій, які знаходяться під контролем протилежної сторони, наказувати іншій стороні надати такі докази, які підлягають у необхідних випадках умовам забезпечення охорони конфіденційної інформації;

b) коли сторона, підконтрольна тій Стороні у провадженні добровільно (voluntarily) або без поважних причин (without good reason) відмовляє у доступі (access to) або іншим чином не надає відповідні докази впродовж резонного періоду, або значно заважає провадженню, що стосується дії з надання сили, ухвалювати попередні (preliminary) і остаточні (final) постанови (determinations), — позитивні або негативні, — на основі наданих доказів, включаючи і скаргу (complaint) або заяву (allegation), надані стороною, на яку зроблено негативний вплив відмовою у доступу до доказів, за умови надання сторонам можливості бути вислуханими щодо заяв або доказів;

c) наказувати стороні провадження утримуватися (to desist) від порушення, включаючи запобігання вступу у канали комерції (entry into the channels of commerce) під їх юрисдикцією імпортованих товарів, що тягнуть за собою (to involve) порушення права інтелектуальної власності і цьому наказу надаватиметься сила негайно після митного очищення таких товарів (at least immediately after custom clearance of such goods);

d) наказувати порушнику права інтелектуальної власності сплачувати правоволодільцю збитки (damages), адекватні для компенсації шкоди (injury), яку зазнав правоволодільця від порушення, якщо порушник знав чи мав резонні підстави знати, що він був задіяний у порушницькій діяльності;

e) наказувати порушнику права інтелектуальної власності сплачувати витрати правоволодільця, які можуть включати належні адвокатські гонорари (appropriate attorney's fees);

f) наказувати стороні провадження на прохання якої були вжиті заходи і яка зловжила процедурами надання сили, надати адекватну компенсацію будь-якій стороні, якій неправильно за-

боронили (wrongfully enjoined) або обмежили (to restrain) під час провадження, за завдану шкоду у зв'язку з таким зловживанням і сплатити тій стороні витрати, які можуть включати належні адвокатські гонорари.

3. Щодо повноваження, зазначеного в підпункті «с» пункту 2, то жодна Сторона не зобов'язана надавати таке повноваження щодо предмету, що охороняється, який придбаний або замовлений особою до того, як ця особа узнала або мала належні підстави знати, що задіяння у тому предметі потягне порушення права інтелектуальної власності.

4. Щодо повноваження, зазначеного у підпункті «d» пункту 2, то Сторона може, щонайменше щодо копірайтних творів і звукозаписів, уповноважувати судові власті наказувати відшкодування прибутків (to order recovery of profits) або сплату заздалегідь встановлених штрафів (pre-established damages), або те й інше, навіть, якщо порушник не знав або не мав жодних резонних підстав знати, що він був задіяний у порушницькій діяльності.

5. Кожна Сторона забезпечить, з метою створення ефективного стримування порушення, щоб судові власті мали повноваження давати накази про те, щоб:

а) товари, які вони виявили, як такі що порушують, були вилучені з каналів комерції без будь-якої компенсації таким чином, щоб уникнути будь-якої шкоди правоволодільцю, або, якщо це не суперечитиме конституційним вимогам, були знищені;

б) матеріали і складові (materials and implements) переважно використання яких було у створенні порушницьких товарів, були вилучені з каналів комерції без будь-якої компенсації таким способом, щоб мінімізувати ризик подальшого порушення.

Розмірковуючи над виданням такого наказу, судові власті візьмуть до уваги потребу у пропорційності (the need for proportionality) між серйозністю порушення і призначеним відшкодуванням, а також інтереси інших осіб. Щодо контрафактних товарів просте вилучення товарного знака (simple removal of the trademark), незаконно прикріпленого (unlawfully affixed) не буде достатнім, хіба що у виключних випадках надаватиметься дозвіл на випуск цих товарів у канали комерції.

6. Щодо адміністрування будь-якого закону, який належить до охорони і надання сили правам інтелектуальної власності, то кожна Сторона буде надавати виключення як публічним властям, так і посадовцям від відповідальності за належні відшкодувальні заходи, вжиті або задумані добросовісно (intended in good faith) у ході адміністрування таких заходів.

7. Незалежно від інших положень статей 1714—1718, якщо до сторони подано позов у порушенні права інтелектуальної власності у результаті користування нею тим правом або у використанні від її імені, та Сторона обмежить відшкодування до неї сплатою правоволодільцю адекватної винагороди (*adequate remuneration*) за обставин, залежно від справи, беручи до уваги економічне значення такого використання.

8. Кожна Сторона забезпечить у випадку призначення цивільної відповідальності за справою у результаті адміністративних процедур, щоб такі процедури відповідали принципам, еквівалентним тим, які встановлені у цій статті.

### **Стаття 1716** Попередні заходи (*Article 1716 Provisional Measures*)

1. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її судові власті мали повноваження наказувати швидкі і ефективні попередні заходи (*prompt and effective provisional measures*):

а) запобігати порушенню будь-якого права інтелектуальної власності і, зокрема, запобігати вступу у канали комерції під їх юрисдикцією підозрюваних на порушення товарів (*allegedly infringing goods*), включаючи заходи запобігання вступу імпортованих товарів щонайпізніше негайно після митного очищення;

б) зберігати доречні докази щодо підозрюваного порушення.

2. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її судові власті мали повноваження вимагати від будь-якого заявника на попередні заходи (*applicant for provisional measures*) надання цим судовим властям будь-яких резонно наявних цьому заявнику доказів (*reasonably available evidence*), які судові власті вважатимуть потрібними, щоб уможливити їм визначитися (*to determine*) з достатнім ступенем впевненості (*sufficient degree of certainty*) про те, що:

а) заявник є правоволодільцем;

б) право заявника порушується або таке порушення є неминучим (*imminent*);

с) будь-яка затримка (*any delay*) у житті таких заходів ймовірно викличе нездатну до поправлення шкоду (*irreparable harm*) правоволодільцю, або існує здатний для доведення ризик (*demonstrable risk*), що докази знищуються.

Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб судові власті мали повноваження вимагати від заявника надання застави або еквівалентного забезпечення (*equivalent assurance*), достатнього для захисту інтересів відповідача і уникнення зловживання.



3. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її судові власті мали повноваження вимагати від заявника на попередні заходи надання іншої інформації, необхідної для ідентифікації відповідних товарів властями, які виконують заходи.

4. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її судові власті мали повноваження наказувати попередні заходи на основі *ex parte* (примітка автора — без повідомлення сторони, на яку скаржаться), зокрема якщо будь-яка затримка ймовірно викликатиме непоправну шкоду правоволодільцю або існує здатний для доведення ризик, що докази знищуються.

5. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб коли попередні заходи вживатимуться судовими властями тієї Сторони на основі *ex parte*:

а) зачепленій особі (a person affected) було надано повідомлення про ці заходи без затримки, але у жодному випадку не пізніше, ніж негайно після виконання (immediately after the execution) цих заходів;

в) на прохання відповідача ці заходи могли переглядатися судовими властями тієї Сторони з метою вирішення, впродовж резонного періоду після одержання повідомлення про ці заходи, чи необхідна зміна, відміна або підтвердження цих заходів і щоб була надана можливість бути вислуханим у провадженні перегляду (in the review proceedings).

6. Без шкоди пункту п'ятому кожна Сторона забезпечуватиме щоб за клопотанням відповідача, судові власті Сторони відкликали або іншим чином припиняли застосовувати попередні заходи, вжиті на підставі пунктів 1 і 4, якщо провадження, що веде до ухвалення рішення за сутністю, не було розпочате:

а) у межах резонного періоду, як це визначається судовими властями, що ухвалюють заходи, якщо національне законодавство Сторони дозволяє це; або

в) за відсутності такого визначення, впродовж періоду, що не перевищує 20 робочих днів (working days) або 31 календарного дня (calendar days), залежно від того, який період є тривалішим.

7. Кожна Сторона забезпечуватиме, що коли попередні заходи відкликаються або вони втрачають чинність (to lapse) з огляду на будь-який акт промаху (omission) заявника, або коли судові власті згодом дізнаються про те, що не було порушення або загрози порушення права інтелектуальної власності, судові власті вповноважатимуться наказувати заявнику, на прохання відповідача, надати відповідачеві належну компенсацію за будь-яку шкоду, завдану цими заходами.

8. Кожна Сторона забезпечуватиме, що коли тимчасові заходи можуть наказуватися у результаті адміністративних процедур, такі процедури відповідатимуть принципам, еквівалентним за сутністю (equivalent in substance) тим, які викладені у цій статті.

**Стаття 1717** Кримінальні покарання і процедури  
(Article 1717 Criminal Procedures and Penalties).

1. Кожна Сторона забезпечуватиме застосування кримінальних процедур і штрафів щонайменше у випадках зловмисної контрафакції товарного знака чи копірайтного піратства (wilful trademark counterfeiting or copyright piracy) комерційного масштабу (commercial scale). Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб наявні покарання включали ув'язнення (imprisonment) або грошові штрафи (monetary fines), або те й інше, достатні для забезпечення стримання, узгоджувального (consistent) з рівнем покарань за злочини відповідної тяжкості (level of penalties applied for crimes of a corresponding gravity).

2. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб у належних випадках судові власті могли наказувати вилучення (seizure), конфіскацію (forfeiture) і знищення (destruction) порушницьких товарів і будь-яких матеріалів і складових, визначальне використання яких відбулося у цьому порушенні (in the commission of the offense).

3. Сторона може забезпечувати, щоб кримінальні процедури і покарання застосовувалися у випадках порушення прав інтелектуальної власності інших, ніж ті, які є у пункті 1, якщо вони вчинені зловмисно і у комерційному масштабі.

**Стаття 1718** Надання на кордоні сили правам інтелектуальної власності

(Article 1718 Enforcement of Intellectual Property Rights at the Border)

1. Відповідно до цієї статті кожна Сторона застосовуватиме процедури, щоб уможливити правоволодільцю, який має вагомі підстави (valid grounds) підозрювати, що відбувається імпортування товарів з контрафактним товарним знаком або піратських копірайтних товарів, подавати письмову заяву (to lodge an application in writing) компетентним властям, чи то судовим, чи то адміністративним, про зупинення митними властями випуску таких товарів у вільний обіг. Жодна Сторона не зобов'язуватиметься застосовувати такі процедури до транзитних товарів. Сторона може дозволяти таке застосування щодо товарів, які включають інші порушення прав інтелектуальної власності, за умови, що викону-

ються вимоги цієї статті. Сторона може забезпечувати відповідні процедури, що стосуються призупинення митними властями випуску порушницьких товарів, призначених для експорту з її території.

2. Кожна Сторона вимагатиме, щоб кожний заявник, який ініціює процедуру відповідно до пункту 1, надав адекватні докази:

а) для задоволення компетентних властей тієї країни, що відповідно до національного законодавства країни імпорту, існує *prima facie* (примітка автора — чітке і достатнє для розуміння) порушення її права інтелектуальної власності;

б) подавав опис цих товарів (*description of the goods*) з достатніми подробицями, щоб зробити їх такими, що легко пізнаються митною адміністрацією.

Компетентні власті інформуватимуть заявника впродовж резонного періоду про те, чи прийняли вони цю заяву і якщо так, то про період, впродовж якого митна адміністрація вчинить дію.

3. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її компетентні власті були уповноважені вимагати від заявника, відповідно до пункту 1, надати заставу або еквівалентне забезпечення, достатнє для охорони відповідача і компетентних властей і для запобігання зловживанню. Така застава або еквівалентне забезпечення не повинно нерезонно стримувати звернення до цих процедур (*to deter recourse to these procedures*).

4. Кожна Сторона забезпечуватиме, що у випадку слідування за заявою про вжиті заходи відповідно до цієї статті, її митна адміністрація призупинятиме випуск товарів, що включають промислові зразки (*industrial designs*), патенти, інтегральні схеми (*integrated circuits*) або секрети виробництва у вільний обіг на підставі рішення іншого, ніж судової чи іншої незалежної влади, і період, передбачений у підпунктах 6-8 закінчився без надання попереднього судового захисту (*provisional relief*) належно уповноваженими властями, і за умови, що всіх інших умов було дотримано, власник (*owner*), імпортер або консигнант (*consignee*) таких товарів буде уповноважений на їх випуск надісланням застави у обсязі, достатньому для захисту правоволодільця від будь-якого порушення. Сплата такої застави не виключатиме будь-яке інше відшкодування, наявне для правоволодільця; розуміється, що застава звільняється, якщо правоволодільць не використовує своє право на дію впродовж резонного періоду часу.

5. Кожна Сторона забезпечить, щоб її митна адміністрація швидко сповістила імпортера і заявника, якщо митна адміністрація призупиняє випуск товарів відповідно до пункту 1.

6. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її митна адміністрація випускала товари з-під призупинення, якщо впродовж періоду, що не перевищує 10 робочих днів після того, як заявнику відповідно до пункту 1 було надіслано сповіщення про призупинення, митній адміністрації не було повідомлено, що:

a) сторона інша, ніж відповідач, ініціювала провадження, що призвели до рішення за сутністю справи, або

b) компетентні власті вжили попередніх заходів, що продовжують призупинення,

за умови, що всіх інших умов до імпорту або експорту було дотримано. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб у відповідних випадках митна адміністрація могла продовжити призупинення ще на 10 робочих днів.

7. Кожна Сторона забезпечуватиме, що коли ініційовано провадження, що веде до ухвалення рішення за суттю, то перегляд, включаючи право бути вислуханим, має відбуватися за клопотанням відповідача з метою вирішення впродовж резонного періоду чи ці заходи мають змінюватися, відкликатися або підтверджуватися.

8. Незалежно від пунктів 6 і 7, якщо призупинення випуску товарів виконується (*is carried out*) або продовжується відповідно до попереднього судового заходу (*provisional judicial measure*), застосовуватиметься п. 6 ст. 1716.

9. Кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її компетентні власті мали повноваження наказувати заявнику відповідно до п. 1 сплачувати імпортеру, консигнанту і власнику товарів належну компенсацію за будь-яку шкоду (*for any injury*), спричинену їм неправильним затриманням товарів або затриманням товарів, випущених відповідно до пункту 6.

10. Без шкоди для захисту конфіденційної інформації, кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її компетентні власті були уповноважені надавати правоволодільцю достатню можливість проінспектувати, з метою обґрунтування претензій правоволодільця, будь-які товари, затримані митною адміністрацією. Кожна Сторона також забезпечуватиме, щоб її компетентні власті були уповноважені надати імпортеру еквівалентну можливість проінспектувати будь-які такі товари, якщо компетентні власті ухвалюватимуть позитивне рішення (*positive determination*) за сутністю справи, Сторона може вповноважувати компетентні власті інформувати правоволодільця про прізвиська і адреси консигнатора, імпортера і консигнанта і про кількість відповідних товарів (*quantity of goods in question*).

11. Якщо Сторона вимагає від своїх компетентних властей, щоб вони діяли за власною ініціативою і призупиняли випуск товарів, щодо яких вони отримали *prima facie* доказ, що право інтелектуальної власності порушується:

а) компетентні власті можуть у будь-який час вимагати від правоволодільця будь-яку інформацію, яка може допомогти їм у здійсненні цих повноважень;

б) імпортер і правоволодільць швидко сповіщаються компетентними властями Сторони про призупинення і коли імпортер подає компетентним властям скаргу проти призупинення, то призупинення підлягає умовам, з такими змінами, які будуть необхідними, викладеними у пунктах 6—8; і

с) Сторона надаватиме виключення лише публічним властям і посадовцям від відповідальності за відшкодувальні заходи, якщо дії вжиті або задумані добросовісно.

12. Без шкоди іншим правам на дію, відкрити правоволодільцю і, підлягаючи праву відповідача на судовий розгляд, кожна Сторона забезпечуватиме, щоб її компетентні власті уповноважувалися наказувати знищення або розпорядження (*disposal*) порушницькими товарами відповідно до принципів, викладених у пункті 5 статті 1715. Щодо контрафактних товарів, власті не дозволятимуть реекспорт порушницьких товарів у незміненому стані (*unaltered state*) та підпорядковуватимуть їх іншим митним процедурам лише за виняткових обставин (*exceptional circumstances*).

13. Сторона може виключати від застосування пунктів 1—12 невеликі обсяги (*small quantities*) товарів некомерційної суті, що містяться у особистому багажу мандрівника або надіслані у малих відправленнях, які не повторюються (*are not repetitive*).

14. Додаток 1718. 14 застосовується до Сторін, зазначених у тому Додатку.

### 9.3. УГОДА TRIPS

«Угода про пов'язані з торгівлею аспекти прав інтелектуальної власності, включаючи торгівлю контрафактними товарами» (*Agreement on Trade — Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Goods*) — TRIPs, що була укладена 1994 року у рамках VIII (Уругвайського) раунду переговорів ГАТТ, до об'єктів інтелектуальної власності зараховує:

— авторське право і сумісні права (*copyright and related rights*) — стаття 9;

— комп'ютерні програми (computer programs) та бази даних (compilations of data) — стаття 10;

— права виконавців (performers), виробників фонограм (phonograms) і організацій мовлення (broadcasting organizations) — стаття 14;

— товарні знаки (trademarks) — стаття 15;

— географічні вказівки (geographical indications) — стаття 22;

— промислові зразки (industrial designs) — стаття 25;

— патенти на будь-які винаходи (patents for any inventions) — стаття 27;

— компоновки (топографії) інтегральних мікросхем (lay-out designs (topographies) of integrated circuits) — статті 35—38;

— нерозкрити інформацію (undisclosed information) є стаття 39.

Отже, нарешті у багатосторонньому документі всесвітнього масштабу комерційній таємниці присвоєно статус об'єкта інтелектуальної власності. Відомо ж, що інтелектуальна власність складається з трьох груп:

— промислової власності;

— авторського права;

— прав, суміжних з авторськими.

Звернемо увагу на ту обставину, що Угоду TRIPs укладено пізніше, ніж НАФТА.

У більшості випадків чотири літери позначаються заголовковим шрифтом (TRIP), а потім додається мала літера «s». TRIPs вживається, очевидно, для того, щоб «на слух» вирізнити абревіатуру від слова «тір», що означає «подорож».

Наведемо текст статті 39 TRIPs у перекладі без косметичного літературного редагування, виконаному автором цих рядків:

## РОЗДІЛ 7. ОХОРОНА НЕРОЗКРИТОЇ ІНФОРМАЦІЇ (SECTION 7. PROTECTION OF UNDISCLOSED INFORMATION)

### **Стаття 39**

#### *(Article 39)*

1. У курсі забезпечення ефективної охорони проти недобросовісної конкуренції, як це передбачено у статті 10(біс) Паризької конвенції (1967), Члени охороняють нерозкрити інформацію відповідно до наведеного нижче пункту другого і дані, надані урядом або урядовим агенством, відповідно до пункту третього, наведеного нижче.

2. Фізичні та юридичні особи матимуть можливість запобігати розкриттю інформації, яка на законних підставах знаходиться під їх контролем, придбанню або використанню іншими без їх згоди,

способом, що суперечить чесній комерційній практиці остільки оскільки така інформація:

— є секретною у тому значенні, що вона не є у цілому або у точній конфігурації і збірці її компонентів загальновідомою або легко доступною особам у колах, які зазвичай мають справу з відповідним типом інформації;

— має комерційну цінність тому, що вона є секретною; і

— була піддана належним, залежно від обставин, заходам для збереження секретності з боку особи, яка на законних підставах контролює цю інформацію.

3. Члени, коли вимагатимуть як умову схвалення маркетингу фармацевтичних або сільськогосподарських хімічних продуктів, які використовують нові хімічні речовини, надання нерозкритих тестів або інших даних, одержання яких включає значні зусилля, охоронятимуть такі дані від недобросовісного комерційного використання. На додаток, Члени охороняють таку інформацію від розкриття, за винятком потреби у охороні громадськості або до вжиття заходів, спрямованих на охорону цих даних від недобросовісного комерційного використання.

Слово «Члени», що зустрічається вище, має на увазі країн— членів TRIPs.

Частина друга цієї статті містить тлумачення поняття «спосіб, що суперечить чесній комерційній практиці» (a manner contrary to honest commercial practices). Поняття щонайменше означає порушення контракту (breach of contract), порушення довіри (breach of confidence), схилання до порушення (inducement to breach), придбання нерозкритої інформації (acquisition of undisclosed information) третім сторонам, які знали, або були занадто необачними, щоб не знати (were grossly negligent in failing to know), що така практика була застосована у її придбанні.

Негайно після статті 39-ої в Угоді TRIPs міститься стаття, що стосується взаємовідносин інтелектуальної власності і економічної конкуренції.

З огляду на свою армійську молодість, автор цих рядків знає, що негайно після збройного інциденту у березні 1969 року на радянсько-китайському кордоні на острові Доманському, наші військовики одержали можливість оперативно списати майно, яке вже давно не існувало, але воно знаходилося на балансі. Тобто, списали всі гріхи на китайську провокацію. Поміж підприємців у всьому світі знайшлося б чимало таких, хто хотів би скористатися монополією на інтелектуальну власність для стримування конкуренції. TRIPs про це знає і дещо, як ба-

чимо, передбачає. Отже, читаємо і вивчаємо наступну важливу статтю.

### **Стаття 40**

*(Article 40)*

1. Члени погоджуються, що деякі ліцензійні практики або умови, що належать (to pertain) до прав інтелектуальної власності, і які стримують (to restrain) конкуренцію, можуть мати шкідливі (adverse) наслідки (affects) на торгівлю і можуть заважати (to impede) передачі (transfer) і поширенню (dissemination) технології.

2. Ніщо у цій Угоді не запобігатиме Членам зазначати (to specify) у їх національному законодавстві ліцензійні практики або умови, які можуть у конкретних випадках становити (to constitute) зловживання правами інтелектуальної власності, що мають шкідливий наслідок для конкуренції на відповідному ринку (relevant market). Як передбачено вище, Член може вживати, відповідно (consistently) до інших положень (provisions) цієї Угоди, належних заходів (appropriate measures), щоб перешкодити або контролювати такі практики, що можуть включати, наприклад, виключні умови про зворотну передачу (exclusive grantback conditions), умови, що перешкоджають оспоруванню чинності (challenges to validity) і примусове пакетне ліцензування (coercive package licensing) у світлі відповідних законів (laws) і інструкцій (regulations) того Члена.

3. Кожний Член на прохання вступатиме у консультації з будь-яким іншим Членом, яке має підставу (cause) вважати, що власник права інтелектуальної власності, який є особою (national) або доміціліаром (domiciliary) того Члена, якому було адресовано запит (request) про консультації, використовує практики на порушення законів та інструкцій Члена, що запитує, з предмету цього розділу, і який хоче забезпечити дотримання цього законодавства без шкоди будь-якій дії згідно із законом і повній свободі (full freedom) щодо кінцевого рішення (ultimate decision) кожного з Членів. Член, до якого звернулися, виконує (to accord) повний і співчутливий розгляд (sympathetic consideration) і надасть (to afford) адекватну можливість для консультації з Членом, що запитує, і буде співробітничати шляхом надання публічно доступної (publicly available) неконфіденційної інформації, що стосується (of relevance) предмету питання (matter in question) та іншу наявну у цьому Члені інформацію відповідно до національного законодавства і до укладених домовленостей, які є такими, що взаємно задовольняють (mutually satisfactory agreements), і які



стосуються охорони їх конфіденційності (safeguarding of its confidentiality) Членом, який запитує.

4. Члену, чії особи або доміциліари підлягають провадженню в іншому Члені щодо підозрюваного порушення (alleged violation) законів та інструкцій того іншого Члена з предмету цього розділу, на прохання надаватиметься можливість консультацій з іншим Членом згідно з тими ж умовами, як і ті, що передбачені вище у пункті 3.

Після ст. 40-ї читач знайде у TRIPs частину III «Надання сили правам інтелектуальної власності» (Part III Enforcement of Intellectual Property Rights). Розділ 1. Загальні зобов'язання (Section 1. General Obligation).

У цій частині III-ій сформульовано практично все те, з чим читач вже познайомився на прикладі НАФТА. Повторювати знову формулювання — недоцільно. Тому далі зазначатимемо номери статей TRIPs, їх назви (якщо вони є) і стисло основні положення.

### **ЧАСТИНА III. НАДАННЯ СИЛИ ПРАВАМ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ (PART III. ENFORCEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS**

#### *РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ SECTION 1*

##### **Стаття 41 (Article 41)**

Процедури надання сили мусять дозволяти ефективну дію проти будь-якого порушення прав інтелектуальної власності. Включати швидкі санкції (expeditious remedies) для перешкодження (to prevent) і стримувати від подальших порушень. Процедури не повинні шкодити законній торгівлі, мусять уберігати від зловживань нормами законодавства. Процедури — чесні (fair), неупереджені (equitable), нескладні, недорогі, позбавлені відстрочок і нерезонних часових лімітів. Рішення ухвалюються бажано у письмовому вигляді. Обґрунтовуються. Надаються сторонам без зайвих затримок. Сторонам дається можливість давати пояснення. Передбачається можливість подання судовим властям апеляцій на остаточні адміністративні рішення. Виправдувальні

вироки у кримінальних справах не переглядаються. Угода TRIPS не передбачає створення окремої судової системи для інтелектуальної власності. Не вимагає і розподілу ресурсів на користь інтелектуальної власності у межах існуючих систем надання сили законам.

**РОЗДІЛ 2. ЦИВІЛЬНІ І АДМІНІСТРАТИВНІ  
ПРОЦЕДУРИ І ВІДШКОДУВАННЯ**  
**SECTION 2. CIVIL AND ADMINISTRATIVE  
PROCEDURES AND REMEDIES**

**Стаття 42** Добровільні і неупереджені процедури  
(*Article 42 Fair and Equitable Procedures*)

Правоволодільцям надаються всі цивільні судові процедури. Відповідачі мають право на письмове сповіщення (written notice). Воно — вчасне, з достатніми подробицями. Містить підставу для претензії. Сторони мають право на незалежних адвокатів. Вимоги до особистої явки до суду — не занадто обтяжливі. Сторони мають право на обґрунтування своїх претензій і на надання доречних доказів. Процедури мають передбачати виявлення і охорону конфіденційної інформації, якщо це не суперечить конституційним нормам.

**Стаття 43** Докази  
(*Article 43 Evidence of Proof*)

Судові власті можуть вимагати, зі збереженням конфіденційної інформації, надання доказів, що контролюються протилежними сторонами.

Якщо сторона у справі без поважних причин відмовляє у доступі, не надає необхідної інформації впродовж розумного терміну тощо, то судові власті ухвалюють рішення на підставі матеріалів справи, беручи до уваги і незадоволену скаргу однієї з сторін.

**Стаття 44** Судові заборони  
(*Article 44 Injunctions*)

Охоплюють судові накази, передбачають:

- утримування від порушення;
- запобігання вступу товарів у канали комерції негайно після митної очистки;

— сплату відшкодування, у т. ч. завчасно встановленого (нормативного);

— адекватну компенсацію;

— ухвалення декларативного рішення (declaratory judgement — рішення суду за заявою особи, яка збирається вчинити певну дію, але сумнівається у тому, що вона буде законною і прохає суд визначитися з цим).

### **Стаття 45** Відшкодування (Article 45 Damages)

Відшкодування — адекватне для компенсації шкоди. Компенсуються також затрати правоволодільця, наприклад, належні адвокатські гонорари, втрачені прибутки. Застосовується також завчасно встановлений нормативний розмір відшкодування.

### **Стаття 46** Інші судові заходи (Article 46 Other Remedies)

Безплатне вилучення порушницьких товарів з каналів комерції, їх знищення. Безплатне вилучення з каналів комерції матеріалів і приналежностей (implements), які переважно використовувалися у виробництві порушницьких товарів.

До уваги береться серйозність порушення, накладені заходи, інтереси третіх сторін. просте видалення товарного знака на контрафактних товарах — недостатнє.

### **Стаття 47** Право на інформацію (Article 47 Right of information)

Судові власті мають право (з певними застереженнями) зоб'язати порушника повідомити правоволодільцю про третіх осіб, які були задіяні у виробництві і дистриб'юторстві порушницьких товарів і послуг та про їх канали дистриб'юторства.

### **Стаття 48** Компенсація відповідачеві (Article 48 Indemnification of the Defendant)

За зловживання законом позивач сплачує відповідачеві адекватну компенсацію. Сплачуються і витрати відповідача, наприклад, належний адекватний гонорар.

### **Стаття 49** Адміністративні процедури (Article 49 Administrative Procedures)

Адміністративні процедури мають бути еквівалентними судовим.

### РОЗДІЛ 3. ПОПЕРЕДНІ ЗАХОДИ (SECTION 3. PROVISIONAL MEASURES)

#### **Стаття 50** (Article 50)

Заходи — швидкі (prompt) і ефективні (effective).

Перешкоджання вступу порушницьких товарів, в т.ч. імпортованих, у канали комерції. Судовим властям надано право діяти за принципом *inaudita altera parte*, що відповідає вже поясненому принципу *ex parte*. Власті вимагають, щоб заявник довів, що він — праволоділець і його право порушується, або що порушення — неминуче. Від заявника вимагається застава або еквівалентна гарантія з метою охорони відповідача і уникнення зловживання. Судові власті повідомляють відповідача не пізніше, як негайно після вжиття заходів. Відповідачу надається можливість оскаржити вжиті заходи. Від заявника може вимагатися інша потрібна інформація. На прохання відповідача попередні заходи відкликаються, якщо провадження не розпочинається впродовж 20 робочих днів або 31 календарного дня, — залежно від того який період є довшим.

Судові власті зобов'язують позивача компенсувати відповідача на його прохання.

Попередні адміністративні заходи мають відбуватися так як і судові.

### РОЗДІЛ 4. СПЕЦІАЛЬНІ ВИМОГИ ЩОДО ПРИКОРДОННИХ ЗАХОДІВ (SECTION 4. SPECIAL REQUIREMENT RELATED TO BORDER MEASURES)

#### **Стаття 51** Призупинення випуску митними властями (Article 51 Suspension of Release by Custom Authorities)

Стаття стосується, передусім, контрафактних та піратських копірайтних товарів. Компетентним властям слід подати письмову заяву на призупинення випуску митними властями порушницьких товарів у вільний обіг. Можна призупинити і експорт з країни порушницьких товарів.

#### **Стаття 52** Заява (Article 52 Application)

Порушення має бути таким, яке переконливо доводиться властям. Заява повинна містити конкретний опис порушницьких то-

варів, щоб їх легко могли пізнати митники. Про надходження заяви і вжиті за нею заходи повідомляється заявник.

Розділ не застосовується до країни, яка практично ліквідувала митний контроль, оскільки входить до митного союзу з іншою. Якщо праволоділець постачив на ринок іншої країни свої товари або це було виконано за його згоди, то цей розділ також не застосовується.

**Стаття 53** Застава або еквівалентне забезпечення  
(Article 53 Security or Equivalent Assurance)

Потрібні для охорони компетентних властей, відповідача і відлякування заявників від зловживання. Не повинні занадто перешкоджати зверненню до цих заходів.

Власник затриманих товарів, їх імпортер або консигнант (consignee) у випадку закінчення терміну затримки і неприйняття рішення, можуть клопотати про випуск товарів, надавши забезпечення, достатнє для компенсації праволоділця. Застава вивільняється, якщо праволоділець не відстоює свої права впродовж резонного періоду часу.

**Стаття 54** Сповіднення про призупинення  
(Article 54 Notice of Suspension)

Імпортера і заявника швидко інформують про призупинення.

**Стаття 55** Тривалість призупинення  
(Article 55 Duration of Suspension)

Впродовж 10 робочих днів після отримання заявником сповіщення про призупинення (notice of suspension) митні власті мають почати провадження за сутністю справи, якщо воно ініційовано не відповідачем. Компетентні власті можуть продовжити цей термін. Якщо зазначені вище умови виконано і провадження не розпочалося, то призупинення скасовується і товари випускаються у вільний обіг. Якщо провадження розпочалося і відповідач хоче, щоб його вислухали, то йому надають таку можливість. До випуску товарів слід також врахувати п. 6 ст. 50.

**Стаття 56** Компенсація імпортеру і власнику товарів  
(Article 56 Indemnification of the Importer and the Owner of the Goods)

Імпортер, консигнант і власник товарів мають право на належну компенсацію за протиправно заподіяну їм шкоду.

**Стаття 57** Право на інспекцію і на компенсацію  
*Article 57 (Right of Inspection and Information)*

Правоволоділець та імпортер мають право на огляд затриманих митниками товарів. Якщо ухвалюється позитивне для правоволодільца рішення, то йому повідомляють про прізвища (names), адреси консигнатора, імпортера і консигнанта та кількість товарів.

**Стаття 58** Дія за власною ініціативою властей  
*(Article 58 Ex Officio Action)*

Така дія дозволяється, якщо є чіткі і достатні докази порушення прав інтелектуальної власності. Власті звертаються за інформацією до правоволодільца та імпортера і оперативно інформують про призупинення. Якщо імпортер подає скаргу проти призупинення, то вона розглядається за принципом *mutatis mutandis* (тобто з необхідними змінами у подробицях). Якщо державні органи та їх посадовці чесно застосовували відшкодувальні заходи, то їх звільняють від відповідальності.

**Стаття 59** Судові заходи  
*(Article 59 Remedies)*

Знищення порушницьких товарів, розпорядження ними. Реекспорт контрафактних товарів у незміненому стані не дозволяється. Виняток — надзвичайні обставини.

**Стаття 60** Мізерний імпорт  
*(Article 60 De Minimis Import)*

Зазначене вище не застосовується до товарів з некомерційним обсягом (особистий багаж, малі відправлення (small consignments)).

**РОЗДІЛ 5. КРИМІНАЛЬНИЙ ПРОЦЕС**  
**(SECTION 5. CRIMINAL PROCEDURES)**

**Стаття 61**  
*(Article 61)*

Кримінальні процедури і покарання застосовуються щонайменше до зловмисної контрафакції товарного знаку та копірайтного піратства комерційних масштабів. Покарання: ув'язнення та/чи грошовий штраф, достатні для стримання. Мають відповідати рівню покарання за інші злочини відповідної тяжкості. Передбача-

ється вилучення (seizure), конфіскація (forfeiture) і знищення (destruction) порушницьких товарів, матеріалів та принадлежностей (implements) переважно задіяних для вчинення порушення. Країнам-учасникам дозволяється запроваджувати кримінальні заходи і до інших порушень прав інтелектуальної власності.

У книзі Lange D., LaFrance M., Myers G. *Intellectual Property. Cases and Materials*. — St. Paul (MN): West Publishing Co., 1998 зазначається:

- не існує міжнародного визначення секретів виробництва;
- навіть у США охорона секретів виробництва покладається на право штатів, яке функціонує у вигляді аналога патентної охорони;
- Угода TRIPs є першим багатостороннім міжнародним договором, який відверто визнає виробничосекретівське право (trade secret law) і вимагає від її учасників охороняти секрети виробництва;
- Угода TRIPs відображує положення Паризької конвенції з охорони промислової власності як частину охорони нерозкритої інформації;
- мова Угоди TRIPs відображує мову «Одноманітного закону із секретів виробництва» США (United States Uniform Trade Secret Act), але відверто не згадує право на зворотний інжиніринг (reverse engineering);
- з огляду на те, що виробничосекретівське право ще ніколи не визнавалося на міжнародному рівні, залишається подивитися наскільки корисною виявиться така охорона;
- є сподівання, що виробничосекретівська теорія доведе свою важливість у розвитку альтернативних теорій охорони інтелектуальної власності для нових технологій, таких як комп'ютери.

Залишається погодитися з висловленими вище думками і порекомендувати читачеві уважно опрацювати розділ цієї книги про охорону секретів виробництва у США.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Selected Intellectual Property and Unfair Competition Statutes, Regulations and Treaties. 1995 edition. Selected and edited by R. E. Schecter. — St. Paul (Minn), West Publishing Co., 1995. — 854p.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Чи є у Паризькій конвенції про охорону промислової власності такий об'єкт як комерційна таємниця?
2. Чи патентується комерційна таємниця?
3. Як Ви розумієте деклараційне рішення?
4. Чи є в НАФТА те, що передбачено у ст. 47 TRIPs?
5. Як сформульовано у НАФТА поняття «комерційна таємниця»?
6. Критерії секретів виробництва згідно зі ст. 39 НАФТА.
7. На яких носіях НАФТА передбачає можливість фіксації секретів виробництва?
8. Чи встановлено у НАФТА термін для охорони секретів виробництва?
9. Чи передбачає НАФТА можливість ліцензування секретів виробництва?
10. Які критерії з надання сили правам інтелектуальної власності зафіксовано у НАФТА?
11. Чи передбачає НАФТА створення у країнах-членах окремих судових систем з надання сили правам інтелектуальної власності?
12. Що передбачає НАФТА для зменшення ризику зловживання нормами законодавства з боку заявників позивачів?
13. Чи конфіскується митними властями країн НАФТА контрафактний товар, який знаходиться в особистому багажі подорожувача?
14. Що треба зробити заявникові, що митні власті не пустили у вільний обіг товари, які порушують його права інтелектуальної власності?
15. Чи можна у країнах НАФТА оспорити рішення митних властей у зв'язку з правами інтелектуальної власності?
16. Як і коли митні власті країн НАФТА випускають товари у вільний обіг, якщо до них застосовувалося призупинення?
17. Чи одночасно допускаються митними властями країн НАФТА позивач і відповідач до огляду затриманих митниками товарів?
18. Які положення контрактів на думку країн—членів TRIPs можуть становити загрозу для економічної конкуренції?
19. Як спрацьовує механізм консультацій між країнами-членами TRIPs у зв'язку з побоюваннями щодо порушень прав інтелектуальної власності та впливу порушень на економічну конкуренцію?
20. Чи передбачає TRIPs право удових властей зобов'язати порушника розкрити правоволодільцю прізвище (назви) третіх осіб, які сприяли порушнику?





## ЛІЦЕНЗІЙНА ПЕРЕДАЧА СЕКРЕТІВ ВИРОБНИЦТВА (НОУ-ХАУ) У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

- 10.1. *Тлумачення понять.*
- 10.2. *Обґрунтування правової охорони ноу-хау.*
- 10.3. *Механізми правової охорони ноу-хау.*

### 10.1. ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТЬ

На початку даного розділу нагадаємо читачеві деякі основні засади права Європейського Союзу, що стосуються тих аспектів, які розглядаються нижче.

Первинне право Євросоюзу — це засновницькі договори ЄС. Вторинне право — це акти інститутів (органів) ЄС, міжнародні договори ЄС та угоди країн Євросоюзу, укладені між ними. Можуть бути двосторонніми і багатосторонніми.

Уніфікація права Євросоюзу означає видання Союзом нормативного акта прямої дії, що стосується всіх осіб ЄС (фізичних і юридичних). Гармонізація означає зближення положень законодавчих актів держав—членів у певній галузі.

Інструментом уніфікації права ЄС є регламент (regulation), а гармонізації — директива (directive).

Третім видом юридично обов'язкових документів ЄС є постанова (decision).

Окрім юридично загальнообов'язкових документів праву ЄС відомі рекомендації і висновки (notices).

Установчі договори Євросоюзу створювалися своєрідним шляхом. Наступний договір не скасовував попередній, а запозичував його у свій новий текст. Зрозуміло, що змінювалися номери статей, але сутність їх часто залишалась незмінною.

Хоч установчі договори є досить великими за обсягом документами, все ж таки вони не у змозі все передбачити і все урегулювати. Прогалини допомагає ліквідувати Європейський суд справедливості, який виконує діяльність дещо схожу з функціями Конституційного Суду України. Прогалини у праві ліквідуються також «Регламентами» і «Директивами», що їх ухвалює уряд Євросоюзу, який має назву Європейська Комісія.

З давніх-давен відомо як небезпечно без нагляду залишати одночасно вовка, козу і капусту. Західноєвропейського законодавця турбувала і турбує ситуація з економічною конкуренцією. Як зробити щоб їй навмисно чи ненавмисно не зашкодили суб'єкти господарської діяльності, які можуть прикриватися напрочуд справедливими гаслами? Де ж шукати ту золоту середину коли і вовки ситі, і кози — цілі? Що можна дозволити, а чого не можна дозволити щоб під жупелом передачі ноу-хау (секретів виробництва) не привести троянського коня, який знищить чи послабить конкуренцію?

Слід зазначити, що ринкову економіку не можна уявити без конкурентної боротьби. Немає конкуренції — немає і ринку. Все, що шкодить конкуренції — шкодить і ринку. З огляду на що керівні органи Європейського Союзу (а його попередником, як відомо, було Європейське Економічне Співтовариство) уважно стежать за тим, щоб не було втручання у взаємини попиту і пропозиції. Саме вони і є визначальними елементами ринку.

Далі наведемо переклад статті одного з найважливіших установчих договорів Європейського Економічного Співтовариства. Як побачить далі читач, ця стаття складається з трьох пунктів (частин). У першому пункті зафіксовано, що саме забороняється. У другому пункті — те, що укладене всупереч забороні автоматично варте не більше ніж дірка бублика. Пунктом третім встановлено, що уряд Євросоюзу має право надавати індульгенції на те, що з першого погляду (та й не лише з першого погляду) загрожує економічній конкуренції, але що можна дозволити і з чим можна змиритися задля досягнення вагомих результатів. Вовка бояться — в ліс не ходити. Як відомо, ліки когось лікують, а комусь шкодять. Якщо ж шкодою можна знехтувати або ж вона не складає критичної небезпеки, то ліки застосовують.

Частина 1 статті 85 Римського договору 1957 р забороняє будь-які змови підприємств, які можуть вплинути на конкуренцію. Друга частина цієї статті оголошує автоматично нечинними всі такі змови. Третя ж частина статті дає Комісії Євросоюзу право виводити з-під дії ст. 85 певні категорії угод, якщо Комісія вважає, що шкода для конкуренції від таких угод перекривається їх економіко-соціальними результатами.

Отже, у статті 85 Римського договору від 25 березня 1957 року, відповідно до якого було створено «Спільний ринок» Європейського Економічного Співтовариства(яке згодом переросло у Європейський Союз) зафіксовано:

1. Наступне забороняється як несумісне із «Спільним ринком»: всі угоди між підприємствами, рішення асоціацій підприємств і узгоджені дії, які можуть вплинути на торгівлю між державами і які за свою мету чи наслідками мають запобігання, обмеження або спотворення конкуренції всередині «Спільного ринку» і зокрема, такі, що:

а) прямо або опосередковано фіксують закупівельні або продажні ціни або будь-які інші комерційні умови;

б) обмежують або контролюють виробництво, ринки, технічний розвиток або інвестиції;

с) розподіляють ринки або джерела постачання;

д) застосовують неоднакові умови до еквівалентних угод з іншими сторонами у торгівлі, тим самим ставлячи їх у не вигідне конкурентне становище;

е) ставлять укладання контрактів залежно від прийняття іншими сторонами додаткових зобов'язань, які за сутністю або відповідно до комерційних традицій не мають жодного зв'язку з предметом таких контрактів.

2. Будь-яка угода або рішення, заборонене відповідно до цієї статті, автоматично є таким, що не має юридичної сили.

3. Положення пункту 1 можуть все-таки бути визнані такими, що не застосовуються щодо:

- будь-якої угоди або категорії угод між підприємствами;

- будь-якого рішення або категорії рішень асоціацій підприємств;

- будь-якої узгодженої дії або категорії узгоджених дій, що здійснюють внесок в удосконалення виробництва, розподіл товарів або у поглиблення технічного або економічного прогресу, надаючи споживачам справедливую частку одержаної вигоди і які:

а) не накладають на відповідні підприємства обмеження, які не є необхідними для досягнення цих цілей;

б) не надають таким підприємствам можливості усунення конкуренції щодо значної частини відповідних продуктів.

Частина третя статті 85 дозволяє те, що забороняє частина перша тієї ж статті. Такий імунітет у англійській мові відомий як exemption. Далі у тексті це поняття буде перекладатися як «звільнення» або «виняток». Така пільга може бути індивідуальною і колективною, категорійною, блоковою. Регламент 556/89 стосується саме групових пільг, тобто пільг для широкого класу угод, що стосуються передачі ноу-хау.

Відповідно до «Регламенту» № 19/65 від 2 березня 1965 року Комісія Європейського Співтовариства була уповноважена надавати імунітет за пунктом 3 ст. 85 щодо двосторонніх угод і узго-

джених дій, які підпадають під умови частини 1 ст. 85 і містять обмеження, які накладаються щодо придбання або використання прав на об'єкти промислової власності, зокрема, винаходів, корисних моделей, промислових зразків, товарних знаків або до прав, що випливають з контрактів на їх уступку (rights arising out of contracts for assignment of), або з права на використання (right to use), способу виготовлення (method of manufacture) або знань (knowledge), що стосуються використання або застосування промислових процесів (application of industrial processes).

23 липня 1984 року Комісія ЄС ухвалила «Регламент про застосування статті 85(3) Договору до деяких категорій патентних ліцензійних угод» № 2349/84.

30 листопада 1988 року Європейська Комісія ухвалила «Регламент про застосування статті 85 (3) Договору до деяких категорій ліцензійних угод з ноу-хау» № 556/89.

(Commission Regulation (EEC) № 556/89 of 30 November 1988 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of know how licensing agreements).

Цей «Регламент» є зразком вторинного законодавства. Він — інструмент уніфікації законодавства ЄС. Брюссель видав документ, всі інші взяли «під козирок» і виконують його.

Згодом було ухвалено:

- «Регламент Комісії (ЄС) № 240/96 від 31 січня 1996 року про застосування статті 85(3) Договору до деяких категорій договорів з трансферу технологій».

(Commission Regulation (EC) № 240/96 of 31 January 1996 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of technology transfer agreements).

- «Регламент Комісії (ЄС) № 772/ 2004 від 27 квітня 2004 року про застосування статті 85(3) Договору до деяких категорій договорів з трансферу технологій»

(Commission Regulation (EC) № 772/2004 of 27 April 2004 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of technology transfer agreements).

Передачі ноу-хау стосувався також «Регламент № 2321/2002 Європейського парламенту і Ради від 16 грудня 2002 року, щодо правил участі підприємств, дослідницьких центрів і університетів у поширенні результатів досягнень для імплементації Шостої рамкової програми (2002—2006) Європейського Співтовариства».

(Regulation (EC) 2321/2002 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2002 concerning the rules for the participation of undertaking, research centers and universities in, and

for the dissemination of research results for implementation of the European Community Sixth Framework Programme (2002—2006).

У «Регламенті» 556/89 тлумачення термінів сконцентровано у статті першій. Здається, що доречніше це було вчинити у преамбулі, беручи до уваги значний її обсяг та зміст матеріалу, що там подається.

Далі познайомимося з тими поняттями, якими оперує «Регламент» 556/89.

«Ноу-хау» — сукупність (body) технічної інформації, яка є секретною (secret), суттєвою (substantial) та ідентифікованою (identified) у будь-якій доречній (appropriate) формі.

У преамбулі «Регламенту» пояснюється, що непатентована технічна інформація — це описи процесів обробки (description of manufacturing processes), рецепти (recipes), формули (formulae), креслення (designs) або зарисовки (drawings). Зазначене називається «ноу-хау».

«Секретна» — поняття означає, що пакет ноу-хау у сукупності (as a body) або у точній (precise) конфігурації і збірці своїх компонентів (assembly of its components) не є загальновідомим (generally known) або легко доступним (easily accessible) і частина його цінності полягає у лідерстві у часі (lead-time), яке отримує ліцензіат, якщо йому передаються ноу-хау. Нині поняття має вужче значення — кожна індивідуальна складова ноу-хау має бути повністю невідомою (totally unknown) або такою, яку не можна отримати за межами бізнесу ліцензіара.

«Суттєва» — це поняття означає, що ноу-хау включають інформацію, яка має важливе значення (of importance) для цілого (whole) або значної частини (significant part):

- i) процесу обробки (manufacturing process); або
  - ii) продукту (product) або послуги (service); або
  - iii) для їх вдосконалення
- і виключає інформацію, яка є простою (trivial).

Такі ноу-хау мають бути корисними (useful), тобто від них реально очікують на дату укладення угоди (date of the conclusion of the agreement), щоб вони були здатними (capable) покращити (improve) конкурентне становище (competitive position) ліцензіата (licensee), наприклад, допомагаючи йому вступити на новий ринок або надати йому перевагу (advantage) у конкуренції з іншими виробниками (manufacturers) або надавачами послуг (providers of services), які не мають доступу до ліцензованих секретних ноу-хау (licensed secret know-how) або інших співставних (comparable) секретних ноу-хау.

«Ідентифікована» — означає, що ноу-хау описано (to describe) або записано (to record) у такий спосіб, що стає можливим перевірити (to verify) те, що вони відповідають критеріям секретності і суттєвості (to fulfil the criteria of secrecy and substantiality) і забезпечують, щоб ліцензіат не був невинувато обмеженим у застосуванні своєї власної технології за їх використання. Для того, щоб бути ідентифікованими, ноу-хау можуть або викладатися (to set out) у ліцензійній угоді (license agreement) або окремому документі (separate document) або фіксуватися у будь якій іншій належній формі (appropriate form) не пізніше того моменту, коли ноу-хау передаються або невдовзі після цього, за умови що цей окремий документ або інший опис надаватимуться (can be made available), якщо у цьому виникне потреба.

«Чисті ліцензійні угоди з ноу-хау» (pure know-how licensing agreement) є угодами, за яких певне підприємство (one undertaking), — ліцензіар, — погоджується передати (to communicate) ноу-хау із зобов'язанням (obligation) чи без нього розкрити (to disclose) будь-які наступні удосконалення (subsequent improvements) іншому підприємству, — ліцензіату (licensee), — для використання на ліцензованій території.

«Змішані патентні ліцензійні угоди і ліцензійні угоди з ноу-хау» (mixed know-how and patent licensing agreements) — угоди, яким не надається імунітет (agreement not exempted) відповідно до «Регламенту» № 2349/84, за яким ліцензується технологія, що містить як незапатентовані елементи (non-patented elements) так і елементи, запатентовані в одній або більше державах—членах.

«Ліцензовані ноу-хау» (licensed know-how) або «ліцензована технологія» (licensed technology) означає початкові і будь-які наступні ноу-хау, передані прямо (directly) або опосередковано (indirectly) ліцензіаром ліцензіату за допомогою (by means) чистих або змішаних патентних угод і ліцензійних угод з ноу-хау; все ж таки у випадку змішаних угод з ноу-хау і патентних ліцензійних угод поняття «ліцензована технологія» також включає будь-які патенти, на які надано ліцензію, окрім передачі ноу-хау.

«Така ж технологія» (the same technology) означає технологію, надану за ліцензією першому ліцензіату і у подальшому будь-як удосконалену (to enhance by any improvements) незалежно від того, як сторонами або іншими ліцензіатами використовуються ці удосконалення і незалежно від того чи охороняється ця технологія необхідними патентами у будь-яких державах—членах.

«Ліцензовані продукти» (licensed products) є товари або послуги виробництва (production) або надання (provision) яких вимагає використання ліцензійної технології.

«Експлуатація» (exploitation) — будь-яке використання ліцензованої технології, зокрема (in particular) у виробництві, активних або пасивних продаж (active or passive sales) на території, навіть, якщо воно не пов'язане (if not coupled) з виготовленням на тій території або лізингом цих ліцензованих продуктів.

«Ліцензована територія» (licensed territory) — це територія, що охоплює всю або ж врешті-решт частину «Спільного ринку», на якій ліцензіат уповноважений використовувати ліцензовану технологію.

«Територія, зарезервована для ліцензіара» (territory reserved for the licensor) — територія, на якій ліцензіар не видав жодних ліцензій і яку він чітко (expressly) зарезервував для себе.

«Пов'язані підприємства» (connected undertakings) означає:

(а) підприємства, у яких сторона угоди прямо (directly) або опосередковано (indirectly):

- володіє понад половиною капіталу або ділових активів; або
- має владу на використання понад половини голосувальних прав (voting rights); або

- має владу призначати понад половину членів наглядової ради (supervisory board), ради директорів (board of directors) або органів, які є законними представниками цього підприємства; або

- мають право на управління справами (to manage the affairs) цього підприємства;

(b) підприємства, які прямо чи опосередковано мають над стороною угоди права і владу, зазначені в пункті (а);

(c) підприємства, в яких підприємство, зазначене у пункті (b) прямо або опосередковано має права і владу, зазначені в пункті (а);

(d) підприємства, у яких сторони угоди або підприємства, пов'язані з ними, спільно мають права або владу, зазначені у пункті (а): такі спільно контрольовані підприємства вважаються такими, що пов'язані з кожною стороною угоди.

У тексті «Регламенту» 556/89 можна знайти ще й інші поняття, зокрема, франчайзинг, спільні підприємства, патентні пули, негативна очистка, активна і пасивна конкуренція, виключні ліцензійні угоди, міжмаркова конкуренція, паралельний імпорт. Значення абсолютної більшості цих понять можна зрозуміти за контекстом.

## 10.2. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ НОУ-ХАУ

У преамбулі «Регламенту» 556/89 Комісія визнавала зростання економічного значення непатентованої технічної інформації. Велика кількість підприємців уклала угоди на використання такої інформації у формі чистих ліцензійних угод з ноу-хау. Брала до уваги Комісія і той факт, що передача ноу-хау є такою, що часто не має зворотного (заднього) ходу. З огляду на ці чинники і існувала потреба у врегулюванні статусу таких ліцензійних угод у контексті правил конкуренції з метою сприяння поширенню (dissemination) у Співтоваристві технічних знань. Комісія дотримувалася думки, що чисті ліцензійні, змішані ліцензійні угоди та патентні ліцензійні угоди відігравали роль, що зростала, у передачі технології (technology transfer).

«Регламент» 556/89 поширювався і на змішані ліцензійні угоди. Свого часу вони не підпадали під дію «Регламенту» № 2349/84. Він стосувався виключно патентних ліцензійних угод.

Комісія врахувала, що у змішаних угодах патенти не забезпечують ефективну охорону (effective protection) від використання технології третіми особами з огляду на що неминуchoю складовою таких угод є секрети виробництва. Бралось до уваги, що у змішаних угодах містяться зобов'язання, що обмежують використання відповідної технології ліцензіаром або ліцензіатом. Якщо ж ці зобов'язання частково або повністю базувалися на ліцензованих ноу-хау і відповідали іншим умовам «Регламенту» 556/89, то вони мали право на легалізацію.

Своїм обов'язком Комісія вважала поширити «Регламент» на чисті та змішані ліцензійні угоди, що містять додаткові положення (ancillary provisions), які стосуються товарних знаків та інших прав інтелектуальної власності, якщо у них відсутні обмеження конкуренції, окрім тих, що стосуються ноу-хау і які дозволено цим «Регламентом». Вимагається щоб ліцензовані технічні знання були секретними, суттєвими та ідентифікованими.

Законодавець брав до уваги, що зобов'язання за ліцензійними угодами можуть стосуватися не лише території у межах «Спільного ринку», але і території країн, які не є членами Співтовариства. Законодавця цікавили лише зобов'язання щодо території під юрисдикцією ЄЕС.

Якщо ж зобов'язання з країнами — нечленами або щодо зарубіжних територій відлунювалися у «Спільному ринку», то до та-



ких угод ставилися так і у тому ж обсязі, як і до зобов'язань, що стосувалися території «Спільного ринку».

Єврокомісія вважала за неможливе поширювати «Регламент» на угоди, що стосувалися виключно торгівлі. Були у цьому аспекті і винятки. Допускалися зобов'язання ліцензіара впродовж періоду, що передує початку ліцензіатом виробництва з використанням ліцензованої технології, постачати контрактні продукти для продажу їх ліцензіатом. Не поширювався «Регламент» і на угоди з продажу ноу-хау, переданих у контексті франчизи (франчайзингу), а також на угоди з ноу-хау у зв'язку зі спільними підприємствами (joint ventures) чи патентними пулами (patent pools), якщо ліцензування ноу-хау відбувалося в обмін на інші ліцензії, не пов'язані з удосконаленнями (improvement) або новими застосуваннями (new applications) цих ноу-хау.

Виключні ліцензійні угоди (exclusive licensing agreements), за яких ліцензіар бере зобов'язання не використовувати самому ліцензовану технологію на ліцензованій території і не надавати там подальших ліцензій, Єврокомісія вважала такими, що можуть не порушувати ч. 1 ст. 85. Бралися до уваги обсяг виконаної науково-дослідної роботи щодо нової технології, зростання рівня конкуренції (increase in the level of competition), зокрема, міжмаркової (inter-brand competition) і конкурентоспроможність (competitiveness) підприємств, досягнуту від поширення інновації (dissemination of innovation) у межах Співтовариства.

Законодавець вважав, що добре все те, що сприяє передачі технології, яка поліпшує виробництво товарів (production of goods) і поглиблює технічний прогрес (to promote the technical progress). Було позитивним ставлення до зобов'язань ліцензіата використовувати ліцензовані продукти лише для виробництва своїх продуктів. Вважалося, що у такому випадку ліцензіар не позбавляється можливості поширювати технологію у різних її застосуваннях.

Допускалися зобов'язання ліцензіара і ліцензіата про утримання (to refrain) не лише від активної, але і від пасивної конкуренції на ліцензованій території чи на території, зарезервованій для ліцензіара чи інших ліцензіатів. Вважалося, що охорона від активної конкуренції надає ліцензіатам потрібну їм безпеку (security), особливо у початковий (initial) період використання ліцензованої технології, коли ліцензіати інвестують значні суми у розвиток ринку продукту і зростання попиту на нього.

У преамбулі «Регламенту» зазначалася складність визначення моменту коли ноу-хау можуть не вважатися такими, що є секрет-

ними. Законодавець вважав за доцільне встановити фіксовану кількість років для періоду територіальної охорони впродовж якого надаються виключення (exemptions). Оскільки ліцензії на секрети виробництва часто укладаються після того як товари і послуги, що включають ліцензовану технологію, досягають успіху на ринку, то законодавець за стартову точку територіальної охорони прав ліцензіара і ліцензіата взяв дату підписання першої ліцензійної угоди щодо вступу технології на відповідну територію. Що ж до охорони прав ліцензіата у зв'язку з виготовленням, використанням, активними або пасивними продажами іншим ліцензіатами, то за стартову точку взято дату підписання ліцензіаром першої ліцензійної угоди у рамках ЄЕС. Охорона поширювалася впродовж всіх зазначених вище періодів (за умови що ноу-хау залишаються секретними і суттєвими), незалежно від дати приєднання держав-членів до Співтовариства і за умови, що кожний ліцензіат сам виготовляє або виготовив ліцензований продукт.

Виключення впродовж триваліших періодів, зокрема, коли йдеться про охорону затратних (expensive) і ризикових (risky) інвестицій або у випадку, коли сторони не були конкурентами перед укладанням ліцензійної угоди, могло надаватися на підставі індивідуальних рішень (individual decisions). Сторонам дозволялося продовжувати термін їх угоди з метою використання будь-яких наступних удосконалень і передбачати сплату додаткових роялті. Додаткові періоди територіальної охорони надавалися від дати ліцензування удосконалень у ЄЕС на підставі індивідуальних рішень. Вимагалось, щоб нові застосування ліцензованої технології були суттєвими і секретними і за своїм значенням не менш важливими, ніж початково надана технологія або ж вимагали нових затратних і ризикових інвестицій.

Якщо ж у деяких країнах-членах така технологія охоронялася на підставі патентів, то на неї поширювалися положення «Регламенту» № 2349/84.

Законодавець вважав що зобов'язання, сформульовані у ст. 1 «Регламенту» 556/89, надають споживачеві справедливу частку вигод від удосконалень постачання товарів на ринок. Зобов'язання на його думку не є обтяжливими для досягнення зазначеної вище мети. Конкуренція на стадії дистрибуції забезпечується можливістю паралельного імпорту. Ексклюзивні зобов'язання не усувають конкуренцію щодо суттєвої частини відповідних товарів.

У ст. 2 «Регламенту» 556/89 наведено список зобов'язань, які зазвичай зустрічаються у ліцензійних угодах з ноу-хау і які, на

думку законодавця, можна вважати такими, що не обмежують конкуренцію. Отже на них також поширюється винятковість (exemption).

Стаття 3 «Регламенту» 556/89 має справу з обмеженнями і положеннями, які бажано не включати до ліцензійних угод, щоб скористатися блоковою винятковістю. Вони підпадають під ч. 1 ст. 85 Договору. Існують значні сумніви щодо поширення на них ч. 3 ст. 85 і блокова винятковість може їм надаватися лише в індивідуальному порядку.

У ст. 4 «Регламенту» 556/89 йдеться про угоди, на які автоматично не поширюється блокова винятковість, оскільки на положення угод немає чіткої вказівки у «Регламенті».

Все ж таки законодавець допускав можливість поширення і на них блокової винятковості. Малося на увазі, що про такі угоди слід повідомляти Комісію. Якщо ж Комісія не висловлює заперечень впродовж певного часу, то вважається, що така угода підпадає під блокову винятковість.

На підставі ст. 7 «Регламенту» Комісія може відкликати блокову винятковість щодо окремих угод, якщо вони суперечать ч. 3 ст. 85 Договору.

Зобов'язання ліцензіата про припинення використання ліцензованих ноу-хау після закінчення терміну угоди вважалися нормальним положенням у ліцензуванні ноу-хау (normal feature of the licensing of know-how). Схильно ставився законодавець і щодо надання ліцензіатом ліцензіару ліцензії на удосконалення ліцензованих ноу-хау, якщо ліцензіат не був обмежений у наданні ліцензій і у розкритті накопиченого досвіту третім особам, коли цим не розкривалися ноу-хау ліцензіара.

Якщо ж угода містила зобов'язання ліцензіата про припинення використання ноу-хау після закінчення терміну угоди, а також зобов'язання про передачу ліцензіару удосконалень з ноу-хау (навіть на невиключній чи взаємній основі), але не містила зобов'язання про припинення використання першопочатковим ліцензіаром цих удосконалень після закінчення терміну угоди, то в такій ситуації вбачалося обмеження конкуренції.

«Регламент» передбачав зобов'язання ліцензіата сплачувати роялті до закінчення терміну угоди незалежно від того, що ліцензовані ноу-хау могли стати суспільним надбанням (to enter into the public domain) з огляду на дії третіх осіб. Комісія вважала таке положення сприйнятним, оскільки це давало підстави ліцензіару, укладаючи угоду, не вимагати занадто високої ціни за передачу

технології у якості підстраховки від можливого знецінення ноу-хау у випадку їх розкриття.

«Регламент» забороняв методи розрахунку роялті (methods of royalties calculation), які не пов'язані (are unrelated) з використанням ліцензованої технології, або встановлення роялті на посторонні продукти, виготовлення яких на будь-якій стадії не вимагає використання ліцензованих патентів і ноу-хау. Якщо ліцензіар розголошує відповідні секрети виробництва (know-how becomes publicly known), то ліцензіат звільняється від сплати роялті.

«Регламент» допускав зобов'язання ліцензіата обмежити використання технологій однією чи більше сферою техніки (one or more technical fields of application — fields of use) або одним чи більшою кількістю продуктів. Вважалося, що ліцензіар має право на обмеження у передачі ноу-хау. Не допускалося використання цього обмеження як прикриття для розподілу споживачів (disguised means of customer sharing).

Блокова винятковість не поширювалася якщо обмеження надавали ліцензіару невинуватану конкурентну перевагу. Не можна ліцензіату нав'язувати якісні специфікації (quality specifications), інші ліцензії або товари та послуги яких не хоче ліцензіат від ліцензіара. Якщо ж специфікації, ліцензії, товари або послуги потрібні ліцензіату для його ж зручності (for reason of his own convenience), то це вважалося допустимим. Таке блоковий винятковості не шкодило.

Шкодили блоковий винятковості розподіли споживачів у тій же сфері технології і розподіли ринку того ж продукту. Такі розподіли виконувалися за допомогою фактичної заборони (actual prohibition) на постачання певних категорій споживачів або ж за допомогою зобов'язання з еквівалентним наслідком.

Правопорушення не вбачалося якщо ліцензія на ноу-хау надавалася з метою забезпечення єдиного споживача (single customer) другим джерелом постачання (second source of supply). Малося на увазі, що заборона ліцензіату постачати особам, іншим ніж споживач, була необхідною для надання ліцензії другому постачальнику оскільки метою угоди (purpose of transaction) не було створення незалежного постачальника на ринку. Це ж поширювалося і на кількісні обмеження щодо постачання ліцензіатом цього споживача.

Комісія вважала, що такі положення поліпшують виробництво товарів і поглиблюють технічний прогрес. Все ж таки з огляду на недостатній досвід Комісії і на ризик позбавити другого постачальника можливостей розвитку його власного бізнесу, Комісія

вважала за доцільне підпорядкувати такі положення процедурі заперечення (opposition procedure), встановленій пунктом другим статті 4 «Регламенту».

Стаття 3 «Регламенту» забороняла обмеження продажних цін на ліцензовані продукти чи на кількість їх виготовлення і продажу, оскільки такі обмеження лімітують обсяг використання ліцензіатом ліцензованої технології. Кількісні обмеження вважалися такими, що мають наслідки, еквівалентні експортним заборонам. Дозволялося надання ліцензій на використання технології на специфічних виробничих потужностях (specific production facilities) і якщо ноу-хау передавалися для створення (setting up), функціонування (operation) і утримання (maintenance) цих потужностей і ліцензіату дозволялося збільшувати їх потужність або створювати нові потужності на звичайних комерційних умовах.

Ліцензіатам не дозволялося створювати виробничі потужності для третіх сторін, оскільки метою цих ліцензійних угод не є надання доступу іншим виробникам до ноу-хау ліцензіара впродовж секретності цих ноу-хау.

Законодавець остерігався, що ліцензіар і ліцензіат можуть виявитися пов'язаними угодами, що автоматично продовжуються за межі свого першопочаткового терміну шляхом постійного потоку удосконалень, що їх передає ліцензіар. На угоди без обмеження терміну блокова винятковість не поширювалася. Не встановлювалася заборона на те, щоб сторони у будь-який час укладали нові контракти, що стосуються нових удосконалень.

«Регламент» 556/89 мав зворотну силу (retroactive effect) щодо ліцензійних договорів, існуючих на дату набрання ним чинності, якщо вони відповідали положенням «Регламенту» або були змінені з цією метою. Не дозволялося висувати претензії щодо вигод, отриманих до набрання «Регламентом» чинності.

Не мав «Регламент» використовуватися і як підстава для стягнення збитків з третіх сторін (grounds for claims for damages against third parties).

Про укладені до набрання чинності «Регламентом» ліцензійні угоди, що охоплювалися статтями 1 і 2 і які за свою мету чи наслідок не мали обмеження конкуренції, Комісія не повідомлялася. Ті ж підприємства, які мали намір отримати негативну оцінку відповідно до статті 2 «Регламенту» № 17 або блокове виключення відповідно до частини третьої статті 85 мали звернутися до Комісії в індивідуальному порядку.

### 10.3. МЕХАНІЗМ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ НОУ-ХАУ

У цьому підрозділі виконаємо точний переклад статей «Регламенту» 556/89, сподіваючись, що цим перекладом скористаються читачі як у навчальному процесі, так і формулюючи норми вітчизняного законодавства, яке стосується передачі ноу-хау.

#### *Стаття 1*

(1) Відповідно до частини 3 статті 85 Договору і підпорядковуючись положенням цього Регламенту, цим оголошується, що частина 1 статті 85 Договору не застосовується до чистих ліцензійних угод з ноу-хау і патентних ліцензійних угод, яким не надано виключення Регламентом № 2349/84, включаючи ті угоди, що містять додаткові положення, які стосуються торговельних марок або інших прав інтелектуальної власності, у яких сторонами є лише два підприємства і які включають одне або більше з наступних зобов'язань:

1) зобов'язання ліцензіара не надавати ліцензій іншим підприємствам на використання ліцензованої технології на ліцензованій території;

2) зобов'язання ліцензіара самому не використовувати ліцензовану технологію на ліцензованій території;

3) зобов'язання ліцензіата не використовувати ліцензовану технологію на територіях у межах «Спільного ринку», зарезервованих за ліцензіаром;

4) зобов'язання ліцензіата не виготовляти або використовувати ліцензований продукт, або використовувати ліцензований процес на територіях у межах «Спільного ринку», які ліцензовані іншим ліцензіатам;

5) зобов'язання ліцензіата не дотримуватися активної політики щодо постачання ліцензованого продукту на ринок на територіях у межах «Спільного ринку», ліцензованих іншим ліцензіатам, зокрема не займатися рекламою, спільно спрямованою на ті території або створювати будь-яку філію (any branch) або утримувати там будь-який дистрибуційний склад (distribution depot);

6) зобов'язання ліцензіата не постачати ліцензований продукт на ринок на територіях, ліцензованих іншим ліцензіатам у межах «Спільного ринку»;

7) зобов'язання ліцензіата використовувати лише товарний знак (trademark) або оформлення (get up) ліцензіара, визначені ліцензіаром для вирізнення (to distinguish) ліцензованого продукту

впродовж терміну угоди за умови, що ліцензіату не перешкоджають ідентифікувати себе у якості виготовляча ліцензованих продуктів;

8) зобов'язання ліцензіата обмежити виробництво ліцензованого продукту до обсягів, потрібних йому у виробництві своїх власних продуктів і продавати ліцензований продукт лише як інтегральну частину (integral part) або заміну частину (replacement part) своїх власних продуктів (for his own products) чи іншим чином у зв'язку з продажем його власних продуктів, за умови що такі обсяги вільно визначаються ліцензіатом.

(2) Винятковість, передбачена до зобов'язань, зазначених у пунктах 1, 2, 3, триває впродовж 10 років на кожен ліцензовану територію у межах «Спільного ринку» від дати підписання першої ліцензійної угоди, на яку вступив ліцензіар з тією ж технологією.

Винятковість, передбачена до зобов'язань, зазначених у пунктах 4 і 5, триває впродовж періоду, що не перевищує п'яти років від дати підписання першої ліцензійної угоди, укладеної ліцензіаром у межах ЄЕС щодо тієї ж самої технології.

Винятковість щодо зобов'язання, передбаченого пунктом 6, надається впродовж періоду, який не перевищував 5 років з дати підписання ліцензіаром першої ліцензійної угоди у рамках ЄЕС щодо такої ж технології.

(3) Винятковість, передбачена у пункті 1, застосовується лише тоді, коли сторони ідентифікують у будь-якій належній формі початкові ноу-хау (initial know-how) і будь-які їх наступні удосконалення (subsequent improvements), що з'являються у сторін і які передаються іншій стороні відповідно до умов угоди з відповідною метою (for the purpose there of) лише впродовж терміну, коли ноу-хау залишаються секретними і суттєвими.

(4) Оскільки зобов'язання, зазначені у пунктах 1 і 5, стосуються території, включаючи країн—членів у яких така ж технологія охороняється необхідним патентом, то винятковість, передбачена у пункті 1, поширюється на ті держави—члени доти поки ліцензований продукт або процес охороняється у тих державах—членах такими ж патентами, якщо тривалість такої охорони перевищує періоди, зазначені у пункті 2.

(5) Винятковість з обмежень на постачання ліцензованого продукту на ринок у зв'язку із зобов'язаннями, зазначеними у пунктах 2, 3, 5 і 6, застосовується лише тоді, коли ліцензіат сам виготовляє або пропонує виготовляти ліцензований продукт пов'язаному підприємству або субпідряднику (subcontractor).

(6) Винятковість, передбачена у пункті 1, також застосовується, коли у конкретній угоді (particular agreement) сторони беруть зобов'язання того типу, що зазначене у тому пункті, але у меншому обсязі (with a more limited scope), ніж це дозволяється у цьому пункті.

**Примітка автора** — пункт сьомий цієї статті містить тлумачення понять. Ці тлумачення викладено на початку цього підрозділу.

## **Стаття 2**

(1) Стаття 1 застосовується незалежно від наявності будь-якого з наступних зобов'язань, які зазвичай є такими, що не обмежують конкуренцію:

1) зобов'язання ліцензіата не розголошувати (not to divulge) ноу-хау, передані ліцензіаром; це зобов'язання зберігається і після закінчення терміну угоди;

2) зобов'язання ліцензіата не надавати субліцензій (sublicenses) або поступатися (to assign) ліцензією;

3) зобов'язання ліцензіата не використовувати ліцензовані ноу-хау після закінчення чинності угоди оскільки (in so far) і доти (as long as) ноу-хау залишаються секретними;

4) зобов'язання ліцензіата передати ліцензіару будь-який досвід (any experience), отриманий від використання ліцензованої технології і надати йому невиключну ліцензію (non-exclusive license) на удосконалення або нові застосування (new applications) тієї технології, за умови:

а) ліцензіату не перешкоджають протягом терміну угоди чи після закінчення включно використовувати свої власні удосконалення якщо вони є відокремленими від ноу-хау ліцензіара (are severable from licensor's know-how) або ліцензувати їх третім особам, якщо таке ліцензування не розкриває ноу-хау, передані ліцензіаром і які ще залишаються секретними; це не звільняє ліцензіата від зобов'язання попередньо запитати схвалення ліцензіаром такого ліцензування за умови, що у схваленні не буде відмовлено, якщо відсутні об'єктивно виправдані причини (objectively justifiable reasons) вірити, що такі ліцензовані третім особам удосконалення не розкриють ноу-хау ліцензіата і

б) ліцензіар взяв виключне чи невиключне зобов'язання передати ліцензіату свої власні удосконалення і своє право використовувати удосконалення ліцензіата, які не є невіддільними, (are not severable from the licensed know-how) не продовжується за дату, коли закінчується право ліцензіата на використання ноу-хау ліцензіара, за винятком порушення ліцензіатом угоди; це не зві-



ляняє ліцензіата від зобов'язання надати ліцензіару опціон на продовження використання цих удосконалень після тієї дати, якщо він одночасно скасовує заборону на післядоговірне використання після того як мав можливість перевірити удосконалення ліцензіата і сплатити належні роялті за їх використання;

5) зобов'язання ліцензіата дотримуватися мінімальних якісних специфікацій (minimum quality specifications) на ліцензований продукт або на одержання (to procure) товарів і послуг від ліцензіара або від підприємства, вказаного ліцензіаром, якщо такі специфікації, продукти або послуги необхідні для:

(а) технічно задовільного використання (technically satisfactory exploitation) ліцензованої технології;

(б) для забезпечення того, щоб виробництво ліцензіата відповідало (to conform) стандартам якості (quality standards), яких дотримується ліцензіар та інші ліцензіати, і дозволяють ліцензіару виконувати відповідні перевірки (related checks).

б) зобов'язань:

а) інформувати ліцензіара про незаконне привласнення (misappropriation) ноу-хау або порушення (infringements) ліцензованих патентів;

б) порушувати справи або допомагати ліцензіару у порушенні справ, спрямованих проти таких привласнення або порушень;

за умови, що ці зобов'язання не перешкоджають ліцензіату скористатися правом кидати виклик чинності ліцензованих патентів (to challenge the validity of the licensed patents) або оспорювати (to contest) секретність ліцензованих ноу-хау за винятком тієї ситуації, коли ліцензіат сам певним чином зробив внесок (to contribute) у їх розкриття.

7) зобов'язання ліцензіата (у тому випадку, коли ноу-хау стають відомі громадськості (to become publicly known) з непричетності до цього ліцензіара) до кінця чинності угоди продовжувати виплати роялті у розмірах (amounts), з періодичністю (for the periods) і відповідно до методів, вільно визначених сторонами без зашкодження виплаті будь-якого додаткового відшкодування (additional damages) у випадку, коли ноу-хау стають відомими громадськості з огляду на діяльність ліцензіата на порушення угоди;

8) зобов'язання ліцензіата обмежити використання ліцензованої технології однією чи більшою кількістю технічних сфер застосування (technical fields of application), на які поширюються ліцензована технологія або одним чи більшою кількістю ринків продукту;

9) зобов'язання ліцензіата сплачувати мінімальні роялті або виробляти мінімальну кількість ліцензованого продукту або виконувати мінімальну кількість операцій під час використання ліцензованої технології;

10) зобов'язання ліцензіара надавати ліцензіату будь-які інші сприятливі умови ніж ті, які ліцензіар може надавати іншому підприємству після набрання чинності угодою;

11) зобов'язання ліцензіата маркувати ліцензований продукт найменуванням ліцензіара;

12) зобов'язання ліцензіата не використовувати ноу-хау ліцензіара для будівництва потужностей (facilities) для третіх сторін; не на шкоду праву ліцензіата збільшувати можливість (capacity) своїх потужностей або створювати (to set up) додаткові потужності для свого власного використання на нормальних комерційних умовах, включаючи сплату додаткових роялті.

У випадку особливих обставин ті зобов'язання, які згадані у пункті 1 і які підпадають під частину 1 статті 85, підлягають виключенню, навіть, якщо вони не супроводжуються жодним із зобов'язань, яким надає виключення стаття 1.

Виняток, передбачений у пункті 2, застосовується завжди, якщо в угоді сторони беруть зобов'язання на кшталт згаданих у пункті 1, але з обмеженим обсягом, порівнюючи з дозволеним у тому пункті.

### **Стаття 3**

Статті 1 і пункт 2 статті 2 не застосовується якщо:

1. ліцензіату перешкоджають у продовженні використання ліцензованих ноу-хау після закінчення чинності угоди, якщо ноу-хау стають відомими громадськості не з вини ліцензіата при порушенні контракту;

2. ліцензіат зобов'язаний:

a) поступатися повністю або частково (to assign in whole or in part) ліцензіару правами на удосконалення або на нові застосування ліцензованої технології;

b) надавати ліцензіару виключну ліцензію (exclusive license) на удосконалення або нові застосування ліцензованої технології, що перешкодить ліцензіату впродовж угоди (during the currency of the agreement) і/або після неї використовувати свої власні удосконалення, якщо вони здатні бути відокремленими (severable) від ноу-хау ліцензіара, або ліцензувати їх третім сторонам, за умови що таке ліцензування не розкриває ноу-хау ліцензіара, які все ще залишаються секретними;

с) у випадку угоди, яка також включає заборону на використання після закінчення її чинності, надавати ліцензіару, навіть, на невиключній і взаємній основі, ліцензії на удосконалення, які не є відокремленими від ноу-хау ліцензіара, якщо право ліцензіара на використання цих удосконалень не є тривалішим ніж право ліцензіата на використання ноу-хау ліцензіара, за винятком припинення угоди внаслідок порушення ліцензіата;

3. ліцензіат зобов'язаний на момент набрання угодою чинності приймати якісні специфікації або інші ліцензії або придбавати (to procure) товари і послуги, які він не хоче, якщо ці ліцензії, якісні специфікації, товари або послуги не є необхідними для технічно-задоволеного використання ліцензованої технології або забезпеченого того, щоб виробництво ліцензіата відповідало стандартам якості, яких дотримується ліцензіар та інші ліцензіати;

4. ліцензіату заборонено оспорювати секретність ліцензованих ноу-хау або позивати про чинність ліцензованих патентів у межах «Спільного ринку», які належать ліцензіару або підприємствам, пов'язаним з ним, без шкоди праву ліцензіара на припинення ліцензійної угоди у випадку такого позову;

5. з ліцензіата стягується роялті за товари і послуги, які не є повністю (entirely) або частково (partially) виготовлені за допомогою ліцензованої технології, або за використання ноу-хау, які стали відомими громадськості завдяки діям ліцензіара або підприємства, пов'язаного з ним;

6. одна сторона обмежена у межах тієї ж самої сфери технології або у межах того ж ринку продукту щодо споживачів, яким вона може слугувати, зокрема, їй заборонено постачати для певних класів використання (certain classes of uses), застосувати певні форми дистрибуції або з метою розподілу споживачів використовувати певні типи упакування продуктів, за винятком того, що передбачено у пунктах 1 і 7 статті 1 та пункті 2 статті 4;

7. підлягає обмеженню кількість ліцензованих продуктів, які може одна сторона виготовляти або продавати або кількість операцій з використання ліцензованої технології, які вона може виконувати за винятком того, що передбачено у пунктах 1 і 8 статті 1 і пункті 2 статті 4.

8. одна сторона обмежена у визначенні цін, складових цін (components of prices) чи знижок (discounts) на ліцензовані продукти.

9. одна сторона обмежена конкурувати з іншою стороною, з підприємствами, пов'язаними з іншою стороною або з іншими підприємствами у межах «Спільного ринку» щодо науково-

дослідницької діяльності, виробництва або використання конкуруючих продуктів і їх дистрибуції без шкоди зобов'язанню ліцензіата на застосування його найкращих намагань (endeavours) щодо використання ліцензованої технології і без шкоди праву ліцензіара на припинення виключності, наданої ліцензіату і припинення передачі удосконалень у випадку зайняття ліцензіатом будь-якою такою конкуруючою діяльністю і вимагати того, щоб ліцензіат довів, що ліцензовані ноу-хау не використовуються у виробництві товарів і послуг інших, ніж ті, що ліцензовані;

10. початковий термін (initial duration) ліцензійної угоди автоматично продовжується включенням у неї будь-яких нових удосконалень, переданих ліцензіаром, якщо ліцензіат не має права на відмову від таких удосконалень або кожна сторона не має права припинити угоду після закінчення початкового терміну угоди і, щонайменше (at least) кожні три роки після того;

11. від ліцензіара вимагається, хоча і у окремих угодах, впродовж періоду, який дозволений відповідно до п. 1 ст. 1, не ліцензувати іншим підприємствам використання такої ж технології на ліцензованій території або від сторони вимагається впродовж періодів, що перевищують ті, які дозволені в пунктах 2 або 4 статті 1, не експлуатувати таку ж технологію на території іншої сторони або інших ліцензіатів;

12. від однієї чи обох сторін вимагається:

(а) відмовляти без об'єктивно виправданої причини у задоволенні попиту (to meet demand) користувачів (users) або перепродавців (resellers) на їх відповідних територіях, які займаються маркетингом товарів на інших територіях у межах «Спільного ринку»;

(б) ускладнювати (to make it difficult) користувачам або перепродавцям одержання продуктів від інших перепродавців у «Спільного ринку» і, зокрема, користуватися правами інтелектуальної власності (to exercise intellectual property rights) або вживати заходів (to take measures) для перешкоджання користувачам або перепродавцям одержувати продукти зі сторони (obtaining outside) або постачати на ринок на ліцензованій території продукти, які на законних підставах були поставлені на ринок «Спільного ринку» ліцензіаром або за його згоди;

або вчиняють це за узгодженими між собою діями (concerted practice between them).

#### **Стаття 4**

(1) Виключення передбачені у статтях 1 і 2, також застосовуються до угод, що містять зобов'язання, які обмежують конкуре-

нцію, що не охоплюються тими статтями і не підпадають під статтю 3 за умови, що про ті угоди повідомляється Комісія відповідно до Регламенту Комісії № 27 і Комісія не заперечує впродовж шести місяців проти такого виключення.

(2) Пункт 1 застосовується, зокрема, щодо зобов'язання ліцензіата постачати лише обмежену кількість ліцензованого продукту конкретному споживачеві (*particular customer*), якщо ліцензія на ноу-хау видається на прохання такого споживача з метою забезпечити його другим джерелом постачання у межах ліцензованої території.

Це положення також застосовується якщо споживач є ліцензіатом і ліцензія, з метою забезпечення другого джерела постачання, передбачає що ліцензовані продукти виготовляються споживачем або субпідрядником.

(3) Шестимісячний період триває з дати, коли Комісія отримує повідомлення. Якщо ж повідомлення надсилається рекомендованим листом (*registered post*), то цей період триватиме від дати, вказаної на штемпелі (*post mark*) місця відправлення.

(4) Пункт 1 і 2 застосовується лише якщо:

(а) у повідомленні міститься чітко висловлене посилання на цю статтю або у сповіщенні, що супроводжує його;

(б) надіслана у повідомленні інформація є повною (*complete*) і відповідає фактам (*in accordance with the facts*).

(5) На вигоди пунктів 1 і 2 можна заявляти для угод, повідомлених до набрання чинності цими Правилами, шляхом сповіщення Комісії з чітким посиланням на цю статтю і на повідомлення. Пункти 3 і підпункт b пункту 4 застосовуються за принципом *mutatus mutandis*.

(6) Комісія може заперечувати у наданні виключення. Вона заперечуватиме проти надання виключення, якщо отримуватиме клопотання про це від держави—члена впродовж трьох місяців після надання (*transmission*) державі—члену повідомлення, зазначеного у пункті 1 або сповіщення, зазначеного у пункті 5. Клопотання має бути обґрунтованим на основі міркувань (*considerations*), що стосуються правил конкуренції Договору.

(7) Комісія може у будь-який час зняти (*to withdraw*) заперечення на виключення. Все ж таки якщо заперечення постало (*to raise*) за клопотанням держави—члена і це клопотання підтримується, то заперечення може бути знятим лише після консультації з Дорадчим комітетом з обмежувальних практик і домінуючих становищ (*Advisory Committee on Restrictive Practices and Dominant Positions*).

(8) Якщо заперечення знято тому що відповідні підприємства показали (have shown), що виконано умови ч. 3 ст. 85, то виключення застосовується з дати повідомлення.

(9) Якщо заперечення знято тому що відповідні підприємства внесли зміни (to have amended) угоду так, що виконано умови ч. 3 ст. 85, то виключення застосовується з дати, коли ці доповнення набирають чинності.

(10) Якщо Комісія заперече у наданні виключення і заперечення не зняте, то наслідки повідомлення регулюються положеннями Регламенту № 17.

### **Стаття 5**

(1) Цей Регламент не застосовується до:

1. угод між членами патентного пулу або пулу з ноу-хау, які стосуються пулових технологій (pooled technologies).

2. ліцензійних угод з ноу-хау між конкуруючими підприємствами, які мають інтереси у спільних підприємствах або між одним з них і спільним підприємством, якщо ліцензійні угоди стосуються діяльності цього спільного підприємства.

3. угод, за якими одна сторона надає іншій ліцензію з ноу-хау, а інша сторона у інших угодах або через пов'язані підприємства, надає першій стороні ліцензію на патент, товарний знак або ноу-хау або виключні права з продажу (exclusive sales rights), якщо сторони є конкурентами щодо продуктів, охоплених цими угодами.

4. угод, включаючи ліцензування прав інтелектуальної власності інших ніж патент (зокрема прав на товарні знаки, копірайт і промислові зразки) або ліцензування програмного забезпечення (licensing of software), за винятком коли ці права і програмне забезпечення сприяють (are of assistance) досягненню мети (object) ліцензованої технології і відсутні зобов'язання, що обмежують конкуренцію окрім тих, що додаються до ліцензованих ноу-хау і яким надається виключення відповідно до цього Регламенту.

(2) Все ж таки цей Регламент застосовується до взаємних ліцензій (reciprocal licenses) типів, на які є посилання у пункті 3, коли сторони не підпадають під жодне територіальне обмеження у межах «Спільного ринку» щодо виготовлення, використання або постачання на ринок продуктів, охоплених цими угодами або про використання ліцензованих технологій.

### **Стаття 6**

Цей Регламент застосовується також до:

1. чистих угод з ноу-хау або змішаних угод, коли ліцензіар не є розробником (developer) ноу-хау або патентовласником

(patentee), але уповноважений розробником або патентовласником надавати ліцензію або субліцензію;

2. уступок ноу-хау або ноу-хау і патентів коли ризик, пов'язаний з використанням, залишається за уступником (assignor), зокрема, коли суми, що сплачуються за уступку (sum payable in consideration of the assignment) залежать від обороту (turnover), досягнутого набувачем (assignee), щодо продуктів, виготовлених з використанням ноу-хау або патентів, кількості таких виготовлених продуктів або кількості операцій, виконаних із застосуванням ноу-хау або патентів;

3. чистих угод з ноу-хау або змішаних угод, у яких права або зобов'язання ліцензіара або ліцензіата визнаються підприємствами, пов'язаними з ними.

### **Стаття 7**

Комісія може зняти вигоди (to withdraw the benefit) Регламенту відповідно до статті 7 Регламенту № 19/65/ЄЕС, якщо у конкретному випадку знаходить, що угода, якій надане звільнення цим Регламентом, тим не менше має певні наслідки, які є несумісними (incompatible) з умовами, викладеними у ч. 3 ст. 85 Договору і, зокрема, коли:

1. такі наслідки впливають з арбітражного рішення (arbitration award);

2. наслідком угоди є запобігання тому, щоб ліцензований продукт піддавався дієвій конкуренції на ліцензованій території від ідентичних продуктів або продуктів, які споживачі вважають еквівалентними за їх характеристиками, ціною і наміром використання (intended use);

3. ліцензіар не має права припинити виключність, надану ліцензіату, щонайменше через 5 років з дати набрання чинності угодою і щонайменше щорічно після того, якщо без поважної причини ліцензіат не використовує ліцензовану технологію або робить це неадекватно (fails to exploit the licensed technology or to do so adequately);

4. без шкоди пунктам 1 і 6 статті 1 ліцензіат відмовляється без об'єктивно поважної причини (without objectively valid reason) задовольнити попит (unsolicited demand) користувачів або перепродавців на території або інших ліцензіатів;

5. одна або обидві сторони:

(а) без об'єктивно виправданої причини відмовляє (відмовляють) задовольнити попит користувачів або перепродавців на їх

відповідних територіях, які займалися б маркетингом цих продуктів на інших територіях у межах «Спільного ринку»; або

(b) ускладнюють користувачам або перепродавцям одержання продуктів від інших перепродавців у межах «Спільного ринку» і, зокрема, там, де вони використовують права інтелектуальної власності або застосовують заходи з перешкоджання перепродавцям або користувачам від одержання зовні (outside) або постачання продуктів на ліцензованій території, які на законних підставах були поставлені на ринок у межах «Спільного ринку» ліцензіаром або за його згоди;

6. дія заборони на використання після закінчення терміну, зазначеної у пунктах 1 і 3 статті 2, перешкоджає ліцензіату використовувати патент, термін чинності якого закінчився (expired patents), який можуть використовувати всі інші виробники;

7. період, впродовж якого ліцензіат зобов'язаний продовжувати сплачувати роялті після того як ноу-хау стали відомими громадськості з огляду на діяльність третіх сторін, зазначений у пунктах 1 і 7 статті 2, значно перевищує одержаний вигравш у часі (lead time acquired) з огляду на стартовий успіх (head-start) у виробництві і маркетингу і це зобов'язання є шкідливим для конкуренції на ринку;

8. сторони були конкурентами перед наданням ліцензії і зобов'язання ліцензіата про виробництво мінімальної кількості або використання його найкращих намагань (best endeavours), зазначених у пунктах 1 і 9 статті 2 і пункті 9 статті 3, за наслідок мають перешкоджання ліцензіату використовувати конкуруючі технології.

### **Стаття 8**

(1) Щодо угод, які існували станом на 13 березня 1962 року, і про які було повідомлено до 1 лютого 1963 року і угод, про які повідомлялося чи не повідомлялося, до яких застосовуються пункти 2, 2b статті 4 Правила № 17, декларація про незастосованість ч. 1 ст. 85 Договору, яка міститься у цьому Регламенті, має зворотну силу з дати, коли виконано умови цього Регламенту для подання заявки.

(2) Щодо інших угод, про які повідомлено до того, як цей Регламент набрав чинності, декларація про незастосованість ч. 1 ст. 85 Договору, яка міститься у цьому Регламенті матиме зворотну силу з часу коли умови цього Регламенту для заявки були виконані або з дати повідомлення, залежно від того, що є пізнішим.



### **Стаття 9**

Якщо угоди, що існували станом на 13 березня 1962 року і про які було повідомлено до 1 лютого 1963 року або угоди до яких застосовуються пункти 2 і 2b статті 4 Регламенту № 17 і про які повідомлено до 1 січня 1967 року, доповнено до 1 липня 1989 року з тим, щоб вони відповідали умовам цього Регламенту щодо заявки і якщо про поправку повідомлено Комісію до 1 жовтня 1989 року, заборона ч. 1 ст. 85 Договору не застосовується щодо періоду, що передував внесенню поправки. Повідомлення набирає чинності з дати його одержання (from the time of its receipt) Комісією. Якщо повідомлення надсилається рекомендованим листом, воно набирає чинності з дати, зазначеної на поштовому штампелі після відправлення.

### **Стаття 10**

(1) Щодо угод, до яких застосовується стаття 85 Договору у результаті приєднання Сполученого Королівства, Ірландії і Данії, застосовуються статті 8 і 9 за винятком того, що належними датами будуть 1 січня 1973 року замість 13 березня 1962 року і 1 липня 1973 року замість 1 лютого 1963 року і 1 січня 1967 року.

(2) Щодо угод, до яких застосовується стаття 85 Договору у результаті приєднання Греції, застосовуються статті 8 і 9 за винятком того, що належними датами будуть 1 січня 1981 року замість 13 березня 1962 року і 1 липня 1981 року замість 1 лютого 1963 року і 1 січня 1967 року.

(3) Щодо угод, до яких застосовується стаття 85 Договору, у результаті приєднання Іспанії і Португалії, застосовуються статті 8 і 9 за винятком того, що належними датами будуть 1 січня 1986 року замість 13 березня 1962 року і 1 липня 1986 року замість 1 лютого 1963 року і 1 січня 1967 року.

### **Стаття 11**

(1) Інформація, здобута відповідно до статті 4, має використовуватися лише з цілями Регламенту.

(2) Комісія і власті держав-членів, їх посадовці та інші службовці (officials and other servants) не розкриватимуть одержану ними відповідно до цього Регламенту інформацію як таку на яку поширюється зобов'язання про професійну секретність.

(3) Положення пунктів 1 і 2 не перешкоджатимуть публікації загальної інформації (general information) або оглядів (surveys), що не містять інформації про конкретні підприємства або асоціації підприємств.

## Стаття 12

Цей Регламент набирає чинності 1 квітня 1989 року.

Він застосовується до 31 грудня 1999 року.

Цей Регламент є обов'язковим у своїй повноті (in its entirety) і таким, що прямо застосовується у всіх державах—членах.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Basic Community Laws. 4<sup>th</sup> edition. Edited by Bernard Rudden and Derrick Wyatt. — Oxford; Clarendon Press, 1993. — 630 p.

2. Competition Law in the European Communities. Vol. 1: Rules applicable to undertaking. — Brussels: Commission of the European Communities, 1990. — 410 p.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ.

1. Первинне і вторинне право Європейського Союзу
2. Що таке регламент Євросоюзу та який його правовий статус?
3. Роль статті 85 Римського договору від 25 березня 1957 року у зв'язку з ліцензійними угодами з передачі ноу-хау.
4. Які Ви знаєте акти Євросоюзу у зв'язку з передачею ноу-хау?
5. Що таке «ноу-хау»?
6. Основні поняття «Регламенту» № 556/89.
7. Які поняття «Регламенту» № 556/89 не розтлумачено у його тексті?
8. На які угоди поширюється «Регламент» № 556/89?
9. Чи стосувався «Регламент» № 556/89 багатосторонніх угод між підприємствами про передачу ноу-хау?
10. Про що йдеться у статті першій «Регламенту» № 556/89?
11. Чого стосується стаття друга «Регламенту» № 556/89?
12. У чому полягає зміст статті третьої «Регламенту» № 556/89?
13. Стаття четверта «Регламенту» № 556/89 та її роль у цьому документі.
14. Чи мала право Комісія не надавати виключення (exemption)?
15. Чи мав «Регламент» № 556/89 зворотну силу?



## РОЗДІЛ 11

# ОХОРОНА І ЗАХИСТ СЕКРЕТІВ ВИРОБНИЦТВА ТА КОМЕРЦІЙНИХ ІДЕЙ У США

*11.1. Секрети виробництва.*

*11.2. Комерційні ідеї.*

*11.3. Основні положення деяких угод щодо секретів виробництва.*

### 11.1. СЕКРЕТИ ВИРОБНИЦТВА

У США широко вживаються терміни «trade secret» і «ноу-хау». Українською мовою перший термін перекладається як «секрет виробництва». Другий термін не перекладається і використовується у його англломовному вигляді. Слід зазначити, що переклад першого терміну не є точним. Він — невдалий. Щоправда нікому і ніколи не вдається точно його перекласти. Слово «trade» має у англійській мові багато значень (заняття, ремесло, професія, торгівля, клієнтура, правочин, обмін, виробництво). Словосполучення «trade union» українською мовою перекладається не як «торговельний союз», а «професійна спілка». Залишається погодитися із вживанням терміну «секрет виробництва», оскільки вдалішого українська мова не створила. Російська — теж.

Американські правники «ноу-хау» і «секрет виробництва» загалом розуміють як еквівалентні поняття. У США термін «ноу-хау» не має офіційного статусу, а «секрет виробництва» такий статус має. Можливо термін «ноу-хау» вживається у побутовій мові частіше, ніж поняття «секрет виробництва».

Про еквівалентність понять в американській правосвідомості свідчить хоч би й те, що у широко відомій у США книзі — «Настільній енциклопедії з інтелектуальної власності» Т. Мак — Карті поняття «секрет виробництва» поміщено у дужки у нотатці, яка пояснює ноу-хау. Т. Мак — Карті пояснював ноу-хау як інформацію, яка дозволяє комусь виконати певне завдання або управляти певними пристроями чи процесами. Цей фахівець вважав, що поняття ноу-хау зазвичай означає певний вид технічної інформації, яка дозволяє її власнику виконати певне завдання.

Інший американський правник Д. Голдшейдер зазначав, що ноу-хау — це підбірка інформації, що не є суспільним надбанням і володіння якою складає цінність.

Поняття «ноу-хау» часто вживалося у США у судових розглядах справ, коли мова йшла про значні масиви недиференційованої технічної інформації. У справі «Mycalex Corp. of America v. Demco Corp.» суд зазначав, що ноу-хау є фактичними знаннями, нездатними для точного окремого опису, але за використання в акумулятивній формі, після того як вони одержані шляхом спроб і помилок, дають тому, хто здобув їх, можливість продукувати дещо таке, яке б він не знав іншим чином як продукувати з такою ж акуратністю і точністю для комерційного успіху.

У справі «United States v. Timken Roller Bearing Corp.» суд вважав, що поняття ноу-хау є ширшим, ніж поняття «секрети виробництва».

У США інколи зустрічається і поняття «show — how» (шоу-хау). Воно означає передачу інформації шляхом демонстрації (показу).

Іншими термінами є «submitted ideas» (подані ідеї), «manufacturing information» (виробнича інформація). Часто поняття trade secrets, know — how, manufacturing information, show — how, submitted ideas об'єднуються в одну групу за назвою «proprietary information» (власницька інформація). Поняття вживається для позначення будь-якої інформації, щодо якої суди можуть визнавати хоч би деякі виключні права.

Американські суди практично одностайно визнають і керуються коментарем «b» до §757 документа 1939 року, який має назву «Restatement (First) of Torts». Його можна перекласти як «Звід (Перший) права про делікти». Нагадаємо читачеві, що делікт — це позадоговірна шкода. Документ було складено американськими правниками. Це — не нормативний документ у нашому розумінні цього поняття. З огляду ж на свою правову систему американські суди визнають цей документ, як розумні люди визнають поради чи точки зору інших розумних людей.

У цьому документі зазначалося, що секрет виробництва може складатися з будь-якої формули, зразка, пристрою або компіляції інформації, яка використовується у чиемусь бізнесі і надає йому можливість одержання переваги над конкурентами, які її не знають і не використовують. Це може бути формула хімічної речовини, технологія обробки або список споживачів. Укладачі «Звіду» вважали, що секрет виробництва — процес або пристрій, які постійно використовуються при здійсненні ділової діяльності. За-

звичай він стосується виробництва товарів, наприклад, машини чи формули для виготовлення виробів. Він також може стосуватися продажу товарів або іншого здійснення ділової діяльності, такого як код для підрахунку скидок чи інших поступок за прайс-листом або переліку спеціалізованих споживачів або бухгалтерського методу або іншої сфери менеджменту. Предмет секрету виробництва мав зберігатися у таємниці. Теми суспільного надбання або загальної відомості у промисловості не можуть ставати секретом виробництва будь-кого. Теми, які повністю розкриті товарами, що кимось продаються, не можуть бути його секретом.

У «Звіді» зазначалося, що неможливо сформулювати поняття секрет виробництва. Укладачі «Звіду» при визначенні того, що може бути секретом виробництва, рекомендували брати до уваги:

- обсяг інформації відомої за межами чийогось бізнесу;
- обсяг інформації відомої працівникам та іншим причетним до чийогось бізнесу;
- обсяг заходів, вжитих бізнесменом з метою охорони секретності цієї інформації;
- цінність цієї інформації для бізнесмена та його конкурентів;
- обсяг зусиль чи сума грошей, витрачених бізнесменом на створення цієї інформації;
- легкість або складність з якими ця інформація може належним чином здобуватися іншими.

Не дивлячись на те, що зазначеному документу вже 70 років, він не втратив свого пізнавального і практичного значення ще і донині. Є у США і новіший документ.

1979 року національна конференція спеціальних уповноважених (National Conference of Commissioners on Uniform State Laws) ухвалила «Одноманітний закон про секрет виробництва» (Uniform Trade Secret Act, UTSA). Вище мова йшла про складність перекладу поняття «trade secret». Складно українською мовою перекласти і слово «uniform». Воно означає щось на кшталт «причесати гребінцем». UTSA — це результат систематизації законодавства США у сфері секретів виробництва та практики його застосування. Документ спрямовувався на те, щоб замінити загальне право («common law») у питаннях відшкодування шкоди, що виникає поза сферою контрактних зобов'язань. Зазначимо, що UTSA — це не закон у нашому розумінні цього слова. Цей документ має такий же статус, як і попередній документ 1939 року. UTSA — не замінює кримінальне право і контрактне право у зв'язку із секретами виробництва.

UTSA розуміє секрет виробництва як інформацію, яка охоплює формулу, зразок, компіляцію, програму, пристрій, метод, технічний прийом або спосіб і породжує незалежну економічну цінність, — дійсну або потенційну, — з огляду на наступні чиники:

— загальна невідомість секрету виробництва;

— неможливість легкого одержання секрету виробництва за допомогою дозволених засобів іншими особами, які можуть, маючи економічну вигоду від його розкриття;

— зжиття розумних зусиль для забезпечення секретності.

У тих штатах, які не сприйняли UTSA, секрети виробництва традиційно охороняються відповідно до принципів загального права (*common law*) — правничої системи, яку США запозичили у Англії.

На відміну від «Звіду» 1939 року, в UTSA відсутня вимога, щоб інформація постійно використовувалася у чіємусь бізнесі для того, щоб її можна було вважати секретом виробництва. Достатнє і нерегулярне її використання.

Фахівці зазначають, що, навіть, у США є чимало бізнесменів та інженерів, які помилково вважають, що у них на виробництві відсутні секрети виробництва. Володіння секретом виробництва — це те, що дає конкурентну перевагу, тобто забезпечує йому, як прийнято говорити, високий старт (*head start*).

До секретів виробництва не належить рекламна література, технічні специфікації, інструкції з обслуговування, які вільно поширюються серед громадськості. Історія зберегла інформацію про те, що 1820 року суд у справі «*Yovatt v. Winyard*» заборонив колишньому найманому працівникові позивача використовувати деякі рецепти з ветеринарної медицини, які відповідач потайки скопіював.

У справі «*Abernathy v. Hutchinsone*» (1825 р.) суд вважав порушенням довіри публікацію неопублікованих лекцій відомого хірурга. Суд зазначив, що людина, якій було надана можливість зробити з лекцій нотатки для власного використання, не мала права на їх публікацію з метою одержання прибутку. Ця форма охорони стала відомою як копірайт загального права (*common law copyright*).

Вважається, що історія законодавства США з секретів виробництва розпочалася зі справи «*Peabody v. Norfolk*» (1868 р.). Тоді керівники (*executors*) компанії, яка розробила певний виробничий процес, добилися у суді заборони колишньому її найманому працівнику на розголошення ним інформації, а потім з цим праців-

ником уклали контракт про нерозголошення інформації. Суд заборонив також фірмі, де працював цей працівник, розголошувати і копіювати (to replicate) той таємний виробничий процес.

Адвокат цієї фірми використав всі можливі аргументи для того, щоб у суді довести незаконність контракту між фірмою — розробником процесу і її колишнім працівником. Зазначав, що контракт був недійсним, оскільки не передбачав винагороди колишньому працівнику (lack of consideration). Вказував на часову невизначеність (lack of certainty) зобов'язання працівника. Стверджував, що таке зобов'язання накладає обмеження на торгівлю. Зазначав, що процес не є секретним з урахуванням кількості людей, які мали до нього доступ, а предмет контракту не є власністю (property), яку можна передати заповітом (to pass by will) або успадкуванням (inheritance). Адвокат зазначав, що секрет не було добуто таємно, а тому його розголошення щонайбільше можна кваліфікувати як порушення контракту (breach of contract) — за що передбачається подання позову проти сторони, яка розголовила, на відшкодування збитків (damages). Адвокат стверджував, що судова заборона суперечить і патентному законодавству (бо процес був патентоспроможним, але реально не патентувався і після річного користування став суспільним надбанням) та не повинна поширюватися на сторону, яка спочатку не була учасником трудових відносин.

Суд зазначив, що особа, яка винайшла і зберігає у таємниці виробничий процес, набуває право власності на нього і суд захищає такого власника від порушення контракту і від розкриття таємниці третім особам (third parties). Суд ухвалив, що найманий працівник може зобов'язуватися не розкривати наданий йому секрет і після закінчення терміну свого працювання. Зазначалося, що комерційна таємниця не перестане бути нею, якщо вона розкрита працівникам (agents or servants) відповідної асоціації. Третя сторона, якій повідомлено про конфіденційні стосунки у зв'язку з певним секретом виробництва, мусить утримуватися від його використання.

У подальших судових рішеннях з'явився ряд концепцій правової охорони секретів виробництва. Зокрема судові справи «Cincinnati Bell Foundry Co. v. Dodds» (1887 р.) та «Cf. Ruckelshaus v. Monsanto Co» (1984 р.) свідчать про те, що деякі суди були схильні розглядати секрети виробництва як вид інтелектуальної власності, яка підлягає охороні. Якщо, наприклад, урядові відомства, яким така інформація надавалася, використо-

ували її або розголошували її, то власникам мала сплачуватися компенсація відповідно до п'ятої поправки до Конституції США.

Для більшості судів стартовою точкою розгляду справ про секрети виробництва були порушення відносин конфіденційності (breach of a confidential relations). З таких судових справ впливало, що власність можна відкидати (to deny), а конфіденційність — ні. Про це йшлося у рішенні у справі «E. I. Du Pont De Nemours Powder Co. v. Masland» (1917 р.). Деякі суди підкреслювали неналежність (impropriety) способу заволодіння секретом.

Зупинимось на одному з яскравих прикладів. Фабула справи «Tabor v. Hoffman» (1889 р.) така. На роторний насос був патент. Термін його чинності закінчився. Деякі зразки були секретними. Коли вони були на ремонті у іншого підприємця, то його агент потайки виконав креслення. Цей підприємець став виготовляти насоси такої конструкції. Першопочатковий виробник насосів та винахідник добилися через суд заборони новому виробнику виготовляти насоси, бо він на це спромігся лише завдяки потайки виготовленим кресленням.

У справі «E.I. du Pont de Nemours & Co v. Cristopher» (1971 р.) суд визнав аерофотознімку будівництва заводу як неналежний спосіб одержання чужих секретів виробництва.

Такими способами вважаються і заохочення до порушення угоди про конфіденційність (to breach a contract of confidentiality).

Відповідальність поширюється не лише на тих, хто безпосередньо порушує угоду про конфіденційність, але і на тих, хто використує секрети виробництва, знаючи, що вони були розкриті неналежним чином іншими.

У зв'язку рішенням Верховного суду США у справі «Sears — Compro» поміж американських правників виникла дискусія про те чи федеральне патентне законодавство має вищу силу над загальним правом (common law) з секретів виробництва.

У США є федеральне патентне законодавство. У штатах такого законодавства немає. Це, до речі, означає, що справи у зв'язку з патентами розглядаються у федеральних судах, а не у судах штатів. Федеральне законодавство щодо секретів виробництва у США відсутнє. Це законодавство є у штатах. Ось тут і виникає колізія — яке законодавство має вищу юридичну силу та й чи має воно її взагалі? Де починається і де закінчується компетенція федерального законодавства і законодавства на рівні штатів? У США законодавство про секрети виробництва — це законодавство на рівні штатів. Їх там, як відомо, — 50. Плюс федеральний



округ Колумбія, де знаходиться столиця США. Кожен штат — це цілком автономна правова система.

У справі «Winston Research Corporation v. Mining & Manufacturing Company» (1965 р.) стверджувалося, що суд не визнає як охоронюваний законом інтерес у промисловій інформації як такої у відриві від відносин «працівник — роботодавець». Рішення у справі «Hampton v. Blair Manufacturing» (1967 р.) вказувало, що колишньому працівнику, який потайки здобув креслення незапатентованого обладнання, не можна назавжди забороняти виробництво такого обладнання. Йому можна це забороняти лише впродовж того терміну, який був би потрібним для виробництва обладнання без неналежного використання креслень.

У справі «Lear, Inc. v. Adkins» (1969 р.) суддя дійшов висновку, що штати не мають права надавати чинності контрактам, де йдеться про сплату винагороди за розкриття інформації іншій стороні поки розглядається заявка на патент. Не дивлячись на це рішення федеральні суди продовжували надавати чинність ліцензійним угодам з секретів виробництва, особливо тоді, коли не подавалася патентна заявка (patent application).

У 1971 р. один з федеральних судів дійшов висновку, що якщо сплинув час на подання заявки на патентноспроможне технічне рішення і заявка не була подана, то надання охорони цьому рішенню як секрету виробництва суперечить федеральному патентному законодавству. Воно дає рік з часу відкритого використання винаходу для того, щоб оформити і подати заявку на одержання патенту. Якщо заявка не подається, то вважається, що таке технічне рішення його творець дарує суспільству і воно стає публічним надбанням, доступ до якого мають всі бажаючі. Ось тому судді і вважали, що потенційно патентноспроможне технічне рішення не може вважатися секретом виробництва. Воно має стати винаходом. Оскільки винаходом це рішення не стало, то воно стало загальнодоступним.

Настала епохальна віха.

У справі «Kewanee Oil Co. v. Bicron Corporation» (1974 р.) Верховний суд США дійшов висновку, що законодавство штату, яке охороняє секрети виробництва, може забороняти розкриття патентноспроможної промислової технології, створеної позивачем (deleopped by the plaintiff), навіть, якщо та технологія не патентується. Законодавство штатів з секретів виробництва не обов'язково суперечить федеральному патентному законодавству. Вважається, все ж таки, що законодавство із секретів виробництва надає значно слабкішу охорону, ніж патентне законодав-

ство. Воно має справу з іншими, невинахідницькими (noninventive) об'єктами. Це законодавство фокусується на поведінці (conduct), а не на технології.

У справі «Tower Mfg. Co., Inc. v. Monsanto Chemical Works» (1927 р.) суд вказав на визначальну різницю між патентною охороною та охороною секретів виробництва. Патентновласник має монополію, спрямовану проти всього світу, у той час як власник секретів виробництва має права лише щодо тих, з ким він домовився не розкривати секрети виробництва та щодо тих, хто неправомірно отримав їх.

Патентне право задумане для заохочення винахідництва, а право секретів виробництва задумане для захисту від порушення довіри. Виробничосекретівське право (trade secret law) сприяє поділюванню знаннями (sharing of knowledge) та ефективному функціонуванню економіки. Воно, зокрема, дозволяє індивідуальному винахіднику зібрати врожай від своєї праці (to reap the rewards of his labor), пропонуючи достатньо великій компанії доопрацювати і використовувати винахід як секрет виробництва. Законодавство із секретів виробництва та патентне законодавство можуть співіснувати (to coexist). Примат норм федерального законодавства не діє там, де контактують між собою патентне право і право із секретів виробництва. Ці дві сфери права є автономними і незалежними.

Право штатів із секретів виробництва вважається альтернативною патентному праву як джерелу права з охорони винаходів. Федеральне законодавство охороняє запатентовані винаходи, а законодавство штатів — незапатентовані.

Охорона як секретам виробництва може надаватися патентно-спроможним винаходам, які, з огляду на ті чи інші чинники, не патентувалися.

У справі «Roberts v. Sears, Roebuck & Co» (1978 р.) суд відмовився розглядати питання про чинність патента у зв'язку з позовом про шахрайство, порушення конфіденційних стосунків і неналежне представництво (negligent misrepresentation). Неправомірність отримання секрету виробництва може бути і за відсутності факту вторгнення у чужу власність (trespass), незаконної поведінки, або втручання у контрактні зобов'язування іншої особи.

Суд у справі «E. I. du Pont de Nemours & Co v. Christopher» (1970 р.) підкреслив, що юридична терплячість щодо промислового шпигунства закінчується там, де затрати на охорону від шпигунства стають завеликими і підривають дух винахідництва. У тій справі будівництво заводу було сфотографовано з літака.

Будівництво велося у публічно доступному повітряному просторі. Суд вважав, що вимагати від позивача спорудження покрівлі над будівельним майданчиком викликало б затрати на попередження того, що не є більшим, ніж витівка школяра. Додамо, що фотографі Ролф і Гаррі Крістофери були найняті невідомою третьою стороною для фотографування з літака того будівництва заводу у Бомонді (Техас). 19 березня 1969 року вони з літака зробили 16 знімків будівельного майданчика заводу і згодом передали фотографії вказаній третій стороні.

Літак, який кружляв над майданчиком, помітили працівники. Того ж дня було встановлено, що літак був задіяний у аерофотозйомці. Компанія «Дюпон» стверджувала, що фотографували дуже важливий її секрет виробництва — незапатентований спосіб виготовлення метанолу.

Дозволеними методами одержання чужих секретів виробництва є зворотний інжиніринг, незалежне відкриття і спостереження за операціями, які не були резонно закритими для їх бачення публікою.

UTSA незаконним привласненням (misappropriation) секретів виробництва вважає:

- одержання чужого секрету виробництва особою, яка знає чи може знати, що секрет виробництва одержано за допомогою незаконних засобів;

- розкриття або використання чужого секрету виробництва без чітко висловленої або такої, що розуміється, згоди особою, яка:

- використовує незаконні заходи для одержання інформації про секрети виробництва;

- до моменту розкриття або використання секрету виробництва знала або могла знати, що інформація про секрет виробництва була одержана за обставин, з яких випливає обов'язок підтримання його секретності або обмеження його застосування від особи, яка використала незаконні засоби для його одержання від або через особу, яка мала зобов'язання щодо особи, що подала позов щодо підтримання його секретності або обмеженого використання;

- перед зміною свого матеріального становища знала або могла знати, що ця інформація була секретом виробництва і одержана випадково або помилково.

Простіше кажучи, неналежними методами отримання секретів виробництва вважаються:

- копіювання потайки;
- промислове шпигунство;

— підкуп працівників;  
— схиляння колишніх працівників на порушення контракту про конфіденційність.

Зворотний інжиніринг вважається дозволеним методом розгадування чужих секретів виробництва, але за умови, що він відбувається чесно. Забороняється, наприклад добувати інформацію для зворотнього інжиніринга шляхом порушення відносин конфіденційності. Порушення секретів виробництва вважається одним з видів недобросовісної конкуренції. Суди США, розглядаючи справи про порушення секретів виробництва, завжди цікавляться двома найважливішими питаннями:

- чи є певна інформація цінною і секретною;
- чи застосував відповідач незаконні методи для її одержання.

Слід зазначити, що на відміну від інших форм інтелектуальної власності, відповідальність за порушення секретів виробництва настає не у результаті факта її копіювання або використання секретної інформації, а внаслідок застосування незаконних способів її одержання.

Фахівець середнього рівня кваліфікації, спираючись на опис винаходу, може його відтворити і використовувати. Може, — з фізичної точки зору, але не з правової. В останньому випадку потрібен дозвіл патентовласника. Грамотна людина фізично може списати чужий вірш і видати його за свій, але плагіат заборонено законом. У зазначених випадках між фізичною і правовою можливістю існує розрив, який може бути нездоланим. Секрет виробництва будь-хто має право відтворювати. Головне — це правомірно ним заволодіти. У процесі судового розгляду справ щодо неналежного здобуття секретів виробництва вагомим доказом цього є так звані «технічні відбитки пальців» (technological fingerprints). Власники секретів виробництва включають навмисні помилки у матеріали, що містять секрети виробництва, для того, щоб порушники копіювали і їх та щоб на цьому впіймалися.

Для збереження секретності власник секрету виробництва не повинен бути пасивним. Тут доречно прислів'я: «Під лежачий камінь вода не тече». Відсутні якісь універсальні і чіткі критерії належних зусиль, які докладаються для збереження секретів виробництва. Багато що залежить від фінансових можливостей власника секретів виробництва та їх цінності.

Розумні зусилля з охорони секретів виробництва повинні, щонайменше, передбачати:

— обмежений доступ персоналу працедавця до секретів виробництва (за принципом — доступ лише тому, кому це потрібно);

— підписку працівників про нерозголошення відповідної інформації;

— маркування конфіденційної інформації та її зберігання у надійному місці.

На відміну від патентної охорони охорона секретів виробництва не надає їх власникам виключних прав на використання відповідної інформації. Інші особи можуть володіти, використовувати і розпоряджатися цією інформацією, якщо вони одержали її законним шляхом.

Суди дотримуються думки, що наймані працівники, звільнюючись з роботи, можуть забирати з собою свої здібності (*faculties*), майстерність (*skill*) та досвід (*experience*), але не можуть розкривати інформацію, отриману виключно від свого працевлаштування. Суди цікавляться тим наскільки колишні працівники будуть уразливими, якщо у пошуках нової зайнятості їм забороняється використовувати певні знання.

Повідомлення про обмеження щодо розкриття інформації (*notice of restrictions in disclosure of information*), яке роботодавці видають працівникам при звільненні, мають бути резонними як з точки зору географічного простору, так і часу. На суди справляє вплив обсяг інвестицій у інформацію, втілену у секретах виробництва.

До уваги суди беруть і «випадкову пам'ять» (*casual memory*) найманих працівників. Наприклад, щодо списків споживачів. Копіювати списки чи спеціально заучувати їх напам'ять не дозволяється. Уривкову ж інформацію списків можна правомірно використовувати. Охорона секретів виробництва здійснюється і за допомогою чітко висловленої угоди про уникнення конкуренції (*express covenant not to compete*), яку укладають роботодавці зі своїми працівниками на випадок їх звільнення з роботи і започаткування ними власного бізнесу. Така угода досить вдало охороняє гудвіл роботодавця. Обсяг угоди не повинен бути більшим ніж це необхідно для охорони гудвілу роботодавця, інакше його можуть звинуватити у нерезонному обмеженні підприємництва (*unreasonable restraint on trade*) та накладанні на найманого працівника зайвого тягара (*undue hardship*).

Багатий американський досвід свідчить про те, що колишні працівники фірм, які звільнилися добровільно чи примусово з роботи у своїх попередніх роботодавців, були, є і, очевидно, будуть найпоширенішим джерелом розголошення і використання секретів виробництва. Той факт, що інші особи незалежно відкривають секрети виробництва, не позбавляють секрети вироб-

ництва правової охорони доти, поки такі відкривачі не є численними і вони вживають заходів для збереження у таємниці секретів виробництва.

У цілому ряді судових рішень було зафіксовано, що секрет виробництва має включати якийсь елемент новизни адже те, що відоме всім — не є новим і не може бути секретним. В одному із судових рішень зазначалося, що новизна щодо секретів виробництва визначається лише в обсязі, який є необхідним для того, щоб показати, що секрет виробництва не є предметом суспільного надбання. До секретів виробництва не застосовується і такий критерій патентоспроможності як неочевидність. Секрет виробництва може бути удосконаленням очевидного. Регулярне використання секрету виробництва не вважається неодмінною умовою для надання йому правової охорони. Секрет виробництва можна використовувати періодично, час від часу, нерегулярно. Секретами виробництва можна поступатися і ліцензувати їх. Важливим при цьому є збереження конфіденційності. Втрата секретності призводить до втрати правової охорони. Дозволяється чітко висловлені положення угод, які передбачають сплату покупцем роялті за використання секретів виробництва впродовж всього строку їх використання, незалежно від того, чи стали секрети виробництва загальнодоступними чи ні та з чієї вини це сталося.

Якщо є бажання комерціалізувати секрети виробництва, то виникає проблема як повідомити про них інших осіб (наприклад, потенційних покупців і найманих працівників), щоб не зруйнувати цінність цих ідей для власника.

Слід мати на увазі, що у випадку дострокового припинення ліцензійної угоди фізично неможливо у повному обсязі відновити права надавача (ліцензіара) секретів виробництва. Ці секрети стали відомими ліцензіату. Їх не можна стерти з пам'яті працівників ліцензіата. Переважну частину інформації можна відновити за допомогою певних зусиль та інвестицій.

Американські фахівці вважають, що головними проблемами під час ліцензування секретів виробництва є:

- визначення технічних цінностей, з якими мають справу, — тобто визначення об'єктів ліцензійних угод;
- опис засобів розкриття, які будуть застосовуватися;
- визначення винагороди, яка сплачуватиметься, та бази її підрахунку;
- обмеження відповідальності одержувача технічної документації щодо її використання і охорони;
- визначення тривалості зобов'язань.

Автори неопублікованих копірайтоспроможних робіт, у яких містяться секрети виробництва, мають права, передбачені федеральним копірайтним законодавством. Правила Відомства з копірайту (Copyright Office) передбачають у певних випадках збереження конфіденційності інформації у роботах, що подаються на депонування.

У США конфіденційність відносин створюється або чітко висловленою угодою (by express contract) або суттю відносин між сторонами. Вдалішим з точки зору судів є перший підхід. Суди вимагають, щоб секрет виробництва був чітко означеним і зрозумілим. Конфіденційні відносини можуть також впливати з конкретних виробничих відносин (particular trade relations), що існують між сторонами. Висловлені конкретні зобов'язання (obligations) щодо охорони секретів виробництва та ідей можуть бути у формі простої обіцянки (mere promise) не розкривати секрет виробництва або ідею. Вони можуть бути і у формі угоди (covenant) про те, щоб найманий працівник не конкурував з підприємцем після закінчення терміну працевлаштування. Якщо такої угоди немає, то суди її не нав'язують сторонам. Суди визнають зобов'язання не використовувати без дозволу і не розкривати секрети виробництва, здобуті у процесі конфіденційних відносин.

Практика свідчить, що суди вбачали зобов'язання конфіденційності у тих випадках, коли роботодавці повідомляли найманим працівникам секрети виробництва під зобов'язання (pledge) не розголошувати їх. Якщо ж працівник повідомляв працедавцеві про створений цим працівником секрет виробництва, то для наявності конфіденційних відносин необхідно, щоб працівника спеціально наймали для створення відповідної інформації.

Розкриття інформації особам, які мають зобов'язання про підтримання її секретності, не вважається втратою конфіденційності відповідного секрету виробництва. Розкриття інформації особам, які не взяли зобов'язань щодо конфіденційності, вичерпує право власності на секрет виробництва. Очевидно це відповідає прислів'ю: «Слово не горобець, випустив, — не впіймаєш».

Слід зазначити, що UTSA передбачив ширший захист секретам виробництва і різноманітніше відшкодування за них, ніж до цього передбачалося загальним правом (common law), що ним керувалися суди штатів. Суди можуть встановлювати заборони (injunctions), які діють доти поки інформація є секретом виробництва. В певних випадках такий період може бути нескінченно довгим. Часто суди до уваги беруть гіпотетичний розрахунковий період, який був би потрібним для розкриття секрету виробництва.

ва законним способом. Суди забороняють незаконне розкриття секретів виробництва.

Заборони не обов'язково діють нескінченно довго. Якщо секрет виробництва законним чином стає доступним необмеженому колу осіб, то сторона, щодо якої суд ухвалив заборону, може звернутися до суду із заявою про припинення заборони. Суд може ухвалити рішення, спрямоване на уникнення розкриття секрету виробництва в період досудового провадження.

Замість застосування заборон суди можуть зобов'язувати порушників придбати у власника секрету виробництва ліцензію чи сплатити одноразове грошове відшкодування. Компенсаційне відшкодування за розкриття секретів виробництва може включати незаконно одержаний дохід та відшкодування витрат. UTSA передбачає не лише повне відшкодування, але і відшкодування у потрійному обсязі (treble damages).

До справи «Sears — Compro» суди у справах, пов'язаних із секретами виробництва, накладали судові заборони без обмеження їх періоду на використання секретів виробництва. Зокрема, у справі «Shellmar Product Co v. Allen — Quality Co» (1936 р.) суд відмовився модифікувати заборону щодо подальшого використання секрету виробництва, не дивлячись на те, що той секрет виробництва став публічно доступним. Щоправда у справі «Commar Product Corp. v. Universal Slide Fastener Co» (1949 р.) суд ухвалив, що видача патента, який згодом був оголошений нечинним, заваджує накласти судову заборону на відповідача, який заволодів винаходом до його публічного розкриття. Суд зазначив, що невиновне використання (innocent use) відповідачем машини до того, як він дізнався про те, що вона охороняється угодою про секрети виробництва між найманим працівником, який її створив, і його попереднім роботодавцем, звільняє від відповідальності впродовж терміну невиновного використання. Оскільки відповідач використовував машину до моменту, коли винахід став публічно відомим, то цей відповідач взагалі уникнув відповідальності.

Після справи «Siers — Compro» суди стали накладати заборону на використання секретів виробництва впродовж часу, який був би потрібним для того, щоб належними засобами розгадати секрети виробництва, наприклад, зворотним інжинірингом або незалежним відкриттям. У справі «Humpton v. Blair Manufacturing Co» суд дійшов висновку, що колишньому найманому працівникові, який потайки одержав креслення і не підкорився рішенню суду повернути креслення суду, забороняється копіювати незапа-



тентоване устаткування ферми лише впродовж часу, необхідного для відтворення обладнання, не спираючись на незаконне використання креслень.

У справі «Kewanee Oil Co. v. Vicron Corp» Верховний суд США наказав апеляційному суду поновити рішення суду першої інстанції (trial court), яке забороняло розкриття або використання секретів виробництва лише впродовж терміну коли секрет виробництва став доступним публіці або був би одержаний відповідачем з джерел, які б мали законне право на повідомлення відповідної інформації. Видача судового дозволу дозволяє відповідачу використовувати секрет виробництва після того як він став публічно доступним або був незалежно розкритий третьою особою. Заборона чітко не обмежується періодом, який був би потрібний відповідачеві самостійно і незалежно розгадати секрет.

У справі «Arenson v. Quick Point Pencil Co» (1979 р.) Верховний суд США зазначив, що федеральне патентне законодавство не перешкоджає щоб штат стягував на користь заявника на патент суму роялті, передбачену контрактом, зі сторони, яка продає товари, у яких втілено ймовірний винахід (putative invention), навіть, якщо патент не видано. Контрактне зобов'язання про роялті може продовжуватися і тоді, коли незапатентований винахід стає публічно розкритим. За відсутності контрактного зобов'язання про сплату роялті, грошова відповідальність обмежується втратами позивача або прибутками відповідача за період неправомірного використання. Такий підхід виключає стягнення збитків за період невиновного використання або за використання секрету виробництва після того як він став публічно доступним.

Вище зазначалося, що секрети виробництва — це власність. Щоправда, своєрідна. Ця власність — неосяжна, бо є інформацією. Один з американських судів у своєму рішенні зазначав, що секрет виробництва — особливий вид власності у тому сенсі, що порушення права на цю власність залежить від того зловжив чи ні конкретний відповідач конфіденційним розкриттям. Секрет виробництва американські суди трактували і як відносну власність, порушення якої (окрім зловживання конфіденційним розкриттям) відбувається при застосуванні незаконних методів отримання інформації.

Американські фахівці вважають, що норми кримінального права щодо секретів виробництва є вужчими, порівнюючи з цивільно-правовими нормами. Кримінальне право охороняє не інформацію про секрети виробництва як таку, а матеріальні речі, у яких втілено секрети виробництва. Вкрадено матеріальну річ —

значить стався кримінальний злочин. Не вкрадено, — кримінального злочину немає. Якщо особа запам'ятала секретну формулу і потім її розкрила, то вона не притягується до кримінальної відповідальності. Щодо такої особи може бути подано цивільний позов. Особа, яка вкрала аркуш паперу з цією формулою, може бути притягнута до кримінальної відповідальності.

У США є і федеральне кримінальне законодавство. Воно застосовується за злочини, у зв'язку з передачею, продажем, одержанням проданих товарів тощо на суму, що перевищує певний рівень (в середині 1990-х років — 5 тис. доларів). Знову ж таки необхідно, щоб секрети виробництва були у чомусь втілені.

Федеральний закон про секрети виробництва (Federal Trade Secrets Act) охоплює лише кримінальні дії федеральних службовців. Передбачає за не уповноважену законом публікацію, поширення, розкриття, розголошення будь-яким способом і у будь-якому обсязі будь-якої інформації, яка стосується секретів виробництва будь-якої особи, фірми, товариства, корпорації або асоціації штраф до 1000 доларів та ув'язнення до одного року або і те, і інше та звільнення з роботи.

Інформація про секрети виробництва може передаватися від однієї компанії до іншої шляхом поступки патентом або на ліцензійній основі.

Верховний суд США ухвалив, що немає конфлікту між федеральним патентним законодавством і законодавством штату, яке передбачає виплату роялті за використання секретів виробництва за період після публічного розкриття секрету виробництва шляхом продажу відповідного продукту. Патентна ліцензія — це своєрідне заповнення патентовласника про те, що він не буде пред'являти претензії ліцензіату щодо використання ним технічного рішення, захищеного патентом, який належить ліцензіару. Ліцензія на секрет виробництва — це документ про передачу права на використання знань невідомих громадськості на момент їх передачі.

Якщо інформацію ліцензійної угоди її сторони вважають за ноу-хау, то суди вважають ліцензійну угоду такою, що підлягає виконанню, навіть, якщо власник секрета виробництва не може чітко вказати кожний його елемент.

Гібридними ліцензіями є ті, що стосуються як винаходів, так і секретів виробництва. Судова практика свідчить, що якщо сутність патента тісно пов'язана із секретами виробництва, то при визнанні патента недійсним або при закінченні терміну його чинності втрачаються і права ліцензіара на отримання роялті.

Якщо у гібридній ліцензійній угоді ноу-хау є виокремленими, то права на отримання роялті за секрети виробництва зберігаються незалежно від долі відповідного патента.

Ліцензійні угоди з ноу-хау мають враховувати норми антимонопольного (антитрестівського) законодавства (anti — trust law). Суди не люблять положення ліцензійних угод з ноу-хау, які зазіхають на конкуренцію.

Насамкінець про «цехову привілею» (shop — right). Вона вважається варіантом зобов'язання агента повідомляти своєму роботодавцеві всю інформацію, що стосується виконання агентських функцій.

Якщо найманий працівник, у обов'язки якого не входила дослідницька і винахідницька діяльність, створив об'єкт технології, використовуючи матеріали, обладнання та виробничі потужності роботодавця, то власником такого об'єкта визначається його автор, але роботодавець зберігає право на використання об'єкта у своєму виробництві без сплати роялті своєму найманому працівникові.

## 11.2. КОМЕРЦІЙНІ ІДЕЇ

Законодавство штатів з секретів виробництва не обмежується лише незапатентованими винаходами (inventions) та виробничими цінностями (trade values), які не розкрито публічно.

З'явилася паралельно правова підбірка (body of law), яка одержала назву «право ідей» (law of ideas). Суди стали трактувати ділові пропозиції як охоронювану форму інтелектуальної власності (protectible form of intellectual property).

У справі «Hamilton National Bank v. Belt» (1953 р.) суд визнав за особою право власності на її ідею та право на відшкодування за її привласнення, якщо ідея є оригінальною, конкретною, корисною і розкритою за обставин, які передбачали компенсацію за її розкриття і використання.

У справі «Bristol v. Equitable Life Assurance Society of United States» (1892 р.) суд зазначив, що творець (originator) або власник (proprietor) ідеї має сам подбати, щоб не розкривати її, а якщо її не можна продати або використати без розкриття, то розкриття має врегульовуватися контрактом, інакше ідея або секрет вільно потрапляють у володіння (acquisition) тих, кому вони дістаються.

Законодавство, що регулює секрети виробництва і комерційні ідеї спрямовуються на охорону контрактних і конфіденційних

виробничих відносин (to protect contractual and confidential trade relations). Вони можуть існувати між підприємцями і їх найманими працівниками, між діловими партнерами, між корпорацією та її посадовцями і керівниками або між підприємцями та іншою комерційною або некомерційною особою.

У зв'язку з охороною секретів виробництва американська правнична наука і практика мають справу з питаннями отримання компаніями того, що у нас відомо як раціоналізаторські пропозиції. Американці називають їх «**комерційними ідеями, що стосуються ділової діяльності**». Подають такі пропозиції сторонні особи, тобто ті, хто не уклав з працедавцем трудового контракту. Рацпропозиції можуть подавати і наймані працівники фірми. Такі відносини врегульовуються трудовими угодами. Раціоналізація є досить поширеним явищем, навіть, у економічно розвинених країнах світу, які мають високотехнологічне виробництво, рівень якого, на перший погляд, не можна підняти творчістю мас. У нинішньому світі немає нічого такого, що не можна було б вдосконалити.

Американські фахівці зазначають, що авторами більшості таких поданих ідей (submitted ideas) є люди без належної технічної освіти (substantial technical background) та без знань практичних проблем маркетингу нових продуктів. З огляду на що лише одна ідея з тисячі поданих може мати значну цінність. Подані ідеї мають дуже сумнівну здатність до правоохорони.

Під час розв'язання спорів про виплату компенсації за подані ідеї суди США найчастіше враховують такі чинники:

- бажання автора ідеї отримати компенсацію за її подання;
- новизна і оригінальність ідеї;
- конкретна форма ідеї;
- конфіденційність подання ідеї;
- фактичне використання ідеї відповідачем, тобто підприємцем.

У великих компаніях США є великі науково-дослідні відділи. Про те, що в американських компаніях у пошані не лише прикладна, але і фундаментальна наука свідчить і те, що поміж американських лауреатів Нобелівської премії дуже багато є тих, хто працює у наукових підрозділах компаній. Практично все, що компаніям потрібно від науки, вони мають за рахунок власної бази. Компанії не чекають поки їм хтось щось принесе. Але ж приносять і технічні новинки зі сторони. Є компанії, які взагалі не хочуть мати справи з пропозиціями чужинців. Якщо такі фірми мають підстави вважати, що вхідна кореспонденція містить комерційні ідеї, то таку кореспонденцію повертають її адресатам,

не розкриваючи її. У багатьох компаніях є спеціальні відділи (канцелярії), які укомплектовані діловими, а не технічними спеціалістами. У таких фахівців є достатньо знань, щоб зрозуміти, що кореспонденція стосується комерційної ідеї, але недостатньо знань, щоб зрозуміти технічні подробиці. Проглянута кореспонденція повертається адресатам з позначкою, що кореспонденцію ніхто окрім канцелярських клерків, не бачив. Така практика дозволяє фірмам уникати відповідальності за законодавством про охорону секретів виробництва. Прийняття підприємцем конфіденційного розкриття ідеї постороннім автором без попереднього повідомлення підприємцю суті такої ідеї, може поставити одержувача у скрутне становище. Прийняття ідеї чужого автора чимось нагадує купівлю kota у мішку.

Є і такі компанії, які приймають чужі пропозиції, але роблять це з пересторогою. На першому етапі пропозиції автоматично відкидаються і надсилаються адресатам. Пропонується їм знову ж подати ці пропозиції згідно із проформою, складеною компанією. У проформі компанія намагається сформулювати так її положення, щоб максимально зберегти свободу своїх рук щодо прийняття ідеї та подальших розрахунків з її автором. Там можуть зазначатися, зокрема, такі положення:

- розгляд ідеї не накладає на фірму жодних зобов'язань;
- розгляд ідеї і готовність провести переговори з автором не означає визнання новизни, пріоритету і оригінальності ідеї;
- розгляд ідеї не накладає жодних зобов'язань щодо оспарювання чинних чи майбутніх патентів у сфері, якої стосується ідея;
- прийняття і розгляд ідеї не створює жодних конфіденційних взаємостосунків;
- автор ідеї відмовляється від усіх прав на неї, за винятком тих, які надаються патентним законодавством.

У разі прийняття пропозиції сторони укладають угоду. Вона повинна бути складено грамотно, оскільки суди не схильні інтерпретувати угоду у вигідний позивачеві чи відповідачеві бік. Американські суди чітко кажуть те, що відомо і іншим судам світу: «Договори мають виконуватися» (*Pacta Sunt Servanda*).

Окрім комерційних ідей, в основі яких лежать технічні рішення, правникам США відома і явище за назвою «**нерозвинуті ідеї**» (*undevelopped ideas*). За радянських часів у нас це називалось «організаційно-технічний захід» (російською мовою — «оргтехмероприятие»). Хоч, як здається, у США поняття «нерозвинута ідея» більш широке ніж радянське «оргтехзахід». В СРСР він прив'язувався до виробництва. Його автори

могли отримати винагороду у контексті стимулювання впровадження нової техніки.

У США нерозвинуті ідеї зустрічаються не лише на виробництві, а і на радіо, телебаченні, в кіноіндустрії, маркетингу, індустрії розваг тощо.

Слід згадати, що авторське право (копірайт) охороняє не ідею, а відображення ідеї. Якщо на всі ідеї надавати монополію, то невдовзі суспільний розвиток зупиниться. Якби про таку ідею як пісня про кохання була надана монополія, то про кохання була б лише одна пісня. Насправді ж, як відомо, — «о любови немало песен сложено, а я спою еще одну».

Стосунки між творцями ідей і їх виконавцями складають непросту правничу проблему. Якщо права на ідею суспільство надаватиме творцеві занадто рано, то у нього не буде стимулів для перетворення ідеї у закінчену роботу. Слід мати на увазі, що людина, яка висунула ідею, може не мати матеріальних можливостей її реалізувати. У підприємця, наприклад, є можливість її реалізувати. Отже, у правовій охороні ідей помітне місце посідає фактор часу.

Патентне право охороняє не просто ідеї, а технічні рішення, які є новими, неочевидними для фахівців, промислово придатними та й мають ще винахідницький рівень. Цілком можна допустити, що на першопочатковому етапі існування технічного рішення його можна кваліфікувати як просто ще неопрацьовану ідею.

Підхід до нерозвинутих ідей з позицій патентного права і копірайту не може повністю врахувати специфіку нерозвинутих ідей.

Розв'язуючи питання про правову охорону комерційних ідей, на увазі слід мати патентне право і копірайт, але основним у регулюванні правовідносин має бути зобов'язальне право.

У американських судах справи про нерозвинуті ідеї з'явилися на початку ХХ століття. Судді залучили загальне право (common law). З часом суди і спеціалісти — правники узагальнили накопичений досвід та сформулювали концепції, спираючись на які позивач — автор ідеї може одержати від відповідача компенсацію за використання своєї ідеї.

Якщо позивач може довести, що відповідач дав чітко висловлену (explicit) обіцянку заплатити за подання ідеї або ж позивач може довести, що така виплата малася на увазі, то у таких випадках суди застосовують традиційні доктрини законодавства про контракти з метою змусити сторони виконати чітко виражений (explicit) контракт або ж такий контракт, який мався на увазі (implicit).

Судова практика свідчить, що просто ідеї судам недостатньо. Вони вимагають, щоб вона була новою і конкретною. Що ж таке новий? Це — не загальне і не просте. Поняття «конкретний» — це антонім поняття «абстрактний».

Американським судам відома і теорія «квазі — контракту» (quasi — contract). Вона ще відома як теорія несправедливого збагачення (unjust enrichment). Суть її полягає у тому, що відмова у компенсації породжує несправедливість. Це — чуже для американського менталітету. Американці не люблять несправедливості.

Застосовується і концепція, відповідно до якої право на компенсацію за подану ідею виникає у випадку існування між сторонами конфіденційних взаємин, за яких відповідач покладається на добросовісність відповідача. Зокрема, до гатунку конфіденційних захищуються відносини, що передбачали збереження ідеї у таємниці. Неуповноважене розкриття одержаної інформації може розглядатися як порушення контракту. Прикладами конфіденційних відносин можуть також бути сімейні, агентські або відносини «адвокат — клієнт». У таких випадках не вимагається доведення того, що контракт мався на увазі. Достатньо того, щоб були відносини конфіденційного характеру. Якщо особа розкриває ідею іншій особі у рамках конфіденційних відносин, то особа, яка отримала ідею, мусить утримуватися від її неуповноваженого використання чи розкриття третім особам. Інакше таку особу можна притягнути до відповідальності. Зрозуміло ж, якщо ідея нова і конкретна.

Вимоги про новизну і конкретність передаваних ідей дотримуються як у контексті квазі — контрактів, так і конфіденційних стосунків.

До комерційних ідей деякі суди і юристи підходять з мірками теорії власності (property theory). Ця теорія визнає право на компенсацію за нову і корисну ідею, навіть, за відсутності будь-яких форм контракту чи конфіденційних стосунків. Нова і корисна ідея як така варта, щоб за неї платили ті, хто її використовує. Той, хто копіює ідею без дозволу автора, має притягуватися до відповідальності. Права власності на таку ідею можуть тривати впродовж життя автора і, навіть, передаватися у спадщину.

Законодавство про копірайт окремих штатів містило положення про охорону ідей. Чинне ж федеральне законодавство про копірайт охорону ідей не передбачає. Федеральне законодавство з питань охорони нерозвинутих ідей у США відсутнє. Правова охорона таких ідей здійснюється у рамках «загального права» (common law). Це — не що інше як опора на судову практику, бо саме вона є одним із джерел англо-саксонського права.

«Чітко висловлений контракт» (explicit contract) є таким, який висловлено словами усно або письмово. Контракт, що мається на увазі (implicit contract) виявляється поведінкою сторін. За цього контракту у США необхідно переконати суд у тому, що сторони мали намір вступити у контрактні стосунки і з цього обмінялися обіцянками. Контракт вважається таким, що не відповідає закону, якщо його суттєвий елемент є неясним (vague), невизначеним (indefinite) або неповним (incomplete).

Жодним з контрактів абстрактна ідея охоронятися не може, якщо контрактні відносини не настали до її розкриття. Запозичувати абстрактні ідеї можна. Вони не мають правової охорони. Шанси на неї мають ідеї, які є новими і конкретними. Конкретною вважається така ідея, яку можна негайно використовувати без будь-якого додаткового поліпшення (embellishment). У суді необхідно також доводити, що ідея є осяжною (tangible) і з'явилася завдяки незалежним зусиллям її автора.

Нові і оригінальні ідеї можуть включати елементи, які не є новими. Якщо ж ідея складається з варіацій відомих тем, то на статус нової вона претендувати не може. Старі ідеї не охороняються. Їх можна запозичувати безперешкодно. Вони є суспільним надбанням і належать всім. Ні відповідач, ні позивач на такі ідеї права не мають. Суди дотримуються точки зору, що ідея має бути вільною для її використання всіма. В усякому разі доти, поки хтось надасть ідеї форму, на яку поширюється охорона згідно із законодавством про копірайт чи патенти.

Критерії оригінальності і новизна щодо ідей не розуміють як дещо абсолютне. Вони є відносними і суб'єктивними. Практично про кожну ідею у минулому можна знайти ту чи іншу згадку. Маючи бажання, практично завжди можна довести, що у ідеї немає новизни.

До речі, новизна ідеї є наріжним каменем концепції відшкодування (theory of recovery). Винагороду за ідею, згідно з цією концепцією, можна стягнути, якщо ідея має новизну. Якщо ж не має новизни, то суди не зобов'язують відповідача сплатити обіцяну винагороду. Американські фахівці зазначають, що коли суди вдаються до застосування цієї концепції, то це зазвичай означає ввічливу відмову позивачеві стягнути на його користь відшкодування, бо завжди можна довести, що у ідеї немає новизни.

У судовій практиці США були випадки, коли позивачам відмовляли у стягненні на їх користь винагороди з огляду на те, що їх ідеї у світі вже були широко відомими, хоч ті компанії, яким автори запропонували свої ідеї, не здогадувалися впровадити їх



раніше. Були ж у США і випадки, коли обіцяна винагорода стягувалася, не дивлячись на те, що ідея не була новою і конкретною.

Стисло про критерії, якими керуються американські суди, признаючи винагороду за подання та використання ідеї. У випадку наявності у контракті чітко висловленої суми, суди приймають цю суму, формулюючи свої рішення. У випадку контракту, який мався на увазі — суму, яку відповідач збирався виплатити чи іншу суму, яка обґрунтовано відображає вартість ідеї. За квазіконтрактів компенсація вимірюється сумою несправедливого збагачення відповідача (тобто прибутком, одержаним від використання ідеї).

При розв'язанні питань у зв'язку з використанням ідеї враховується можливість переростання ідеї у заявку на патент та його одержання. Подана заявка надає автору відповідної ідеї значні переговорні переваги. До уваги беруть і те, що виданий за заявкою патент може бути оспорений і визнаний недійсним.

Якщо ідея відповідає критеріям новизни, корисності і неочевидності, то це ще не означає, що вона патентоспроможна. Необхідно, щоб вона належала до того кола об'єктів, на які видаються патенти.

### **11.3. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ДЕЯКИХ УГОД ЩОДО СЕКРЕТІВ ВИРОБНИЦТВА**

У першому розділі «Protecting Trade Secrets» книги Dorr R. and Munch C. «Protecting Trade Secrets, Patents, Copyrights and Trademarks» (N.Y.: John Wiley & Sons, 1990 — 342 p.) міститься 17 форм документів, рекомендованих авторами для охорони секретів виробництва. Зазначимо їх.

Form 1-1 Visitor Log In (Журнал відвідувачів). Містить графи про дату; компанію, з якої прибув відвідувач; його прізвище; до кого приходив; мета; час прибуття; час відбуття.

Form 1-2 Trade Secret Legend (Попереджувальний напис на секреті виробництва).

Form 1-3 Trade Secret or Company Proprietary Information (Скорочені попереджувальні написи на секреті виробництва).

Form 1-4 Employment Agreement Regarding Confidential Information (Трудова угода, що стосується конфіденційної інформації).

Form 1-5 Memorandum to Employee From President (Пам'ятна нотатка найманому працівникові від президента компанії).

Form 1-6 Employee Manual «What Are Trade Secrets?» (Підручник найманого працівника «Що є секретами виробництва?»).

Form 1-7 Employee Exit Interview Checklist (Анкета про інтерв'ю з працівником, який звільняється).

Form 1-8 Acknowledgment of Exit Interview (Розписка найманого працівника про проведене з ним при звільненні інтерв'ю).

Form 1-9 Follow — Up Letter After Termination (Лист колишньому найманому працівникові після його звільнення).

Form 1-10 Covenant Not to Compete (Угода про уникнення конкуренції).

Form 1-11 FOIA Trade Secret Legend (Попереджувальний надпис про те, що у документі, який підпадає під «Закон про свободу інформації» (The Freedom of Information Act), міститься секрет виробництва).

Form 1-12 FOIA Non — Trade Secret Legend (Попереджувальний надпис про те, що у документі, який підпадає під «Закон про свободу інформації», немає секрету виробництва).

Form 1-13 Submitted Trade Secret Legend (Попереджувальний надпис на ззовні поданому компанії секреті виробництва).

Form 1-14 Receipt of Delivery of Trade Secret Back to Submitter (Квитанція про повернення подавачеві його секретів виробництва).

Form 1-15 Disclosure Agreement (Угода про розкриття).

Form 1-16 Trade Secret Nondisclosure Agreement (Long Form) Угода про нерозкриття секрету виробництва (довга форма).

Form 1-17 Trade Secret Nondisclosure Agreement (Short Form) Угода про нерозкриття секрету виробництва (коротка форма).

У розділі 21-ому «Угоди щодо продажу або іншу передачу незапатентованих технологічних цінностей» книги Mayers H. and Brunswold B. «Drafting Patent License Agreements» (Wash.: Bureau of National Affairs, 1992. — 278 p.) є зразки документів.

- Form A. — For Use Where Compensation Is Not Expected (Для використання тоді, коли не очікується винагорода за подану ідею).

- Form B. — For Use Where Compensation Is Hoped For (Для використання тоді, коли сподіваються на компенсацію за подану ідею).

Містить і документ «Conditions for Submission» (Умови подання).

- Contract for Acceptance of a Submitted Idea (Контракт про прийняття поданої ідеї).

- Contract in Respect to a Confidential Disclosure of Unevaluated Information Presumed to be Valuable (Контракт щодо

конфіденційного розкриття неоціненої інформації очікуваної як така, що цінна).

Містить зразок Угоди (Agreement), Листової угоди (Letter Agreement) і Кінцевої оцінкової угоди (Final Evaluation Agreement).

- Угода про сферу технічних цінностей, з якими матиметься справа (Field of Technical Values to be Dealt With).

### **11.3.1. КОНТРАКТ ПРО ПРИЙНЯТТЯ ПОДАНОЇ ІДЕЇ**

Практичні рекомендації щодо такого виду контракту містяться у рубриці 21.03 книги Г.Майєрса і Б. Брансволда.

На початку зазначається, що подавач ідеї є її творцем, має право на видачу відповідної ліцензії і що він не укладав і не укладатиме жодної угоди, яка б конфліктувала з наданням ним дозволу на використання його ідеї.

Стверджується, що подавач ідеї зазначеного дня отримав від компанії і прийняв її умови подання її комерційних ідей. Потім подавач розкрив компанії секрет виробництва. Може міститися посилання на креслення, ескіз тощо. Компанія визнає про зацікавленість у набутті певних прав на секрет виробництва.

Подавач передає компанії свої права власності на секрет виробництва, включаючи право на одержання патенту. Такі ж права передаються і на покращений варіант секрету виробництва. Компанії дозволяється виготовляти, використовувати і продавати виріб, у якому застосовано секрет виробництва. Впродовж, наприклад, двох років подавач не надаватиме і не погоджуватиметься надавати іншим еквівалентний або накладний (overlapping) дозвіл. Після сплину цього періоду подавач може безперешкодно видавати ліцензії іншим.

Впродовж двох років з дня набрання Угодою чинності компанія сплачує подавану винагороду. Зазначається порядок платежів, обумовлений сторонами. Виплата може ув'язуватися з видачею патенту чи розглядом патентної заявки, відсутністю спору щодо пріоритету патенту тощо.

Якщо наприкінці 2-річного періоду секрет виробництва не прийнято у жодній патентній заявці подавача, надісланій Патентному відомству США, то компанія має право впродовж одного року після закінчення терміну Угоди, за умови надіслання письмового повідомлення, припинити чинність Угоди. Таке припинення Угоди припиняє всі зобов'язання компанії за вина-

тком зобов'язання про сплату винагороди. Фахівці радять з подробицями сформулювати і інші права, що впливають з припиненням контракту. Ця ж порада стосується і так званої «кип'ятильної миски» (boiler plate) — подробиць платежів і аудиторства. Не радять забувати, якщо це доречно, про виготовлення продукції на експорт.

### **11.3.2. Тримова угода, що стосується конфіденційної інформації**

У книзі Р. Дорра і К. Мунча — це форма 1-4. Вона досить стисла, тому наводимо її переклад повністю.

«Я визнаю, що ця Угода стосується всієї конфіденційної інформації, що належить до інтелектуальної власності, секретів виробництва, конфіденційної ділової і технічної інформації, процесів, застосування, ділової практики і угод, фінансової інформації, креслень, планів, методів, виробничої інформації, інжинірингу, науково-дослідницької діяльності і ноу-хау, покладених на мене, вивчених мною або створених мною у зв'язку з моїм працевлаштуванням у корпорації «Poorhorse». Щодо цієї конфіденційної інформації або до будь-якої її частини, я погоджуюся:

а) використовувати її лише під час виконання моїх обов'язків у компанії; та

в) тримати її конфіденційно і з довірою, використовуючи всі розумні за побіжності для того, щоб вона не була розкрита жодній неуповноваженій особі або не була використана жодним способом або не була оприлюднена як впродовж мого працевлаштування у корпорації «Poorhorse», так і після нього.

У тому випадку коли у мене буде якоесь питання про те чи певна інформація охоплюється цим параграфом, я погоджуюся з тим, щоб ставитися до неї як такої, що підпадає під цей параграф до того часу, поки корпорація «Poorhorse» письмово повідомить мені про зворотне.

### **11.3.3 Угода про уникнення конкуренції**

Така угода зазвичай укладається у рамках загального трудового контракту. У цьому контексті угода англійською мо-

вою має назву «covenant». У перекладі це слово означає статтю договору.

У книзі Р. Дорра і К. Мунча — це форма 1-10. Розпочинається вона з такої преамбули: «Беручи до уваги моє працевлаштування у корпорації «Benji», її правонаступниках або у належно уповноважених представників (які далі йменуються як корпорація «Benji») і за 100 доларів, одержання яких чітко підтверджується, та іншу цінну винагороду, сплачену мені за мої послуги, я розумію і спеціально погоджуюся».

Далі наводяться основні умови Угоди:

- зазначаються сфери діяльності корпорації; можуть зазначатися основні і допоміжні;

- найманий працівник визнає, що винагорода, яку він одержує, принаймні, частково пов'язана з прибутками, які корпорація одержує від володіння ноу-хау, секретами виробництва, винаходами, товарними знаками, копірайтом;

- працівник підтверджує, що за родом своєї роботи у корпорації він матиме доступ до цінних секретів виробництва та власницької інформації компанії;

- працівник зобов'язується, що впродовж 18 місяців після закінчення терміну працевлаштування він у жодній якості (найманого працівника, консультанта, інвестора або власника) не буде пов'язувати себе ні з ким, хто конкурує з корпорацією у створенні, виробництві, продажу, обслуговуванню певного товару, схожого з таким же товаром корпорації; зобов'язується також жодним чином не відбивати у корпорації її бізнес впливом на її споживачів тощо); висловлює впевненість, що таке його зобов'язання потрібне корпорації для охорони її цінних секретів виробництва і не становить для нього нерезонного обмеження для працевлаштування у майбутньому;

- працівник визнає, що у випадку порушення ним Угоди, на нього можуть накладатися судові заборони, а корпорація може подати позов на нього про відшкодування завданої шкоди, якщо вона станеться у випадку порушення Угоди;

- працівник погоджується, що у тому випадку, коли суд визнає якесь положення Угоди занадто широким, то відповідне положення звужується у своєму обсязі настільки це вважатиме суд, щоб зробити положення резонним і таким, що підлягає застосуванню;

- зазначається судова підвідомчість угоди у випадку спорів у майбутньому щодо її розуміння, тлумачення і виконання;

- працівник визнає, що у період утримання від конкуренції його матеріальне становище може погіршитися і він бере на себе ризик у зв'язку з цим;

- формулюється положення про те, що положення Угоди матимуть зобов'язальний характер для його спадкоємців, виконавців волі, адміністраторів, законних представників на користь корпорації та її правонаступників;

- стверджується, що корпорація не змушувала і не залякувала працівника підписати цю Угоду і що він, за порадою корпорації, мав можливість дати своєму адвокату проглянути текст Угоди.

#### **11.3.4. УГОДА ПРО НЕРОЗКРИТТЯ СЕКРЕТІВ ВИРОБНИЦТВА**

Наводимо положення цієї Угоди так як вони відображені у формі 1-16 книги Р. Дорра і К. Мунча:

- одержувач бере зобов'язання зберігати найсуворішу таємність розкритих йому секретів виробництва та всієї інформації, отриманої від них та вживати всіх заходів, необхідні для підтримання таємності секретів виробництва;

- одержувач зобов'язується відповідати за будь-яку шкоду, викликану порушенням угоди; порушення включає поширення одержувачем секретів виробництва будь-якій третій стороні;

- одержувач обіцяє не використовувати самому секретів виробництва і не розкривати їх третім сторонам без попередньої на те письмової згоди надавача; якщо ж одержувач вважає за можливе не застосовувати одне чи кілька обумовлених з надавачем обмежень щодо розкриття секретів виробництва, то за 60 днів до здійснення наміру їх розкрити письмово повідомляє надавачеві про це; якщо одержувач подає надавачеві чіткі і переконливі докази доречності таких винятків, то надавач висловлює згоду на застосування цих винятків;

- обмеження на розкриття не застосовуються до будь-якої частини секретів виробництва, які:

- на час їх розкриття одержувачу перебували у суспільному надбанні або пізніше стали загальнодоступними не через помилку одержувача, але лише щодо того обсягу, за якого ці секрети виробництва загальнодоступні громадськості;

- одержувач письмово зафіксував і заволодів цими записами до часу розкриття надавачем одержувачу секретів виробництва, але лише у тому обсязі, у якому ці секрети виробництва зафіксовано у згаданому описі;

— одержувач у будь-який час законним шляхом отримує у письмовому вигляді від третьої сторони, яка не пов'язана зобов'язанням секретності або конфіденційності з надавачем за обставин, що дозволяють розкриття або використання одержувачем секретів виробництва без обмеження, але лише у обсязі, у якому ці секрети виробництва розкрито;

— надавач згодом розкриває секрети виробництва третій стороні не за умов конфіденційності і лише у тому обсязі, у якому ці секрети розкрито;

- якщо одержувач вважає, що йому необхідно проконсультуватися з третіми сторонами щодо оцінки секретів виробництва, то такі сторони мають укласти безпосередньо з надавачем окрему угоду ще до розкриття одержувачем цих секретів виробництва;

- якщо одержувач і надавач впродовж 60 днів з дня набрання чинності Угоди про нерозкриття не укладають у письмовому вигляді нової угоди щодо майбутнього використання одержувачем цих секретів виробництва, то одержувач повертає надавачеві всі надані ним оригінальні матеріали та всі їх копії; одержувач також зобов'язується:

- впродовж 60 днів повернути надавачеві будь-яку письмову документацію, що стосується цих секретів виробництва;

- не використовувати ці секрети виробництва як базу для будь-яких майбутніх науково-дослідних робіт;

- не використовувати ці секрети виробництва для удосконалення будь-яких винаходів надавача;

- одержувач погоджується, що угода є зобов'язуючою для його персоналу і він розкриє секрет виробництва та виконану ним їх оцінку лише тим своїм працівникам, яким необхідно знати таку інформацію;

- одержувач гарантує, що всі його працівники, які контактуватимуть з секретами виробництва, підпишуть зобов'язання, що відповідають термінам і умовам Угоди між одержувачем і надавачем, до того як працівники будуть допущені до будь-якого контакту з цими секретами виробництва;

- ніщо в Угоді не розуміється як таке, що надає одержувачу певний інтерес чи ліцензію на ці секрети виробництва, чи будь-який патент, чи заявку на патент чи копірайт вже надані чи такі, на які згодом надавач подасть заявку та отримає будь-яке право, титул чи інтерес;

- одержувач попереджується, що всі права на будь-які винаходи, копірайти, товарні знаки чи секрети виробництва, які випливають або отримуються надавачем у результаті розкриття цих

секретів виробництва, є власністю надавача; одержувач та його персонал погоджується подавати надавачеві всі документи, необхідні для підтримання ним прав на зазначені винаходи, копірайти, товарні знаки і секрети виробництва;

- одержувач стверджує, що він не вступив у жодні усні або письмові угоди і не взяв жодних зобов'язань перед третіми сторонами, які б суперечили положенням цієї Угоди; одержувач не розкриватиме ці секрети виробництва іншим, хто має такі зобов'язання перед третіми сторонами, які конфліктують з положеннями цієї Угоди;

- одержувач визнає, що неуповноважене використання або розкриття ним цих секретів виробництва завдає непоправну шкоду надавачеві; одержувач погоджується, що надавач матиме право на будь-які наявні відшкодування і санкції, а також на накладення тимчасової судової заборони (без необхідності надання ним застави) для загальмування порушення з боку одержувача, його агентів, слуг, роботодавців, найманих працівників та інших осіб;

- надавач і одержувач зазначають законодавство (наприклад, штату), якому підпорядковується їх Угода, та суд, який буде розглядати всі суперечки, які можуть виникнути у зв'язку з Угодою;

- надавач і одержувач погоджуються, що Угода може змінюватися лише за письмовою згодою її сторін; якщо ж виявиться, що Угода є настільки широкою, що її неможливо виконувати, то відповідні її положення можуть бути обмежені у суді до обсягу, за якого положення будуть розумними і такими, що підлягають виконанню;

- Угода закінчується фразою про те, що вона скасовує і замінює всі інші попередні домовленості між сторонами; зазначаються дата набрання чинності Угодою, прізвище, посада уповноваженої особи кожної сторони, а також дата підписання нею Угоди.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Чи є різниця у США між поняттями «секрет виробництва» і «ноу-хау»?
2. Як розуміє секрети виробництва «Звід Перший права про делікти» 1939 р.?
3. Як розуміє секрети виробництва UTSA 1979 року?
4. Коли і як у США започаткувалося законодавство з охорони і захисту секретів виробництва?



5. Як ви уявляєте взаємостосунки між федеральним патентним законодавством і законодавством штатів із секретів виробництва?
6. Чи можуть секретами виробництва вважатися патентоспроможні винаходи, які не патентувалися, але використовувалися для виготовлення продукції?
7. Способи правомірного заволодіння секретами виробництва.
8. Недозволені методи одержання чужих секретів виробництва.
9. Чи настає з огляду на факт копіювання відповідальність у сфері секретів виробництва?
10. Що повинен зробити власник секретів виробництва для збереження їх конфіденційності?
11. Як встановлюється термін правової охорони секретів виробництва?
12. Як роботодавці убезпечують себе від розкриття секретів виробництва їх працівниками?
13. Як можна передати секрети виробництва іншим підприємцям?
14. Чи можна у США за промислове шпигунство притягнути до кримінальної відповідальності?
15. Які судові заборони і відшкодування передбачаються у США за порушення законодавства про секрети виробництва?
16. Новизна і неочевидність у зв'язку із секретами виробництва у США.
17. Чи є неодмінною умовою у США постійне використання секретів виробництва?
18. Чим з правової точки зору ліцензія на запатентований винахід відрізняється від ліцензії на секрети виробництва?
19. На що поширюється у США «право ідей»?
20. Чи є у США федеральне законодавство про комерційні ідеї?
21. Які чинники враховують суди США, стягуючи винагороду за подану ідею?
22. Що таке нерозвинуті ідеї?
23. Як американські суди ставляться до новизни і конкретності ідеї?
24. Основний зміст концепцій квазі — контракту, конфіденційних відносин, відшкодування.
25. Основні положення деяких угод щодо секретів виробництва.



## РОЗДІЛ 12

# ВІТЧИЗНЯНА ЛІТЕРАТУРА ПРО КОМЕРЦІЙНУ ТАЄМНИЦЮ

Поміж дореволюційних вчених, які опікувалися правовими питаннями комерційної таємниці, слід зазначити В. Розенберга та Г. Ф. Шершеневича. Перший з них 1910 року опублікував у Санкт — Петербурзі книгу «Прамысловая тайна». Г. Ф. Шершеневич є автором 4 — томного «Курсу торгового права», опублікованого 1908 року. У першому томі там йшлося про комерційну таємницю.

В умовах командно-адміністративної системи, запровадженої в СРСР, комерційної таємниці у країні не існувало і вона знаходилася поза полем зору радянської юридичної науки. Слід погодитися з київським науковцем Ю. В. Носіком, який вказував на відсутність правонаступництва вітчизняних наукових досліджень правового режиму комерційної таємниці. Сім десятиліть відсутності ринкових відносин були і періодом відсутності вітчизняної науки про комерційну таємницю. Не було на практиці комерційної таємниці, то не було і теоретичних її досліджень

Вважаємо за доцільне аналіз сучасної вітчизняної літератури у сфері комерційної таємниці, виконати за хронологічним принципом, тобто за роками публікацій відповідних джерел.. Як назви рубрик застосовуватимемо прізвища авторів публікацій чи керівників авторських колективів книг.

У вітчизняній літературі питання, що пов'язані з комерційною таємницею, розглядаються переважно у публікаціях з права інтелектуальної власності. У США, окрім зазначеного джерела, про комерційну таємницю йдеться також у літературі з недобросовісної конкуренції. З плином часу до цього неодмінно прийде і Україна. В Україні, як і у США та інших економічно розвинених країнах, комерційна таємниця викликатиме інтереси фахівців з права інтелектуальної власності та недобросовісної конкуренції.

### **Дахно І. І. (1996 р.)**

Беседа 26 «Лицензионные соглашения по ноу-хау и конкурентная политика Европейского Сообщества» у книзі Дахно І. І. «Патентно лицензионная работа» — К.: Блиц — информ, 1996. — 256 с.

У зазначеній лекції автор висвітлив «Регламент про застосування статті 85 (3) Договору до деяких категорій ліцензійних угод з «ноу-хау», ухвалений Європейською комісією 30.11.1988 р. № 556/89.

Книга Дахна І. І. «Патентно — лицензионная работа» отримала схвальну оцінку Генерального директора Всесвітньої організації інтелектуальної власності доктора Арпада Богша. У книзі Дахна І. І. «Право интеллектуальной собственности» (К.: ТП — ПРЕСС, 2004) наведено ксерокопію листа доктора А. Богша.

### ***Підопригора О. О. (1997 р.)***

У главі 11 — й «Право на нерозкрити інформацію» книги «Законодавство України про Інтелектуальну власність» (Харків, Консум, 1997, — 192 с.) автор — Підопригора О. О. зазначала наступне:

1. Нерозкрита інформація ще не знайшла належної правової охорони у чинному цивільному законодавстві.

2. Патент, як правоохоронний документ, має істотну ваду — він не забороняє внести до запатентованого винаходу деякі зміни і запатентувати їх як новий винахід.

3. Заявники на патентну охорону намагаються не повністю розкривати технічну суть винаходу, щоб певну його ознаку (ознаки) зберегти як ноу-хау. Нерозкрита інформація є додатковим елементом, який істотно підсилює ефективність патентного захисту винаходів.

4. Нерозкрита інформація може бути об'єктом правової охорони до тих пір, поки частина інформації зберігає свою конфіденційність і до неї немає доступу третіх осіб на загальній підставі.

5. Під дію правової охорони нерозкритої інформації не повинні потрапляти комерційні та інші таємниці, які складають державну таємницю і охороняються спеціальними законами.

6. Охоронюваною інформацією може бути лише така, яку можна відділити від її носія, тобто передати іншим особам.

7. Володар нерозкритої інформації має вживати відповідних заходів для забезпечення конфіденційності зазначеної інформації.

8. Нерозкрита інформація — виключна власність її володільця. Мають визначатися межі поведінки її володільця щодо об'єкта правової охорони.

9. Володар нерозкритої інформації має право на винагороду за використання її будь-яким способом.

10. У ліцензійному договорі має бути визначена доля переданої ліцензіату науково-технічної документації після сплину строку ліцензії.

11. Факт розкриття сутності охоронюваної інформації приписує її правовий захист.

12. Добросовісний набувач нерозкритої інформації має зберігати право на її використання будь-яким способом незалежно від попереднього володільця.

13. Порушник має відшкодовувати (компенсовувати) завдану шкоду в повному обсязі.

Слід зазначити, що на зовнішній обкладинці книга Підоприго-ри О. О. має назву «Інтелектуальна власність». На внутрішній обкладинці — поміщено повну назву.

### **Богуславський М. М. (1998 р.)**

У підручнику М. М. Богуславського «Международное частное право»: Учебник — 3-е изд., перераб., и доп. — М.: Юристъ, 1998. — 408 с.) у розділі 13 — ому. «Патентное право» міститься § 4 «Ліцензії на винаходи і ноу-хау»:

Обсяг цього параграфу — лише одна сторінка. Там подано найзагальнішу інформацію про ліцензії. Про «ноу-хау» є лише згадка без жодних пояснень.

Український і російський підручники і посібники з міжнародного приватного права, як правило, поки — що не містять матеріалу про передачу на міжнародному рівні комерційної таємниці, секретів виробництва, ноу-хау, нерозкритої інформації. Так вже склалося, що цю інформацію читач може знайти у підручниках і посібниках з права інтелектуальної власності. На них ми далі і зупинимось. Вважаємо, що цивільно-правові відносини з іноземним елементом у сфері комерційної таємниці є дуже перспективним напрямом удосконалення структури навчальної літератури з міжнародного приватного права. На недоліки сучасних розділів з права інтелектуальної власності у підручниках з міжнародного приватного права вказувалось, зокрема, у навчальному посібнику Дахна І. І. «Міжнародне приватне право». (К.: Центр. навчальної літератури, 2008). Там Дахно І. І. закликав залишити остеронь публічно-правові аспекти механізму охорони інтелектуальної власності і зосередитися на її міжнародних цивільно-правових аспектах.

**Підпригора О. А., Підпригора О. О. (1998 р.)**

У навчальному посібнику Підпригори О. А. і Підпригори О. О. «Право інтелектуальної власності» (К.: Юрінком Інтер, 1998. — 336 с.) у главі 10 «Право на науково-технічну інформацію» є § 3 «Право на конфіденційну (нерозкрити) інформацію».

Параграф розпочинається з того, що автори стверджують: «Цього інституту в чинному цивільному законодавстві поки що немає». Звернемо увагу на рік публікації цієї книги. Вона побачила світ ще до ухвалення нині чинного Цивільного кодексу України.

Основними положеннями цього параграфа є наступні.

1. Специфічність інституту нерозкритої інформації полягає в тому, що вона не піддається офіційній реєстрації.

2. Нерозкрита інформація в сучасних умовах набуває все більшої ціни як товар.

3. Нерозкрита інформація, в тому числі ноу-хау, є додатковим елементом, який істотно підсилює ефективність патентного захисту винаходів та інших науково-технічних досягнень.

Нерозкрита інформація у поєднанні з патентом створює надійний захист винаходів та інших технічних рішень від неправомірного використання третіми особами.

4. Неправомірне використання нерозкритої інформації виявити майже неможливо. Встановити порушення і порушника також просто.

5. Нерозкритою інформацією у більшості випадків можна заволодіти тільки очима, розумом, свідомістю.

6. Там, де можливо, уникають будь-якої фіксації нерозкритої інформації з метою запобігти розголошенню її сутності. Якщо ж ця інформація зафіксована, то вживаються такі заходи її охорони, аби вона не потрапила до третіх рук.

7. Нерозкрита інформація — це технічна, комерційна, організаційна і будь-яка інша інформація, здатна підвищити ефективність виробництва чи будь-якої іншої доцільної суспільно-корисної діяльності.

8. Нерозкрита інформація повинна мати конфіденційний характер, тобто бути невідомою третім особам.

9. Правова охорона має надаватися тільки тій інформації, яка має реальну чи потенційну вартість, тобто здатній дати певний прибуток або забезпечити інший позитивний результат.

10. Нерозкрита інформація — специфічний товар, який не має матеріальної субстанції, але здатний приносити користь суспільству.

11. Нерозкрита інформація має бути здатною до відчуження її володільцем.

12. Володільць нерозкритої інформації має вживати відповідних заходів для забезпечення її конфіденційності. Ці заходи не можуть бути визначені законом, оскільки вони зумовлені особливостями нерозкритої інформації, яка за своїм характером може бути найрізноманітнішою.

13. У законі чи іншому нормативному акті мають бути визначені права володільця нерозкритої інформації, тобто межі його поведінки щодо об'єкта правової охорони.

Нерозкрита інформація — виключна власність її володільця. Володільць може видавати ліцензії на використання інформації.

14. Володільць нерозкритої інформації має право на винагороду за використання її будь-яким способом.

15. Видача ліцензій на використання нерозкритої інформації може супроводжуватися передачею відповідної технічної документації.

16. Строк правової охорони нерозкритої інформації обумовлений строком зберігання її конфіденційності.

17. Розкриття сутності інформації може відбуватися її власником чи третьою особою. Способи розкриття — правомірні і неправомірні. Факт розкриття сутності інформації припиняє її захист.

18. Добросовісний набувач нерозкритої інформації має право на її використання в будь-який спосіб незалежно від попереднього володільця.

19. Спори з приводу використання нерозкритої інформації, виплати винагороди мають розглядатися тільки судом. Порушник має бути зобов'язаний відшкодувати завдані збитки. Їх відшкодування має бути передбачено в повному обсязі. Відшкодуванню має підлягати і моральна шкода.

Як свідчить викладене вище, батько і донька Підопригори досить вдало опрацювали основні засади правової охорони нерозкритої інформації. Оскільки їх вже не має у живих, то вже, напевно, ніколи і нікому не вдається довідатися про те, який суд вони мали на увазі, — державний чи третейський, — пишучи про виключно судовий порядок вирішення спорів з приводу використання нерозкритої інформації. Ми вважаємо, що такі спори можуть бути віднесені до компетенції всіх нині відомих судів — державного, третейського і міжнародного комерційного арбітражу.

Здається зрозумілим, що до суду слід звертатися тоді, коли сторонам спору не вдалося розв'язати його самостійно.

Абсолютна більшість положень даного параграфу повторює у більш опрацьованому вигляді положення глави 11 — ої книги О. О. Підпригори. «Законодавство України про інтелектуальну власність» харківського видавництва «Консум».

Як бачимо, у цій книзі автори ставлять знак рівності між визначеннями «нерозкрита інформація», «комерційна таємниця», «ноу-хау».

### **Святоцький О. Д. (1999 р.)**

Інтелектуальна власність в Україні: правові заходи та практика. Наук. — практ. вид. У. 4 т. / За заг. ред. Святоцького О. Д. — Т. 3: Промислова власність / Г. О. Андрощук, С. О. Довгий, В. С. Дроб'язко та ін.; За ред. В. П. Петрова, В. О. Жарова. — К.: Видавничий дім «ІН Юре», 1999. — 656 с.

У третьому томі цього чотиритомника міститься розділ III «Нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності». Розділ включає главу 3 «Правова охорона комерційної таємниці». Автора цієї глави, як і авторів інших глав чотиритомника, не зазначено.

Основними положеннями глави є наступне:

1. Згадується ст. 34 Конституції України, Закон України «Про державну таємницю», ст. 30 Закону України «Про інформацію», ст. 30 Закону України «Про підприємства в Україні», Постанова Кабінету Міністрів України від 09.08.1993 р. № 611, Закон України «Про банки і банківську діяльність», Закони України «Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про захист недобросовісної конкуренції».

2. Критерії визначення комерційної таємниці — включення (невключення) Урядом відповідної інформації до переліку відомостей, що не становлять комерційної таємниці.

3. Склад і обсяг комерційної таємниці визначає керівник підприємства. Комерційна таємниця — інформація з обмеженим доступом.

4. Перелічено форми збитків внаслідок розголошення комерційної таємниці.

5. Найпоширеніший метод захисту інформації — запровадження в установі (підприємстві) дозвільної системи допуску до комерційної таємниці.

**Андрощук Г. О., Крайнев П., Кавасс І. (2000 р.)**

Андрощук Г., Крайнев П., Кавасс І. Право интеллектуальной собственности: торговые аспекты, Научно-практ. издание. — К.: Издательский дом. «Ин Юре», 2000. — 164 с.

Книга складається з трьох глав:

Глава І. Охрана объектов интеллектуальной собственности в международной торговле.

Глава ІІ. Интеллектуальная собственность и ТРИПС.

Глава ІІІ. Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности.

Основний обсяг книги припадає саме на текст ТРИПС, — розпочинаючи зі сторінки 44 і закінчуючи 159-ю сторінкою включно.

Перші два розділи — коротенькі і мають вступний характер. На сторінці 12 — й зазначається, що ТРИПС передбачає охорону конфіденційної інформації.

На сторінці 19 — й викладено, що ТРИПС — одна з перших міжнародних угод, що обумовлює охорону комерційної таємниці. Названі критерії конфіденційності інформації:

— секретність;

— комерційна цінність, що обумовлена секретністю;

— вжиття заходів для збереження секретності.

Авторський матеріал про комерційну таємницю на тому і закінчується. Як можна здогадуватися, основна місія книги — це познакомити читача з російськомовним варіантом тексту Угоди ТРИПС.

**Андрощук Г. О., Крайнев П. П. (2000 р.)**

Андрощук Г. А., Крайнев П. П. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны. — К.: Издательский дом. «Ин Юре», 2000. — 400 с.

Книга містить 11 глав.

Глава І. Правовое регулирование защиты коммерческой тайны за рубежом.

Глава ІІ. Правовое регулирование защиты коммерческой тайны в Украине.

Глава ІІІ. Организационно-экономический аспект защиты коммерческой тайны.

Глава ІV. Организационно-экономические средства защиты коммерческой тайны.



*Глава V. Концептуальный подход к защите информации коммерческого объекта.*

*Глава VI. Организационные меры защиты.*

*Глава VII. Акустическое и телефонное подслушивание.*

*Глава VIII. Технические средства защиты информации.*

*Глава IX. Безопасность компьютерных систем.*

*Глава X. Криптографические средства защиты.*

*Глава XI. Аттестация специалистов по безопасности информации.*

У «Додатках» поміщено тексти 5 Законів України, один Указ Президента України, два урядових документи, а також зразки:

- опційного ліцензійного договору;
- договору про конфіденційність і нерозголошення інформації;
- примірний договір з передачі «ноу-хау»;
- положення, рекомендовані для внесення до статуту підприємства, колективних договорів, правил внутрішнього розпорядку, тощо.

У главі другій автори зазначили, що з правової точки зору комерційна таємниця є засобом захисту від недобросовісної конкуренції у рамках реалізації права на інтелектуальну власність.

Текст глави можна вважати науково-практичним коментарем до чинних на час написання книги нормативно-правових актів України.

Автори вважали, що об'єктивний бік злочину, передбаченого статтею 148-6 «Незаконний збір з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю з попереднього Кримінального кодексу України 1960 року складають дві групи дій злочинного суб'єкта:

- незаконний збір з метою використання відомостей, що становлять комерційну (банківську) таємницю;
- використання банківської таємниці.

Звернемо увагу не те, що автори вважають статтю такою, яка передусім стосується банківської сфери.

Суб'єктивний бік складу злочину за цією статтею становив прямий умисел. Суб'єктом складу злочину могли бути громадяни України, особи без громадянства або іноземці, які досягли 16-ти річного віку.

Об'єктивний бік розголошення комерційної таємниці — протиправне розголошення відомостей, що є комерційною таємницею. Ці автори підкреслювали, що додатковою умовою для кримінально-правової кваліфікації за статтею 148-7 мала бути велика матеріальна шкода, спричинена суб'єкту підприємницької діяльності внаслідок такого розголошення. Якщо розголошення коме-

рційної таємниці відбулося зі згоди її власника, то складу злочину не було.

Форми розголошення могли бути різними, починаючи від усної розмови і закінчуючи друкованою публікацією, і на кваліфікацію не впливали.

З суб'єктивного боку розголошення комерційної таємниці могло бути лише навмисним. Мотиви могли бути корисливими чи іншими особистими.

Суб'єктом складу злочину за статтею 148-7 були особи, яким комерційна таємниця відома у зв'язку з професійною або службовою діяльністю.

Притягнення до кримінальної відповідальності за статтями 148-6 і 148-7 належало до компетенції органів внутрішніх справ.

Андрощук Г. А. і Крайнев П. П. висловлювали думку про необхідність кримінально-правової регламентації і таких дій як незаконне привласнення комерційної таємниці, втрата носіїв комерційної таємниці, зловживання правом на комерційну таємницю. Виділяли два види цивільно-правового режиму охорони комерційної таємниці (договірні відносини і зобов'язання, що випливають з факту, який має юридичне значення, — спричинення шкоди). Зазначили, що методика розрахунку шкоди є проблемою, оскільки відповідного досвіду ще не накопичено.

Автори також проаналізували режим охорони комерційної таємниці, спираючись на норми трудового законодавства. Позитивно ставилися до дозвільної системи доступу до комерційної таємниці на підприємствах, організаціях і закладах.

Вважали неврегульованими або нечітко визначеними такі аспекти комерційної таємниці як право власності на неї, порядок засекречування відомостей, порядок її передачі, правовий статус учасників інформаційних відносин. Виступали за прийняття в Україні окремого закону про охорону прав на комерційну таємницю. Рекомендували використати положення Модельного закону з охорони прав з ноу-хау, створеного у Всесвітній організації інтелектуальної власності.

Автори не протиставляють ноу-хау комерційній таємниці. Очевидно, вважають ці поняття однозначними або ж розуміють ноу-хау як певну частину чи підвид комерційної таємниці.

Цю книгу Андрощука Г. А. і Крайнева П. П. можна вважати помітною віхою на шляху опрацювання в Україні питань правової охорони і захисту комерційної таємниці.

## **Дахно І. І. (2002 р., 2006 р.)**

Лекція IV. Правова охорона секретів виробництва (ноу-хау та шоу-хау)

§ 1. Україна

§ 2. США

Лекція VIII. Ліцензійне використання ноу-хау й шоу-хау

§ 1. Ліцензування секретів виробництва.

§ 2. Цехове право й секрети виробництва.

§ 3. Промислове шпигунство.

§ 4. Охорона секретів виробництва й антимонопольне законодавство у

Європейському Співтоваристві.

у книзі:

Дахно І.І. Право інтелектуальної власності: Навчальний посібник. — Київ: Либідь, 2002. — 200 с.

У цій книзі автор зазначив, що охорона секретів виробництва у незалежній Україні розпочалася практично з нуля. Наведено формулювання «ноу-хау» з «Інструкції про порядок роботи з продажу ліцензій та надання послуг типу інжиніринг», затвердженої наказом Держкомвинаходів Ради Міністрів СРСР від 16.01.1979 р. № 11. Пояснено, що поняття стосувалося тоді зовнішньоекономічної діяльності і не було розраховане на внутрішнє використання.

Згадано статтю 51 «Охорона секретів виробництва» з «Основ цивільного законодавства Союзу РСР і республік», ухвалених Верховною Радою СРСР 31 травня 1991 року. Наведено перелік відомостей, які не становлять комерційної таємниці відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 09.08.1993 р. № 611.

Процитовано ст. 147-6 і 148-7 попереднього Кримінального кодексу України, якими він поповнився відповідно до Закону України «Про внесення змін і доповнень до Кримінального, Кримінально-процесуальних кодексів України та Кодексу України «Про адміністративні правопорушення» від 25.01.1994 р. № XII.

Процитована також ст. 231 «Незаконне затримання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю» та ст. 232 «Розголошення комерційної таємниці» Кримінального кодексу України ухваленого Верховною Радою України від 05.04.2001 р.

Підкреслено, що у вітчизняному цивільному законодавстві ще не сформульовано поняття секретів виробництва, а кримінальний закон вже встановив за них відповідальність.

Книга була перевидана в іншому видавництві, що й зазначає-мо далі.

Дахно І. І. Право інтелектуальної власності: Навч. посібник: вид. 2-ге, перероб. і доп. — Київ.: Центр учбової літератури, 2006. — 278 с.

У розділі I міститься глава «Правова охорона секретів виробництва (ноу-хау та шоу-хау). Там Україні та США відведено по параграфу. У главі враховано зміни у зв'язку з ухваленням нового Цивільного кодексу України (глава 46 «Право інтелектуальної власності на комерційну таємницю»).

Що ж стосується матеріалу про охорону комерційної таємниці в США, то цей розділ змін не зазнав, порівнюючи з розділом книги І. І. Дахна «Право інтелектуальної власності» видавництва «Либідь» 2002 року.

Глава про ліцензійне використання ноу-хау та шоу-хау другого розділу книги випуску 2006 року повторює матеріал книги випуску 2002 року. У книзі, опублікованій 2006 року, з'явився новий розділ — «Міжнародна охорона інтелектуальної власності». Саме у цьому і полягає відмінність між книгами, опублікованими в 2002 та 2006 роках.

Глави книги нумерації не мають.

Книга видавництва «Либідь» була опублікована до ухвалення Верховною Радою України Цивільного та Господарського кодексів. Навчальний посібник видавництва «Центр навчальної літератури» 2006 р. з'явився вже після ухвалення та набрання чинності зазначеними двома Кодексами.

2008 року видавництво «Центр учбової літератури» мало намір намір перевидати книгу І. І. Дахна «Право інтелектуальної власності». У ній — багато нового матеріалу, але матеріал про комерційну таємницю залишився без мін.

### ***Дроб'язко В. С., Дроб'язко Р. В. (2004 р.)***

Глава 23 «Правова охорона комерційної таємниці» навчально-го посібника Дроб'язко В. С. і Дроб'язко Р. В. «Право інтелектуальної власності» (К.: Юрінком Інтер, 2004. — 512 с.) має таку структуру.

§ 1. Поняття й ознаки комерційної таємниці.

1.1. Поняття комерційної таємниці.

1.2. Види інформації, що не можуть становити комерційну таємницю.

- 1.3. Строк дії прав на комерційну таємницю.
- 1.4. Комерційна таємниця та дотримання формальностей.
- 1.5. Вимоги до комерційної таємниці.
- 1.6. Основи охорони комерційної таємниці.
- 1.7. Ознаки комерційної таємниці.

§ 2. Суб'єкт права на комерційну таємницю.

§ 3. Права на комерційну таємницю.

- 3.1. Суть права на комерційну таємницю.
- 3.2. Види майнових прав на комерційну таємницю.
- 3.3. Володілець майнових прав на комерційну таємницю.
- 3.4. Передавання права та інформації, що містить комерційну таємницю.
- 3.5. Збереження комерційної таємниці при припиненні договору.
- 3.6. Права роботодавця за відсутності трудового контракту з працівником.
- 3.7. Можливості та межі охорони комерційної таємниці за трудовим контрактом.
- 3.8. Припинення права на комерційну таємницю.

§ 4. Охорона прав на комерційну таємницю.

- 4.1. Правомірні способи одержання комерційної таємниці.
- 4.2. Неправомірні способи одержання комерційної таємниці.
- 4.3. Охорона комерційної таємниці суб'єктом підприємницької діяльності.
- 4.4. Охорона комерційної таємниці від третіх осіб.
- 4.5. Охорона комерційної таємниці органами державної влади.
- 4.6. Охорона комерційної таємниці від іноземних держав.
- 4.7. Захист прав володільців комерційної таємниці.

Ознайомлення з структурою, викладеною вище, свідчить, що автори охопили досить широке коло питань. Приємно, що навіть на початку відновленого ринкового розвитку економіки України у нас були фахівці, які знали, що таке комерційна таємниця та як її регулювати. Як побачимо далі, батько і син Дроб'язки комерційну таємницю розуміли широко, не лише як власне комерційну таємницю, але і як секрет виробництва, ноу-хау, нерозкрити інформацію.

На початку своєї 23-ї глави автори процитували визначення поняття «комерційна таємниця» згідно з 1 ст. 505 Цивільного кодексу України. Далі зазначили, що комерційна таємниця — вид інформаційного ресурсу. Вказано види інформації, що не можуть

становити комерційну таємницю. Тут слід було б зробити посилання на постанову Кабінету Міністрів України «Про перелік відомостей, що не складають комерційну таємницю» від 09.08.1993 р. № 611.

Основні положення глави:

1. Права на комерційну таємницю діють поки зберігається фактична монополія особи на конфіденційну інформацію, що лежить в основі комерційної таємниці.

2. Комерційна таємниця не потребує офіційного визнання її охороноспроможності, державної реєстрації, виконання інших формальностей, сплати держаних зборів чи мита.

3. Комерційна таємниця є інформацією, невідомою іншим особам, до інформації відсутній вільний досвід на законних підставах, а для її охорони вжито належних заходів.

4. Моральна основа охорони комерційної таємниці — біблійна заповідь: «Не кради», економічна основа — заохочення нововведень, політична — лобювання її охорони великим бізнесом. Зазначимо, що на Заході у значно більшій пошані ніж в Україні лозунг: «Не можна збирати врожай з того поля, яке не засіяв».

5. Комерційній таємниці поміж всіх об'єктів інтелектуальної власності найбільш властива універсальність, тобто нею може бути найрізноманітніша інформація.

6. Комерційна таємниця — лише та інформація, яка стосується підприємницької діяльності.

7. Суб'єктами права на комерційну таємницю можуть бути фізичні та юридичні особи, які правомірно визначили інформацію як комерційну таємницю.

8. Фізична особа, яка не є індивідуальним підприємцем, не може володіти комерційною таємницею.

9. Іноземні громадяни та іноземні юридичні особи володіють правами на комерційну таємницю на тих самих правах, що й українські громадяни та юридичні особи.

10. Володілець комерційної таємниці може її засекречувати, і вимагати щоб інші особи утримувалися від незаконних методів одержання цієї інформації.

11. Заявки на патент до моменту їх публікації можна розглядати як комерційну таємницю.

12. Правоволоділець комерційної таємниці може розкрити її публіці, якщо не порушує взятих ним зобов'язань перед контрагентами.

13. Ліцензії на комерційну таємницю можуть бути виключними і невиключними.

14. Права користування, володіння та розпорядження комерційною таємницею передаються у певному обсязі та режимі.

15. При припиненні договору або цивільно-правових відносин з підприємством, на якому працівник був допущений до комерційної таємниці, зобов'язання про її нерозголошення зберігаються впродовж строку, передбаченого договором.

16. Порушник за позовом володільця комерційної таємниці відшкодовує збитки.

17. У випадку відсутності зафіксованих зобов'язань між роботодавцем і працівником, від працівника можуть вимагати збереження конфіденційності з огляду на природу трудових відносин.

18. До охорони комерційної таємниці залучаються договори про нерозголошення та угоди про обмеження конкуруючої діяльності.

19. Право на комерційну таємницю припиняється з втратою фактичної монополії на неї та віднесенням державою відомостей до складу тих, які не є комерційною таємницею.

20. Правомірними способами одержання комерційної таємниці є незалежне відкриття, зворотний інжиніринг, добросовісне придбання.

21. Неправомірні способи заволодіння комерційною таємницею: промислове шпигунство, проникнення у приміщення, прослуховування засобів зв'язку, розпаковування кореспонденції тощо.

22. Охорона комерційної таємниці має бути частиною управління підприємством.

23. Необхідне підписання особливої угоди про збереження в секреті всіх відомостей, до яких потенційний експортер одержує доступ під час переговорів.

24. Технічні засоби і шифрування відіграють важливу роль у збереженні конфіденційності комерційної таємниці.

25. Захист прав на комерційну таємницю здійснюються у юрисдикційній і неюрисдикційній формах.

26. Може відбуватися самозахист порушених прав за умови, що він не перетворюється на самоправство.

27. Захист прав може бути адміністративно-правовим, цивільно-правовим, кримінально-правовим.

Аналіз викладених вище положень складає враження, що: «Ніхто не забутий і ніщо не забуто». Слід все ж таки було б дета-

льніше викласти положення за № 23. Потреба у певній деталізації випливає із ознайомлення з судовою практикою охорони комерційної таємниці у США. Там мали місце непоодинокі випадки, коли володільці комерційної таємниці спочатку необачно повідомляли її своїм потенційним контрагентам, а потім пропонували укласти з ними відповідні угоди про збереження конфіденційності. Ті відмовлялися це зробити. Виникали спори. З огляду на що слід дотримуватися простого правила, — спочатку слід укласти угоду про конфіденційність, а вже потім — розкривати комерційну таємницю.

Вважаємо, що дискусійним є і положення, позначене за № 8. Відомо, що фізична особа, яка не є підприємцем, може бути власником патенту на винахід і ліцензувати його бажаним скористатися запатентованим технічним рішенням.

Невірно відмовляти фізичній особі — непідприємцю у праві на володіння і використанні комерційної таємниці. Багато раціоналізаторських пропозицій і того, що за радянських часів називалося «організаційно-технічними заходами», підпадають під ознаки комерційної таємниці. Якщо позбавляти фізичну особу — непідприємця права на володіння і розпорядження комерційною таємницею, то це автоматично означає невизнання за нею права запропонувати інформацію тому, кому ця особа хоче. Адже неможливо поступатися правом, якого немає або надати більше, ніж особа має.

У літературі якось зустрічалася інформація про те, що кілька десятиліть тому одна англійська фірма закупила потужний за тих часів гідравлічний прес. Його, як належить, змонтували, але прес не працював. Запросили фахівця. Той приїхав. Звелів запустити прес. Він знову не працював. Фахівець попросив принести йому молоток. Прохання виконали. Фахівець підійшов до одного з циліндрів пресу і кілька разів вдарив по ньому. Прес запрацював. Зрадлиий власник фірми звернувся до фахівця із запитанням про ціну за таку послугу. Фахівець відповів — одна тисяча фунтів стерлінгів. Це — великі на ті часи гроші. Власнику сума здалася зavelикою і він попросив скласти кошторис. Фахівець записав, що 1 фунт стерлінгів — вартість білета на приміській залізниці, а 999 фунтів стерлінгів — за знання, де вдарити молотком.

### **Дахно І. І. (2004 р.)**

Тема 7. Секрети производства.

7.1. США.

7.1.1. Общие положения.



7.1.2. Коммерческие идеи.

7.2. Украина.

у книзі:

Дахно И. И. Право интеллектуальной собственности: Научно-справочное пособие. К.: ТП — ПРЕСС, 2004. — 224 с.

Тема 7. Секреты производства и коммерческие идеи.

7.1. США.

7.1.1. Общие положения.

7.1.2. Коммерческие идеи.

7.2. Украина.

у книзі:

Дахно И. И. Патентование и лицензирование: Учеб. пособие. — К.: МАУП, 2004. — 216 с.

Зазначений матеріал цих книг не є ідентичним, але дуже близький за змістом. Якщо у книгах І. І. Дахна, що публікувалися видавництвами «Либідь» і «Центр навчальної літератури», обсяги параграфів про Україну і США були приблизно рівними, то у цих книгах США відведено значно більше місця, ніж Україні. Автор врахував ту обставину, що американський досвід у сфері правової охорони і захисту комерційної таємниці ще недостатньо висвітлений у вітчизняній літературі. Певною компенсацією щодо України слугує підборка назв нормативних актів України з різних об'єктів інтелектуальної власності, що міститься наприкінці книги. Є там і рубрика про секрети виробництва. Нормативні акти подаються з усіма їх реквізитами. Зазначено джерела, де вони були опубліковані.

У темах сьомих книг видавництва МАУП та ТП ПРЕСС автор згадує:

— статті 16—19 гл. 4 «Неправомірний збір, розголошення і використання комерційної таємниці» Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06. 1996 р. № 236/96-ВР;

— гл. 46 «Право інтелектуальної власності на комерційну таємницю» Цивільного кодексу України від 16.01.2003 р.;

— ст. 162. «Господарського кодексу України» від 16.01.2003 р.

У цих двох книгах Дахно І. І. не вдався до аналізу положень Цивільного і Господарського кодексів, що стосується комерційної таємниці, залишаючи іншим фахівцям можливість виконати відповідний аналіз. Зосереджувався на американському досвіді у цій галузі.

### **Вачевський М. В. (2005 р.)**

Інтелектуальна власність: теорія і практика інноваційної діяльності: Підручник / За ред. проф. Вачевського М. В. — К.: ВД Професіонал, 2005. — 448 с.

Книга містить розділ 8 «Ліцензії, ноу-хау, інжиніринг». У розділі — 2 рубрики:

8.1. Види ліцензій та їх купівля і продаж.

8.2. Ноу-хау та інжиніринг як продукти діяльності.

У складі авторського колективу цієї книги — шість чоловік. Авторів конкретних розділів там не зазначено.

У першому розділі пояснюється термінологія з ліцензійної сфери. До речі, викликає сумніви твердження авторів, що для продажу ліцензій слід мати ліцензійний паспорт. Справді, такий документ був, але він був за радянських часів. Тоді підприємства та організації, які хотіли продати ліцензію, оформляли відповідний кількасторінковий документ, подавали його своєму міністерству, а воно — Держкомвинаходів СРСР. Там ухвалювалися рішення про продаж ліцензій.

У другій рубриці йдеться про те, як вчені та фахівці різних країн пояснювали значення терміну «ноу-хау». Стверджується, що досі в літературі виданій в Україні, відсутнє чітке визначення поняття «ноу-хау». Зазначалося, що у світовій практиці «ноу-хау» не завжди є комплексом знань і досвіду технічного характеру.

Якихось принципово нових положень цей розділ не містить.

### **Кузнєцов Ю. М. (2005 р.)**

Кузнєцов Ю. М. Патентознавство та авторське право: Підручник. — К.: Кондор, 2005. — 428 с.

У складі глави 11 «Охорона прав на раціоналізаторські пропозиції і науково-технічну інформацію» є такі рубрики:

11.4. Особливості конфіденційної (нерозкритої) інформації.

11.5. Заходи щодо збереження комерційної таємниці та конфіденційної інформації.

11.6. Оформлення і реєстрація «ноу-хау».

11.7. Реалізація «ноу-хау».

11.8. Приклади опису «ноу-хау».

До ряду основних положень зазначення вищих рубрик можна врахувати наступні.

1. Автор стверджує, що у діловій мові поняття «ноу-хау» вперше з'явилося 1943 року, а з 1953 року утвердилось в офіційних документах.

Наводить кілька визначень ноу-хау із зарубіжних джерел.

2. Вказує типові канали витоку відомостей, які містять комерційну таємницю.

3. Зазначає вітчизняну процедуру засвідчення нотаріусом факту подання документа, у якому зафіксовано «ноу-хау».

4. Описує процедуру реалізації «ноу-хау» (попереднє знайомство сторін, складання опційної угоди, укладання договору купівлі — продажу «ноу-хау»). Зазначене може становити певний практичний інтерес. Деякі місця у тексті є дискусійними.

### ***Мікульонок І. О. (2005 р.)***

Мікульонок І. О. Основи інтелектуальної власності: Нов.. посіб. — К.: ІВЦ «Видавництво Політехніка», Ліра-К, 2005. — 232 с.

У другому розділі «Загальні відомості про захист інтелектуальної власності» цієї книги міститься рубрика 2.2.10 «Комерційна таємниця». Обсяг рубрики — дещо більше, ніж одна сторінка. Сформульовано поняття «комерційна таємниця». Зазначено, що універсальність — одна із специфічних особливостей комерційної інформації. Вона зберігається впродовж необмеженого часу. Загалом згадано, що не може належати до комерційної таємниці.

### ***Капіца Ю. М. (2006 р.)***

§ 5.3. «Охорона комерційної таємниці» книги «Право інтелектуальної власності Європейського Союзу та законодавство України» за редакцією Капіци Ю. М.: кол. Авторів: Ю. М. Капіца, С. К. Ступак, В. П. Воробйов та ін. — К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. — 1104 с. має таку структуру:

Вступ.

**Міжнародно-правова охорона комерційної таємниці та ноу-хау.**

Паризька конвенція.

Угода ТРІПС

Угода про партнерство та співробітництво.

Угода Україною та ЄС про наукове і технологічне співробітництво.

## **Охорона комерційної таємниці та ноу-хау в державах— членах та ЄС.**

Європейська Спільнота  
Великобританія  
Швейцарія  
ФРГ  
Франція

## **Розвиток співробітництва щодо ноу-хау та комерційної таємниці.**

Ноу-хау  
Комерційна таємниця  
Конфіденційна інформація  
Нерозкрита інформація  
Інші види інформації з обмеженим доступом

## **Перспективи розвитку законодавства.**

Охорона комерційної таємниці та ноу-хау в ЄС та Україні.  
Охорона ноу-хау  
Комерційна таємниця  
Конфіденційна інформація  
Нерозкрита інформація  
Банківська та інші види таємниць  
Інформація про особу  
Напрями вдосконалення законодавства  
Висновки

Обсяг цього параграфу складає 33 сторінки збільшеного формату (60 × 84 / 8). У «Вступі» до цього параграфу зазначено, коли і де у законодавстві України були закріплені поняття «комерційна таємниця», «ноу-хау», «банківська таємниця», «конфіденційна інформація», «інформація про особу», «державна таємниця», «лікарська таємниця», «адвокатська таємниця», «професійна таємниця», «інформація в автоматизованих системах», «конфіденційна інформація, що є власністю держави», «нерозкрита інформація».

Зазначається, що введення у правовий обіг названих понять здійснювалося, в основному, з різних іноземних законодавчих джерел і без належної узгодженості між собою, аналізу судової практики. Прокоментовано основні положення Паризької конвенції про охорону промислової власності, Угоди ТРІПС та Угоди про партнерство і співробітництво між Україною і Євросоюзом.

Матеріал про Велику Британію, Швейцарію, ФРН і Францією містить найосновніші положення законодавства цих країн з комерційної таємниці.

Далі у параграфі йде мова про Регламенти ЄС № № 2349/84, 556/89, 240/96, 772/2004 та деякі інші нормативні акти.

У рубриці про охорону комерційної таємниці та ноу-хау в ЄС та Україні йдеться про основні положення нормативних актів України у цій сфері, недоліки і суперечності українського законодавства та прогноуються шляхи його удосконалення з урахуванням зарубіжного досвіду.

Перелічено засоби захисту прав власників комерційної таємниці.

Матеріал даної глави можна вважати найзагальнішим ознайомленням читача з чинними на той час нормативними актами України у сфері комерційної таємниці.

### ***Паладій М. В., Мироненко Н. М., Жаров В. О. (2006 р.)***

Право інтелектуальної власності: Науково-практичний коментар до Цивільного кодексу України / За заг. ред. Паладія М. В., Мироненко Н. М., Жарова В. О. — К.: Парламентське видавництво, 2006. — 432 с.

Ця публікація є науково-практичним коментарем до книги IV «Право інтелектуальної власності» Цивільного кодексу України, ухваленого Законом України від 16.01.2003 р. № 435-IV.

Глава 46 Цивільного кодексу стосується комерційної таємниці.

Основними думками авторів є наступні:

1. Об'єкт комерційної таємниці — інформація секретна (невідома та не легкодоступна для осіб, які звичайно мають справу з таким видом інформації, до якої вона належить), має комерційну цінність.

2. Комерційна таємниця тісно пов'язана з конкуренцією.

3. До комерційної таємниці докладаються зусилля із збереження її секретності із залученням організаційних, технічних, юридичних заходів.

4. Обсяг інформації не має значення для визнання її комерційною таємницею.

5. Для визнання інформації комерційною таємницею не має значення і форма її вираження.

6. Закони України не встановлюють жодних обмежень щодо складу відомостей, які можуть складати комерційну таємницю,

але законодавство України визначає певні межі щодо віднесення інформації до комерційної таємниці.

7. Комерційну таємницю слід відмежовувати від конфіденційної інформації. Це окремі види таємниці.

8. Ноу-хау і комерційна таємниця пов'язані з торговельною і підприємницькою діяльністю. Комерційна таємниця має охоронятися на самому підприємстві і її власник зобов'язаний вживати заходи щодо її захисту. Щодо ноу-хау збереження конфіденційності встановлюється у договорі за згодою сторін.

9. Відсутність вимоги абсолютної секретності — є спільною і для ноу-хау, і для комерційної таємниці.

10. Комерційна таємниця не може існувати поза підприємством, а ноу-хау — може. До ноу-хау не можна застосувати такий самий правовий режим, який встановлено для комерційної таємниці.

11. Цивільне законодавство не визначає розмір потенційної матеріальної вигоди, отриманої внаслідок використання комерційної таємниці.

12. Оцінка прав на комерційну таємницю має здійснюватися за правилами оцінки нематеріальних активів.

13. Комерційну таємницю можна використовувати лише з дозволу правласника або уповноваженої законом чи договором особи.

14. Правовласник має виключне право перешкоджати не лише неправомірному використанню комерційної таємниці, а й її розголошенню або збиранню.

15. Важко відокремити досвід і знання, отримані працівником у процесі його професійної діяльності на підприємстві, від незаконного розголошення конфіденційної інформації, права на яку належать колишньому роботодавцеві.

16. Суб'єктом майнового права інтелектуальної власності на комерційну таємницю може бути як фізична так і юридична особа, що здійснює господарську діяльність та має монопольне право на комерційну таємницю.

Правонаступники первинних суб'єктів є вторинними суб'єктами права інтелектуальної власності на комерційну таємницю.

17. Інформація, що становить комерційну таємницю, підлягає охороні органами державної влади від недобросовісного комерційного використання та розголошення.

18. Захист прав на комерційну таємницю здійснюється у судовому або адміністративному порядку. Захист прав на комерційну

таємницю відбувається відповідно до норм цивільного, адміністративного, господарського і кримінального права.

Позов про відшкодування збитків — найпоширеніший спосіб захисту прав на комерційну таємницю. Інші позови: про визнання права на комерційну таємницю, про заборону використання комерційної таємниці особою, яка неправомірно володіє нею.

19. Порушення прав на комерційну таємницю — акт недобросовісної конкуренції.

20. Законодавство не обмежує строк охорони комерційної таємниці. Строк чинності права інтелектуальної власності на комерційну таємницю обмежується лише строком існування сукупності ознак, притаманних комерційній таємниці.

Датою початку перебігу строку чинності права інтелектуальної власності на комерційну таємницю є дата її створення.

### **Капица Ю. М. (2007 р.)**

Книга «Очерки международного частного права» / Под. ред. проф. А. Довгерта. — Харьков: ООО «Одиссей», 2007. — 816 с. містить розділ V «Міжнародне право інтелектуальної власності». Структура цього розділу така:

Глава 15. Питання гармонізації законодавства України про охорону конфіденційної інформації з міжнародно-правовими нормами.

1. Вступ.
2. Комерційна таємниця.
3. Охорона ноу-хау.
4. Комерційна інформація.
5. Банківська та інші види таємниць.
6. Нерозкрита інформація.
7. Інформація про особу.
8. Напрями удосконалення законодавства.

Глава 16. Міжнародна охорона суміжних прав.

1. Поняття, причини виникнення і процес становлення міжнародної охорони суміжних прав.
2. Суб'єкти міжнародної охорони суміжних прав.
3. Принципи міжнародної охорони суміжних прав.
4. Подальше удосконалення міжнародної охорони суміжних прав.

Автором глави 15-ї є кандидат юридичних наук, директор Центру інтелектуальної власності і передачі технологій Націона-

льної академії наук України Капіца Ю. М. Главу 16 — у написав кандидат юридичних наук, доцент кафедри міжнародного приватного права Інституту міжнародних відносин Київського національного університету ім. Тараса Шевченка — Д. В. Сирота.

На наш погляд назва V розділу є занадто широкою, бо глави 15 і 16 стосуються лише конфіденційної інформації і суміжних прав. Більшість об'єктів промислової власності у розділі 15-у не розглядаються.

На початку 15 — і глави автор зазначає законодавчі акти України, які зафіксували поняття «комерційна таємниця», «ноу-хау», «банківська таємниця», «конфіденційна інформація», «інформація про особу», «державна таємниця», «лікарська таємниця», «адвокатська таємниця», «професійна таємниця», «інформація в автоматизованих системах», «конфіденційна інформація, що є власністю держави».

Капіца Ю. М. вказував, що запровадження у правовий обіг значених понять здійснювалося в Україні в основному з різних іноземних законодавчих джерел без належного узагальнення між собою. Практичне застосування цих понять виявило недосконалість вітчизняного законодавства як щодо видів таємниць, так і способів цивільно-правового і кримінально-правового захисту. Капіца Ю. М. вважав за потрібне переглянути законодавство України, що стосується різних видів таємниць і адаптувати його до положень права Євросоюзу та положень Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (TRIPs)

Те визначення комерційної таємниці, яке містила стаття 30 Закону України «Про підприємства в Україні» від 27.03.1991 р. № 887-XI, породжувало чимало запитань, на які не було відповідей. Особливу критику викликало положення про те, що керівник підприємства встановлював склад і обсяг відомостей про комерційну таємницю, та порядок їх захисту. Неврегульованим залишилося і питання про те, чи має працівник право розголошувати комерційну таємницю після свого звільнення з підприємства.

Автор нагадав основні положення «Єдиного акту про секрети виробництва» США 1979 р. (Uniform Trade Secret Act) та «Моделні положення про захист від недобросовісної конкуренції» 1996 р. (Model Provisions on Protection Against Unfair Competition), які підготувала Всесвітня організація інтелектуальної власності. Процитоване і визначення комерційної таємниці за Цивільним кодексом Російської Федерації. Зазначено вітчизняні цивільно-правові, кримінально-правові, адміністративно-правові санкції щодо порушників у сфері комерційної таємниці.



Слід погодитися з Капіцею Ю. М. у тому, що лінії розділу між комерційною таємницею і ноу-хау провести надзвичайно важко.

Автор зазначає, що ноу-хау і комерційна таємниця прийшли у право з торговельної і підприємницької практики. Комерційна таємниця більше пов'язувалася з конфіденційною інформацією, яка охоронялась на самому підприємстві. Ноу-хау було об'єктом торговельних угод з передачі конфіденційної інформації третім особам. За визначенням міжнародних організацій критерії секретності або незагальновідомості щодо ноу-хау не застосовуються.

У праві Євросоюзу критерій секретності означає, що ноу-хау не є загальновідомими і легко доступними. Окрім того, вони мають бути суттєвими і закріплюватися і відповідній формі.

Капіца Ю. М. поділяє точку зору Кузьміна Е. А., що комерційна таємниця не може існувати поза підприємством у той час як ноу-хау — може.

Отже, межу між комерційною інформацією і ноу-хау, як здається, встановлено, — немає підприємства (організації) — немає і комерційної таємниці. Це дещо нагадує Й. Сталіна про те, що: «Нет человека — нет проблем».

Оскільки у міжнародних і національних нормативно-правових актах з'явився термін «Нерозкрита інформація», то Капіца Ю. М. у шостому параграфі свого розділу аналізує цей термін за сьомим розділом Угоди TRIPS. Він пропонував запровадити і у законодавство України, поряд з іншими видами таємниць, ще й поняття «нерозкрита таємниця», або ж поширити критерії охорони нерозкритої інформації на всі види таємниць чи частину з них. Зазначав, що в економічно розвинених країнах нерозкриту інформацію розуміють як секрет виробництва. Вважав за неможливе одночасне існування у законодавстві країни понять «комерційна таємниця» та «нерозкрита інформація». Капіца Ю. М. закінчував свій шостий параграф твердженням, що поняття «нерозкрита інформація» не охоплює ноу-хау.

Капіца Ю. М. зазначав, що законодавством України не передбачена адміністративна і кримінальна відповідальність за розголошення ноу-хау. Інформація, що відображає ноу-хау і комерційну таємницю, може бути ідентичною. Достатньо щоб вона не була загальновідомою. Власник комерційної таємниці має вживати заходів щодо її охорони і не допускати посторонніх осіб до неї. Умови конфіденційності ноу-хау встановлюються надавачем (цедентом) і набувачем відповідно до угоди сторін.

**Коссаk В. М., Якубівський І. Є. (2007 р.)**

Коссаk В. М. Якубівський І. Є. Право інтелектуальної власності: Підручник. — К.: Істина, 2007. — 208 с.

Глава 15. «Право інтелектуальної власності на комерційну таємницю» цієї книги складається з таких структурних частин:

§ 1. Загальна характеристика інституту комерційної таємниці.

§ 2. Поняття та ознаки комерційної таємниці.

§ 3. Суб'єкти права інтелектуальної власності на комерційну таємницю.

§ 4. Майнові права на комерційну таємницю

Основні положення глави:

1. Закріплення комерційної таємниці як об'єкта права інтелектуальної власності — одна з новел Цивільного кодексу України 2003 року.

2. Комерційна таємниця — вид таємної інформації, водночас є і об'єктом інтелектуальної власності.

3. Комерційна таємниця — фактична монополія, оскільки особа вживає відповідних заходів щодо збереження секретності цієї інформації.

4. Комерційна таємниця використовується у сфері підприємництва.

5. Об'єкт комерційної таємниці — досить широке коло видів інформації.

6. Суб'єкт прав інтелектуальної власності на комерційну таємницю — особа, яка правомірно визначила інформацію комерційною таємницею.

7. Зміст права інтелектуальної власності на комерційну таємницю визначається через сукупність певних майнових прав.

8. Майнові права на комерційну таємницю можуть передаватися.

**Носік Ю. В. (2007 р.)**

Носік Ю.В. Право на комерційну таємницю в Україні. Монографія. — К.: КНТ, 2007. — 240 с.

Наводимо зміст книги.

ПЕРЕДМОВА..... 6

Розділ I. Генеза прав на комерційну таємницю в Україні..... 13

1.1. Розвиток категорії комерційної таємниці в цивілістичній доктрині ..... 13

1.2. Джерела правового регулювання відносин пов'язаних з комерційною таємницею.....	18
1.2.1. Правові акти про комерційну таємницю в дореволюційній Росії, СРСР та міжвоєнній Польщі.....	18
1.2.2. Відображення інституту комерційної таємниці в Україні.....	21
1.2.3. Українське законодавство про комерційну таємницю. Напрямки та тенденції розвитку.....	23
1.2.4. Новітнє законодавство України про комерційну таємницю ЦК і ГК України.....	31
1.2.5. Спеціальний закон про комерційну таємницю: pro et contra.....	36
1.2.6. Законопроекти щодо комерційної таємниці.....	38
1.2.7. Гармонізація права України в сфері комерційної таємниці відповідно до європейських стандартів.....	43
1.2.8. Міжнародно-правові акти про комерційну таємницю.....	
<i>Розділ 2. Характеристика цивільних правовідносин, пов'язаних з комерційною таємницею.....</i>	<i>55</i>
2.1. Поняття і ознаки комерційної таємниці як об'єкта цивільних прав.....	55
2.1.1. Поняття комерційної таємниці.....	55
2.1.2. Комерційна таємниця і ноу-хау.....	62
2.1.3. Ознаки комерційної таємниці. Загальні положення.....	64
2.1.4. Комерційна таємниця як інформація.....	66
2.1.5. Конфіденційність комерційної таємниці. Зворотній інжиніринг.....	78
2.1.6. Комерційна цінність інформації, що становить комерційну таємницю.....	86
2.1.7. Захищеність комерційної таємниці.....	90
2.2. Поняття, зміст і юридична природа прав на комерційну таємницю.....	99
2.2.1. Права на комерційну таємницю в об'єктивному і суб'єктивному розуміннях.....	99
2.2.2. Право власності на інформацію як передумова правової охорони комерційної таємниці.....	101
2.2.3. Суб'єктивні права на комерційну таємницю. Загальна характеристика.....	106
2.2.4. Проблема особистих немайнових прав на комерційну таємницю.....	107
2.2.5. Право на використання комерційної таємниці.....	110

2.2.6. Право дозволяти використання комерційної таємниці .....	113
2.2.7. Право перешкоджати неправомірному розголошенню, збиранню або використанню комерційної таємниці .....	125
2.2.8. Місце прав на комерційну таємницю в системі цивільних прав .....	128
2.3. Суб'єкти прав на комерційну таємницю .....	135
2.3.1. Загальна характеристика суб'єктів прав на комерційну таємницю .....	135
2.3.2. Суб'єкти прав на комерційну таємницю, набуту за трудовим і цивільними договорами .....	137
2.3.3. Суб'єкти публічного права як носії прав на комерційну таємницю .....	139
2.3.4. Суб'єкти господарювання як носії прав на комерційну таємницю .....	141
2.3.5. Іноземці, особи без громадянства та іноземні юридичні особи як суб'єкти права на комерційну таємницю в Україні .....	143
2.4. Підстави виникнення, зміни та припинення прав на комерційну таємницю .....	144
2.4.1. Підстави виникнення прав на комерційну таємницю .....	144
2.4.2. Підстави зміни прав на комерційну таємницю .....	150
2.4.3. Підстави припинення прав на комерційну таємницю .....	

<i>Розділ 3. Особливості реалізації та охорони суб'єктивних прав на комерційну таємницю .....</i>	<i>157</i>
3.1. Юридичні гарантії реалізації прав на комерційну таємницю .....	157
3.1.1. Гарантії реалізації прав на комерційну таємницю. Поняття і види .....	157
3.1.2. Конституційні гарантії реалізації прав на комерційну таємницю .....	159
3.1.3. Галузеві гарантії реалізації прав на комерційну таємницю .....	160
3.2. Правова охорона суб'єктивних прав на комерційну таємницю .....	171
3.2.1. Загальні положення про охорону прав на комерційну таємницю, розкриті органам влади. Зобов'язання ex lege ...	171
3.2.2. Охорона прав на комерційну таємницю в системі нотаріату .....	173

3.2.3. Охорона прав на комерційну таємницю в кримінальному процесі .....	175
3.2.4. Охорона прав на комерційну таємницю а адміністративному судочинстві .....	176
3.2.5. Охорона прав на комерційну таємницю в цивільному судочинстві .....	178
3.2.6. Охорона прав на комерційну таємницю в господарському судочинстві .....	179
ВИСНОВКИ .....	194
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	213

Як бачить читач, Носік Ю. В. охопив у своєму дослідженні досить широке коло питань.

Ознайомлення зі змістом даної книги вказує на те, що вона є актуальною для сьогодення України. Можна вважати достатньо вдалою структуру висвітлення матеріалу. Відчувається, що її автор доклав чималих зусиль до дослідження тих питань, які потрапили у поле його зору. Автор досить добре обізнаний з літературою про комерційну таємницю та суміжні з нею аспекти. Викладений матеріал свідчить і про те, що автор не обмежувався лише літературними джерелами. Міститься чимало цікавих речей, які не публікувалися, але про їх існування автор знає з живого спілкування з тими фахівцями, які причетні в Україні до проблем комерційної таємниці.

Дещо залишилося поза увагою автора. У поле його зору, зокрема, не потрапили публікації з комерційної таємниці Дахна І. І. у його книгах «Патентно-лицензионная работа», «Право інтелектуальної власності», «Право интеллектуальной собственности», «Антимонопольное право», «Патентование и лицензирование». Список використаних джерел не містить також книгу Андрощука Г. О. і Крайнева П. П. «Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны». Цю 400 — сторінкову книгу слід було б помітити. У ній чимало правничого матеріалу.

В цілому ж монографія Носіка Ю. В. справляє гарне враження і нашим фахівцям, як практикам, так і теоретикам, її слід знати.

## **Інші автори**

Книгами, що згадані вище, не вичерпується література України з комерційної таємниці. Як кажуть, — лід рушився. Перелік літератури, без сумніву, буде з кожним роком поповнюватися. На комерційну таємницю дивитимуться не лише з дзвіниць

інтелектуальної власності та недобросовісної конкуренції, але і з точки зору інформаційного права, адже врешті — решт комерційна таємниця — це інформація. Тим більше, що не вся інформація може бути об'єктом права інтелектуальної власності.

За кілька років ХХІ століття в Україні у сфері комерційної таємниці захищено кілька дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук:

— Радужний О. Е. «Кримінальна відповідальність за незаконне збирання, використання та розголошення відомостей, що становлять комерційну таємницю (аналіз складів злочинів)» (Харків, Національна юридична академія України ім. Я. Мудрого, 2002);

— Саєнко В. В. «Правове регулювання використання інсайдерської інформації на ринку цінних паперів» (Київ, Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2002 р.);

— Сляднева Г. О. «Право суб'єкта господарювання на комерційну таємницю та його захист» (Донецьк, Ін-т економіко-правових досліджень, 2005);

— Кулініч О. О. «Інформація з обмеженим доступом як об'єкт цивільних прав» (Київ, Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва Академії правових наук України, 2006);

— Носік Ю. В. «Права на комерційну таємницю в Україні (цивільно-правовий аспект)» (Київ, Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2006).

2001 року О. В. Кохановська опублікувала в Києві у Національній академії внутрішніх справ України монографію «Правове регулювання у сфері інформаційних відносин». Обсяг монографії — 212 сторінок.

Нікіфоров Г. К. та Нікіфоров С. С. 2001 року у київському видавництві «Олан» опублікували науково-практичний посібник «Підприємництво та правовий захист комерційної таємниці» обсягом 208 сторінок.

Б. А. Кормич у київському видавництві «Кондор» опублікував 2004 року навчальний посібник «Інформаційна безпека: організаційно-правові основи». Обсяг — 384 сторінки.

О. В. Кохановська 2006 року у Києві у видавничо-поліграфічному центрі «Київський університет» опублікувала монографію «Теоретичні проблеми інформаційних відносин у цивільному праві». Обсяг цієї монографії — 463 сторінки.

А. І. Марущак 2007 року опублікував курс лекцій «Правові засади захисту інформації з обмеженим доступом» (К.: КНТ. — 208 с.).

З питань комерційної таємниці публікації мають: Д. Баюра, В. Бонглаб, В. Брижко, А. Бежевец, М. Денчик, І. Диба, В. Домарев, В. Івашенко, С. Ільяшенко, Р. Калюжний, А. Коломієць, В. Костюк, О. Мережко, Т. Ніколаєва, В. Павловський, В. Постульга, О. Сергеева, О. Таранущенко, Л. Топалова, К. Шестоपालов, М. Швець, В. Цимбалюк та інші автори.



## ЛІТЕРАТУРА

Наприкінці зазначеної вище монографії Носіка Ю. В. «Права на комерційну таємницю в Україні» міститься перелік, що нараховує 330 джерел. Рекомендуємо цей перелік літератури взяти до уваги і користуватися ним.

Перелік літератури наприкінці книги Г.О, Андрошука і П. П. Крайнева «Экономическая безопасность предприятия» (К.: Видавничий дім «Ін Юр», 2000) групується за такими рубриками:

1. Література з розвідки і промислового шпигунства.
2. Література з інформаційного забезпечення.
3. Література з організаційно-технічних засобів захисту.
4. Література з ринкових відносин.
5. Література з технології.
6. Юридична література.
7. Література з безпеки комп'ютерних систем.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Недоліки визначення «комерційна таємниця», що міститься у статті 30 Закону України «Про підприємства в Україні» від 21.03.1991 р. № 887-ХІІ?
2. Чим комерційна таємниця схожа з точки зору Капіци Ю. М., з ноу-хау?
3. У чому за Капіцем Ю. М. полягає відміна між комерційною таємницею та ноу-хау?
4. Як розуміють ноу-хау у праві Євросоюзу?
5. Чи можна, на думку Капіци Ю. М., нерозкрити інформацію вважати поняттям, тотожним ноу-хау?
6. Як розуміли «нерозкрити інформацію» Підопригора О. А. та Підопригора О. О.?

7. Яку інформацію батько і син Дроб'язки зараховували до гатунку комерційної таємниці?
8. Чи співпадають погляди Підпригорів з поглядами Дроб'язків?
9. Чи можна до комерційної інформації зарахувати ту, яка невіддільна від особи?
10. Чи має значення обсяг інформації для визнання її комерційною таємницею?
11. Чи слід розмежовувати комерційну таємницю і комерційну інформацію?







## ЕВОЛЮЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ЗАКОНОДАВСТВА ПРО КОМЕРЦІЙНУ ТАЄМНИЦЮ

- 13.1. Законодавство СРСР про комерційну таємницю.  
13.2. Українське законодавство про комерційну таємницю.

### 13.1. ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ ПРО КОМЕРЦІЙНУ ТАЄМНИЦЮ

1986 року автор цих рядків став одним з переможців Всесвітнього конкурсу на кращий проект «Методики визначення народногосподарського значення винаходів». Про неї опублікував невеличку нотатку у московському журналі «Изобретатель и рационализатор». Невдовзі за місцем роботи (відділ патентно-ліцензійної роботи Інституту технічної теплофізики Академії наук УРСР, Київ) посилалися листи з проханням, а інколи — і вимогою, надіслати текст «Методики». У вимогах називалася постанова Ради Міністрів СРСР, яка зобов'язувала підприємства ділитися з іншими науково-технічною інформацією. Оскільки в 1986 році ксероксів в Києві ще не було, то автор цих рядків мав чималі проблеми щодо задоволення запитів на його «Методику». Отже, секрети виробництва класичній радянській економіці не були відомі. Тоді, як співалося у пісні, було: «Все вокруг колхозное, все вокруг — мое».

Перехід економіки СРСР на ринкові засади розвитку змусив запровадити охорону комерційної таємниці. Постановою Державного комітету з науки і техніки від 19 листопада 1987 року № 435 було затверджено «Положення про договори на створення (передачу) науково-технічної продукції». У цьому «Положенні» зазначалося, що істотною умовою договорів згаданого виду була умова про дотримання конфіденційності.

Наприкінці 80-их років почала складатися практика включення до трудових договорів умови про нерозголошення інформації найманими працівниками.

В ч. 1 ст. 3 «Об'єкти права власності» Закону СРСР «Про власність», ухваленого Верховною Радою СРСР 6 березня 1990 року, зазначалося:

«1. У власності можуть знаходитися земля, її надра, води, рослинний і тваринний світ, будинки, споруди, предмети матеріальної і духовної культури, гроші, цінні папери та інше майно». («Известия», 11 марта 1990 г.).

Жодної прямої згадки про секрети виробництва у цій статті не було.

Змовчала про секрет виробництва і стаття 2 «Законодавство Союзу РСР, союзних і автономних республік про власність».

У четвертій частині цієї статті було зафіксовано:

«4. Відносини зі створення і використання винаходів, відкриттів, творів науки, літератури, мистецтва та інших об'єктів інтелектуальної власності регулюються спеціальним законодавством Союзу РСР, союзних і автономних республік». Пряма згадка про секрети виробництва відсутня і тут.

З часу ухвалення цього закону минуло три місяці і радянський законодавець нарешті заговорив про секрети виробництва, назвавши їх «комерційною таємницею».

4 червня 1990 року Верховна Рада СРСР ухвалила Закон СРСР «Про підприємства в СРСР». Він містив статтю 33 «Комерційна таємниця».

Вона мала таке формулювання:

«1. Під комерційною таємницею підприємства розуміються всі відомості, що не є державним секретом, які пов'язані з виробництвом, технологічною інформацією, управлінням фінансами та іншою діяльністю підприємства, розголошення (передача, витік) яких може завдати шкоди його інтересам.

2. Склад і обсяг відомостей, що складають комерційну таємницю, порядок їх захисту визначається директором підприємства.

Види діяльності підприємств, відомості про які не можуть складати комерційної таємниці, визначаються Радою Міністрів СРСР з метою запобігання приховуванню підприємством відомостей про забруднення довкілля та іншої негативної інформації, здатної завдати шкоди суспільству». («Известия», 13 июня 1990 г.).

В «Основах» цивільного законодавства Союзу РСР і республік», ухвалених 31 травня 1991 року, стаття 151 «Охорона секретів виробництва» була сформульована так:

«Володілець технічної, організаційної або комерційної інформації, що складає секрет виробництва (ноу-хау), має право на захист від незаконного використання цієї інформації третіми особами за умови, що:

1) ця інформація має дійсну або потенційну комерційну цінність в силу невідомості її третім особам;

2) до цієї інформації немає вільного доступу на законній підставі;

3) володілець інформації вживає належних заходів до охорони її конфіденційності.

Термін охорони ноу-хау обмежується часом дії названих умов.

Особа, яка незаконно використовує ноу-хау, що належить іншій особі, зобов'язана відшкодувати їй збитки. Особа, яка самостійно і добросовісно отримала таку інформацію, має право використовувати її без жодних обмежень» («Известия», 26 июня 1991 г.).

Зазначимо, що «Основи цивільного законодавства» радянський парламент ухвалив у першу половину робочого дня 31 травня 1991 року, Головою Верховної Ради СРСР був тоді доктор юридичних наук Анатолій Лук'янов.

У поезії він виступав під псевдонімом Осенєв. Відомо, що в Україні пристрасть до поезії була у Голови Верховної Ради України другого та п'ятого скликань Олександра Олександровича Мороза.

Після невдалого путчу, що розпочався на свято Спаса 1991 р., А. Лук'янов згодом потрапив до московської в'язниці «Матросская тишина».

О. Морозу повезло більше. В Україні не лише «не той тепер Миргород, Хорол — річка — не та», але немає й такої комфортабельної в'язниці.

Якби Радянський Союз не розпався, то союзні республіки, спираючись на зазначені «Основи цивільного законодавства», ухвалили б цивільні кодекси, які б були схожими між собою як інкубаторські курчатка. Радянський Союз, як відомо, розпався. «Основи» не набрали чинності і їх в Україні мало хто знає. У Росії «Основам» повезло дещо більше, — вони певний час використовувалися як тимчасовий Цивільний кодекс. Російська юридична громадськість ці «Основи» знає краще. Для Росії «Основи» — не лише теоретичний, а й практичний документ.

За новітніх часів вітчизняне розуміння секретів виробництва (комерційної таємниці) за своє джерело має статтю сто п'ятдесят першу «Основ».

## 13.2. УКРАЇНСЬКЕ ЗАКОНОДАВСТВО ПРО КОМЕРЦІЙНУ ТАЄМНИЦЮ

Почнемо знайомство з ним з радянських часів.

У статті 30 «Комерційна таємниця підприємства» Закону України «Про підприємства в Україні» від 27.03.1991 р. 887-ХІІ було задекларовано:

«1. Під комерційною таємницею маються на увазі відомості, пов'язані з виробництвом, технологічною інформацією, управлінням, фінансами та іншою діяльністю підприємства, що не є державною таємницею, розголошення (передача, витік) яких може завдати шкоди його інтересам.

2. Склад і обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, порядок їх захисту визначаються керівником підприємства. Відомості, які не можуть становити комерційної таємниці, визначаються Кабінетом Міністрів України.

3. Відповідальність за розголошення відомостей, які становлять комерційну таємницю підприємства, і порядок охорони таких відомостей встановлюються законодавчими актами України».

На українському законі відчувається вплив союзного, що й зрозуміло. Як співалося у пісні: «Ничто на земле не проходит бесследно».

Автор цих рядків, який впродовж січня 1993 р. — квітня 1994 р. був начальником Управління міжнародних зв'язків Антимонопольного комітету України, вже якось висловлював точку зору про те, що Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» від 18 лютого 1992 р. № 2132-ХІІ був потрібний декому передусім для створення Антимонопольного комітету. Краще якби АМКУ назвали Міністерством економічної конкуренції.

У Законі до недобросовісної конкуренції зараховувалося отримання, використання, розголошення комерційної таємниці з метою заподіяння шкоди діловій репутації або майну іншого підприємця. Закон встановлював повне відшкодування збитків, заподіяних недобросовісною конкуренцією, а також збитків, заподіяних Антимонопольним комітетом внаслідок розголошення комерційної інформації, отриманої в ході своєї діяльності.

Для цього Закону були запозичені окремі положення із союзного закону. У союзному законі, щоправда, не йшлося про недобросовісну конкуренцію. Союзний закон боровся виключно з монополіями. У Додатках до книги І. І. Дахна «Антимонопо-

льне право» (К.: Четверта хвиля, 1998) міститься виконаний автором переклад Закону СРСР «Про обмеження монополістичної діяльності в СРСР» від 10 липня 1991 р. Переклад виконувався за текстом, опублікованим у газеті «Известия» 26 липня 1991 р.

Із Закону України від 18.02.1992 р. Законом України від 03.03.1998 р. № 154/98-ВР норми про комерційну таємницю було вилучено. Помістили бланкетне відсилання на Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 7 липня 1996 р. № 1996 р. № 236/96-ВР.

2 жовтня 1992 р. Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про інформацію» № 2657-ХІІ. Містив 54 статті, що групувалися у шість розділів:

*Розділ I. Загальні положення*

*Розділ II. Інформаційна діяльність*

*Розділ III. Сфери, види, джерела інформації та режим доступу до неї*

*Розділ VI. Учасники інформаційних відносин, їх права та обов'язки*

*Розділ V. Охорона інформації. Відповідальність за порушення законодавства про інформацію*

*Розділ VI. Міжнародна інформаційна діяльність. Співробітництво з іншими державами, зарубіжними і міжнародними організаціями у сфері інформації.*

Закон не містив на своєму початку визначень понять. Поняття були розкидані по всьому тексту Закону. Деякі з них були сформульовані як дефініції, інші — як набір ознак.

Закон оперував такими поняттями:

інформація (ст. 1), основні принципи інформаційних відносин (ст. 5), державна інформаційна політика (ст. 6), суб'єкти інформаційних відносин (ст. 7), об'єкти інформаційних відносин (ст. 8), інформаційна діяльність (ст. 12), основні види інформаційної діяльності (ст. 14), зберігання інформації (ст. 18), статистична інформація (ст. 19), масова інформація (ст. 20), друковані засоби масової інформації (ст. 20), аудіовізуальні засоби масової інформації (ст. 20), інформація державних органів і органів місцевого і регіонального самоврядування (ст. 21), основні джерела інформації державних органів і органів місцевого і регіонального самоврядування (ст. 21), правова інформація (ст. 22), джерела правової інформації (ст. 22), інформація про особу (ст. 23), основні дані про особу (персональні дані) (ст. 23), джерела документованої інформації про особу (ст. 23), інформація довідково-

енциклопедичного характеру (ст. 24), соціологічна інформація (ст. 24), джерела інформації (ст. 25), документ в інформаційних відносинах (ст. 27), первинний документ (ст. 27), режим доступу до інформації (ст. 28), конфіденційна інформація (ст. 30), секретна інформація (ст. 30), інформаційний запит (ст. 32), право власності на інформацію (ст. 38), підстави виникнення права власності на інформацію (ст. 38), інформаційна продукція (ст. 40), інформаційна послуга (ст. 41), учасники інформаційних відносин (ст. 42), міжнародна інформаційна діяльність (ст. 50), основа інформаційного суверенітету України (ст. 53), інформаційні ресурси України (ст. 53).

За нашими підрахунками Закон містив 42 терміни. Прочитуємо лише два з-поміж них:

На початку ст. 30 зазначається, що інформація з обмеженим доступом за своїм правовим режимом поділяється на конфіденційну і секретну.

Конфіденційна інформація — це відомості, що знаходяться у володінні, використанні або розпорядженні окремих фізичних або юридичних осіб і поширюються за їх бажанням відповідно до передбачених ними умов.

До секретної інформації належить інформація, що становить державну або іншу передбачену законом таємницю, розголошення якої завдає шкоди особі, суспільству і державі.

У частинах третій і четвертій ст. 30 зазначалося: «Громадяни, юридичні особи, які володіють інформацією професійного, ділового, виробничого, банківського, комерційного та іншого характеру, що одержана за власні кошти або є предметом їх професійного, ділового, виробничого, банківського, комерційного або іншого інтересу і не порушує передбаченої законом таємниці, самостійно визначають режим доступу до неї, включаючи належність її до категорії конфіденційної, та встановлюють для неї систему (способи) захисту.

Виняток становить інформація комерційного і банківського характеру, а також інформація, правовий режим якої встановлено Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України (з питань статистики, екології, банківських операцій, податків тощо) та інформація, приховування якої становить загрозу життю і здоров'ю людей».

25 червня 1993 р. Верховна Рада України ухвалила Закон України № 3322-ХІІ «Про науково-технічну інформацію». Він мав таку структуру:

## ***Розділ I***

### **Загальні положення**

*Стаття 1.* Визначення термінів

*Стаття 2.* Об'єкт відносин у сфері науково-технічної інформації

*Стаття 3.* Суб'єкт відносин у сфері науково-технічної інформації

*Стаття 4.* Законодавство України у сфері науково-технічної інформації

## ***Розділ II***

### **Правовий режим науково-технічної інформації**

*Стаття 5.* Право на науково-технічну інформацію

*Стаття 6.* Право власності на науково-технічну інформацію

*Стаття 7.* Відносини між власниками науково-технічної інформації, її споживачами і посередниками.

## ***Розділ III***

### **Національна система науково-технічної інформації**

*Стаття 8.* Визначення та склад національної системи науково-технічної інформації

*Стаття 9.* Основні завдання національної системи науково-технічної інформації

*Стаття 10.* Інформаційні ресурси національної системи науково-технічної інформації

*Стаття 11.* Державна реєстрація, обмін і використання результатів науково-технічної діяльності

*Стаття 12.* Організація надходження та використання зарубіжної науково-технічної інформації

## ***Розділ IV***

### **Ринок науково-технічної інформації**

*Стаття 13.* Науково-технічна інформація як об'єкт товарних відносин

*Стаття 14.* Формування ринку науково-технічної інформації

*Стаття 15.* Умови надання інформаційної продукції та послуг

*Стаття 16.* Відносини виробників і споживачів науково-технічної інформації

## **Розділ V**

### **Державна політика в сфері науково-технічної інформації**

*Стаття 17.* Державна підтримка науково-технічної діяльності

*Стаття 18.* Державне управління у сфері науково-технічної інформації

*Стаття 19.* Відповідальність за порушення законодавства України про науково-технічну інформацію

*Стаття 20.* Міжнародна інформаційна діяльність

*Стаття 21.* Міждержавний обмін науково-технічною інформацією

*Стаття 22.* Діяльність іноземних фізичних та юридичних осіб в Україні у сфері науково-технічної інформації

*Стаття 23.* Забезпечення суверенітету України у сфері науково-технічної інформації.

Стаття 1 Закону містила визначення термінів: науково-технічна інформація, науково-інформаційна діяльність, інформаційні ресурси науково-технічної інформації, довідково-інформаційний фонд, довідково-пошуковий апарат, інформаційні ресурси спільного користування, аналітико-синтетична обробка науково-технічної інформації, інформаційний ринок.

Як бачимо, у назві жодної зі статей не зустрічається поняття «комерційна таємниця». Це поняття як таке лише згадується у статтях 10 і 15. В обох випадках йшлося про необхідність охорони прав на комерційну таємницю, але не було зазначено, що охороняти і як саме охороняти.

Науково-технічна інформація визнавалася об'єктом права власності (ст. 6). Вона охоплювала результати науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності, зафіксовані у формі, яка забезпечує їх відтворення, використання та поширення (ст. 2).

Науково-технічна інформація, що є продуктом інтелектуальної творчої праці, становить об'єкт права інтелектуальної власності (ст. 2).

У ст. 5 Закону науково-технічна інформація поділялася на відкриту науково-технічну інформацію та інформацію з обмеженим доступом:

На відкриту науково-технічну інформацію мають право усі громадяни України, юридичні особи, державні органи, органи місцевого і регіонального самоврядування. Право передбачало можливість вільного її одержання, зберігання, використання і поширення.

Підставами виникнення права власності Закон (ст. 6) вважав:

— створення науково-технічної інформації своїми силами і за свій рахунок;



— виконання договору про створення науково-технічної інформації;

— виконання будь-якого договору, що містить умови переходу права власності на інформацію до іншої особи.

Якщо інформація спільно створювалася кількома громадянами або юридичними особами, то право власності на неї визначалося договором, укладеним між творцями цієї інформації (ст. 6).

У разі створення науково-технічної інформації за рахунок коштів державного бюджету, право власності на інформацію визначалося державою як прийняттям загальних положень, так і встановленням форм договорів між фінансуючим державним органом і виконавцем робіт зі створення науково-технічної інформації (ст. 6).

Ст. 6 також передбачала, що науково-технічна інформація, яка є об'єктом приватної або інших форм власності, може переходити у державну власність у разі передачі її до відповідних державних банків даних, фондів або архівів на договірній основі. Інформація могла передаватися на зберігання або використання без передачі прав власності в повному обсязі.

На споживача науково-технічної інформації статтею 7-ою покладалася відповідальність за дотримання прав власника цієї інформації. Він не мав права передавати одержану науково-технічну інформацію третій особі, якщо це не було обумовлено договором між власником і споживачем науково-технічної інформації.

Законом України «Про внесення змін і доповнень до Кримінального, Кримінально-процесуального кодексів України та Кодексу України про адміністративні правопорушення» від 28.01.1994 р. № 3888-XII Кримінальний кодекс України було, зокрема, доповнено статтями 148(6) та 148(7).

У статті 148(6) «Незаконне збирання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю» зазначалося:

«Незаконне збирання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю (підприємницьке шпигунство), якщо це завдало великої матеріальної шкоди суб'єкту підприємницької діяльності, — карається позбавленням волі на строк до трьох років або штрафом від трьохсот до п'ятисот мінімальних розмірів заробітної плати».

Стаття 148(7) «Розголошення комерційної таємниці» формулювалася так:

«Умисне розголошення комерційної таємниці без згоди її власника особою, якій ця таємниця відома у зв'язку з професійною

чи службовою діяльністю, якщо воно вчинене з корисливих або інших мотивів і завдало великої шкоди суб'єкту підприємницької діяльності, — карається позбавленням волі на строк до двох років або виправними роботами на строк до двох років, або позбавленням права займати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років, або штрафом до п'ятидесяти мінімальних розмірів заробітної плати».

Слід також згадати «Угоду між Україною і Сполученими Штатами Америки про співробітництво в дослідженні і використанні космічного простору в мирних цілях». Дата підписання: 22.11.1994. Ратифіковано Законом України від 5.05.1996 р. № 165/96-ВР. Дата набрання чинності для України: 17.05.1996. Реєстраційний код 41790/2007.

(Офіційний вісник України, 2007, № 96).

У Додатку 1 «Інтелектуальна власність» цієї Угоди є рубрика III «Ділова конфіденційна інформація». Там зафіксовано: «У тому випадку, коли у рамках даної Угоди створюється або надається інформація, яка своєчасно ідентифікується як ділова та конфіденційна, кожна Сторона та її учасники мають захищати таку інформацію відповідно до чинних законів, постанов і адміністративної практики. Інформація може бути ідентифікована «діловою та конфіденційною», якщо особа, яка володіє цією інформацією, може одержати від неї економічну вигоду або отримати конкурентну перевагу перед тими, хто нею не володіє, якщо ця інформація не є загальновідомою або загальнодоступною з інших джерел, та якщо особа, яка володіє цією інформацією, не робила її доступною без накладання своєчасно зобов'язань по її конфіденційності».

5 квітня 2001 р. Верховна Рада України своїм Законом № 2341-III ухвалила Кримінальний кодекс України. Дві його статті стосуються комерційної таємниці.

**Стаття 231** «Незаконне збирання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю» була викладена так:

«Умисні дії, спрямовані на отримання відомостей, що складають комерційну таємницю, з метою розголошення чи іншого використання цих відомостей (комерційне шпигунство), а також незаконне використання таких відомостей, якщо це спричинило істотну шкоду суб'єкту господарської діяльності, — караються штрафом від двохсот до тисячі неоподатковуваних мінімумів до-

ходів громадян або обмеженням волі на строк до п'яти років, або позбавленням волі на строк до трьох років».

У *статті 232* «Розголошення комерційної таємниці» зафіксовано:

«Умисне розголошення комерційної таємниці без згоди її власника особою, якій ця таємниця відома у зв'язку з професійною або службовою діяльністю, якщо воно вчинене з корисливих чи інших особистих мотивів і завдало істотної шкоди суб'єкту господарської діяльності, — карається штрафом від двохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років, або виправними роботами на строк до двох років, або позбавленням волі на той самий строк».

Законом України «Про внесення змін і доповнень до Кримінального, Кримінально-процесуального кодексів України та Кодексу України про адміністративні правопорушення» від 28.01.1994 р. № 3888-ХІІ Кодекс України про адміністративні правопорушення було доповнено статтею 164-3 «Недобросовісна конкуренція». Частина третя цієї статті була сформульована так: «Отримання, використання, розголошення комерційної таємниці, а також конфіденційної інформації з метою заподіяння шкоди діловій репутації або майну іншого підприємця — тягне за собою накладення штрафу від десяти до двадцяти мінімальних розмірів заробітної плати».

Протоколи про адміністративні правопорушення за зазначеною вище статтею мали право складати посадовці органів Антимонопольного комітету України. Справи про правопорушення розглядали суди.

Антимонопольний комітет України такий порядок не влаштував. АМКУ вносив пропозиції, щоб він мав право не лише складати протоколи, а й розглядати справи по суті.

У Конституції України, ухваленій п'ятою сесією Верховної Ради України другого скликання 28 червня 1996 року, про секрет виробництва (конфіденційну ділову інформацію) мова взагалі не йшла. Її статті 31, 32, 34 стосувалися свободи слова, статті 41, 42 — власності і підприємницької діяльності, а ст. 54 — свободи літературної, художньої, наукової і технічної творчості.

7 липня 1996 р. Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» № 236/96-ВР.

Він містив главу 4 «Неправомірне зберігання, розголошення та використання комерційної таємниці». Глава складалася з 4 статей такого захисту.

**«Стаття 16 «Неправомірне зберігання комерційної таємниці»».**

Неправомірним зберіганням комерційної таємниці вважається добування протиправним способом відомостей, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, якщо це завдало чи могло завдати шкоди господарюючому суб'єкту (підприємцю).

**Стаття 17 «Розголошення комерційної таємниці»»**

Розголошенням комерційної таємниці є ознайомлення іншої особи без згоди особи, уповноваженої на те, з відомостями, що відповідно до чинного законодавства України становлять комерційну таємницю, особою, якій ці відомості були довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням службових обов'язків, якщо це завдало чи могло завдати шкоди господарюючому суб'єкту (підприємцю).

**Стаття 18 «Схилення до розголошення комерційної таємниці»»**

Схиленням до розголошення комерційної таємниці є спонукання особи, якій були довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням службових обов'язків відомості, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, до розкриття цих відомостей, якщо це завдало чи могло завдати шкоди господарюючому суб'єкту (підприємцю).

**Стаття 19 «Неправомірне використання комерційної таємниці»».**

Неправомірним використанням комерційної таємниці є впровадження у виробництво або врахування під час планування чи здійснення підприємницької діяльності без дозволу уповноваженої на те особи неправомірно здобутих відомостей, що становлять відповідно до законодавства України комерційну таємницю».

За недобросовісну конкуренцію Закон у зв'язку з комерційною таємницею, передбачав:

— накладання штрафів на господарюючих суб'єктів — юридичних осіб та їх об'єднання — у розмірі трьох відсотків виручки від реалізованих товарів, робіт, послуг господарюючого суб'єкта

за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф; якщо виручка була відсутня або ж її обчислення неможливе, то штраф становив до п'яти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 21);

— накладання штрафу на юридичних осіб, їх об'єднання та об'єднання громадян, що не є господарюючими суб'єктами у розмірі до двох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 22);

— адміністративну відповідальність громадян (ст. 23 поширювалася на громадян-підприємців; конкретні санкції стаття не містила; вказувала на адміністративні стягнення згідно із законодавством);

— відшкодування збитків (за позовами заінтересованих осіб відповідно до цивільного законодавства України, ст. 24).

Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 р. № 2210-III прямим чином комерційної таємниці не стосувався. Поміж кількох понять у його статті першій було і поняття «інформація», але то малися на увазі відомості, що не подаються, подаються або подаються у спотвореному вигляді Антимонопольному комітету України.

Цей Закон складається з двох блоків. Розділи II—VI (34 статті) містять матеріально-правові норми про економічну конкуренцію, а розділи VII—X (29 статей) стосуються процесуально-правових аспектів розгляду порушень законодавства про захист економічної конкуренції.

Розділ X «Прикінцеві положення» містив кілька пунктів, які узгоджували ухвалений Закон з чинним раніше законодавством.

**Глава 46** «Право інтелектуальної власності на комерційну таємницю» Цивільного кодексу України, ухваленого Законом України від 16 січня 2003 р. № 435-IV, містить 4 статті.

**«Стаття 505** «Поняття комерційної таємниці»

1. Комерційною таємницею є інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невід'ємною та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з чим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію.

2. Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці.

**Стаття 506.** «Майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю».

1. Майновими правами інтелектуальної власності на комерційну таємницю є:

- 1) право на використання комерційної таємниці;
- 2) виключне право дозволяти використання комерційної таємниці;
- 3) виключне право перешкоджати неправомірному розголошенню або використанню комерційної таємниці;
- 4) інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

2. Майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю належать особі, яка правомірно визначила інформацію комерційною таємницею, якщо інше не встановлено договором.

**Стаття 507.** «Охорона комерційної таємниці органами державної влади»

1. Органи державної влади зобов'язані охороняти від недобросовісного комерційного використання інформації, яка є комерційною таємницею та створення якої потребує значних зусиль і яка надана їм з метою отримання встановленого законом дозволу на діяльність, пов'язану з фармацевтичними, сільськогосподарськими та хімічними продуктами, що містять нові хімічні сполуки. Ця інформація охороняється органами державної влади також від розголошення, крім випадків, коли розголошення необхідне для забезпечення захисту населення або не вжито заходів щодо її охорони від недобросовісного комерційного використання.

2. Органи державної влади зобов'язані охороняти комерційну таємницю також в інших випадках, передбачених законом.

**Стаття 508.** «Строк чинності права інтелектуальної власності на комерційну таємницю».

1. Строк чинності права інтелектуальної власності на комерційну таємницю обмежується строком існування сукупності ознак комерційної таємниці, встановлених частиною першою статті 505 цього Кодексу.

Можна стверджувати, що у правничому менталітеті українського законодавця домінував погляд на комерційну таємницю як

на об'єкт права інтелектуальної власності. Вказані вище статті 505—508 містяться саме в книзі четвертій Цивільного кодексу.

Вважаємо, що не всю комерційну таємницю можна охопити правом інтелектуальної власності. Не слід забувати і про зобов'язальне право, тобто про книгу п'яту Цивільного кодексу. Поки ж що про комерційну таємницю згадана книга мовчить.

Переводимо погляд на наступний кодекс.

**У статті 162** «Правомірності суб'єктів господарювання щодо комерційної таємниці» Господарського кодексу України, ухваленого Законом України від 16 січня 2003 року № 436-IV, зафіксовано:

«1. Суб'єкт господарювання, що є володільцем технічної, організаційної або іншої комерційної інформації, має право на захист від незаконного використання цієї інформації третіми особами, за умов, що ця інформація має комерційну цінність у зв'язку з тим, що вона невідома третім особам і до неї немає вільного доступу інших осіб на законних підставах, а володільець інформації вживає належних заходів до охорони її конфіденційності.

2. Строк правової охорони комерційної таємниці обмежується часом дії сукупності визначених у частині першій цієї статті умов.

3. Особа, яка протиправно використовує комерційну інформацію, що належить суб'єкту господарювання, зобов'язана відшкодувати завдані йому такими діями збитки відповідно до закону. Особа, яка самостійно і добросовісно одержала інформацію, що є комерційною таємницею, має право використовувати цю інформацію на свій розсуд.

4. До відносин, пов'язаних з комерційною таємницею, не врегульованих цим Кодексом, застосовуються відповідні положення Цивільного кодексу України та інших законів.»

Приписи Законів України «Про підприємства в Україні» від 27.03.1991 р. — XII та «Про інформацію» від 02.10.1992 р. № 2657- XII були поширені на:

— суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. 959-XII);

— учасників господарських товариств (Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 р. № 1576-XII);

— членів товарних бірж (Закон України «Про товарну біржу» від 10.12.1991 р. № 1956-XII);

— учасників переговорних процесів щодо укладення колективних трудових договорів (Закон України «Про колективні договори й угоди» від 01.07.1993 р. № 3356-XII);

- концесійні договори (Закон України «Про концесії» від 16.07.1999 р. № 997-XIV);
- договори страхування (Закон України «Про страхування») від 07.08.1996 р. № 85/96-ВР);
- договори на виконання робіт зі створення об'єктів архітектури (Закон України «Про архітектурну діяльність» від 20.05.1999 р. № 687-XIV).

Обмеження щодо застосування режиму комерційної таємниці встановлювалися у:

- Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1991 р. № 996-XIV (фінансова звітність підприємства — не є комерційною таємницею, окрім передбачених законодавством випадків);
- Законі України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 р. № 2343-XIII (в редакції від 30.06.1999) (фінансове становище банкрута не є конфіденційною інформацією і не становить комерційної таємниці).

Положення про доступ органів влади до комерційної таємниці фіксувалися зокрема у:

- Законі України «Про податкову службу в Україні» від 04.12.1990 р. № 509-XIII;
- Законі України «Про міліцію» від 20.12.1990 р. № 565-XII;
- Законі України «Про Службу безпеки України» від 25.03.1992 р. № 2229-XII;
- Арбітражному процесуальному кодексі України від 06.11.1991 р. № 1798-XII (у редакції Закону України від 21.06.2001 р. № 2539-XII);
- Законі України «Про прокуратуру» від 05.11.1991 р. № 1789-XII.;
- Указі Президента України «Про Положення про Державну комісію з регулювання ринків фінансових послуг України» від 04.04.2003 р. № 292/2003.

Посадовці зобов'язувалися не розголошували конфіденційну інформацію, яка стала їм відомою під час виконання встановлених їм функцій, зокрема, у:

- Законі України «Про статус суддів» від 15.12.1992 р. № 3723-XII;
- Законі України «Про службу в органах місцевого самоврядування» від 07.06.2001 р. № 2493-III.





## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Чи існувала охорона комерційної таємниці в СРСР?
2. Коли вперше у законодавстві СРСР з'явилося положення про комерційну таємницю?
3. Які критерії комерційної таємниці передбачалися «Основами цивільного законодавства Союзу РСР і республік» від 31 травня 1991 року?
4. Коли у законодавстві України вперше з'явилося положення про комерційну таємницю?
5. У якому законі незалежної України вперше була згадка про комерційну таємницю?
6. Яке значення у зв'язку з комерційною таємницею мав Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 р.?
7. Чи врегулював значною мірою правовідносини щодо комерційної таємниці Закон України «Про науково-технічну інформацію» від 25.06.1993 р.?
8. Коли в Україні вперше з'явилася кримінальна відповідальність за правопорушення у сфері комерційної таємниці?
9. Коли в Україні вперше була запроваджена адміністративна відповідальність за правопорушення законодавства з комерційної таємниці?
10. Де і коли у законодавстві України було сформульовано склади правопорушень: «неправомірне збирання комерційної таємниці», «розголошення комерційної таємниці» «схилення до розголошення комерційної таємниці», «неправомірне використання комерційної таємниці»?
11. Цивільний та Господарський кодекси України про комерційну таємницю.
12. Як враховувалися приписи спеціальних законів про комерційну таємницю в інших законах України?





## РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ДОВОЄННОМУ СРСР

*14.1. Організаційні форми зовнішньої торгівлі в період становлення Радянської влади та нової економічної політики.*

*14.2 Зовнішня торгівля СРСР між непом і війною.*

### **14.1. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В ПЕРІОД СТАНОВЛЕННЯ РАДЯНСЬКОЇ ВЛАДИ ТА НОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ**

Здавна відомо, що нове — це добре забуте старе. Не є винятком з цього правила і зовнішньоекономічна діяльність. Вже немає на світі тих, хто започатковував її у колишньому СРСР та брав у ній участь впродовж довоєнного періоду. Літературних джерел з цього питання залишилося небагато. Сучасний читач практично нічого не знає про управлінський аспект зовнішньоекономічної діяльності СРСР довоєнних та воєнних років. Такого матеріалу немає у вітчизняних посібниках та підручниках з менеджменту зовнішньоекономічної діяльності. Цей розділ не претендує на всеосяжне висвітлення цікавої і складної теми. Все ж таки поданий далі матеріал висвітлює найголовніші питання цієї тематики.

Відомо, що у Петербурзі (тодішній столиці Росії) більшовики захопили владу 25 жовтня (7 листопада за новим стилем) 1917 року. До захоплення влади вони готувалися впродовж тривалого часу. Мали теоретичні напрацювання з багатьох аспектів суспільного життя і не забарилися, захопивши владу, втілювати їх у життя. Були рішучими противниками приватної власності і не менш рішучими прихильниками її націоналізації. До ряду пріоритетних і негайних завдань належала, за їх переконанням, і націоналізація зовнішньої торгівлі.

Націоналізація — це антипод приватизації. Це — відчуження майна з приватної власності фізичних або юридичних осіб у вла-

сність держави. Таке відчуження може бути оплатним або безоплатним. У Радянській Росії націоналізація була безоплатною. Націоналізація стала засобом створення соціалістичної власності.

За Тимчасового уряду міністерства одержали назви комісаріатів. Їх керівники були комісарами. Коли владу захопили більшовики, то вони комісаріати стали називати «народними комісаріатами». Більшовики полюбили скорочені назви і абрєвіатури своїх органів влади.

У листопаді 1917 року у Народному комісаріаті торгівлі і промисловості (Наркомторгпромі) було організовано відділ зовнішньої торгівлі. Він став органом контролю за експортом та імпортом продукції.

Згідно з декретом Ради Народних Комісарів (РНК) від 25 грудня 1917 року «Про тимчасовий порядок регулювання експортно-імпортних операцій у сфері зовнішньої торгівлі», передбачалося запровадження державного контролю над зовнішньою торгівлею та її регулювання з боку держави шляхом видачі дозволів на експорт та імпорт товарів. Дозволи міг видавати тільки Експортний підвідділ Вищої Ради Народного Господарства (ВРНГ).

Запровадження дозвільно-заборонної системи регулювання зовнішньої торгівлі було спрямоване на вирішення практичних завдань, що стояли перед Радянською державою в перші місяці її існування: забезпечення продовольчого і сировинного постачання, попередження розкрадання національного надбання шляхом вивозу матеріальних цінностей за кордон.

Наступним заходом, що мав на меті посилення контролю над зовнішньою торгівлею з боку держави, був декрет «Про дозволи на ввезення і вивіз товарів», виданий Радою Народних Комісарів РРФСР 11 січня 1918 року.

На підставі цього декрету видачею дозволів на вивіз за кордон і ввезення товарів з-за кордону до Росії почав опікуватися виключно Відділ зовнішньої торгівлі Народного Комісаріату торгівлі і промисловості (НКТП). Ввіз і вивіз товарів без таких дозволів визнавався контрабандою.

Надалі, 31 березня 1918 року, для координування роботи і узгодження заходів у сфері зовнішньої торгівлі із загальним державним господарським планом, при Комітеті господарської політики ВРНГ була створена Комісія із зовнішньої торгівлі. Її створення було викликано необхідністю мати повний облік як потреб держави в іноземних товарах, так і її експортних можливостей.

На Комісію було покладено опрацювання планів зовнішньої торгівлі, координацію запитів і пропозицій відомств, державних органів і приватних осіб у сфері зовнішньої торгівлі. Комісія повинна була підпорядковувати зовнішній товарообіг інтересам господарського плану. До її функцій належав також розгляд пропозицій різних відомств і установ щодо державної монополії зовнішньої торгівлі, а також питань, пов'язаних з товарообміном і фінансовими відносинами з США, Німеччиною та іншими державами, перегляд митних тарифів, впровадження в життя заходів з охорони кордонів. У цей період заходи Радянської влади, запроваджені у сфері зовнішньої торгівлі, все більш підсилювали контроль держави над нею і були, так би мовити, прелюдією до встановлення у повному обсязі наміченої В. І. Леніним державної монополії зовнішньої торгівлі.

Визначальним кроком стало ухвалення 22 квітня 1918 року «Декрету про націоналізацію зовнішньої торгівлі». Згідно з ним виключне право на ведення зовнішньої торгівлі належало Радянській державі і здійснювалось через і під контролем особливого державного органу — Народного комісаріату зовнішньої торгівлі. Встановлення монополії зовнішньої торгівлі декретом Ради Народних Комісарів РРФСР від 22 квітня 1918 року «Про націоналізацію зовнішньої торгівлі» було найважливішим заходом у сфері зовнішньої торгівлі, до якого вдалися більшовицькі власті. Вони вважали, що монополія зовнішньої торгівлі — один з наймогутніших засобів диктатури пролетаріату.

Націоналізація зовнішньої торгівлі була реалізована як частина загальної програми Комуністичної партії і Радянського уряду, спрямованої на ліквідацію приватної власності і на встановлення соціалістичної власності на знаряддя і засоби виробництва.

Важливу роль в організації зовнішньої торгівлі відіграла Рада зовнішньої торгівлі, створена на основі Декрету РНК від 22 квітня 1918 року. До її компетенції належали питання організації експорту, імпорту і виконання плану товарообміну із закордоном, облік попиту і пропозиції товарів, що ввозились і вивозились, організації закупівлі товарів за кордоном, встановлення цін на експортовані та імпортовані товари. До складу Ради входило 14 товарних відділів: лісовий, нафтовий, льоновий та інші. Кожний відділ очолював представник Наркомторгпрому. Керівним органом Ради була Президія, що обиралася зборами Ради. Президію Ради очолював представник Наркомторгпрому. Рішення Ради зовнішньої торгівлі, а також розроблені нею плани товарообміну із закордоном підлягали затвердженню Наркомторгпромом і втілювалися Відділом зовнішньої торгівлі.

В травні-червні 1918 року була проведена докорінна перебудова митної служби. Згідно з Декретом РНК від 29 травня 1918 року «Про митні збори і заходи» право вирішення усіх митних питань належало тільки центральним органам виконавчої влади. Місцеві органи влади не мали права втручатися в діяльність митних органів. Право збирати митні збори було надано тільки митним органам.

Подальша конкретизація організаційних форм зовнішньої торгівлі знайшла своє відображення в декреті РНК від 11 червня 1920 року «Про організацію зовнішньої торгівлі і товарообміну РРФСР». У ньому підкреслювалось значення монополії зовнішньої торгівлі. Народний Комісаріат торгівлі і промисловості, який на той час перетворився в орган, що опікувався виключно питаннями зовнішньої торгівлі, було перейменовано в Народний Комісаріат зовнішньої торгівлі (НКЗТ).

Декрет від 11 червня 1920 року, підтверджуючи принципи монополії зовнішньої торгівлі, запровадив організаційні форми, які більше відповідали завданням зовнішньої торгівлі того періоду. (зрозуміло, — з точки зору більшовицького керівництва). Згідно з декретом РНК від 11 червня 1920 р. «Про організацію зовнішньої торгівлі і товарообміну РРФСР», Народному комісаріату зовнішньої торгівлі було надано:

1) виняткове право підтримувати всі торговельні стосунки з іноземцями, проводити всі заходи і здійснювати через відповідні органи всі операції, пов'язані з експортом та імпортом товарів;

2) вирішувати на підставах, встановлених НКЗТ, здійснення операцій, з експорту та імпорту товарів окремими відомствами, організаціями, підприємствами і приватними особами, з правом подальшого контролю порядку виконання дозволених операцій.

На НКЗТ було покладено керівництво націоналізованою зовнішньою торгівлею і товарообігом РРФСР. Йому належало виняткове право проводити усі зовнішньоторговельні операції із кордоном та здійснювати через відповідні органи всі операції, пов'язані з імпортом та експортом товарів. Окрім центрального апарату в Москві, в найважливіших промислових центрах країни були створені агентства Наркомзовнішторгу, а за кордоном — закордонні агентства. Впродовж 1920 року були створені торговельні представництва в 10 країнах світу. Відновлення торговельних зв'язків Росії з капіталістичними країнами вимагало єдності в діях на світовому ринку не лише господарських органів РРФСР, але і всіх Радянських республік. Ця єдність була досягнута впродовж 1920—1921 років шляхом укладання двосторон-

ніх договорів РРФСР з відповідними Радянськими республіками. Таким чином, від імені усіх Радянських республік, ще до створення СРСР, почав діяти вже сформований апарат зовнішньої торгівлі РРФСР (Російської Радянської Федеративної Соціалістичної Республіки).

Отже, зазначене вище стосується перших років існування Радянської влади. Це — період громадянської війни, коли більшовики контролювали далеко не всю територію Росії. Зовнішня торгівля відбувалася і тоді. Згадаймо митника з фільму «Белое солнце пустыни» та стосунки з американськими бізнесменами у фільмі «Начальник Чукотки».

Після громадянської війни економіка Росії була зруйнована. Для збереження своєї влади більшовики вирішили тимчасово відмовитися від адміністративно-командної економіки. Х з'їзд Російської комуністичної партії (більшовиків) у березні 1921 року ухвалив нову економічну політику. Передбачала орієнтацію економіки на ринок і торгівлю, електрифікацію промисловості, заміну продовольчої розверстки продовольчим податком, допущення вільної торгівлі при її регулюванні владними органами, впровадження товарно-грошових відносин, використання госпрозрахунку, залучення іноземного капіталу для відбудови економіки тощо. В Україні неп було впроваджено декретом Всеукраїнського Центрального Виконавчого Комітету від 27 березня 1921 року.

Із зміною економічної політики в країні (перехід від військового комунізму до непу) і переходом на мирну роботу з відновлення зруйнованого народного господарства, виникла необхідність ширшого використання можливостей розвитку економічних зв'язків Радянської Росії з капіталістичними країнами.

В умовах непу було також визнано доцільним залучення іноземного капіталу до розробки тих природних багатств, які у той час не могли бути освоєні власними силами.

Все це ставило перед зовнішньою торгівлею нові, складніші і серйозніші завдання.

В період відновлення народного господарства (1921—1925 роки) у зв'язку з розвитком товарно-грошових і госпрозрахункових відносин в країні виявилась потреба більш широкого використання економічних зв'язків з капіталістичним світом з метою прискорення підйому її виробничих сил. Виникла необхідність внести зміни і в організаційні форми зовнішньої торгівлі. Напрями цих змін було визначено декретом Ради Народних Комісарів від 9 серпня 1921 року. В результаті цих змін частина зовнішньоторговельних операцій продовжувала здійснюватись безпосеред-

ньо від імені радянської держави її торговельними представниками за кордоном, причому деякі державні установи на підставі постанов Ради праці і оборони (РПО) отримали право мати в складі торговельних представництв своїх агентів і представників.

10 серпня 1921 року РНК утворила Надзвичайну комісію з експорту при РПО.

Організаційні форми зовнішньої торгівлі перших років існування Радянської влади передбачали зосередження в одному органі (НКЗТ) регулюючої і оперативної діяльності. В період «військового комунізму» були відсутніми господарський розрахунок і економічна зацікавленість суб'єктів господарювання в зовнішньоторговельних операціях. Це не могло забезпечити виконання нових завдань в умовах непу. Виникла необхідність привести організацію зовнішньої торгівлі відповідно до нових господарсько-політичних завдань, поставлених перед країною її керівництвом.

Основи перебудови організаційних форм зовнішньої торгівлі, проведеної впродовж 1921—1922 років, були намічені В. І. Леніним в його «Проекті ухвали» і увійшли потім до «Декрету РНК з проведення в життя нової економічної політики». Ця перебудова охоплювала ряд важливих питань, які, передусім, стосувались змін в законодавстві про зовнішню торгівлю.

Подальший розвиток законодавства про зовнішню торгівлю, зберігаючи принцип державної монополії зовнішньої торгівлі, вніс до змісту цієї монополії глибокі зміни.

Це законодавство надало ряду державних підприємств право виходу на зовнішній ринок, зі спрощеним порядком здійснення операцій, розширило права державних установ і кооперативних організацій, створило акціонерні товариства, у тому числі і за участю приватного капіталу, для здійснення зовнішньоторговельних операцій.

В цілому, до часу утворення СРСР, законодавство у сфері зовнішньої торгівлі і органи її регулювання були вже фактично об'єднані. Конституція Союзу лише закріпила існуючу систему органів, що регулювали зовнішню торгівлю і створила єдиний орган регулювання зовнішньої торгівлі в особі НКЗТ. Відповідно до еволюції управління у сфері зовнішньоекономічної діяльності змінювалася і організація НКЗТ. Спочатку НКЗТ зосереджував в собі, як чисто адміністративні (регулюючі) функції, так і комерційні. Надалі НКЗТ перетворився в чисто адміністративний орган, що зберіг за собою лише регулюючі функції. Комерційні функції відійшли, починаючи з травня 1922 р., до Держторгів і

частково — до акціонерних товариств, які були створені для проведення зовнішньоторговельних операцій.

Декретом ВЦВК та РНК від 16 жовтня 1922 року було, встановлено, що НКЗТ здійснює свою діяльність за кордоном через торговельні представництва. Разом з тим, було передбачено, що державні, центральні та місцеві господарські органи, мали право самостійно проводити торговельні операції за кордоном через свої представників. Постановами РНК від 7, 8, 15 грудня 1922 року було затверджено перелік господарських органів, яким було надано право самостійного здійснення торговельних операцій за кордоном.

Таким чином, цим декретом було чітко визначено правовий статус торговельних представництв як органів радянської держави, які втілювали за кордоном політику монополізації зовнішньої торгівлі.

З розвитком торговельних відносин Радянського Союзу з іноземними державами збільшувалося значення і роль торговельних представництв як органів радянської держави, що здійснювали за кордоном політику Радянського Союзу у сфері державної монополії на зовнішню торгівлю.

Положення про НКЗТ, затверджене 3-ою сесією ЦВК СРСР 12 листопада 1923 р., розглядало НКЗТ як чисто адміністративний орган.

Згідно з цим «Положенням» на НКЗТ було покладено «керівництво всією зовнішньою торговельною діяльністю Союзу на основі державної монополії зовнішньої торгівлі» (ст. 1).

Головними завданнями НКЗТ були:

- ✓ формування, організація і проведення зовнішньої торгівлі з іноземними державами;
- ✓ складання і реалізація експортного і імпортного плану;
- ✓ організація спільних та інших товариств і установ у сфері зовнішньої торгівлі;
- ✓ надання висновків Головному концесійному комітету з питань реєстрації іноземних фірм;
- ✓ регулювання експортно-імпортної діяльності установ, організацій і осіб, що проводили операції із зовнішньої торгівлі;
- ✓ загальний нагляд і контроль за згаданою діяльністю;
- ✓ спостереження за точним і повним виконанням всіх ухвал, що належали до монополії зовнішньої торгівлі;
- ✓ регулювання транспортних питань, пов'язаних із зовнішньою торгівлею;
- ✓ організація і контроль митної справи (ст. 2).



До складу НКЗТ входили: Народний Комісар і Колегія при ньому, Секретаріат і сім управлінь, з яких необхідно зазначити:

- ✓ управління торговельними підприємствами і установами;
- ✓ економіко-правове управління;
- ✓ транспортне управління;
- ✓ митне управління.

Місцевими і закордонними органами НКЗТ були:

✓ уповноважені НКЗТ при Радах Народних Комісарів союзних республік, до відання яких були віднесені питання, що стосувалися регулювання зовнішньої торгівлі в кожній союзній республіці;

✓ обласні управління на територіях цих республік, підлеглі уповноваженому НКЗТ;

✓ торговельні представництва (Торгпредства) і торговельні агентства за кордоном;

- ✓ митні округи.

Підприємства і об'єднання, які мали право самостійного здійснення операцій із зовнішньої торгівлі, отримували від НКЗТ спеціальне посвідчення на імпорт або експорт тих товарів, угоди за якими вони могли здійснювати. До таких підприємств належали (подаємо назви російською мовою):

«Северолес», «Петролес», «Двинолес», «Западолес», «Дальлес», «Фанеротрест», «Нефтесиндикат», «Льноторг», «Госторг», «Хлебопродукт», «Донбасс», «Азнефть», «Грознефть», «Кожсиндикат», «Резинотрест», «Госмедторг», «ГУМ» (Государственный универсальный магазин).

Ці підприємства і об'єднання мали право відкривати за кордоном представництва, що діяли від їх імені. Держава за зобов'язаннями цих підприємств і об'єднань жодної відповідальності не несла. Правом безпосереднього здійснення операцій на зовнішніх ринках також користувались великі кооперативні центри — «Центросоюз», «Сельскосоюз», «Льноцентр».

«Центросоюзу» надавалося право здійснення безпосередніх операцій з закордонними кооперативними об'єднаннями. При цьому НКЗТ залишав за собою право загального контролю і керівництва за операціями Центросоюзу. Циркуляром НКЗТ від 21 серпня 1922 року «Центросоюз» був зобов'язаний узгоджувати усі свої операції з органами НКЗТ з метою проведення єдиної цінової політики.

Залежно від обсягу зовнішньоторговельних операцій, які здійснювались Радянським Союзом, вирізняли наступні групи суб'єктів:

• оперативні органи НКЗТ: держторги і комерційні частини Торговельних представництв за кордоном;

- державні господарські підприємства, що користувалися правом виходу на зовнішній ринок;
- інші державні господарські підприємства, що користувались особливими правами проведення імпорتنних і експортних операцій;
- державні установи, що мали своїх представників у складі Торговельних представництв за кордоном;
- банки і кредитні установи;
- кооперативні організації;
- акціонерні товариства;
- решта державних установ і підприємств, громадських організацій і приватних осіб;
- іноземні фірми.

Пояснимо, що держторги (державні експортно-імпорتنні контори) створювались з дозволу НКЗТ уповноваженими ним при Раднаркомх кожної союзної республіки для виконання комерційних операцій на територіях цих республік. Держторги мали права юридичних осіб і діяли на підставі положень про них, які затверджувалися Радою праці і оборони, під безпосереднім керівництвом і контролем вищеназваних уповноважених і загальним керівництвом управління торговельними установами і підприємствами з боку НКЗТ. Держторги проводили свої операції виключно на території відповідної союзної республіки. У разі потреби проведення операцій на території інших союзних республік, вони могли проводитися виключно через держторги, що належали до відання уповноважених НКЗТ при Раднаркомх республік, а за кордоном — через комерційні частини відповідних Торговельних представництв.

Для здійснення своїх завдань держторг мав право:

а) проводити всі операції із закупівель за кордоном, ввезення і продажу в Росії імпорتنних товарів, а також з вивезення і продажу на зовнішніх ринках експортних товарів, як за свій рахунок, так і на комісійних засадах, — за замовленнями і за дорученням держорганів, кооперативних і спільних товариств, приватних підприємств. Для досягнення вказаних вище завдань держторг мав право виконувати всі без винятку необхідні дії комерційного і господарського характеру (як ось: набувати, заставляти, відчувувати в Росії і за кордоном рухоме майно, здійснювати кредитні, вексельні і банківські операції і операції в межах, встановлюваних НКЗТ, позивати і відповідати у суді); всі операції, що мали масштабний характер і укладались представниками держторгу за кордоном, повинні були затверджуватися відповідними торгпредами. Вибір фірм проводився представниками держторгу відповідно до загальних вказівок торгпредів;

б) організувати свої представництва, відділення і контори в Росії і за кордоном.

Оборотний капітал держторгу утворювався з основного капіталу, НКЗТ та з прибутків.

Зазначимо організацію і управління держторгом.

На чолі держторгу було Правління у складі голови і чотирьох членів НКЗТ, що призначались на один рік, причому один з членів правління запрошувався за згодою НКЗТ і ВРНГ.

На випадок тимчасової відсутності членів правління, Наркомзовнішторг на той же термін призначав двох кандидатів у члени Правління.

До відання Правління належало: обговорення і розв'язання всіх основних і принципових питань діяльності держторгу (надання позик, здійснення позикових і банківських операцій, здійснення законних дій з придбання будь-якого роду майна, організація контор і відділень та керівництво їх діяльністю).

Для ведення поточних справ Правління призначало директора-розпорядника, права, обов'язки і обсяг діяльності якого визначався особливою інструкцією Правління, затвердженою НКЗТ.

Всі питання вирішувались в Правлінні більшістю голосів. За рівної кількості голосів голос голови Правління мав перевагу.

Директор-розпорядник брав участь у всіх засіданнях Правління з правом дорадчого голосу.

Правління в цілому несло повну відповідальність за правильне і доцільне ведення справ держторгу. Член Правління, що залишався з окремою думкою і вніс її до протоколу засідання, звільнявся від відповідальності за результат рішення, ухваленого більшістю.

Для дійсності засідання (кворуму) Правління потрібна була участь, окрім Голови, щонайменше двох членів Правління.

Правління було зобов'язане щомісячно подавати Наркомзовнішторгу короткі звіти про свою діяльність і торговельні баланси.

Після закінчення кожного операційного року, але не пізніше 1-го квітня, Правління було зобов'язане подати НКЗТ річний звіт про операції держторгу.

Операційний рік вважався з 1 січня по 31 грудня, окрім першого операційного періоду, який починався з моменту затвердження його положення і закінчувався 31 грудня 1922 року.

Перед настанням кожного операційного періоду Правління надавало НКЗТ на затвердження план і кошторис робіт і витрат на майбутній операційний період.

Для поточного контролю і ревізії діяльності держторгу Наркомзовнішторгом призначалась Ревізійна комісія у складі трьох

членів, що діяла на підставі особливого положення, затверджувального НКЗТ.

До обов'язків Ревізійної комісії належала перевірка каси, звітність діловодства і операцій держторгу.

Ревізійна комісія, не втручаючись безпосередньо в поточну і технічну роботу Правління і підлеглих йому органів, складала протоколи, копії яких надавала НКЗТ і Правлінню.

Ревізійна комісія перевіряла звіти, баланси і кошториси Правління і за змістом яких надавала НКЗТ свої письмові висновки.

Правління і всі підлеглі йому органи зобов'язані були надавати Ревізійній комісії всі засоби і можливості для виконання покладених на неї функцій.

Місцеві органи держторгу, як в РРФСР, так і за кордоном, відкривалися кожного разу особливою на те ухвалою Правління.

Згідно з інструкцією про взаємини між управліннями Наркомзовнішторгу і його місцевими органами з одного боку і Держторгом з іншого, було визначено, що Експортне управління НКЗТ виконує такі функції:

- а) регулювання експортної торгівлі;
- б) заготівля і реалізація експортної сировини та інших експортних товарів в межах загальнодержавного експортного фонду;
- в) виконання комісійних доручень зі збору і відвантаження експортної сировини і товарів за кордон для реалізації.

Управління з імпорту при НКЗТ виконувало функції державного регулювання питань імпорту. Всі закупівельні операції з імпорту, так само як і імпортні операції комісійного характеру для державних установ, державних підприємств і їх об'єднань, кооперативів і приватних підприємств, підпорядковувалися держторгу.

В процесі розвитку держторг поступово перейняв всі функції Експортного та Імпортного управлінь за винятком виконання планових завдань держави в межах загальнодержавного експортного фонду.

Управління НКЗТ могли доручати держторгу виконання того або іншого завдання. У свою чергу держторгу надавалось право користуватися апаратами правління НКЗТ і його обласних управлінь за угодою з останніми в межах їх компетенції.

У виборі закордонних фірм у якості своїх контрагентів органи держторгу за кордоном керувались вказівками Торговельних представництв РРФСР за кордоном.

При здійсненні органами держторга за кордоном великих операцій і договорів умови їх повинні були кожного разу затверджуватися Торговельним представником РРФСР.

Далі зупинимось на правах і функціях інших учасників зовнішньоекономічної діяльності.

## **Державні господарські підприємства**

Вищеназвані підприємства проводили свої операції з імпорту та експорту товарів наступним чином.

Вони могли продавати за кордоном тільки предмети свого виробництва і купувати лише предмети, необхідні для власного виробництва.

Перепродаж цими підприємствами куплених за кордоном товарів, а також продаж ними за кордоном куплених в Росії товарів, заборонявся.

В окремих випадках, за неможливості отримання валюти іншим шляхом, НКЗТ міг надати вказаним підприємствам право вивозу експортних товарів, але не їх виробництва.

Окремим виробничим, державним підприємствам, що були винятковими споживачами певних імпортованих товарів, могло бути надано, на підставі особливої ухвали РПО у кожному окремому випадку, монопольне право закупівлі за кордоном цих товарів і ввезення їх в СРСР.

На відміну від загального порядку здійснення зовнішньоторговельних операцій, який вимагав попереднього дозволу НКЗТ, для здійснення операцій вищезгаданими підприємствами встановлювався порядок, який вимагав попереднього узгодження з НКЗТ. Відповідно до інструкції РПО, приступаючи до конкретних переговорів із закордонними фірмами, представники вищезгаданих підприємств, зобов'язувались заздалегідь інформувати відповідного Торгпреда про намічені переговори. Торгпредставництво не пізніше, ніж в дводенний термін повідомляло відповідного представника про свої заперечення проти операції, що планувалася. За відсутності відповіді в зазначений термін, представник мав право приступити до самостійних переговорів. Представники вищезгаданих підприємств зобов'язувались кожен свій запит або пропозицію надсилати з приватними фірмами також і в Торгпредставництво. За рівних умов вищезгадані представники зобов'язувались передати свої замовлення Торгпреду. Після закінчення переговорів з фірмами, представники повідомляли Торгпредові про намічені умови операції. Угода вважалась готовою до виконання, якщо вето Торгпреда не накладалося впродовж двох діб щодо товарів, які котирувались на біржі, і п'яти діб щодо решти товарів. Торговий представник міг накладати вето на

будь-яку операцію, що буде проводитись, або з політичних міркувань, або унаслідок невідповідності даної операції загальнодержавному плану або з міркувань комерційної не вигідності. У останньому випадку Торговий представник зобов'язувався одночасно надати вищезгаданому органу не менш вигідні умови для здійснення подібних операцій з іншими фірмами в іншій країні, або надати відповідний кредит під товар.

Всі грошові кошти держустанов і держпідприємств знаходились на поточних рахунках Торгпредів, але витрачались останніми не інакше, як з відома і за вказівкою представників відповідних держустанов і держпідприємств.

Усі ці операції здійснювались представниками підприємств, які отримали право виходу на зовнішній ринок, від імені органів, що представляються ними. Операції, здійснені викладеним вище порядком, були обов'язковими тільки для вищезгаданих підприємств. Відповідальність останніх обмежувалась майном, яке належало їм і яке знаходилося в їх вільному розпорядженні. Держава в цілому, Народні Комісаріати і окремі відомства, яким дані підприємства були підвідомчими, не несли за їх операціями жодної солідарної або додаткової відповідальності.

### **Державні установи, що мали своїх представників у складі Торгпредставництва**

Цю групу складали, на відміну від попередньої, адміністративні органи. Проте, сюди належали не всі адміністративні органи, а лише ті, яким це право було надане РПО. Представники цих установ мали право на здійснення операцій від імені тих установ, представниками яких вони були, і в цьому полягала їх перша відмінність від представників підприємств, що отримали право виходу на зовнішній ринок. Усі операції здійснювались через апарат Торговельного представництва. У випадку, якщо останнє відмовлялось від виконання своїм апаратом замовлень представників держорганів або не могло надати їм тих же умов, які пропонувалися приватними фірмами, тоді торговельне представництво зобов'язувалося на прохання відповідного представника держустанови, укласти договір із держустановою, що була запропонована фірмою і на запропонованих цим представництвом умовах від свого імені, хоча і за рахунок даного держоргану. Торговельне представництво могло відмовитися від укладення запропонованого договору у випадках, коли воно вважало, що

виконання даного договору було неможливим з політичних міркувань або унаслідок комерційної невігідності.

Друга відмінність держорганів від підприємств, що отримали право виходу на зовнішній ринок, полягала в обов'язі відповідальності держави за їх операціями. Якщо за операціями підприємств, що отримали право виходу на зовнішній ринок, держава не відповідала, то така відповідальність визнавалася за державою щодо держорганів, оскільки операції для них здійснювалися від імені самого Торгпредства.

## **Банки і кредитні установи**

Державний банк і інші кредитні установи мали право:

1) продавати за кордоном вивезені туди експортні товари, що знаходились у них в заставі, у випадку, якщо до моменту настання терміну позики вони не продавалися власником; товари і позика банку до цього часу не буде погашена;

2) продавати за кордоном призначені для імпорту товари, під які видана позика, у випадку, якщо імпорт товару за яких-небудь причин був неможливим і товар протягом одного тижня з моменту з'ясування цієї обставини, не був реалізований самим позичальником або Торгпредством;

3) перезаставляти товари, під які видана позика, в закордонних банках;

4) надсилати товари, під які видана позика, з метою перезастави, на адресу російських банків і тримати їх на складах цих банків або установ.

## **Кооперативні організації**

Кооперативні організації, як правило, здійснювали експортно-імпортні операції в загальному порядку, тобто з попереднього дозволу НКЗТ.

Виняток складали дві групи цих підприємств.

До першої належали «Центросоюз» і прирівняні до нього кооперативні організації.

«Центросоюзу» було надано право закупівель товарів і реалізації експортних операцій із закордонними кооперативними організаціями. Тому операції «Центросоюзу» з організаціями, що не належали до споживчої кооперації, повинні були відбуватися на загальних підставах, тобто з попереднього дозволу НКЗТ на кожен окрему операцію. Що ж стосується порядку проведення

«Центросоюзом» безпосередніх операцій із закордонними кооперативними організаціями, то «Центросоюзу» було надано право мати спеціальні представництва за кордоном, що працювали згідно з умовами Наркомзовнішторгу і під його керівництвом.

Ведення вищезгаданих операцій підпорядковувалося тим же правилам і здійснювалося у тому ж порядку, які встановлювалися для господарських підприємств, що отримали право виходу на зовнішній ринок.

## **Акціонерні товариства**

Права акціонерних товариств залежали від юридичної природи цих товариств. Ті з них, в яких поряд з державою брав участь і приватний капітал, називались «спільними акціонерними товариствами». З огляду на юридичну природу акціонерні товариства незалежно від того, чи мали вони спільний характер, або ж якщо їх акціонерами були виключно держоргани, державні установи і підприємства, відносилися Цивільним кодексом до приватних організацій (ухвала Пленуму Верховного суду РРФСР від 3 листопада 1923 р.).

Через це порядок здійснення операцій із зовнішньої торгівлі визначався для вищезгаданих акціонерних товариств згідно з тими ж правилами, які встановлювалися для приватних підприємств.

## **Решта державних установ і підприємств, громадських організацій і приватних осіб**

До цієї групи належали всі державні установи і підприємства, які не увійшли до жодної з вищезгаданих груп, громадських організацій і приватні особи.

Всі вони могли укладати операції, що належали до зовнішньої торгівлі лише з попереднього дозволу НКЗТ на кожен окрему операцію. Крім того, вони могли передавати свої товари НКЗТ для реалізації їх ним на комісійних засадах. Вони могли відряджати, з дозволу НКЗТ за кордон працівників для отримання додаткового досвіду у сфері науково-технічного розвитку

Як правило, власники ліцензій повинні були реалізовувати товари через апарат Торгпредставництва, але якщо вони мали з боку приватних закордонних фірм пропозиції вигідніші, ніж були у Торгпредставництва, їм надавалось право з дозволу Торгпредставництва укласти відповідну угоду.



## Іноземні фірми

Під поняттям «іноземна фірма» визначалися одноосібні підприємства, що користувалися правами юридичних осіб, які були створені поза межами Росії. Через це національна приналежність іноземної юридичної особи визначалась за місцем її створення.

Отримання іноземними фірмами права на проведення торговельних операцій в Росії відбувалося лише з особливого дозволу уряду. Іноземна фірма, яка хотіла отримати право на ведення торговельних операцій в Росії, подавала відповідну заяву до НКЗТ, яка з висновком останнього надсилалася Головному концесійному комітету, який і видавав дозвіл.

Отже, операції дозволялися тільки з тими іноземними фірмами, які отримали вказаний вище дозвіл.

Цим дозволом встановлювався і обсяг операцій, проведення яких дозволялось іноземній фірмі. Іноземна фірма повинна була мати в Росії своє постійне представництво, зобов'язувалась підкорятися всім законам і розпорядженням, що діяли в межах Росії і відповідала за своїми зобов'язаннями всім рухомих і нерухомих майном.

Зареєстровані у встановленому вище порядку іноземні фірми могли бути членами Торговельних палат і Торговельних бірж. До викладеного слід додати, що ті іноземні фірми, діяльність яких була допущена урядом, концесійним договором або іншим спеціальним законодавчим розпорядженням, у жодній додатковій реєстрації не мали потреби.

У зв'язку з переходом державних підприємств на господарський розрахунок і підвищенням їх економічної зацікавленості в зовнішньоторговельних операціях, декретом РНК від 9 серпня 1921 року окремим господарським організаціям надавалося право участі в проведенні зовнішньоторговельних операцій і дозволялося мати своїх представників при закордонних органах Наркомзовнішторгу.

Наркомзовнішторгу було надане право організації спільних зовнішньоторговельних акціонерних товариств за участю іноземного капіталу. В цей період НКЗТ ще не мав достатньо кваліфікованих кадрів для зовнішньоторговельної роботи, а участь НКЗТ в спільних товариствах давала можливість поліпшити апарат НКЗТ. Подібні акціонерні товариства створювалися і іншими державними господарськими організаціями. Всі ці товариства

працювали під контролем Наркомзовнішторгу. Іноземні товариства працювали на концесійних засадах.

Для торгівлі з США, які тоді ще не визнавали СРСР, в травні 1924 року був утворений Амторг — акціонерне товариство, яке було створене за законами штату Нью-Йорк.

У діяльності самого Наркомзовнішторгу відбувалось чіткіше відділення оперативних функцій від функцій контролю і регулювання. Було створено спеціальне Управління з організації і регулюванню зовнішньої торгівлі.

Відділення контролюючої і регулюючої діяльності НКЗТ від оперативної мало велике значення для подальшого вдосконалення радянської зовнішньої торгівлі. Створення в НКЗТ апарату, вільного від оперативної роботи, дозволило ретельніше вивчати зовнішньоторговельну діяльність, знаходити шляхи її подальшого поліпшення, розробляти найбільш правильну зовнішньоторговельну політику, а також тактику її проведення на різних ринках, з різними контрагентами. Крім того, це давало можливість підсилити керівництво всією зовнішньоторговельною діяльністю численних організацій, що отримали право самостійної торгівлі із закордоном. До експортно-імпортного плану були введені завдання з контингентування і ліцензування, це підсилювало планові і регулюючі засади зовнішньої торгівлі.

Органами НКЗТ в межах СРСР були уповноважені НКЗТ при РНК союзних і автономних республік і обласних виконавчих комітетах. Уповноважені розробляли заходи, що сприяли розвитку експорту республіки, виявляли імпортні потреби, здійснювали контроль за виконанням законів і розпоряджень по зовнішній торгівлі, за діяльністю змішаних товариств.

Крім того, з метою розширення експорту і поліпшення його організації були утворені Центральне лісоекспортне бюро, Центральне хлібоекспортне бюро і деякі інші організації. З дозволу і під контролем НКЗТ зовнішньоторговельні операції мали право здійснювати також державні підприємства і їх об'єднання (за списком, затвердженим РПО), кооперативні організації, товариства, іноземні фірми і окремі приватні особи.

Таким чином в цей період державна монополія зовнішньої торгівлі втілювалася не лише за допомогою здійснення торговельних операцій спеціальними державними органами монополії зовнішньої торгівлі, але і в регулюванні і контролі операцій, що здійснювались господарськими утвореннями, які мали державний і кооперативний характер, та отримали право виходу на зов-

нішній ринок, а також спеціальними акціонерними товариствами, створеними для розвитку радянської зовнішньої торгівлі. Разом з тим слід підкреслити, що провідне становище в зовнішній торгівлі країни на цьому етапі посідали державні підприємства і організації. Частка Держторгів і інших державних органів і підприємств, включаючи державні акціонерні товариства, складала в експорті 78,9 %, частка кооперації була лише 12,5 %, а спільних товариства — менше ніж 9 %.

## **14.2. ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ СРСР МІЖ НЕПОМ І ВІЙНОЮ**

Нова економічна політика тривала кілька років. Якщо її початок можна вважати задокументованим, то документальне свідчення про її припинення відсутнє. Вона загасала поступово.

Вважається, що 1925 року завершився період відновлення народного господарства СРСР. У грудні 1925 року уряд СРСР взяв курс на індустріалізацію Радянського Союзу, на перетворення його з аграрної країни в індустріальну, економічно незалежну від капіталістичних країн.

В період здійснення політики прискореної індустріалізації країни виникла потреба у створенні гнучкішої і більш спеціалізованої зовнішньоторговельної комерційної системи.

Характерною рисою цього періоду було те, що експортні і імпорتنі акціонерні товариства, такі як держторги, повинні були проводити свої операції виключно через спеціальні відділи торговельних представництв СРСР за кордоном. Інакше кажучи, юридичною стороною угоди було торговельне представництво СРСР як урядовий орган монополії зовнішньої торгівлі. Іншою особливістю цього періоду був відхід від територіального принципу розмежування компетенції зовнішньоторговельних органів і організацій. Це знайшло своє відображення в наданні спеціалізованим акціонерним товариствам, синдикатам права на здійснення операцій на всій території СРСР. Одночасно з тим обмежувались функції територіальних органів (держторгів).

У цей період СРСР інтенсивно ввозив устаткування для промисловості і машини для сільського господарства. Зовнішня торгівля СРСР розвивалася в обстановці загострення політичної боротьби усередині країни і посилення ворожості до соціалістичної держави з боку капіталістичних країн.

У цих умовах виникла необхідність в подальшому піднятті рівня керівництва зовнішньою торгівлею СРСР з тим, щоб краще використовувати на зовнішніх ринках можливості державної монополії зовнішньої торгівлі.

Зміна організаційних форм зовнішньої торгівлі у вказаний період була відображенням систематичного партійного і державного керівництва зовнішньою торгівлею, як однією з важливих галузей народного господарства СРСР. У резолюції Жовтневого пленуму ЦК РКП(б) 1925 року зазначалося: «Зберігаючи в недоторканності систему монополії зовнішньої торгівлі, ми повинні разом з тим пристосувати до господарських умов, що змінюються, і завдань Союзу форми організації зовнішньої торгівлі за обов'язкового збереження абсолютної єдності радянських органів. Господарські умови, що змінилися, вимагають створення у сфері зовнішньої торгівлі диференційованої комерційної системи. Заходи, які необхідні в цій сфері, повинні проводитися у наступних напрямках:

- а) збереження системи монополії зовнішньої торгівлі;
- б) створення гнучкішої системи спеціальних торгових організацій, спрощення, здешевлення торгового апарату;
- в) забезпечення у сфері зовнішньої торгівлі здорових інтересів промисловості і сільського господарства».

Для виконання цього рішення і для здійснення зовнішньоторговельних операцій були створені спеціалізовані державні акціонерні товариства з найважливіших видів експорту та імпорту.

До складу учасників створюваних акціонерних товариств, як правило, входили тільки виробничі, заготівельні і споживчі організації. Були створені у сфері імпорту: «Текстильимпорт», «Електроимпорт», «Металлоимпорт», «Сельхозимпорт» та інші, а з експорту, окрім організованого ще в 1923 році «Экспортхлеба», — «Экспортлес», «Промэкспорт», «Рудозэкспорт», «Экспортлен» і ін. З радянськими комітентами ці акціонерні товариства працювали на комісійних засадах за договорами.

Створення акціонерних товариств було подальшим кроком на шляху вдосконалення організаційних форм радянської зовнішньої торгівлі. Це дало можливість розширити експорт, припинити імпорт товарів, які могли бути вироблені в країні, і зменшити число організацій, які діяли на зовнішніх ринках. На зовнішньому ринку акціонерні товариства здійснювали свої операції через імпорتنі і експортні спеціальні відділи, створені в торгпредставництвах за товарною ознакою.

Разом з експортними і імпортними акціонерними товариствами в той період діяли і галузеві синдикати, наприклад «Резинот-

рест», «Нефтесиндикат», «Чаеуправление» та інші, які під контролем Наркомзовнішторгу займалися збутом продукції учасників синдикату на зовнішніх ринках. Синдикати діяли на засадах комерційного розрахунку і здійснювали зовнішньоторговельні операції від свого імені.

Високі темпи індустріалізації країни вимагали ввезення з-за кордону різноманітного устаткування, сировини і напівфабрикатів для промисловості і сільськогосподарських машин для землеробства. Імпорт, передусім, залежав від успішного розвитку експортних операцій. Необхідно було підсилити увагу до питань розподілу матеріальних ресурсів країни на внутрішнє споживання та експорт. Ці обставини і були головними причинами злиття Наркомзовнішторгу з Наркомвнутрішторгом в єдиний Народний Комісаріат торгівлі (Ухвала ЦВК і РНК від 18 листопада 1925 р.).

У Наркомторзі було створено Управління закордонних операцій, як плануючий, регулюючий і контролюючий апарат із зовнішньої торгівлі. У цьому Управлінні були експортний і імпорتنі сектори, до складу яких входили відділи, організовані за товарною ознакою.

Перед зовнішньою торгівлею були поставлені великі завдання з ввезення в СРСР іноземного устаткування для реконструкції старих галузей промисловості і створення автомобільної, хімічної, машинобудівної, тракторної і ряду інших нових галузей важкої промисловості. Звідси випливало завдання посилення експорту для покриття вартості імпорту.

З іншого боку, світова економічна криза, що розпочалася 1929 року, призвела до різкого скорочення міжнародної торгівлі, значно ускладнила експорт СРСР.

З урахуванням вказаних завдань і умов на цьому етапі, на думку радянського керівництва, потрібно було ще більше зміцнити монополію зовнішньої торгівлі, підвищити організованість і ефективність роботи зовнішньоторговельного апарату, зробити його більш спеціалізованим і гнучким. Згідно з постановою ЦВК і РНК СРСР від 29 листопада 1930 року Наркомторг було розділено на два самостійні Наркомати - Народний Комісаріат постачання СРСР і Народний Комісаріат зовнішньої торгівлі СРСР.

З метою кращого пристосування організаційних форм зовнішньої торгівлі до нових господарських умов 6 лютого 1930 року була проведена перебудова організації зовнішньої торгівлі. Акціонерні експортні і імпорتنі товариства були перетворені в монопольні всесоюзні зовнішньоторговельні об'єднання. Значна частина оперативної роботи Наркомторгу була передана в ці об'єд-

нання, що дозволило Наркомату підсилити роботу у напрямі подальшого зміцнення монополії зовнішньої торгівлі, зосередити увагу на основних питаннях керівництва, контролю, планування, торгово-політичних заходах.

Торгпредставництва також були реорганізовані. Передавши всесоюзним зовнішньоторговельним об'єднанням технічну і підготовчу роботу з розміщення замовлень за кордоном і з продажу експортних товарів, включаючи розрахунки з іноземними фірмами, вони дістали можливість значно скоротити свої штати, а також спростити і поліпшити свою роботу.

Разом з тим перенесення технічних і підготовчих операцій з розміщення імпорتنих замовлень і з реалізації експортних товарів з-за кордону в СРСР мало і інше велике значення — зовнішньоторговельні операції наближалися до споживачів імпорتنих і постачальників експортних товарів, які були компетентнішими в розробці технічних умов, специфікацій, термінів постачання.

Всесоюзні об'єднання отримали монопольне право здійснювати зовнішньоторговельні операції за закріпленою за кожним з них номенклатурою товарів.

Для торгівлі зі східними країнами, — з огляду на специфічність цієї роботи, — були створені окремі всесоюзні об'єднання («Совафганторг», «Совмонголторг» та ін.).

Організації, що займалися виробництвом товарів на експорт, почали продавати ці товари об'єднанням в плановому порядку за договорами з ними. Об'єднання ж самостійно, на засадах господарського розрахунку, реалізовували ці товари на закордонних ринках. Тим самим з 1930 року функції виробництва товарів на експорт перейшли від зовнішньоторговельних організацій.

Імпорتنі операції всесоюзні об'єднання проводили на підставі генеральних або разових договорів, що уклалися із зацікавленими організаціями-замовниками. На відміну від експорту, імпорт здійснювався на комісійних засадах.

В 1931 році були здійснені наступні організаційні заходи. Наркомзовнішторгу було надано право мати своїх уповноважених не тільки в союзних і автономних республіках і областях, але і в окремих пунктах, що мали особливе значення для зовнішньої торгівлі. У Наркомзовнішторгу було створено Управління державної інспекції за якістю експортних товарів із завданням контролю якості товарів як в процесі їх виготовлення, так і відвантаження. Були створені експортні наради, як постійно діючі органи, при Радах Народних Комісарів і Економічних радах республік, та ра-

йонних виконавчих комітетах із завданнями контролю за виробництвом, зберіганням і відвантаженням експортних товарів. Заступником голови експортної наради був уповноважений Наркомзовнішторгу, який через ці наради міг швидко впливати на всі місцеві органи у напрямі боротьби за виконання урядових директив і вказівок Наркомзовнішторгу у сфері зовнішньої торгівлі. Експортні наради існували до 1939 року, однією з основних причин їх ліквідації було збільшення ролі галузевих Наркоматів у сфері управління промисловістю.

Підвищення рівня і збільшення обсягу зовнішньоторговельної роботи вимагали систематичної підготовки кваліфікованих кадрів для радянської зовнішньої торгівлі. З цією метою в 1931 році були організовані Всесоюзна Академія зовнішньої торгівлі та Інститут зовнішньої торгівлі.

Знову про торгпредставництва. Основні положення про них, які були затверджені декретом ВЦВК і РНК від 16 жовтня 1922 року, вже не охоплювали весь спектр питань їх роботи. Саме тому з'явилася необхідність в опрацюванні нових положень, які б регулювали найбільш повний комплекс питань, що були пов'язані з діяльністю цих важливих органів. На розв'язання даних питань спрямовувалися «Положення про торговельні представництва і торговельні агентства Союзу СРСР за кордоном». Воно було затверджене Постановою ЦВК і РНК СРСР від 13 вересня 1933 року.

Згідно з цим «Положенням» торговельні представництва за кордоном виконували такі завдання:

- представляли інтереси СРСР у сфері зовнішньої торгівлі;
- сприяли розвитку торговельних відносин за кордоном;
- вивчали загальні економічні умови і торговельну кон'юнктуру країни де вони перебували;
- проводили переговори від імені СРСР з державними органами іноземних країн;
- регулювали зовнішню торгівлю СРСР з країною, де вони перебували;
- виконували роль контролюючих органів за кордоном;
- видавали дозволи на ввіз та вивіз товарів в країну перебування і ввіз товарів на територію СРСР;
- проводили нагляд за виконанням радянськими зовнішньоторговельними організаціями розпоряджень уряду СРСР;
- укладали від свого імені зовнішньоторговельні угоди;
- здійснювали транспортні, страхові та інші операції, які були пов'язані з зовнішньоторговельним товарообігом.

Торговельні представництва СРСР допомагали зовнішньоторговельним організаціям і фірмам країни, де вони перебували, ознайомлюватися з:

- основними умовами продажу радянських товарів;
- зразками товарів і їх технічними характеристиками;
- основними умовами, на яких радянські зовнішньоторговельні організації купують за кордоном необхідні їм товари.

Торговельні представництва СРСР за кордоном сприяли розвитку торговельних відносин між Радянським Союзом та іншими країнами.

Крім торговельних представництв існували також *торговельні агентства*. Торговельні агентства створювались на територіях іноземних держав, з якими ще не були встановлені нормальні політичні відносини. На них покладалися, загалом, регулюючі функції, але в країнах, де за політичними умовами була можливість безпосереднього ведення торговельних операцій, в завдання торговельних агентств входило виконання торговельно-комісійних операцій за дорученнями комерційних органів НКЗТ, державних установ і підприємств, кооперативних, спільних і приватних підприємств та осіб.

Характерною рисою даного періоду було проведення роботи з подальшої спеціалізації організацій, що брали участь в зовнішній торгівлі. Держторги і спільні товариства були ліквідовані. Імпорتنі і експортні акціонерні товариства були реорганізовані в монополні імпорتنі і експортні загальносоюзні об'єднання (всього 20), що були підвідомчі Народному комісаріату зовнішньої торгівлі.

Ці об'єднання спеціалізувалися на певній номенклатурі товарів. Це дозволяло охопити усі товари зовнішньоторговельного обороту. Таким чином була усунута можливість діяльності за кордоном інших господарських організацій., що не входили в систему НКЗТ.

У 1935 році Радянський Союз, досягнувши техніко-економічної незалежності від капіталістичних країн, приступив, як стверджувало тодішнє керівництво, до завершення будівництва соціалістичного суспільства.

До цього часу відбулася значна зміна в співвідношенні сил на користь СРСР. У цих умовах з'явилась можливість здійснення важливої організаційної зміни в зовнішній торгівлі Радянського Союзу, а саме, перенесення зовнішньоторговельних операцій і операцій, пов'язаних з їх виконанням, з-за кордону в СРСР.

Докорінні зміни в систему регулювання зовнішньої торгівлі були внесені Постановою РНК від 27 липня 1935 року, якою все-



союзним експортним і імпортним об'єднанням було надано право безпосереднього укладення зовнішньоторговельних угод з іноземними фірмами як на території СРСР так і за кордоном. Реформа 1935 року стала початком формування нової системи організації зовнішньої торгівлі.

З проведенням цієї реорганізації закордонний апарат Наркомзовнішторгу різко скоротив безпосереднє здійснення зовнішньоторговельних операцій з іноземними фірмами, що дозволило ліквідувати більшість закордонних акціонерних товариств.

Впродовж 1935—1940 рр., в результаті зміни структури радянського експорту та імпорту, а також в порядку раціоналізації і вдосконалення зовнішньоторговельної роботи, деякі об'єднання були ліквідовані, а їх номенклатура товарів передана в інші об'єднання.

Одним з найважливіших організаційних заходів у сфері зовнішньої торгівлі була зміна взаємин між експортними і імпортними об'єднаннями, з одного боку, і їх радянськими постачальниками і замовниками, з іншого.

Постачання всесоюзними об'єднаннями імпортних товарів радянським замовникам почало регулюватися затвердженими Економрадою при РНК СРСР в січні 1940 року «Умовами виконання імпортними об'єднаннями замовлень радянських організацій».

Реформу зовнішньоекономічної діяльності, проведену в 1935 році, можна вважати «сталінською». Створений нею механізм був покликаний функціонувати впродовж тривалого часу.

Загалом для системи організації зовнішньої торгівлі, яка існувала в СРСР до середини 50-х років, були характерними такі риси:

- ✓ планування і загальне керівництво здійснювались компартією і урядом;
- ✓ безпосереднє регулювання зовнішньої торгівлі країни і контроль за її здійсненням проводило міністерство зовнішньої торгівлі;
- ✓ право здійснення експортно-імпортних операцій надавалось державним зовнішньоторговельним об'єднанням.

Соціалістична монополія зовнішньої торгівлі стала новою формою організації міжнародного економічного співробітництва. В історії СРСР вона відіграла важливу роль у побудові командно-адміністративної економіки держави. Організаційні форми зовнішньої торгівлі, звісно, не залишались незмінними. В процесі еволюції радянської зовнішньої торгівлі вони змінювались.

Монополія зовнішньої торгівлі спрямовувалась на захист Радянської держави від економічних інтервенцій країн капіталістичного світу.

Країни капіталізму вороже ставилися до розвитку радянської економіки на соціалістичних засадах. Країни капіталістичного світу усіляко намагалися протистояти і заважати усіма можливими шляхами виходу Радянського Союзу на їх ринки. Це відбувалося різноманітними шляхами:

- ✓ бойкотуванням радянських товарів;
- ✓ заборонаю фірмам продавати Радянській державі свій товар;
- ✓ накладенням арештів на радянські судна і товари;
- ✓ встановленням золотої блокади;
- ✓ відмовою надавати комерційні кредити;
- ✓ розповсюдженням пропаганди про «радянський демпінг»;
- ✓ запровадженням дискримінаційних обмежень і спеціальних режимів на торгівлю з СРСР.

Зовнішня торгівля СРСР була органічною складовою частиною радянської системи господарства. Радянська держава створила принципово нові форми організації зовнішньої торгівлі, які відповідали соціалістичній системі господарства, яка існувала в СРСР. Ці форми в історії людства створювалися вперше. Історичного і практичного досвіду з цього питання не існувало.

Зовнішня торгівля здійснювалась Радянським Союзом на основі державної монополії через уповноважені на те органи.

Зміни організаційних форм зовнішньої торгівлі СРСР відбувалися за непорушності державної монополії зовнішньої торгівлі. Вони рухалися від роздробленості до концентрації і централізації, були спрямовані на краще забезпечення виконання тих завдань, які ставилися перед зовнішньою торгівлею на відповідному етапі.

Зрозуміло, що не слід ідеалізувати тодішні форми і методи управління і регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Зрозуміло й те, що історію слід сприймати такою, якою вона є.



## ЛІТЕРАТУРА

1. *Воронов К.* Важнейшие изменения организационных форм внешней торговли СССР за 40 лет // Внешняя торговля, 1958. — № 12. — С. 33—41.
2. *Усенко Е.* Сущность и формы социалистической монополии внешней торговли // Внешняя торговля, 1967. — № 5. — С. 34—41.
3. *Баринов Н., Долженков В.* У истоков внешней торговли // Внешняя торговля, 1975. — № 3. — С. 8—14.
4. Регулирование внешней торговли в его правовых моментах // Внешняя торговля, 1923. — № 12. — С. 2—13.



## КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. Коли і як у радянській у Росії було встановлено державну монополію на зовнішню торгівлю?
2. Які органи з державного регулювання зовнішньої торгівлі були створені впродовж перших місяців існування радянської влади?
3. Структура органів регулювання зовнішньоекономічної діяльності перед запровадженням нової економічної політики.
4. Які зміни внесла нова економічна політика у державне регулювання зовнішньоекономічної торгівлі?
5. Що таке торговельні представництва і коли вперше вони з'явилися?
6. Що таке держторги та чим вони опікувалися?
7. Права і функції державних господарських підприємств, банків і кредитних установ, кооперативних організацій у сфері зовнішньої торгівлі.
8. З якою метою створювався єдиний Народний комісаріат торгівлі?
9. Коли і чому знову з'явився Народний комісаріат зовнішньої торгівлі СРСР?
10. Що таке всесоюзні зовнішньоторговельні об'єднання і коли вони з'явилися?
11. Реформа 1935 року у сфері організації зовнішньоекономічної діяльності.





## ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТІВ СРСР У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У підрозділі 1.2 «Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності в колишньому СРСР» навчального посібника «Зовнішньоекономічна діяльність» за ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна (К.: Центр учбової літератури, 2006) було наведено перелік відповідних актів і зазначено також джерела, де з ними можна ознайомитися.

У цьому розділі сформулюємо основні положення цих документів.

Законодавче забезпечення зовнішньоекономічної діяльності в колишньому Радянському Союзі будувалося на основі дотримання принципу соціалістичного інтернаціоналізму з метою перебудови управління, удосконалення планування і створення дієвого господарського механізму у сфері зовнішньоекономічних зв'язків.

Всі заходи нормативного характеру були спрямовані на забезпечення виходу міністерств, відомств, об'єднань, підприємств на зовнішній ринок, посилення зацікавленості в розвитку міжнародної кооперації і в прискоренні впровадження новітніх досягнень науки і техніки.

Дати — короткий зміст найважливіших нормативно-правових актів горбачовського періоду СРСР.

### *1. Постанова Центрального Комітету КПСС і Ради Міністрів СРСР від 19 серпня 1986 № 991 «Про заходи з удосконалення управління зовнішньоекономічними зв'язками»*

Дану постанову можна вважати першим кроком на шляху децентралізації державної монополії на зовнішньоекономічну діяльність.

Створювалася Державна зовнішньоекономічна комісія Ради Міністрів СРСР. Вона керувала роботою:

- Міністерства зовнішньої торгівлі СРСР;
- Державного комітету СРСР із зовнішньоекономічних зв'язків;
- Державного комітету СРСР з іноземного туризму;
- Головного управління державного митного контролю при Раді Міністрів СРСР;

- всіх міністерств і відомств у частині здійснення зовнішньо-економічних зв'язків, радянських частин міждержавних комісій з економічного і науково-технічного співробітництва.

Постійні органи Ради Міністрів СРСР, міністерства і відомства, Ради Міністрів союзних республік вносили зазначеній Комісії питання, які вимагали рішень союзного уряду. Мозковим центром комісії була Науково-економічна рада. Комісія мала робочий апарат.

Об'єднанням, підприємствам і організаціям надавалося право встановлювати прямі зв'язки з підприємствами і організаціями інших країн—членів РЕВ і самостійно розв'язувати питання виробничої і науково-технічної кооперації, зокрема підписання господарств і контрактів на поставку продукції і надання послуг, пов'язаних з кооперацією.

Право безпосереднього здійснення експортно-імпортних операцій (у тому числі і на ринки капіталістичних країн та країн, що розвиваються), надавалося ряду міністерств і відомств СРСР і союзних республік, об'єднань та підприємств. З 1 січня 1987 року у них створювалися госпрозрахункові зовнішньоторговельні фірми.

Міністерство зовнішньої торгівлі СРСР та Державний комітет СРСР із зовнішньоекономічних зв'язків (які впродовж тривалого часу забезпечували державну монополію зовнішньоекономічної діяльності) зобов'язувалися разом з галузевими міністерствами і відомствами забезпечити укомплектування створюваних зовнішньоторговельних об'єднань і фірм кваліфікованими фахівцями.

За зазначеними відомствами залишилося право контролю за дотриманням державних інтересів суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на зарубіжних ринках.

У склад затверджуваних планових показників включалися завдання з валютної виручки, зокрема, у вільно конвертованій валюті.

У планах економічного і соціального розвитку запроваджувався розділ щодо зовнішньоекономічних зв'язків.

Було взято курс на експортно-імпортні операції на засадах госпрозрахунку, а не на підставі замовлень-нарядів та доручень.

В об'єднаннях, на підприємствах і в організаціях створювалися фонди валютних відрахувань для фінансування експортно-імпортних операцій. Ці фонди мали формуватися за стабільними довгостроковими нормативами від реалізації готової продукції та послуг, а також виручки від операції з кооперованих поставок.

У міністерствах, відомствах СРСР та Радах Міністрів союзних республік утворювалися централізовані валютні фонди.

Встановлювалося, що імпорт машин, обладнання тощо для потреб технічного переозброєння і реконструкції виробництва, виконання НДДКР (науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт) здійснюється лише за рахунок власних або позичкових валютних коштів.

Дозволялось міністерствам, відомствам, підприємствам тощо за рахунок їх валютних коштів самостійно або через зовнішньоторговельні організації закуповувати потрібну для зазначеної вище мети продукцію.

Зовнішторгбанк одержав право надавати підприємствам і організаціям кредит для розвитку експортних виробництв та фірм на термін до 4 років. Кредити мали відшкодовуватися за рахунок валютної виручки від експорту продукції.

*2. Постанова Центрального Комітету КПСС і Ради Міністрів СРСР від 19 серпня 1986 № 992 «Про заходи з удосконалення управління економічними і науково-технічним співробітництвом з соціалістичними країнами»*

З метою удосконалення управління економічним і науково-технічним співробітництвом з соціалістичними країнами Рада Міністрів СРСР постановила:

- вважати, що загальнодержавним завданням є пріоритетний розвиток економічних зв'язків з соціалістичними країнами на принципах соціалістичного інтернаціоналізму;

- принципово перебудувати систему співробітництва перейти від переважно торговельних зв'язків до спеціалізації і кооперації виробництва. В основу всієї роботи покладалася «Комплексна програму науково-технічного прогресу країн—членів РЕВ до 2000 року»;

- суттєво змінити форми і методи зовнішньоекономічних зв'язків з країнами соціалістичної співдружності;

- удосконалити централізоване планування економічних відносин, основний акцент зробити на активне впровадження нових прогресивних форм взаємодії між об'єднаннями, підприємствами і організаціями СРСР та соціалістичних країн.

З метою удосконалення планування зовнішньоекономічних зв'язків було прискорено розробку «Концепції розвитку зовнішньоекономічних зв'язків СРСР з країнами—членами РЕВ на 1991—1995 роки і до 2000 року» як базу для узгодження довгострокової економічної політики і координації державних планів, що забезпечило б підґрунтя для глибокої економічної і науково-технічної міжнародної соціалістичної інтеграції.

Держплан СРСР на основі п'ятирічних і щорічних планів визначав та узгоджував:

- пріоритетні напрями розвитку економічного співробітництва, включаючи спеціалізацію виробництва з основних видів продукції;
- загальні об'єми та пропорції взаємного економічного співробітництва;
- заходи з удосконалення структури товарообороту і досягненню збалансованості торговельних і платіжних відносин.

Найважливішим джерелом прискорення розвитку інтеграційних зв'язків СРСР з країнами-членами РЕВ вважалися тісні науково-технічні і виробничі взаємовідносини об'єднань, підприємств та організації СРСР і соціалістичних країн. При цьому головне завдання полягало в тому, щоб використовуючи міжнародний поділ праці, підняти технічний рівень продукції, що випускалася та збільшити обсяги її виробництва.

З метою забезпечення всесторонньої обґрунтованості і дотримання взаємних зобов'язань результати узгодження та координації планів СРСР та країн—членів РЕВ на 1991—1995 роки було взято курс на підписання з кожною зі сторін єдиної міжурядової угоди про економічне і науково-технічне співробітництво.

Прямі виробничі та науково-технічні зв'язки об'єднань, підприємств та організації СРСР з об'єднаннями, підприємствами та організаціями інших країн—членів РЕВ вважалися найважливішим шляхом здійснення стійкої та ефективної кооперації, обміну досвідом і надання взаємної допомоги в освоєнні і впровадженні нової техніки і технології.

З метою розвитку прямих зв'язків розширювалися права об'єднань, підприємств та організацій. Їм надавалися права на самостійне вирішення питань, пов'язаних з кооперацією, в тому числі:

- визначати напрямки і конкретні цілі співробітництва, обирати підприємства та організації країн—членів РЕВ, з якими потрібно установлювати та розвивати прямі виробничі та науково-технічні зв'язки;
- проводити взаємні поставки кооперованої продукції, зразків виробів, приладів, інструментів, матеріалів;
- надавати та отримувати в оренду прилади, машини та обладнання;
- проводити з організаціями країн—членів РЕВ науково-дослідні, проектно-конструкторські та експериментальні роботи

створюючи для цього спільні колективи вчених та спеціалістів, обмінюватись на взаємно вигідних умовах науково-технічною документацією, що не містить винаходів, здійснювати взаємне сприяння в навчанні кадрів;

- самостійно узгоджувати ціни на комплектуючі вироби і послуги які вони надають;
- укладати від свого імені з підприємствами і організаціями господарські договори і контракти.

Дозволялося підприємствам, об'єднанням та організаціям, які мали прямі зв'язки з підприємствами та організаціями країн— членів РЕВ, придбавати в Зовнішторгбанку СРСР на умовах кредиту перевідні карбованці і національні валюти країн соціалістичної співдружності для проведення науково-дослідних робіт і підвищення ефективності виробництва, пов'язаного з кооперацією.

З метою ефективнішого використання результатів міжнародного поділу праці, науково-технічного і виробничого потенціалу країн соціалістичної співдружності були визначені нові форми співробітництва у зовнішньоекономічній діяльності:

- спільні підприємства (могли утворюватися на дво- або багатосторонній основі);
- міжнародні об'єднання та організації (створювалися на принципах збереження національної власності і здійснення їх діяльності на підставі скоординованих та спільних планів).

При створенні спільних підприємств на території СРСР враховувалося, що такі організації повинні були здійснювати свою діяльність в системі радянської економіки, керуючись чинним законодавством СРСР, трудовими та соціальними нормами для радянських громадян. Вони діяли на основі повного госпрозрахунку, самофінансування і самоокупності.

Матеріально-технічне забезпечення і збут їх продукції здійснювалися в пріоритетному порядку через систему оптової торгівлі і через зовнішньоторговельні організації СРСР. Радянська держава гарантувала іноземному учаснику виплату його частки прибутку, а в випадку ліквідації спільного підприємства або виходу з нього — і інших активів. Спільні підприємства створювалися на основі міжнародних договорів СРСР. Спільні підприємства, які засновувалися на загальній соціалістичній власності, мали спільний засновницький фонд, самостійний баланс, і здійснювали свою діяльність на основі розроблених і затверджених планів. Майно таких підприємств створювалося передусім за ра-



хунок внесків учасників, розміри яких зазначалися в договорі. Спільні підприємства мали право при здійсненні експортно-імпортних операцій узгоджувати ціни на продукцію, яку вони виробляли і укладати угоди з оплатою імпорту за рахунок власних або запозичених валютних коштів. Прибуток спільних підприємств після сплати усіх податків, розподілявся між їх учасниками пропорційно частці їх участі в засновницькому фонді. Спільні підприємства, що створювалися на території СРСР, вважалися юридичними особами.

Для забезпечення ділових контактів і вирішення питань, які виникали під час співробітництва на основі прямих зв'язків і діяльності спільних підприємств, міжнародних об'єднань та організацій дозволялися відрядження радянських спеціалістів до країн—членів РЕВ за рахунок власних коштів відповідних підприємств і організацій.

*3. Постанова Ради Міністрів СРСР від 22 грудня 1986 року № 1526 «Про затвердження положень про госпрозрахункові зовнішньоторговельні організації об'єднання і типового положення про госпрозрахункову зовнішньоторговельну фірму науково-виробничого, виробничого об'єднання, підприємства, організації».*

Для здійснення зовнішньоторговельних операцій підприємствами та організаціями республіканських міністерств та відомств створювалися госпрозрахункові зовнішньоторговельні об'єднання.

Госпрозрахункове зовнішньоторговельне об'єднання було єдиним господарським комплексом, до складу якого входили спеціалізовані фірми та інші організації.

Зовнішньоторговельне об'єднання утворювалося відповідно до законодавства СРСР для здійснення експортних та імпортних операцій за закріпленою номенклатурою товарів та послуг.

Керівництво діяльністю зовнішньоторговельного об'єднання здійснювалося міністерством, відомством, в систему якого воно входило.

Контроль за дотриманням на зовнішньому ринку державних інтересів СРСР забезпечували Міністерство зовнішньої торгівлі СРСР і Державний комітет СРСР із зовнішньоекономічних зв'язків.

Спеціалізовані фірми зовнішньоторговельного об'єднання вважалися юридичними особами і мали право укладати від свого імені зовнішньоторговельні угоди, господарські договори з поставальниками товарів для експорту.

Відносини зовнішньоторговельного об'єднання з радянськими підприємствами і організаціями будувалися на основі господарських договорів і регулювалися чинним законодавством СРСР.

Зовнішньоторговельне об'єднання мало свій статут, який затверджувався Міністерством зовнішньої торгівлі СРСР, і здійснювало свою діяльність в тісному співробітництві з торговельними представництвами СРСР.

Основними завданнями та функціями за кордоном зовнішньоторговельного об'єднання були:

- забезпечення реалізації державних планів економічного і соціального розвитку СРСР;
- здійснення експортно-імпортних операцій за закріпленою номенклатурою товарів;
- сприяння пріоритетному розвитку економічних зв'язків з соціалістичними країнами;
- розвиток експорту товарів і послуг, удосконалення його структури і розширення номенклатури за рахунок експорту товарів з більш високим рівнем переробки, підвищення якості і конкурентоспроможності експортних товарів;
- отримання максимальної валютної виручки від експорту товарів і послуг та економія валютних засобів при здійсненні зовнішньоекономічних зв'язків;
- розвиток нових форм зовнішньоекономічних зв'язків;
- вивчення і використання кон'юнктури товарних ринків згідно з номенклатурою зовнішньоторговельного об'єднання;
- забезпечення правового захисту інтересів зовнішньоторговельного об'єднання;
- розробка проектів перспективних, п'ятирічних та річних планів розвитку зовнішньоекономічних зв'язків;
- здійснення активної інформаційної та рекламної діяльності з метою розширення номенклатури товарів;
- організація спеціалізованих виставок;
- участь в міжнародних ярмарках, виставках;
- сприяння швидшому освоєнню імпортного обладнання.

Управління зовнішньоторговельним об'єднанням здійснювали на основі колегіальності в обговоренні і прийнятті рішень щодо керівництва діяльністю зовнішньоторговельного об'єднання. З цією метою створювалася рада зовнішньоторговельного об'єднання. Склад ради, її компетенція визначалися керівництвом міністерства, відомства, до системи якого належало зовнішньоторговельне об'єднання.

4. Указ Президії Верховної Ради СРСР від 13 січня 1987 року «Про питання, пов'язані зі створенням на території СРСР і діяльністю спільних підприємств, міжнародних об'єднань і організацій за участю радянських на іноземних організацій, фірм та органів управління». Указ передбачав, що:

- спільні підприємства звільнюються від сплати податку на прибуток впродовж перших двох років з моменту отримання прибутку;
- земля, її надра, вода, і ліс можуть бути надані спільним підприємствам як в платне так і безплатне користування.

5. Постанова Ради Міністрів СРСР від 13 січня 1987 року № 40 «Про порядок створення на території СРСР і діяльності спільних підприємств міжнародних об'єднань і організацій СРСР та інших країн—членів РЕВ».

Спільні підприємства міжнародні об'єднання і організації створювалися для здійснення виробничої, науково-виробничої діяльності в сфері промисловості, науки, сільського господарства, будівництва, та інших сферах діяльності.

Спільні підприємства здійснювали свою діяльність від свого імені на основі загальної соціалістичної власності. Міжнародні об'єднання утворювалися з метою координації виробничої, науково-виробничої діяльності в різних сферах. Спільні підприємства, міжнародні об'єднання і організації створюються на території СРСР на основі міждержавних та міжурядових договорів СРСР.

Рішення про створення спільних підприємств, міжнародних об'єднань і організацій ухвалювалися самостійно міністерствами та відомствами СРСР та Радами Міністрів союзних республік.

Учасниками спільного підприємства, міжнародного об'єднання і організації могли бути одне або декілька радянських підприємств, що вважалися юридичними особами, та одна або декілька організацій інших країн—членів РЕВ, що були юридичними особами.

Спільне підприємство, міжнародне об'єднання і організація повинні мати бути мати статут, в якому визначався предмет і цілі діяльності, місцезнаходження, склад учасників, структура, склад і компетенція органів управління, порядок прийняття рішень та коло питань, рішення яких вимагало одноголосного вирішення, а також встановлювався порядок ліквідації спільного підприємства, міжнародного об'єднання і організації.

Строк діяльності спільного підприємства, міжнародного об'єднання і організації узгоджувався учасниками у засновницьких документах.

Створені на території СРСР спільні підприємства, міжнародні об'єднання і організації після набрання чинності документів про їх створення реєструвалися в Міністерстві фінансів СРСР і отримували права юридичної особи з моменту реєстрації.

Майно спільного підприємства, міжнародного об'єднання і організації повинно бути застраховано в страхових організаціях СРСР. Права на промислову власність (винаходи тощо), що належала спільним підприємствам, міжнародним об'єднанням і організаціям охороняли відповідно до радянського законодавства. Передбачалася і патентна форма їх охорони.

Спільні підприємства, міжнародні об'єднання і організації, створені на території СРСР, могли відкривати представництва і філіали. Створені на території СРСР філіали спільних підприємств, що були юридичними особами, не відповідали за зобов'язаннями спільних підприємств і організацій, а ці спільні підприємства і організації — за зобов'язаннями таких філіалів.

Вищим керівним органом спільного підприємства, міжнародного об'єднання і організації була Рада.

Спільне підприємство, міжнародне об'єднання і організація повинні були самостійно розробляти і затверджувати плани своєї господарської діяльності. Ввіз в СРСР і вивіз з СРСР спільними підприємствам, міжнародним об'єднаннями і організаціями товарів або іншого майна відбувався на основі угод. Спільні підприємства, міжнародні об'єднання і організації мали право здійснювати листування, телеграфний, телетайпний та телефонний зв'язок з організаціями інших країн.

Визначалися:

- цілі і порядок створення спільних підприємств, міжнародних об'єднань і організацій;
- коло учасників, майно і права спільних підприємств, міжнародних об'єднань та організацій;
- порядок діяльності спільних підприємств, міжнародних об'єднань і організацій;
- порядок оподаткування спільних підприємств;
- особливості діяльності міжнародних об'єднань і організацій;

- ліквідація спільних підприємств, міжнародних об'єднань і організацій.

Особливості діяльності спільних підприємств були такими:

- майно спільного підприємства вважалося загальною соціалістичною власністю СРСР і відповідної країни-члена РЕВ.

- спільні підприємства мали самостійний баланс і діяли на основі повного госпрозрахунку, самоокупності та фінансування.

- статутний фонд спільного підприємства утворювався за рахунок внесків його учасників.

- обладнання, матеріали, та інше майно, що ввозиться в СРСР іноземними учасниками спільного підприємства в рахунок їх внесків у статутний фонд підприємства звільняються від сплати мита.

- учасники спільного підприємства мали право за взаємної згоди повністю або частково передавати третім особам свої частки в спільному підприємстві.

- при включенні спільних підприємств в систему матеріально технічного забезпечення СРСР вони отримували та реалізували продукцію і послуги в СРСР за оптовими або договірними цінам.

- спільні підприємства за необхідності могли користуватися кредитом, який вони отримували на комерційних умовах в Зовнішторгбанку СРСР.

- на спільному підприємстві створювався резервний фонд та інші фонди, які були необхідними для його діяльності. Відрахування в резервний фонд від прибутку здійснювалося доти, поки цей фонд не досягав 25 % статутного фонду.

- спільні підприємства сплачували податок в розмірі 30 % з частини прибутку, що залишався після відрахувань в усі фонди підприємства;

- спільні підприємства звільнялися від сплати податку на прибуток впродовж перших 2 років з моменту отримання прибутку.

- міністерство фінансів СРСР мало право знижувати розмір податку або повністю звільняти від податків.

- міжнародні об'єднання і організації мали самостійний баланс і здійснювали свою діяльність за рахунок внесків учасників.

- міжнародні об'єднання і організації мали право здійснювати експортно-імпорتنі операції.

- міжнародні об'єднання і організації мали право узгоджувати ціни і укладати від свого імені контракти на імпорт та експорт науково-технічної продукції, ліцензій, «ноу-хау», матеріалів, зразків, необхідних для здійснення їх діяльності.

- спільні підприємства, міжнародні об'єднання і організації відраховували до державного бюджету СРСР кошти на державне страхування радянських та іноземних працівників.

*6. Постанова Ради Міністрів СРСР від 13 січня 1987 року № 49. «Про порядок створення на території СРСР і діяльності спільних підприємств за участю радянських організацій та фірм капіталістичних країн та країн, що розвиваються»*

Основні її положення:

- спільні підприємства за участю радянських організацій та фірм капіталістичних та розвинутих країн створюються на території СРСР на основі договорів;

- рішення про створення на території СРСР спільних підприємств з фірмами капіталістичних та розвинутих країн приймалися самостійно міністерствами та відомствами СРСР;

- учасниками спільного підприємства могли бути одне або декілька радянських підприємств, що були юридичними особами, та одне або декілька іноземних підприємств, що були юридичними особами;

- статутний фонд спільного підприємства створювався за рахунок внесків його учасників;

- найвищим органом спільного підприємства було правління, яке призначалося його учасниками, головою правління і генеральним директором підприємства мав бути громадянин СРСР;

- спільному підприємству надавалося право самостійного здійснення експортних та імпорتنих операцій;

- спільні підприємства сплачували податок в розмірі 30 % з частини прибутку, що залишалася після відрахувань в резервний фонд, а також в інші фонди спільного підприємства, які передбачені на розвиток виробництва, науки та техніки.

*7. Постанова Ради Міністрів СРСР від 27 липня 1987 року № 846 «Про порядок передачі і отримання документації, що містить винаходи і «ноу-хау», радянськими об'єднаннями, підприємствами і організаціями при здійсненні нових інтеграційних форм співробітництва з підприємствами та організаціями інших країн—членів РЕВ».*

Її основні положення:

- радянським підприємствам, організаціям та об'єднанням при здійсненні прямих виробничих та науково-технічних зв'язків з підприємствами та організаціями інших країн, надавалося право

самостійно узгоджувати умови передачі і отримання документації і укладати контракти від свого імені;

- радянські підприємства, об'єднання та організації впродовж місяця після підписання договорів повинні надсилати копії їх копії Державному комітету СРСР у справах відкриттів та винаходів — з метою забезпечення правової охорони науково-технічних результатів і контролю за додержанням інтересів авторів винаходів.

*8. Постанова Ради Міністрів СРСР від 27 липня 1987 року № 718 «Про порядок пропуску через державний кордон СРСР товарів та іншого майна при здійсненні прямих зв'язків об'єднань, підприємств та організацій СРСР з підприємствами та організаціями інших соціалістичних країн і діяльності спільних підприємств, міжнародних об'єднань та організацій СРСР ті цих країн».*

Вона передбачала, що підставою для перетину державного кордону СРСР є договори, на основі яких здійснюються прямі зв'язки, або договори про створення спільних підприємств.

*9. Постанова Центрального Комітету КПСС і Ради Міністрів СРСР від 17 вересня 1987 року № 1074 «Про додаткові заходи по удосконаленню зовнішньоекономічної діяльності в нових умовах господарювання».*

Стосувалася таких питань як:

- посилення ролі об'єднань, підприємств та організацій в удосконаленні зовнішньоекономічної діяльності;

- поглиблення ефективності економічної та науково-технічної інтеграції СРСР з країнами членами РЕВ;

- розвиток експортної бази країни;

- удосконалення структури зовнішньоторговельного товарообороту Радянського Союзу, підвищення технічного рівня і конкурентоспроможності товарів, призупинення нераціонального імпорту;

- розвиток прямих виробничих і науково-технічних зв'язків з підприємствами та організаціями соціалістичних країн;

- поглиблення і розвиток господарської взаємодії з соціалістичними країнами шляхом створення акціонерних товариств.

Для стимулювання поставок на експорт Зовнішторгбанку СРСР дозволялося надання об'єднанням, підприємствам та організаціям кредитів в іноземній валюті. Перебудовувалася система

підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Було спрощено чинний порядок прийняття рішень про створення спільних підприємств, міжнародних об'єднань і організацій, а також надавалося право самостійного прийняття рішень щодо створення спільних підприємств, міжнародних об'єднань і організацій.

З метою більшого задоволення попиту населення та розширення асортименту споживчих товарів підприємствам та організаціям внутрішньої торгівлі, споживчої та іншої кооперації дозволялося здійснювати товарообмінні операції з організаціями соціалістичних країн.

Задля поглиблення і розвитку господарських взаємовідносин з соціалістичними країнами могли використовуватися різноманітні форми спільної господарської діяльності включаючи створення акціонерних товариств, та залучатися інші форми інвестиційно-комерційної діяльності.

Визнавалося за необхідне укладання з соціалістичними країнами міжурядових договорів у сфері економічного і науково-технічного співробітництва. Було забезпечено подальше удосконалення планування зовнішньоекономічних зв'язків.

З метою підвищення зацікавленості іноземних партнерів в створенні на території СРСР спільних підприємств, ці підприємства звільнялися від сплати податків впродовж перших двох років своєї діяльності, спрощувався порядок використання валютних фондів підприємств.

Задля стимулювання експорту, Зовнішторгбанку СРСР було дозволено надавати об'єднанням, підприємствам та організаціям кредити в іноземній валюті.

З метою кадрового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності передбачалося використання економічних методів управління. Брався курс на розвиток різноманітних форми господарської взаємодії з іноземними партнерами, включаючи створення спільних підприємств і виробництв, участь в іноземних акціонерних товариствах.

*10. Постанова Центрального Комітету КПСС і Ради Міністрів СРСР від 24 жовтня 1987 року № 1204 «Про, заходи із забезпечення перебудови механізму багатостороннього співробітництва, соціалістичної економічної інтеграції і діяльності РЕВ, передбачених рішеннями 43 засідання сесії РЕВ»*



Господарська реформа, що проводилася в СРСР і яка набрала чинності Законом «Про господарське об'єднання», створила нові можливості для поглиблення взаємодії з іншими соціалістичними країнами.

Подальша перебудова системи планування і управління, перехід в країні до оптової торгівлі засобами виробництва, здійснення реформи ціноутворення, — усі ці заходи мали сприяти формуванню умов для створення в перспективі об'єданого ринку країн—членів РЕВ. Політика міжнародної економічної інтеграції урахувала національні особливості економічного розвитку, національну технічну та інвестиційну політику. З цією метою була розроблена «Концепція міжнародного соціалістичного поділу праці на 1991—2005 роки». Збільшення товарообороту повинно було забезпечуватися не за рахунок збільшення обсягів паливно-сировинних товарів на готові вироби, а шляхом широкої внутрішньогалузевої спеціалізації і кооперації виробництва.

Комплексна програма науково-технічного прогресу країн—членів РЕВ до 2000 року відігравала найважливішу роль в:

- практичному вирішенні завдань поєднання досягнень науково-технічної революції з плановою економікою,
- пріоритетному розвитку основних напрямів народного господарства, інтенсифікації виробництва та підвищенні продуктивності праці.
- проведенні господарської реформи на підставі Закону «Про державне підприємство»;
- перебудові системи планування;
- переході до оптової торгівлі засобами виробництва;
- проведенні реформи ціноутворення, яка ґрунтувалася на зближенні співвідношення цін за групами товарів і видами продукції зі світовими цінами;
- використанні економічних методів управління;
- комплексній перебудові фінансово-кредитної системи;
- підвищенні ефективності прямих виробничих та науково-технічних зв'язків;
- удосконаленні роботи Ради Економічної Взаємодопомоги.

*11. Постанова Ради Міністрів СРСР від 27 січня 1988 року № 109 «Про діяльність асоціацій ділового співробітництва із зарубіжними країнами»*

Найважливіші її положення:

- асоціації ділового співробітництва вважалися загальносоюзними галузевими або регіональними громадськими організація-

ми, що діють на принципах господарського розрахунку, самофінансування і валютної самоокупності, створювалися на пайових засадах та об'єднували державні, кооперативні або інші радянські об'єднання і діяли з метою поглиблення співробітництва з іншими країнами.

- асоціації створювалися для організації співробітництва з конкретними країнами, або групами країн.

- асоціації самостійно займалися розробкою та затвердженням програми своєї діяльності. Державними органами СРСР планові завдання не встановлювалися.

- міністерствам, відомствам, і Радам Міністрів союзних республік надавалося право використовувати кошти централізованих валютних фондів, для виплати повністю або частково об'єднаннями, підприємствами та організаціями, у випадку відсутності власних коштів в іноземній валюті внесків, передбачених статутами організацій.

- асоціації були звільнені від сплати податків впродовж перших двох років з початку їхньої діяльності

- валютні надходження, отримані в результаті діяльності асоціацій, в обсязі 80 % залишалися в розпорядженні відповідних асоціацій і використовувалися для розширення діяльності асоціацій.

- асоціації за необхідності могли використовувати кредити, отримані на комерційних умовах:

1. в конвертованій валюті — в Зовнішекономбанку СРСР;

2. в радянських карбованцях — в Зовнішекономбанку СРСР та інших спеціалізованих банках СРСР.

Асоціаціям надавалось право:

- самостійно встановлювати тарифи в радянських рублях та іноземній валюті за надані ними послуги;

- залучати для виконання робіт в апараті асоціацій, її філіалах та представництвах в СРСР висококваліфікованих радянських спеціалістів на умовах сумісництва;

- самостійно визначати порядок та розмір оплати праці;

- залучати на комерційних умовах для виконання робіт радянські та зарубіжні науково-дослідні інститути та інші організації;

- в установленому порядку відряджати за кордон і приймати в СРСР радянських та іноземних спеціалістів для вирішення питань, пов'язаних з діяльністю асоціацій.

*12. Постанова Центрального Комітету КПСС і Ради Міністрів СРСР від 6 лютого 1988 року № 179 «Про заходи з корінної перебудови організації зовнішньоекономічної реклами».*

До організації зовнішньоекономічної реклами були залучені:

- міністерства та відомствам СРСР;
- Ради Міністрів союзних республік;
- Зовнішекономбанк СРСР;
- Торгово-промислова палата СРСР;
- Всесоюзне об'єднання «Зовнішторгреклама» Торгово-промислової палати СРСР;
- зовнішньоторговельні організації;
- агентство друку «Новини»;
- засоби масової інформації, які працювали на зарубіжні ринки;
- Союз художників СРСР;
- Союз дизайнерів СРСР;
- Союз журналістів СРСР;
- Міністерство закордонних справ СРСР;
- Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків СРСР;
- Міністерство торгівлі СРСР;
- Державний комітет СРСР з телебачення та радіомовлення;
- Міністерство зв'язку СРСР.

Вся відповідальність за організацію ефективної зовнішньоекономічної реклами радянських товарів та послуг була покладена на міністерства, відомства, об'єднання, підприємства та організації, що виробляли ці товари та послуги і здійснювали їх експорт.

З метою розвитку рекламної сфери, передбачалося створення та розвиток спеціалізованих служб з реклами, дослідження ринків та маркетингу. В структурах рекламних служб утворювалися редакційно-видавничі та виробничі підрозділи для виготовлення рекламних матеріалів.

У зв'язку з необхідністю розвитку зовнішньоекономічної реклами міністерствам та відомствам СРСР, Радам Міністрів союзних республік, об'єднанням, підприємствам та організаціям дозволялося використовувати валютні фонди на цілі реклами, включаючи створення матеріально-технічної бази.

Зовнішеконом банку СРСР було дозволено надавати об'єднанням, підприємствам та організаціям кредити в іноземній валюті на строк до 2 років для фінансування зовнішньоекономічної реклами.

Для надання рекламних послуг, організації рекламних кампаній, здійснення експортно-імпортних операцій у сфері реклами були створені госпрозрахункові всесоюзні рекламно-виробничі центри.

Виконання функцій всесоюзних рекламно-виробничих центрів було покладено на Всесоюзне об'єднання «Зовнішторгреклама» Торгово-промислової палати СРСР.

Зовнішньоторгові організації, що входили в систему міністерств та відомств СРСР і які мали право прямого виходу на зовнішній ринок, забезпечували надання об'єднанням, підприємствам та організаціям послуг і консультацій з техніки дослідження ринків, організації рекламних кампаній, та інших послуг пов'язаних з маркетингом, на платній основі відповідно до основних напрямів їхньої діяльності.

З метою посилення рекламно-комерційної діяльності у сфері міжнародного науково-технічного співробітництва та реалізації проектів «Комплексної програми науково-технічного прогресу країн—членів РЕВ до 2000 року», були залучені до організації рекламної діяльності Державний комітет СРСР з науки та техніки, Торгово-промислова палата СРСР, міністерства та відомства СРСР.

Мали ширше використовувати можливості Виставки досягнення народного господарства СРСР для демонстрації і реклами продукції та послуг, що йдуть на експорт.

Основними обов'язками Торгово-промислової палати СРСР у сфері організації рекламної діяльності були:

- здійснення широкого ознайомлення керівників та спеціалістів з сучасними методами маркетингу і зовнішньоекономічної реклами, шляхом проведення ділових зустрічей радянських та іноземних експортерів, симпозіумів, семінарів, конференцій, організації ділових поїздок;

- розробка програми наукових досліджень у сфері зовнішньоекономічної реклами та маркетингу;

- розгляд реклами як невід'ємної частини роботи на зовнішньому ринку, для просування конкурентноздатних радянських товарів та послуг на закордонний ринок;

- допомога міністерствам та відомствам у створенні та розвитку спеціалізованих служб з реклами, дослідження ринків і маркетингу;

- становлення реклами, як розвинутої галузі зовнішньоекономічного комплексу країни;

- створення Всесоюзних госпрозрахункових рекламно-виробничих центрів;

- активне проведення виставкової діяльності за кордоном;

- удосконалення системи підготовки та перепідготовки кваліфікованих кадрів у сфері зовнішньоекономічної реклами;

- удосконалення матеріально-технічної бази реклами у зовнішньоекономічній сфері;
- застосування сучасних методів маркетингу і зовнішньоекономічної реклами.

*13. Постанова Центрального Комітету КППС і Ради Міністрів СРСР від 11 лютого 1988 року № 198 «Про заходи із забезпечення підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів для зовнішньоекономічної діяльності»*

Постанова стосувалася:

- підготовки професійних кадрів для зовнішньоекономічної діяльності в спеціалізованих вищих навчальних закладах;
- підготовки професійних кадрів для зовнішньоекономічної діяльності, починаючи з 1988 року, за новими учбовими планами, розробленими з урахуванням закордонного досвіду;
- підвищення кваліфікації викладачів спеціалізованих вищих навчальних закладів, організація їх стажування у зовнішньоторговельних об'єднаннях і фірмах;
- спеціалізоване навчання іноземним мовам працівників об'єднань, підприємств, організацій, міністерств та відомств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність;
- створення інституту підвищення кваліфікації керівників і спеціалістів у сфері зовнішньоекономічних зв'язків при Всесоюзній академії зовнішньої торгівлі Міністерства зовнішніх економічних зв'язків СРСР;
- залучення висококваліфікованих іноземних спеціалістів різноманітних сфер діяльності, що забезпечить підвищення ефективності зовнішньоекономічних зв'язків;
- створення при Академії народного господарства при Раді Міністрів СРСР і Всесоюзній академії зовнішньої торгівлі Міністерства зовнішніх економічних зв'язків СРСР вищих комерційних шкіл для перепідготовки і підвищення кваліфікації професійних кадрів зовнішньоекономічного профілю на госпрозрахунковій основі;
- здійснення за замовленням зацікавлених міністерств та відомств СРСР і Ради Міністрів союзних республік навчання в закордонних країнах спеціалістів зовнішньоекономічного профілю.

В основу міжнародного співробітництва у сфері підготовки професійних кадрів було покладено систематизований підхід до створення міцного підґрунтя для побудови удосконаленої системи освіти.

*14. Постанова Ради Міністрів СРСР від 4 лютого 1988 року № 167 «Про організацію оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення за перевідні рублі»*

До організації оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення були залучені:

- ✓ Рада Міністрів СРСР;
- ✓ Держплан СРСР;
- ✓ Держпостач СРСР;
- ✓ Всесоюзне госпрозрахункове зовнішньоторговельне об'єднання «Зовнішпромтехобмін».

Процес організації в СРСР оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення за перевідні рублі вважався важливою умовою розширення економічного співробітництва з країнами—членами РЕВ.

Оптова торгівля продукцією виробничо-технічного призначення за перевідні рублі здійснювалася на організованих Держпостачем СРСР загальносоюзних і регіональних ярмарках.

Держпостач СРСР визначав:

- ✓ періодичність, строки і місце проведення ярмарок;
- ✓ робочі органи ярмарок, затверджував їх керівництво, склад і кількість учасників;
- ✓ вирішував інші питання, пов'язані з організацією і проведенням ярмарок, укладанням угод і узгодження специфікацій.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Механизм внешнеэкономической деятельности. Сборник документов. — М.: Издательство «Правда», 1988. — 176 с.

2. «О дальнейшем развитии внешнеэкономической деятельности государственных, кооперативных и иных общественных предприятий, объединений и организаций». Постановление Совета Министров СССР от 2.12.1988 г. № 1405. — Экономическая газета, 1988. — № 51.

3. О мерах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, Постановление Совета Министров СССР от 07.03.1989 № 203. — Экономическая газета, 1989. — № 13.

# ТЕСТИ

## ТЕСТ № 1

(Прив'язаний до розділів навчального посібника «Зовнішньоекономічна діяльність» за ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна (К.: Центр учбової літератури, 2006))

### Тест до розділу 1

1. Чи можна вважати 1986 рік початком поступової відмови держави від монополії зовнішньої торгівлі?
2. Чи мусили обов'язково реструватися за часів Радянського Союзу учасники зовнішньоекономічних зв'язків?
3. Чи є під Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. підпис Президента України?
4. Чи запроваджувалася донині в Україні лише одна редакція тексту Митного кодексу України?
5. Чи публікується «Офіційний вісник України» відразу з початку незалежності України?
6. Чи містить збірник «Механизм внешнеэкономической деятельности», опублікований 1986 року московським видавництвом «Правда», понад 40 нормативних актів?
7. Чи з'явився Закон СРСР «Про валютне регулювання» раніше ніж Указ Президента СРСР «Про іноземні інвестиції в СРСР»?
8. Чи застосовувала Верховна Рада України, обрана 1994 року, римські цифри у нумерації своїх актів?
9. Чи є «Україна в цифрах» об'ємнішою публікацією ніж «Статистичний щорічник України».
10. Чи широко використовується англійська мова у «Статистичному щорічнику України»?

## Тест до розділу 2

1. Чи відома Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів як Женевська?
2. Чи є Україна учасницею Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів?
3. Чи застосовується Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів до міжнародної торгівлі послугами і цінними паперами?
4. Чи ратифікована Україною Нью-Йоркська Конвенція про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів?
5. Чи уклалися 1988 року у Нью-Йорку конвенції про міжнародний фінансовий лізинг і факторинг?
6. Чи публікувала ООН «Міжнародні правила тлумачення комерційних термінів» («Інкотермс»)?
7. Чи розтлумачено у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» поняття «матеріально оформлена угода» та «проста письмова форма»?
8. Чи завжди потрібен дозвіл органу державної влади для підписання зовнішньоекономічного договору (контракту)?
9. Чи є в Україні нормативний документ, що передбачає форму зовнішньоекономічних договорів?
10. Чи має відображатися автономія волі сторін в умовах зовнішньоекономічного договору (контракту)?

## Тест до розділу 3

1. Чи спрямовується протекціонізм на встановлення переваг іноземним конкурентам?
2. Чи може протекціонізм здійснюватися за допомогою використання технічних бар'єрів?
3. Чи існують інші засоби державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності окрім тарифних та нетарифних?
4. Чи є в арсеналі державних засобів нетарифного регулювання і інші, окрім квотування та ліцензування?
5. Чи може митний контроль завершуватися до закінчення фітосанітарного контролю?
6. Чи залишився в Україні незмінним у зв'язку з процесом вступу до СОТ процес ліцензування зовнішньоекономічної діяльності?



7. Чи всі зовнішньоекономічні контракти підлягають реєстрації в Україні?
8. Чи надають у сфері зовнішньоекономічної діяльності дозволи інші, окрім Міністерства економіки, державні органи України?
9. Чи стосується фітосанітарний контроль міжнародної торгівлі продукції тваринного походження?
10. Чи стосується гемологічний контроль карантинних та інших небезпечних шкідників?

## **Тест до розділу 4**

1. Чи вже ухвалювалася в Україні друга редакція Митного кодексу України?
2. Чи належить до єдиної митної території України її територіальне море?
3. Чи завжди митний кордон України збігається з її державним кордоном?
4. Чи є у Митній службі України щось окрім спеціалізованих митних установ і організацій?
5. Чи є митний тариф переліком ставок ввізного мита?
6. Чи встановлює Кабінет Міністрів України ставки митного тарифу?
7. Чи включається мито до ціни товарів?
8. Чи є «номінальне мито»? і «реальне мито» еквівалентними поняттями?
9. Чи має значення встановлення країн походження товару для застосування тарифних та нетарифних заходів?
10. Чи діляться розділи на групи в Українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності?

## **Тести до розділу 5**

1. Чи підлягають митному контролю послуги?
2. Чи є «митний контроль» і «митне оформлення» еквівалентними поняттями?
3. Чи визначає Державна служба України порядок здійснення митного контролю?
4. Чи є така форма митного контролю як особистий огляд?
5. Чи підлягають митному огляду ручна поклаж та супроводжуваний багаж суддів Конституційного Суду України?

6. Чи можуть митні брокери виконувати функції декларанта?
7. Чи здійснюється зазвичай митне оформлення і пропуск товарів до сплати ввізного мита?
8. Чи створюються та ліквідуються пункти пропуску за рішенням Державної митної служби України?
9. Чи потрібно для створення пункту пропуску угода України із суміжною державою?
10. Чи вважаються еквівалентними поняття «пропуск через митний кордон» і «переміщення через митний кордон»?

## Тести до розділу 6

1. Чи встановлює податки Кабінет Міністрів України?
2. Чи виконує кожний податок передусім фіскальну функцію?
3. Чи є дохід об'єктом оподаткування?
4. Чи завжди нараховується акциз при ввезенні товарів на митну територію України?
5. Чи існує в Україні за експортних операцій нульова ставка мита на податок на додану вартість?
6. Чи стягується податок на додану вартість з імпортованих товарів?
7. Чи обкладається митом давальницька сировина, що ввозиться на митну територію України?
8. Чи ухвалюється в Україні окремий закон на кожну вільну економічну зону?
9. Чи відбувається в Україні згідно із загальним порядком митне оформлення гуманітарної допомоги?
10. Чи використовується в Україні податкова знижка і податковий кредит у зв'язку з подвійним оподаткуванням?

## Тест до розділу 7

1. Чи ухвалювався Закон «Про інвестиційну діяльність» вже за часів незалежності України?
2. Чи було ухвалено Закон України «Про режим іноземного інвестування» раніше ніж Закон України «Про іноземні інвестиції»?
3. Чи забезпечують прямі інвестиції контроль інвестора над об'єктом інвестування?
4. Чи є еквівалентними поняттями види і форми інвестицій?

5. Чи можуть іноземні інвестиції бути у вигляді прав інтелектуальної власності?
6. Чи можуть іноземні інвестори здійснювати інвестиції в обіговий капітал підприємств?
7. Чи підлягають іноземні інвестиції націоналізації в Україні?
8. Чи переважала в першому десятилітті XXI ст. в Україні пропозиція іноземних інвестицій попит на них?
9. Чи притаманний зарубіжному інвестуванню в українську економіку високий рівень ризикованості?
10. Чи встановлюється в Україні іноземним інвесторам національний режим?

## **Тест до розділу 8**

1. Чи можливий позитивний результат за спекулятивного ризику?
2. Чи можливий позитивний результат за чистого ризику?
3. Чи можна випадкові явища визначати статистичною імовірністю?
4. Чи стосуються «Міжнародні правила тлумачення комерційних термінів» («Інкотермс-2000») переходу ризиків від продавця до покупця?
5. Чи можна вважати страхування найрозповсюдженішим методом зменшення ризиків?
6. Чи є делькредере видом валютного страхування?
7. Чи є ціна контракту в декількох валютах прикладом одностроннього валютного застереження?
8. Чи можна вважати об'єктивні (принципові) ризики знеособленими?
9. Чи діє система «Зеленої карти» у морському страхуванні?
10. Чи спрямовується перестраховання ризиків на захист страхового портфеля від впливу на нього малих страхових випадків?

## **Тест до розділу 9**

1. Чи є експортна квота країни співвідношенням між вартістю експорту та імпорту певної країни?
2. Чи означає прямий метод зовнішньої торгівлі встановлення прямих зв'язків між виробниками певної продукції та покупцями, що купують її для перепродажу?

3. Чи обмежується поняття «торговельний режим» лише застосуванням режиму найбільшого сприяння?

4. Чи можна вважати агентські операції у зовнішній торгівлі як такі, що еквівалентні брокерським?

5. Чи можна вважати міжнародні тендери різновидом організованих ринків?

6. Чи є ярмарок періодичним ринком?

7. Чи реалізується прямим методом зовнішньої торгівлі переважна більшість товарів в українському експорті?

8. Чи є високою частка сировинних товарів в українському експорті?

9. Чи широко причетні митні органи до реєстрації міжнародного руху послуг?

10. Чи поширюється поняття «міжнародне ліцензування» на знаки для товарів і послуг?

## Тест до розділу 10

1. Чи можна на маркетинг дивитися з точки зору функції управління?

2. Чи обов'язково «компанія світового рівня» повинна бути великою?

3. Чи можна діяльність транснаціональних корпорацій розглядати як різновид міжнародного маркетингу?

4. Чи відповідає сучасній філософії маркетингу намір зробити свої товари застарілими раніше, ніж це зроблять конкуренти?

5. Чи часто у підприємницькій діяльності виправдовуються надії на новий товар?

6. Чи належить ризик надмірних альтернатив до пасток міжнародного маркетингу?

7. Чи є захоплення компанією закордонних галузевих та територіальних ніш привабливішим ніж боротьба з конкурентами у всьому світі?

8. Чи вважається нині етичним пряме порівняння продукції компанії з продукцією її конкурентів?

9. Чи розглядаються нині цінові вигоди як достатні вирізняльні переваги товарів?

10. Чи можна вивчення сучасного ринку розглядати як збір достатньої інформації про майбутні ринки?

## Тест до розділу 11

1. Чи є поняття «патентна чистота продукції» поняттям еквівалентним поняттю «патентна чистота об'єктів техніки»?
2. Чи поширюється поняття «патентна чистота» на технічну документацію?
3. Чи є патентна чистота відносним поняттям?
4. Чи розглядають патентну чистоту з етичної точки зору?
5. Чи потрібно забезпечувати патентну чистоту ще на етапі створення об'єкта техніки?
6. Чи може експертиза патентної чистоти бути складовою частиною загальних патентних досліджень?
7. Чи використовують фірмовий пошук під час експертизи на патентну чистоту?
8. Чи можуть бути патенти – аналоги у різних країнах?
9. Чи перевіряються на патентну чистоту промислові зразки і товарні знаки?
10. Чи може об'єкт техніки буди частково патентно чистим?

**Відповіді на запитання тестів до розділів  
(позитивна відповідь «так» позначена «+»,  
а негативна — «-»)**

		Номер запитань									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Номери розділів	1	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+
	2	-	+	-	+	-	-	-	-	+	+
	3	-	+	-	+	-	-	-	+	-	-
	4	+	+	-	+	+	-	+	-	+	+
	5	-	-	-	+	-	+	-	-	+	-
	6	-	+	-	-	+	+	+	+	-	+
	7	-	-	+	-	+	+	-	-	+	+
	8	+	-	+	+	+	-	-	+	-	-
	9	-	-	-	-	+	+	-	+	-	+
	10	+	-	+	+	-	+	+	-	-	-
	11	+	+	+	-	+	+	+	+	+	-

## ТЕСТ № 2

(Прив'язаний до розділів навчального посібника «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» за ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна (К.: Центр учбової літератури, 2006))

### Тест до розділу 1

1. Чи є у навчальному посібнику за ред. А. І. Кредисова словник термінів?

2. Чи міститься у книзі за ред. А. І. Кредисова загальний перелік рекомендованої літератури?

3. Чи є поміж навчальних посібників з менеджменту ЗЕД такий, передмову до якого підписав колишній голова Сумської облдержадміністрації Володимир Щербань?

4. Чи йдеться про міжнародне торгове право у книгах О. А. Кириченка?

5. Чи можна щось прочитати про орендні операції і компенсаційні операції у першому розділі навчального посібника Г. М. Дроздової?

6. Чи у навчальному посібнику В. І. Захарченка глосарій зовнішньоекономічної діяльності розміщено раніше ніж словник термінів з господарського права у зовнішньоекономічній діяльності?

7. Чи подано у книзі «Світовий бізнес» за ред. Ф. Ф. Бутинця відомості про правові системи ряду зарубіжних країн у звичайній текстовій формі?

8. Чи є поміж навчальних посібників з менеджменту ЗЕД такий, у якому йдеться про міжнародне співробітництво в галузі охорони навколишнього середовища?

9. Чи багата на додатки книга тернопільського видавництва «Астон»?

10. Чи містяться у навчальному посібнику, що його випустило київське видавництво «Центр учбової літератури», зразок документів у сфері міжнародних розрахунків?

### Тест до розділу 2

1. Чи ухвалювала Верховна Рада України другого скликання закон про лізинг?

2. Чи мають назви статті в офіційному тексті «Конвенції УНІ-ДРУА про міжнародний фінансовий лізинг»?

3. Чи домінують у «Конвенції УНІДРУА про міжнародний фінансовий лізинг» матеріально-правові норми?
4. Чи відоме міжнародному праву поняття сублізинг?
5. Чи звільняється лізингодавець від відповідальності щодо третіх осіб у випадку смерті, тілесного ушкодження або шкоди, заподіяної обладнанням?
6. Чи може лізингодавець передати комусь всі чи будь-які його права на обладнання?
7. Чи може лізингоодержувач передати право на користування обладнанням без згоди лізингодавця?
8. Чи можна договір факторингу розглядати як своєрідний правничий гібрид?
9. Чи можна договір факторингу укласти разом щодо кількох вимог?
10. Чи можна договір міжнародного форфейтингу розглядати як різновид договору міжнародного факторингу?

### **Тест до розділу 3**

1. Чи є у Європі міжнародний — правовий акт про транскордонне співробітництво регіонального рівня?
2. Чи є у міжнародному праві Європи вичерпне визначення транскордонного співробітництва?
3. Чи укладалася Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво від 21 травня 1993 року у рамках Євросоюзу?
4. Чи має Рада Європи типові міждержавні угоди про розвиток транскордонного співробітництва?
5. Чи може орган транскордонного співробітництва бути у Європі суб'єктом приватного права?
6. Чи міжтериторіальне співробітництво може відбуватися лише тоді, коли його учасники є сусідами?
7. Чи «Програма транскордонного співробітництва» Євросоюзу стосується всіх його кордонів?
8. Чи є у Євросоюзі що-небудь інше, окрім єврорегіонів, як організаційна форма транскордонного співробітництва?
9. Чи вже створено єврорегіони на державному кордоні України з сусідніми країнами?
10. Чи є в Україні окремий закон про транскордонне співробітництво та державна програма його розвитку?

## Тест до розділу 4

1. Чи був в Україні на початку ХХІ ст. спеціальний закон про міжнародну технічну допомогу?
2. Чи зосереджується у Міністерстві фінансів управління технічною допомогою, яка надається Україні?
3. Чи є ресурси, які надаються Україні у рамках міжнародної технічної допомоги такими, що переважно стосуються техніки?
4. Чи може міжнародна технічна допомога надаватися у вигляді прав інтелектуальної власності?
5. Чи може міжнародна технічна допомога надаватися у формі консультацій із залученням іноземних експертів?
6. Чи може міжнародна технічна допомога надаватися шляхом надання майна у користування?
7. Чи можуть бути учасниками програми «Тwinning» юридичні особи приватного права?
8. Чи є Північно-Атлантичний альянс (НАТО) надавачем програми ТАСІS?
9. Чи є в офіційних статистичних щорічниках України прямі згадки про міжнародну технічну допомогу?
10. Чи була програма ТАСІS започаткована у зв'язку з проблемою незаконного вивозу капіталів з країн колишнього СРСР?

## Тест до розділу 5

1. Чи ухвалювала Верховна Рада України ІV скликання Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій»?
2. Чи містить Закон України «Про державне регулювання трансферу технологій» є визначення поняття «патентна чистота»?
3. Чи мала Україна законодавство про трансфер технологій до ухвали Закону України «Про державне регулювання трансферу технологій»?
4. Чи потрібно заявку на винахід спочатку подавати вітчизняному патентному відомству, а вже потім – іноземному?
5. Чи накладає Рада Безпеки ООН заборону на експорт технологій подвійного призначення?
6. Чи передбачено напрями наукового і технологічного співробітництва між Україною і Євросоюзом?



7. Чи містить «Угода між Україною та Європейським Співтовариством про наукове і технологічне співробітництво» перелік форм такого співробітництва?

8. Чи будь-який капітал є венчурним?

9. Чи є підрозділ з трансферу технологій у структурі апарату Кабінету Міністрів України?

10. Чи є поняття «інжиніринг» і «будівництво» еквівалентними?

## Тест до розділу 6

1. Чи мають в Україні торгово-промислові палати статус державних організацій?

2. Чи торгово-промислові палати в Україні мають бути неприбутковими організаціями?

3. Чи було засновано після Першої світової війни Міжнародну торговельну палату?

4. Чи це одне і те ж - Міжнародна торговельна палата і Всесвітня ділова організація?

5. Чи є країни, де торгово-промислові палати діють на засадах публічного права?

6. Чи з'явився в Україні Указ Президента про торгово-промислову палату раніше, ніж відповідний закон України?

7. Чи існують в Україні регіональні торгово-промислові палати?

8. Чи працює при Торгово-промисловій палаті України Міжнародний комерційний арбітражний суд?

9. Чи діє третейський суд при Торгово-промисловій палаті України?

10. Чи може фізична особа, яка не є суб'єктом підприємницької діяльності, бути членом Торгово-промислової палати?

## Тест до розділу 7

1. Чи може біржовий товар бути масовим?

2. Чи висуваються особливі вимоги до якості біржового товару?

3. Чи трапляються державні біржі?

4. Чи можуть біржі бути акціонерними товариствами відкритого типу?

5. Чи можуть в торгах на закритих біржах брати безпосередню участь покупці і продавці?

6. Чи торгують на ф'ючерних біржах реальними товарами?
7. Чи є прибуток метою діяльності товарних бірж?
8. Чи після закінчення біржового торгу операції оформлюються письмово?
9. Чи можна біржовий арбітраж вважати третейським судом?
10. Чи вважається довгим хеджуванням продаж фірмою ф'ючерних контрактів?

## Тест до розділу 8

1. Чи Верховна Рада другого скликання ухвалювала Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон»?
2. Чи можуть в Україні створюватися вільні економічні зони, що поєднують риси та елементи зон різних типів?
3. Чи регулюється в Україні окремими законами створення конкретних вільних економічних зон?
4. Чи ухвалювався 14 березня 1994 року важливий документ у зв'язку з вільними економічними зонами?
5. Чи ухвалювалися в Україні раніше ніж у грудні 1998 р. закони про окремі вільні економічні зони?
6. Чи є еквівалентними терміни «туристсько-рекреаційні зони» і «офшорні зони»?
7. Чи має право Президент України продовжити строк функціонування вільної економічної зони?
8. Чи були в Україні закони, які формально скасовували вільні економічні зони?
9. Чи була поширеною контрабанда у вільних економічних зонах України?
10. Чи є поміж постанов Кабінету Міністрів України такі, які безпосередньо стосуються конкретних вільних економічних зон?

## Тест до розділу 9

1. Чи ухвалювався у першій редакції Закон України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» негайно після здобуття Україною незалежності?
2. Чи викладала Верховна Рада України четвертого скликання Закон України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» у новій редакції?

3. Чи є толінг операцією з давальницькою сировиною?
4. Чи мають операції з давальницькою сировиною ознаки зустрічної торгівлі?
5. Чи можуть розрахунки за переробку давальницької сировини виконуватися у грошовій формі?
6. Чи обкладається ввізним митом давальницька сировина, що ввозиться на митну територію України?
7. Чи надають митні власті України дозвіл на відстрочення оплати простого векселя у зв'язку з давальницькою сировиною?
8. Чи потрібно реєструвати в Міністерстві економіки України зовнішньоекономічний контракт при вивезенні з України давальницької сировини?
9. Чи може Міністерство економіки України тимчасово обмежувати або забороняти вивезення окремих видів давальницької сировини?
10. Чи виконують в Україні торгово-промислові палати експертизу з належності операцій до тих, які є операціями з давальницькою сировиною?

## Тест до розділу 10

1. Чи означає поняття «великий каботаж» перевезення вантажів і пасажирів між портами різних держав?
2. Чи називаються трамповими суднами ті, які здійснюють регулярні рейси?
3. Чи перевозять трампові судна переважно дрібні партії вантажів від великої кількості відправників до великої кількості одержувачів?
4. Чи знаходиться у Китаї найвисотніша у світі залізниця?
5. Чи трампове судноплавство за обсягом роботи переважає лінійне судноплавство?
6. Чи стосуються критські міжнародні транспортні коридори повітряного транспорту?
7. Чи посідає Росія перше місце за протяжністю внутрішніх судноплавних шляхів?
8. Чи посідає Росія перше місце за обсягами вантажообороту річкового транспорту?
9. Чи має Лондон міжнародні аеропорти крім Хітроу і Гатвіка?
10. Чи можна вважати сформованою у країнах Євросоюзу мережу міжнародних транспортних кордонів?

## Тест до розділу 11

1. Чи можна патентну інформацію вважати єдиним джерелом науково-технічної інформації?
2. Чи можна за патентною інформацією передбачити появу на ринках продукції обробної промисловості?
3. Чи належить Україна до країн, де поширено виробництво контрафактних товарів?
4. Чи всі технічні рішення доцільно патентувати?
5. Чи доцільно займатися патентуванням там, де техніка швидко старіє?
6. Чи можна заделегідь точно обрахувати прибуток, що його забезпечить патент?
7. Чи стосується «перехресне ліцензування» міжфірмового обміну технологією?
8. Чи були в Україні патентні повірені за радянських часів?
9. Чи є в Україні асоціація патентних повірених?
10. Чи належить Державний департамент інтелектуальної власності до відання Міністерства промислової політики України?

## Тест до розділу 12

1. Чи ухвалювався в Україні закон, що стосувався детінізації її економіки?
2. Чи передбачалися в Указі Президента України від 5.03.2002 р. заходи, спрямовані на детінізацію зовнішньоекономічної діяльності?
3. Чи є великою за обсягом постанова Кабінету Міністрів України і Національного банку України про 40 рекомендацій FATF?
4. Чи використовується зазвичай в англійській мові поняття «тіньова економіка»?
5. Чи набували широкого поширення в Україні позабюджетні фонди?
6. Чи належать чорна металургія і сільське господарство України до галузей зі значною кількістю тіньових операцій?
7. Чи вважаються в Україні еквівалентними поняття «неформальна економіка» і «підпільна економіка»?
8. Чи набув поширення псевдодемпінг у зовнішньоекономічній діяльності України?
9. Чи поширена діяльність тандему «банк-підприємство» у тіньових зовнішньоекономічних операціях?
10. Чи є офшорні зони зручним місцем для порушень валютного законодавства?

## Тест до розділу 13

1. Чи можна розглядати рекламу як одну з форм інформаційної діяльності?
2. Чи поміж кількох методів управління зовнішньоекономічними рекламними компаніями є змішаний?
3. Чи має асоціативність значення для рекламоспроможності товарного знаку?
4. Чи може реклама одночасно бути як корпоративною так і селективною?
5. Чи відображується у слогані адреса, телефон, інші реквізити рекламодавця?
6. Чи розраховується «м'яка реклама» на коротку перспективу?
7. Чи розсилається виключно поштою пряма поштова реклама?
8. Чи можна розглядати «Інтернет» як засіб прямої реклами?
9. Чи прихильно сприймається рекламне повідомлення, якщо немає мотивації?
10. Чи використовується зовнішня реклама здебільшого для реклами товарів виробничого призначення?

## Тест до розділу 14

1. Чи на робочому столі тих, хто пише правою рукою, телефонний апарат має стояти праворуч?
2. Чи повинен молодший за віком і за службовим становищем телефонний співрозмовник першим покласти слухавку?
3. Чи пишуться зазвичай у телексах дати у повному вигляді?
4. Чи друкується телексне послання малими літерами алфавіту?
5. Чи можна у листах використовувати знак посткриптуум (P.S.) для зазначення якоїсь нової думки?
6. Чи прийнято у далекому зарубіжжі засвідчувати печатками підписи у ділових листах?
7. Чи прийнято у далекому зарубіжжі від руки ставити дати біля підпису?
8. Чи друкується текст телеграми великими літерами алфавіту?
9. Чи зазначаються у телеграмах цифри прописом?
10. Чи підписують ділові листи за кордоном посадовці, відповідальні за певну ділянку роботи?

## Тест до розділу 15

1. Чи влаштовуються у далекому зарубіжжі ділові прийоми у святкові дні?
2. Чи слід відповідати на запрошення на діловий прийом, якщо на запрошенні перекреслено R.S.V.P.?
3. Чи йдуть з ділових прийомів старші їх учасники раніше, ніж молодші?
4. Чи вважається найпочеснішим місцем за столом те, що знаходиться праворуч від господарки?
5. Чи можна на ділових прийомах гостям сідати за стіл раніше, ніж сядуть господар та почесний гість?
6. Чи слід брати у руки бокал, наливаючи шампанське?
7. Чи можна рибу їсти за допомогою двох звичайних виделок?
8. Чи можна під час переговорів візитівки класти перед собою на стіл?
9. Чи можна у правому верхньому куті візитівки робити позначки абрєвіатури?
10. Чи вручаються сувеніри на початку зустрічі?

**Відповіді на запитання тестів до розділів  
(позитивна відповідь «так» позначена «+»,  
а негативна — «-»)**

		Номери запитань									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Номери розділів	1	+	-	+	+	-	-	-	+	+	+
	2	+	-	-	+	+	+	-	+	+	+
	3	+	-	-	+	+	-	-	+	+	+
	4	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-
	5	-	+	+	+	+	+	+	-	+	-
	6	-	+	-	+	+	+	+	+	-	-
	7	-	+	+	+	-	-	-	+	+	-
	8	-	+	+	+	-	-	-	-	+	+
	9	-	-	+	+	+	+	-	+	-	+
	10	-	-	-	+	+	-	+	-	-	+
	11	-	+	+	-	-	-	+	-	+	-
	12	-	+	-	-	+	+	-	+	+	+
	13	+	+	+	+	-	-	-	+	-	-
	14	-	-	-	+	-	-	-	+	+	+
	15	-	-	-	+	-	+	+	+	-	-

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Іван Іванович ДАХНО  
Віра Миколаївна БАРАНОВСЬКА  
Юлія Анатоліївна БОВТРУК  
та інші

# РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*За редакцією  
доктора економічних наук, професора І. І. Дахна*

Керівник видавничих проєктів – *Б. А. Сладкевич*  
Друкується в авторській редакції  
Дизайн обкладинки – *Б. В. Борисов*

Підписано до друку 27.11.2008. Формат 60x84 1/16.  
Друк офсетний. Гарнітура PetersburgC.  
Умовн. друк. арк. 26,55.  
Наклад 1000 прим.

Видавництво «Центр учбової літератури»  
вул. Електриків, 23  
м. Київ, 04176  
тел./факс 425-01-34, тел. 451-65-95, 425-04-47, 425-20-63  
8-800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)  
e-mail: office@uabook.com  
сайт: WWW.CUL.COM.UA

Свідоцтво ДК № 2458 від 30.03.2006