

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

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

Навчальний посібник для студентів вищих
навчальних закладів



Київ – 2007

УДК 339.97(075.8)
ББК 65.9(4укр)8я73
У 67

Дахно І.І., Альбіщенко Н.В., Жебровський А.О.,
Кириленко О.О., Коваленко С.В., Ніколаєва І.І., Нілов Д.Є.,
Правоторов Д.О., Романійко Л.М., Сердюк О.М.,
Тьорло В.О., Хільчевська І.Г., Яценко М.І.

У 67 Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник. —
К.: Центр учбової літератури, 2007 — 328 с.

ISBN 978-966-364-478-3

У навчальному посібнику висвітлено важливі аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю. Вирізняльними ознаками книги є своєрідність викладеного матеріалу та його прикладний характер. Посібник можна використовувати під час вивчення курсу «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», а також інших дисциплін— «Міжнародні економічні відносини», «Міжнародна економіка», «Зовнішньоекономічна діяльність», «Право зовнішньоекономічної діяльності», «Господарське право України» тощо.

Навчальний посібник може бути порадином у практичній діяльності читачів.

Для студентів і викладачів вищих закладів освіти, а також всіх, хто цікавиться зовнішньоекономічною діяльністю України та міжнародним бізнесом.

ISBN 978-966-364-478-3

© Дахно І.І., Альбіщенко Н.В.,
Жебровський А.О., Кириленко О.О.,
Коваленко С.В., Ніколаєва І.І.,
Нілов Д.Є., Правоторов Д.О.,
Романійко Л.М., Сердюк О.М.,
Тьорло В.О., Хільчевська І.Г.,
Яценко М.І. 2007.

© Центр учбової літератури, 2007.



ЗМІСТ

Передмова	6
Розділ 1. Міжнародний фінансовий лізинг, міжнародний факторинг і форфейтинг (І. І. Дахно)	8
1.1. Загальні відомості	8
1.2. Міжнародний фінансовий лізинг.	10
1.3. Договір міжнародного фінансового лізингу	13
1.4. Міжнародний факторинг.	17
1.5. Договір міжнародного факторингу	20
1.6. Форфейтинг.	23
Розділ 2. Транскордонне і міжтериторіальне співробітництво (І. І. Дахно)	26
2.1. Загальні положення.	26
2.2. Заходи і проекти співробітництва	33
Розділ 3. Інтеграція АПК України в економіку Європейського Союзу (В. О. Тьорло, О. О. Кириленко)	38
3.1. Сільськогосподарська політика ЄС.	38
3.2. Управління зовнішньоекономічною діяльністю АПК на шляху вступу України до ЄС.	45
Додаток Бібліографія	56
Розділ 4. Державний експортно-імпорتنний контроль (О. М. Сердюк, Л. М. Романійко)	59
4.1. Міжнародні режими експортного контролю.	59
4.2. Експортно-імпорتنний контроль України.	69
4.3. Зовнішньоекономічні контракти, що підлягають експор- тно-імпортному контролю	86
4.4. Перелік основних нормативно-правових актів у сфері експортного контролю.	94

Розділ 5. Міжнародна технічна допомога (І. І. Дахно)	99
5.1. Нормативно-правова база	99
5.2. Міжнародна технічна допомога сучасній Україні.	101
<i>Додаток.</i> Література з питань міжнародної технічної до- помоги	111
Розділ 6. Передача (трансфер) технологій (І. І. Дахно)	112
6.1. Правове регулювання трансферу технологій	112
6.2. Міжнародна передача технологій.	118
6.3. Інжиніринг.	122
Розділ 7. Тіньова зовнішньоекономічна діяльність (Д. О. Правоторов, С. В. Коваленко)	127
7.1. Література та нормативно-правові акти щодо тіньової економіки.	127
7.2. Тіньова економіка та її зв'язок із зовнішньоекономіч- ною діяльністю	130
7.3. Тіньові експортно-імпортні зв'язки.	143
Розділ 8. Зовнішньоекономічний механізм здійснення угод з давальницькою сировиною (І. Г. Хільчевська, М. І. Яценко)	149
8.1. Організаційно-правові засади зовнішньоекономічних угод з давальницькою сировиною в Україні	149
8.2. Особливості використання давальницької сировини на підприємствах швейної промисловості України	161
Розділ 9. Міжнародні морські перевезення вантажів (В. О. Тьорло, Н. В. Альбіщенко, С. В. Коваленко)	173
9.1. Нормативно-правові акти та література	173
9.2. Послуги морського транспорту.	175
9.3. Агентування суден	182
Розділ 10. Корпоративні облигації (В. О. Тьорло, А. О. Жебровський, С. В. Коваленко)	187
10.1. Корпоративні облигації — складова фінансового ринку	187
10.2. Світові ринки корпоративних облигацій	194
Розділ 11. Посередницькі послуги у митній справі (Д. Є. Нілов)	201
11.1. Митні брокери і декларанти	201
11.2. Підготовка фахівців з декларування	217
11.3. <i>Додатки.</i>	222

<i>Додаток А.</i> Програма навчання на курсах митних брокерів та декларантів ЗАТ «Консалтинговий центр»	222
<i>Додаток Б.</i> Зміст навчального посібника, що надається слухачам курсів митних брокерів та декларантів ЗАТ «Консалтинговий центр»	226
<i>Додаток В.</i> Нормативно-правові акти і література.	232
Розділ 12. Реклама в зовнішньоекономічній діяльності (І. Г. Хільчевська, І.І. Ніколаєва).	234
12.1. Сутність та значення реклами в зовнішньоекономічній діяльності	234
12.2. Види та класифікація рекламних заходів	242
12.3. Методологічні аспекти організації ефективної рекламної діяльності.	252
Розділ 13. Патентно-ліцензійна робота та її значення для зовнішньоекономічної діяльності (І. І. Дахно)	261
13.1. Патентна інформація — індикатор тенденцій технічного розвитку	261
13.2. Взаємозв'язок рівнів продукції і патентної діяльності	264
13.3. Методи роботи патентних і ліцензійних підрозділів американських компаній	269
13.4. Патентні повірені.	275
13.5. Довідкова інформація	277
Розділ 14. Брендінг (В. М. Барановська)	281
14.1. Загальні положення	281
14.2. Брендінг у зовнішньоекономічній діяльності.	287
14.3. Брендінгова література та фірми	297
Розділ 15. Міжнародна міграція робочої сили (І. І. Дахно, Л. М. Романійко)	300
15.1. Загальна інформація	300
15.2. Прикладні аспекти міжнародної трудової міграції	311
Література.	326



ПЕРЕДМОВА

2006 року київське видавництво «Центр навчальної 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. Книга, яку нині читач тримає у своїх руках, є своєрідним продовженням тематики, започаткованої у двох попередніх навчальних посібниках. Тут теж відсутнє повторення того, про що йшла мова раніше. Ця книга є третьою у створюваному серіалі книг, присвячених зовнішньоекономічній діяльності. Створюються нові розділи для майбутньої четвертої книги. 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.

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

РОЗДІЛ

1

МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ, МІЖНАРОДНИЙ ФАКТОРИНГ І ФОРФЕЙТИНГ

- 1.1. *Загальні відомості.*
- 1.2. *Міжнародний фінансовий лізинг.*
- 1.3. *Договір міжнародного фінансового лізингу.*
- 1.4. *Міжнародний факторинг.*
- 1.5. *Договір міжнародного факторингу.*
- 1.6. *Форфейтинг.*

1. Загальні відомості

Верховна Рада України законами України від 11 січня 2006 року приєднала Україну до двох добре відомих міжнародних конвенцій, що були підписані в м. Оттава 28 травня 1988 року.

Закон України № 3301-IV стосувався «Конвенції УНІДРУА про міжнародний фінансовий лізинг», а Закон України № 3302-IV — «Конвенції УНІДРУА про міжнародний факторинг».

Пояснимо, що аббревіатура УНІДРУА означає: Міжнародний інститут уніфікації приватного права. Утворений він 1926 року згідно з двостороннім договором між Радою Ліги Націй та урядом Італії. 1940 року двадцять одна держава підписала багатосторонній договір та ухвалила статут Інституту як незалежної міжнародної організації. Найпоширенішою продукцією УНІДРУА є проекти конвенцій або частин багатосторонніх угод у сфері міжнародного приватного права. У третьому томі шеститомника «Юридична енциклопедія» (К.: Видавництво «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2001, с. 677) міститься нотатка «Міжнародний інститут уніфікації приватного права».

Обидві конвенції — невеликі за обсягом. В «Офіційному віснику України», 2006, № 6 містяться офіційні переклади текстів цих конвенцій. Далі зупинимося на основних положеннях цих документів, які мають важливе значення для менеджменту зовнішньоекономічної діяльності.

Коли на конвенції поглянути з точки зору дисципліни «Міжнародне приватне право», то можна дійти висновку про те, що у них домінують матеріально-правові норми. Колізійним нормам відведена підлегла роль. Нагадаємо, — матеріально-правові норми прямо регулюють відповідні правовідносини, а колізійні — відсилають їх регулювання до законодавства відповідної країни.

Верховна Рада України 16 грудня 1997 року ухвалила Закон України «Про лізинг» № 723/97-ВР. Його першопочатковий текст було опубліковано, зокрема, у «Відомостях Верховної Ради України», 1998, № 26.

11 грудня 2003 р. Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про лізинг» № 1381-IV. Його реєстраційний код 27362/ 2004. Текст цього закону публікувався в «Офіційному віснику України», 2004, № 1. Закон було викладено у новій редакції і його назва змінилася. Він одержав назву Закон України «Про фінансовий лізинг».

Закон має таку структуру.

Стаття 1 «Визначення фінансового лізингу».

Стаття 2 «Законодавство про фінансовий лізинг».

Стаття 3 «Предмет лізингу».

Стаття 4 «Суб'єкти лізингу».

Стаття 5 «Сублізинг».

Стаття 6 «Договір лізингу».

Стаття 7 «Відмова від договору лізингу».

Стаття 8 «Право власності на предмет лізингу. Порядок розрахунків у разі переходу права власності до лізингоодержувача».

Стаття 9 «Захист прав лізингоодержувача на предмет лізингу».

Стаття 10 «Права та обов'язки лізингодавця».

Стаття 11 «Права та обов'язки лізингоодержувача».

Стаття 12 «Реєстрація предмета лізингу».

Стаття 13 «Ризик випадкового знищення або випадкового пошкодження предмета лізингу та його страхування».

Стаття 14 «Утримання предмета лізингу».

Стаття 15 «Правові наслідки поліпшення лізингоодержувачем предмета лізингу».

Стаття 16 «Лізингові платежі».

Стаття 17 «Вирішення спорів».

Стаття 18 «Амортизаційні відрахування».

Стаття 19 «Прикінцеві положення».

Даний закон спрямований на врегулювання внутрішніх правовідносин в Україні у зв'язку з фінансовим лізингом. У його тексті не було, навіть, традиційної згадки про примат норм міжнародного договору над нормами національного законодавства.

Будемо пам'ятати, що міжнародний договір, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, є частиною вітчизняного законодавства. Якщо в Україні ще немає окремого закону про зовнішній лізинг, то це не велика біда, враховуючи участь України у Конвенції про міжнародний фінансовий лізинг.

Слід знати ще один важливий нормативно-правовий акт у сфері лізингу. Це — «Інструкція про порядок здійснення контролю і отримання ліцензій за експортними, імпорнтними та лізинговими операціями».

Затверджена постановою Правління Національного банку України від 24.03.1999 р. № 136. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 28.05.1999 р. за № 338/3631 (із змінами). Реєстраційний код 38523/2007 // Офіційний вісник України, 2007, № 5.

Візьмемо до уваги і «Порядок використання у 2007 році коштів, передбачених у державному бюджеті на придбання літаків АН-148 через державне лізингове підприємство». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 14.02.2007 р. № 206. Реєстраційний код 38787/2007 // Офіційний вісник України, 2007, № 11.

Читачам, які цікавляться питаннями лізингу, не завадить знати про існування науково-практичного журналу «Лізинг». Мова — російська. Поштова адреса редакції: 101031 Москва, а/я 49, ІД «Панорама». Адреса електронної пошти — www.lizing.panor.ru.

Телефон редакції — (495) 621 9998,
«гаряча лінія» (495) 674 6269.

1.2. Міжнародний фінансовий лізинг

Конвенція має таку структуру:

Преамбула.

Розділ I «Сфера застосування та загальні положення».

Розділ II «Права й обов'язки сторін».

Розділ III «Заключні положення».

Конвенція налічує 25 статей. Назв в офіційному тексті вони не мають.

Отже, у міжнародному фінансовому лізингу беруть участь лізингодавець, лізингоодержувач та постачальник. Між ними пролягають державні кордони. Очевидно, не обов'язково щоб ці суб'єкти обов'язково знаходились у трьох різних країнах. Достатньо і двох. Стаття 3 передбачає, що лізингодавець і лізингоодержувач знаходяться у різних країнах.

Лізингодавець укладає з постачальником договір поставки (виробничого обладнання, засобів виробництва) на умовах, схвалених лізингоодержувачем.

Лізингодавець і лізингоодержувач укладають договір лізингу. Лізингоодержувач одержує право користування відповідним обладнанням за лізингові платежі.

Можна здогадуватися, що якби у користувача обладнання було достатньо грошей для придбання такого обладнання, то він би його придбав безпосередньо у постачальника і не залучав би до такої операції третю сторону. Як відомо ще з тосту з кінофільму «Кавказская пленница» — наші бажання не завжди співпадають з нашими можливостями.

Трапляються обставини, які змушують вдаватися до послуг посередників. Ці послуги, зрозуміло, надаються за плату. Скажемо відверто, — лізингодавець — це мішок з грошима. Давати у користування гроші іншим особам (у т. ч. і зарубіжним) — це природна функція лізингодавця. На тому він живе.

Операції фінансового лізингу притаманні такі риси:

- лізингоодержувач визначає обладнання і вибирає постачальника, здебільшого не покладаючись на досвід і думку лізингодавця (найбільший і найрозумніший фінансовий мішок може бути абсолютно безграмотним у питаннях техніки);

- лізингодавець купує обладнання у постачальника відповідно до договору лізингу;

- про цей договір постачальник дещо знає;

- лізингові платежі обчислюються таким чином, щоб врахувати амортизацію всієї або значної частини вартості відповідного обладнання.

Конвенції відомий і сублізинг. Першопочатковий лізингоодержувач у такій операції вважається постачальником і такий сублізинговий договір трактується як договір поставки Конвенція застосовується у тому випадку, коли місця здійснення підприємницької діяльності лізингодавця і лізингоодержувача знаходяться в різних державах і:

- ці держави й держава, у якій знаходиться місце здійснення підприємницької діяльності постачальника, є Договірними державами (тобто учасниками даної конвенції); або

- як договір поставки, так і договір лізингу регулюються законодавством Договірної держави.

Якщо суб'єкт має більше ніж одне місце здійснення підприємницької діяльності, то до уваги береться те місце здійснення підприємницької діяльності, яке має постійний зв'язок із відповідним договором та його реалізацією.

Застосування положень Конвенції не припиняється лише через те, що обладнання стало постійною приналежністю земельної ділянки або її невід'ємною частиною.

Питання про приналежність обладнання земельній ділянці та/чи його статусу як невід'ємної частини визначається законо-

давством держави, де знаходиться ця земельна ділянка. Це давно відома й усталена колізійна норма міжнародного приватного права.

Конвенція закликає до одноманітності в її застосуванні та добросовісності у міжнародній торгівлі.

Конвенція враховує те, що лізингоодержувач може потрапити у банкрутство. У статті 7 зазначається, що майнові права лізингодавця є чинними, незважаючи на права керуючого конкурсної маси та кредиторів, у тому числі кредиторів, які добилися накладання судового рішення.

Якщо інше не передбачене цією Конвенцією або не встановлене в договорі лізингу, то лізингодавець не бере на себе жодних зобов'язань перед лізингоодержувачем щодо обладнання, крім випадків, коли лізингоодержувач зазнає збитків через втручання лізингодавця у вибір постачальника або технологічних вимог обладнання.

Лізингодавець, який діє саме як лізингодавець (а не хто-небудь інший, наприклад, власник) звільняється від відповідальності щодо третіх осіб у випадку смерті, тілесного ушкодження або шкоди майну, спричинених обладнанням.

Лізингодавець гарантує лізингоодержувачу спокійне володіння предметом договору лізингу, якщо цьому не зашкодила дія чи бездіяльність лізингоодержувача.

Конвенція зобов'язує лізингоодержувача дбайливо ставитися до обладнання, використовувати його в такому стані, в якому воно було поставлене, з урахуванням нормального зменшення й нормального спрацювання та будь-якої модифікації обладнання, погодженої сторонами.

Після закінчення договору лізингу, його предмет повертається лізингодавцеві. Обладнання можна також придбати або орендувати й надалі.

Лізингоодержувач не має права розірвати договір поставки або анулювати його без згоди лізингодавця.

У статті 12-й йдеться про те, що вчиняють лізингодавець і лізингоодержувач, якщо обладнання не поставлене, або поставлене із затримкою або не відповідає договору поставки:

— лізингоодержувач має право відмовитися від обладнання або розірвати договір лізингу;

— лізингодавець має право виправити становище, що склалося;

— лізингоодержувач має право затримувати лізингові платежі, належні до сплати згідно з договором лізингу, доти, поки лізингодавець не виправить становища, що склалося.

У разі неоплати лізингоодержувачем платежів, лізингодавець може в судовому порядку стягнути накопичені несплачені лізингові платежі разом з відсотками і відшкодовуваними збитками.

Лізингодавець також може:

- відновити володіння обладнанням;
- стягти збитки;
- розірвати договір лізингу.

Конвенція передбачає, що лізингодавець не має права стягувати збитки настільки, наскільки він не вжив усіх обґрунтованих заходів для зменшення своїх втрат.

Лізингодавець може передати або в інший спосіб розпорядитися всіма чи будь-якими з його прав на обладнання, а також правами за договором лізингу. Ця передача не звільняє лізингодавця від будь-яких з його зобов'язань за договором лізингу або не змінює сутності договору лізингу.

У свою чергу, лізингоодержувач може передавати право користування обладнанням чи будь-які інші права за договором лізингу лише за наявності згоди лізингодавця та з дотриманням прав третіх сторін.

У третьому розділі Конвенції йдеться про механізми:

- ратифікації Конвенції;
- приєднання до Конвенції;
- набуття Конвенцією чинності;
- застосування Конвенції у державах, що мають дві чи більше територіальних одиниць, в яких існують різні системи права до питань, що стосуються цієї Конвенції;
- незастосування Конвенції;
- денонсацію Конвенції.

Конвенція не допускає жодних застережень, крім тих, які чітко дозволені нею.

Конвенцію зберігає уряд Канади. Конвенція була вчинена в одному примірнику. Англійський і французький тексти є рівно автентичними.

1.3. Договір міжнародного фінансового лізингу

У п. 3 ст. 4 Закону України «Про лізинг» від 16.12.1997 р. № 723/97 ВР зазначалося, що: «міжнародний лізинг — це договір лізингу, що здійснюється суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав, або в разі якщо майно чи платежі перетинають державні кордони».

Стисло зупинимося на історичних віхах лізингу. Врегулювання відносин, схожих з лізингом, можна відслідкувати ще за кілька тисячоліть до нашої ери у Єгипті та Месопотамії, а згодом — у Стародавньому Римі. Відповідні договори стосувалися найму або оренди. Кажучи загалом, — майновий найм — це коли річ використовується для особистих потреб, а оренда — коли річ слугує для одержання доходу.

У середньовічній Англії лізинг використовувався як форма передачі права на користування землею. Формально вона належала державі. Угоди укладалися на тривалий строк (на життя певної особи або від 99 до 999 років).

Рухоме ж майно передавалося у користування за договором найму. У XVIII столітті англо-саксонське право визнало, що якщо яку-небудь річ можна віддати комусь назавжди, то цю ж річ можна надати і в користування впродовж довгого терміну. У XIX столітті лізинг рухомого майна стосувався, передусім, сільськогосподарських знарядь праці та транспортних засобів.

Лізинг тривалий час використовувався і у США лише щодо нерухомості. У другій половині XIX століття його стали широко застосовувати як форму інвестицій у залізничний транспорт та як договір про купівлю-продаж товарів у розстрочку. У першому випадку трести купували вагони і локомотиви і здавали їх у лізинг залізницям.

Після Другої світової війни до лізингу стали широко вдаватися великі орендні організації (передусім банки) та підприємства зі значними фінансовими ресурсами. Останні розглядали його як одну з форм стимулювання збуту своєї продукції.

Згодом лізингові компанії почали спеціалізуватися, з'явилися лізингові брокери. Лізинг — значне явище економічного життя сучасного світу.

Конвенція УНІДРУА готувалася впродовж 15 років. Її автори виконали складну роботу з узгодження підходів різних держав до регулювання відносин міжнародного фінансового лізингу. Конвенція не стосувалася прямого лізингу — тобто ситуації, за якої лізингодавець безпосередньо передає лізингоодержувачу майно. У цьому випадку договір є прямим двостороннім. Угода ж за міжнародним фінансовим лізингом є, щонайменше тристоронньою. Конвенція також не регулює відносини зворотного лізингу, який застосовується, як правило, щодо нерухомості.

Фінансовий лізинг можна вважати інвестиційним лізингом. Його термін — 3—10 років, інколи більше. Перехід права власності на об'єкт лізингу від лізингодавця до лізингоодержувача

передбачається не завжди, оскільки наприкінці терміну лізингу відповідне обладнання може бути зношеним настільки, що не викликати економічного інтересу у жодної сторони угоди.

За оперативного лізингу обладнання береться на короткий чи середній термін. Після закінчення терміну договору він може повнолюватися.

Лізинг буває з повним відшкодуванням витрат лізингодавця і їх неповним відшкодуванням. Може передбачатися продаж об'єкта лізингу за гарантованою ціною після закінчення терміну договору.

За опосередкованого лізингу лізингодавець залучає для фінансування угоди фінансові кошти інших організацій.

За повного міжнародного лізингу на лізингодавця накладаються обов'язки з підтримання об'єкта лізингу у належному стані. На нього ж покладаються і ризики. У випадку чистого міжнародного лізингу відповідно обов'язки і ризики покладаються на лізингоодержувача.

За зворотного лізингу власник майна продає його фінансовій установі — кредитору, а потім це майно бере у лізинг.

Договір міжнародного фінансового лізингу за своєю правовою природою є складним. Містить елементи договорів купівлі-продажу, найму (оренди), кредиту, комісії (агентського).

Предметом договору міжнародного фінансового лізингу може бути будь-яке майно, що використовується у підприємницькій діяльності. Об'єкт договору, як правило, вибирає лізингоодержувач. Цей об'єкт фактично ж надає постачальник, а не лізингодавець. Між постачальником і лізингоодержувачем встановлюються правові відносини як за договором поставки. Об'єкт лізингу зазвичай реєструється на лізингоодержувача, якщо передбачена реєстрація таких об'єктів (наприклад транспортних засобів).

Лізингові платежі розраховуються з урахуванням терміну амортизації з метою забезпечення відшкодування інвестиційних витрат лізингодавця і відповідного прибутку.

Інвестиційні витрати враховують:

- вартість об'єкта лізингу;
- відсотки за користування кредитом;
- затрати щодо гарантії за договором;
- податки на інші обов'язкові платежі;
- затрати лізингодавця на ремонт та обслуговування об'єкта лізингу;
- затрати на страхування.

Формами лізингових платежів є:

- гроші;
- товари (послуги);
- змішані.

Платежі можуть бути з фіксованою загальною сумою, авансовими, відсотковими.

У літературі зустрічається і наступна класифікація видів міжнародного лізингу.

ОЗНАКИ	ВИД
Спосіб одержання об'єкту лізингу	Прямий або опосередкований
Роль лізингодавця	Експортний або імпортний
Стан об'єкта лізингу	Нове обладнання або таке, що вже використовувалося
Метод розрахунків	Фінансовий (прямий і зворотній) і оперативний
Обсяг послуг лізингодавця	Чистий, сервісний
Спосіб фінансування	Залучення коштів сторонньої фінансової організації або власні кошти лізингодавця
Платежі	Повна і часткова виплати, компенсаційна основа
Термін	Строковий або відновлювальний
Кількість сторін	Дво- чи багатосторонній

Насамкінець пояснимо деякі терміни, що зустрічаються у літературі з лізингу.

Лізингодавця можуть називати ліссером, а лізингоодержувача — рентером.

Якщо власник надає у лізинг своє майно, то такий лізинг — вендерліз, тобто лізинг продавця.

Хайрингом вважається така угода, за якої лізингоодержувач вступає у володіння об'єктом лізингу зі сплатою першого обумовленого сторонами платежу, а власником об'єкту стає тоді, коли сплачуються всі платежі розстрочки.

Синонімічним терміном «lease back» є «renting-back».

Це — зворотній лізинг. Вище він пояснювався.

Лізинг «buy-back» — це компенсаційний лізинг. Його також пояснено вище.

Якщо передбачається перехід об'єкта лізингу у власність лізингоодержувача, то це «owner-leasing» (лізинг власності).

Зустрічається і термін leverage-lease (довірительний лізинг). Фундаментальна книга «The Oxford Dictionary for the Business

World» на ст. 472 пояснює, що термін «leverage» означає використання компанією своїх обмежених ресурсів для гарантування значних позик з метою фінансування свого бізнесу.

Лізинг може бути груповим. Основний обсяг лізингових операцій припадає на Північну Америку. Частка Європи і Азії приблизно однакова, але вони помітно відстають від Північної Америки. Інші регіони світу мають незначну питому вагу у загальному обсязі світових лізингових операцій.

1.4. Міжнародний факторинг

Структура відповідної Конвенції така:

Преамбула

Розділ I «Сфера застосування та загальні положення»

Розділ II «Права та обов'язки сторін»

Розділ III «Подальші відступлення права грошової вимоги»

Розділ IV «Прикінцеві положення»

Текст Конвенції має 23 статті, назви у них відсутні.

Факторинг має схожість з лізингом, — і в одному, і в іншому випадку гравцями є три сторони. Договір факторингу, як і договір лізингу, є фінансовим за своєю природою. В обох випадках є те, що у попередньому розділі називається — «мішок з грошима», тобто фінансова установа. І там, і тут є постачальник, наприклад, певного обладнання та споживач, який бажає його використовувати. У фінансовому лізингу фінансова установа сплачує вартість обладнання, потрібного його споживачеві і за це він розраховується з фінансовою установою. За факторинга споживач обладнання сплачує за нього не постачальнику, а «фінансовому мішку», бо цей мішок викупив у постачальника право вимагати від споживача сплату боргу.

У статті I Конвенції зазначається:

«2. Для цілей цієї Конвенції «договір факторингу» означає договір, укладений між однією стороною (постачальником) та іншою стороною (фактором), відповідно до якого:

(а) постачальник відступає або може відступати фактору право грошової вимоги, яке впливає з договорів купівлі-продажу товарів, укладених між постачальником та його покупцями (боржниками), крім договорів купівлі-продажу товарів, придбаних в першу чергу для їхнього особистого, сімейного або домашнього використання;

(б) фактор має виконувати принаймні дві з таких функцій:

— фінансування постачальника, включаючи надання позики та здійснення авансових платежів;

- ведення обліку (головної бухгалтерської книги) щодо дебіторської заборгованості;
- пред'явлення до сплати грошових вимог;
- захист від несплат боржників.

(с) боржники повинні бути повідомлені про відступлення права грошової вимоги».

Конвенція застосовується, коли грошові вимоги, відступлені згідно з договором факторингу, випливають з договору купівлі-продажу товарів (послуг) між постачальником та боржником, які здійснюють господарську діяльність на території різних держав. Причому необхідно, щоб такі держави і держава, де фактор здійснює господарську діяльність, були учасниками Конвенції.

Як договір купівлі-продажу товарів, так і договір факторингу регулюються законодавством Договірної держави.

Якщо суб'єкт здійснює господарську діяльність більш ніж в одному місці, то до уваги береться те з них, яке має найтісніший зв'язок з відповідним договором і його виконанням.

Застосування Конвенції може включатися сторонами договору факторингу або сторонами договору купівлі-продажу товарів стосовно грошових вимог, що випливають, коли фактор був письмово повідомлений про це виключення або після цього.

Аналізуючи статтю 5, можна зрозуміти, що Конвенція не вимагає укладання окремих договорів про факторинг. Достатньо того, щоб відповідні положення були зафіксовані у зовнішньо-економічних контрактах.

Стаття 5 вказує:

«У відносинах між сторонами договору факторингу:

(а) положення договору факторингу, що передбачає відступлення існуючих або майбутніх грошових вимог, не може бути визнано недійсним внаслідок того, що вимоги не були зазначені в договорі окремо, якщо під час укладання договору або під час набуття ним чинності вони могли бути визначені у договорі;

(б) положення договору факторингу, згідно з яким майбутні грошові вимоги відступаються, діють для відступлення грошових вимог фактору у міру їх виникнення без потреби укладання будь-якого нового акту про відступлення права вимоги».

Викликає інтерес положення про те, що відступлення права грошової вимоги постачальником фактору є дійсним, незважаючи на будь-яку угоду між постачальником і боржником, яка забороняє таке відступлення. Є і окремі винятки з цього правила.

Договір факторингу може передбачати відступлення всіх або будь-яких інших прав постачальника, що впливають із договору купівлі-продажу товарів, включаючи вигоду від будь-якого положення договору купівлі-продажу товарів, яке зберігає за постачальником його право власності на товар або передбачає право кредитора вступати у володіння власністю, запропонованою як гарантія.

Боржник сплачує фактору лише в тому випадку, коли він не знає про переважне право іншої особи на одержання платежа і якщо письмове повідомлення про відступлення права вимоги:

(а) надане боржнику постачальником або фактором під керівництвом постачальника;

(б) обґрунтовано визначає дебіторську заборгованість, яка була передана, і фактор, якому або на рахунок якого боржник зобов'язаний здійснити платіж; та (с) стосується права грошової вимоги, яке впливає з договору купівлі-продажу товарів, укладеного під час або до того, як зроблено повідомлення.

Якщо платіж здійснено відповідно до зазначеного вище, то він вважається дійсним незалежно від інших підстав, відповідно до яких платіж боржника фактору звільняє боржника від відповідальності.

У тому випадку, коли фактор висуває боржнику вимоги про сплату грошової заборгованості за договором купівлі-продажу, то боржник має право використовувати щодо фактора усі способи захисту, що впливають з такого договору, і які б він використовував якщо б відповідні вимоги висував постачальник.

Боржник має право заявити фактору про залік дебіторської заборгованості на користь постачальника, яку боржник може задовольнити на момент отримання ним письмового повідомлення про відступлення права власності.

Невиконання або неналежне виконання, або прострочення виконання договору купівлі-продажу не дає права боржнику вимагати повернення суми, сплаченої ним фактору, якщо боржник має право отримати цю суму від постачальника.

Боржник, який має право вимагати від постачальника суму, сплачену фактору стосовно відступлення права вимоги, має право вимагати повернення цієї суми від фактору у тих випадках, коли:

— фактор не виконав зобов'язання здійснити постачальнику платіж, пов'язаний із відступленням права вимоги;

— фактор здійснив такий платіж, коли він знав про прострочення або неналежне виконання або прострочення виконання постачальником своїх зобов'язань щодо товарів, яких стосуються платежі боржника.

Повідомлення боржнику про подальше відступлення права вимоги розглядається і як повідомлення про подальше відступлення права вимоги фактору.

Прикінцеві положення даної Конвенції стосуються:

- ратифікації Конвенції;
- приєднання до Конвенції;
- набуття Конвенцією чинності;
- застосування Конвенції у державах, що мають дві чи більше територіальних одиниць, в яких існують різні системи права до питань, що стосуються цієї Конвенції;
- незастосування Конвенції;
- денонсацію Конвенції.

Конвенція зберігається в уряді Канади.

Окремого закону про факторинг в Україні ще немає, але це поняття вже давно відомо вітчизняному законодавцю.

1.5. Договір міжнародного факторингу

На с. 291 «The Oxford Dictionary for the Business World» пояснюється, що фактор є торговельним агентом (mercantile agent), за що отримує комісійні (factorage). На відміну від інших агентів (тобто посередників) фактор вступає у володіння товарами (to take possession of the goods) і продає їх від свого імені.

Фактором називається і фірма, що задіяна у факторингу, тому у «Словнику» пояснюється, що за факторингу у виробника купуються торговельні борги, приймаються завдання щодо їх збору і кредитний ризик, виготовлячеві надається робочий капітал (working capital). За сервісного факторингу (service factoring) збираються борги, приймається кредитний ризик і передаються кошти по мірі того як вони сплачуються боржникам. За сервісного плюс фінансового факторингу (service plus finance factoring) виготовлячеві негайно сплачується до 90 відсотків вартості відвантажених товарів, а решта сплачується по мірі надходження грошей. Ця форма факторингу є більш затратною, ніж сервісний факторинг. У будь-якому випадку фактор, який може бути банком або фінансовим закладом, має право на вибір своїх боржників.

У Законі України «Про банки і банківську діяльність» від 20.03.1991 р. № 872-ХІІ з'явилось визначення терміну факторинг — «придбання права вимоги з поставки товарів і надання послуг, прийняття ризику виконання таких вимог та інкасація цих вимог».

У ст. 1 «Визначення термінів» Закону України «Про податок на додану вартість» від 03.04.1997 р. № 168/97-ВР було так сфо-

рмульовано поняття «факторинг»: «Факторинг — операція з переуступки першим кредитором прав вимоги боргу третьої особи другому кредитору з попередньою або наступною компенсацією вартості такого боргу першому кредитору».

«Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку комерційних банків України», що затверджена постановою Правління Національного банку України від 28.11.1997 р. № 338 (в редакції постанови Правління Нацбанку від 16.12.1998 р. № 520) містить таку дефініцію факторингу:

«Факторинг — різновид торговельно-комерційної операції, яка поєднується з кредитуванням оборотного капіталу клієнта. В основі операцій факторингу лежить купівля факторинговою компанією (банком) рахунків-фактур клієнта на певних умовах».

У сфері міжнародної торгівлі факторинг використовується з метою фінансування однією організацією (фактором) експорту продукції іншої юридичної особи. Вона передає фактору право на стягнення грошових сум з імпортера-боржника.

Корені факторингу, як і лізингу, можна відслідкувати у сивій давнині. Домінуючою точкою зору є та, що все-таки сучасний факторинг виник у 30-х роках ХХ століття, коли у США зазнав модифікації середньовічний інститут торговельного представництва.

На початку другої половини ХІХ ст. американські посередники були агентами з продажу товарів (agent factoring). Згодом перетворилися у тих, хто фінансує виробників товарів. Така діяльність стала схожою на діяльність банківських закладів. У США факторинг набув особливо значного поширення у текстильній промисловості.

Факторингові банки і товариства у Європі розпочали виникати на початку другої половини ХХ століття.

До Оттавської конвенції національне законодавство багатьох країн світу не мало норм щодо факторингу. Конвенція стала базою для створення актів внутрішнього законодавства.

Договір факторингу набув елементів договору уступки вимоги (цесії), агентського договору доручення, договору займу (кредиту), договору платного надання послуг. Договір факторингу — це своєрідний правничий гібрид.

Факторинг є відкритим і прихованим. За прихованого факторингу боржника не повідомляють про укладення між виробником (постачальником) і фінансовим закладом договору факторингу. Постачальник самостійно одержує від боржника гроші.

Оттавська конвенція прихованого факторингу не стосується. У англосаксонській системі права прихований факторинг розгля-

дають як довірительні відносини між власником і фактором. Прихований факторинг застосовується тоді, коли існує потреба не зашкодити інтересам постачальника.

За відкритого факторингу фактор стає кредитором в уряді з покупцем (замовником). Зобов'язання належного виконання предмету договору залишаються за постачальником.

За напіввідкритого факторингу постачальник повідомляє боржника про договір факторингу, коли виставляє рахунки боржнику.

Договір міжнародного факторингу є підприємницькою угодою, яка укладається на платній основі. Фактор не несе відповідальності за невиконання постачальником договору перед покупцем. Далі подамо у табличній формі типи і ознаки міжнародного факторингу.

Типи міжнародного факторингу	Ознаки
Факторинг з гарантією постачальника (факторинг з правом регресу, несправжній факторинг)	Фактор має право у випадку несплати боржником переданих фактору вимог на відшкодування з боку постачальника
Факторинг без гарантій постачальника (справжній факторинг, факторинг без права регресу)	Ризик несплати боржником грошової вимоги покладається на фактора
Повний факторинг (факторинг з виключними правами)	Постачальник передає фактору всі вимоги
Факультативний факторинг	Постачальник передає фактору частину вимог
Факторинг з правом фактора на всю суму вимоги	Фактор одержує право на всі суми, отримані від постачальника
Факторинг з правом фактора на певну частину вимоги	Фактор має право не на всі суми, сплачувані боржником
Прямий факторинг а) експортний б) імпорнтний	Існує лише один фактор. Виконує свої зобов'язання перед постачальником. Висуває вимоги боржнику. Фактор і постачальник знаходяться в одній країні Фактор і боржник знаходяться в одній країні
Опосередкований факторинг (двосистемний факторинг)	Фактор і постачальник знаходяться в одній країні і фактор укладає договір субфакторингу з фактором, який знаходиться в країні боржника
Субфакторинг	Одержане право вимоги передається іншому фактору

Зазначимо ще деякі ознаки факторингу:

- сторонами уступки вимоги можуть бути будь-які учасники цивільного обороту;
- договір завжди є двостороннім, а не одностороннім;
- факторинг — форма фінансування постачальника;
- предмет уступки — будь-які зобов'язання;
- предмет факторингу — грошові зобов'язання;
- факторинг — договір, що триває;
- підстава передачі вимоги — договори купівлі-продажу права вимоги;
- предметом договору факторингу можуть бути як чинні, так і майбутні грошові вимоги;
- договір факторингу може укладатися як щодо однієї грошової вимоги, так і певної групи вимог.

Фактор отримує дохід від операції міжнародного факторингу у вигляді:

- дисконту (різниці між вартістю переданого фактору права вимоги і сумою, сплаченою ним постачальнику);
- винагороди за надані постачальнику послуги.

1.6. Форфейтинг

У зв'язку з факторингом і лізингом варто, бодай стисло, згадати форфейтинг. Поняття має франкомовне походження (а *forfait* — цілком, загальною сумою). Означає надання обумовлених прав в обмін на наявний платіж. З точки зору банківської справи — це придбання на певний термін на задалегідь визначених умовах векселів та інших боргових зобов'язань. Набувач вимог бере на себе комерційні ризики без права регресу (інакше кажучи — обороту) документів на експортера. Форфейтинг відрізняється від традиційного обміну векселів тим що:

- застосовується зазвичай у постачанні обладнання на велику суму;
- має тривалу відстрочку платежу (від 6 місяців до 7 років, порівнюючи з традиційними відстрочками на 90 чи 180 днів);
- містить гарантію чи аваль першокласного банку, які є необхідними для переобліку векселів.

До форфейтора переходять боргові вимоги за винятком відсотків за весь термін чинності векселя. Облік векселів проводиться за фіксованою ставкою. Величина дисконту (тобто знижки) залежить від ступеня ризику неплатежу, валюти платежу, терміну ве-

ксеся. Експортний форфейтинг є обдіком векселів без права регресу вимог експортера до іноземного імпортера за задалегідь визначену суму.

На відміну від лізингу форфейтингу притаманна простота документального оформлення. Експортер не бере на себе ризик неплатежу імпортера. За форфейтингу відсутнє право регресу.

Форфейтинг вирізняється і від експортного факторингу. Останній використовується для майбутніх угод, які не можна вважати як цілком визначені.

Форфейтинг використовується до вже чинних міжнародних зобов'язань. За терміном — вони значно триваліші. Такі зобов'язання матеріалізовані у формі векселів. Передбачають ширшу сферу покриття ризиків неплатежу, не переказу, валютного ризику.

Кредитно-фінансові установи за допомогою форфейтингу акумулюють капітали на вторинному ринку на середній термін шляхом переобліку експортних векселів, термін чинності яких ще не минув.

Договір міжнародного форфейтингу — різновид договору міжнародного факторингу, за яким поступаються не право вимоги платежу, а використовуються векселі (тратти) шляхом вчинення індосаменту на форвейтора (фактора).



Контрольні питання

1. Хто вважається лізингодавцем, лізингодержувачем і постачальником?
2. У чому полягає операція сублізингу?
3. Чи може Конвенція про міжнародний фінансовий лізинг не застосовуватися суб'єктами господарської діяльності з країн, для яких вона є чинною?
4. У яких випадках лізингодавець має зобов'язання перед лізингодержувачем щодо лізингового обладнання?
5. Для чого потрібна гарантія лізингодавцем спокійного володіння лізингодержувачем лізингового обладнання?
6. Що можуть вчинити лізингодавач і лізингодержувач після закінчення дії договору?
7. Що ви вчинили б як лізингодержувач, якби лізингове обладнання не було поставлено або поставлено із затримкою або не відповідало договору поставки?
8. Що вчиняє лізингодавець, якщо лізингодержувач накопив значну заборгованість лізингових платежів?

9. Чи може лізингоодержувач самостійно передати право користування обладнанням?
10. Стисло викладіть історію лізингу.
11. Чому фінансовий лізинг можна розглядати як інвестиційний лізинг?
12. Чим опосередкований лізинг відрізняється від прямого?
13. Що таке зворотний лізинг?
14. Форми лізингових платежів.
15. Види міжнародного лізингу.
16. Які функції виконує фактор?
17. Чи потрібно постачальникам повідомляти боржників про відступлення права грошової вимоги?
18. Чи поширюється Конвенція про міжнародний факторинг на послуги?
19. Чи є таке поняття як «субфакторинг»?
20. Коли у світі з'явився факторинг?
21. Елементи яких договорів містить договір факторингу?
22. Назвіть основні типи міжнародного факторингу.
23. Спільне і відмінне між форфейтним і факторингом та лізингом.

РОЗДІЛ

2

ТРАНСКОРДОННЕ І МІЖТЕРИТОРІАЛЬНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

2.1. Загальні положення.

2.2. Заходи і проекти співробітництва.

2.1. Загальні положення

Очевидно, більшість країн світу з кимось межують. Не мають сухопутних меж лише острівні держави. Автор цих рядків на початку своєї трудової біографії в 1971—1973 роках був командиром мотострілецького взводу на далекосхідному радянсько-китайському кордоні. Там був класичний кордон — мінні поля, бетонні укріплення тощо. Транскордонного співробітництва там тоді не було. Сплило кілька років, на терени СРСР прийшла «перебудова». До України зачастили представники діаспори. Шведський бізнесмен українського походження розповідав 1987 року у Києві на семінарі, що він регулярно подорожує автомобілем у бізнесових справах до Фінляндії і часто не помічає як перетинає шведсько-фінський кордон. Після баченого на Далекому Сході інформація шведа-земляка здавалася неймовірною.

З повідомлень засобів інформації можна зрозуміти, що на колись ворогуючому далекосхідному кордоні нині між Росією та Китаєм розгортається легальне та/чи нелегальне транскордонне співробітництво. Було б дивно якби його не було в Україні, бо вона знаходиться в оточенні неворогуючих сусідів.

Наша держава має сухопутні кордони з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією, Росією та Білоруссю. Людям і товарам на місці не сидиться. Між країнами течуть прикордонні ріки. Мігрують представники фауни — як дикої, так і свійської. Нерідко по обидва боки кордону живуть родичі. У прикордонних районах існують можливості господарських спекуляцій. Прикордонні території є настільки цікавим феноменом, що він вважався, навіть, за часів соціалістичної командно-адміністративної економіки, коли кордон, загалом кажучи, був «на замку».

Європа має міжнародно-правовий акт про транскордонне співробітництво.

«Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями» була укладена державами — членами Ради Європи 21 травня 1993 року. У створеному Міністерством юстиції України Єдиному державному реєстрі нормативно-правових актів ця Конвенція зареєстрована за № 35386/2006. Текст Конвенції українською мовою опубліковано, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2006, № 9. У зазначеному номері «Офіційного вісника України» опубліковано також два протоколи до цієї Конвенції.

В основному тексті Конвенції міститься 12 статей. Назв вони не мають.

Договірні держави зобов'язалися підтримувати та заохочувати транскордонне співробітництво між територіальними общинами та громадами.

У статті другій містяться формулювання понять «транскордонне співробітництво» і «територіальні общини або власті».

Транскордонне співробітництво означає будь-які спільні дії, спрямовані на поширення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або властями, які знаходяться під юрисдикцією двох або декількох Договірних Сторін, та на укладання з цією метою будь-яких необхідних угод або досягнення домовленостей. Транскордонне співробітництво здійснюється в межах компетенції територіальних общин або властей, визначеної внутрішнім законодавством. Межі та характер такої компетенції цією Конвенцією не змінюються.

Вислів «територіальні общини або власті» означає общини, власті або органи, які здійснюють місцеві або регіональні функції та визнаються як такі внутрішнім законодавством кожної держави. Кожна Договірна Сторона держави під час підписання цієї Конвенції або після цього у повідомленні на ім'я Генерального секретаря Ради Європи може визначити общини, власті або органи, види діяльності і форми, якими вона має намір обмежити сферу застосування цієї Конвенції або які вона має намір виключити з неї.

Стаття третя Конвенції передбачає, що Договірні Сторони можуть враховувати типові міждержавні двосторонні або багатосторонні угоди, розроблені у Раді Європи і спрямовані на сприяння співробітництву між територіальними общинами та властями. Ці рамкові угоди, статути та договори призначаються для керівництва і не мають сили договору. Договірним Сторо-

нам дозволяється визначити контекст, форми та межі діяльності територіальних общин і властей у сфері транскордонного співробітництва.

Договірні Сторони зобов'язуються усувати будь-які юридичні, адміністративні або технічні труднощі, що гальмують транскордонне співробітництво.

Передбачено проведення консультацій Договірних Сторін, взаємний обмін інформацією.

Оскільки Конвенція є рамковою, то вона визначає лише найголовніші засади транскордонного співробітництва і відкриває широкий простір для Договірних Сторін щодо конкретизації такого співробітництва.

Додаток до тексту Конвенцій має назву «Типові угоди, статuti та договори, а також угоди, статuti та договори про основні принципи транскордонного співробітництва між територіальними общинами або органами влади». Виключно до компетенції держав-учасниць належать лише:

- міждержавні угоди про розвиток транскордонного співробітництва;

- угоди про регіональні транскордонні зв'язки.

Інші міждержавні угоди встановлюють лише юридичні межі у рамках яких територіальні общини та органи влади реалізують транскордонне співробітництво.

Рада Європи має типові міждержавні угоди про:

- розвиток транскордонного співробітництва;
- транскордонні місцеві зв'язки;
- транскордонне співробітництво на контрактній основі між місцевими органами влади;
- органи транскордонного співробітництва між місцевими органами влади.

Угоди, статuti, договори про основні принципи співробітництва між місцевими органами можуть стосуватись основних принципів:

- створення груп зв'язку між місцевими органами влади;
- координації управління транскордонними місцевими державними справами;
- створення транскордонних асоціацій приватного права;
- договорів про поставки товарів або надання послуг прикордонними місцевими общинами на засадах як приватного, так і публічного права;
- створення органів транскордонного міжобщинного співробітництва.

Перший Додатковий протокол до Конвенції було укладено у Страсбурзі 9 листопада 1995 р. Він набрав чинності 5 лютого 2005 р. Протокол № 1 уточнив положення Конвенції. Він переважно стосується створення і функціонування органу транскордонного співробітництва. У національних правових системах цей орган може бути суб'єктом як публічного, так і приватного права.

Протокол № 2 до Європейської рамкової конвенцій було підписано у Страсбурзі 5 травня 1998 року. Набрал він чинності 5 лютого 2005 року.

Передусім у Протоколі № 2 йдеться про «міжтериторіальне співробітництво». Його розуміють як будь-яку спільну діяльність, спрямовану на започаткування відносин між територіальними общинами або властями двох або більше Договірних Сторін, крім відносин транскордонного співробітництва між сусідніми властями, включаючи укладання угод про співробітництво з територіальними общинами або властями інших сторін.

Протокол № 2 врахував ту обставину, що територіальні общини або власті зацікавлені у поглибленні співробітництва не лише із сусідніми властями інших держав, але й з іноземними властями, які не є сусідами, але з якими є спільні інтереси.

Договірні Сторони вирішили керуватися Європейською рамковою конвенцією не лише щодо транскордонного співробітництва, а й у сфері міжтериторіального співробітництва. Протокол № 2 став міжнародно-правовим актом, на який спирається міжтериторіальне співробітництво.

Сподіваємося, що читачі самостійно опрацюють Європейську рамкову конвенцію додаткові протоколи до неї і слідкуватимуть у майбутньому за подальшим розвитком міжнародного публічного права на цій ділянці.

У Євросоюзі діє «Програма транскордонного співробітництва» (Cross Border Cooperation Program). Має на меті ефективне управління східними кордонами Євросоюзу. Складається з двох частин:

- Програми сусідства;
- Розвиток прикордонної інфраструктури.

Програма передбачає:

- сприяння прикордонним регіонам у подоланні перешкод до розвитку;
- заохочення до поєднання мереж з обох боків кордону;
- прискорення процесу трансформації в країнах-партнерах шляхом їхньої співпраці з прикордонними регіонами Євросоюзу.

Пріоритетні сфери Програми:

- розвиток та модернізація мереж прикордонної інфраструктури;
- активізація захисту довкілля та управління природними ресурсами;
- підтримка приватного сектора та сприяння економічному розвитку в прикордонних регіонах.

Єврорегіони є організаційною формою транскордонного співробітництва. Вони співпрацюють у розв'язанні конкретних регіональних проблем у межах своєї компетенції.

Інша форма співробітництва — розбудова Трансевропейських транспортних коридорів.

Співробітництво у рамках єврорегіонів передбачає поєднання зусиль його учасників в економічній сфері, розбудову соціальної, інформаційної та виробничої інфраструктури, створення і модернізацію прикордонної інфраструктури, розвиток транспортної мережі, поглиблення наукової та культурної співпраці, охорону довкілля.

1 травня 2004 року членами Євросоюзу стали Польща, Словаччина та Угорщина. Болгарія і Румунія до Євросоюзу приєдналися 1 січня 2007 року.

Після набуття сусідами України членства в Європейському союзі розпочалося виконання програм сусідства «Польща — Білорусь — Україна», «Угорщина — Словаччина — Україна», «Румунія — Україна». Програми спрямовані на поліпшення соціально-економічної ситуації у прикордонних адміністративно-територіальних одиницях держав — учасниць відповідних програм.

У рамках Програми транскордонного співробітництва TACIS діють 12 програм сусідства. У чотирьох з них бере участь Україна.

Програми сусідства спрямовуються на підвищення конкурентоспроможності прикордонних регіонів завдяки модернізації та розвитку місцевої транскордонної інфраструктури.

Учасники програм сусідства — місцеві та регіональні органи влади.

Транскордонне співробітництво вітчизняний законодавець розуміє як комплекс дій, спрямованих на встановлення і поглиблення економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин між територіальними громадами, їх представницькими органами, місцевими органами виконавчої влади України та територіальними громадами, відповідними органами влади іноземних держав. Зазначений комплекс викону-

ється у рамках угод, які укладають між собою названі суб'єкти транскордонного співробітництва.

На державному кордоні України з суміжними країнами вже створено шість єврорегіонів — «Буг», «Верхній Прут», «Нижній Дунай», «Карпатський», «Дніпро» і «Слобожанщина». До функціонування регіонів залучено вісім областей України — Волинську, Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Одеську, Чернігівську і Харківську. Єврорегіони є формами співробітництва адміністративно-територіальних одиниць України і суміжних європейських держав.

Читачеві не лише пізнавальну, але й практичну користь може принести вивчення вітчизняних нормативно-правових актів, що стосуються транскордонного співробітництва. Слід взяти до уваги такі документи:

- Закон України «Про транскордонне співробітництво». Прийнято Верховною Радою України 24.06.2004 р. № 1861-IV. Реєстраційний код 29526/2004 // Офіційний вісник України, 2004, № 29.

- «Положення про порядок проведення конкурсного відбору проектів (програм) транскордонного співробітництва, які можуть бути включені до державної програми розвитку транскордонного співробітництва». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 11.05.2005 р. № 339. // Офіційний вісник України, 2005, № 29.

- «Порядок підготовки проектів (програм) транскордонного співробітництва, зразків листка реєстрації висновків попереднього розгляду проекту (програм) транскордонного співробітництва, листка результатів оцінювання проекту (програми) транскордонного співробітництва». Затверджено наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції від 03.06.2005. № 158. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 17.06.2005 За № 667/10947 // Офіційний вісник України, 2005, № 25.

- «Державна програма розвитку транскордонного співробітництва на 2007—2010 роки». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 27.12.2006 р. № 1819 // Офіційний вісник України, 2006, № 52.

Окрім текстової частини зазначена Державна програма містить два додатки:

- Додаток 1 «Заходи з розвитку транскордонного співробітництва на 2007—2010 роки».

- Додаток 2 «Перелік проектів транскордонного співробітництва, яким надається державна фінансова підтримка».

Закон України «Про транскордонне співробітництво» має таку структуру:

Розділ I Загальні положення

Стаття 1 «Визначення термінів».

Стаття 2 «Мета та принципи транскордонного співробітництва».

Стаття 3 «Правова основа транскордонного співробітництва».

Стаття 4 «Мета та принципи державної політики у сфері транскордонного співробітництва».

Розділ II Організація транскордонного співробітництва

Стаття 5 «Сфери та організаційні форми транскордонного співробітництва».

Стаття 6 «Консолідація транскордонного співробітництва та контроль за додержанням законодавства з питань транскордонного співробітництва».

Стаття 7 «Повноваження суб'єктів транскордонного співробітництва України».

Стаття 8 «Угоди про транскордонне співробітництво».

Стаття 9 «Органи транскордонного співробітництва».

Розділ III Державна підтримка розвитку транскордонного співробітництва

Стаття 10 «Принципи та форми державної політики».

Стаття 11 «Державні програми розвитку транскордонного співробітництва».

Стаття 12 «Функції центральних органів виконавчої влади у сфері державної підтримки транскордонного співробітництва».

Стаття 13 «Функції суб'єктів транскордонного співробітництва України у сфері державної підтримки розвитку транскордонного співробітництва».

Розділ IV Фінансове забезпечення транскордонного співробітництва

Стаття 14 «Фінансове забезпечення транскордонного співробітництва».

Розділ V Прикінцеві положення

Стаття перша Закону України «Про транскордонне співробітництво» містить визначення таких термінів: транскордонне співробітництво, єврорегіон, суб'єкти транскордонного співробітництва, угода про транскордонне співробітництво, учасники транскордонного співробітництва, спільні проекти (програми), проекти (програми) транскордонного співробітництва, державна підтримка розвитку транскордонного співробітництва, державна програма розвитку транскордонного співробітництва.

У Департаменті регіонального розвитку Міністерства економіки України є відділ транскордонного співробітництва. Контактні телефони: Департаменту — 253 93 31; відділу — 521 15 18; 521 19 60.

2.2. Заходи і проекти співробітництва

«Державна програма розвитку транскордонного співробітництва на 2007—2010 роки» викладена так.

- Загальна частина.
- Мета та основні завдання Програми.
- Основні напрямки виконання Програми.
- Шляхи і способи розв'язання проблем.
- Очікувані результати.
- Фінансове забезпечення Програми.

Вище у цьому розділі вже висвітлено, що є транскордонним співробітництвом і для чого воно задумане. Основними завданнями Програми є:

- ◆ активізація зовнішньоекономічної діяльності регіонів;
- ◆ розвиток малого та середнього підприємництва;
- ◆ охорона довкілля;
- ◆ розвиток соціальної сфери.

Читач матиме можливість у цьому розділі познайомитись із заходами та проектами у сфері транскордонного співробітництва. Їх можна узагальнити і розглядати як напрямки виконання Програми:

- модернізація і розвиток існуючої транскордонної транспортної мережі з метою збільшення її пропускної спроможності;
- розбудова пунктів пропуску через державний кордон для створення належних умов для переміщення через державний кордон людей, товарів і транспортних засобів;

- розбудова виробничої та соціальної інфраструктури регіонів;
- підвищення ефективності взаємодії між суб'єктами і учасниками транскордонного співробітництва у сфері підприємництва;
- створення спільної системи охорони довкілля;
- активізація транскордонного співробітництва у сфері культури, освіти, науки тощо;
- активізація обміну інформацією між суб'єктами транскордонного співробітництва;
- підвищення ефективності взаємодії між територіальними громадами.

Суб'єкти і учасники транскордонного співробітництва розробляють відповідні проекти. Потім в установленому порядку подають їх конкурсним комісіям. Відібрані комісіями проекти надсилаються центральним органам виконавчої влади. Вони доручають експертам скласти висновки щодо надання проектам державної фінансової підтримки. Проекти і висновки потім надсилаються Міністерству економіки не пізніше 30 січня року, що передуює року, протягом якого передбачається надання державної фінансової підтримки. Мінекономіки утворює міжвідомчу робочу групу для розгляду проектів. Вона готує рекомендації щодо складання переліку проектів з урахуванням їх важливості та можливостей державної фінансової підтримки. Міністерство економіки складає перелік проектів та в установленому порядку надає перелік проектів Кабінету Міністрів України. Уряд ухвалює те чи інше рішення.

У згаданому вище Додатку 1 зазначено 22 заходи. Під кожною позицією міститься вказівка на відповідальних за її виконання та встановлені терміни.

Далі перелічимо лише передбачені заходи, сподіваючись що зацікавлені менеджери зовнішньоекономічної діяльності самостійно встановлять контакти з відповідальними за той чи інший захід урядовцями.

1. Розроблення нормативно-правових актів щодо удосконалення створення перед пунктами пропуску через державний кордон та функціонування відповідно до стандартів Євросоюзу зон сервісного обслуговування людей і транспортних засобів.

2. Розбудова пунктів пропуску через державний кордон, забезпечення їх функціонування відповідно до стандартів Євросоюзу з метою створення належних умов для переміщення через державний кордон людей, товарів і транспортних засобів.

3. Створення та забезпечення функціонування українських ділянок транскордонних біосферних резерватів, водно-болотних угідь міжнародного значення, об'єктів світової природної спадщини.

4. Створення автоматизованих пунктів вимірювання показників якості поверхневих вод на транскордонних водних об'єктах.

5. З метою покращення моніторингу екологічного стану транскордонних водних об'єктів забезпечити відповідні служби плавзасобами, транспортом, засобами вимірювальної техніки для визначення вмісту розчиненого кисню, металів нафтопродуктів та інших показників.

6. Розвиток рекреаційної інфраструктури та організація транскордонних туристичних маршрутів.

7-8-9. Розробка українсько-угорського, українсько-молдовського, українсько-польського проектів містобудівного розвитку транскордонного регіону.

10. Створення географічної інформаційної системи платформ для української ділянки басейнів транскордонних річок.

11. Активізація співробітництва у рамках існуючих єврорегіонів та діяльності міжурядових комісій з питань транскордонного співробітництва.

12. Створення та забезпечення постійного оновлення веб-сторінок з питань транскордонного співробітництва.

13. Підвищення за рахунок коштів міжнародної технічної допомоги та інших джерел кваліфікації місцевих посадовців у сфері транскордонного співробітництва.

14. Запровадження системи моніторингу ефективності виконання програм сусідства та прикордонного співробітництва.

15. Утворення мережі інформаційних центрів транскордонного співробітництва.

16. Проведення культурних заходів, спрямованих на розвиток транскордонного співробітництва.

17. Утворення спільних двосторонніх комісій з питань транскордонного співробітництва.

18. Активізація обміну учнями, студентами, учителями, викладачами, науковцями у рамках транскордонного співробітництва.

19. Організація і проведення наукових конференцій, симпозіумів і семінарів.

20. Налагодження співпраці між українськими та іноземними закладами охорони здоров'я, медичними навчальними закладами у рамках виконання двосторонніх проектів підвищення якості та доступності медичних послуг в контексті реалізації положень Болонського процесу в системі медичної освіти.

21. Проведення спеціалізованих інформаційних семінарів, соціально-психологічних тренінгів з використанням індивідуальних методик з метою підвищення рівня зайнятості та заохочення незайнятих громадян до провадження підприємницької діяльності.

22. Підвищення кваліфікації працівників, забезпечення ефективності інвестицій у професійне навчання персоналу.

Перелік проектів транскордонного співробітництва, яким надається державна фінансова підтримка, має 16 позицій. У таблиці зазначається найменування проекту, очікуваний результат, замовник, строк виконання, фінансовий обсяг фінансування (з державного бюджету, місцевого бюджету, інших джерел).

Далі зазначимо лише назви проектів і рекомендуємо з іншими даними ознайомитися самостійно.

1. Утворення мережі європейського молодіжного академічного співробітництва.

2. Охорона та розвиток прикордонних екосистем.

3. Створення єдиної картоінформаційної системи обслуговування туристичного бізнесу Волині і Люблінщини (Польща).

4. Розвиток зеленого туризму у Любишівському районі Волинської обл.

5. Будівництво під'їзної автомобільної дороги до міжнародного пункту пропуску через державний кордон «Ужгород» (вантажний термінал) на українсько-словацькому кордоні.

6. Зелені стежки Прикарпаття.

7. Відтворення історичних неархітектурних форм і облаштування обслуговуючої рекреаційної інфраструктури для організованого туристичного відвідування Поляницького регіонального ландшафтного парку та пам'ятки природи загальнодержавного значення «Скелі Довбуша».

8. Облаштування під'їзних шляхів до міжнародного автомобільного пункту пропуску через державний кордон «Могилів — Подільський — Отач» у м. Могилів-Подільському.

9. Облаштування міжнародного та місцевого пункту пропуску через державний кордон поромного та катерного сполучення «Ямпіль — Кореуць».

10. Проведення міжнародного мистецького фестивалю «Дністрові передзвони».

11. Покращення екологічного стану прикордонних регіонів України (Львівська обл.) та Республіки Польща за рахунок використання промислових деревних відходів як заміни вугілля для опалення об'єктів соціальної сфери.

12. Створення промислового технопарку «Черляни» на території Львівської обл.

13. Проведення комплексу заходів, спрямованих на покращення екологічного стану басейну р. Західний Буг на території Буського р-ну Львівської обл. з продовженням робіт на території Польщі.

14. Стимулювання розвитку та формування інформаційної інфраструктури транскордонного туризму.

15. Реалізація єдиної політики поводження з побутовими та промисловими відходами в Чернігівській області у рамках співпраці держав — учасниць єврорегіону «Дніпро».

16. Розроблення комплексного плану оздоровлення басейну р. Лопань.

Транскордонне співробітництво є перспективним і актуальним напрямом зовнішньоекономічної діяльності. Не заводить менеджерам завжди тримати у такій зорі.



Контрольні питання

1. Основні положення «Європейської рамкової конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями» від 21.05.1980 р.

2. Що таке транскордонне співробітництво?

3. Чому Конвенція має назву «рамкова»?

4. Про що йдеться у Протоколі № 1 та № 2 до Європейської рамкової конвенції?

5. Чим транскордонне співробітництво відрізняється від міжтериторіального співробітництва?

6. Мета та основні завдання «Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2007—2010 роки».

7. Основні напрями виконання «Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2007—2010 роки».

8. Як працює механізм відбору проектів транскордонного співробітництва, яким надається державна фінансова підтримка?

9. Як Ви будете діяти щоб реалізувати свій проект транскордонного співробітництва?

10. Що на Ваш погляд слід зробити для подальшого розвитку транскордонного співробітництва України з суміжними державами?

11. Які вітчизняні нормативно-правові акти у сфері транскордонного співробітництва Ви знаєте, окрім зазначених вище?

12. Основні положення Закону України «Про транскордонне співробітництво» від 24.06.2004 р. № 1861-IV.

13. Куди Ви будете звертатися за одержанням консультацій щодо транскордонного співробітництва?

РОЗДІЛ

3

ІНТЕГРАЦІЯ АПК УКРАЇНИ В ЕКОНОМІКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

3.1. Сільськогосподарська політика країн ЄС.

3.2. Управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняного АПК на шляху вступу України до ЄС
Додаток Бібліографія.

3.1. Сільськогосподарська політика країн ЄС

«Програма розвитку ЄС 2000» — це програма дій, представлена Комісією 15 липня 1997 р. у відповідь на запит Європейської Ради (засідання якої відбулося в Мадриді у грудні 1995 р.) подати загальний документ про розширення ЄС, а також про реформування спільної політики та щодо обговорення майбутньої фінансової структури Союзу після 31 грудня 1999 р. У Програмі 2000 розглядаються всі проблеми, що постали перед ЄС на початку ХХІ століття. До неї додаються висновки Європейської Комісії (фактично — уряду Євросоюзу) щодо країн, які подали заяви про вступ у члени ЄС.

Програма 2000 складається з трьох частин:

- у першій розглядаються питання внутрішнього механізму функціонування ЄС, зокрема реформа спільної сільськогосподарської політики та політики економічного єдності та соціальної згуртованості. У ній також містяться рекомендації щодо створення найкращих умов для вирішення завдання розширення ЄС і пропонується у період 2000—2006 рр. запровадити нову фінансову структуру;

- у другій частині викладено пропозиції щодо посилення стратегії щодо країн, які прагнуть вступити до ЄС. Вона включає два нові елементи: партнерство з країнами, які подали заяву про вступ до ЄС, розширення їхньої участі у програмах Співтовариства та механізми застосування законодавчої бази Співтовариства;

- третя частина містить дослідження впливу розширення ЄС на політику Євросоюзу у різних сферах.

Ці першочергові завдання знайшли своє відображення приблизно у двадцяти законодавчих пропозиціях, висунутих Євро-

пейською Комісією у 1998 р. На засіданні Європейської Ради в Берліні було досягнуто загальнополітичної домовленості щодо прийняття у 1999 р. пакету законодавчих актів і того ж року були ухвалені відповідні заходи щодо їх реалізації. Ці заходи на період 2000—2006 рр. охоплюють чотири тісно пов'язані між собою сфери:

- реформування спільної сільськогосподарської політики,
- реформування структурної політики,
- інструменти підготовки до розширення ЄС,
- фінансову структуру.

На постсоціалістичні країни, що стали членами ЄС, поширюється Спільна сільськогосподарська політика (ССП). Власне, країни Центральної та Східної Європи ще з кінця 90-х років минулого століття почали запроваджувати щодо аграрного сектора політико-економічні інструменти, аналогічні тим, що застосовуються в ЄС. Ці країни є близькими сусідами і традиційними торговельними партнерами, отже для того, щоб швидко і ефективно пристосуватися до цих змін, Україні необхідно враховувати особливості ССП.

Основні цілі Спільної сільськогосподарської політики формулюються наступним чином:

1. зростання продуктивності сільського господарства шляхом просування технічного прогресу і забезпечення раціонального розвитку сільськогосподарського виробництва і оптимального використання факторів виробництва, зокрема, праці;

2. забезпечення стандартів життя сільського населення, зокрема, шляхом підвищення доходів зайнятих у сільськогосподарському виробництві;

3. стабілізація ринків;

4. забезпечення запасів продовольства;

5. забезпечення продовольством споживачів за прийнятними цінами.

ССП базується на трьох принципах:

1. Єдиний ринок, що має подвійне значення: застосування до сільськогосподарських продуктів правил вільного пересування товарів між країнами-учасницями і встановлення спільних цін і підтримки в євро.

2. Преференції ЄС, що реалізуються: через захист спільного ринку від імпорту сільськогосподарської продукції з третіх країн за низькими цінами з метою гарантування доходів європейських фермерів; через захист від коливань світового ринку для підтримки стабільності.

3. Солідарні фінанси: витрати на впровадження ССП повинні здійснюватися всіма членами на загальних підставах незалежно від національних інтересів. У 1962 році було засновано єдиний сільськогосподарських фонд.

Основні механізми ССП нині такі:

1. *Інтервенційні ціни*. Метою встановлення інтервенційної ціни є підтримка цін і гарантування доходів фермерів. Вони застосовуються для таких видів продуктів: зернових, рису, цукру, масла, сухого молока і яловичини. За цими задалегідь оголошеними цінами ЄС через різні національні державні інтервенційні агентства, що здійснюють заходи щодо регулювання ринку, скуповує місцеві продукти у випадку, коли ринкові ціни падають нижче за рівень контрольних, що гарантує підтримку ринкових цін на певному рівні. За цими цінами скуповується продукція у випадку перенасичення ринку того чи іншого продукту, а також збуваються накопичені запаси у випадку, коли ринкові ціни перевищують контрольні. Ці закупки спричиняють накопичення надлишків сільськогосподарської продукції у великих масштабах, що потім йдуть на експорт за демпінговими цінами, на переробку, або ліквідуються.

2. *Імпортні мита*. Вони необхідні для того, щоб не допускати заповнення європейських ринків дешевшою імпортною продукцією. Донедавна використовувався змінний податок на імпорт, спрощений механізм дії якого полягав в тому, що спочатку визначалася внутрішня ціна кожного продукту, а потім вона оподатковувалася до такого рівня, щоб імпорт не збивав внутрішні ціни. Згідно з «Угодою про сільське господарство» Уругвайського раунду переговорів ГАТТ, з 1995 р. ці змінні величини були замінені фіксованими імпортними митами, які поступово скорочуються. Між 1995 і 2000 р. вони були скорочені на 15 % порівнюючи з базовим періодом 1986—1988 р. Для зернових Угода передбачала, що різниця між імпортною ціною на митниці і інтервенційною ціною не повинна перевищувати 55 % інтервенційної ціни. Цей пункт Угоди дуже важливий, тому що рівень захисту від імпорту став визначати межу маневрування внутрішньою ціновою політикою. Було введено також тарифні квоти на імпорт за зниженими тарифами певної кількості кожного виду сільгосппродукції — принаймні 3 % обсягів внутрішнього споживання 1995 р. і 5 % — 2000-го.

3. *Експортні субсидії* використовуються з метою компенсації товаровиробникам ЄС різниці у вартості їхньої продукції при експорті за нижчими цінами на світових ринках. Із зростанням

виробництва зростають обсяги продукції, що потребують субсидій для продажу за демпінговими цінами на світових ринках. Згідно з угодами Уругвайського раунду експортні субсидії були скорочені на 36 % за вартістю і 21 % за обсягами протягом 1995—2000 рр., порівнюючи з базовим періодом 1986—1990 рр.

Проведена ЄС політика підтримки значною мірою стимулювала експорт сільськогосподарської продукції і за рядом товарних позицій сприяла перетворенню ЄС із нетто-імпортера в нетто-експортера.

Позитивними наслідками політики інтервенційних закупок ЄС є самодостатність у забезпеченні продовольством і збільшення експорту. Однак, це було досягнуто не шляхом вільної конкуренції, а завдяки суттєвим субсидіям, у кінцевому рахунку сплачуваних споживачами.

Еволюція Спільної сільськогосподарської політики ЄС. Основи ССП щодо цін і ринкової політики були сформульовані 1960 року. ЄС 1962 року схвалив пакет заходів аграрної політики, що передбачав створення шістьох спільних організацій на ринках зернових, свинини, яєць, птиці, фруктів і овочів, вина, створення гарантійного фонду і встановлення фінансових правил.

Відтоді ССП була суттєво реформована тричі: 1992 р. (так звана реформа Мак Шеррі), 1995 р. в ході Уругвайського раунду переговорів ГАТТ і 2000 р. (так звана Agenda 2000).

ССП впроваджується через такі політичні інструменти:

1. ринкова політика, що була започаткована 1962 р. і впроваджується через спільні організації ринку;

2. політика щодо розвитку сільської місцевості, соціальна і структурна політики, започатковані 1972 р. з метою адаптації і модернізації сільськогосподарських структур і підтримки європейської моделі сільського господарства, основаної на розвитку багатofункціонального сільського господарства; політика щодо розвитку сільської місцевості стала другим основним принципом ССП починаючи з 1999 р.;

3. гармонізація національного законодавства у питаннях, що не охоплені спільними організаціями ринку.

Перша серйозна реформа спільної сільськогосподарської політики, так звана **реформа Мак Шеррі**, була започаткована з 1992 р. і передбачала передачу значної частини підтримки від споживачів до платників податків. Таким чином, політика ССП стала відходити від підтримки цін і управління ринком до підтримки шляхом прямих виплат. Більше уваги почало приділятися захисту довкілля, становленню молодих фермерів. Реформа 1992 р.

складалася з двох частин. Перша частина стосувалася цін і системи підтримки. Вона передбачала зниження гарантованих цін до рівня, наближеного до рівня світових цін, повної компенсації за втрати доходів шляхом надання прямих допоміжних виплат фермам; зусилля по регулюванню обсягів сільськогосподарської продукції шляхом заходів по виведенню земель з обігу і встановленню меж на виплати надбавок за тварин. Реформа намагалася зменшити дисбаланси ринку, стимулювати попит через зниження цін. Реформа здійснювалася дуже успішно і привела до більшої збалансованості ринків, зменшення запасів продовольства.

На ринку зернових виведення земель з обігу сприяло контролю за обсягами виробництва, а цінова конкуренція дозволила збільшити обсяг продаж на внутрішньому ринку, в основному фуражного зерна. Ринкові ціни зросли більше, ніж передбачалося. Між 1992 і 1996 р. доходи фермерів зростали щорічно на 4,5 %.

Реформа «Agenda 2000» здійснювалась протягом семирічного періоду (2000—2006 рр.). Реформа мала поглибити і розширити попередню реформу 1992 року шляхом більш широкої заміни цінової підтримки прямим виплатами допомоги і підтримки цих процесів відповідною політикою розвитку сільської місцевості. Реформа спрямована на підвищення рівня конкурентоспроможності європейського сільського господарства на внутрішньому і зовнішніх ринках. Безпека і якість продовольства є двома важливими аспектами конкурентоспроможності. Дві основні цілі ССП залишаються наступними: забезпечення належних стандартів життя сільських громад і стабільність доходів фермерів. Нова політика розвитку сільської місцевості доповнила заходи по розвитку сільської місцевості шляхом введення компенсаційних виплат для гірських і менш сприятливих регіонів. Крім розвитку сільської місцевості, реформування охоплює сектор зернових, зернобобових і олійних культур, свинини і яловичини, молока і молочних продуктів, вина.

Зокрема, інтервенційні ціни на зернові планується знизити на 15 %, збільшити виплати прямої допомоги фермерами таким чином, щоб компенсувати 50 % втрат від зниження інтервенційних цін. Темпи обов'язкового виведення земель з обігу встановлені на рівні 10 % на весь період реформи, причому, дрібні виробники (ті, що виробляють менше 92 тонн зерна) звільнені від обов'язкового виведення земель з обігу.

Базові ціни на свинину і яловичину поступово будуть знижені на 20 %, інтервенційні цін на молоко — на 15 %. Втрати доходу від зниження цін компенсуються фермерам.

Нова політика розвитку сільської місцевості, що впроваджується в ході реформи, базується на двох принципах:

- децентралізації відповідальності;
- гнучкості.

Нею передбачено впровадження трьох форм підтримки сільської місцевості:

1. Сприяння розвитку сільського і лісового господарства (основні заходи полягають у модернізації ферм, сприянні переробці і маркетингу; життєздатність ферм підкріплюється заходами допомоги молодим фермерам при заснуванні господарства і створенням умов для раннього виходу на пенсію). Вперше лісове господарство визнане суттєвим аспектом розвитку сільських територій і вживаються заходи його підтримки з огляду на значення для довкілля.

2. Сприяння зростанню конкурентоспроможності сільської місцевості. Основна мета полягає у підтримці рівня життя сільських громад, сприяння диверсифікації і створенню нових видів діяльності. Вживаються заходи для створення нових джерел доходів і робочих місць.

3. Збереження довкілля і унікального європейського сільського культурного спадку. Інтеграція аспектів збереження довкілля у ССП підсилена шляхом поширення компенсаційних виплат, традиційно вживаних для менш сприятливих регіонів, на регіони, де фермерство обмежується через обставини, пов'язані із збереженням довкілля.

Пропозиції реформи «Agenda 2000» розроблені з метою реалізації європейської моделі сільського господарства, характеристиками якої є:

- конкурентоспроможний сільськогосподарський сектор, здатний конкурувати на світовому ринку без надмірного використання субсидій, які все менше сприймаються на міжнародному рівні;

- сільськогосподарський сектор, де методи виробництва є здоровими, екологічними і здатними виробляти якісну продукцію;

- сильно диверсифікований сільськогосподарський сектор, що несе відповідальність не тільки за виробництва, але і за підтримку різноманітності ландшафтів і активну сільську громаду, що створює і підтримує робочі місця;

- проста, більш зрозуміла аграрна політика з чіткою розмежувальною лінією між тим, що може вирішуватися на рівні ЄС, а що — державами-членами;

- сільськогосподарська політика, яка доводить, що витрачені кошти виправдані послугами, які очікує суспільство від фермерів.

Європейська Комісія ухвалила низку кроків, які мають ефективно просувати європейську сільськогосподарську продукцію на

зовнішніх ринках і активно інформувати потенційних споживачів. Єврокомісія схвалила 8 рекламних та інформаційних програм, поданих державами-членами ЄС. Завдяки цим програмам європейці планують вийти на сільськогосподарські ринки США, Канади, Росії, України, Австралії, Японії, Китаю, Індії, Бразилії, Норвегії та Швейцарії. Серед високоякісної продукції, яку пропонує міжнародним споживачам європейський аграрний сектор — вино, сир, фрукти, оливи. За попередніми підрахунками, Європейська Комісія виділяє на справу просування європейського товаровиробника на зовнішні ринки половину від потрібних для реалізації запропонованих програм коштів — 8,2 мільйонів євро. «Підвищення конкурентоспроможності якісних товарів з ЄС на зовнішніх ринках — непросте завдання. Інвестуючи у рекламу та інформаційні кампанії на підтримку наших сільськогосподарських товарів за межами ЄС, ми показуємо свою готовність гідно виконати це завдання», — сказала Комісар з аграрних питань та сільського розвитку Маріан Фішер Боель.

Головний елемент промоційних програм — підкреслення конкурентних переваг європейської сільськогосподарської продукції, насамперед, якості, гігієни, безпечності, харчових цінностей, зручності упаковки і маркування. Неабияке значення мають принципи екологічної чистоти та гуманного ставлення до тварин, покладені в основу вироблення таких товарів. Дедалі ширшого визнання набуває продукція органічного фермерства. У рамках програм організуються виставки та проводяться інформаційні кампанії, у яких акцент ставиться на системах гарантування походження і відповідності продукції та її традиційних особливих якостей. Зокрема, для реклами європейського вина активно використовується той факт, що воно повністю відповідає усім стандартам ЄС і вироблене з винограду, який вирощують в традиційних виноробних регіонах. Програми також мають і аналітичну складову. Європейські виробники та продавці вивчають нові ринки і потенційний попит.

У світлі можливого приєднання України до СОТ і ЄС, у разі надмірної державної підтримки, перед Україною в перспективі можуть постати проблеми щодо внутрішнього надвиробництва сільськогосподарської продукції, що не матиме виходу на світові ринки внаслідок низької конкурентоспроможності. Тим більше, що не всі країни йдуть шляхом збільшення державної підтримки аграрного сектора. Так, багато потужних аграрних країн, такі як Нова Зеландія і Австралія, дотримуються лібералізації аграрної політики, знижуючи державну підтримку аграрного сектора, довівши її у 2006 р. до 3 % і 9 % вартості всієї сільськогосподарської продукції відповідно.

ЄС займається питаннями екологічного сільського господарства. Екологічне сільське господарство визначається як система господарювання, де різко обмежується або вилучається використання штучних хімічних добрив, хімічних засобів захисту і регулювання розвитку рослин, хімічних кормових додатків і стимуляторів росту худоби. Воно повинно базуватися здебільшого на використанні біологічних прийомів і методів ефективного господарювання — сівообігу, органічних і зелених добрив, азотофіксуючих рослин, рослинних і післяжнивних залишків, спеціальній механічній обробці ґрунтів, біологічних способів захисту рослин, селекції рослин тощо. Екологічне сільське господарство засноване на повазі до довкілля, підтриманні плодючості ґрунтів, збереженні генетичної різноманітності.

Іспанський професор Л. Бальєстеро Ернандес зазначав, що саме екологічне сільське господарство наближає агрономію до екології, приділяє певну увагу системам, які підтримують життя на землі, і справляє мінімальний негативний вплив на довкілля порівняно з традиційним сільським господарством. У природі відсутня рівновага, існують хвороби і шкідливі комахи, і все це необхідно контролювати. В традиційному сільському господарстві з використанням отрутохімікатів ця рівновага порушується. Екологічне сільське господарство пристосовується до довкілля, щоб не змінювати його. Тому в сільській місцевості хлібороб повинен здійснити важливі зміни у виробництві, особливо в найменш конкурентоспроможних зонах. У будь-якому разі збільшення продажу і експорту екологічно чистої продукції (споживач відрізнятиме таку продукцію за спеціальною етикеткою) означає, що екологічне сільське господарство — це саме рентабельна альтернатива хліборобів, яка стане прибутковою і вигідною для всіх споживачів. Метою екологічного сільського господарства є одержання аграрної продукції найвищої якості. Зрозуміло, що така продукція завжди буде конкурентоспроможною.

Сподіваємося, що викладений вище матеріал сформував у читача уявлення про сучасну аграрну політику Євросоюзу.

3.2. Управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняного АПК на шляху вступу України до ЄС

В економіці України аграрний сектор залишається винятково важливою ланкою, яка вирішальною мірою визначає соціально-економічне становище суспільства та продовольчу безпеку держави. За роки незалежності України в АПК здійснено структурні

реформи (які політичними силами оцінюються по-різному), докорінно перебудовано земельні і майнові відносини, створено організаційно-правові структури ринкового типу на основі приватної власності на землю і майна індивідуальної, сімейної і колективної форм власності. Однак ці надзвичайно важливі процеси вимагають постійної підтримки і стимулювання. Удосконалення АПК є дуже актуальною темою на нинішньому етапі розвитку України в контексті вступу до Європейського Союзу.

Ряд українських вчених займались дослідженням цієї проблеми. Аграрна політика держави у зв'язку з європейською інтеграцією ще недостатньо опрацьована.

Європейська інтеграція — це шлях модернізації економіки, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, можливість виходу на єдиний внутрішній ринок ЄС.

Поглиблення інтеграційних процесів безпосередньо відповідає національним інтересам України, яка і географічно і політично є безперечно європейською державою.

Поза сумнівом, стратегічною метою української зовнішньої політики є активне залучення нашої держави до європейських інтеграційних процесів. «Стратегія інтеграції України до Європейського Союзу», затверджена Указом Президента України від 11.06.1998 р. № 615/98, визначила головні пріоритети діяльності органів виконавчої влади на період до 2007 року, протягом якого можуть бути створені передумови, необхідні для набуття Україною членства в ЄС. Вона має забезпечити входження держави до європейського політичного, економічного і правового простору і отримання на цій основі статусу асоційованого члена в ЄС, що є головним зовнішньополітичним пріоритетом України. Стратегія визначила і основні напрямки удосконалення АПК України.

Адаптація законодавства України до законодавства ЄС у сфері АПК полягає у зближенні із сучасною європейською системою права, гармонізації норм українського аграрного законодавства з нормами Спільної сільськогосподарської політики країн ЄС. Це забезпечить розвиток аграрної сфери України, економічний розвиток держави, а також сприятиме зростанню добробуту громадян, приведенню його до рівня, що склався у країнах-членах ЄС.

Економічна інтеграція і розвиток торговельних відносин між Україною і ЄС у сфері АПК полягає у лібералізації і синхронізованому відкритті ринків ЄС і України, у взаємному збалансуванні торгівлі, наданні на засадах взаємності режиму сприяння інвестиціям з ЄС в Україну та українським експорте-

рам на ринках ЄС, у запровадженні спільного правового поля і єдиних стандартів у сфері конкуренції та державної підтримки виробників.

Стратегія визначила державні структури України, відповідальні за забезпечення інтеграційного процесу. Керівництво стратегією інтеграції України до ЄС здійснює Президент України. Забезпечення реалізації Стратегії інтеграції України до ЄС покладено на Кабінет Міністрів України. МЗС України забезпечує політичні відносини України з ЄС і координацію діяльності органів виконавчої влади в цій сфері. Міністерство економіки України здійснює міжвідомчу координацію з питань міжгалузевого економічного і соціального співробітництва України з ЄС. Реалізацію галузевого співробітництва України з ЄС забезпечують інші міністерства і центральні органи виконавчої влади. Стратегія інтеграції передбачила організаційне, фінансове, правове, інформаційне забезпечення інтеграції України до ЄС.

Таким чином, реалізація євроінтеграційної стратегії детермінує здійснення системних перетворень у державі й суспільстві, а також суттєве поглиблення і розширення практичного співробітництва між Україною і ЄС у всіх напрямках — торговельному, економічному, аграрному, у сфері зовнішньої політики й політики безпеки, юстиції і внутрішніх справ, гуманітарній сфері.

Переваги та привабливість європейської інтеграції України є вагомими:

- безпека: Україна в безпеці від агресії та територіальних претензій;

- система врядування: повна інституціоналізація та існування плюралістичного суспільства й індивідуальної свободи, уряд людей для людей і за допомогою людей, який ґрунтуватиметься на законодавчій та судовій основі;

- економічна ефективність: система і структура були б конкуренто-спроможними на міжнародному рівні, пропонуючи та розподіляючи якісні товари та послуги на внутрішньому ринку із зростаючим процвітанням всього населення;

- технологічні нововведення: вдосконалене перетворення наукового знання на корисні технології через «ринкове перетягування» традиційно великого запасу теоретичних знань в Україні в нововведення, корисні з комерційної точки зору;

- соціальна сфера: доступ до найкращої освітньої перспективи в Західній Європі, адекватної охорони здоров'я, забезпечення пенсіонерів і, за сприятливих умов, соціальне партнерство між урядом, бізнесом та робітниками;

- сфера культури: вільний взаємообмін із західною гуманістською культурою, брати від неї та давати їй; вигострення того, що є унікальним українським, і все ж таки становлення України як частини глобального суспільства.

Обмежуючі умови, пов'язані з європейським вибором:

- нинішній стан українських політичних інститутів: законодавчих, виконавчих і особливо судових;

- бюрократичні бар'єри та корупція;

- економічна система та структура, тобто власність на засоби виробництва, природа ринків, розподіл за секторами, низька якість управління (особливо на підприємствах державної власності);

- низький рівень ВВП та доходу на душу населення (Україна була б потенціальним тягарем для ЄС, особливо в тому, що стосується майбутніх вимог України щодо структурних фондів ЄС);

- обмеження різного характеру (найважливішим є недостатня площина контактів із Західною Європою, вони є адекватними на дипломатичному рівні, але не в сфері інтелекту, культури та бізнесу);

- політичні лідери держав — членів ЄС і деякі з науководослідницьких установ, дуже добре розуміють геополітичну важливість інтеграції України в ЄС, але це розуміння не матеріалізується в якісь активні заходи, які б могли полегшити процес цієї інтеграції.

Не лише позитиви несе в собі співпраця України з ЄС. Необхідно звернути увагу те, що негативне сальдо торгівлі з багатьма країнами ЄС (найбільше з Німеччиною та Францією) спостерігається в умовах, коли Євросоюз надає Україні кредити на вирівнювання платіжного балансу за умов проведення урядом України комплексу додаткових заходів по лібералізації імпортного режиму. Ця ситуація викликає стурбованість тому, що уряд України в рамках програми економічних реформ та приведення зовнішньоекономічного режиму відповідно до вимог ГАТТ/СОТ проводить послідовну лібералізацію зовнішньоторговельного режиму, спрямована на відкриття внутрішнього ринку та нарощування експорту. Лібералізація експортного режиму має стати головним фактором нарощування та розвитку експорту, що впливатиме на вирівнювання платіжного балансу, скорочення дефіциту державного бюджету, подолання платіжної кризи. Саме надходження від експорту мають стати джерелом отримання додаткових коштів на закупівлю технологій та інвестиційних товарів виробничо-промислового призначення для проведення реструктуризації експортоспроможних галузей та забезпечення технологічного оновлення виробництва.

Отже, політика лібералізації зовнішньоторговельного режиму України має забезпечити:

- нарощування експорту до Євросоюзу ліквідної української продукції і, за рахунок цього нарощування імпорту інвестиційних промислово-виробничих товарів, необхідних для переобладнання виробництва;

- загальну тенденцію вирівнювання сальдо в торгівлі споживчими товарами з метою забезпечення за рахунок цього компенсації витрат на закупівлю енергоносіїв;

- відповідність ступеня лібералізації режиму імпорту рівню фінансової допомоги, яку одержує Україна за умов виконання зобов'язань щодо зазначеної лібералізації.

Ознайомимо читача з інституціями в аграрній сфері, діяльність яких стосується теми цього розділу.

Може скластися ситуація, яка призведе до значного або повного блокування експорту українських сільськогосподарських товарів на ринки країн-членів Європейського Союзу. Це, в свою чергу, може виклати скорочення виробництва згаданих товарів в Україні, звуження сегментів європейського ринку для збуту української продукції та до значних втрат валютних надходжень в Україну.

Однак стратегія європейського вибору має розглядатися в Україні як важливий стимул прискорення системних реформ, піднесення політичної та соціальної активності громадян. В Україні з'явилися ознаки та реальні передумови консолідації всіх гілок державної влади за підтримки широких кіл громадськості навколо повної та ефективної реалізації євроінтеграційного курсу України, що має сприяти подальшій розбудові Української держави на основі європейських цінностей та стандартів.

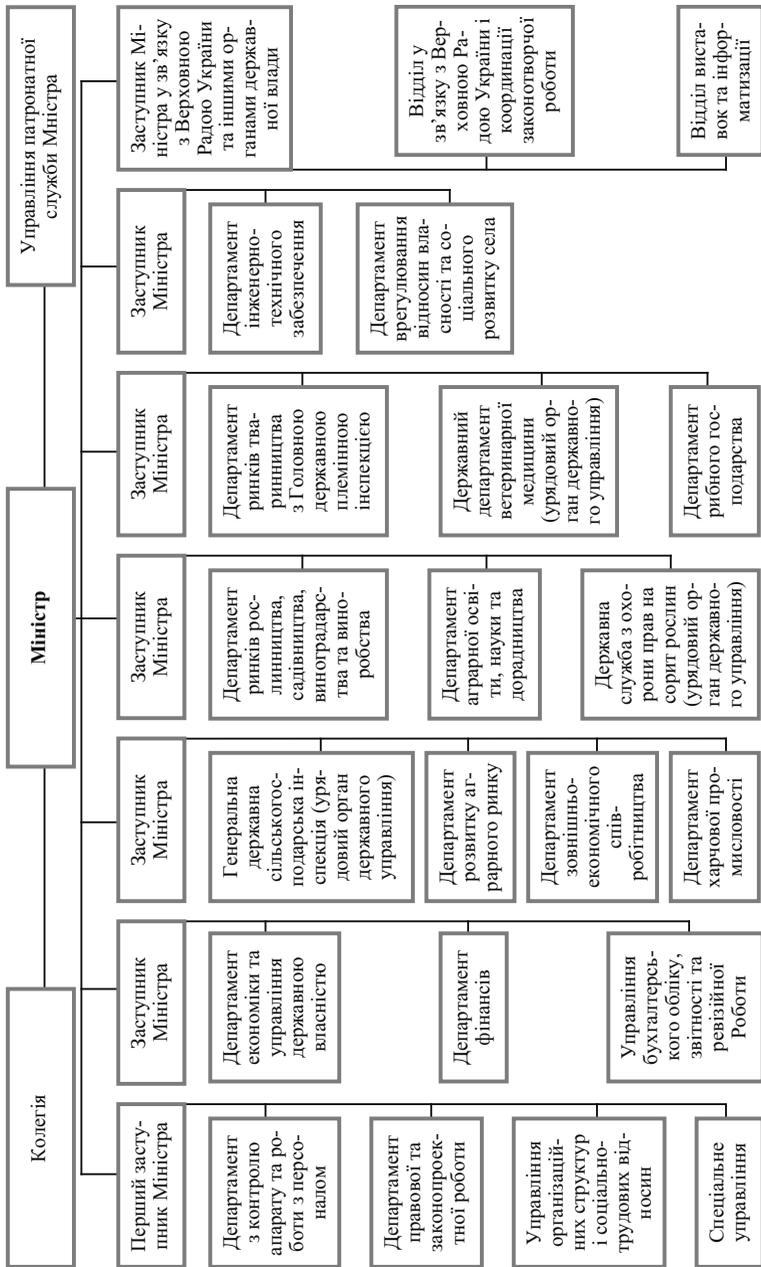
Міністерство аграрної політики України

Відповідно до Положення про Міністерство аграрної політики України (затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 01.11.06 № 1541) Мінагрополітики України розробляє основні напрями державної аграрної політики, стратегію та механізми її реалізації; бере участь у розробленні і реалізації в галузях агропромислового виробництва бюджетної, податкової та митної політики, формуванні ринків товарів, матеріальних ресурсів, капіталів і послуг, а також інфраструктури цих ринків; а також виконує інші покладені на нього обов'язки.

Мінагрополітики знаходиться за адресою: м. Київ, вул. Хрещатик, 24, тел. 226-25-39, 278-71-18

Подаємо структуру Міністерства аграрної політики України.

Організаційна структура управління
Міністерства аграрної політики України



Департаментом, який керує міжнародною діяльністю Міністерства є Департамент зовнішньоекономічного співробітництва, який є самостійним структурним підрозділом центрального апарату Міністерства аграрної політики України (тел. 278-79-42, 279-71-97). Через цей Департамент Міністерство керує діяльністю підприємств, які проводять свою діяльність на міжнародних сільськогосподарських ринках.

Структурно Департамент складається з 4 відділів:

- відділ двостороннього торговельно-економічного співробітництва;
- відділ міжнародних організацій та координації міжнародних проектів;
- відділ Європейської та міжнародної інтеграції;
- відділ торговельної політики, СОТ та міжнародних ринків.

Основними завданнями Департаменту є:

1. Розробка та здійснення заходів щодо забезпечення виконання державної політики в галузі зовнішньоекономічних зв'язків в агропромисловому комплексі.

2. Участь у забезпеченні реалізації державної політики в напрямку Європейської та міжнародної інтеграції, з питань залучення та захисту іноземних та вітчизняних інвестицій, розвитку аграрного бізнесу.

3. Здійснення пошуку потенційних зарубіжних партнерів для співробітництва, підбору підприємств, установ і організацій всіх форм власності для співпраці з іноземними фірмами та створення спільних підприємств і підприємств з іноземними інвестиціями.

Як видно зі схеми у складі Мінагрополітики є і юридичний департамент. Його контактний телефон — 278-59-61, 278-85-70.

Мінагрополітики — це центральний орган виконавчої влади. На районному рівні в Україні немає державних структур у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю. В областях, містах Києві та Севастополі у складі державних адміністрацій утворені і діють Головні управління з питань зовнішньоекономічної діяльності. Слід мати на увазі і торгово-промислові палати. До них також можна звертатися за порадою і допомогою.

Всеукраїнське громадське об'єднання «Українська аграрна конфедерація»(УАК)

Воно є всеукраїнською громадською організацією, створеною з метою участі у виробленні та реалізації політики в агропромис-

ловій сфері в інтересах зміцнення національної економіки, розвитку міжнародної економічної співпраці, підвищенні добробуту громадян України та задоволення і захист законних інтересів своїх членів. Поява Української аграрної конфедерації обумовлена гострою необхідністю консолідації зусиль фахівців аграрної галузі, які спираються на ринкові засади, з метою забезпечення сталого розвитку сільського господарства України та ефективної роботи українського АПК в умовах інтеграції в світовий аграрний ринок. Створена УАК у грудні 2002 р. Нині Українська аграрна конфедерація об'єднує близько 40 найбільших професійних об'єднань, підприємницьких структур АПК, страхового, банківського сектору, а також сфери ресурсного забезпечення аграрного виробництва. Серед них — Українська зернова асоціація, Спілка молочних підприємств України, Асоціація «Укроліяпром», Асоціація фермерів та приватних землевласників та інші. Регіональні осередки конфедерації створені у більшості областей України.

Адреса конфедерації: м. Київ, вул. Саксаганського, 53/80, тел. 462-00-64, 227-65-66

Головними завданнями Української аграрної конфедерації є:

- формування якісно нової аграрної політики та розробка конкретних кроків з реформування вітчизняного АПК та розвитку підприємництва на селі, використовуючи знання та досвід вітчизняних і закордонних підприємців, науковців та експертів аграрного ринку;
- створення платформи для діалогу представників всіх галузей АПК з метою узгодження і формування спільної позиції, врахування інтересів усіх суб'єктів аграрного ринку, консолідації зусиль для швидкого розвитку аграрної галузі;
- міжнародна співпраця, сприяння повній реалізації потенціалу агропродовольчого комплексу України з метою прискореної інтеграції до світового аграрного ринку;
- підвищення професійного рівня фахівців аграрної галузі, від державних службовців до товаровиробників, завдяки залученню до керівництва та обміну досвідом нової генерації фахівців з ринковим досвідом. УАК запрошує до співпраці учасників аграрного ринку, усі громадські та професійні організації, які несуть конструктивізм та економічне процвітання Україні.

Зібравши зусилля воедино, Українська аграрна конфедерація має можливість сприяти розвитку аграрної галузі задля процвітання Української держави.

Звернімо увагу читача на те, що в УАК створено міжнародний відділ. Розширюються стосунки з зарубіжними інститутами, сільсь-

когосподарськими товариствами, іншими організаціями на європейському рівні. УАК опікується організацією перебування в Україні делегацій потенційних інвесторів, організовує візити українських аграріїв і підприємців до Західної Європи. Міжнародний відділ УАК формує також базу вакансій для випускників українських вузів, яким пропонується робота на німецьких підприємствах сільськогосподарства і харчової промисловості. Цей проект Українська аграрна конфедерація втілює разом із Федеральним міністерством харчування, сільського господарства і захисту прав споживачів (Німеччина), а також німецьким посольством в Києві.

Українська академія аграрних наук (УААН) є державною самоврядною науковою організацією і фінансується з державного бюджету та інших джерел не заборонених законодавством України. Розпочала свою діяльність як Всеукраїнська академія сільськогосподарських наук 22.05.1931 р. і проіснувала самостійно та в складі різних відомств до 1990 р. В нинішньому статусі діє з 27.12.1990 р. згідно з постановою Ради Міністрів УРСР від 22.09.1990 р. № 279. Самоврядність її полягає в тому, що вона самостійно визначає тематику досліджень, свою структуру, вирішує науково-організаційні, господарські, кадрові питання, здійснює міжнародні зв'язки. Структурно Академія розділена на 8 галузевих відділень: землеробства, рослинництва, зоотехнії, ветеринарної медицини, харчової і переробної промисловості, механізації і електрифікації, аграрної економіки та регіональних центрів наукового забезпечення АПВ. Академія проводить наукові дослідження, підтримує міжнародні наукові зв'язки, координує тематику досліджень в організаціях, які працюють над розв'язанням проблем АПК. Академія має книжкове видавництво «Аграрна наука», видає два періодичних журнали: «Вісник аграрної науки» і Реферативний журнал «Агропромисловий комплекс України», а також науково-інформаційний бюлетень «Аграрна наука — виробництву». В більшості наукових установ видаються збірники наукових праць за галузями знань.

Адреса УААН: м. Київ, вул. Суворова, 9, тел. 280-10-85.

Далі зупинимося на новому явищі у сфері сільськогосподарського виробництва в Україні.

Сільськогосподарська дорадча діяльність

Діяльність, яка спрямована на підвищення інтелектуального потенціалу села, на якісні зміни рівня знань сільськогосподарських товаровиробників і сільського населення і яка призводить до зміни психології (формування ринкових стереотипів мислення та

поведінки) та зростання мотивації виробничої і соціальної діяльності у сільських громадах, називається сільськогосподарська дорадча діяльність.

Ознайомимо читача зі структурою Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність», ухваленого Верховною Радою України 17.06.2004 р. № 1807-IV. Його першопочатковий текст було опубліковано, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2004, № 28, ч. 1.

Стаття 1 «Основні перемоги та поняття».

Стаття 2 «Законодавство, що регулює дорадчу діяльність».

Стаття 3 «Сфера дії Закону».

Стаття 4 «Основні завдання та методи дорадчої діяльності».

Стаття 5 «Фінансування дорадчої діяльності».

Стаття 6 «Соціально спрямовані дорадчі послуги».

Стаття 7 «Регулювання дорадчої діяльності».

Стаття 8 «Державна підтримка дорадчої діяльності».

Стаття 9 «Реєстри дорадників і дорадчих служб».

Стаття 10 «Професійна підготовка дорадників та експертів-дорадників».

Стаття 11 «Кваліфікаційне свідоцтво».

Стаття 12 «Обмеження використання термінів «сільськогосподарська дорадча служба», «сільськогосподарський дорадник», «сільськогосподарський експерт-дорадник».

Прикінцеві положення.

Стаття перша містить тлумачення таких термінів: дорадчі послуги; кваліфікаційне свідоцтво сільськогосподарського дорадника, сільськогосподарського експерта-дорадника; сертифікат сільськогосподарської дорадчої служби; сільська місцевість; сільськогосподарська дорадча служба; сільськогосподарський дорадник; сільськогосподарський експерт-дорадник; соціально спрямовані дорадчі послуги; суб'єкти сільськогосподарської дорадчої діяльності.

Сільськогосподарська дорадча діяльність — сукупність дій та заходів, спрямованих на задоволення потреб сільськогосподарських товаровиробників і сільського населення у підвищенні рівня знань та удосконаленні практичних навичок прибуткового господарювання, поліпшення добробуту селян та розвиток сільської місцевості.

Сільськогосподарська дорадча діяльність проводиться як юридичними особами — сільськогосподарськими дорадчими службами (СДС), так і фізичними — сільськогосподарськими дорадниками.

Сільськогосподарська дорадча служба — професійна служба, яка забезпечує сільських товаровиробників — і підприємства, і

окремих селян — інформацією, підвищує їхній рівень знань з метою ефективного господарювання, а, отже, і рівень життя сільського населення, допомагає глибше аналізувати проблеми, виховує відповідальність за власні рішення.

Сільськогосподарські дорадчі служби допомагають сільському населенню та товаровиробникам освоїти і ефективно використовувати методи прибуткового господарювання, впровадити нові сучасні технології, надають послуги з питань маркетингу, менеджменту, соціального розвитку села, допомагають вирішувати проблеми зайнятості, правового навчання сільського населення, сприяють створенню сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, кредитних спілок, громадських організацій та інших видів несільськогосподарських підприємств.

10.10.2003 року Міністерство юстиції України зареєструвало Всеукраїнську громадську організацію «Національна асоціація сільськогосподарських дорадчих служб України». 25 місцевих осередків Асоціації, які створювались на базі сільськогосподарських дорадчих служб, діють у 21 області України.

Контактні дані: 451-44-56, www.dorada.org.ua

Відомо, що в Україні існує гостра потреба в кваліфікованих фахівцях у сфері менеджменту зовнішньоекономічної діяльності. Очевидно, найгострішою є проблема у сільському господарстві, де переважна більшість товаровиробників не знає з чого починати свою зовнішньоекономічну діяльність і як її проводити. Вважаємо, що сільськогосподарські дорадники і сільськогосподарські експерти-дорадники могли б надавати послуги у сфері зовнішньоекономічної діяльності, спираючись на положення зазначеного вище Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність».

Громадська організація «Інститут соціального розвитку»

Створення такої організації зумовлено: соціально-економічною ситуацією, що нині склалася в сільській місцевості. Вона вимагає зважених комплексних рішень, у підготовці і прийнятті яких могло б брати участь сільське населення.

Метою діяльності ГО ІСР, що об'єднує юристів, економістів, фахівців із соціального розвитку, підприємництва і державного управління, є сприяння підвищенню рівня життя сільського населення, розвитку сільського господарства і сільської місцевості, побудові громадянського суспільства в Україні.

Адреса: м. Київ, вул. Смирнова-Ласточкина, 18, офіс 3.

Кредитні спілки

Важлива роль у формуванні ринкового середовища в сільській місцевості належить кредитним спілкам. Їх кількість швидко зростає. Слід підкреслити, що створення кредитних спілок — це добровільна справа громадян. Їх діяльності притаманна максимальна відкритість. Спілки надають мікрокредити невеликим суб'єктам господарювання в аграрному секторі. Своїми коштами кредитні спілки підтримують розвиток малого бізнесу на селі, приватних землевласників, фермерів. В активі 128 різних організацій, які об'єднувалися в Національну асоціацію кредитних спілок України, за станом на середину першого десятиліття було понад сто мільйонів гривень. Приблизно половина цих грошей йде на кредитування села.

Ініційований урядом закон «Про кредитні спілки» № 2908-III, який Верховна Рада схвалила 20.12.2001 р., створює можливість за кілька найближчих років збільшити реальний вклад фінансової кооперації у розвиток приватного сільськогосподарського виробництва в десятки разів, залучити у цей сегмент АПК сотні мільйонів гривень коштів населення.

Вітчизняні кредитні спілки можуть чимало запозичити з досвіду аналогічних структур Європейського Союзу.

Обслуговуючі кооперативи

В Україні почали створюватися сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи. Їх поки ще не так багато, тому особисті селянські господарства, де виробляється до 80 відсотків окремих видів сільгосппродукції, відчують гостру потребу в них. Поки що немає жодної структури, яка б сприяла розвитку цього сегмента виробництва. Реформовані підприємства переважно не зацікавлені у наданні послуг особистим селянським господарствам. Звичайно, ми усвідомлюємо, що діють чіткі економічні закони й велике виробництво є ефективнішим. Однак, якщо не опікуватися проблемами дрібного господарника, то це призведе до погіршення соціального стану села.

Додаток. Бібліографія

1. Про затвердження Стратегії інтеграції України до ЄС: Указ Президента України від 11.06.1998 // Офіційний вісник України — www.rada.gov.ua.

2. Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного ринку: Указ Президента України від 8.08.2002 // Офіційний вісник України. — 2002. — № 32.

3. Постанова Верховної Ради України про рекомендації за підсумками парламентських слухань з питань реалізації державної політики інтеграції України до Європейського союзу. — 2002. — www.rada.gov.ua.

4. Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002—2011 роки: Послання Президента України до Верховної Ради України // *Економіст*. — 2002. — № 5.

5. Договір про заснування Європейського Співтовариства — www.delukt.ec.europa.

6. Положення Про Міністерство аграрної політики України — www.minagro.com.ua.

7. *Власюк О.* Підвалини діалогу України з ЄС // *Дніпро*. — 2004. — № 5—6. — С. 83—89.

8. *Економіка України: 10 років реформ / Під ред. З. Ватаманюка, С. Панчишина.* — Л.: 2001. — С. 347—379.

9. *Копійка В. В., Шинкаренко Т. І.* Європейський Союз: заснування і етапи становлення. — Навч. посібник. — К.: Ін Юре, 2001. — 448 с.

10. *Панченко П. П., Шмарчук В. А.* Аграрна історія України. — К.: «Знання», 2005.

11. *Посельський В.* Європейський союз: інституційні основи європейської інтеграції — К.: Смолоскип, 2002. — 168 с.

12. *Татам Алан.* Право Європейського Союзу. — Підруч. — Пер. з англ. — К.: Абрис, 1998. — 424 с.

13. Україна на шляху до Європи. Під ред. Хоффман Л., Мьоллерс Ф. — К.: Фенікс, 2001. — 344 с.

14. *Штефан фон Крамон-Таубадель та Людвіг Штрівє.* Реформа Спільної аграрної політики ЄС та стратегія аграрної політики для України // *Україна на шляху до Європи / За ред. Лутца Хоффмана, Феліціатас Моллерс.* — К.: Вид-во «Фенікс», 2001.

15. *Бейко О. В.* Механізми вдосконалення управління на місцевому рівні та наближення його до європейських стандартів — НАДУ — 2005.

16. *Будкін В.* В умовах «ширшої Європи»: Україна — ЄС: складні підсумки і можливі перспективи // *Політика і час*. — 2004. — № 1. — С. 7—16.

17. *Давидович О. І.* Торгова лібералізація — необхідна передумова ефективності експортоорієнтованої моделі економічного розвитку України // *Зовнішня торгівля: право та економіка*. — 2005. — № 2—3. — С. 116—120.

18. Співробітництво між Україною та країнами ЄС: Стаття / Ред. Остапчук Ю. М. — К.: Державний комітет статистики України, 2004. — 242 с.

19. *Бураковський І. В.* Україна: стратегія інтеграції та співробітництво на пострадянському просторі — www.niss.gov.ua.

20. *Дем'яненко С.* Яка аграрна політика потрібна Україні? // www.agro-info.ua — 2006.

21. *Душутіна О. А.* Спільна аграрна політика ЄС та Україна // www.agro-info.ua — 2006.

22. Душутіна О. А. Апарат Верховної Ради України Спільна аграрна політика Європейського Союзу та Україна // www.agro-info.ua — 2006.

23. Кожух У., Хорольський О. Уряд розробив проект державної програми підтримки та розвитку українського села, який враховує вимоги СОТ і аграрну політику Євросоюзу // Укрінформ — 2006 — www.ukrinform.com.

24. Майстро С. В. Напрями державної підтримки аграрного сектора та її вплив на конкурентоспроможність продукції на світовому ринку // www.agro-info.ua — 2006.

25. Осташко Т. О. Спільна сільськогосподарська політика ЄС — 2005 — www.management.com.

26. Романенко Є. О. Ефективність політики євроатлантичної інтеграції України: оцінювальні підходи // www.agro-info.ua — 2006.

27. Статівка А. Сільське господарство України та його інтеграція в міжнародні сільськогосподарські й торговельні організації: проблемні питання // www.agro-info.ua — 2006.

28. Фіалко А., Осташ І., Маїтабей В., Толстов С., Бураковський І. Проблеми та перспективи інтеграції України до ЄС // www.agro-info.ua — 2006.

29. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004—2015) «Шляхом Європейської інтеграції» А. С. Гальчинський, В. М. Гець та ін. — К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. — 416 с.

30. www.minagro.com.ua.

31. www.delukr.ec.europa.

32. www.agro-info.ua.

33. www.5chanel.ua.



Контрольні питання

1. Охарактеризуйте сучасну Спільну сільськогосподарську політику країн Європейського Союзу.

2. Назвіть етапи розвитку ССП і охарактеризуйте їх.

3. Екологічне сільське господарство. Визначення. Характеристика.

4. Позитивні і негативні наслідки приєднання України до Європейського Союзу.

5. Роль Міністерства аграрної політики України у сфері зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

6. Діяльність «Української аграрної конфедерації» та Української академії аграрних наук та інших інституцій, що стосується менеджменту ЗЕД.

7. Сільськогосподарська дорадча діяльність у контексті управління ЗЕД.

РОЗДІЛ

4

ДЕРЖАВНИЙ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИЙ КОНТРОЛЬ

- 4.1. Міжнародні режими експортного контролю.
- 4.2. Експортно-імпортний контроль України.
- 4.3. Зовнішньоекономічні контракти, що підлягають експортно-імпортному контролю.
- 4.4. Перелік основних нормативно-правових актів у сфері експортного контролю.

4.1. Міжнародні режими експортного контролю

Заходи Організації Об'єднаних Націй щодо нерозповсюдження зброї масового знищення (ЗМЗ) та обмеження передач звичайних озброєнь.

Важливими заходами у цьому напрямку є прийняті Радою Безпеки ООН (РБ ООН) відповідні резолюції, які можуть мати характер рекомендацій або встановлюють режим повного чи часткового міжнародного ембарго (заборони) щодо експорту визначених груп товарів до держав, що порушують загальновизнані норми міжнародного права.

Резолюції РБ ООН є санкціями цієї організації щодо зазначених держав. Іноді такі держави визначаються як «проблемні».

Санкції можуть бути запропоновані як ООН, так і іншими міжнародними організаціями, або можуть бути частиною національної політики окремих держав (наприклад, санкції США щодо Куби).

Санкції мають сферу застосування, яка може мати змінний характер. Вони можуть бути встановлені як повна заборона на торгівлю (включаючи експорт, імпорт, фінансові операції, транспортування тощо), або можуть мати частковий характер (наприклад, лише санкції на торгівлю зброєю).

Санкції РБ ООН чітко визначають для держав-учасниць відповідні правила взаємодії з конкретною «проблемною» державою чи групою держав. Санкції РБ ООН встановлюються в державах-учасниках шляхом їх імплементації у національне законодавство.

В Україні зазначені санкції впроваджуються на національному рівні ухваленням відповідних постанов Кабінету Міністрів України. Порядок підготовки зазначених постанов Кабінету Міністрів

України визначається «Положенням про порядок забезпечення виконання рішень Ради Безпеки ООН щодо встановлення (скасування) ембарго на експорт товарів» та «Порядком вирішення питань, пов'язаних із встановленням (скасуванням) обмежень на експорт товарів, міжнародні передачі яких підлягають державному експортному контролю», затвердженими Указом Президента України від 15 липня 1999 року № 861/1999.

ООН виконує також дозвільні функції щодо окремих операцій експорту чи імпорту щодо «проблемних» держав. Такі «дозволи» надаються спеціальними «Комітетами ООН щодо виконання санкцій». Ці Комітети також розглядають заяви на дозволи, які є винятками із загальних заборон. Як правило, після схвалення відповідним Комітетом операцій експорту чи імпорту держави-учасниці надають відповідні дозволи у порядку, передбаченому національним законодавством.

Комітети ООН щодо виконання санкцій здійснюють також і функцію контрольних органів ООН стосовно виконання санкцій з боку держав-учасниць ООН. Відповідно до ініціативи держав-учасниць Європейського Союзу (ЄС), висловленої у Люксембурзі у квітні 1991 року, Генеральна асамблея ООН у грудні 1991 року прийняла резолюцію з транспарентності (прозорості) передач звичайних озброєнь та погодила відповідний реєстр цих озброєнь.

Резолюція закликала держави-учасниці ООН щорічно повідомляти Генеральному секретарю ООН інформацію про експорт та імпорт семи категорій військової техніки, що здійснювався державою-учасницею протягом календарного року.

До цих категорій віднесені: танки, бойові літаки, бойові вертольоти, військові кораблі, броньовані бойові машини, артилерійські системи великого калібру, ракети і ракетні системи.

Таким чином, експорт чи імпорт зазначених категорій товарів будь-якою державою-членом ООН вимагає обов'язкового звітування ООН.

Органи міжнародних режимів експортного контролю

Головною метою експортного контролю сьогодні є нерозповсюдження ЗМЗ, засобів її доставки, обмеження передач звичайних озброєнь та протидія тероризму шляхом встановлення належного державного контролю за здійсненням міжнародних передач товарів військового призначення та пов'язаних з ними товарів подвійного використання.

Для досягнення головної мети експортного контролю більшість провідних держав світу узгоджені керівні принципи контролю за міжнародними передачами товарів військового призначення (звичайні озброєння) та пов'язаних з ними товарів подвійного використання, а також товарів подвійного використання, які можуть бути використані для створення ЗМЗ та засобів її доставки.

Міжнародними організаціями, які формують керівні принципи контролю за міжнародними передачами товарів військового призначення (звичайні озброєння) та пов'язаних з ними товарів подвійного використання, а також за нерозповсюдженням товарів, які можуть бути використані для створення ЗМЗ (ядерної, хімічної, біологічної) та ракетних засобів доставки такої зброї, є такі міжнародні організації з режимів експортного контролю: «Вассенаарська домовленість» (ВД), Група ядерних постачальників (ГЯП), Режим контролю за ракетними технологіями (РКРТ), Австралійська група (АГ), Комітет Зінгера (КЗ). Стисло зупинимось на них.

Вассенаарська домовленість. Це — неформальна міжнародна організація для контролю звичайних озброєнь (товарів військового призначення ТВП) та пов'язаних з ними товарів подвійного використання (ТПВ).

Про утворення Вассенаарської домовленості офіційно було проголошено 19 грудня 1995 року після проведення засідання на найвищому рівні, в якому взяли участь 28 держав. Це був перший багатосторонній режим, який охоплював як звичайні види озброєнь, так і пов'язані з ними «чутливі» товари подвійного використання.

Про створення нового режиму офіційно було сповіщено у декларації в Гаазі.

2—3 квітня 1996 року до режиму приєдналися Аргентина, Республіка Корея та Румунія, а 11—12 липня 1996 року — Болгарія та Україна у якості членів-засновників.

ВД офіційно почала функціонувати з липня 1996 року як режим, заснований 33 державами, які досягли консенсусу щодо Початкових елементів домовленості (основного документу ВД) та прийняли рішення про запровадження з 1 листопада 1996 року на національних рівнях Контрольних списків та процедури інформаційного обміну.

У заяві для преси було підкреслено, що ця домовленість не буде спрямована проти будь-якої держави або групи держав та не перешкоджатиме здійсненню чесних цивільних трансакцій, а також те, що вона не буде втручатися у право держав придбавати

законні засоби, призначені для самооборони згідно зі Статтею 51 Статуту ООН.

Метою ВД стало сприяння регіональній безпеці та стабільності, сприяння прозорості передач звичайних озброєнь та пов'язаних з ними товарів подвійного використання, прийняття державами-учасницями відповідних зобов'язань щодо процедур здійснення передач таких товарів. Ця організація сприяє підвищенню рівня співробітництва між державами-учасницями з метою недопущення поставок озброєнь та чутливих товарів подвійного використання для цілей військового кінцевого використання тоді, коли ситуація в регіоні або поведінка держави-отримувача цих предметів є або стає причиною серйозного занепокоєння держав-учасниць ВД.

ВД стала доповненням до вже існуючих міжнародних режимів контролю за нерозповсюдженням ЗМЗ.

Контроль за міжнародними передачами звичайних озброєнь та товарів подвійного використання в рамках ВД здійснюється відповідно до прийнятих під час засновницького Пленарного засідання у липні 1996 року керівних принципів (Початкових положень) та узгоджених переліків відповідних товарів.

Держави, що приєдналися до ВД, погодилися здійснювати на добровільній та конфіденційній основі обмін чутливою інформацією про експорт та імпорт товарів, здійснювати консультації щодо передач ТВП та окремих категорій ТПВ та сприяти у встановленні взаєморозуміння щодо можливих ризиків таких передач. В рамках ВД кожна держава-учасниця згаданого режиму експортного контролю, має повідомляти секретаріат ВД про здійснені передачі звітних категорій товарів військового призначення (за аналогією із звітними категоріями РБ ООН) та про відмови у наданні дозволів на експорт товарів подвійного використання (застосовується у разі експорту до держав, що не беруть участі у ВД), а також про надані дозволи щодо експорту «чутливих» та «дуже чутливих» товарів до цих держав.

Процедури ліцензування міжнародних передач товарів здійснюються на основі національних законодавств сторін.

Основою ВД є відповідні контрольні Списки товарів військового призначення та товарів подвійного використання.

У міжнародному режимі експортного контролю «Вассенаарська домовленість» беруть участь кілька десятків держав.

Обмін інформацією щодо «чутливих» та «дуже чутливих» товарів подвійного використання режиму ВД здійснюється на підставі Початкових положень відповідно до узгоджених переліків

до Списків товарів подвійного використання. Обмін інформацією щодо звичайних озброєнь у рамках ВД здійснюється на підставі відповідних звітних категорій Регістра звичайних озброєнь ООН. Обмін інформацією щодо цих категорій здійснюється державами-учасницями обов'язково, а щодо інших категорій — добровільно відповідно до законодавства кожної держави-учасниці.

Договір про нерозповсюдження ядерної зброї (ДНЯЗ) та Група ядерних постачальників (ГЯП)

Відповідно до ДНЯЗ, який набув чинності 1968 року, офіційними ядерними державами, тобто державами, що офіційно володіють ядерною зброєю, визнано США, Велику Британію, Францію, Росію та Китай. Атомну зброю нині мають Індія, Пакистан, Північна Корея. Подейкують, що вона є в Ізраїлі та Південно-Африканській Республіці. Її створенням, ніби то займається Іран. Цей договір затвердив принципи непередачі ядерної зброї іншим державам, а також протидії її виробництву чи придбанню.

Інші держави, що підписали цей договір, мають статус «неядерних», під ним розуміється зобов'язання не придбавати і не виробляти ядерної зброї та встановити контроль Міжнародного агентства з ядерної енергії (МАГАТЕ) щодо всієї мирної ядерної діяльності.

Учасниками цього Договору є близько 150 держав. Україна приєдналася до ДНЯЗ у 1994 році. Чинність ДНЯЗ, яка спочатку встановлювалася на 13 років, у квітні 1995 року була продовжена на безстроковий період.

З метою виконання окремих положень ДНЯЗ деякі держави-учасниці, що мають однакові погляди, встановили неформальні групи для спільних дій щодо протидії розвитку ядерних програм в окремих країнах і об'єдналися у дві організації: Комітет Зангера (КЗ) та Групу ядерних постачальників (ГЯП).

Комітет Зангера був створений у 1974 році після чотирьох років дискусій між групою держав з приводу трактування їх зобов'язань, визначених у статті 3.2 ДНЯЗ. Комітет є неофіційною структурою і діє поза рамками ДНЯЗ.

Україна є членом Комітету Зангера та бере участь у його роботі з 1996 року. Відповідно до статті 3.2 ДНЯЗ, кожна сторона «зобов'язується не постачати: вихідний чи спеціальний матеріал, що розщеплюється або устаткування чи матеріал, спеціально призначені чи підготовлені для обробки, використання, або виробництва спеціального матеріалу, що розщеплюється будь-якій

неядерній держані для використання у мирних цілях», до того часу, поки зазначені вихідні чи спеціальні матеріали, що розщеплюються, не матимуть гарантії безпеки використання. ДНЯЗ безпосередньо не стосується контролю над ядерними технологіями, тому Комітет взяв на себе зобов'язання визначити, що мається на увазі під «устаткуванням чи матеріалом, спеціально призначеним чи підготовленим для обробки, використання або виробництва спеціального матеріалу, що розщеплюється». Комітет Зангера угодив «вихідний перелік» (Trigger list), який держави-учасниці застосовують через національні системи експортного контролю. Завдяки таким спільним діям, було створено «Список товарів і технологій, чутливих до розповсюдження ядерної зброї» та досягнуто домовленості щодо контролю міжнародних передач таких товарів, виходячи із взаємно узгоджених керівних принципів.

ГЯП було створено у 1978 році як неформальне об'єднання держав-постачальників ядерних матеріалів (Великої Британії, Канади, СРСР, США, Федеративної Республіки Німеччини, Франції і Японії), які досягли домовленості щодо спільних принципів експорту «ядерно чутливих» предметів, та прагнуть запобігти придбанню ядерної зброї країнами, не визнаних ДНЯЗ як ядерні. Такі принципи опубліковані у документі МАГАТЕ INFCIRC/254. Керівні принципи ГЯП та технічний список до них охоплюють ядерні та спеціальні неядерні матеріали, обладнання та установки для їх виробництва, а також окремі види інших матеріалів, обладнання, програмного забезпечення та технологій, що можуть бути використані для створення ядерної зброї чи ядерних вибухових пристроїв. Такі Керівні принципи та додаток до них уперше були схвалені в 1992 році, що стало значним внеском у міжнародну систему експортного контролю.

Участь у міжнародному режимі експортного контролю «Група ядерних постачальників» беруть участь чотири десятки держав.

Представник Європейського Союзу бере участь у засіданнях режиму як постійний спостерігач.

Режим контролю за ракетними технологіями

Режим контролю за ракетними технологіями (РКРТ) був заснований сімома державами (Канада, Франція, Німеччина, Італія, Японія, Велика Британія та США) у 1987 році як неформальний режим шляхом двостороннього обміну дипломатичними нотами між партнерами.

Метою створення цього режиму було обмеження розповсюдження балістичних ракет та безпілотних літальних апаратів, що можуть нести ядерні боеголовки. Цей Режим було створено як додатковий захід до механізмів, передбачених ДНЯЗ.

На нараді у 1992 році учасники погодилися розширити сферу дії РКРТ на ракети, безпілотні літальні апарати, які спроможні бути носіями хімічної та біологічної зброї.

Учасницями зазначеного режиму є понад 30 держав. Україна з 1995 року запровадила на національному рівні процедури державного експортного контролю, передбачені керівними принципами діяльності Режиму, а також відповідні Списки товарів, але фактично набула членства у цій організації 1998 року.

РКРТ використовує взаємно узгоджений Список матеріалів, обладнання та технологій подвійного використання, що можуть бути використані для створення засобів доставки зброї масового знищення.

Щодо закінчених ракетних систем та потужностей для їх виробництва встановлено принцип «відмова як правило». Передачі окремих систем таких ракет та обладнання для їх виробництва можуть бути здійснені тільки після відповідних консультацій між партнерами.

З метою забезпечення діяльності режиму його учасники проводять регулярні консультації між собою.

Список РКРТ охоплює закінчені ракетні системи та безпілотні літальні апарати, які можуть доставляти корисне навантаження понад 500 кг на відстань понад 300 км, а також виробничі потужності для таких систем.

Крім того Список охоплює деякі інші чутливі матеріали, обладнання та технології, що можуть бути використані для виробництва ракет з дальністю дії понад 300 км.

Хімічна і біологічна зброя та Австралійська група

Женевським протоколом, що був підписаний у 1925 році, було заборонено використовувати хімічну та біологічну зброю. Однак цей Протокол не передбачав заборони на розробку, виробництво та накопичення такої зброї.

Новий переговорний процес щодо цих видів зброї був розпочатий у 60-ті роки в рамках Конвенції з хімічної зброї і на цей час є закінченим.

Конвенція з хімічної зброї (КХЗ) є міжнародним договором та встановлює контроль над розробленням, проектуванням та знищен-

ням ЗМЗ такого класу. Цією Конвенцією більш точно визначені відповідні заборони та встановлені різноманітні види контролю щодо розробки, виробництва, накопичення та використання хімічної зброї, а також встановлені вимоги щодо її зберігання та знищення.

Конвенцією передбачено створення відповідних державних органів, які забезпечують виконання механізму декларування у сфері хімічних виробництв. Відповідно до Конвенції створено механізми міжнародних інспекцій. Передачі хімікатів (як внутрішні, так і міжнародні) також контролюються, а експорт найбільш чутливих з них є об'єктом заборони.

На цей час Конвенція ратифікована більшістю країн світу. Конвенція з хімічної зброї ратифікована Україною у 1998 році.

Конвенція з біологічної та токсичної зброї (КБТЗ) була відкрита для ратифікації з 1972 року. Ця Конвенція має на меті заборону розповсюдженню біологічної зброї.

Так звана «Австралійська група» (АГ) була створена у 1985 році (коли світова спільнота висловила занепокоєння використанням хімічної зброї (ХЗ) під час ірано-іракської війни 1980—1988 років) для запровадження країнами-учасницями однакових правил щодо контролю за експортом товарів, що можуть бути використані для створення хімічної чи біологічної зброї, у тому числі «агентів» та «прекурсорів».

Держави-учасниці цієї неформальної групи співпрацюють в питаннях підтримки та розвитку національних систем експортного контролю. Метою цієї співпраці є запобігання подальшому поширенню експорту хімічної продукції, що може бути використана або перенацілена на застосування в програмах зі створення ХЗ.

АГ узгодила Списки, що визначають хімічні-прекурсори, біологічні речовини, хімічне й біологічне устаткування подвійного використання та відповідні технології. Держави-учасниці взяли на себе політичні зобов'язання забезпечити національний контроль над експортом зазначеної продукції.

Україна з 1997 року на національному рівні запровадила правила та Списки, рекомендовані цим режимом.

Участь у міжнародному режимі експортного контролю «Австралійська група» беруть участь три десятки держав.

Моделі і методи експортного контролю

Основною метою створення національних систем експортного контролю, є забезпечення національної безпеки держав, які

створюють такі системи, виходячи: політики нерозповсюдження ЗМЗ та засобів її доставки, обмеження передач звичайних озброєнь та протидії тероризму.

Разом з тим, кожна з держав формує політику державного експортного контролю, виходячи з пріоритетності національних інтересів (політичних, економічних, військових) та відповідно до міжнародних зобов'язань.

Створення національних систем державного експортного контролю передбачає врахування поточних та перспективних цілей розвитку цих держав та координації їх дій у міжнародному співробітництві з метою забезпечення міжнародної безпеки.

Відбувається еволюція як міжнародних режимів експортного контролю, так і еволюція національних систем експортного контролю держав.

Для реалізації цілей експортного контролю в державах створюються національні центри експортного контролю, тобто уповноважені урядами державні органи, які реалізують політику держави у галузі експортного контролю.

Під час здійснення заходів експортного контролю національні центри експортного контролю вирішують як питання розвитку, так і питання міжнародної координації, у тому числі і суперечливі завдання економічного розвитку та безпеки (як національної так і міжнародної).

Зазначені центри експортного контролю розробляють списки товарів, що підлягають державному експортному контролю, та механізми застосування державного експортного контролю.

Забезпечення дотримання встановленого відповідними механізмами порядку здійснення міжнародних передач товарів здійснюється шляхом:

- комплексної оцінки міжнародної передачі товарів та прийняття рішення щодо її можливості (так звана «комплексна оцінка експортного замовлення»);
- застосування відповідних штрафів і санкцій до суб'єктів, які порушують вимоги експортного контролю;
- створення умов для заохочення суб'єктів до виконання вимог експортного контролю.

Під час розгляду експортного замовлення суб'єкта центр експортного контролю аналізує значну кількість чинників, серед яких і такі, як залежність небажаних наслідків від обсягу експорту, умови переходу кількісних характеристик експортного замовлення у нову якість, що становить загрозу національній чи міжнародній безпеці тощо.

Державний центр експортного контролю здійснює спостереження, класифікацію та стимулювання експортера в межах своєї компетенції.

Рішення, які приймаються державним центром експортного контролю можуть бути:

- самостійними (тобто з використанням тільки даних, які є у розпорядженні такого центру);
- скоординованими на державному рівні (тобто з використанням даних, які є у розпорядженні інших державних органів та пропозицій цих органів);
- узгодженими на двосторонньому міждержавному рівні (тобто з урахуванням рекомендацій компетентних органів іншої держави); скоординованим на міжнародному рівні (тобто з урахуванням рекомендацій компетентної міжнародної організації).

Моделі і взаємодії державного центра експортного контролю з експортером

Взаємодію державного центра експортного контролю з суб'єктом можна уявити у вигляді двох базових моделей самостійних чи скоординованих на державному рівні дій центра експортного контролю: моделі з самоадаптацією (самонавчанням); моделі з адаптацією (навчанням) за інформацією чи рекомендацією інших органів.

У першій моделі державний центр експортного контролю розглядає заяву суб'єкта щодо здійснення відповідної міжнародної передачі товарів на підставі інформації, якою він безпосередньо володіє та приймає рішення щодо відповідного стимулювання цього суб'єкта, тобто рішення про надання відповідного дозволу, або рішення про відмову у його наданні.

У другій моделі центр експортного контролю розглядає заяву суб'єкта щодо здійснення відповідної міжнародної передачі товарів та ухвалює рішення щодо відповідного стимулювання цього суб'єкта, тобто рішення про надання відповідного дозволу, або рішення про відмову у його наданні, на підставі не тільки тієї інформації, якою він безпосередньо володіє.

У кожній із зазначених моделей державний центр експортного контролю спостерігає за діяльністю експортера шляхом аналізу отриманих від цього експортера документів та на підставі такого аналізу ухвалює рішення про можливість надання відповідного дозволу чи відмову у його наданні.

Моделі міжнародної взаємодії

Модель експортного контролю з координацією на двосторонньому міждержавному рівні відображає варіант взаємодії центра експортного контролю держави, що володіє більшим обсягом інформації з центром експортного контролю дружньої держави, який не володіє додатковою інформацією.

На практиці така модель є композицією з двох вище розглянутих моделей-моделі з самоадаптацією та моделі з адаптацією за інформацією інших органів.

Модель експортного контролю з координацією на міжнародному рівні відображає варіант взаємодії центрів експортного контролю держав-учасниць відповідного режиму експортного контролю з міжнародною організацією цього режиму. На практиці така модель також є композицією з раніше розглянутих моделей.

4.2. Експортно-імпортний контроль України

Державна політика в галузі державного експортного контролю формується відповідно до таких основних принципів:

- пріоритетність національних інтересів України — політичних, економічних та військових, захист яких є необхідним для забезпечення національної безпеки;
- обов'язковість виконання міжнародних зобов'язань України щодо нерозповсюдження ЗМЗ, засобів її доставки та встановлення державного контролю за здійсненням міжнародних передач товарів військового призначення і подвійного використання, а також забезпечення здійснення заходів щодо недопущення використання зазначених товарів у терористичних та інших протиправних цілях;
- законність:
- здійснення експортного контролю тільки тією мірою, що необхідна для досягнення його цілей;
- узгодження процедур і правил державного експортного контролю з міжнародно-правовими нормами та практикою;
- забезпечення механізмів виконання міжнародних договорів і спільної політики нерозповсюдження, яка направлена на механізми виконання санкцій Ради Безпеки ООН по відношенню до окремих країн та супротив тероризму;
- забезпечення взаємодії з міжнародними організаціями та іноземними державами в галузі державного експортного контролю

лю з метою зміцнення міжнародної безпеки і стабільності, у тому числі з метою запобігання розповсюдженню ЗМЗ та засобів її доставки.

Процедури і правила державного експортного контролю, що застосовуються Україною, враховують міжнародно-правові норми та практику завдяки постійній взаємодії з міжнародними організаціями та іноземними державами в галузі експортного контролю з метою зміцнення міжнародної безпеки і стабільності, у тому числі з метою запобігання розповсюдженню ЗМЗ та засобів її доставки.

Процес становлення і розвитку України як незалежної держави потребував створення структури, яка була б у змозі створити умови для захисту інтересів національної безпеки, додержання міжнародних зобов'язань України, пов'язаних з нерозповсюдженням зброї масового знищення, засобів її доставки та запобіганням розповсюдженню звичайних озброєнь, надлишкове накопичення яких може призвести до порушення регіональної і світової стабільності.

Після набуття державної незалежності Уряд України мав вирішити складне завдання: забезпечити у стислі строки і на належному рівні ефективний державний контроль за міжнародними передачами (експорт, імпорт, транзит) звичайних видів озброєнь, а також товарів, які є «чутливими» у зв'язку з проблемою розповсюдження зброї масового знищення та засобів її доставки.

Одним з головних елементів такої системи є встановлення ефективного державного контролю за здійсненням міжнародних передач озброєнь та військової техніки, а також товарів, що можуть бути використані для створення звичайних озброєнь, ЗМЗ та засобів її доставки.

Практична діяльність у галузі державного експортного контролю розпочалася після Указу Президента України від 20 січня 1992 року № 45 та постанови Кабінету Міністрів України від 25 березня 1992 року № 153, відповідно до яких було створено Урядову експертно-технічну комісію. Ця Комісія мала відповідні функції та повноваження на прийняття рішень щодо можливості здійснення міжнародних передач товарів військового призначення та подвійного використання. Одним з основних завдань Комісії було створення системи експортного контролю в нашій державі, а також сприяння розвитку міжнародного співробітництва України з іншими державами у цій галузі.

Майже рік роботи Комісії та набутий за цей час досвід роботи у галузі експортного контролю, а також вивчення відповідного

міжнародного досвіду, показали необхідність удосконалення існуючої системи експортного контролю, перш за все шляхом надання системі міжвідомчого характеру.

Відповідно до Указу Президента України від 3 січня 1993 року № 3 «Про удосконалення державного експортного контролю» Урядова експертно-технічна комісія була перетворена на Урядову комісію з експортного контролю.

Основні функції та завдання Урядової комісії з експортного контролю, а також її персональний склад були затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 4 березня 1993 року № 160. Водночас постановою Кабінету Міністрів України від 4 березня 1993 року № 159 був затверджений «Перелік видів сировини, матеріалів, обладнання та технологій, вивезення яких за територію України може здійснюватись тільки за спеціальним дозволом».

Разом з Урядовою комісією з експортного контролю був створений Експертно-технічний комітет при Кабінеті Міністрів України, завданням якого було проведення відповідних експертиз та виконання функцій робочого органу Урядової комісії з експортного контролю.

Постановою Кабінету Міністрів України від 21 вересня 1993 року № 779 було затверджено Положення про експертно-технічний комітет.

За ініціативою Експертно-технічного комітету у 1994 році на підставі відповідного доручення Кабінету Міністрів України від 28 листопада 1994 р. почалося активне створення нормативно-правової бази експортного контролю.

Відповідно до Указу Президента України від 28 грудня 1996 року № 1279/96 «Про подальше вдосконалення державного експортного контролю». Урядова комісія з експортного контролю була перетворена на Урядову комісію з політики експортного контролю, а Експертно-технічний комітет при Кабінеті Міністрів України — на Державну службу експортного контролю України.

Цей Указ посилив роль державного органу експортного контролю, реформувавши його на самостійну структуру із статусом центрального органу виконавчої влади, яка стала головним робочим органом системи державного експортного контролю України.

Указом Президента України від 4 лютого 1999 року № 121 Урядову комісію з політики експортного контролю було ліквідовано. Цим же Указом при Президентові України було створено Комісію з політики експортного контролю та військово-технічного співробітництва з іноземними державами.

Відповідно до Указу Президента України від 15 грудня 1999 р. № 1573/1999 Державна служба експортного контролю України була ліквідована, а її функції перейшли до переутвореного Міністерства економіки України. Указом Президента України від 8 липня 2000 № 868/2000 утворено Комітет з політики військово-технічного співробітництва та експортного контролю при Президентові України, на який були покладено функції розроблення пропозицій і рекомендацій щодо концептуальних засад і пріоритетних напрямів державної політики та інших питань військово-технічного співробітництва з іноземними державами та експортного контролю, забезпечення політичних, економічних та військових інтересів України в цих сферах.

Введення Державної служби експортного контролю до складу Міністерства економіки України значно ускладнило механізми прийняття рішень. За підсумками засідання РНБО України, що відбулося у червні 2001 року, Указом Президента України від 27 грудня 2001 року № 1265/2001 була утворена Державна служба експортного контролю України, як центральний орган виконавчої влади зі спеціальним статусом.

Відповідно до «Положення про Державну службу експортного контролю України», затвердженого Указом Президента України від 17 квітня 2002 року № 342/2002, Держекспортконтроль України є спеціально уповноваженим органом виконавчої влади з питань державного експортного контролю, який забезпечує реалізацію державної політики у сфері державного експортного контролю, здійснює управління у цій сфері, а також міжгалузеву координацію та функціональне регулювання з питань, віднесених до його компетенції.

Указом Президента України від 5 березня 2007 року № 180/2007 була утворена Міжвідомча комісія з політики військово-технічного співробітництва та експортного контролю та ліквідовано Комітет з політики військово-технічного співробітництва та експортного контролю при Президентові України. Текст Указу та «Положення про Міжвідомчу комісію з політики військово-технічного співробітництва та експортного контролю» публікувалися, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2007, № 18.

Законодавчі основи державної політики в галузі експортного контролю визначає Верховна Рада України. Загальне керівництво державною політикою в галузі експортного контролю відповідно до Конституції України здійснює Президент України.

Рада національної безпеки і оборони України та Комітет з політики військово-технічного співробітництва та експортного кон-

тролю при Президентові України координують діяльність та здійснюють контроль за діями органів виконавчої влади в галузі експортного контролю.

Кабінет Міністрів України забезпечує здійснення державної політики у галузі експортного контролю.

Реалізацію державної політики в галузі експортного контролю забезпечують Державна служба експортного контролю України, а також міністерства, інші центральні органи виконавчої влади, уповноважені згідно із законодавством здійснювати заходи в галузі експортного контролю. Зазначені органи виконавчої влади можуть також залучати до участі у здійсненні заходів експортного контролю інші центральні органи виконавчої влади, представництва України за кордоном та юридичних осіб, діяльність яких безпосередньо не пов'язана з експортним контролем, за згодою їх керівників.

Державна служба експортного контролю України безпосередньо або за поданням інших центральних органів виконавчої влади обмежує або забороняє провадження діяльності, пов'язаної з міжнародною передачею товарів, у разі, коли це суперечить національним інтересам України, її міжнародним зобов'язанням, цілям боротьби з тероризмом, а також у разі, коли є підстави вважати, що зазначені товари належать до зброї масового знищення чи призначені для створення такої зброї чи засобів її доставки або за відсутності належних гарантій (зобов'язань) щодо кінцевого використання товарів.

Основною ланкою системи експортного контролю підприємств є внутрішньофірмові системи експортного контролю та відповідні підрозділи експортного контролю або визначені керівництвом посадові особи підприємств. Зазначені підрозділи або посадові особи забезпечують виконання підприємством вимог законодавства в галузі експортного контролю на усіх етапах здійснення міжнародних передач товарів.

Процедури застосування державного експортного контролю передбачають:

- складання списків товарів, що підлягають державному експортному контролю за відповідними групами таких товарів;
- встановлення відповідних порядків здійснення державного контролю за міжнародними передачами товарів, що підлягають державному експортному контролю залежно від конкретних груп таких товарів;
- ідентифікацію та класифікацію товарів службами експортного контролю підприємств або юридичними особами, що мають на це відповідні повноваження;

- реєстрацію в Держекспортконтролі суб'єктів підприємницької діяльності України, які мають намір здійснювати міжнародні передачі товарів військового призначення та подвійного використання у якості суб'єктів здійснення міжнародних передач товарів за підсумками попередньої експертизи товарів та ідентифікації Держекспортконтролем;

- надання повноважень на право здійснення міжнародних передач товарів військового призначення та товарів, які містять відомості, що становлять державну таємницю;

- здійснення експертиз та проведення ідентифікації товарів, що передбачає встановлення відповідності конкретних товарів, які є об'єктами міжнародних передач, найменуванню та опису товарів, включених до відповідних списків товарів, що підлягають державному експортному контролю;

- надання висновків щодо можливості проведення переговорів, пов'язаних з укладанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про здійснення експорту товарів військового призначення до будь-яких держав, а також експорту товарів подвійного використання до держав, щодо яких встановлено часткове ембарго на поставки таких товарів;

- надання дозволів чи висновків Держекспортконтролю на право здійснення міжнародних передач товарів, що підлягають державному експортному контролю;

- здійснення митного контролю і митного оформлення товарів відповідно до митного законодавства України;

- отримання (надання) у разі потреби відповідних гарантій щодо кінцевого призначення та місця використання товарів;

- здійснення контролю за кінцевим використанням товарів споживачами і, у разі потреби, проведення перевірок на місцях заявленого використання або перебування цих товарів;

- надання суб'єктами здійснення міжнародних передач товарів письмових звітів про фактично здійснені міжнародні передачі товарів та про використання цих товарів у заявлених цілях;

- відповідальність за порушення встановленого порядку здійснення міжнародних передач товарів.

З метою створення однакових умов контролю за міжнародними передачами товарів у рамках кожного з міжнародних режимів експортного контролю розроблені контрольні списки відповідно до груп товарів, що є основними для цілей кожного з цих режимів. Ці списки визначають товари, що підлягають державному експортному контролю.

Порядок здійснення державного контролю за міжнародними передачами товарів залежно від конкретних груп товарів встановлено Кабінетом Міністрів України та затверджено відповідними постановами.

За підсумками класифікації та ідентифікації товарів ухвалюються рішення про належність чи неналежність товарів до таких, що підлягають державному експортному контролю, та про необхідність отримання відповідних дозвільних документів Держекспортконтролю відносно здійснення їх міжнародних передач.

У разі, якщо за підсумками класифікації та ідентифікації товарів визначено, що товари відносяться до таких, що підлягають державному експортному контролю, суб'єкт підприємницької діяльності поряд з іншими загальними процедурами зовнішньоекономічної діяльності повинен здійснити додаткові заходи, передбачені вимогами державного експортного контролю, а саме:

- здійснити реєстрацію в Держекспортконтролі у якості суб'єкта здійснення міжнародних передач товарів;

- отримати відповідні повноваження на експорт та імпорт товарів (тільки якщо вони містять відомості, що становлять державну таємницю):

- отримати відповідні висновки Держекспортконтролю щодо можливості проведення переговорів, пов'язаних з укладенням зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про здійснення експорту товарів військового призначення до будь-яких держав, а також експорту товарів подвійного використання до держав, щодо яких встановлено часткове ембарго на поставки таких товарів;

- укладати зовнішньоекономічні договори (контракти) про здійснення експорту товарів до будь-яких держав з урахуванням вимог у галузі державного експортного контролю;

- здійснювати міжнародні передачі товарів лише на підставі відповідних дозволів чи висновків Держекспортконтролю;

- здійснювати заходи щодо контролю доставки та кінцевого використання імпортованих товарів;

- звітувати до Держекспортконтролю про використання отриманих дозвільних документів та документів про гарантії;

- нести відповідальність за порушення встановленого порядку здійснення міжнародних передач товарів відповідно до законодавства.

Відповідно до законодавства попередня ідентифікація товарів є обов'язком суб'єкта підприємницької діяльності.

Обґрунтовану технічну класифікацію та ідентифікацію товарів можуть виконати лише суб'єкти підприємницької діяльності, які

є розробниками або виробниками відповідних товарів. Основою здійснення таких робіт є наявність у підприємства відповідних технічних даних та характеристик товарів, які можуть бути викладені в технічних умовах, технічних описах або в технологічній документації.

У випадках, коли відповідні конструкторсько-технологічні підрозділи відсутні, суб'єкт підприємницької діяльності має право доручити проведення попередньої ідентифікації товарів організації, яка отримала в установленому порядку повноваження на проведення експертизи товарів у галузі експортного контролю та може здійснювати попередню ідентифікацію конкретних товарів, які є об'єктом експертизи.

Експертиза в галузі експортного контролю є обов'язковою передумовою прийняття рішень про можливість здійснення міжнародних передач товарів військового призначення, товарів подвійного використання та інших товарів, що відповідно до законодавства підлягають державному експортному контролю. За підсумками такої експертизи Держекспортконтроль приймає рішення про надання суб'єктам відповідних дозволів, висновків чи міжнародних імпорتنих сертифікатів на право здійснення таких передач.

Об'єктами експертизи в галузі експортного контролю є товари військового призначення, товари подвійного використання та інші товари, які надані на таку експертизу, а також суб'єкти підприємницької діяльності, які мають намір здійснювати міжнародні передачі зазначених товарів.

Суб'єктами експертизи в галузі експортного контролю є:

1. **замовники експертизи** — Держекспортконтроль, інші центральні органи виконавчої влади, а також суб'єкти підприємницької діяльності, які заінтересовані в проведенні такої експертизи;

2. **організатори експертизи** — Держекспортконтроль, інші центральні органи виконавчої влади, а також юридичні особи, які на підставі запиту, доручення або договору з замовником експертизи організують та здійснюють експертизу;

3. **експерти** — висококваліфіковані спеціалісти, які безпосередньо проводять експертизу та несуть персональну відповідальність за її висновки.

Експертиза в галузі експортного контролю може бути державною і недержавною.

Державну експертизу проводять Держекспортконтроль та інші державні органи в межах своєї компетенції, а також юридичні

особи, що мають на це відповідні повноваження. Основними завданнями державної експертизи в галузі експортного контролю є:

- оцінка стану забезпечення захисту інтересів національної безпеки, дотримання міжнародних зобов'язань України, пов'язаних з нерозповсюдженням зброї масового знищення, засобів її доставки та обмеженням передач звичайних озброєнь, а також заходів щодо, недопущення використання зазначених товарів у терористичних та інших протиправних цілях;

- оцінка значення експорту товарів з точки зору можливості створення в державі, яка є кінцевим споживачем цих товарів, зброї масового знищення або засобів її доставки, звичайних видів озброєння та військової техніки або придбання будь-яких товарів, що можуть бути використані у створенні зброї масового знищення чи засобів її доставки;

- визначення належності найменувань та описів товарів, поданих на експертизу, до найменувань та описів товарів, внесених до відповідних списків товарів, що підлягають державному експортному контролю;

- визначення походження товарів:

- перевірка наявності гарантій щодо доставки товарів заявленому кінцевому споживачу та їх використання у заявлених цілях;

- оцінка стану додержання суб'єктами здійснення міжнародних передач товарів законодавства в галузі державного експортного контролю, встановлення наявності в них відповідних систем внутрішньофірмового експортного контролю та організаційних документів, які регламентують роботу цих систем;

- визначення можливості видачі суб'єктам здійснення міжнародних передач товарів дозволів на право експорту, імпорту товарів чи висновків на право транзиту товарів або проведення переговорів, пов'язаних з укладанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів) на здійснення міжнародних передач товарів, а також доцільності скасування або зупинення дії цих дозволів і висновків) у разі порушення такими суб'єктами законодавства в галузі державного експортного контролю;

- визначення можливості надання суб'єктам здійснення міжнародних передач товарів імпортих сертифікатів, а також доцільності скасування або зупинення дії цих документів у разі порушення такими суб'єктами законодавства в галузі державного експортного контролю;

- визначення можливості проведення реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, які мають намір здійснювати міжнародні передачі товарів, у тому числі реєстрації юридичних чи фізи-

чних осіб України, що мають намір провадити посередницьку (брокерську) діяльність, пов'язану з міжнародними передачами товарів військового призначення, у спеціально уповноваженому органі виконавчої влади з питань державного експортного контролю;

- визначення можливості внесення до Кабінету Міністрів України пропозиції щодо надання ним суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності повноважень на право здійснення експорту, імпорту товарів військового призначення та товарів, які містять відомості, що становлять державну таємницю;

- визначення належності товарів до матеріальних носіїв інформації, що становлять державну таємницю та ступеня секретності цих товарів;

- визначення інших чинників, які можуть сприяти обґрунтованому прийняттю рішень у галузі державного експортного контролю.

Висновок державної експертизи є обов'язковим для розгляду органами виконавчої влади.

Недержавну експертизу проводять юридичні особи, що мають на це відповідні повноваження, з ініціативи суб'єктів підприємницької діяльності, зацікавлених в проведенні такої експертизи та одержанні відповідних висновків.

Згідно із встановленим порядком повноваження на проведення експертизи в галузі експортного контролю надаються юридичним особам лише в частині проведення експертизи, пов'язаної з визначенням належності найменувань та описів товарів, поданих на експертизу, до найменувань та описів товарів подвійного використання, внесених до відповідних списків товарів, що підлягають державному експортному контролю.

Законодавством встановлено, що експертами не можуть призначатися представники фірм чи організацій, зацікавлених у висновках експертизи.

Надання повноважень юридичним особам на проведення недержавної експертизи відносно товарів військового призначення встановленим порядком не передбачено.

Порядок надання таких повноважень визначено в «Інструкції про порядок надання юридичним особам повноважень на проведення експертизи товарів у галузі державного експортного контролю», яка затверджена наказом Державної служби експортного контролю України від 12.12.2002 № 218 і зареєстрована у Міністерстві юстиції України 31.03.2003 р. за № 245/7566.

Для одержання повноважень на проведення недержавної експертизи товарів, окрім загальноновизначених документів (статуту,

установчого договору, свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи та інших), юридична особа повинна подати до Держекспортконтролю довідку щодо характеру виробничої діяльності із зазначенням конкретних галузей науки і техніки, за якими юридична особа спеціалізується, та основних видів продукції (робіт, послуг), що виробляються (надаються) юридичною особою, а також довідку щодо чисельності і спеціалізації штатних працівників експертів, їх кваліфікаційного рівня та узагальненої номенклатури продукції, стосовно якої експерт планує здійснювати експертизу.

У випадках, коли юридична особа, що має намір провадити недержавну експертизу товарів, не має достатньої кількості експертів за групами товарів вона має право залучати для проведення такої експертизи позаштатних експертів з числа тих, які були визначені нею у документах про надання повноважень,

Держекспортконтроль веде реєстр юридичних осіб, що отримали повноваження на проведення недержавної експертизи в галузі експортного контролю. Відомості, що містяться у зазначеному Реєстрі, можуть бути надані Держекспортконтролем юридичним або фізичним особам України на їх запит.

Висновок недержавної експертизи має рекомендаційний характер і може братися до уваги органами виконавчої влади для ухвалення відповідних рішень.

Слід підкреслити, що поряд з іншими порушеннями, порушеннями правил експертизи є дискредитація або переслідування експертів за підготовлені ними об'єктивні висновки, або примус експертів до видачі неправдивих висновків, або створення таких умов, що призводять до неможливості проведення експертизи чи її необ'єктивності.

Тривалість експертизи відповідно до законодавства не повинна перевищувати 30 днів з дня подання усіх необхідних документів за винятком випадків, коли для прийняття відповідного рішення потрібно додаткове міжвідомче узгодження.

У галузі експортного контролю під терміном «документи про гарантії» розуміються документи, які містять письмові зобов'язання (підтвердження) уповноваженого на це державного органу України або іноземної держави щодо використання в заявлених цілях товарів і видаються у формі міжнародного імпортного сертифіката, сертифіката підтвердження доставки чи іншого документа, що містить такі зобов'язання (підтвердження), а також документ, який містить письмові зобов'язання кінцевого споживача, що видається у формі сертифіката кінцевого споживача.

Будь-які товари, ввезені на територію України з наданням гарантій щодо використання у заявлених цілях, підлягають державному експортному контролю, встановленому в Україні.

Зазначені товари не можуть бути реекспортовані з України або передані до третіх держав на інших законних підставах без дозволу Держекспортконтролю на їх реекспорт або передачу до третіх держав.

Передача таких товарів іншому кінцевому споживачу в межах України здійснюється за позитивним висновком Держекспортконтролю.

Міжнародний імпортерний сертифікат — документ, виданий уповноваженим на це державним органом держави-імпортера, який підтверджує зобов'язання імпортера імпортувати товари до своєї держави, а якщо товари не будуть до неї імпортовані, то не відправляти їх в інше місце без дозволу зазначеного державного органу.

У випадках імпорту товарів в Україну міжнародний імпортерний сертифікат є державним документом України, який підтверджує зобов'язання українського імпортера імпортувати товари в Україну, а у разі, коли товари не будуть імпортовані в Україну, не направляти їх в інше місце без дозволу Держекспортконтролю.

Якщо умовою поставки товарів в Україну є оформлення українською стороною інших державних гарантій чи зобов'язань щодо використання імпортованих товарів у заявлених цілях, то такі гарантії чи зобов'язання можуть бути оформлені як додаток до імпортерного сертифіката або як окремий документ.

Оформлення та видача зазначених документів здійснюється Держекспортконтролем на підставі заяви українського імпортера у разі вимоги подання таких документів іноземним експортером або відповідним державним органом держави експортера.

Імпортерний сертифікат видається на один вид продукції за товарною номенклатурою зовнішньоекономічної діяльності незалежно від кількості найменувань продукції, яка увійшла до зовнішньоекономічного договору (контракту).

Міжнародний імпортерний сертифікат вважається дійсним у разі, коли він переданий компетентним державним органам держави експортера у термін не більш як шість місяців з дати його оформлення Держекспортконтролем.

У разі коли міжнародний імпортерний сертифікат не було передано компетентним державним органам держави експортера протягом шести місяців з дати його оформлення Держекспортконтролем або не було використано ними і повернуто українському імпортеру, останній зобов'язаний повернути такий документ до

Держекспортконтролю разом з супровідним листом, в якому повинно бути зазначено причини його невикористання.

У разі зміни умов зовнішньоекономічного договору (контракту) імпортерний сертифікат підлягає переоформленню в установленому порядку. До нової заяви на видачу міжнародного імпортерного сертифіката додається оригінал раніше оформленого і видачного імпортерного сертифіката. Якщо з об'єктивних причин неможливо надати оригінал сертифіката, імпортер повинен у письмовій формі зазначити ці причини.

Сертифікат підтвердження доставки — документ, виданий уповноваженим на це державним органом держави-імпортера, який підтверджує, що назначені в ньому товари доставлено до цієї держави.

У випадках імпорту товарів в Україну сертифікат підтвердження доставки є державним документом, який підтверджує, що зазначений у ньому товар імпортовано в Україну і прийнято під режим експортного контролю України.

Сертифікат підтвердження доставки надається тільки на імпортовані в Україну товари, на які Держекспортконтролем видано імпортерний сертифікат або інший документ.

Оформлення та видача сертифіката підтвердження доставки здійснюється Держмитслужбою за заявою імпортера.

Для одержання сертифіката підтвердження доставки імпортер протягом 10 днів з дня митного оформлення товару надсилає Держмитслужбі лист із стислим викладенням мети звернення, до якого додає:

- засвідчену копію вантажної митної декларації, оформлену відповідним митним органом під час ввезення товару в Україну;
- засвідчену копію наданого Держекспортконтролем імпортерного сертифіката або іншого документа;
- копію платіжного доручення про сплату збору за видачу сертифіката підтвердження доставки.

У зверненні обов'язково мають бути посилання на номер та дату вантажно-митної декларації, імпортерного сертифіката або іншого документа, відповідно до яких здійснюватиметься оформлення сертифіката підтвердження доставки, також відомості, необхідні для його заповнення.

Оформлення сертифіката підтвердження доставки здійснюється Держмитслужбою у 10-денний термін з дати отримання від імпортера всіх необхідних документів.

Оформленому сертифікату підтвердження доставки присвоюється порядковий номер згідно з реєстром видачі сертифікатів підтвердження доставки, який ведеться Держмитслужбою.

Державна митна служба у 5-денний термін після видачі сертифіката підтвердження доставки повідомляє митні органи України, що товар, зазначений у цьому сертифікаті, ввезено на територію України і не може бути вивезено за її меж без дозволу Держекспортконтролю.

Якщо сертифікат підтвердження доставки з будь-яких причин не був використаний, він підлягає поверненню імпортером до Держмитолужби.

Сертифікат кінцевого споживача — документ, яким кінцевий споживач визначає місце та мету кінцевого використання (встановлення) товарів і гарантує, що ці товари не будуть використані в інших цілях, ніж зазначені в сертифікаті, не будуть передані іншому суб'єкту підприємницької діяльності на території держави призначення або реекспортовано без дозволу відповідного державного органу, а також бере на себе інші гарантії (зобов'язання) щодо імпортованих товарів передбачені умовами зовнішньоекономічного договору і контракту) чи вимогам держави-експортера товару.

Оформлення сертифіката кінцевого споживача здійснюється кінцевим споживачем на відповідному офіційному бланку підприємства, установи (організації), яка є кінцевим споживачем товарів. Сертифікат кінцевого споживача скріплюється підписом керівника і печаткою відповідного підприємства, установи (організації).

У випадках імпорту товарів в Україну форми міжнародного імпортного сертифіката, сертифіката підтвердження доставки та сертифіката кінцевого споживача та відповідні процедури отримання надання) та використання таких документів зазначено у «Положенні про порядок надання гарантій та здійснення державного контролю за виконанням зобов'язань щодо використання у заявлених цілях товарів, які підлягають державному експортному контролю». Воно було затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 27.05.1999 р. № 920.

Рішення про надання дозволу, висновку чи міжнародного імпортного сертифіката ухвалюється Держекспортконтролем за результатами експертизи в галузі експортного контролю.

Для отримання дозволу, висновку чи міжнародного імпортного сертифіката суб'єкт здійснення міжнародних передач товарів чи іноземний суб'єкт господарської або іншої діяльності повинен звернутися з письмовою заявою до спеціально уповноваженого органу виконавчої влади з питань державного експортного контролю і подати документи, необхідні для проведення експертизи

та прийняття рішення по суті заяви. Ці документи повинні містити достовірні відомості про суб'єктів, що беруть участь у здійсненні міжнародних передач товарів, про товари та порядок їх міжнародної передачі. Разом із заявою подаються оригінали документів про гарантію.

Для прийняття рішення щодо можливості надання дозволу чи висновку на право здійснення міжнародних передач товарів суб'єкт надсилає до Державної служби експортного контролю України лист із стислим викладом мети звернення, до якого додаються:

- заява типової форми;
- посвідчена в установленому порядку копія зовнішньоекономічного договору (контракту) на експорт товарів, а також посвідчена копія договору комісії, доручення тощо, якщо експортером є підприємство, організація-посередник;
- документи про гарантії, які підтверджують зобов'язання кінцевого споживача товару та всіх посередників (за їх наявності) щодо використання товару виключно у заявлених цілях;
- інші документи залежно від категорії товарів.

Подані до Держекспортконтролю документи повинні містити достовірні відомості про суб'єктів, що беруть участь у здійсненні міжнародних передач товарів, про товари та про порядок їх міжнародної передачі.

У зв'язку з тим, що відповідно до встановленого порядку експортер зобов'язаний обов'язково подати Держекспортконтролю документи про затвердження доставки товарів військового призначення, а також дати зазначені документи і в деяких випадках поставки товарів подвійного використання, зобов'язання щодо надання таких документів та терміни їх надання повинні бути викладені у листі-зверненні, який експортер подає Держекспортконтролю разом із заявою про надання відповідного дозволу на право експорту зазначених товарів.

Якщо український імпортер має намір отримати міжнародний імпортерний сертифікат, він повинен подати до Держекспортконтролю лист із стислим викладенням мети звернення до якого дати:

- заяву типової форми;
- засвідчені в установленому порядку копію зовнішньоекономічного договору (контракту) на імпорт товарів і копію договору імпортера із кінцевим споживачем, якщо імпортером є підприємство чи організація-посередник;
- примірник сертифіката кінцевого споживача;

- копію документа, який підтверджує повноваження імпортера на здійснення міжнародних передач товарів (додається у разі імпорту товарів військового призначення, крім імпорту запасних частин для ремонту виробів військового призначення);
- засвідчену копію ліцензії на право провадження діяльності з товарами, що імпортуються, якщо діяльність з ними підлягає ліцензуванню.

У разі, коли крім передбачених у міжнародному імпортному сертифікаті гарантій потрібно надання інших (додаткових) державних гарантій щодо кінцевого використання товарів, що передбачені для імпорту в Україну, зміст таких гарантій та обґрунтування необхідності їх державного підтвердження повинно бути надано в окремому документі, що подається разом з листом-зверненням до Держекспортконтролю.

Обґрунтування необхідності надання таких додаткових гарантій та підтвердження можливості їх виконання повинно бути викладено в окремому документі, наданому центральним органом виконавчої влади, що здійснює управління відповідною сферою господарської діяльності.

В окремих випадках, коли для іноземного експортера обов'язковими умовами експорту товарів, не включених до списків товарів, що підлягають державному експортному контролю, є отримання державних гарантій у вигляді міжнародного імпортного сертифіката або іншого документа, оформлення такого імпортного сертифіката або іншого документа також здійснюється Держекспортконтролем.

Про видачу міжнародного імпортного сертифіката на товари, не включені до зазначених списків, Держекспортконтроль у триденний термін повідомляє Держмитслужбу та надсилає засвідчену копію виданого сертифіката.

Після отримання повідомлення від Держекспортконтролю Держмитслужба протягом трьох днів здійснює заходи щодо недопущення вивезення з митної території України товарів, зазначених у копії міжнародного імпортного сертифіката, без дозволу або висновку Держекспортконтролю.

Після ввезення таких товарів на територію України та здійснення передбачених законодавством митних процедур імпортер зобов'язаний протягом 10 днів після митного оформлення товару подати Держмитслужбі документи для отримання сертифіката підтвердження доставки.

Розгляд заяв про надання дозволів, висновків чи міжнародних імпортних сертифікатів проводиться Держекспортконтролем із

залученням у разі потреби інших державних органів, а також підприємств, установ та організацій будь-якої форми власності за згодою їх керівників під час розгляду питань, що належать до їх компетенції.

Заява про надання дозволу, висновку чи міжнародного імпортного сертифіката залишається без розгляду в разі, коли:

— вона подана (підписана) особою, яка не має на це повноважень;

— документи подано не в повному обсязі бо оформлено з порушенням встановлених вимог.

Про залишення заяви щодо надання дозволу, висновку, міжнародного імпортного сертифіката без розгляду або у разі прийняття рішення про відмову в його наданні Держекспортконтроль повідомляє заявника та центральний орган виконавчої влади, якщо заявник належить до сфери його управління, протягом трьох днів після прийняття відповідного рішення з обґрунтуванням причин.

У разі коли за рішенням Держекспортконтролю експортер повинен забезпечити супроводження товарів під час їх транспортування, дозвіл на право експорту товарів може бути наданий Держекспортконтролем лише після отримання від експортера документа, в якому цей експортер бере на себе зобов'язання про забезпечення супроводження товарів.

Дозвіл, висновок чи міжнародний імпортний сертифікат може бути скасовано або його дію може бути зупинено Держекспортконтролем в разі:

— виникнення потреби в забезпеченні національних інтересів чи додержанні міжнародних зобов'язань України;

— припинення в установленому законодавством порядку діяльності юридичної особи — суб'єкта здійснення міжнародних передач товарів;

— визнання в установленому законодавством порядку банкрутом суб'єкта здійснення міжнародних передач товарів;

— необхідності проведення Держекспортконтролем додаткової експертизи документів, наданих суб'єктом здійснення міжнародних передач товарів для отримання дозволу, висновку чи міжнародного імпортного сертифіката;

— порушення суб'єктом законодавства, у тому числі допущення порушень передбачених законодавством у галузі державного експортного контролю.

Під час проведення експертизи заяв на отримання дозволу чи висновку на право здійснення міжнародних передач товарів Дер-

жекспортконтроль має право затребувати від заявника додаткову інформацію, необхідну для об'єктивного та своєчасного проведення експертизи.

4.3. Зовнішньоекономічні контракти, що підлягають експортно-імпортному контролю

Загальновідомо, що контракти є результатом переговорів. А вони можуть стосуватися не лише сала, а й ракет.

Порядок державного контролю за проведенням міжнародних переговорів у військово-технічній сфері визначено у «Положенні про порядок державного контролю за проведенням переговорів, пов'язаних з укладенням зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про здійснення міжнародних передач товарів військового призначення та подвійного використання».

Порядок оформлення заяви та подання документів до Держекспортконтролю викладено в «Інструкції щодо порядку заповнення заяв на отримання дозволів (висновків) Держекспортконтролю на здійснення експорту, імпорту, тимчасового вивезення (ввезення) та транзиту товарів, що підлягають експортному контролю на проведення переговорів, пов'язаних з укладенням зовнішньоекономічних договорів (контрактів), а також на отримання імпорتنих сертифікатів України».

Зовнішньоекономічний договір (контракт) стосовно міжнародних передач товарів є одним з важливих документів, до якого, крім інших положень, рекомендується вносити положення, що стосуються особливостей здійснення конкретної міжнародної передачі товарів, а також відповідні зобов'язання та гарантії імпортера щодо виконання умов поводження з товарами, що імпортуються, та надання про це відповідних документів.

Слід пам'ятати, що відповідно до законодавства суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності України забороняється укладати зовнішньоекономічні договори (контракти) стосовно міжнародних передач не тільки товарів військового призначення та подвійного використання, але і будь-яких інших товарів, не внесених до списків, або брати участь у виконанні таких договорів (контрактів) у будь-який інший спосіб, ніж це передбачено законодавством України, якщо такому суб'єкту стало відомо, що такі товари можуть бути використані іноземною державою або іноземним суб'єктом господарської діяльності з метою створення ЗМЗ чи засобів її доставки.

Крім того, суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності зобов'язаний відмовитися від виконання зовнішньоекономічного договору (контракту) стосовно здійснення міжнародної передачі будь-якого товару, якщо йому стало відомо, що товар буде використано в інших цілях, або іншим кінцевим споживачем, ніж це було визначено у такому договорі (контракті) чи пов'язаних з ним документах, на підставі яких було отримано дозвіл, висновок або міжнародний імпортерний сертифікат.

В деяких випадках під час експорту товарів держави-експортери чи суб'єкти цих держав, виходячи із власного законодавства, можуть вимагати здійснення перевірок кінцевого використання у заявлених імпортером цілях товарів, які вони експортують.

Якщо іноземний суб'єкт вимагає забезпечити можливість перевірок кінцевого використання таких товарів, слід звернути увагу українських імпортерів, що відповідно до законодавства перевірка за участю представників іноземних експортерів та/або компетентних державних органів експортера фактичного використання кінцевими споживачами в Україні товарів, які були імпортовані з наданням державних гарантій щодо їх використання у заявлених цілях, може проводитися тільки у випадках, передбачених зовнішньоекономічними договорами (контрактами), або коли це обумовлено міжнародними договорами, учасниками яких є держава-експортер та Україна,

Відповідно до встановленого порядку українські імпортери, перш ніж укласти такий договір (контракт), який передбачає зазначені вище перевірки, повинні здійснити додаткові заходи, а саме:

— узгодити питання укладання такого контракту з міністерством або іншим центральним органом виконавчої влади, до сфери управління якого належить суб'єкт;

— звернутися до Держекспортконтролю за отриманням відповідного висновку на право укладання такого контракту.

У разі отримання відповідних позитивних висновків суб'єкт має право укласти зазначений договір (контракт) і повідомити про його укладення Держекспортконтролю та центральний орган виконавчої влади, до сфери управління якого належить суб'єкт.

Суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності, які укладають зовнішньоекономічні договори (контракти) про експорт товарів, що підлягають державному експортному контролю, рекомендується включати до цих договорів (контрактів):

— відомості про кінцевого споживача товарів, найменування та кількість товарів, кінцеве призначення та місце їх використання;

— положення про те, що такий договір (контракт) набирає чинності після отримання експортером та імпортером відповідних дозволів (ліцензій) державних органів, а також викладені нижче зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності.

У разі коли іноземний суб'єкт господарської діяльності-імпортер чи кінцевий споживач має намір у подальшому реекспортувати чи передавати отримані товари іншому кінцевому споживачу, в договорі (контракті) повинно бути визначено його зобов'язання щодо здійснення таких передач лише за умови отримання письмової згоди на це експортера та Держекспортконтролю.

За рекомендацією Держекспортконтролю до зовнішньоекономічного договору (контракту) можуть бути включені зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності надавати експортеру або відповідним державним органам України право на здійснення контролю за доставкою товарів кінцевому споживачу та/або проведення перевірок використання за призначенням товарів, що експортуються з України.

У разі коли, виходячи з конкретних обставин, умовою експорту товарів України є надання кінцевим споживачем відповідних гарантій щодо можливості здійснення таких перевірок, суб'єкт мусить здійснити заходи для того, щоб такі гарантії були внесені до зовнішньоекономічного договору (контракту) на експорт товарів з України або надані в іншому документі, який безпосередньо пов'язаний контрактом.

У разі коли у постачанні товарів бере участь іноземний суб'єкт господарської діяльності-посередник, до зовнішньоекономічного договору (контракту) повинні бути включені його зобов'язання надавати документи, зазначені у цьому пункті, а також (за рекомендацією Держекспортконтролю) забезпечувати умови та надавати необхідні документи, згідно з якими експортер та/або відповідні державний орган України будуть мати можливість здійснити контроль за доставкою товарів кінцевому споживачу та/або провести перевірки використання за призначенням товарів, що експортуються з України.

До зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про здійснення експорту технологій, у тому числі результатів відповідних науково-дослідних, дослідно-конструкторських та інших видів робіт, суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності рекомендується включити положення про охорону прав інтелектуальної власності або положення, що визначають обсяги і порядок переходу права цієї власності до іншої особи.

Якщо суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності до зовнішньоекономічного договору (контракту) не включені зазначені у цьому підрозділі положення, або у разі, коли зовнішньоекономічний договір (контракт) укладений з іноземним суб'єктом господарської діяльності — посередником, український суб'єкт повинен отримати від іноземного суб'єкта документи, які містять перелічені вище відомості, зобов'язання чи гарантії, та подати їх Держекспортконтролю разом і заявою про отримання відповідного дозволу на експорт товарів.

Винятком з наведених вище вимог може бути випадок, коли експорт товарів здійснюється до держав — учасниць міжнародних режимів експортного контролю. Але можливість невнесення відповідних положень, зобов'язань чи гарантії до договору (контракту) або ненадання інших документів, що містять такі зобов'язання чи гарантії, повинна бути погоджена з Держекспортконтролем.

До зовнішньоекономічного договору (контракту) про експорт товарів військового призначення, крім зазначених вище відомостей та зобов'язань, рекомендується включити такі зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності:

- не реекспортувати і не передавати отримані товари будь-кому, крім кінцевого споживача, або що такі товари призначені для власних потреб кінцевого споживача, не пов'язаних з їх наступним реекспортом чи передаванням;

- надати сертифікат кінцевого споживача, імпорتنний сертифікат або інший документ, який містить підтвердження або гарантії уповноваженого державного органу держави призначення товарів щодо їх кінцевого використання;

- надати сертифікат підтвердження доставки товарів або інший документ, оформлений або підтверджений уповноваженим державним органом держави призначення товарів, який підтверджує ввезення товару чи кожної партії товару на територію цієї держави.

Суб'єктам необхідно враховувати, що зовнішньоекономічний договір (контракт) про експорт товарів військового призначення за участю іноземного суб'єкта господарської діяльності — посередника може бути укладений лише за наявності у такого посередника повноважень на здійснення зовнішньоекономічних операцій з товарами військового призначення, підтверджених уповноваженим державним органом держави, на території якої зареєстрований зазначений суб'єкт, або підтверджених іншим чином відповідно до законодавства цієї держави.

До зовнішньоекономічного договору (контракту) про експорт товарів подвійного використання, крім загальних відомостей та зобов'язань рекомендується включити зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності надавати сертифікат кінцевого споживача або інший документ, який містить необхідні відомості, зобов'язання та гарантії щодо використання товарів, а також додаткові відомості та зобов'язання щодо окремих груп товарів, а саме:

1) щодо товарів, що можуть бути використані у створенні звичайних видів озброєнь, військової чи спеціальної техніки, рекомендується включати зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності не реекспортувати і не передавати отримані товари будь-кому, крім кінцевого споживача, або що такі товари призначені для власних потреб кінцевого споживача, не пов'язаних з їх наступним реекспортом чи передаванням;

2) щодо товарів, що можуть бути використані у створенні ракетної зброї, рекомендується включати такі зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності:

— використовувати отримані товари тільки у заявлених цілях, не пов'язаних із створенням ракетних засобів доставки зброї масового знищення;

— не копіювати, не модифікувати чи не реекспортувати отримані товари, а також не передавати їх будь-кому, крім кінцевого споживача, або що такі товари призначені для власних потреб кінцевого споживача, не пов'язаних з їх наступним копіюванням, модифікуванням, реекспортом чи передаванням;

3) щодо товарів, що можуть бути використані у створенні ядерної зброї, рекомендується включати такі зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності:

— використовувати отримані товари тільки у заявлених цілях, які не стосуються будь-яким чином діяльності, пов'язаної із створенням ядерних вибухових пристроїв, або діяльності, пов'язаної з ядерним паливним циклом, яка не перебуває під гарантіями МАГАТЕ;

— не копіювати, не модифікувати чи не реекспортувати отримані товари, а також не передавати їх будь-кому, крім кінцевого споживача, або що такі товари призначені для власних потреб кінцевого споживача, не пов'язаних з їх наступним копіюванням, модифікацією, реекспортом чи передаванням;

4) щодо товарів, що можуть бути використані у створенні хімічної зброї, рекомендується включати хімічну назву, структурну формулу та реєстраційний номер товару за міжнародним довід-

ником «Chemical abstracts service», якщо він йому присвоєний (у разі експорту хімікатів), а також такі зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності:

— використовувати отримані товари тільки у заявлених цілях, які не стосуються створення хімічної зброї або будь-якої іншої діяльності, забороненої Конвенцією про заборону розробки, виробництва, накопичення і застосування хімічної зброї та про її знищення;

— не реекспортувати і не передавати отримані товари будь-кому, крім кінцевого споживача, або що такі товари призначені для власних потреб кінцевого споживача, не пов'язаних з їх наступним реекспортом чи передаванням:

5) щодо товарів, що можуть бути використані у створенні бактеріологічної (біологічної) та токсичної зброї, рекомендується включати назву штаму збудника захворювання (патогену) чи токсину з посиланням на відповідний паспорт (у разі експорту збудників захворювань (патогенів чи токсинів), а також такі зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності:

— використовувати отримані товари тільки у заявлених цілях, які не стосуються створення бактеріологічної (біологічної) та токсичної зброї або будь-якої іншої діяльності, забороненої Конвенцією про заборону розробки, виробництва і накопичення запасів бактеріологічної (біологічної) та токсичної зброї та про її знищення;

— не реекспортувати і не передавати отримані товари будь-кому, крім кінцевого споживача, або що такі товари призначені для власних потреб кінцевого споживача, не пов'язаних з їх наступним реекспортом чи передаванням.

Якщо експорт товарів подвійного використання здійснюється до держав, які не є членами відповідного міжнародного режиму експортного контролю, до зовнішньоекономічного договору (контракту) рекомендується включати зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності надати імпорتنний сертифікат або інший документ, який оформлений або підтверджений уповноваженим державним органом держави призначення товарів і містить потвердження або гарантії цього державного органу щодо імпорту зазначеного товару до цієї держави.

За рекомендацією Держекспортконтролю до зовнішньоекономічного договору (контракту) про експорт товарів подвійного використання до будь-яких держав можуть бути знесені зобов'язання іноземного суб'єкта господарської діяльності надати:

— імпорتنний сертифікат або інший документ, який оформлений або підтверджений уповноваженим державним органом дер-

жави призначення товарів і містить підтвердження або гарантії цього державного органу щодо імпорту товарів до цієї держави;

— сертифікат підтвердження доставки товарів або інший документ, оформлений або підтверджений уповноваженим державним органом держави призначення товарів, яким підтверджується ввезення товару чи кожної партії товару на територію цієї держави.

Вимоги щодо укладання зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про експорт товарів військового призначення та товарів подвійного використання зазначені у «Положенні про порядок державного контролю за проведенням переговорів, пов'язаних з укладанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про здійснення міжнародних передач товарів військового призначення та подвійного використання».

Виконання суб'єктом вимог експортного контролю підтверджується наданням такому суб'єкту відповідного дозволу чи висновку.

Дозвіл Держекспортконтролю підтверджує право суб'єкта на здійснення експорту чи імпорту визначених в ньому товарів.

Висновок Держекспортконтролю підтверджує право суб'єкта на здійснення тимчасового ввезення або вивезення товарів чи їх транзит, проведення переговорів, пов'язаних з укладанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про міжнародні передачі товарів військового призначення або про експорт товарів подвійного використання та інших товарів до держав, стосовно яких запроваджено часткове ембарго на поставки таких товарів.

Дозвіл та висновок може бути разовим, генеральним або відкритим. Разовий дозвіл чи висновок надається суб'єкту для проведення переговорів, пов'язаних з укладанням конкретних зовнішньоекономічних договорів (контрактів) на здійснення міжнародних передач товарів, або для здійснення конкретних передач товарів згідно із зазначеними договорами (контрактами) і є дійсним протягом установленого строку, але не більш як протягом одного року. Цей строк може бути продовжено спеціально уповноваженим органом виконавчої влади з питань державного експортного контролю на підставі обґрунтованого звернення суб'єкта здійснення міжнародних передач товарів, але не більш як на строк дії зовнішньоекономічного договору (контракту).

Генеральний дозвіл чи висновок може надаватися суб'єкту у разі, коли передбачається неодноразове проведення переговорів, пов'язаних з укладанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів), або неодноразове здійснення таких передач конкретним

кінцевим споживачам за зовнішньоекономічними договорами (контрактами) що укладаються протягом дії дозволу чи висновку і є дійсними протягом установленого строку, але не більш як три роки.

Слід пам'ятати, що генеральні дозволи на право експорту товарів військового призначення, як правило, не надаються.

Це пов'язано як з особливою «чутливістю» зазначених товарів, так і необхідністю постійного контролю за здійсненням їх міжнародних передач, обумовленого тим, що інформація про фактично здійснені передачі таких товарів відповідно до міжнародних зобов'язань подається до міжнародних організацій, членом яких є Україна.

Винятком з такого обмеження можуть бути випадки, коли з боку українського експортера здійснено поставку іноземному споживачу виробів військового призначення з прийняттям відповідних зобов'язань щодо їх оперативного гарантійного чи післягарантійного обслуговування. Зобов'язання експортера щодо забезпечення такого обслуговування повинні бути викладені у зовнішньоекономічному договорі (контракті) чи безпосередньо пов'язаних з ним документах. Такі генеральні дозволи надаються Держекспортконтролем на термін, який не перевищує дії відповідних гарантійних чи післягарантійних зобов'язань.

Відкритий дозвіл чи висновок може надаватися суб'єкту в разі, коли передбачається неодноразове проведення переговорів, пов'язаних з укладанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів), або неодноразове здійснення таких передач різним кінцевим споживачам конкретної держави призначення за такими договорами (контрактами), що укладаються протягом строку дії такого дозволу чи висновку в рамках відповідних міжнародних договорів, або в разі здійснення таких передач з державами, які є учасниками міжнародних режимів експортного контролю чи стосовно яких здійснюється відповідна державна політика, і є дійсним протягом установленого строку, але не більш як три роки.

Виходячи з наведених вище міркувань щодо «чутливості» товарів військового призначення, відкриті дозволи на експорт таких товарів, як правило, не надаються.

Відкриті дозволи на експорт товарів є досить прогресивним кроком, який введений в законодавство у галузі експортного контролю. Такі дозволи надають суб'єкту змогу здійснювати оперативну діяльність щодо експорту товарів до різних кінцевих споживачів визначеної держави.

Отримання суб'єктом відкритих або генеральних дозволів та висновків передбачає ведення значної частини визначених зако-

нодавством процедур експортного контролю безпосередньо на рівні суб'єктів (експортерів). Це потребує виділення такими суб'єктами необхідних ресурсів для проведення заходів з експортного контролю, тому, відповідно до законодавства, відкриті та генеральні дозволи та висновки можуть надаватися лише суб'єктам, які створили відповідну систему внутрішньофірмового експортного контролю, яка забезпечує виконання вимог державного експортного контролю у процесі здійснення конкретних міжнародних передач товарів, забезпечення належного зберігання документів, пов'язаних з такими передачами, та подання спеціально уповноваженому органу виконавчої влади з питань державного експортного контролю звітності про фактичне використання зазначеного дозволу чи висновку, та отримали від Держекспортконтролю відповідне, свідоцтво про атестацію такої системи.

Звертаємо увагу читача на те, що в книзі «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» за ред. д. е. н. проф. І. І. Дахна (К.: Центр навчальної літератури, 2006) міститься розділ 4 «Зовнішньоекономічна діяльність України на світовому ринку озброєнь». Там містяться координати компетентних організацій у сфері міжнародної торгівлі зброєю.

Слід мати на увазі, що у структурі Департаменту оборони та безпеки Міністерства економіки України є відділи:

- державного оборонного замовлення;
 - економіки оборони та безпеки;
 - спеціальних програм та військово-технічного співробітництва;
 - економічного співробітництва з НАТО.
- Контактний телефон Департаменту — 253 63 85.

4.4. Перелік основних нормативно-правових актів у сфері експортного контролю

Насамкінець зазначимо основні нормативно-правові акти України, що безпосередньо стосуються міжнародних передач військово-технічних товарів.

1. Закон України «Про державний контроль за міжнародними переказами товарів військового призначення та подвійного використання» від 20.02.2003 р. № 549-IV.

2. Указ Президента України від 15.07.1999 р. № 861 «Про порядок становлення (скасування) ембарго на експорт товарів відповідно до міжнародних зобов'язань України».

3. Указ Президента України від 24.12.2002 р. № 1207 «Про додаткові заходи щодо вдосконалення контролю у сфері міжнародного військово-технічного співробітництва».

4. Указ Президента України від 17.04.2002 р. № 342 «Питання Державної служби експортного контролю України».

5. Указ Президента України від 27.12.2001 р. № 1265 «Про Державну службу експортного контролю України»;

6. Указ Президента України від 20.03.2002 р. № 276 «Про розмежування повноважень центральних органів виконавчої влади у сфері військово-технічного співробітництва з іноземними державами»;

7. Указ Президента України від 14.12.2004 р. № 1483/2004 «Про деякі питання передачі державної таємниці іноземній державі чи міжнародній організації».

8. Указ Президента України від 5.03.2007 р. № 180/2007 «Про Міжвідомчу комісію з політики військово-технічного співробітництва та експортного контролю». Реєстраційний код 39133/2007 // «Офіційні вісник України», 2007, № 18.

9. Постанова Кабінету Міністрів України від 20.11.2003 р., № 1807 «Про затвердження Порядку здійснення державного контролю за міжнародними передачами товарів військового призначення».

10. Постанова Кабінету Міністрів України від 04.02.1998 р. № 125 «Про затвердження Положення про порядок державного контролю, за проведенням переговорів, пов'язаних з укладанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів) про здійснення міжнародних передач товарів військового призначення та подвійного використання».

11. Постанова Кабінету Міністрів України від 27.05.1999 р. № 920 «Про затвердження Положення про порядок надання гарантій та здійснення державного контролю за виконанням зобов'язань щодо використання у заявлених цілях товарів, які підлягають державному експортному контролю».

12. Постанова Кабінету Міністрів України від 15.07.1997 р. № 767 «Про затвердження Положення про порядок проведення експертизи в галузі державного експортного контролю».

13. Постанова Кабінету Міністрів України від 08.06.1998 р. № 838 «Про затвердження Положення про порядок надання суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності повноважень на право здійснення експорту, імпорту товарів військового призначення та товарів, які містять відомості, що становлять державну таємницю».

14. Постанова Кабінету Міністрів України від 17.07.2000 р. № 1080 «Про затвердження порядку державної атестації системи внутрішньофірмового експортного контролю, створеної суб'єктом здійснення міжнародних передач товарів».

15. Постанова Кабінету Міністрів України від 12.07.1999 р. № 1228 «Про надання суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності повноважень на право здійснення експорту, імпорту товарів військового призначення та товарів, які містять відомості, що становлять державну таємницю».

16. Постанова Кабінету Міністрів України від 09.10.1996 р. № 1247 «Питання Державної компанії з експорту та імпорту продукції і послуг військового та спеціального призначення».

Постанова містила «Список товарів подвійного використання, що можуть бути використані у створенні звичайних видів озброєнь, військової чи спеціальної техніки», який є додатком № 1 до зазначеного Порядку.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 1.03.2006 р. № 227 згаданий. «Список» було викладено у новій редакції. Ця редакція публікувалася в «Офіційному віснику України», 2006, № 10.

17. Постанова Кабінету Міністрів України від 28.01.2004 р. № 86 «Про затвердження Порядку здійснення державного контролю за міжнародними передачами товарів подвійного використання».

18. Наказ Державної митної служби України від 20.01.1999 р. № 38 «Про затвердження Порядку пропуску через митний кордон України та митного оформлення товарів, що підлягають експортному контролю». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 05.02.1999 р. за № 73/3366.

19. Наказ Державної служби експортного контролю України від 29.11.2004 р. № 355 «Про затвердження Інструкції про порядок оформлення та використання дозвільних документів у галузі державного експортного контролю». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 13.12.2004 р. за № 1576/10175.

20. Наказ Державної служби експортного контролю України, Служби безпеки України та Державної митної служби України від 05.06.2003 р. № 135/222/386 «Про затвердження Положення про взаємодію Державної служби експортного контролю України, Служби безпеки України та Державної митної служби України при здійсненні державного контролю за міжнародними передачами товарів спеціального призначення». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 6.06.2003 р. за № 456/7777.

21. Наказ Державної служби експортного контролю України від 12.12.2002 р. № 218 «Про затвердження Інструкції про порядок надання юридичним особам повноважень на проведення експертизи в галузі державного експортного контролю». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 31.03.2003 за № 245/7566.

22. Наказ Державної служби експортного контролю України від 25.07.2003 р. № 183 «Про затвердження Інструкції про реєстрацію в Держекспортконтролі України суб'єктів підприємницької діяльності як суб'єктів здійснення міжнародних передач товарів». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 07.08.2003 р. за № 695/8016.

23. Наказ Державної служби експортного контролю України від 06.09.2004 р. № 263 «Про затвердження Рекомендацій щодо порядку проведення недержавної експертизи товарів в галузі експортного контролю». Міністерство юстиції України реєстрації не виконувало.

24. Наказ Державної служби експортного контролю України від 13.08.2003. № 198 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо створення суб'єктом здійснення міжнародних передач товарів системи внутрішньофірмового експортного контролю». Міністерство юстиції України реєстрації не виконувало.

25. Наказ Державної служби експортного контролю України від 19.07.2002 р. № 84 «Про забезпеченню роботи Міжвідомчої ради з питань експортного контролю». Міністерство юстиції України інформації про цей наказ не має.

26. Наказ Державної служби експортного контролю України від 09.01.2004 р. № 5 «Про затвердження Інструкції про порядок заповнення заяв щодо отримання дозвільних документів, документів про гарантії та інших документів, що надаються Держекспортконтролем». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 21.01.2004 за № 90/8689.

27. Наказ Державної служби експортного контролю України від 10.02.2004 р. № 38 «Про затвердження Правил розгляду справ про порушення юридичними особами вимог законодавства в галузі державного експортного контролю». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 19.02.2004 р. за № 211/8810.

28. Наказ Державної служби експортного контролю України від 21.12.2004 р. № 375 «Про затвердження форми висновку про можливість проведення переговорів, форм звітів про використання дозвільних документів та встановлення строків звітності». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 06.01.2005 за № 13/10293.

29. Наказ Державної служби експортного контролю України від 09.01.2004 р. № 4»Про затвердження Інструкції з оформлення матеріалів про адміністративні правопорушення в галузі державного експортного контролю». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 21.01.2004 р. за № 89/8688.



Контрольні питання

1. Що Ви знаєте про резолюції і санкції ООН у сфері звичайних озброєнь?
2. Що таке «проблемні держави»?
3. Про міжнародну торгівлю якої військової техніки держави звітують Генеральному секретареві ООН?
4. Які міжнародні режими експортного контролю Вам відомі?
5. Стисло сформулюйте моделі і методи експортного контролю?
6. Коли і як в Україні започаткувався державний експортний контроль?
7. Основні функції Державної служби експортного контролю України.
8. На що поширюються в Україні процедури державного експортного контролю?
9. Яку роль відіграє експертиза у галузі експортного контролю та хто її в Україні виконує?
10. Що Ви знаєте про міжнародний імпортерний сертифікат, сертифікат підтвердження доставки, сертифікат кінцевого споживача?
11. Як держава контролює проведення переговорів, пов'язаних з укладенням зовнішньоекономічних контрактів про товари військового призначення та подвійного використання?
12. Особливості зовнішньоекономічних контрактів щодо військово-технічних товарів.
13. Що таке дозволи та висновки Держекспортконтролю?
14. Чи відомі Вам нові нормативно-правові акти у сфері експортного контролю окрім зазначених наприкінці цього розділу?

РОЗДІЛ



МІЖНАРОДНА ТЕХНІЧНА ДОПОМОГА

- 5.1. *Нормативно-правова база.*
- 5.2. *Міжнародна технічна допомога сучасній Україні.*

5.1. Нормативно-правова база

Ознайомимо читача з нормативно-правовими актами, які ухвалювалися в Україні у зв'язку з міжнародною технічною допомогою. Керуватимемося при цьому хронологічним принципом.

- «Порядок контролю і митного оформлення вантажів міжнародної технічної допомоги». Затверджено наказом Національного агентства України з реконструкції і розвитку та Державного митного комітету від 15.10.1997 № 42/505. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 17.10.1997 за № 481/2286 Код нормативного акта № 4165/1997 // Офіційний вісник України, 1997, № 44.

- «Положення про порядок звільнення від податку на додану вартість товарів (робіт, послуг), що купуються на митній території України організаціями, які виконують в Україні програми і проекти міжнародної технічної допомоги відповідно до Угоди між Урядом України і Урядом Сполучених Штатів Америки про гуманітарне і техніко-економічне співробітництво від 07.05.1992 р.». Затверджено наказом Національного агентства України з питань розвитку і європейської інтеграції та Державної податкової адміністрації України від 29.12.1998 № 41/654. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 19.01.1999 р. за № 26/3319. Код нормативного акта 6750/1999 // Офіційний вісник України, 1999, № 3.

- Указ Президента України «Про міжнародну технічну допомогу» від 01.06.1999 р. № 596/1999. Код нормативного акта 7696/1999 // Офіційний вісник України, 1999, № 22.

- Постанова Верховної Ради України «Про проект Закону України «Про міжнародну технічну допомогу»» від 30.06.1999 р. № 779-XIV.

- «Порядок залучення, використання і моніторингу міжнародної технічної допомоги». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 15.02.2002 р. № 153. Код нормативного акта 21546/2002 // Офіційний вісник України, 2002, № 8.

- «Стратегія залучення міжнародної технічної допомоги на 2004-2005 роки». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 14.01.2004 р. № 15 // Офіційний вісник України, 2004, № 2, ч. 2.

- «Порядок відображення в обліку операцій в іноземній валюті». Затверджено наказом Держказначейства від 24.07.2001 р. (у редакції наказу Держказначейства України від 27.05.2005 р. № 96). Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 13.06.2005 р. № 651/10931. Реєстраційний код 32680/2005 // Офіційний вісник України, 2005, № 24.

- «Стратегія залучення міжнародної технічної допомоги на 2005—2007 роки». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 30.08.2005 р. № 829. Реєстраційний код 33536/2005 // Офіційний вісник України 2005, № 35.

- «Порядок організації роботи з підготовки та реалізації проектів Twinning в Україні».

Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 07.02.2007 р. № 154. Реєстраційний код 38717/2007 // Офіційний вісник України, 2007, № 10.

Указ Президента України від 01.06.1999 р. № 596/99 чинності не набрав у зв'язку з відхиленням парламентом України (постанова Верховної Ради України від 30.06.1999 р. № 779-IV) президентського законопроекту.

У пункті другому постанови Верховної Ради від 30.06.1999 р. № 779-XIV зазначалося, що за основу береться проект Закону України про міжнародну технічну допомогу, внесений Кабінетом Міністрів України 27.05.1998 р.

Проект Закону України «Про міжнародну технічне допомогу» мав таку структуру:

Стаття 1 «Визначення термінів».

Стаття 2 «Види міжнародної технічної допомоги».

Стаття 3 «Форми надання міжнародної технічної допомоги».

Стаття 4 «Режим використання міжнародної технічної допомоги».

Стаття 5 «Регулювання відносин із залучення та використання міжнародної технічної допомоги».

Стаття 6 «Порядок подання запитів щодо одержання міжнародної технічної допомоги».

Стаття 7 «Реєстрація програм, проектів міжнародної технічної допомоги».

Стаття 8 «Особливий режим оподаткування міжнародної технічної допомоги, пільги, привілеї та імунітети».

Стаття 9 «Порядок надання особливого режиму оподаткування, пільг, привілеїв та імунітетів».

Стаття 10 «Контроль за реалізацією програм, проектів міжнародної технічної допомоги».

Стаття 11 «Прикінцеві положення».

Проекту так і не судилося стати законом.

«Стратегія залучення міжнародної технічної допомоги на 2005—2007 роки» передбачала консолідацію зусиль донорів та їх орієнтацію на пріоритетні завдання, для реалізації яких Кабінет Міністрів України розглядав міжнародну технічну допомогу як додаткове джерело ресурсного забезпечення.

Планувалося, що міжнародна технічна допомога згідно з цією Стратегією, залучатиметься у видах і формах, прийнятих у сучасній міжнародній практиці і спрямовуватиметься на забезпечення сталого розвитку економіки України.

За станом на початок весни 2007 року в Україні міжнародна технічна допомога регулювалася окремими нормативно-правовими актами і системності такому регулюванню бракувало. У Верховній Раді знаходився законопроект про міжнародну технічну допомогу № 2040. Його запропонували кілька народних депутатів.

Управління міжнародною технічною допомогою концентрується в Міністерстві економіки.

Департамент координації міжнародної технічної допомоги Міністерства економіки України (тел. 272 55 18) має такі відділи:

- міжнародної технічної допомоги країн Європи (тел. 272 51 09);
- міжнародної технічної допомоги окремих країн (тел. 272 01 41);
- міжнародної технічної допомоги США та Канади (тел. 272 50 04);
- співробітництва з міжнародними організаціями з питань міжнародної технічної допомоги (тел. 272 02 41).

5.2. Міжнародна технічна допомога сучасній Україні

Наведемо формулювання поняття «міжнародна технічна допомога», яке зустрічається у вітчизняних нормативно-правових актах. Вище наведено повні реквізити цих актів.

У п. 1.1 «Порядку», затвердженому спільним наказом Нацагентства з реконструкції і розвитку та Держмиткому від 15.10.1997 № 42/505 зазначалося:

«Міжнародна технічна допомога (МТД) — це ресурси, надані країнами — донорами, міжнародними організаціями, фондами і недержавними установами на безоплатній основі з метою здійснення реформ і програм соціально-економічного розвитку України».

У п. 1.1 «Положення, затвердженому спільним наказом Нацагентства з реконструкції і розвитку та Держподаткадміністрації від 29.12.1998 № 41/654 зафіксовано:

«Міжнародна технічна допомога — будь-які товари (роботи, послуги), надані у рамках програми допомоги Сполучених Штатів, і які використовуються виключно у цілях, узгоджених між Урядом Сполучених Штатів Америки і України».

У п. 2 «Порядку», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.02.2002 р. № 153, це поняття сформульовано так:

«Міжнародна технічна допомога — це ресурси і послуги, які відповідно до міжнародних договорів України надаються донорами на безоплатній і безповоротній основі з метою підтримки України».

На наш погляд, найповнішим формуванням є те, що оприлюднено в Указі Президента України від 01.06.1999 р. № 596/1999:

«Міжнародна технічна допомога — ресурси, які згідно з міжнародними договорами України надаються донорами на безоплатній основі Україні для здійснення програм, проектів міжнародної технічної допомоги з метою проведення реформ і реалізації програм соціально-економічного розвитку України».

Міжнародна технічна допомога може надаватися у вигляді:

— майна, перелік якого визначається у програмах, проектах міжнародної технічної допомоги;

— прав інтелектуальної власності, включаючи авторські права, права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, ноу-хау, технології тощо;

— фінансових ресурсів в іноземній валюті або національній валюті України;

— інших ресурсів не заборонених законодавством України.

Міжнародна технічна допомога може надаватися у формі:

— передачі у власність, користування майна і майнових прав;

— консультацій із залученням експертів, у тому числі іноземних;

— фінансування витрат на навчання і підвищення кваліфікації фахівців реципієнта, обміну спеціалістами, грантів».

У п. 2 «Порядку організації роботи з підготовки та реалізації проектів Twinning в Україні» зазначено, що «проект Twinning — проект технічної допомоги ЄС, який полягає в організації співпраці державного органу або державної установи держави-члена ЄС з відповідним центральним органом виконавчої влади України — бенефіціаром проекту з метою запровадження інституціональних елементів державного управління, необхідних для адаптації законодавства України до законодавства ЄС».

Міжнародна технічна допомога є компонентом офіційної допомоги для розвитку країни-одержувача. Вона формується країнами-донорами у їх консолідованих державних бюджетах за рахунок стягнутих податків. Бюджети міжнародної технічної допомоги затверджуються державами-членами Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) на основі рекомендацій і нормативів цієї організації. Кошти допомоги використовуються для виконання проектів у завчасно погоджених з одержувачами сферах. Таке погодження відбувається у формі двостороннього міжнародного договору. Кошти можуть також передаватися донорами як внески у міжнародні організації.

Коли читач почує чи побачить слова «технічна допомога» (technical assistance) чи «міжнародна технічна допомога», то необхідно бути уважним і пильним. Дуже часто у такій ситуації про техніку як таку немає жодної мови і поняття стосується порад, консультацій тощо, які надають західні фахівці.

У Євросоюзі є програма TACIS. Якщо повністю написати англійською мовою її назву, то це — Technical Assistance to the Commonwealth of Independent States, що в перекладі означає «Технічна допомога Співдружності Незалежних Держав». Працюючи в 1992—1995 роках на державній службі, автор цих рядків неодноразово спілкувався із зарубіжними колегами, які прибували в Україну для проведення семінарів, консультацій та інших заходів, спрямованих на те, щоб забути потворний командно-адміністративний соціалізм і перейти у світле ринкове майбутнє. Такі фахівці саме і прибували у рамках програм технічної допомоги. Їхні поїздки оплачували зарубіжні відомства, які, як можна здогадуватися, фінансуються переважно з держбюджетів. Тобто за рахунок платників податків. Напевно більшість цих фондів мала кошти на поїздки лише їхніх фахівців до України. Були і приємні винятки. Поміж фондів траплялися (і очевидно, трапляються) і такі, що передбачали поїздки наших фахівців на Захід для споглядання результатів загнивання капіталізму про що впродовж десятиліть стверджувала правляча у нас політична партія.

Автор цих рядків побував у таких зарубіжних мандрівках:

1. Данія — Бельгія, липень 1994 року;
2. Лондон (Велика Британія), березень 1995 року;
3. США, серпень—листопад 1995 року;
4. Ланкастер (Велика Британія), листопад—грудень 1998 року.

Всі ці поїздки фінансувалися західною стороною. З державного бюджету України автором не вивезена за кордон жодна копія. Побачене за кордоном та привезена звідти література допомогли автору у створенні того масиву книг, які були опубліковані з 1996 року і які приносять користь справі підвищення грамотності нашого суспільства. Тут користь західної технічної допомоги очевидна.

Поняття «технічна допомога» означає, що ті, хто її надає, не вимагають втілення рекомендацій, порад тощо. Наша, мов, справа вам запропонувати, а чи застосовувати — це вже залежить від вас. Тобто технічна допомога не має тієї імперативності, яку має найзвичайнісінький наказ. Наказ потрібно виконувати, пораду зарубіжного фахівця — не обов'язково.

Люди старшого покоління пам'ятають, що, наприклад, у єгипетській армії до 1972 року перебували радянські радники. Єгипетським полком командував єгипетський командир полку, а радянський офіцер радив тому як це краще робити.

У зв'язку з міжнародною технічною допомогою, керуючись давнім українським прислів'ям про те, що з пісні слів не викидають, слід розповісти читачам і про курйозний випадок, який стався з автором цих рядків. Було це у березні 1995 року у лондонському банку «Хамброс», у якому автор знаходився на стажуванні у рамках програми технічної допомоги, фінансованої фондом «Ноу-хау» Міністерства закордонних справ Великої Британії. Мав місце такий епізод у бесіді автора (А) і високопоставленого банкіра (Б), якому королева пожалувала звання лицаря, а це значить, що до нього потрібно величати «сер».

А. Чому у нас в Україні Верховні Ради двох скликань не ухвалили жодного нормально сформульованого закону, до написання яких залучалися і британські фахівці?

Б. А це тому, що ваші дурні залучали до їх написання наших дурнів.

А. А хіба і у Великій Британії є дурні?

Б. Є, але менше, ніж у вас.

Автор цих рядків під час своєї державної служби бачив на власні очі на теренах України і висококваліфікованих фахівців. Таким, наприклад, запам'ятався німецький професор-правник Ар-

вед Дерінгер. Він народився у німецькій колонії на півдні України в 1914 році, з батьками виїхав з України, коли німецькі війська виходили з України після поразки Німеччини у Першій світовій війні.

А. Дерінгер приїжджав з консультаціями до Антимонопольного комітету в 1990-х роках, маючи вже за плечима 80 років. Йому була притаманна зваженість і гострота розуму.

Поміж вітчизняних нормативно-правових актів можна знайти і такі, де «технічне сприяння» розуміється саме у контексті техніки. Зокрема, у п. 2 «Положення про організацію ремонту та модернізації озброєння і військової техніки іноземних замовників», затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 02.06.1998 р. № 775, зазначається:

«Технічне сприяння в організації ремонту та сприяння в організації ремонту та модернізації техніки за межами України — надання іноземним замовникам допомоги в організації ремонту та модернізації техніки, яка включає:

— проектування, створення або дообладнання (реконструкцію) будівель і споруд, поставку технологічного устаткування, ремонтно-монтажного інструменту, контрольно-вимірювальних агрегатів і вузлів, технічної документації;

— відрядження фахівців до держав замовників для надання допомоги у монтажі та введенні в експлуатацію обладнання, а також у проведенні ремонту та модернізації техніки; навчання спеціалістів замовників на підприємствах та в закладах освіти України або за її межами».

Основними донорами України у сфері міжнародної технічної допомоги є США, Канада, ФРН, Нідерланди, Велика Британія, Швеція, Швейцарія, Японія, Європейський Союз, ООН.

На початковому етапі історії незалежної України міжнародна технічна допомога, насамперед, спрямовувалася на розбудову основних засад та інфраструктуру ринкової економіки. Потім ця допомога стала концентруватися на поглибленні структурних і правових реформ, демократизації суспільства, забезпеченні сталого економічного піднесення, екологічної та ядерної безпеки, поліпшенні якості життя людей у регіонах, відродженні культури та духовності.

У процесі реалізації освітніх програм міжнародної технічної допомоги тисячі фахівців державних та недержавних установ, а також студентів та викладачів вищих навчальних закладів пройшли навчання і здобули досвід практично в усіх сферах економічної діяльності.

Від початку своєї незалежності і станом на 2005 рік Україна одержала 5,8 млрд. доларів міжнародної технічної допомоги. На частку США припало близько 3 млрд. доларів допомоги.

МІЖНАРОДНА ТЕХНІЧНА ДОПОМОГА УКРАЇНІ, млн. дол.

Країна (організація)	роки							
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
США	284,44	272,98	232,6	253,1	227,48	143,47	172,2	265
Канада	13,5	13,5	13	12,7	14,3	14	14	14
Нідерланди	8,3	7,1	9,75	5,8	7	7	6,15	6,15
Швеція	3,45	2,18	2,7	5,3	6,4	6,4	—	—
Велика Британія	15,1	14,1	13	10,6	15,1	—	12,95	12,95
Німеччина	10,1	8,71	8,7	6,1	9,5	—	1,9	—
Швейцарія	2	5	5,35	2,69	3,43	—	—	—
Японія	5,8	6,81	0,38	0,38	0,8	0,8	0,8	6,7
Данія	—	—	—	2,1	1,5	—	—	—
Китай	—	1,2	1,2	1,2	1,2	1,27	1,2	1,2
Євросоюз	126,8	125,9	146,4	120	113,6	120	189,37	166
ООН та її спеціалізовані агенції (окрім МБРР)	3,5	3,5	5,13	2,28	14	10	15	30
Світовий банк (МБРР)	6,6	7,3	3,49	10,29	5,76	4	4,5	5
Європейський банк реконструкції і розвитку	54	60	53	61	70	100	100	100

Фундаментальне видання «Статистичний щорічник України» не містить інформації про обсяги та інші характеристики міжнародної технічної допомоги. Немає такої інформації ні у розділі «Зовнішньоекономічна діяльність», ні у «Наука», ні в інших розділах щорічника.

Звернемо увагу читача на таблицю у «Статистичному щорічнику» у якій йдеться про структуру експорту-імпорту послуг у конкретному році. Читач може побачити, що основна частка надходжень України за послуги припадає на транспортні послуги. Україна — транзитна держава, тому, зрозуміло, що надає іншим країнам передусім транспортні послуги.

Аналіз структури наданих Україні послуг вказує на чільне місце показника «Державні послуги, не віднесені до інших категорій».

З високою достовірністю можна стверджувати, що саме цей показник і відображає міжнародну технічну допомогу Україні.

Загостримо увагу читача на грантах. Це — досить гарна річ, щоправда, вона дістається не завжди, не скрізь і не всім.

Гранти вважаються одним з основних джерел фінансування наукових досліджень. Без грошей не буває науки. Гранти надають урядові і спеціальні наукові фонди. На Заході вчений близько третини часу витрачає на написання заявок на гранти. Зрозуміло, що не завжди їх отримує. Для українських вчених і спеціалістів одержання фінансування на конкурсній основі є відносно новою і незвичною справою.

Автор цих рядків з приємністю згадує, що і йому щастило, здається двічі, одержувати індивідуальні гранти, а ще більше разів — отримувати відмову у їх наданні. Читачам автор рекомендує згадати прислів'я про те, що під лежачий камінь вода не тече і шукати гранти, де тільки можна.

Заявки на грант трапляються таких видів:

— «обов'язкові» — форму заявки надає відповідний фонд і її дотримання є обов'язковим;

— «рекомендовані» — фонд рекомендує перелік розділів, що включаються до заявки;

— «вільні» — фонд пропонує подати заявку у довільній формі.

Рекомендуємо читачам у полі свого зору тримати Агентство США з міжнародного розвитку (US Aid). Воно вважається структурною частиною американського уряду. Узгодження проектів відбувається відповідно до Рамкової угоди від 7 травня 1992 року між урядами України і США про гуманітарне і техніко-економічне співробітництво.

Уряд України і Агентство 8 грудня 1999 р. підписали Меморандум про взаєморозуміння щодо процедур співпраці з питань технічної допомоги. Погодження цілей допомоги відбувається шляхом укладання щорічних Меморандумів про взаєморозуміння та основні напрямки та цілі допомоги з боку Агентства.

Міністерство економіки України щонайменше двічі на рік передає Агентству пропозиції щодо започаткування нових напрямів допомоги або конкретних проектів.

Американська сторона вивчає подані пропозиції. У випадку їх схвалення відбувається спільне планування проектів, укладається договір про погодження діяльності у рамках проекту. Цей доку-

мент потім подається Міністерству економіки України разом з іншими встановленими документами для здійснення державної реєстрації проекту.

Одержувачами допомоги є органи виконавчої влади, державні установи та організації, недержавні установи, громадські організації.

Оскільки американці свого життя не уявляють без конкуренції, то відбір виконавців проектів відбувається на тендерній основі.

Основними напрямками допомоги по лінії Агентства є:

- поліпшення інвестиційного клімату;
- прискорення розвитку малого і середнього бізнесу та сільського господарства;
- підвищення участі громадян у розбудові демократії та економіки;
- підвищення ефективності і прозорості роботи органів державної влади та їх відповідальності перед громадянами;
- поліпшення соціальних умов та здоров'я громадян.

Окрім Агентства технічну допомогу Україні надають ще й такі урядові відомства США:

- Департамент енергетики;
- Державний департамент;
- Агентство з торгівлі і розвитку;
- Міністерство фінансів;
- Корпус миру;
- Комісія з ядерного регулювання;
- Міністерство праці;
- Національний фонд підтримки демократії.

Далі мова піде про технічну допомогу з боку Євросоюзу.

28 грудня 1994 року між Урядом України і Комісією Європейського Союзу була укладена угода за назвою «Загальні правила, що застосовуються до меморандумів про фінансування». В цій угоді сформульовано основні правові, адміністративні та технічні положення про реалізацію в Україні програм та проектів технічної допомоги з боку Євросоюзу.

У рамках Євросоюзу існують два типи програм міжнародної технічної допомоги — широкомасштабні проекти і спеціалізовані підпрограми. Перші, як правило, є міждержавними. Їх приклад — програма TACIS. Вона була заснована з метою реалізації стратегії ядерної безпеки (забезпечення безпеки ядерних реакторів, розв'язання проблем ядерних відходів, запобігання незаконному обігу ядерних матеріалів тощо).

Спеціалізовані підпрограми є механізмом здійснення проектів невеликого масштабу.

У липні 1999 року Єврокомісія передала Європарламенту доповідь про проміжні підсумки реалізації програми TACIS. Доповідь мала 70 сторінок тексту та більше 1 тисячі сторінок різних додатків. Експерти дійшли висновку, що програма TACIS була і є єдиною розумною і реальною формою технічного сприяння новим державам на терені колишнього СРСР.

Україна в рамках програми TACIS одержує допомогу через:

- Національну програму;
- Регіональну програму;
- Програму прикордонного співробітництва;
- Програму ядерної безпеки.

Перша з названих програм передбачає:

- підтримку приватного сектора;
- підтримку інституційної, правової та адміністративної реформи;

- пом'якшення соціальних наслідків перехідного періоду.

Національну програму доповнюють програми малих проектів.

За допомогою Регіональної програми Євросоюз сприяє міжрегіональному співробітництву і підтримує заходи, розраховані на кілька країн. Сфери співпраці:

- стале управління природними ресурсами;
- сприяння торгівлі, інвестиціям та розвитку інформаційного суспільства;
- юстиція та внутрішні справи.

Програма транскордонного співробітництва спрямована на покращення управління та зміцнення інфраструктури східних кордонів Євросоюзу.

Програма TACIS з ядерної безпеки спрямована на зміцнення ядерної безпеки і аварійної готовності, виведення з експлуатації Чорнобильської АЕС, перетворення об'єкту «Укриття» в екологічно чисту систему.

Трансевропейська програма у сфері вищої освіти, що була схвалена Радою Міністрів Євросоюзу 7 травня 1990 року, спрямована на реформування системи вищої освіти в країнах-партнерах.

Програма малих проектів Bistro/Tacis надає підтримку заходам дрібного масштабу. Заявки подають національні юридичні особи. Програма не надає індивідуальної спонсорської підтримки.

Програма з партнерства в інституційному розвитку спрямована на зміцнення демократії та громадянського суспільства, встановлення верховенства права.

Програма «Демократія та права людини» започаткована Європейським парламентом. Передбачає фінансову підтримку неурядових організацій країн-партнерів Євросоюзу, які активно працюють у сфері демократичного розвитку, прав людини та громадянського суспільства. У рамках Програми існують три основні типи проектів — макропроекти, цільові проекти, мікропроекти.

А тепер — про недоліки. В Україні відсутня чітка стратегія економічного і соціального розвитку. Це заважає ефективній координації і використанню міжнародної технічної допомоги.

Іноземні донори, з огляду на забюрократизованість своєї процедури, запізнюються з наданням технічної допомоги там і тому, де у цьому існує найгостріша потреба. Допомога надається недовговічним урядовим структурам, а не безпосередній підтримці підприємництва. Замало допомоги надається вітчизняним консалтинговим фірмам і неурядовим організаціям. Багато донорських програм продовжують надавати кошти створеним донорами центрам, минаючи конкурентний добір. Цим затримується розвиток ринку консалтингових послуг в Україні. Необхідно ретельніше ставитися до добору отримувачів міжнародної технічної допомоги в Україні, бо чимало структур, створених на кошти допомоги, зникають одразу після закінчення терміну фінансування. Часто зарубіжні експерти прибувають до України без відповідної підготовки і багато часу витрачається на ознайомлення з умовами їх роботи в Україні. Оподаткування технічної допомоги знижує її ефективність. Проекти міжнародної технічної допомоги в Україні є ізольованими і некоординованими. Вони не сприяють проведенню глибоких системних перетворень. Відсутня координація зусиль донорів з українською стороною щодо оцінки ефективності програм і проектів міжнародної технічної допомоги.



Контрольні питання

1. Які вітчизняні нормативно-правові акти з міжнародної технічної допомоги Ви знаєте?
2. Що таке міжнародна технічна допомога?
3. Чи доводилося Вам на практиці чути інформацію про результати міжнародної технічної допомоги?
4. Які програми міжнародної технічної допомоги Україні Ви знаєте?
5. Чи одержували Ви зарубіжні гранти і чи знаєте де і як їх можна шукати?
6. Програми TACIS та інші програми Євросоюзу з міжнародної технічної допомоги.

7. Агентство США з міжнародного розвитку і його роль у наданні технічної допомоги Україні.

8. Технічна допомога Україні з боку окремо взятих країн світу.

9. Недоліки у наданні міжнародної технічної допомоги та шляхи їх усунення.

Додаток. Література з питань міжнародної технічної допомоги

1. *Воробйов А.* Механізм фінансування та реалізації технічної допомоги Україні по лінії TACIS // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — К., 1998.

2. Довідник фондів та організацій, що надають технічну допомогу в Україні. — К., 2002.

3. *Заверуха О.* Програма технічної допомоги Канади в Україні // Матеріали Першої світової конференції українських кредитівок (12—12 вересня 1994 р.). — К., Львів, 1994. — С. 38—41.

4. *Кістерський Л.* Ефективність міжнародної технічної допомоги Україні // Економіка України, 2003, № 5.

5. *Михайлов М. О.* Попередження правопорушень у сфері надання міжнародної технічної допомоги // Субъекты хозяйствования и экономическая преступность: вопросы предупреждения. — Донецк, 2002. — С. 61—63.

6. Програми технічної допомоги ЄС Україні, Молдові та Білорусі. Путівник. Європейська комісія, 2004.

7. *Сіденко В.* Фінансова і технічна допомога Україні // Політичний портрет України. — К., 2002. — Вик. 18.

8. Технічна допомога Європейського Союзу з питання підвищення кваліфікації державних службовців // Актуальні проблеми підвищення кваліфікації державних службовців України. — К., 2003;

9. *Шнирков О. І.* Актуальні питання управління проектами міжнародної технічної допомоги в перехідний період економіки України // Київський національний університет ім. Т. Шевченка. Вісник. Сер. Міжнародні відносини. — К., 2002. — Вип. 8.

РОЗДІЛ



ПЕРЕДАЧА (ТРАНСФЕР) ТЕХНОЛОГІЙ

- 6.1. *Правове регулювання трансферу технологій.*
- 6.2. *Міжнародна передача технологій.*
- 6.3. *Інжиніринг.*

6.1. Правове регулювання трансферу технологій

14 вересня 2006 р. Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» № 143-V. Його було опубліковано, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2006, № 40.

Закон визначає правові, економічні та фінансові засади державного регулювання діяльності з передачі (трансферу) технологій, в тому числі і у сфері міжнародного науково-технічного співробітництва.

Стаття 1 «Визначення термінів містить» наступні терміни та їх тлумачення:

- документація — зафіксована на матеріальному носії інформація про технології та її складові (нормативна, науково-технічна, конструкторська документація, звіти про результати патентно-кон'юктурних, наукових і науково-прикладних досліджень, конструкторських і проектних робіт, державних випробувань складових технологій, наявність якої забезпечує їх використання;

- ліцензія — дозвіл на використання технологій або їх об'єктів, наданий у договорі про трансфер технологій особою (особами), якій (яким) належать майнові права на зазначені технології та (або) їх об'єкти;

- нематеріальний актив — об'єкти інтелектуальної, у тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані в порядку, встановленому законодавством, об'єктом права власності;

- ноу-хау — інформація, що отримана завдяки досвіду та випробуванням, яка: не є загальновідомою чи легкодоступною на день укладення договору про трансфер технологій; є істотною,

тобто важливою та корисною для виробництва продукції та/або надання послуг; є визначеною, тобто описаною достатньо вичерпно, щоб можливо було перевірити її відповідність критеріям не загальною відомості та істотності;

- об'єкт технології — наукові та науково-технічні результати, об'єкти права інтелектуальної власності (зокрема, винаходи, корисні моделі, твори наукового, технічного характеру, комп'ютерні програми, комерційні таємниці, ноу-хау або їх сукупність), в яких відображено перелік, строк, порядок та послідовність виконання операцій, процесу виробництва та/або реалізації і зберігання продукції;

- патентна чистота — властивість технологій та/або їх складових бути вільно використаними в певній державі без загрози порушення чинних на її території охоронних документів (патентів) на об'єкти права інтелектуальної власності, які належать третім особам, визначена згідно з чинними охоронними документами (патентами) на ці об'єкти та нормативно-правовими актами держави (держав), де планується використання зазначених технологій та їх складових, а також відповідно до конкретного періоду часу, обумовленого строком дії охоронних документів (патентів) на складові технологій на території такої держави (держав);

- патентно-кон'юктурні дослідження — системний науковий аналіз властивостей технологій та їх складових та продукції, патентної та ліцензійної ситуації, що склалася щодо них, характеру виробництва продукції;

- ринок технологій — система взаємовідносин споживачів технологій та їх складових і/або конкуруючих між собою постачальників цих складових, спрямованих на задоволення суспільних та державних потреб у відповідних технологіях, їх об'єктах та продукції виготовленої з їх застосуванням;

- складова технології — частина технології, де відображено окремі елементи технології у вигляді наукових та науково-прикладних результатів, об'єктів права інтелектуальної власності, ноу-хау;

- технологія — результат інтелектуальної діяльності, сукупність систематизованих наукових знань, технічних, організаційних та інших рішень про перелік, строк, порядок та послідовність виконання операцій, процесу виробництва та/або реалізації, зберігання продукції, надання послуг;

- технології подвійного призначення — технології, які крім цивільного призначення, можуть бути використані для розроб-

лення, виробництва або використання озброєння, військової чи спеціальної техніки;

- трансфер технології — передача технології, що оформляється шляхом укладення двостороннього або багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, яким установлюються, змінюються або припиняються майнові обов'язки щодо технології та/або її складових;

- цільова субсидія на трансфер технологій — субсидія або фінансове сприяння, що надається державою для реалізації трансферу технологій. Величина субсидії і розподіл субсидій за термінами надання вносяться до фінансового плану здійснення трансферу технологій і затверджуються комісією з організації діяльності технологічних парків, інноваційних структур інших типів Кабінету Міністрів України. Величина субсидій не може бути меншою за суму оподаткування та враховується при реалізації трансферу технологій.

Закон має таку структуру:

Розділ 1 «Загальні положення».

Стаття 1 «Визначення термінів».

Стаття 2 «Законодавство про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій».

Стаття 3 «Суб'єкти трансферу технологій».

Стаття 4 «Взаємодія суб'єктів трансферу технологій».

Стаття 5 «Міжнародне співробітництво України у сфері трансферу технологій».

Розділ 2 «Повноваження суб'єктів державного регулювання діяльності у сфері трансферу технологій».

Стаття 6 «Завдання та повноваження уповноваженого органу».

Стаття 7 «Повноваження центральних органів виконавчої влади, Національної та галузевих академій у сфері трансферу технологій».

Стаття 8 «Повноваження Ради міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органів виконавчої влади, виконавчих органів сільських, селищних, міських, районних у містах (у разі їх створення) рад у сфері трансферу технологій».

Стаття 9 «Інформаційне забезпечення трансферу технологій».

Стаття 10 «Особливості трансферу технологій підприємствами, установами, організаціями України».

Розділ 3 «Форми державного регулювання діяльності у сфері трансферу технологій».

Стаття 11 «Мета державного регулювання діяльності у сфері трансферу технологій».

Стаття 12 «Державна експертиза технологій».

Стаття 13 «Державна реєстрація договору про трансфер технологій».

Стаття 14 «Патентно-кон'юктурні дослідження у сфері трансферу технологій».

Стаття 15 «Державна акредитація фізичних та юридичних осіб на право здійснення посередницької діяльності у сфері трансферу технологій».

Розділ 4 «Договори про трансфер технологій».

Стаття 16 «Умови укладання договорів про трансфер технологій».

Стаття 17 «Види договорів про трансфер технологій».

Стаття 18 «Обмеження щодо укладення договорів про трансфер технологій».

Розділ 5 «Фінансово-економічне забезпечення у сфері трансферу технологій».

Стаття 19 «Винагорода авторам технологій та особам, які здійснюють їх трансфер».

Стаття 20 «Використання коштів, одержаних у результаті трансферу технологій, створених або придбаних за рахунок коштів Державного бюджету України».

Стаття 21 «Особливості кредитування трансферу технологій».

Стаття 22 «Особливості субсидювання трансферу технологій».

Розділ 6 «Прикінцеві положення».

На наш погляд, даний закон не можна вважати багатим на невідомі раніше положення. Достатньо прочитати його статтю другу, щоб зрозуміти, що певну нормативну-правову базу Україна мала і до цього закону. Передача технологій, у тому числі і міжнародна, відбувалася і раніше.

Стаття 2 «Законодавство про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» згадує Конституцію України, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, а також закони України:

- ✓ «Про зовнішньоекономічну діяльність»;
- ✓ «Про наукову і науково-технічну діяльність»;
- ✓ «Про екологічну експертизу»;
- ✓ «Про науково-технічну інформацію»;
- ✓ «Про інноваційну діяльність»;
- ✓ «Про власність»;
- ✓ «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі»;
- ✓ «Про охорону прав на промислові зразки»;
- ✓ «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем»;

- ✓ «Про авторське право і суміжні права»;
- ✓ «Про фінансовий лізинг»;
- ✓ «Про державний контроль за міжнародними передачами товарів військового призначення та подвійного використання»;
- ✓ «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій».

Отже, якщо і раніше був трансфер технологій, а спеціального закону щодо цього не було, то можна вважати що передача технологій могла б відбуватися і надалі, навіть, без ухвалення цього закону. Беручи до уваги, що закон реально з'явився, будемо вважати його безспірно потрібним суспільству на даному етапі його розвитку. Аналізований закон чіткіше визначив права та обов'язки суб'єктів трансферу технологій, патентно-кон'юктурні дослідження, винагороду авторам технологій та посередникам. Йдеться у Законі і про кредитування та субсидіювання трансферу технологій.

Внутрішнє законодавство країни — важливий регулятор міжнародних передач технологій. Воно може, навіть, забороняти у певних випадках експорт чи імпорт певних видів технологій. Наприклад, законодавство з винаходів, корисних моделей і промислових зразків вимагає, щоб заявки на їх охорону спочатку подавалися вітчизняному патентному відомству. Якщо це відомство не заперечуватиме, то відповідні заявки можна подати і закордонним компетентним властям.

Міжнародні передачі технологій можуть також регулюватися договорами, укладеними на двосторонній і багатосторонній основі. У рамках міжнародних економічних угруповань рух технологій може регулюватися рішенням їх компетентних органів.

Рада Безпеки ООН накладає заборони на експорт технологій військового та подвійного призначення до тих країн, які створюють, м'яко кажучи, дискомфорт світовій спільноті.

В Україні основними джерелами права у сфері регулювання міжнародної передачі технологій є внутрішнє законодавство і міжнародний договір.

У статті 5 «Міжнародне співробітництво України у сфері трансферу технологій» зазначається:

«Міжнародне співробітництво у сфері трансферу технологій передбачає:

- укладення двосторонніх і багатосторонніх міжнародних договорів України про науково-технічне і технологічне співробітництво;
- залучення інвестицій у науково-технічний комплекс України;
- сприяння запровадженню в Україні міжнародних стандартів, зокрема стандартів системи управління якістю;

передачу технологій у рамках науково-технічної і виробничої кооперації та інвестиційного співробітництва;

забезпечення участі вітчизняних підприємств, установ і організацій у міжнародних виставках та ярмарках високотехнологічної продукції і технологій;

участь у розвитку вітчизняних сегментів міжнародних інформаційних і комунікаційних систем з питань інтелектуальної власності та трансферу технологій.

Далі знайомимося з «Угодою між Україною та Європейським Співтовариством про наукове і технологічне співробітництво». Вона була підписана 04.07.2002 р. Ратифікована Законом України від 25.12.2002 р. № 368-IV. Дата набуття чинності — 11.12.2003. Її текст публікувався, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2004, № 4, ч. 2.

Структура Угоди така:

Преамбула.

Стаття 1 «Мета».

Стаття 2 «Визначення».

Стаття 3 «Принципи».

Стаття 4 «Напрями співробітництва».

Стаття 5 «Форми співробітництва».

Стаття 6 «Координація та сприяння спільній діяльності».

Стаття 7 «Фінансування та податкові пільги».

Стаття 8 «В'їзд персоналу та ввіз обладнання».

Стаття 9 «Інформація та інтелектуальна власність».

Стаття 10 «Інші угоди та перехідні положення».

Стаття 11 «Територіальна сфера дії».

Стаття 12 «Набуття чинності, припинення дії».

Стаття 13 (перелік мов, на яких складена Угода).

Додаток 1 «Визначальні риси плану розпорядження технологіями».

Додаток 2 «Права на інтелектуальну власність».

Сподіваємося, що читачі самостійно ознайомляться з текстом Угоди. Зазначимо лише напрями і форми співробітництва.

Перелік напрямів сформульований у ст. 4, містить:

— дослідження зовнішнього середовища та клімату, включаючи спостереження земної поверхні;

— біологічні дослідження та дослідження в галузі охорони здоров'я;

— дослідження в галузі сільського господарства, лісового господарства та рибальства;

— промислові та виробничі технології;

- матеріалознавство та метрологія;
- неядерна енергетика;
- транспорт;
- технології інформаційного суспільства;
- дослідження в галузі соціальних наук;
- навчання та обмін науковими кадрами.

У статті 5-й зазначені такі форми співробітництва:

1) участь українських організацій у проектах Співтовариства у сферах спільної діяльності та, відповідно, участь організацій, створених у Співтоваристві, в українських проектах в цих сферах. Така участь має регламентуватися чинним законодавством Сторін. У проектах можуть також брати участь наукові та технологічні організації Сторін, проекти можуть також здійснюватися із залученням агентств і офіційних органів сторін;

2) вільний доступ та спільне використання дослідницького обладнання, включаючи установки та об'єкти для проведення моніторингу, спостереження та експериментів, а також збору даних, що стосуються спільної діяльності;

3) візити та обмін науковими, технічними та іншими кадрами з метою участі в семінарах, симпозіумах і робочих нарадах, які мають відношення до спільної діяльності в рамках цієї Угоди;

4) обмін інформацією про практику, законодавство і програми, які стосуються співробітництва в рамках цієї Угоди;

5) інші дії, які можуть взаємно визначатися Сторонами у відповідності з політикою та програмами Сторін.

Зазначена угода між Україною і ЄС використана у цій книзі для зразка. Україна уклала чимало двосторонніх угод у цій сфері і з ними читач, маючи на те бажання, може ознайомитися самостійно. В таких угодах можна зустріти і інші напрями і форми науково-технічного співробітництва окрім викладених вище. Стисло кажучи, — глобалізується та інтернаціоналізується не лише матеріальне виробництво та надання послуг, а й науково-технічна діяльність. Рух технологій не обмежується національними рамками. Він став глобальним і до його регулювання залучено значну частину юридичного потенціалу світу.

6.2. Міжнародна передача технологій

Певну інформацію про міжнародну передачу технологій читач міг вже прочитати в книжках автора цих рядків «Світова економіка» і «Міжнародна економіка». Відповідні підрозділи цих книг

мають назву «Міжнародний обмін технологіями». Міжнародна передача технологій була в полі зору автора і у його книжці «Патентно-лицензійна робота» (К.: Блицінформ, 1996). Там у двох лекціях йде мова про використання Радянським Союзом під час перших п'ятирічок західної технології для виконання більшовицьких планів індустріалізації країни. Наведена там інформація за радянських часів трималася у великій таємниці.

У попередньому підрозділі міститься офіційно сформульоване поняття «технологія». Про неї можна сказати і простіше — це сума знань, необхідних для досягнення певного технічного результату. Принагідно згадати вислів відомого англійського вченого середньовічного періоду Френсіса Бекона. Він сказав: «Ми можемо стільки, скільки вміємо».

На міжнародну передачу технологій можна дивитися як кому зручно. Можна її розглядати як просто міжнародну передачу технічних знань. Можна її розуміти і як передачу матеріалізованої технології. Технологія в чистому (інколи кажуть «голому») вигляді — це методи, прийоми, способи тощо виготовлення товарів та надання послуг. Матеріалізована технологія — це втілені в речах технічні знання (машини, обладнання тощо). Очевидно, найповніше міжнародну передачу технологій можна уявити у вигляді потоків через державні кордони як «голої», так і матеріалізованої технології.

Міжнародна передача технології не є якимось блискавичним заходом. Це, як правило, тривалий процес, що охоплює:

- відбір та придбання технології;
- пристосування одержаної технології до місцевих потреб і умов та її освоєння;
- розвиток місцевих можливостей щодо удосконалення придбаної технології.

Способи міжнародної передачі технології поділяються на некомерційні та комерційні.

Способами некомерційної передачі технології є:

- оприлюднення науково-технічної інформації, тобто поширення відомостей про технології за допомогою засобів масової інформації і літературних джерел, інформаційних листів, стандартів, патентної інформації тощо;
- влаштування ярмарків, виставок, симпозіумів, конференцій, семінарів, майстер-класів тощо;
- стажування спеціалістів;
- виконання спільних фундаментальних науково-технічних програм;

- контакти людей, зокрема фахівців;
- воєнно-політичне та промислове шпигунство.

Некомерційні способи, як правило, передують комерційним способам передачі технологій. Батько Олександра Македонського — король Македонії Філіп II якось сказав: «Гроші потрібні для того, щоб купити те, що не можна взяти силою». Сказане понад 2300 років тому не втратило своєї актуальності і в наш час, у томі числі і у сфері міжнародного технологічного обміну.

Формами міжнародної комерційної передачі технологій є наступні:

1. Передача замовнику готових результатів. Це охоплює:

- виконання науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) за замовленнями;

- укладення ліцензійних угод щодо надання прав на використання об'єктів так званої промислової власності та секретів виробництва (ноу-хау і ноу-хау).

- інжиніринг;

- франчайзинг (франчиза, комерційна концесія);

- лізинг машин, обладнання та інших виробів;

- міжнародну торгівлю товарами обробної промисловості, передусім, наукомісткими;

- закупівлю зразків техніки з метою імітації, спираючись на «зворотній інжиніринг» (reverse engineering);

- іноземне інвестування.

Пояснимо передостаннє поняття. Якщо слово «engineering» означає застосування науки до проектування, виготовлення і використання машин, обладнання тощо, то поняття «зворотній інжиніринг» означає аналіз одержаних (як легальним, так і нелегальним шляхом) об'єктів техніки з метою їх відтворення чи з іншими цілями. Наприклад, щоб дізнатися, як боротися із зброєю противника чи як уникнути шкідливого впливу об'єктів техніки на довкілля.

У більшості випадків франчизу розуміють як складну ліцензійну угоду про використання широко відомого товарного знаку (знаку обслуговування). Яскравий приклад — мережа ресторанів «Мак-Дональдс».

У рамках франчизних угод через міждержавні кордони може подорожувати і технологія, коли франчизіар надає франчизіату право протягом обумовленого періоду займатися підприємницькою діяльністю під опікою франчизіара, використовувати його обладнання, досвід тощо.

Оскільки ланцюжок «license — licensor — licensee» перекладається «ліцензія — ліцензіар — ліцензіат», то й ланцюжок

«franchise — franchisor — franchisee» слід, на думку автора цих рядків, перекладати «франчиза — франчизар — франчизіат».

2. Спільне розроблення і використання технологій має на увазі:

— координацію у виконанні НДДКР — взаємне інформування партнерів про плани науково-технічних розробок і хід їх виконання, проблеми та одержані результати;

— кооперування НДДКР шляхом залучення фахівців для роботи за кордоном або утворення спільного колективу розробників.

3. Промислове кооперування і спільне підприємництво передбачає:

— науково-технічне і виробниче кооперування — тобто спільне розроблення і спільне виробництво продукції в різних країнах;

— організацію спільних ринків.

Зазначимо, що науково-дослідницькі і дослідно-конструкторські роботи англійська мова називає «research and development» (дослідження і розробка). Аббревіатура — R&D.

Англійською мовою спільні підприємства називаються «joint ventures». Це поняття охоплює не будь-які підприємства, а ті з них, у які залучено так званий «венчурний» (тобто ризиковий) капітал. Науково-технічні розробки — це зона ризику. Як відомо, на яблуні дозрівають далеко не всі яблука. Багато з них осипаються, так і не дозрівши. Не всі науково-технічні новинки закріплюються на ринку. Чимало з них зникає ще на експериментальній стадії.

Каналами міжнародної передачі технології є:

— міждержавні;

— внутріфірмові;

— міжфірмові.

Міждержавні канали можуть функціонувати як на комерційних, так і некомерційних засадах, можуть бути як відкритими, так і прихованими (шпигунство).

Внутріфірмові канали передбачають реалізацію власних науково-технічних досягнень материнської компанії та/чи чужих науково-технічних розробок зарубіжним філіям транснаціональних компаній.

Міжфірмовий канал охоплює укладання і виконання ліцензійних і зовнішньоторговельних контрактів, а також коопераційних угод про спільне підприємництво тощо між незалежними компаніями різних країн.

Далі зазначимо органи управління у сфері трансферу технологій.

У структурі Секретаріату Президента України є Головна служба з питань гуманітарної політики та з питань збереження національного культурного надбання (тел. 255-65-23). У складі Служби є Департамент з питань освіти і науки. Контактний телефон Департаменту — 255-72-90.

В апараті Кабінету Міністрів України є Управління інвестиційної та інноваційної політики. Його контактний телефон — 256-77-94. Інформацію про Управління можна знайти на веб-сайті Кабінету Міністрів України — www.kmu.gov.ua. В зазначеному Управлінні є сектор трансферу технологій. Контактний телефон — 256-75-18.

У галузевих міністерствах та відомствах вже існують або створюються структурні одиниці, відповідальні за трансфер технологій та інновації. Зокрема, в Національній Академії наук України є Центр трансферу технологій.

У структурі Департаменту державних цільових програм Міністерства економіки України є відділ державних наукових та науково-технічних програм. Телефони: Департаменту — 8 (044) 286-72-51, відділу — 8 (044) 286-33-93.

У Мінекономіки є також Департамент економіки оборони та безпеки. Він має відділ спеціальних програм та військово-технічного співробітництва.

Телефони: Департаменту — 8 (044) 253-63-85, відділу — 8 (044) 253-01-52

Весною 2007 р. опрацьовувалися питання створення органів управління трансфером технологій на рівні обласних державних адміністрацій.

На великих підприємствах, науково-дослідних інститутах і вузах є структурні одиниці, які опікуються міжнародним науково-технічним співробітництвом.

6.3. Інжиніринг

Слово «інжиніринг» набуває дедалі ширшого використання не лише у спеціальній літературі, але і у засобах масової інформації та побуті. Дехто думає, що воно розпочало вживатися нещодавно, коли економіка перейшла на ринковий шлях свого розвитку. Насправді ж це не так. Це слово відоме ще з радянських часів. Щоправда, тоді воно призначалося не для внутрішнього, а для зовнішнього вживання — тобто для зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

В п. 1.4 «Інструкції про порядок роботи з продажу ліцензій і надання послуг типу інжиніринг», затвердженій наказом Державного комітету Ради Міністрів СРСР у справах винаходів і відкриттів від 26.01.1979 р. № 11, зазначалося:

«Інжиніринг передбачає здійснення за контрактом з іноземним замовником ряду робіт і надання послуг, включаючи:

- складання технічних завдань;
- проведення передпроектних робіт;
- проведення науково-дослідних робіт;
- складання проектних пропозицій і техніко-економічних обґрунтувань будівництва промислових та інших об'єктів;
- проведення інженерно-пошукових робіт для будівництва об'єктів;
- розробку технічних (техно-робочих) проектів і робочих креслень будівництва нових і реконструкції діючих промислових та інших об'єктів;
- розробку пропозицій щодо внутрізаводської і внутріцехової планування, міжопераційних зв'язків і переходів;
- проектування і конструкторське опрацювання машин, обладнання, установок, приладів, виробів;
- розроблення складів матеріалів, сплавів, інших речовин і проведення їх випробувань;
- розроблення технологічних процесів, прийомів і способів;
- консультації і авторський нагляд за шефмонтажу, пусконаладжувальних робіт і експлуатації обладнання та об'єктів у цілому;
- консультації економічного, фінансового або іншого порядку».

В «Інструкції про порядок заповнення звіту про продаж за кордон ліцензій на об'єкти інтелектуальної власності за формою № 6-нт (ліцензії)», затвердженій наказом Державного комітету статистики України від 06.07.1995 р. № 168, поняття «інжиніринг» сформульовано так:

«Здійснення за контрактом з іноземним замовником ряду робіт і надання послуг, включаючи складання технічних завдань, проведення наукових досліджень, складання проектних пропозицій і техніко-економічних обстежень будівництва об'єктів, розробку технічної документації, проектування і конструкторську проробку об'єктів, проведення інженерно-розвідувальних робіт для будівництва об'єктів, розробку технічної документації, проектування та конструкторську проробку об'єктів техніки і технології, консультації та авторський нагляд при монтажі, пусконала-

годжувальних роботах, консультації економічного, фінансового або іншого характеру».

Практично аналогічне формулювання поняття «інжиніринг» міститься в п. 2.7.2 «Інструкції із заповнення державної статистичної звітності за формою № 6-нт (ліцензії) за формою № 6-нт (ліцензії)». «Звіт про продаж ліцензій на об'єкти інтелектуальної власності», затвердженої наказом Державного комітету статистики від 14.07.1998 р. № 252 і зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 16.10.1998 р. за № 665/3105, код нормативного акта 6193/1998 («Офіційний вісник України», 1998, № 42). На початку визначення у новішому варіанті знято слово «іноземним», тобто інжиніринг став поширюватися не лише на закордонних, але і на внутрішніх замовників.

Перейдемо до англomовних джерел. Ознайомимося далі з тим як це поняття тлумачить «Oxford Paperback Encyclopedia». Відкриваємо її на стор. 473 і читаємо, що інжиніринг — це «застосування наукових методів до проектування будівництва (construction) і утримання (maintenance) машин, споруд (structures), процесів тощо. Традиційно інжиніринг поділяється на дві основні категорії — механічний інжиніринг (mechanical engineering), що мав справу з виготовленням і функціонуванням машин, і цивільний інжиніринг (civil engineering), що опікувався проектуванням і спорудженням великих будинків, мостів і доріг. Впродовж плинину ХХ століття з'явилась потреба у визначенні багатьох нових категорій для того, щоб врахувати спеціалізацію, що зростала. Це включає електричний, гірничий, хімічний, аеровігаційний і системний інжиніринг.»

У цій же «Енциклопедії» є й інші статті про інжиніринг. На сторінці 884 «механічний інжиніринг» трактується як «гілка інжинірингу, що має справу з машинами і механізованими процесами». Зокрема, механічний інжиніринг стосується виробництва, передачі і використання енергії. Таким чином він охоплює інструменти, двигуни, всі види транспорту, крани, ліфти, шлюзи, насоси, сервомеханізми і робототехніку. Першопочатково механічний інжиніринг вважався гілкою цивільного інжинірингу, тобто невоєнного інжинірингу. З розвитком локомотивів для залізниць і парових двигунів для промислового і військового використання, механічний інжиніринг став розглядатися як окремий предмет.»

Перейдемо до цивільного інжинірингу. Його пояснення міститься на стор. 314 «Енциклопедії». Це — «проектування і спорудження інжинірингових споруд. Він включає довкільний

(environmental), муніципальний (municipal), будівельний (structural) і транспортний (transportation) інжиніринг і охоплює проектування і спорудження дамб, мостів, тунелів, великомасштабні земляні роботи (large-scale earthworks), набережні (embankments) і виїмки (cuttings); контроль повіней (flood control) і береговий захист (coastal defences); порти, гавані (harbours) і приберегові споруди (off-shore structures); дороги; залізниці; канали; структуру і фундаменти великих будинків; земельне водовідведення (land drainage), водопостачання (water supply), обробку стоків (sewage treatment). Його так названо для вирізнення від військового інжинірингу (military engineering). Цивільний інжиніринг вперше став ідентифікуватися як окрема дисципліна наприкінці XVIII століття. Інститут цивільних інженерів було утворено у Лондоні в 1818 році».

На стор. 312-й «New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language» пояснюється, що інжиніринг — це «наука про застосування знань (knowledge) про властивості (properties) речовини (matter) і природних джерел енергії (natural sources of energy) до практичних завдань промисловості (practical problems of industry) (наприклад, будівництва промислового заводу чи машин)».

Фундаментальний довідник «The Oxford Dictionary for the Business World» на с. 271-й пояснює, що інжиніринг — це «застосування науки до проектування, будування та використання машин тощо». На с. 146-й пояснюється, що цивільний інженер — це той, хто проектує і утримує дороги, мости, дамби тощо.

Отже, як зрозумів читач, інжиніринг — це явище, яке є ширшим ніж просто будівництво.

Складовою частиною інжинірингу є будівництво, але, окрім нього, в інжинірингу є й ще чимало інших елементів, що слугують каналами міжнародної передачі технології. За інжинірингу не просто будують виробничі приміщення, підводять до них комунікації, а й встановлюють зарубіжну і вітчизняну техніку, обладнання тощо.

Далі знайомимось з поняттям «turnkey». Це слово є об'єднанням двох англійських слів: to turn — вертати і key — ключ.

На сторінці 1064-й «New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language» пояснюється, що прикметник «turnkey» означає «повний і готовий до використання».

Контракти «під ключ» (turnkey projects) є формою міжнародної передачі технологій. Такі угоди передбачають будівництво об'єкта і передачу його замовнику у повністю готовому вигляді.

Зазначені контракти зазвичай втілюють у життя великі будівельні фірми, які співробітничать з фірмами-виробниками промислового обладнання. Вартість контрактів «під ключ» часто сягає величезних сум.

Генеральний підрядник залучає для реалізації проектів «під ключ» велику кількість дрібних фірм. Вони вважаються субпідрядниками.

У кінцевому результаті замовник одержує повністю готовий до експлуатації об'єкт. Практично єдиною проблемою, на яку наштовхується замовник, є висока ціна. Вартість проекту «під ключ» істотно вища, ніж спорудження відповідного об'єкта власними силами.

Форми оплати інжинірингу можуть бути різноманітними, — відшкодування витрат плюс встановлена винагорода, оплата у відсотках від вартості будівництва об'єкта тощо.

Стисло про «реінжиніринг» Це інженерно-консультаційні послуги з перебудови систем організації і управління виробничо-збутовими та інвестиційними процесами суб'єкта господарювання з метою підвищення його конкурентоздатності та фінансової стабільності.

Кризовий реінжиніринг спрямовується на розв'язання кризових проблем суб'єкта господарювання. Реінжиніринг розвитку застосовують тоді виникає потреба у наданні нових стимулів виробничо-збутовій та інвестиційній діяльності.



Контрольні питання

1. Які Ви знаєте закони України, що стосуються створення і передачі технологій?
2. Основні положення Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р. 143-V.
3. Який існує зв'язок між патентно-кон'юктурними дослідженнями і патентною чистотою?
4. Чи могли б Ви дати своє особисте формулювання поняття «технологія»?
5. З якою метою і коли виконується державна експертиза технологій?
6. Що охоплює міжнародне співробітництво України у сфері трансферу технологій?
7. До яких органів слід звертатися із запитаннями про трансфер технологій?
8. Способи міжнародної передачі технологій.
9. Що таке франчи́за (франчайзинг)?
10. Інжиніринг та його роль у міжнародній передачі технологій.

7.1. Література та нормативно-правові акти щодо тіньової економіки.

7.2. Тіньова економіка та її зв'язок із зовнішньоекономічною діяльністю.

7.3. Тіньові експортно-імпорتنі операції.

7.1. Література та нормативно-правові акти щодо тіньової економіки

Читачам, які бажають ознайомитися з дослідженнями тіньової економіки в Україні рекомендуємо, зокрема, такі праці:

1. *Базилюк А. В., Коваленко С. О.* Тіньова економіка в Україні: — К.: НДЕІ Мінекономіки України, 1998. — 206 с.

2. *Базилюк Я. Б.* Теневая экономика: от выявления симптомов к лечению причин // Экономика: тенденции недели. — 2000, № 23. — С. 7—9.

3. Банк криминальных данных или «Теневая копилка Украины»: Интерв'ю заступника ГУ «К» СБУ Валерія Решюка // «Человек и закон». — 2000, № 5.

4. *Берлач А.* Зовнішньоекономічна діяльність АПК в Україні: запобігання злочинності у цій сфері // Право України. — 1999, № 11. — С. 55—57.

5. *Біла С.* Тіньова економіка та її вплив на структурне трансформування українського виробництва // Економіка і право. — 2000, № 10. — С. 54—61.

6. *Бондар Н., Остапчук Я.* Боротьба з тіньовим капіталом шляхом скорочення позабанківського обігу грошей // Економіка, фінанси, право. — 2001, № 9. — С. 8—9.

7. *Бородюк В., Турчинов А., Приходько Т.* Оцінка масштабів тіньової економіки та її вплив на динаміку макроекономічних показників // Економіка України. — 1996, № 11. — С. 4—7.

8. *Василенко С., Сервецький І., Юрченко О.* Викриття злочинів у сфері оподаткування. — Київ.: Просвіта, 2000 р. — 398 с.

9. *Гарасюк О. А.* Обґрунтування економічної діяльності розвитку офшорного бізнесу в Україні // «Формування ринкових відносин в Україні»: Зб. наук. праць: — К., 2001. — Вип. 12. — С. 222—228.

10. *Дудоров О. О., Мельник М. І., Хавронюк М. І.* Злочини у сфері підприємництва. За ред. М. І. Хавронюка М. І. — К.: Атіка, 2001. — 608 с.

11. *Єрмоленко Н. Н.* Тіньові капітали: походження, вивіз, повернення і інвестування в економіку України // *Фінансова тема.* — 1999, № 11. — С. 16—27.
12. *Єрмошенко Н. Н.* Економічні аспекти детінізації сфери обслуговування // *Економіст.* — 2000, № 5. — С. 21—24.
13. *Задорожний Г. В., Іващенко П. А., Тютюнникова С. В.* Економічна безпека і тіньова економіка. — Харків: 2000. — С. 206.
14. *Ламанова Т.* Тіньова економіка — визначення, структура, методи оцінки // *Економіка, фінанси, право.* — 2000, № 3. — С. 22—26.
15. *Мандибура В. О.* «Тіньова» економіка України та напрямки законодавчої стратегії її обмеження. — К.: Парламентське видавництво, 1998. — 135 с.
16. *Матусовський Г. А.* Економічні злочини: криміналістичний аналіз. — Харків: Консум, 1999. — 480 с.
17. *Ніколай І.* Тіньова економіка: причини, наслідки, перспективи // *Суспільство і економіка.* — 1998. — № 6. — С. 31—39.
18. *Поліщук Н. Є.* Методичні підходи до вияву тіньових капіталів в експортно-імпортних операціях // *Формування ринкових відносин в Україні.* Зб. наук. праць. — К., 2001, Вип. 13. — С. 82—84.
19. *Поліщук Н. Є.* Основні напрямки і механізми формування тіньових потоків в експортно-імпортних операціях // *Формування ринкових відносин в Україні.* Зб. наук. праць. — К., 2001, Вип. 12. — С. 107—110.
20. *Поліщук Н. Є.* Основні принципи методології визначення параметрів тіньової економіки на основі сукупної зайнятості // *Регіональні перспективи.* — 2002. — № 3—4. — С. 166—167.
21. *Поліщук Н. Є.* Характеристика способів і механізмів укриття тіньових оборотів в експортно-імпортних операціях // *Актуальні проблеми економіки.* — К.: НАУ. — 2002, № 2. — С. 50—55.
22. *Поліщук Н. Є.* Характеристика тіньової діяльності в експортно-імпортних операціях та методи її оцінки // *Формування ринкових відносин в Україні.* Зб. наук. праць. — К., 2002. — Вип. 18. — С. 44—50.
23. *Поліщук Н. Є.* Тіньова економіка в експортно-імпортних операціях // *Мат. круглого столу «Безпека економічних трансформацій. 2000-2001 — від позитивних тенденцій в економіці до сталого зростання».* — К.: НІСД. — 2001. — С. 53—55.
24. *Попович В.* Тіньова економіка. — К.: Правові джерела, — 1998. — 447 с.
25. *Попович В. М.* Економіко-криміналістична теорія детінізації економіки. — Ірпінь: Академія державної податкової служби України, 2001. — С. 520—521.
26. *Прісняков В. Ф.* Тіньова економіка і методи визначення її обсягів // *Фінанси України.* — 2001. — № 7. — С. 3—8.
27. *Сенчук Б.* Теневой сектор в Украине, его влияние и пути перехода в официальный сектор // *Тіньова економіка: соціальні проблеми неофіційної економічної діяльності в Україні. Доповіді міжнародної конференції.* — К.: — 2000. — С. 130—133.

28. Шелудько Н. М. Проблема тіньової економіки в Україні // Фінанси України. — 2002. — № 9. — С. 80—86.

29. Яворський Р. Досвід України в боротьбі з «відмиванням» коштів, здобутих злочинним шляхом // Вісник НБУ. — 2001, № 11. — С. 31—33.

Президент України Л. Д. Кучма 5 березня 2002 року підписав Указ «Про заходи щодо детінізації економіки України» № 216/2002. Його було опубліковано, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2002, № 10.

«Заходи щодо детінізації економіки на 2002—2004 роки» мали таку структуру:

Преамбула.

Дерегулювання підприємництва.

Удосконалення управління державними корпоративними правами та ринкових механізмів управління у сфері економіки.

Легалізація нерегламентованої зайнятості та доходів населення.

Удосконалення функціонування окремих товарних ринків.

Удосконалення грошово-кредитної та банківської систем.

Реформування податкової системи.

Посилення контролю у бюджетній сфері.

Удосконалення системи контролю у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Удосконалення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Далі перелічимо лише сформульовані заходи щодо зовнішньоекономічної діяльності. Нумерацію залишимо такою, якою вона була у тому документі. За браком місця не вказуємо відповідальних виконавців.

40. Розглянути питання щодо створення та ведення Єдиного державного реєстру продукції, експорт та імпорт яких підлягають ліцензуванню та квотуванню.

41. Підготувати пропозиції щодо вдосконалення механізму страхування експортних і кредитних ризиків.

42. Створити уніфіковану електронну систему обміну інформацією між органами державної влади, що здійснюють контрольні функції у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

43. Здійснити аналіз схем та шляхів незаконного переміщення товарів через митний кордон України, подальшого їх руху територією України (транзит або реалізація на внутрішньому ринку) та підготувати відповідні пропозиції.

44. Вжити заходів щодо запровадження систематичного проведення порівняльного аналізу даних митної статистики України та іноземних держав.

46. Удосконалити практику здійснення правоохоронними та митними органами скоординованих заходів щодо припинення незаконного переміщення товарів через митний кордон України.

Переходимо до Постанови Кабінету Міністрів України і Національного банку України від 28 вересня 2001 року № 1124 «Про 40 рекомендацій групи з розробки фінансових заходів боротьби з відмивання грошей (FATF)». Код нормативного акта 19860/2001. Постанову підписали прем'єр-міністр України А. Кінах та Голова Національного банку України В. Стельмах. Постанова була оприлюднена, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2001, № 35.

Власне Постанова Кабміну і Нацбанку — це документ, що складається лише з кількох рядків тексту. Додатком до Постанови є сорок рекомендацій FATF. Вони пронумеровані арабськими цифрами. Нумерація суцільна, — від 1 до 40. Рекомендації згруповано у чотири розділи — А, В, С, D. Ними є:

А. Загальна база рекомендацій.

В. Роль національних правових систем у боротьбі з відмиванням грошей.

С. Роль фінансової системи у боротьбі з відмиванням грошей.

D. Зміцнення міжнародної співпраці.

П'ятий розділ літерою не позначено, але назву він має — «Заваження щодо тлумачення рекомендацій».

Сподіваємося, що читачі з текстом Постанови ознайомляться самостійно.

Читачеві не завадить знати, що у складі Міністерства економіки України є структурні підрозділи, діяльність яких пов'язана з темою даного розділу. Зокрема у складі юридичного департаменту є відділ правового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності. Існують департаменти економічної стратегії, зовнішньоекономічної політики, двостороннього торговельно-економічного співробітництва.

7.2. Тіньова економіка та її зв'язок із зовнішньоекономічною діяльністю

Боротьба з тіньовою економічною діяльністю визначено складовою частиною стратегічної політики держави, а в Указі Президента від 5 березня 2002 року «Про заходи щодо детінізації економіки України на 2002—2004 роки» сформульовано основні

напрямки удосконалення системи контролю у різних сферах економіки, зокрема, в зовнішньоекономічній діяльності.

В загальному розумінні тіньова господарська діяльність — це такий її вид, який дає приріст валового національного продукту, що не контролюється державою, тобто це виробництво, яке не контролюється суспільством, а також розподіл, обмін і споживання товарно-матеріальних цінностей і послуг. Тобто це приховані від органів державного управління і громадськості соціально-економічні відносини між окремими громадянами і соціальними групами використання державної власності в корисливих особистих або групових інтересах.

Фундаментальна британська книга — «The Oxford Dictionary for Business World» («Оксфордський словник для ділового світу») на сторінці 81-й у нотатці «Black economy» («Чорна економіка») пояснює, що це — «економічна діяльність, що не є відкритою, бо якби її відкрити, то це підставило б під оподаткування одержані доходи або ж, навіть, призвело до ув'язнення причетних до цього (якщо вони претендували на державні пільги і обманювали про свої доходи) В економіках, де виробництво й обмін регулюються державою, чорна економіка загалом вважається дуже великою, хоч за своєю природою вона не піддається виміру. Навіть у змішаних економіках чорна економіка все ж таки є досить значною з огляду на вигоди від уникнення оподаткування. Доходи, зароблені у чорній економіці, не показуються національною статистикою».

У англійській мові поняття «тіньова економіка» (shadow economy) не використовуються. Замість цього вживається «підпільна економіка» (underground economy) або «неформальна економіка» (informal economy). Найчастіше вживається термін «black economy» (чорна економіка). Господарську діяльність, що балансує на межі між законною і незаконною, називають «сірою економікою» (grey economy).

В Україні, як відомо, офіційна економіка має перехідний характер з руйнуванням виробничих відносин, успадкованих від директивно-планової економіки в ринкову з соціальною спрямованістю. Об'єктивний фактор розвитку тіньової економіки пов'язаний з системною інституціональною кризою економіки, а саме, зі зміною виробничих відносин і, насамперед, відносин власності. Глибинним чинником тіньової економіки в Україні є нерегульованість відносин власності за основними факторами виробництва: робочої сили, капіталу, засобами виробництва і землі.

В перші роки після проголошення Україною незалежності різкий сплеск тіньової діяльності був обумовлений непроробленістю концепції ринкових перетворень, яка б мала наукову основу і враховувала менталітет і культурні цінності української нації, а також виходила із сучасних тенденцій світового розвитку.

Основні економічні причини виникнення і розвитку тіньової економіки полягають у наступному.

По-перше, в умовах перехідного до ринкових відносин періоду основу економічних причин тіньової економіки становить недостатньо високий рівень розвитку продуктивних сил. Саме від темпів розвитку виробництва матеріальних благ залежить прогрес у всіх сферах громадського життя. При недостатньому досягненні виробництва матеріальних благ для задоволення розумних потреб людини виникають суперечності між потребами членів суспільства і легальними можливостями їхнього задоволення. Слід зазначити, що в умовах перехідного періоду рівень розвитку продуктивних сил прямо або опосередковано визначає стан всіх інших сфер життя суспільства.

По-друге, економічна природа тіньової економіки в перехідний період обумовлена суперечностями, викликаними наявністю різноманітних форм власності. Їх одночасне існування є об'єктивною необхідністю. Розмитість прав власності в перехідній економіці пов'язана з хаотичним розподілом (недорозподілом або навіть нерозподілом) прав власності між багатьма стихійно сформованими суб'єктами; із зайвою концентрацією прав власності в окремих суб'єктів з метою захоплення і збереження економічної влади в умовах нестабільності і криміналізації економіки. Політична влада використовується не для створення цивілізованого відкритого суспільства, а для розподілу і перерозподілу того, що можна ще перерозподілити. Мова йде про державний бюджет, повноваження влади, що перетворюються в джерело легальних і нелегальних доходів, позабюджетні фонди. Якщо в Україні на початку 1997 р. існувало понад 600 позабюджетних фондів, які ніким, навіть державою не контролювалися, то наприкінці 1998 р. позабюджетних фондів стало вже близько 2000; при цьому кожний міністр мав 2—3 позабюджетних фонди (для порівняння: в Англії є таких всього три, у Франції — чотири).

По-третє, економічною причиною розвитку тіньової економіки є недосконалість фінансово-правових норм держави. Це — фінансові правовідносини, особливо їхні види: бюджетні, податкові, кредитні, грошовий обіг і валютні операції, суб'єктами яких виступають держава, суб'єкти господарювання і громадяни. Од-

нак суб'єкт господарювання — це відособлений товаровиробник, і його цільова функція — одержання прибутку — не завжди збігається з цільовою функцією держави в цілому, що може бути важливою причиною прояву тіньових факторів у системі фінансових відносин.

По-четверте, економічними причинами тіньових операцій виступає недосконалість кредитно-грошових відносин. В умовах переходу до ринкових відносин це створило феномен конвертування коштів. Суть цього способу полягає в можливості (легальної) за визначену плату (2—5 %) від суми перевести з державного сектора економіки на рахунки комерційних структур за змовою з першими деякі суми у вигляді готівки (саме ці злочини завдають найбільшої шкоди бюджетним надходженням). Механізм профілактики зазначених правопорушень відсутній. Крім цього, за допомогою створення малих державних, а потім приватних підприємств при державних підприємствах і об'єднаннях національне багатство перейшло у приватну власність. Слід також зазначити, що на початку приватизації організація комерційних банків сприяла процесу розкрадання фінансових ресурсів. Не виробництво і відтворення нової вартості, а перетворення власності в швидколіквідний товар сприяло нагромадженню грошового багатства в основному на приватних закордонних внесках.

По-п'яте, економічною причиною правопорушень у перехідний період, новою для господарської практики, є недосконалість податкового законодавства, що породжує можливість приховування доходів і інших об'єктів оподаткування. Основна функція податків, — фіскальна, — не завжди збігається з цільовою функцією платника податків, що є першопричиною податкових порушень. Нині більш «рентабельно» дати навіть солідний хабар і тим самим застрахувати себе від масових перевірок, ніж платити всі податки в повному обсязі. Такому варіанту надають перевагу, оскільки за даними Центру перспективних досліджень, українське підприємство мають право перевіряти 100 різних органів, 61 з яких має право прямо впливати на діяльність фірми (закрити рахунок, відкликати ліцензію і т. ін.), а 31 орган одержує відсоток від застосування штрафних санкцій. Ступінь втручання в бізнес визначається також тим, що українська економіка регулюється 1265 законодавчими і підзаконними актами, усі вимоги яких врахувати в підприємницькій діяльності практично неможливо, навіть якщо мати цілий штат юристів-консультантів. Проблема в тому, що законодавство України в сфері економічної діяльності носить не стільки регулюючий, скільки дозвільний і

розподільний, тобто дефіцитний характер, що є причиною різних правопорушень і корупції. В основі корупції крім цього лежать, насамперед, економічні причини, проте не можна не помічати юридичних, моральних та інших чинників. Головне ж полягає в тому, що в ході приватизації відбулося присвоєння державно-чиновницьким апаратом посад в ієрархії державної влади, а на цій основі затвердилася практика використання чиновниками посадових обов'язків і можливостей у своїх корисливих цілях. Система всіляких пільг, ліцензій, привілеїв — досить родючий ґрунт для розвитку корупції.

Особливе місце в тіньовій економіці за своїми обсягами займають тіньові обороти в експортно-імпортних відносинах, оскільки зовнішньоекономічна діяльність є однією з найбільш рентабельних видів господарської діяльності. У країні сформувалася організована мережа нелегального (тіньового) обігу і переказу за кордон товарних, валютних, сервісних і інтелектуальних ресурсів.

Аналіз різних джерел свідчить про те, що велика частина тіньового капіталу формується на основі експортно-імпортних операцій, переміщується в іноземні банки, вливається в іноземну економіку. Кошти від всіляких зовнішньоекономічних маніпуляцій з цінами, бартером, фіктивними банкрутствами, біржовими спекуляціями, частиною експортної виручки залишаються на закордонних рахунках. Експертні оцінки обсягів вивозу капіталів досить-таки різні.

Найбільшу питому вагу в загальному експорті, як і раніше, посідають неблагородні метали, устаткування, механізми та засоби наземного, повітряного та водного транспорту, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, мінеральні продукти, продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості. Слід зазначити, що практично кожне металургійне підприємство на 90 % орієнтоване на експортні поставки. Для промислово розвинених країн в експортно-орієнтованих галузях 80 % виробленого продукту спрямовуються на внутрішній ринок, а 20 % — на експорт. Саме ці галузі є найбільш привабливими для здійснення тіньових операцій. В них впроваджуються численні бартерні схеми розрахунків, виникає широке коло посередників. За даними перевірок «Криворіжсталі» в 1999 році виявлено понад 150 посередницьких фірм, через які постачалася сировина, енергія, готова продукція і в яких концентрувався основний прибуток. Найбільша експортна галузь — чорна металургія — є другим після сільського господарства дебітором України і цим

пояснюється, що саме в цих галузях здійснюється значна кількість тіньових операцій. Саме експортно-орієнтовані галузі найчастіше використовуються для здійснення тіньових схем, які націлені на утворення та накопичення тіньових капіталів і вивезення їх за кордон.

На початку незалежності у роки великої інфляції (1992—1993) джерелом надприбутків для обмеженого кола осіб була політика кількох валютних курсів. Уряд роздавав окремим компаніям численні пільги, зменшуючи для них ставки мита та оподаткування. Керівники багатьох заводів «перекачували» гроші в свої приватні фірми, а збитки покривали прямими кредитами Національного банку України, не повертаючи їх державі.

Більшість дослідників виділяють в тіньовій економіці дві основні складові:

- неформальну (неофіційну, паралельну, сіру), яка охоплює ті легальні види господарської діяльності, в яких відбувається виробництво, що не фіксуються офіційною статистикою, а також приховування від оподаткування товарів і послуг. Типовий вид такої економіки, яка не реєструється і не оподатковується законом, але є законною діяльністю, — це виробництво товарів в домашніх господарствах і ними ж спожитих, що не підлягає офіційному реєструванню і оподаткуванню (наприклад, сільськогосподарське виробництво в підсобних господарствах). Це вельми корисна для суспільства діяльність і її необхідно всіляко стимулювати. Другим типовим видом неформальної економіки є також законна діяльність, яка з метою ухилення від сплати податків приховується або применшується, а також здійснюється без відповідних ліцензій. Цей вид тіньової економічної діяльності охоплює значну частину економіки, починаючи від великих підприємств, фірм, фінансових структур і закінчуючи діяльністю дрібних некооперованих підприємств з неформальною зайнятістю (наприклад, тимчасові бригади будівельників). Ця частина тіньової економіки є загрозою економічній безпеці країни, по-перше, з огляду на приховання доходів і податків, а, по-друге, з огляду на створення кримінального економічного середовища;

- підпільну (чорну, нелегальну, незаконну, кримінальну) діяльність, що є забороненими законом виробництвом і розподілом товарів і послуг (наприклад, виробництво і поширення наркотиків, зброї, проституція, контрабанда), а також діяльність, що передбачає незаконне отримання прибутків, не пов'язаних з виробництвом товарів і послуг (наприклад, рекет, шахрайство). Такі кримінальні дії не пов'язані з виробництвом будь-яких товарів і

послуг, але ведуть до перерозподілу національного багатства. Вони не збільшують ВВП. Цей вид тіньової економіки — пряма загроза безпеці людини, суспільства і держави.

Основними факторами, що забезпечують життєдіяльність тіньової економіки, її високу ефективність і конкурентноздатність в порівнянні з офіційною економікою є:

- отримання максимального прибутку при мінімальних витратах;
- безкоштовне використання суспільної власності (державної, комунальної, акціонерної);
- використання засобів виробництва, виробничих приміщень і ресурсів за мінімальними цінами;
- велика мобільність і гнучкість при випуску продукції, або наданні послуг;
- переважне використання готівки.

За розрахунками експертів, сума податків, яка недоплачується з цієї причини досягає 12—14 % ВВП. Ухилення від податків шляхом приховування прибутків є найпоширенішим і найефективнішим видом тіньової економічної діяльності у всіх сферах економіки. У практиці ухилення від оподаткування відбуваються двома основними шляхами:

- 1) власне ухилення від сплати податків, тобто зменшення платниками податків своїх фіскальних зобов'язань перед державою забороненими законом способами — нелегальний спосіб;
- 2) «обхід» податків, коли платнику податків частково або повністю ухиляється від оподаткування, не порушуючи при цьому чинних правових норм — легальний спосіб.

До загальних основних методів несплати податків чи зменшення податкових платежів належать:

- приховування видів діяльності чи інформування податкового органу про тимчасове (фіктивне) призупинення діяльності підприємства;
- відкриття кількох розрахункових рахунків і інформування податкових служб про рух коштів тільки по одному з них (найменш завантаженому);
- здійснення фіктивних товарних і фінансових операцій, а також виконання фіктивних договорів за участю підставних фірм лише для переведення безготівкових коштів у готівкові та приховування реальних обсягів реалізації і доходів підприємства;
- здійснення фінансових і товарних операцій з використанням рахунків інших підприємств без фіксації інформації в бухгалтерській звітності.

При посиленні контролю та вдосконаленні законодавства з'являються нові способи приховування доходів, а саме:

- перетворення імпорту у гуманітарну допомогу;
- ввіз товарів в Україну літаками військової авіації;
- перевантаження улову риби або продукту з іноземного судна на українське у відкритому морі, що забезпечує пільги при оподаткуванні;
- підміна реалізованого товару знову завезеним без відображення цього факту у звіті про обсяги реалізації (ввіз товарів нелегальний);
- використання змішаної системи розрахунків готівкою та за перерахуванням;
- ввезення підакцизного одягу під виглядом «second hand»;
- різні незаконні маніпуляції з акцизними марками.

У зовнішньоекономічній діяльності є безліч способів укриття від оподаткування, до яких потрібно віднести:

- ухилення від сплати податків шляхом приховування валютної виручки за кордоном при здійсненні експортно-імпортних операцій за допомогою заниження фактурної вартості товарів або сировини (у тому числі пов'язаного з псевдодемпінгом). Цей спосіб застосовується з метою зниження суми, що підлягає оподаткуванню при оплаті вивізного або ввізного мита. Одним з прийомів цього способу є псевдодемпінг, що полягає в тому, що в документах указують занижену (демпінгову) ціну. Завдяки цьому експортери отримують можливість приховати частину валютної виручки від реалізації їх товарів за кордоном і використати її для різних надбань, в тому числі нерухомості, товарів тощо;

- ухилення від сплати податків шляхом приховування імпорту під виглядом транзиту його через митну територію країни, в зв'язку з чим імпортери набувають деяких пільг відносно оплати митних і інших видів податків і зборів (ПДВ, податок з прибутку, акцизний податок тощо);

- ухилення від сплати податків шляхом незарахування імпортованих товарів, що надходять на підприємства і реалізації їх як беззвітних, що стає можливим через недоліки в передачі інформації про ввезення вантажу від прикордонної митниці на територіальну митницю і податкову адміністрацію за місцем реєстрації імпортера;

- ухилення від сплати податків за валюту, отриману за кордоном працівниками різних спеціальностей шляхом приховування заробленої валюти цими працівниками за кордоном і розрахунку з ними на підприємстві, що займається наймом.

Для другого напрямку характерні:

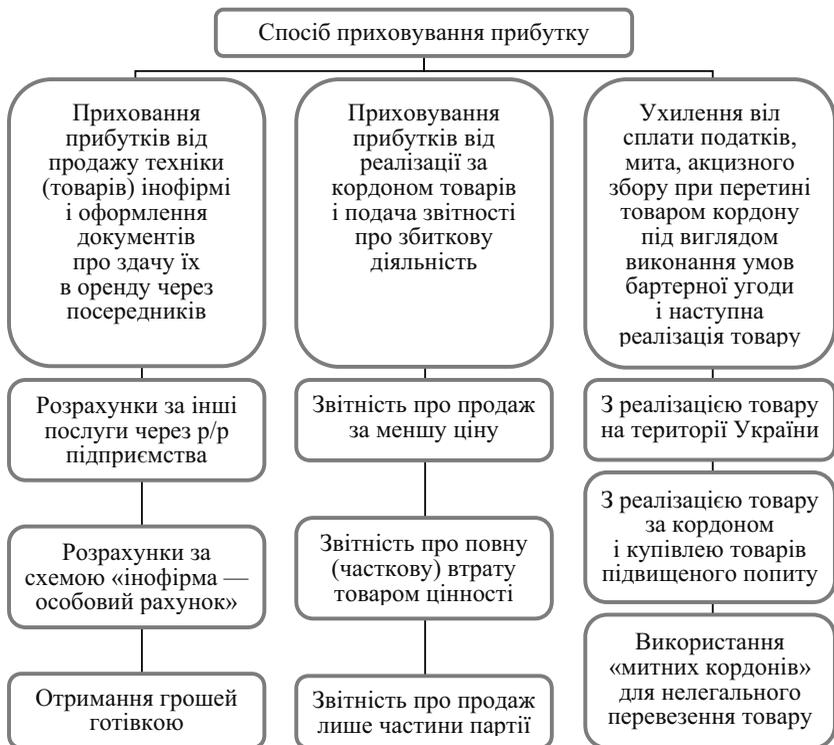
- страхова схема — видача підприємствами своїм співробітникам заробітної плати у вигляді страхових премій, які не обкладаються податками;
- депозитна схема — видача компаніями своїм співробітникам відсотків від банківських внесків, які не обкладаються податками;
- здійснення бартерних операцій;
- використання «неприбуткових» операцій;
- переуступка боргу;
- безнадійні борги;
- через транснаціональні корпорації (завдяки наявності мережі філіалів і дочірніх підприємств, які формують свій основний прибуток в тій країні, де нижче податки);
- офшорний бізнес;
- передача суден під прапори держав з пільговим оподаткуванням.

В зовнішньоекономічній діяльності приховування прибутків від оподаткування має місце при розрахунках з іноземними партнерами.

У результаті таких дій частина валютних коштів осідає на рахунках офшорних фірм, підтвердження цього є те, що основна маса експорту високоліквідних українських товарів (зерно, насіння соняшнику, металопродукція), здійснюється через офшорні компанії, які проводять активну політику на зниження експортних цін на українському ринку. Найчастіше через офшорні зони укладають псевдоугоди із завищеними (зниженими) цінами. Використання офшорних зон передбачає використання переваг пільгового податкового режиму в офшорних юрисдикціях, де залишається основна частка прибутку від операцій. Подаємо на сторінці 139 схему приховування прибутків від оподаткування у процесі розрахунків з іноземними партнерами.

Демонополізація зовнішньоекономічної діяльності і пов'язане з цим розширення міжнародних зв'язків у фінансово-господарській сфері полегшило встановлення контактів з іноземними партнерами, а також відкрило необмежений простір для різноманітних фінансових зловживань.

Активізувалась тіньова діяльність тандему банк-підприємство як на внутрішньому ринку так і в зовнішньоекономічних операціях. В основному — це взаємодомовленість, включення в різні фінансові схеми валютних надходжень за експортовану продукцію та отримання нелегально експортованих капіталів. Особливо інтенсивно ці процеси здійснювались між українськими і російськими суб'єктами економічної діяльності.



Найчастіше мали місце такі механізми експорту капіталів:

- завищення контрактної ціни при імпорті товарів, техніки, технологій і послуг з виведенням різниці між контрактною і реальною ціною на закордонні рахунки учасників угоди;
- заниження контрактної ціни при експорті продукції і послуг з виведенням різниці між реальною ціною купівлі і вказаною в контракті на закордонні рахунки експортерів;
- вивіз капіталів шляхом організації фіктивної закупівлі імпорту чи неповернення коштів за експортовану продукцію;
- проведення розрахунків за здійснювані в Україні угоди на закордонні рахунки учасників і посередників цих угод;
- незаконний (контрабандний) вивіз за кордон валютних і матеріальних цінностей, технологічної, технічної і воєнно-стратегічної інформації.

Склалася система неповернення валютних коштів, а також переказу капіталів за кордон, які складають один з найбільш кримінальних секторів тіньової економіки.

Зупинимося на способах махінацій з валютною виручкою.

Неповернення валютної виручки за товари, що експортуються, або послуги полягає в тому, що підприємство-резидент України виконує продаж товарів (робіт, послуг) іноземному партнеру, за які воно повинно отримати оплату в іноземній валюті, і ухиляється від фактичного переказу валютної виручки в Україну. При цьому під ухиленням потрібно розуміти ситуацію за якої підприємство-резидент має реальну можливість розпоряджатися вказаною валютною виручкою.

Різновидом такого способу є перерахування валютних коштів, отриманих як виручка, посадовими особами підприємства-резидента, поза уповноваженого банку, на розрахунковий рахунок іноземної фірми за виконання зобов'язань за іншим договором.

Зменшення в договорі валютно-розрахункових зобов'язань іноземного партнера відбувається в штучному заниженні підприємством-резидентом вартості товарів або послуг, що експортуються, внаслідок чого частина валютної виручки, яка складає різницю між заниженою і звичайною ціною, в Україну не надходить і використовується експортером за кордоном. При цьому підприємці використовують ситуацію, коли вони є власниками іноземних фірм.

Приховування валютної виручки шляхом оплати з неї витрат за кордоном, не пов'язаних з даною зовнішньоекономічною операцією. Використовуючи цей спосіб, підприємство-резидент оплачує з належної йому валютної виручки витрати за кордоном, які не пов'язані з цією зовнішньоекономічною операцією. Названий спосіб має місце також у випадку, коли з валютної виручки за певними контрактами проводиться оплата банківських і інших витрат за іншими контрактами.

Приховування валютної виручки шляхом виплат іноземним громадянам готівкової валютної виручки до здачі її в банк для зарахування на валютний рахунок, застосовується при оплаті робіт, пов'язаних з транспортними перевезеннями, туризмом, витрат на відрядження тощо. При поверненні в Україну частини валютної виручки, що залишилася, валютні надходження зменшуються на суму вказаних виплат.

Приховування валютної виручки при здійсненні бартерних операцій шляхом її незарахування маскується так званним подвійним контрактом, коли на території України фіксується контракт з одними умовами, а за кордоном цей контракт формулюється інакше.

Приховування валютних цінностей шляхом зміни умов договору полягає в тому, що на першій стадії укладається договір бар-

теру, потім після вивозу товарів за кордон України, підписується додаткова угода до договору, зазначаючи будь-яку причину (зниження ціни експортованого товару, відмова від поставки з економічних причин). Цей спосіб застосовується і шляхом зміни предмету договору (бартерний контракт змінюється на договір купівлі-продажу).

Приховування валютної виручки шляхом припинення діяльності суб'єкта підприємництва. Орієнтований на проведення фіктивних зовнішньоекономічних операцій з метою приховування валютних цінностей, для чого за фіктивною юридичною адресою, піддробленими документами створюється суб'єкт підприємницької діяльності. За зовнішньоекономічним контрактом суб'єктом підприємництва купуються валютні кошти для здійснення контракту. Ненадання після закінчення встановленого терміну в банківську установу документів, які підтверджують проведення зовнішньоекономічної операції, є ознакою такого способу.

Різновид даного способу — отримання банківських кредитів під фіктивні контракти з подальшою конвертацією і переказом валютних коштів на рахунки в закордонні банки.

Приховування валютних цінностей шляхом неповернення в Україну товарів і сировини, вивезених на тимчасове зберігання і переробку за кордоном. Здійснюється резидентом шляхом укладення зовнішньоекономічного контракту на переробку давальницької сировини. Внаслідок цього партії сировини і товарів вивозяться з України без належного оформлення експортних контрактів на підприємства інших країн, а потім на порушення зобов'язань з тимчасового зберігання і переробки, реалізуються там. Для приховування протиправних операцій надаються документи про ніби ввезені в Україну перероблені товари.

Приховування валютних цінностей шляхом незаконного відкриття валютних рахунків з участю іноземних юридичних осіб. Найбільш складний в процесі виявлення спосіб. Відкриття резидентами рахунків в іноземних банках регламентовано «Положенням про порядок надання індивідуальних ліцензій на відкриття резидентами рахунків в іноземних банках». Однак існує велика кількість рахунків в іноземних банках з участю іноземних юридичних осіб, про які, на порушення законодавства про повернення в Україну валютних цінностей, що незаконно знаходяться за її межами, державним органам нічого не повідомляється. У цьому випадку схема проходження валютних коштів відслідковується лише за допомогою банківських установ, які перераховують кошти за кордон на конкретний рахунок одержувача. Такі операції

використовуються для конвертації коштів і ухилення від оподаткування.

Далі мова піде про втечу капіталу за кордон. «Бігти» може капітал як кримінального походження, так і легального. Будь-яка операція нелегального переказу капіталу за кордон є протизаконною, але джерело капіталу всередині національної економіки може бути абсолютно законним.

Легальна втеча відбувається в рамках діючих у країні ліцензійного, валютного, податкового і банківського регулювання. Вирізняльною ознакою такого капіталу є його низька прибутковість (істотно нижче прийнятих норм). Підтвердженням того, що вивіз капіталу мало орієнтований на розвиток бізнесу в Україні та того, що він обслуговує особисті інтереси певного кола осіб є співвідношення обсягу вивезених коштів і надходження в Україну доходів від раніше вивезеного капіталу (протягом ряду років сальдо має негативне значення). Втеча капіталу здійснюється в обхід (через недосконалість законодавства) і з порушенням чинного законодавства з огляду на масовий правовий нігілізм і слабку дієздатність влади. До легальної втечі капіталу можна зарахувати портфельні інвестиції, нагромадження наявної іноземної валюти, капітальні трансфери емігрантів та інші трансфери, що відбиті в статті «Інші інвестиції» (Активи) платіжного балансу. Більша частина вивезеного капіталу за даними закордонної преси — це гроші від зовнішньоекономічної діяльності, а також активи комерційних банків і компаній, що були незаконно переказані на закордонні рахунки.

Нелегальна втеча капіталу відбувається за такими каналами, як: ненадходження в термін експортного виторгу, непогашення в термін імпорتنих авансів, нееквівалентний бартер (інші безвалютні операції), спотворення цін при імпорті-експорті товарів, ухилення від оподаткування шляхом здійснення експорту через офшорні дочірні підприємства за заниженими відпускними цінами (причому різниця між ними та ринковими цінами залишається в офшорній зоні), внесення страхових депозитів при одержанні іноземних кредитів з подальшою запланованою відмовою від них, вивіз доходів від нелегального використання держкредитів за кордоном, вивіз готівкової валюти і за кредитними картками приватними особами, придбання населенням іноземної валюти.

Аналіз шляхів відтоку капіталу свідчить про те, що більшість з них належить до сфери торговельних угод, тобто не піддається простому контролю за рухом капіталу.

Як свідчить практика, відтік капіталу здійснюється в основному не на порушення законодавства, а шляхом обходу діючих законодавчих норм, тобто в тих легальних і легалізованих формах, що не заборонені де-юре.

7.3. Тіньові експортно-імпорتنі операції

Одним з найбільш складних з точки зору виявлення джерел формування та каналів відтоку валютних ресурсів є заниження експортних цін, що впливає як з суті самого механізму заниження цін, так і з наявності передумов для такого заниження.

Заниження експортних цін визначається формуванням більш низького рівня реальної ціни продажу продукції на зовнішньому ринку стосовно однієї з діючих цільових категорій (витрат або собівартості експортера, внутрішньої ціни країни експортера або імпортера, наданої ціни світового ринку).

Діючі норми і правила прямо не забороняють експортеру використовувати заниження ціни постачання. Забороняється лише застосування субсидій та інших видів допомоги, що сприяють зниженню цін. Вся система санкцій щодо експортера, що знижує ціни постачання своєї продукції, зосереджена в країні імпортера.

Найбільш безпечним з правової точки зору є вивезення капіталу практично легальними каналами через офшорний бізнес. Вивезення удосконалюється з використанням «складних» схем за участю як офшорних, так і неофшорних компаній. Наприклад, українська фірма може укласти договір з компанією з цілком репутабельної країни, але насправді остання — лише проміжна ланка, а кінцевим одержувачем коштів є офшорна фірма. Для ефективної роботи з мінімізації податків і відведення прибутку використовується не менше 3-х компаній. Використання таких схем розраховується на тривалу роботу, рух коштів відбувається з мінімальними втратами, а вартість реалізації схеми складає приблизно 10—20 тис. дол.

Значне поширення одержали також схеми, що використовують існуючі міжнародні договори про запобігання подвійного оподаткування. Наприклад, відповідно до кіпрсько-британської угоди і додаткових роз'яснень британської сторони при виконанні певних угод компанія, що зареєструвалася у Великобританії, може виявитися податковим резидентом Кіпру і платити податок за кіпрською офшорною ставкою 4,25 %.

Офшор в країнах з перехідною економікою використовується як інструмент, що акумулює кошти, виведені з-під податкового тиску і контролю, для подальшого використання з особистою ме-

тою, а також реінвестування в свої підприємства. Використання офшорних компаній у бізнесі є повністю легальною діяльністю, не забороненою в Україні, і досить розповсюдженою формою оптимізації податкових платежів.

Порушення валютного законодавства найчастіше проводиться в офшорних зонах. Воно не підлягає внутрішньому регулюванню і контролю у зв'язку з непрозорістю правових норм валютного регулювання в різних країнах.

Для виявлення тіньових оборотів в експортно-імпорتنних операціях слід детально розглядати і аналізувати основні схеми комерційних операцій, які реалізовані через офшорні юрисдикції. На основі аналізу грошових та товарних потоків на різних стадіях комерційної діяльності можна знайти найбільш вразливі місця з точки зору порушень чинного законодавства, де можливе здійснення відтоку капіталу за кордон і ухилення від сплати податків, а також проаналізувати дії, спрямовані на одержання економічної вигоди і приховування значних результатів господарської діяльності.

В Україні Кіпр є найбільш популярною «податковою гаванню». Офшорний контроль в Україні не розроблений належним чином, що створює сприятливі умови для відтоку капіталу за кордон за цим каналом (за оцінками експертів частка офшорних центрів в експортно-імпорتنних операціях складає 40—60 %).

Оптимізація оподаткування з використанням офшорних зон передбачає:

- перенесення частини витрат у райони з низькими податками;
- акумулювання частини торговельного прибутку в районі податкових пільг шляхом трансфертних (внутріфірмових) операцій;
- перерозподіл і реінвестування торговельного доходу, використовуючи переваги податкових угод;
- здійснення оптових закупівель безпосередньо в іноземних підприємствах;
- наближення товару до покупця, керування збутовими операціями в міжнародних масштабах.

Вагомий результат для тіньових угод забезпечують операції із застосуванням трансфертного (внутріфірмового) ціноутворення між «материнською» (українською) та «дочірньою» (офшорною, закордонною) компаніями.

Принципова схема оптимізації податків в імпорتنних операціях з використанням офшорних юрисдикцій. полягає у наступному:

- необхідність часткої ліквідації закордонних фірм-партнерів, (це складно і дорого);

- використання невеликим бізнесом (укладання контрактів на різні послуги, зміна гатунку при імпорті, при митному очищенні ціна товару зазначається набагато дешевше ніж насправді). Різниця (як мінімум у розмірі величини імпортних тарифів) залишається за кордоном.

У схемі можуть бути використані закордонні офшорні компанії (Кіпр, Делавер, США), торговельні підприємства в Україні. Постачальник товару в Україні (наприклад, металургійний або вуглепереробний комбінат), покупець в Україні.

Схема абсолютно легальна, однак вимагає:

- високої організованості всіх учасників єдиного послідовного ланцюга взаємодій, що беруть участь у змові;
- налагодженого механізму здійснення операцій. Використання схеми дозволяє оптимізувати податки шляхом переказу частини торгово-закупівельної і виробничо-збутової діяльності на комісійну основу;
- керування процесом одним резидентом (необхідна умова виконання схеми).

Суть методу полягає в розділенні торговельних угод і виробничих операцій на два незалежних договори: один витратного, інший — доходного характеру. Закордонна компанія доручає незалежному агенту здійснити за невелику винагороду від свого імені, але за рахунок принципала визначені юридичні і фактичні дії. Відповідно до схеми, підприємство-комісіонер здійснює за дорученням комітента визначені юридичні і фактичні дії з товаром і коштами. Діючи від свого імені (ставить підписи на договорах, специфікаціях, рахунках, звітах, накладних тощо і скріплює їх печатками), підприємство одержує, враховує на баланс і оподатковує лише невелику комісійну винагороду.

Офшорна схема побудована на використанні можливостей, наданих укладеною угодою про запобігання подвійного оподаткування. Українська компанія-агент платить податки лише зі своєї комісійної винагороди. Згідно з тією ж угодою, закупівля, збереження, постачання товару, а також деякі інші види діяльності кіпрської компанії в Україні, не обкладаються податками. Для того, щоб зовсім уникнути сплати податків на прибуток і на Кіпрі (4,25 %), порівнюючи приблизно з 30 % в Україні, реєструється ще одна офшорна компанія, наприклад, у штаті Делавер (США), що наймає кіпрську компанію як агента. Делаверська компанія може бути заснована з нульовим статутним капіталом, що не порушує валютне законодавство України і не передбачає кримінальної відповідальності за здійснення інвестицій (будь-якої суми)

без ліцензії Нацбанку України. Компанія реєструється на будь-яке ім'я без надання паспорта і будь-яких інших документів, присутність власників компанії не обов'язкова. Керування компанією можливо здійснювати анонімно — факсом, телефоном. Власник компанії може обіймати всі посади від директора до працівника. У цілому є всі умови для проведення тіншових операцій.

Універсальна схема вивозу капіталів з України полягає в наступному:

1. Великі обсяги вивезених коштів, реалізація схеми можлива при погоджених діях на всіх етапах реалізації.

2. Витрати складають приблизно 10 % від обсягу капіталу при високій організації і прихованому ланцюзі фірм, що діють для розв'язання корпоративних завдань.

3. Кожний окремих етап схеми є легальним за умови незалежності діючих осіб і відсутності змови.

4. Необхідність погодженого і налагодженого механізму створення офшорних і фіктивних українських компаній та механізмів їх ліквідації.

5. Капітал, вивезений за цією схемою, у платіжному балансі позначено як вивіз легального портфельного капіталу («Портфельні інвестиції»).

6. Схема може бути використана в різних галузях економіки, крім експортних.

Учасниками єдиного ланцюга поетапної реалізації схеми є:

1) представник великого бізнесу, метою якого є вивіз капіталу за кордон (Компанія);

2) кілька фірм всередині країни, які виконують різну роль і мають єдину мету — вивезти активи. Компанії з найбільшою легальністю;

3) банки, що здійснюють поетапні фінансові операції, діють у рамках легальної угоди;

4) офшорна компанія (наприклад, кіпрська).

Мета Компанії: вивіз фінансових активів за кордон на офшорні рахунки. Завдання Компанії: 1) вивіз капіталу з визначеного підприємства з максимальним ступенем легальності; 2) переказ капіталу за кордон. Реалізація схеми для розв'язання першого завдання складається з наступних етапів:

1. Укладання контракту між фірмою А і Компанією на постачання товару.

2. Проведення передоплати Компанією фірмі А на всю величину постачання в банку (рахунок компанії А), що входить у тіншову угоду.

3. Переуступка контракту на постачання товару фірмою А фірмі Б, що знаходиться під процедурою банкрутства (або ж буде підведена під банкрутство).

4. Розрахунок фірмою А з фірмою Б векселями.

5. Продаж фірмою Б отриманих векселів фірмі В з максимально можливим дисконтом (наприклад, 99 %).

6. Фірма В не пред'являє векселя до оплати, векселі виводяться з обороту.

Результатом рішення першого завдання вивезення капіталів з обороту Компанії є:

1. Капітал виведено з обороту Компанії і знаходиться на рахунку фірми А, яка з нею розраховалася.

2. Втрати несе фірма Б, що знаходиться на межі «банкрутства» (при постачанні товару) або ж є боржником Компанії. Неплатежі між фірмами є типовим явищем економічного становища і не притягують особливої уваги податкових інспекторів.

3. Вексельний ланцюжок погашено, тому що векселі до оплати не будуть представлені.

4. Фінансові фахівці всіх компаній, що беруть участь у вексельному ланцюжку, винагороджені за рахунок Компанії, тому що вони діють у рамках єдиної змови проти об'єктивних інтересів своїх підприємств і їхніх власників.

Для вирішення другого завдання, а саме, для вивозу капіталу з країни, необхідно:

1) відкриття інвестиційного рахунку офшорної фірми Г у великому українському банку для здійснення інвестицій в Україні;

2) покупка компанією Г акцій підприємства за найнижчими цінами;

3) покупка фірмою А у фірми Г акцій на всю суму що вивозиться (тобто вивезеного з Компанії) капіталу;

4) конвертація капіталу в іноземну валюту і переказ її за кордон.

Основна частка описаних операцій виконується з Кіпром, також використовуються Кариби, Антильські острови (Голландські Кариби). Кіпр використовується тому, що входить у число трьох країн (Фінляндія, Австрія, Кіпр), з якими є угоди про запобігання подвійного оподаткування. При цьому ставка податків на прибуток на Кіпрі (4,3 %) нижче, ніж в інших країнах. У розпорядженні Кабінету Міністрів України від 14.03.2001 р. № 79-р. було зазначено офіційний перелік офшорних зон.

Складність, багатоступеневість зазначених схем, а також велика кількість фінансових потоків, що легальним способом перетинають державний кордон та значні кошти, що осідають за кор-

доном, свідчать про те, що реалізація таких схем можлива лише за сприяння, підтримки та безпосередньої участі представників різних регулюючих та контролюючих гілок адміністративних органів, що є безумовними ознаками корупційних дій. Усунути чи скоротити такі явища можна насамперед, через врегулювання податкового законодавства, зокрема, зменшення податкових пільг. Це зумовить зменшення корумпованості, збільшення прозорості та відповідальності управління.



Контрольні питання

1. Які літературні джерела та нормативні акти щодо тінізації зовнішньоекономічної діяльності вам відомі, окрім зазначених у цьому розділі?
2. Що таке «тіньова економіка»?
3. Чинники поширення в Україні тіньової економіки.
4. Що забезпечує конкурентоспроможність тіньової економіки?
5. Основні методи несплати податків та зменшення податкових платежів в Україні.
6. Які існують способи неповернення в Україну валютних коштів?
7. Шляхи і способи легальної і нелегальної втечі капіталу з України.
8. Механізм тіньових експортно-імпортних операцій.
9. Офшорний бізнес та його роль в тінізації зовнішньоекономічної діяльності.
10. Місце бартеру і давальницької сировини у тінізації зовнішньоекономічної діяльності.

РОЗДІЛ

8

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗДІЙСНЕННЯ УГОД З ДАВАЛЬНИЦЬКОЮ СИРОВИНОЮ

8.1. Організаційно-правові засади зовнішньоекономічних угод з давальницькою сировиною в Україні.

8.2. Особливості використання давальницької сировини на підприємствах швейної промисловості України.

8.1. Організаційно-правові засади зовнішньоекономічних угод з давальницькою сировиною іноземних фірм

8.1.1. Правовою основою регулювання операцій з давальницькою сировиною є Закон України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах». Перша його редакція ухвалена Верховною Радою України 15 вересня 1995 року, № 327/95-ВР. Першопочатковий текст оприлюднювався, зокрема, у «Відомостях Верховної Ради України», 1995 № 32. Закон мав таку структуру.

Стаття 1 «Визначення термінів і понять».

Стаття 2 «Порядок ввезення на митну територію України давальницької сировини іноземного замовника та вивезення виробленої з неї готової продукції».

Стаття 3 «Порядок реалізації на митній території України готової продукції, виготовленої із давальницької сировини, ввезеної іноземним замовником».

Стаття 4 «Порядок закупівлі на митній території України іноземним замовником давальницької сировини та порядок реалізації або вивезення виробленої з неї готової продукції».

Стаття 5 «Порядок вивезення давальницької сировини українського замовника за межі митної території України та повернення в Україну готової продукції».

Стаття 6 «Порядок розрахунків за переробку, обробку, збагачення чи використання давальницької сировини».

Стаття 7 «Визначення операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах».

Стаття 8 «Облік і статистична інформація про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах».

Стаття 9 «Державні гарантії при здійсненні операцій з давальницькою сировиною».

Стаття 10 «Законодавство про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах».

Стаття 11 «Заклучні положення».

Стаття перша цього Закону містила визначення понять: давальницька сировина, операції з давальницькою сировиною, замовник, виконавець, готова продукція.

Закон впорядкував здійснення операцій з переробки давальницької сировини, проте не був досконалим. Пізніше, а саме 4 жовтня 2001 р., Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» № 2761-III, який набув чинності з 1 січня 2002 року. Його текст було оприлюднено, зокрема, у «Відомостях Верховної Ради України», 2002 № 6. Закон є правовою основою регулювання цих відносин у сучасних умовах. Нова редакція Закону України усунула ряд недоліків попереднього законодавства, які сприяли ухиленню від оподаткування при здійсненні операцій із давальницькою сировиною у сфері зовнішньоекономічної діяльності, створила кращі умови для роботи вітчизняних підприємств, підтримує українських переробників давальницької сировини.

Сучасна структура Закону України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» містить 12 статей:

Стаття 1 «Визначення понять».

Стаття 2 «Порядок ввезення на митну територію України давальницької сировини іноземного замовника та вивезення виробленої з неї готової продукції».

Стаття 3 «Порядок реалізації на митній території України готової продукції, що вироблена з давальницької сировини, ввезеної іноземним замовником».

Стаття 4 «Порядок закупівлі на митній території України іноземним замовником давальницької сировини та порядок реалізації або вивезення виробленої з неї готової продукції».

Стаття 5 «Порядок вивезення давальницької сировини українського замовника за межі митної території України та повернення в Україну готової продукції».

Стаття 6 «Порядок розрахунків за переробку, обробку, збагачення чи використання давальницької сировини».

Стаття 7 «Визначення операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах».

Стаття 8 «Облік і статистична інформація про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах».

Стаття 9 «Відповідальність за порушення здійснення операцій з давальницькою сировиною».

Стаття 10 «Державні гарантії у разі здійснення операцій з давальницькою сировиною».

Стаття 11 «Законодавство про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах».

Стаття 12 «Обмеження використання природних ресурсів під час здійснення операцій з давальницькою сировиною».

Цим Законом Кабінету Міністрів України було надано право коригувати усі зовнішньоторговельні потоки як із вивезення, так і з ввезення давальницької сировини, а також із реалізації на території України окремих видів готової продукції, виробленої з давальницької сировини іноземного замовника.

Для більш глибокого розуміння цієї теми процитуємо основні поняття Закону.

Давальницька сировина — це сировина, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі вироби, енергоносії, ввезені на митну територію України іноземним замовником (чи закуплені іноземним замовником за іноземну валюту в Україні) або вивезені за її межі українським замовником для використання у виробленні готової продукції з наступним поверненням усієї продукції або її частини до країни власника (чи реалізацією в країні виконавця замовником або за його дорученням виконавцем) або вивезенням до іншої країни. Готова продукція може бути реалізована в Україні, якщо давальницька сировина, з використанням якої вироблено цю продукцію, ввезена іноземним замовником на митну територію України чи закуплена іноземним замовником за іноземну валюту в Україні. Право власності на імпортовану давальницьку сировину та вироблену з неї готову продукцію належить іноземному замовнику.

Операція з давальницькою сировиною — операція з попередньої поставки сировини для її наступного перероблення (оброблення, збагачення чи використання) на готову продукцію за відповідну плату, незалежно від кількості виконавців, а також етапів (операцій з перероблення цієї сировини) за умови, якщо вартість давальницької сировини на кожному етапі переробки становить не менш як 20 відсотків загальної вартості готової продукції. Операції, що не передбачають попередньої поставки сировини для отримання готової продукції, або коли вартість сировини є меншою зазначених 20 відсотків, не вважаються операціями з давальницькою сировиною.

Операція з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах — це операція з перероблення (оброблення, збагачення чи використання) давальницької сировини (незалежно від кількості замовників та виконавців), а також етапів (операцій з перероблення цієї сировини), ввезеної на митну територію України (чи закупленої іноземним замовником за іноземну валюту в Україні) або вивезеної за її межі з метою отримання готової продукції за відповідну плату. До операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах належать операції, у яких сировина замовника, на конкретному етапі її переробки, становить не менше 20 відсотків загальної вартості готової продукції, при цьому обов'язковим є попереднє здійснення поставки виконавцю давальницької сировини відносно повернення виготовленої з неї готової продукції замовнику. При розрахунку вартості давальницької сировини у вартість готової продукції враховуються вартість всієї вивезеної (ввезеної) давальницької сировини та витрати по доставці цієї сировини до виконавця.

Замовник — це суб'єкт господарської діяльності, який надає давальницьку сировину.

Виконавець — це суб'єкт господарської діяльності, який здійснює переробку, обробку, збагачення чи використання давальницької сировини.

Готова продукція — це продукція (товар), вироблена з використанням давальницької сировини (крім тієї частини, що використовується для проведення розрахунків за її переробку) і визначена як кінцева у контракті між замовником і виконавцем.

Форс-мажорні обставини — непередбачені та непереборні події, що відбуваються незалежно від волі і бажання замовника або виконавця (війна, блокада, страйк, пожежа, аварія, паводок, замерзання моря, закриття морських проток, які трапляються на звичайному морському шляху між портами відвантаження і вивантаження, інше стихійне лихо, заборона експорту (імпорту), валютні обмеження або інші обмеження прав власності на сировину чи готову продукцію, у тому числі на їх переміщення, прийняті державою або відповідним державним органом тощо) і призводять до порушення умов укладених контрактів, цього Закону та інших законодавчих актів.

8.1.2. Нерівномірність рівня розвитку і розміщення продуктивних сил та природних ресурсів у країнах світу призводить до необхідності укладання міжнародних угод, за якими одна країна експортує сировину та імпортує готову продукцію, а інша країна переробляє давальницьку сировину на своїх підприємствах.

Сутність зовнішньоекономічної угоди з давальницькою сировиною полягає в тому, що одна країна, яка володіє ресурсами, але не володіє достатніми виробничими потужностями для її переробки або з огляду на інші чинники відвантажує частину цієї сировини для переробки в іншу країну і розраховується за це частиною виробленої продукції. Деякі автори зазначають, що зовнішньоекономічна угода з давальницькою сировиною належить до угод зустрічної торгівлі і здійснюється на підставі угоди між замовником, що надає сировину та виконавцем, який здійснює її переробку, обробку, збагачення і використання. Особливості виконання цієї угоди дають підстави розглядати зміст такої зовнішньоторговельної операції окремо.

Операції з давальницькою сировиною — це такі товарообмінні трансакції за яких підприємство однієї країни переробляє давальницьку сировину постачальника з іншої країни та поставляє останньому готову продукцію.

Операції з давальницькою сировиною або толінг є видом зустрічної торгівлі, який передбачає поставку однією стороною сировини, напівфабрикатів, комплектувальних виробів для їх подальшої переробки та /або складання у країні торгового партнера і зворотну поставку готових виробів у країну первісного експорту. Операції з давальницькою сировиною мають ознаки зустрічної торгівлі, тому що вони збалансовані, безвалютні і наперед оцінені. Зобов'язання сторін про поставку сировини й імпорт продукції оформляється одним контрактом із вказівкою вартості сировини й готової продукції.

Особливість здійснення операцій з давальницькою сировиною полягає у тому, що власник сировини, який не має потужностей з його переробки, надає її переробному підприємству в обсязі, який є необхідний не лише для забезпечення виробництва заданої кількості готової продукції, а також для покриття переробнику затрат, пов'язаних з переробкою та для забезпечення норми прибутку переробному підприємству.

Розрахунки за переробку, обробку, збагачення чи використання давальницької сировини можуть проводитися в грошовій формі, частиною давальницької сировини чи готової продукції, крім тієї, що заборонена до експорту, або за згодою замовника та виконавця з використанням усіх цих форм.

Основними особливостями здійснення операцій з давальницькою сировиною є:

1. Обробка давальницької сировини, її збагачення або використання.

2. Різна кількість замовників та виконавців.
3. Наявність етапів, операцій з переробки даної сировини.
4. Можливість закупки давальницької сировини суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності за іноземну валюту.

Ефективність операцій з переробки давальницької сировини для постачальників гарантована у тому випадку, якщо вартість отриманої після переробки продукції на світовому ринку вище вартості давальницької сировини.

8.1.3. Далі розглянемо взаємовідносини, що виникають при здійсненні операцій з давальницькою сировиною, у двох напрямках, а саме:

- 1) ввезення на митну територію України давальницької сировини іноземного замовника та вивезення і реалізацію виробленої з неї готової продукції;

- 2) вивезення давальницької сировини українського замовника за межі митної території України та повернення в Україну готової продукції.

Розглянемо у цій рубриці правове регулювання операцій з ввезення іноземної давальницької сировини на митну територію України і реалізацію виготовленої з неї готової продукції.

Давальницька сировина, що ввозиться на митну територію України іноземним замовником обкладається ввізним митом за ставками Єдиного митного тарифу України, податками та зборами, що справляються при ввезенні товарів відповідно до законодавства. Сплата ввізного мита, податків та зборів (крім митних зборів) проводиться українським виконавцем шляхом видачі простого векселя органу державної податкової служби за місцезнаходженням виконавця із строком платежу, що дорівнює строку здійснення операцій з давальницькою сировиною, але не більш, як на 90 календарних днів з моменту оформлення ввізної вантажної митної декларації). Сума, зазначена у векселі, визначається у валюті контракту на здійснення операцій з давальницькою сировиною. Виходячи з технологічних особливостей виробництва Кабінет Міністрів України, за поданням відповідного міністерства або іншого центрального органу виконавчої влади, може встановлювати інші строки виконання окремих видів операцій з давальницькою сировиною.

У разі ввезення готової продукції в повному обсязі, передбаченому контрактом, за межі митної території України у визначений період, вексель погашається і ввізне мито, податки та збори (крім митних зборів) не справляються. Що ж стосується реалізації на митній території України готової продукції, яка вироблена з давальницької сировини, ввезеної іноземним замовником, то

вона може реалізуватися на митній території України лише через зареєстроване ним в Україні постійне представництво, яке оформлює ввізну вантажну митну декларацію на готову продукцію (без фактичного її ввезення на митну територію України) і сплачує ввізне мито, інші податки та збори передбачені законодавством для аналогічних імпорتنих товарів. Ввізне мито сплачується за пільговими ставками Митного тарифу України.

За порушення зазначеного порядку розрахунків до переробника, який відвантажив готову продукцію безпосередньо покупцю — нерезиденту на території України без проходження розрахунків через постійне представництво іноземного замовника, застосовується штраф у розмірах, встановлених податковим законодавством України для відповідних податків, зборів (обов'язкових платежів), а посадові особи, які допустили такі порушення, притягаються до відповідальності за умисне ухилення від оподаткування відповідно до закону.

Для оформлення іноземної давальницької сировини, яка підлягає переробці в Україні виключно в готову продукцію іноземного замовника, необхідно підготувати такі документи:

- ввізну вантажну митну декларацію на всю вартість давальницької сировини, що підлягає переробці;
- вексель або письмове зобов'язання на суму мита і зборів (крім митних зборів);
- зовнішньоекономічний контракт на переробку іноземної давальницької сировини в Україні;
- рахунок — фактуру;
- товаросупровідні документи на давальницьку сировину;
- документи контролю за доставкою давальницької сировини;
- дозвіл (у разі необхідності) органів державної виконавчої влади на право ввезення такої сировини;
- експертний висновок торгово-промислової палати про реальний вихід готової продукції із даної давальницької сировини;
- висновок Мінекономіки (у разі необхідності) про віднесення операцій до зовнішньоекономічних операцій з давальницькою сировиною.

Якщо ж частина іноземної давальницької сировини використовується для оплати послуг з переробки, додатково оформлюються такі документи:

- окрема ввізна вантажна митна декларація на вартість давальницької сировини, що є платою за переробку;
- рахунок-фактура;
- дозвіл (ліцензія) на імпорт (у разі необхідності).

Давальницька сировина, що ввозиться на митну територію України іноземним замовником, обкладається акцизним збором у порядку, що застосовується у разі ввезення підакцизних товарів. Сплата акцизного збору провадиться шляхом видачі простого векселя державній податковій інспекції. Суб'єкт підприємницької діяльності оформлює вексель виключно на вексельному бланку, який потрібно придбати в банківській установі. Використовується простий вексель з обов'язковим виділенням окремими рядками найменування і сум мита, податків та зборів, в оплату яких виданий вексель. Вексель виписується у валюті контракту на переробку давальницької сировини і не підлягає передачі шляхом індосаменту. Місцем, в якому повинен бути здійснений платіж, є місцезнаходження уповноваженого банку України, в якому відкрито розрахунковий рахунок векселедавця. Векселеутримувачем виступає державна податкова інспекція за місцезнаходженням суб'єкта підприємницької діяльності. Вексель (письмове зобов'язання) оформляється в трьох примірниках. Відповідальність за правильність вказаного в ньому строку платежу і за своєчасність його оплати несе векселедавець.

З метою погашення векселя (письмового зобов'язання) векселедавець подає державній податковій інспекції заяву із зазначенням дати прийняття на облік і облікового номера векселя (письмового зобов'язання). Погашення векселя (письмового зобов'язання) здійснюється шляхом проставлення на ньому надпису «Погашено», завіреного підписом начальника державної податкової інспекції і печаткою державної податкової інспекції. Вексель погашається також у разі часткового вивезення готової продукції, передбаченого умовами контракту, за межі митної території України, якщо український виконавець документально підтвердив сплату акцизного збору і ввізного мита, податків та зборів, які мають бути сплачені при ввезенні в Україну частини сировини, з якої вироблено не вивезену з України готову продукцію. Для визначення суми акцизного збору, податків та зборів вартість давальницької сировини перераховується у валюту України за офіційним валютним курсом Національного банку України на день платежу за векселем.

Державна податкова інспекція є уповноваженим органом Міністерства фінансів України, який може дати суб'єкту підприємницької діяльності дозвіл на відстрочення оплати векселя (письмового зобов'язання). Такий дозвіл видається на строк, що не перевищує ніж 90 днів. У разі подальшої необхідності відстрочення оплати векселя державна податкова інспекція може надати

суб'єкту підприємницької діяльності новий дозвіл. Загальний строк не може перевищувати 270 днів.

Для відстрочення оплати векселя (письмового зобов'язання) векселедавець не пізніше ніж за 5 робочих днів до закінчення строку, на який виданий вексель (письмове зобов'язання), повинен звернутися до державної податкової інспекції за його місцезнаходженням з письмовою заявою про таке відстрочення і із зобов'язанням про подальше погашення векселя (письмового зобов'язання).

Органи податкової служби можуть видати дозвіл на відстрочення оплати векселей або погашення письмових зобов'язань окремим суб'єктам підприємницької діяльності, які здійснюють операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах, на умовах податкового кредиту, до настання строку фактичного відвантаження готової продукції іноземному замовнику. За користування кредитом суб'єкт підприємницької діяльності вносить в бюджет, в який він сплачує податок на прибуток підприємств, щомісячну плату виходячи з облікової ставки Національного банку України від суми, зазначеної у векселі. В заяві повинен вказуватися строк, на який векселедавець просить відстрочення, і обґрунтована їй необхідність.

У разі звернення до державної податкової інспекції у вказаний строк начальник податкової інспекції зобов'язаний протягом 5 робочих днів розглянути заяву і ухвалити рішення про відстрочення платежу векселя або про відмову у відстроченні, про що повідомляється заявник. Рішення ухвалюється з обов'язковим врахуванням висновку про фінансовий стан заявника, яке готується управлінням податків та зборів державної податкової інспекції.

8.1.4. Перейдемо до розгляду правового регулювання операцій із здійснення закупівлі давальницької сировини іноземним замовником на митній території України.

Період здійснення операцій з давальницькою сировиною, закупленою іноземним замовником за іноземну валюту на митній території України у суб'єктів підприємницької діяльності, становить 90 днів.

У разі виготовлення з давальницької сировини підакцизних товарів, за умови їх вивезення за межі митної території України, український виконавець не сплачує акцизний збір. Іноземний замовник має право реалізувати готову підакцизну продукцію, виготовлену із давальницької сировини, закупленої ним на митній території, шляхом укладання контрактів з покупцями готової продукції за умови попередньої реєстрації його постійного представництва в Україні.

Давальницька сировина вивозиться з митної території України на підставі подання українським замовником органів митного контролю письмового зобов'язання щодо повернення в Україну готової продукції, виробленої з цієї сировини. Документальним підтвердженням факту здійснення цих операцій є первинні документи, зокрема, це вантажно-митні декларації на давальницьку сировину, яка вивозиться за межі України.

Зазначимо особливості заповнення граф вантажно-митної декларації. Зокрема, у першому підрозділі графі 1 «Тип декларації» проставляється літерний код напряму переміщення товарів «ЕК», у другому — код митного режиму «61» при вивезенні давальницької сировини українського замовника, третій підрозділ не заповнюється. У графі 9 «Особа, відповідальна за фінансове врегулювання» зазначаються реквізити векселедавця. У графі 31 «Вантажні місця та опис товару» «Маркування та кількість номери контейнерів опис товару» при вивезенні давальницької сировини українського замовника перед описом товару зазначається «Давальницька сировина».

Готова підакцизна продукція, вироблена з давальницької сировини українського замовника, що ввозиться на митну територію України, звільняється від обкладання ввізним митом, податками та зборами, які справляються при імпорті товарів. Необхідно мати на увазі, що ввезена готова продукція, виготовлена із давальницької сировини українського замовника, та отримані ним від нерезидента послуги щодо її переробки, обробки, збагачення є об'єктом обкладання ПДВ. Але підприємці не повинні сплачувати ПДВ від отриманих послуг з переробки давальницької сировини, якщо виготовлена з неї готова продукція реалізується за межами України.

Це пояснюється тим, що об'єктом обкладання ПДВ є операції платників податку з отримання робіт (послуг), що надаються нерезидентами для їх використання або споживання на митній території України. При вивезенні українським замовником давальницької сировини за межі митної території України та поверненні в Україну валютної виручки від реалізації готової продукції, отримані українським замовником від нерезидента послуги з переробки, обробки та збагачення вивезеної ним давальницької сировини, не можуть використовуватися або споживатися на митній території України, оскільки готова продукція, виготовлена іноземним виконавцем, не ввозиться ним на митну територію України, а реалізується за її межами. Отже, такі послуги, надані нерезидентом — виконавцем не є об'єктом обкладання податком на додану вартість.

Комплексний підхід до вирішення проблеми оподаткування доходів нерезидентів від діяльності в Україні сприятиме залученню до оподаткування значних сум доходів нерезидентів, що отримуються ними із джерелом походження з України. Облік та статистична інформація про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах регулюється положенням статті 8 Закону України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах». Цей облік виконують органи Державного митного комітету України та органи Головної державної податкової інспекції. Міністерство статистики України здійснює опублікування статистичної інформації. Контракти (договори), на підставі яких здійснюються операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах, обліку (реєстрації) не підлягають, за винятком договорів щодо давальницької сировини українського замовника, що вивозиться за межі митної території України, на яку поширюється спеціальний режим експорту, а також у випадках, коли контрактом передбачена реалізація готової продукції в країні виконавця або вивезення її до іншої країни.

Держава надає такі гарантії при здійсненні операцій з давальницькою сировиною:

1. Держава гарантує додержання прав і законних інтересів замовників і виконавців, у тому числі право розпорядження на власний розсуд давальницькою сировиною і продукцією, виготовленою з її використанням.

2. Державні органи несуть відповідальність перед замовниками і виконавцями за дії, що суперечать чинному законодавству і завдають цим суб'єктам господарювання збитків, на умовах і в порядку, передбачених законодавством України.

Операції з давальницькою сировиною (толінг) є досить зручним інструментом для здійснення експорту — імпорту. Закон «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» передбачає всеосяжний контроль держави за їх здійсненням. Наприклад, готова продукція, вироблена із давальницької сировини, ввезеної іноземним замовником може реалізуватися на митній території України лише через зареєстроване ним в Україні постійне представництво. В Законі наведені й інші подібні умови здійснення операцій з давальницькою сировиною. Обов'язки контролю за такими операціями покладено на численні органи державного та корпоративного управління.

8.1.5. Розглянемо порядок вивезення давальницької сировини українського замовника за межі митної території України та повернення в Україну готової продукції.

Давальницька сировина, що не обкладається вивізним (експортним) митом, податками та зборами, вивозиться з митної території України на підставі подання українським замовником митному органу письмового зобов'язання щодо повернення в Україну готової продукції, виробленої з цієї сировини (або повернення в Україну коштів від реалізації готової продукції за межами України, крім тієї готової продукції, що виготовлена з давальницької сировини та має заборону на експорт), не пізніше ніж через 90 календарних днів з моменту оформлення вивізної вантажної митної декларації). Проте для певних видів продукції є виключення — 60 або 150 днів.

Контрактна вартість готової продукції, що підлягає ввезенню на митну територію України, має бути не менше, ніж сума митної вартості вивезеної давальницької сировини та суми коштів, що сплачені (підлягають сплаті) за переробку (обробку, збагачення чи використання) цієї сировини.

Якщо давальницька сировина, що вивозиться за межі митної території України українським замовником, підлягає обкладенню вивізним (експортним) митом, податками та зборами, їх сплата (крім митних зборів) проводиться українським замовником шляхом видачі простого векселя з відстроченням платежу на період здійснення операцій з давальницькою сировиною, але не більш, як на 90 календарних днів з моменту оформлення вивізної вантажної митної декларації.

У разі ввезення в Україну готової продукції у повному обсязі у період, на який надається відстрочення платежу, вексель погашається і вивізні мито, податки та збори (крім митних зборів) не справляються. Якщо готова продукція в обумовленому контрактом обсязі не ввозиться у визначений Законом строк або в Україну повертаються кошти від реалізації готової продукції, український замовник зобов'язаний оплатити вексель.

Вивезення за межі митної території України давальницької сировини (крім тієї її частини, що використовується українським замовником для розрахунків з іноземним виконавцем) не підлягає квотуванню і ліцензуванню у разі поширення на товари, що вивозяться як давальницька сировина режиму квотування і ліцензування, спеціального режиму експорту, а також якщо контрактом передбачено вивезення давальницької сировини у вигляді товарів, експорт яких підлягає обліку (реєстрації), за умови подальшої реалізації продукції в країні виконавця або в іншій країні. Вивезення давальницької сировини здійснюється за умови реєстрації зовнішньоекономічного контракту в Міністерстві економіки України.

Кабінет Міністрів України може тимчасово обмежувати або забороняти вивезення окремих видів давальницької сировини, реалізацію за межами України окремих видів готової продукції, виготовленої з давальницької сировини українських замовників, або ввезення окремих видів готової продукції, виробленої з використанням цієї сировини українським замовником, якщо це може завдати шкоди економіці країни.

У разі потреби за запитом митних органів або органів державної податкової служби визначення операцій як таких, що належать до операцій з давальницькою сировиною, здійснюється Міністерством економіки України або уповноваженими ними органами на підставі акта експертизи, виданого торгово-промисловою палатою України або регіональними торгово-промисловими палатами.

Порушення норм Закону «Про операції з давальницькою сировиною» та інших актів законодавства під час здійснення операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах тягне за собою відповідальність згідно з чинним законодавством. Держава гарантує додержання прав і законних інтересів замовників і виконавців операцій з давальницькою сировиною, у тому числі право розпоряджатися на власний розсуд давальницькою сировиною і готовою продукцією, виготовленою з її використанням.

8.2. Особливості використання давальницької сировини на підприємствах швейної промисловості України

8.2.1. Швейна галузь, як і всі інші сфери господарювання, зазнала значних змін за роки трансформації національної економіки. Слід зазначити, що до 1991 року потреби населення України в одязі і взутті майже повністю забезпечувались вітчизняними підприємствами. Крім того, значна частина одягу відвантажувалася до інших республік. Продукція швейної галузі сягала майже 40 % загального обсягу випуску непродовольчих товарів. Наприкінці 80-х років на модернізацію галузі було спрямовано понад 87 млн. дол. США, що дозволило збудувати нові фабрики, величезні цехи, виконати технічне переоснащення більшості підприємств швейної галузі, зокрема тих, які спеціалізувалися на виготовленні пальтово-костюмної групи. Майже в кожній області працювала одна, а то і дві-три швейні фабрики з чисельністю персоналу від 200 чоловік в районних центрах до 2,5—3,0 тис. чоловік у обласних. П'ятнадцять фабрик мали технічний потенціал європейського рівня.

Починаючи з середини 90-х років, Узбекистан, Туркменистан та інші колишні радянські республіки утворили із підприємцями Кореї і Китаю спільні підприємства з переробки бавовни-сирцю, що призвело до зменшення виробництва бавовняних тканин підприємствами України в 11 разів.

Особливо важкою для легкої промисловості України виявилася перша половина 90-х років, коли спостерігалось масове звільнення працівників цієї галузі або відправка їх у неоплачувані відпустки. Саме в цей період чисельність працівників легкої промисловості України скоротилася на 404 тис. чол. або на 53,4 % (рис. 8.1). Протягом півтора десятиліття чисельність працюючих у легкій промисловості скоротилась втричі і склала 245 тис. чол. порівнюючи з 756 тис. чол. станом на 1990 р. Держава залишила легку промисловість самостійно шукати вихід із важкої ситуації, не координуючи її функціонування і не захищаючи внутрішній ринок від дешевих і неякісних імпортованих товарів. Підприємства швейної промисловості були змушені перейти на роботу із давальницькою сировиною, намагаючись таким чином зберегти колективи і «вижити» в цей період.

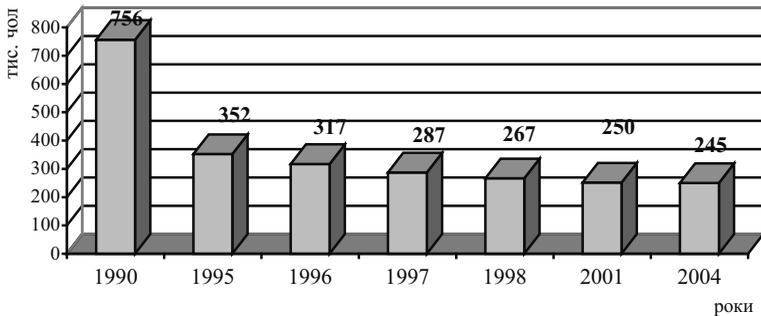


Рис. 8.1. Чисельність працівників легкої промисловості України в 1990—2004 рр.

Впродовж 1991—2004 рр. виробництво найважливіших видів продукції скоротилось більш як у 10 разів, а за окремими видами продукції — у 20 разів. На середину першого десятиліття XXI століття склалась певна позитивна тенденція сталого зростання виробництва швейної продукції. Все ж його загальний рівень залишився набагато нижчим, ніж у дореформенні часи і становив близько 20 % від рівня 1990 р.

Частка легкої промисловості в загальному обсязі промислового виробництва України скоротилася з 12,3 % у 1990 році до 1,7 %

у 2004 році (рис. 8.2). В 1992 році спостерігалось найбільше зменшення частки легкої промисловості в загальному обсязі промислового виробництва майже вдвічі. Це явище відбувалося і в наступні роки, що пояснюється дисбалансом, який виник у структурі легкої промисловості колишнього Радянського Союзу, коли взаємодоповнюючі елементи цієї структури опинилися у власності різних країн. З'явився ряд нових проблем, яких не існувало раніше: виконання митних формальностей, сплата податків та зборів, отримання ліцензій на імпортні та експортні операції тощо.

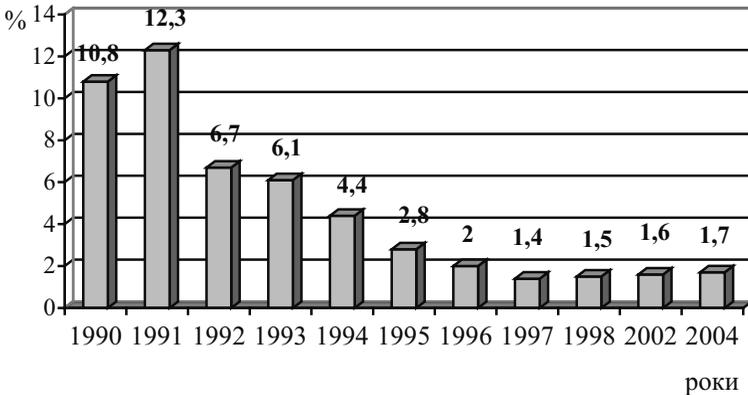


Рис. 8.2. Питома вага обсягів продукції легкої промисловості в сукупному обсязі промислового виробництва України в 1990—2004 рр.

Поміж об'єктивних чинників, що вплинули на різке падіння виробництва швейної продукції, слід зазначити і низький рівень захисту внутрішнього ринку України як від так званої «сірої» продукції національного виробника, так і неконтрольоване ввезення на митну територію України продукції іноземного походження без обкладання відповідними податками, платежами та зборами, що обумовлювало порівняно низьку ціну реалізації на ринку України цієї продукції. За різними оцінками, понад 60 % продукції, що реалізується в торгівлі, є продукцією іноземного походження.

Головними чинниками, які сприяли орієнтації українських швейних підприємств на західні ринки збуту не лише в сфері продажу власної виробленої продукції, але також і послуг з переробки давальницької сировини, були такі: неконтрольований імпорту дешевих товарів масового споживання і відсутність нормативної бази, яка захищала б внутрішній ринок від контрабандних

товарів; втрата ринків збуту внаслідок згорання системи оптової торгівлі і перенесення роздрібного товарообігу із торгових закладів на речові ринки; гостра нестача оборотних коштів; відсутність середньо- і довгострокового кредитування на сприятливих умовах; дефіцит стратегічно важливих для галузі видів сировини (бавовна, поліефірні нитки, поліуретанові композиції тощо).

Іноземні фірми охоче йшли на співпрацю із українськими швейними підприємствами в зв'язку з тим, що вони мали значно нижчий рівень оплати робочого часу, високу якість продукції, сучасну технічну оснащеність, близькість до європейського ринку.

Співпраця з іноземними партнерами за схемою роботи на давальницькій сировині має як позитивні, так і негативні результати, на які свідомо йдуть швейні підприємства України.

Негативні наслідки полягають у низькому рівні рентабельності даного виду діяльності, зростанні зносу устаткування і машин у зв'язку із високою інтенсивністю їх використання; позитивні — у придбанні нових технологій, використанні сучасних моделей, отримання досвіду технології виготовлення продукції, яка відповідає світовим стандартам.

Давальницька сировина почала користуватися особливим попитом у підприємств текстильної і швейної промисловості. Розміщення іноземних замовлень на вітчизняних підприємствах забезпечує завантаження робочих місць, надає можливість вижити в сьогоденних складних ринкових умовах, отримати додатковий прибуток і, одночасно, одержати відповідний досвід з організації виробництва. Правильна організація укладання угод з переробки давальницької сировини, — це запорука успіху підприємства в майбутньому.

За даними Державного комітету статистики України понад 80 % швейних підприємств станом на середину десятиліття працювали на основі зовнішньоекономічних контрактів з переробки давальницької сировини.

Як правило, рівень випуску найпоширеніших швейних виробів з давальницької сировини становив від 65 до 95 %, за винятком постільної білизни. Якщо врахувати, що з усієї давальницької сировини частка національної давальницької сировини становить, залежно від виду одягу, від 2 до 9 %, то зрозуміло, що в Україні з давальницької сировини виготовляється лівова частка швейної продукції.

В структурі зовнішньої торгівлі України товарна група «Текстиль та текстильні вироби» є досить вагомою експортною позицією, і посідає шосте місце після таких видів продукції як метали,

мінеральні продукти, машини, устаткування та механізми, продукція хімічної промисловості, продукти рослинного походження. Майже 200 підприємств швейної промисловості України, що складає 70 % від їх загальної кількості, працювали на давальницькій сировині.

8.2.2. Випуск швейної продукції із давальницької сировини здійснюється за наступною схемою: іноземна фірма укладає з українським підприємством зовнішньоекономічний контракт, відповідно до якого вона постачає сировину і фінансує її переробку, оплачує роботу працівників підприємства, а потім реалізує виготовлений в Україні одяг під своїми торговими марками у своїй країні та за її межами. Така форма міжнародної кооперації дозволяє фірмі з найменшими витратами одержувати готові вироби, що мають значно нижчу собівартість, ніж аналогічні вироби власного виробництва. Українському підприємству ж ця схема вигідна тим, що воно отримує якісну сировину, без затрат на неї власних обігових коштів, тобто одержує кредитні ресурси, що передбачає не тільки погашення витрат на переробку сировини, але й одержання прибутку для подальшого технічного переоснащення та розвитку підприємства.

Співпраця з іноземними партнерами за схемою роботи на основі переробки давальницької сировини має як позитивний, так і негативний результати, на які свідомо йдуть підприємства. З одного боку, псується устаткування і машини швейних підприємств у зв'язку із високою інтенсивністю їх використання, а з іншого боку — з'являються нові технології, використовуються сучасні моделі, поліпшується якість продукції.

Схема зв'язків швейної промисловості України з іноземними партнерами зображена на рис. 8.3.

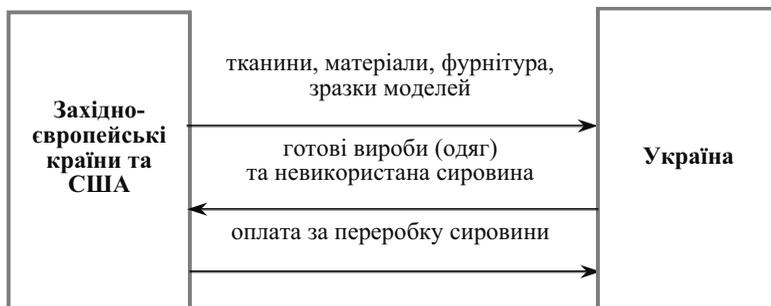


Рис. 8.3. Схема зв'язків швейної промисловості України з іноземними партнерами

Іноземні фірми надають швейним підприємствам України замовлення, минаючи країни Східної Європи, тому що на цих підприємствах ще є сучасне обладнання, збереглась низька заробітна плата, забезпечується досить висока якість продукції. Україна також має близьке до європейського ринку територіальне розташування. В кризових умовах швейні підприємства України втратили внутрішні ринки збуту.

Серед причин втрати внутрішніх ринків збуту українськими швейними підприємствами однією з домінуючих є відсутність ефективних каналів розподілу, насамперед через оптових посередників, які були б здатні реалізувати в повному обсязі продукцію, вироблену підприємствами швейної промисловості України, що працюють на повну потужність.

Всередині першої декади ХХІ ст. іноземна давальницька сировина посідала, хай не чільне, а все ж таки помітне місце у структурі вартості загального імпорту та експорту.. Динаміка експорту швейних виробів із України та імпорту швейних виробів в Україну зображена на рис. 8.4 та 8.5.

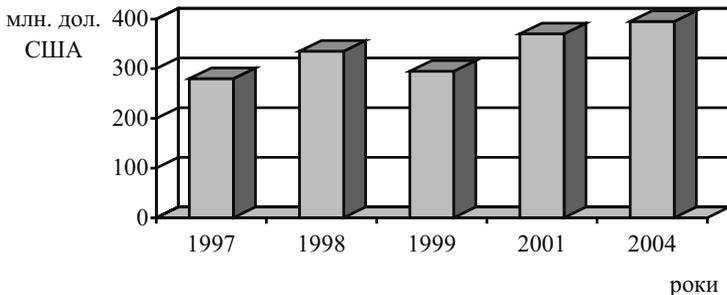


Рис 8.4. Динаміка експорту швейних виробів із України в 1997—2004 рр.

Динаміка експорту швейних виробів з України та імпорту швейних виробів в Україну свідчить про відносну рівномірність і відповідність у змінах обсягів експорту та імпорту протягом 1997—2004 рр., тобто при зниженні або зростанні рівня імпорту відбувається і зниження рівня експорту та навпаки. Обсяги експорту швейних виробів із України перевищують відповідні показники імпорту за даний період в середньому в 13 разів. Це свідчить про реальну можливість підприємств швейної галузі України забезпечувати потреби власного населення і населення інших країн.

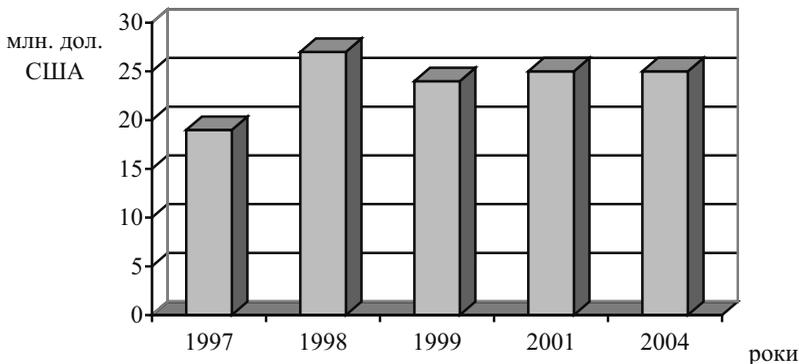


Рис 8.5. Динаміка імпорту швейних виробів в Україну в 1997—2004 рр.

Діяльність швейних фабрик України на давальницькій сировині не дозволяє мати таку рентабельність, яку вони мали на початку 90-х років. Окрім того підприємство позбавляється можливості акумулювати власні кошти в повному обсязі. Проте ця схема роботи дозволяє отримувати певний прибуток і вчасно виплачувати заробітну плату, вносити до бюджету податки та іноді спрямовувати кошти на розвиток власної матеріально-технічної бази. Для держави така схема виробництва є також економічно вигідною на даному етапі розвитку економіки України, оскільки дає можливість простежити рух грошових коштів на рахунках підприємства, спрощує збір податків. Підприємствам така схема теж вигідна, оскільки вони своєчасно отримують кошти за надані послуги з виготовлення одягу. Для великих швейних підприємств України, («Полтавська фірма «Ворскла», київські фабрики «Желань», «Україна», «Дана», луганська «Стиль» тощо), найоптимальнішою схемою функціонування є виконання замовлень зарубіжних фірм з виготовлення продукції із давальницької сировини. Наприкінці 2004 року за схемою роботи на давальницькій сировині працювало 147 із 166 швейних фабрик України, тобто 86,6 % їх загальної чисельності.

Поглянемо на Європейський Союз. Виробництво швейних виробів із давальницької сировини має в ЄС багаторічну традицію. Найактивнішими у цій сфері є німецькі швейні фірми, які співпрацюють як із своїми, так і з зарубіжними підприємствами. Німеччина є найбільш сприятливим ринком для реалізації послуг українських швейних фабрик. Саме німецькі фірми є головними замовниками послуг з виробництва одягу вітчизняними підпри-

ємствами із давальницької сировини. Їх питома вага у загальному обсязі замовлень в Україні складає майже 50 %. Іншими значними замовниками є фірми Канади, Франції, США, Італії, Голландії, Великобританії та ін. (рис. 8.6).

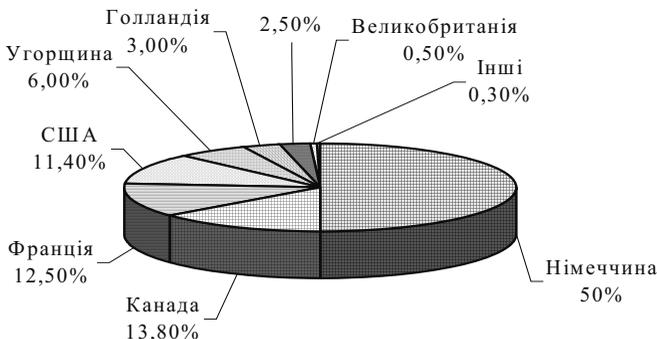


Рис. 8.6. Частка країн Західної Європи у переробці давальницької сировини швейними фабриками України в 2004 році

Операції з виготовлення одягу із давальницької сировини здійснюються в такій послідовності: вивезення із іноземних країн сировини, лекал моделей, тканини, ниток, пряжі, гудзиків та ін.; переробка сировини (пошив одягу підприємством країни, де є дешева робоча сила); імпорт готових виробів країнами замовниками (рис. 8.7).



Рис. 8.7. Схема виробництва одягу з давальницької сировини

Слід звернути особливу увагу на повну залежність підприємств-виконавців замовлень від європейських партнерів стосовно матеріалу, крою, дизайну та строків.

Давальницьке виробництво використовується розвинутими європейськими країнами-замовниками у виробництві всіх видів одягу, в першу чергу — чоловічого та жіночого. Білизна, робочий одяг і текстильні вироби для домашнього вжитку часто ввозяться шляхом імпорту. В загальноєвропейському ринку послуг з виготовлення одягу із давальницької сировини у 2004 році найбільша частка припадала на Німеччину — 69 %, частка Франції становила 11 %, Голландії — 8 %, Італії — 5 % (рис. 8.8).

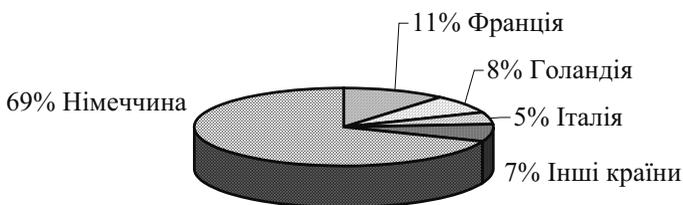


Рис. 8.8. Структура загальноєвропейського ринку послуг з виготовлення одягу із давальницької сировини у 2004 р.

Найважливішим в операціях з давальницькою сировиною є чинник вартості праці. Найвищою вартість праці є в Німеччині — 0,35 євро за хв. та країнах Південної Європи (Італія, Іспанія, Греція та ін.) — 0,2 євро за хв. в середньому. Найнижчий рівень оплати праці з переробки давальницької сировини притаманний країнам Східної Європи, Африки та Азії, де даний показник в середньому складає відповідно 0,085 євро за хв., 0,115 євро за хв. і 0,11 євро за хв. В Україні оплата однієї хвилини праці швачки складала 0,025—0,035 євро і була найнижчою.

Виробництво одягу із давальницької сировини було найбільш вигідним для країн-замовників саме в Україні.

Поміж позитивних моментів такої діяльності підприємств слід по-перше зазначити, перш за все, вільний доступ до прогресивних технологій, методів управління, організації праці, що супроводжує роботу швейних підприємств за контрактами за умов давальницької сировини. По-друге, можливість проведення технічного переоснащення виробництва за сприяння контрагентів (протягом останніх двох років швейні підприємства України закупили устаткування на суму близько 5 млн. дол. США). По-третє, збереження виробничого та кадрового потенціалу швейної галузі,

важливість якої для економіки України зумовлюється соціальним спрямуванням.

Разом з тим, безумовно негативним чинником є те, що за такої структури виробництва, лише незначна частка продукції спрямовується на внутрішнє споживання. Існуючий рівень оплати послуг швейних підприємств за давальницьких умов є одним з найнижчих поміж країн Європи. За таких умов для більшості підприємств контракти на виготовлення продукції з давальницької сировини не створюють умов для сталого накопичення коштів для технічного переозброєння виробництва. Робота на давальницькій сировині не стимулює підприємства до активніших пошуків розширення ринків збуту продукції в Україні.

Зазначені вище проблеми не вичерпують всіх аспектів діяльності швейних підприємств, що обумовлені структурою їх виробничих програм. Наведена інформація вимагає подальше вивчення економічної складової виробництва продукції за давальницьких умов, факторів, які спонукають вітчизняних підприємств працювати за такою схемою та розробки відповідної галузевої політики.

8.2.3. Здійснення операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічній діяльності полтавської фірми «Ворскла».

Закрите акціонерне товариство полтавська фірма «Ворскла» є одним з найбільших підприємств на Україні в галузі легкої промисловості, що спеціалізується на виготовленні дитячого і жіночого одягу для реалізації на зовнішньому та внутрішньому ринках і широко використовує в своїй зовнішньоекономічній діяльності операції з переробки давальницької сировини.

Тенденція до роботи на давальницькій сировині у фірмі «Ворскла» з'явилася на початку 1990-х років. Саме в той період сформувався дефіцит сировини місцевого виробництва, а імпортової сировини практично не було. Фірма «Ворскла» почала активно використовувати давальницьку сировину у 1992 році. В 1992—1994 рр. частка переробки давальницької сировини складала 28—40 % загального об'єму випуску продукції. З поглибленням економічної кризи в Україні і зниженням внутрішніх замовлень на виробництво жіночого одягу фабрика значно збільшила частку іноземних замовлень, довівши їх до 86 % в 1997 р. і до 90 % в 1998 р. Це дозволило уникнути закриття підприємства, незважаючи на явну збитковість виконання замовлень для деяких західних партнерів.

Особливістю роботи на давальницькій сировині є те, що іноземні фірми залежать від оптових покупців і тому часто розмі-

шують на українських фабриках виготовлення широкого асортименту одягу, але дуже малими партіями (25—50 шт.).

Механізм операцій з давальницькою сировиною є таким: іноземна фірма укладає з підприємством контракт, згідно з яким вона надає сировину і фінансує її переробку, оплачує роботу підприємства і реалізує в своїй країні та за кордоном вироблений в Україні товар під своїми торговельними марками. Фірма отримує з сировини продукцію за найнижчою собівартістю, включаючи витрати на доставку сировини та готових виробів з України. Підприємству ж ця схема цікава тим, що воно отримує дефіцитну сировину, не вкладаючи в неї свої кошти та отримує фінансування процесу виробництва, яке передбачає не тільки погашення затрат, а й отримання прибутку.

Головними замовниками виготовлення одягу з давальницької сировини на підприємстві нині виступають фірми Німеччини. Їх частка в загальному обсязі замовлень складає понад 75 %. Це, зокрема, такі фірми, як «Montana», «Verse», «Henk», «Aui». Фірма «Ворскла» також співпрацює з такою фірмою Франції, як «Artex», але її замовлення є дуже незначними.

ЗАТ «Ворскла» зацікавлена в тому, щоб виготовлена продукція користувалася великим попитом і була конкурентноспроможною на зовнішньому і внутрішньому ринках, тому для забезпечення високого рівня якості виробництва на підприємстві проходить розробка та впровадження «Системи менеджменту якості» відповідно до міжнародного стандарту ISO 9001-2000.

Вдосконалення операцій із давальницької сировини з метою підвищення їх ефективності може здійснюватись шляхом втілення певного ряду заходів, до яких слід віднести орієнтацію на найновіші досягнення науково-технічного прогресу, залучення новітніх технологій виробництва та управління, скорочення виробничого циклу, зниження непродуктивних витрат робочого часу, підвищення продуктивності праці тощо.

Усунення вищезазначених недоліків значно підвищить ефективність контрактної роботи швейних підприємств, що працюють на засадах давальницької сировини, зокрема і «Полтавської фірми «Ворскла», нададуть можливість збільшити економічний ефект діяльності підприємства.

В цілому, діяльність на принципах давальницької сировини має як позитивний, так і негативний ефекти. Серед недоліків для фірми «Ворскла», зокрема, слід вказати збитки від роботи з західною фірмою «Redgreen» (Данія) із — за збільшення собівартості продукції, проблеми неповної зайнятості, зношення обладнання і

машин у зв'язку з високою інтенсивністю їх використання. Позитивний результат співробітництва із західними партнерами для фірми полягає у підвищенні професійної майстерності персоналу фірми, можливості доступу до нових технологій, підвищення якості продукції.



Контрольні питання

1. Який нормативно-правовий нині є основою регулювання операцій з давальницькою сировиною в Україні?
2. Які зміни були внесені до Закону України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» 2001 року порівнюючи з варіантом 1995 року?
3. Структура Закону України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах» № 2761-III від 4.10.2001.
4. Які основні поняття щодо операцій з давальницькою сировиною визначаються в Законі № 2761-III від 4.10.2001?
5. Який існує порядок ввезення на митну територію України давальницької сировини іноземного замовника та вивезення виробленої з неї готової продукції?
6. Порядок реалізації на митній території України готової продукції, що вироблена з давальницької сировини, ввезеної іноземним замовником.
7. Який існує порядок закупівлі на митній території України іноземним замовником давальницької сировини та порядок реалізації або вивезення виробленої з неї готової продукції?
8. Порядок вивезення давальницької сировини українського замовника за межі митної території України та повернення в Україну готової продукції.
9. Який існує порядок розрахунків за переробку, обробку, збагачення чи використання давальницької сировини?
10. Які ознаки визначення операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах?
11. Відповідальність за порушення здійснення операцій з давальницькою сировиною.
12. Назвіть обмеження щодо використання природних ресурсів під час здійснення операцій з давальницькою сировиною.
13. Які гарантії надає держава при здійсненні операцій з давальницькою сировиною?
14. У чому полягає економічний зміст операцій з давальницькою сировиною у ЗЕД?
15. Особливості використання операцій з давальницькою сировиною на підприємствах швейної промисловості України.
16. Що таке «толінг»?

РОЗДІЛ

9

МІЖНАРОДНІ МОРСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ

9.1. *Нормативно-правові акти та література.*

9.2. *Послуги морського транспорту.*

9.3. *Агентування суден.*

9.1. Нормативно-правові акти та література

1924 року у м. Брюссель було укладено дві конвенції:

- про уніфікацію принципів, що стосуються коносаментів;
- про уніфікацію принципів, що стосуються обмеження відповідальності власників морських суден.

Перша конвенція відома ще й як «Гаазькі правила» (чинна з 2 червня 1931 р.). Конвенцію було доповнено Брюссельськими протоколами від 23.02.1968 р. та 21.02.1979 р. Вони відомі як «Правила Візбі». У доповненому варіанті цю Конвенцію називають «Гаазько-Візбзькими правилами».

Новий варіант другої конвенції було ухвалено 1957 року. Потім Конвенцію було доповнено Брюссельським протоколом від 23.02.1979 року.

У березні 1978 р. на конференції в Гамбурзі було ухвалено Конвенцію ООН про морське перевезення вантажів. Вона замінила першу з названих вище Брюссельську конвенцію 1924 р.

З додатковою інформацією читач може ознайомитися за:

— темою 12 «Міжнародне транспортне право» у навчальному посібнику І. І. Дахна «Міжнародне економічне право». — К.: Центр навчальної літератури, 2006;

— розділом 10 «Міжнародні перевезення пасажирів та вантажів» у навчальному посібнику І. І. Дахна «Міжнародне приватне право». — К.: МАУП, 2001, 2004.

Цієї теми безпосередньо стосуються такі вітчизняні нормативно-правові акти:

• «Кодекс торговельного мореплавства України». Ухвалено Верховною Радою України 23.05.1995 р. № 277/95-ВР // Відомості Верховної Ради України, 1995, № № 47-52.

- «Інструкція про порядок митного контролю за агентською (шипчандлерською) діяльністю в морських і річкових портах України, відкритих для заходжень суден закордонного плавання».

Затверджено наказом Державної митної служби України від 21.10.1996 р. № 491. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 24.02.1997 р. за № 44/1848. Код нормативного акта 250/1/1997 // Офіційний вісник України, 1997, № 8, книга друга.

- «Умови і правила здійснення агентування і фрахтування морського торговельного флоту і контроль за їх дотриманням. Затверджено наказом Міністерства транспорту України від 17.05.1994 р. № 247. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 8.06.1994 р. за № 127/336. Опубліковано в «Інформаційному бюлетні Українського державного центру правової інформації», 1994, випуск 13.

- «Про портові збори». Постанова Кабінету Міністрів України від 12.10.2000 р. № 1544 // Офіційний вісник України, 2000, № 42.

Далі пропонуємо увазі читачів бібліографію, що стосується предмету цього розділу.

1. Програма соціально-економічного розвитку морських торговельних портів України до 2010 року: Затверджена рішенням спільного засідання Колегії Міністерства транспорту України та Одеської обласної державної адміністрації від 18 лютого 2002 р. № 10 // www.smt.yuzhny.com

2. *Михансюк І., Мельник А, Крупка М., Залоза З.* Державне регулювання економіки, за ред. док-ра економічних наук професора, академіка АН І. Р. Михансюка. — Львівський ун. ім. І. Франка, Львів. — Українські технології. 1999, — 640 с.

3. Морские фрахтовые и транспортные термины, редактор В. С. Плетнев, тех. ред. Е. А. Тихонова. — Одесса: Морской транспорт. 1957, — 133 с.

4. *Окландер М. А., Хромов О. П.* Промислова логістика: Навчальний посібник — Київ: Центр навчальної літератури. 2004, — 222 с.

5. *Плужников К. І.* Транспортное экспедирование. — Москва: РосКонсульт. 1999, — 270 с.

6. *Примачев Н. Т., Примачев С. И.* Морские торговые порты в системе интермодальных транспортных сообщений. — Одесса: Институт проблем рынка и экономика-экологических исследований. 2001, — 214 с.

7. Совершенствование управления морскими торговыми портами: Чекаловец В. И., Кладин А. Л., Столяров Г. П. и др. — Одесса: ОНМУ. 2002, — 142 с.

8. *Степанов О. Н.* Современные принципы управления морскими портами: монография. — Одесса, 2005, — 318 с.

9. *Ханин М. С.* Международное морское судоходство. Экономика. Политика: Учеб. Пособие. — Москва: РосКонсульт. 2001, — 334 с.

10. *Чекаловец В. И.* Современные принципы управления и организации в морских портах. — Одесса: ОГМУ. 2000, — 36 с.

11. *Агеев О.* Шляхи інтеграції України в транспортну систему Європи // Урядовий кур'єр. — 16 квітня, 2005. — № 71. — С. 17.
12. *Березняк В.* Стратегическая задача — развитие порта // Порты Украины. — май — июнь 2005. — № 3 (53). — С. 32—33.
13. *Борисенко В.* Международные контейнерные перевозки: развитие портовой инфраструктуры // «Судоходство». — 2004. — № 9—10. С. 23—24.
14. *Грязев А.* Невеселый финиш 2005-го, сложный старт 2006-го // Судоходство. — апрель 2006. — № 4 (119). — С. 36—37.
15. *Заволока С. М.* Обґрунтування форм і методів оновлення морських торговельних портів України // Економіка та держава. — 2005. — № 8. — С. 42—45.
16. *Ильницький К.* Все о торговом флоте Украины // Порты Украины. — сентябрь — октябрь 2005. — № 5 (55). — С. 48—49.
17. *Кифак А., Поперняк А.* Проблемы создания негосударственных морских портов // Судоходство. — 2001. — № 10—11, 12. — С. 47—48, 36—37.
18. *Корнеев А. Н.* Техника флаговых операций // TRANSMARKET +. — 2005. — № 2. — С. 34—39.
19. *Манучанов А.* Совершенствовать управление портовым хозяйством // Порты Украины. — 2003. — № 3. — С. 8—10.
20. *Онищенко С.* Услуги морского транспорта и их специфика // Судоходство. — июнь 2006. — № 6 (121). — С. 16—18.
21. *Підлісний П.* Стратегічне управління підприємствами водного транспорту // Економіст. — 2003. — № 4. — С. 56—63.
22. *Саад Ж.* Перспективы контейнерных перевозок // Судоходство. — 2003. — № 11—12 — С. 30—31.
23. *Степанов О.* О стратегии развития портов Украины // Судоходство. — 2003. — № 9—10. — С. 31.
24. *Степанчук І.* Щоб тую славу повернути: чи стане Україна морською державою // Україна молода. — 10 лютого 2005. — С. 10.

9.2. Послуги морського транспорту

Постачальники і посередники. Транспортне забезпечення вантажів в зовнішньоекономічній діяльності є об'єктивною необхідністю. Часто власнику вантажу важко орієнтуватися в транспортній обстановці, яка вимагає професійних знань законодавства окремих країн, міжнародних конвенцій (угод), техніко-експлуатаційних характеристик транспортних засобів, пунктів перевантаження і перевалки вантажів, умов їх роботи, ринку посередницьких послуг тощо. Тому, при необхідності відправлення вантажу за кордон, доцільно встановити тісні контакти з транспортними підприємствами і організаціями, які професійно займаються міжнародними перевезеннями.

Морський транспорт як галузь вирізняється низкою особливостей. По-перше, його діяльність має безпосередньо міжнародний характер. Переважна частка флоту більшості країн світу здійснює закордонні перевезення, тоді як у внутрішньому каботажі використовуються менше ніж 10 % тоннажу. По-друге, він має органічний і постійний зв'язок з виробничою діяльністю інших галузей, у тому числі з іншими видами транспорту. По-третє, — морські перевезення вантажів є масовими й дешевими.

На ринку морських транспортних послуг в якості постачальників різноманітного роду послуг виступають:

- судноплавні компанії;
- порти;
- підприємства транспортного сервісу.

Підприємства транспортного сервісу можна логічно поділити на дві групи:

— посередники (тобто зв'язуючі ланки в ланцюгах взаємовідносин) — експедитори, судові агенти, фрахтові брокери, компанії судового менеджменту, митні брокери;

— допоміжний сервіс (постачання, ремонт, техобслуговування тощо.), тобто ті підприємства, які безпосередньо не беруть участь у процесах організації та здійснення доставки.

Морські судна класифікуються залежно від видів вантажів, що перевозяться, регулярності рейсів, форм договорів перевезення.

Трампове судноплавство (англ. tramp — бродяга) — нерегулярне морське судноплавство, за якого перевезення вантажів здійснюється на судах, не закріплених за визначеними лініями. Виконуються разові перевезення за договором — чартером. Трампове судно чимось нагадує міське таксі — куди вкаже пасажир, туди воно і прямує. Трампові судна транспортують в основному масові вантажі: деревину, руду, вугілля, зерно, нафтопродукти та інші вантажі, що перевозяться навалом чи наливом. Більшість трампових суден є універсальними і можуть транспортувати і генеральні вантажі — упаковані та не упаковані товарно-штучні вантажі (обладнання, хімікати, апаратуру, металовироби, автомашини, трактори, вагони, сільськогосподарську техніку). Таким чином, на цих судах під вантаж може бути надано все судно або його частину, або певні вантажні приміщення.

Трампове судноплавство здійснюється на основі укладання чартерних договорів, тобто договорів (контрактів) між власниками транспортних суден і суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на перевезення вантажу.

Судновласники (перевізники) за фрахтовим контрактом беруть на себе зобов'язання перевезти вантаж морем чи надати для цієї мети судно — цілком чи частково — в розпорядження фрахтівника. Ці фрахтівники сплачують певний фрахт, розмір якого встановлено та погоджено сторонами.

Фрахтовий контракт, фіксує права та обов'язки двох сторін, які його укладають, може мати форми чартеру, коносаменту чи букінгноту (bookingnote).

Основні пункти чартерного договору такі:

- час і місце укладання чартеру;
- повне юридичне найменування сторін (преамбула чартеру);
- назва й опис судна;
- право заміни початкового вказаного терміну;
- рід вантажу;
- місце навантаження та розвантаження;
- умови навантаження та розвантаження, у т. ч. умови оплати демереджу (demurrage) — грошового відшкодування, яке сплачує фрахтувальник судновласнику за простій судна під завантажувальними роботами понад встановлений у чартері термін, і діспатчу (dispatch) — відшкодування, яке виплачується судновласником фрахтувальникові за дострокове завершення вантажних робіт і звільнення судна;
- порядок оплати фрахту;
- термін подачі судна, у т. ч. канцелинг (canceling) — кінцевий строк подачі судна під завантаження, при недотриманні якого фрахтувальник має право розірвати чартер;
- інші умови (льодове застереження та обставини непоборної сили тощо).

Багатовікова практика торговельного мореплавства призвела до створення типових договорів перевезення, які називаються проформою чартерів. На основі проформи чартерів, що розробляються або перевізниками, або спеціалізованими організаціями, укладаються чартери на перевезення конкретних вантажів у певних напрямках. У торговельному судноплаванні застосовують такі види фрахтування судна:

— фрахтування на один рейс (single voyage chartering), — за яким судновласник одним рейсом перевозить вантаж з одного чи кількох портів відправлення до одного чи кількох портів призначення;

— фрахтування на послідовні рейси (consecutive voyages chartering) використовується під час перевезень великої кількості однорідного вантажу в одному і тому ж напрямку кількома послідовними рейсами;

— фрахтування за генеральним контрактом (general contract chartering), — за яким судновласник зобов'язується протягом конкретного періоду часу перевезти певну кількість товару;

— фрахтування на умовах тайм — чартеру (time charter) — це договір про оренду судна, коли все судно чи його частина надаються на конкретний час у розпорядження фрахтувальника для перевезення вантажів у будь — яких напрямках. Судновласник зобов'язаний тільки утримувати судно у справному стані й оплачувати утримання екіпажу. Фрахтувальник бере на себе всі інші витрати (паливо, портові збори) і сплачує орендну плату судновласнику;

— фрахтування на умовах димайз-чартеру (demise charter) — це договір про оренду судна, коли судновласник передає його фрахтувальнику на визначений термін разом із командою, члени якої стають службовцями наймача, котрий бере на себе усі витрати за судно, у т. ч. зарплату екіпажу й орендну плату судновласнику;

— фрахтування на умовах бербоут-чартеру (bareboat charter) — це найм судна без екіпажу; фрахтувальник несе усі витрати щодо його використання і виплачує орендну плату судновласнику. Цей вид фрахтування суден широко застосовується під час придбання суден у розстрочку. У такому разі договір оренди є також договором купівлі-продажу. Після завершення розрахунків фрахтувальник стає власником судна.

Грошова сума, що виплачується фрахтувальником фрахтівникові за перевезення вантажу трамповим судном, визначається розміром фрахтової ставки. Фрахтові ставки складаються залежно від ринкової кон'юнктури та встановлюються безпосередньо судновласником. Загальне уявлення про середній рівень фрахтових ставок можна отримати з таких англомовних видань, як «Lloyd's List», «Lloyd's Shipping Economist», «International Transport Journal».

Лінійне судноплавство — це форма транспортних послуг, яка забезпечує регулярні перевезення між зазначеними портами генеральних вантажів відповідно до розкладу. Лінійне судноплавство чимось нагадує міський пасажирський транспорт, який рухається за встановленим маршрутом. Типи лінійного судноплавства:

1. Одностороннє — обслуговується одним судновласником.
2. Спільне — обслуговується декількома компаніями на основі угод між ними.
3. Конференційне — обслуговується перевезення вантажу на океанських напрямках на основі угод конференцій судновласницьких компаній.

Правовим документом, що регулює лінійне судноплавство є Кодекс поведінки лінійних конференцій. Його укладено 6 квітня

1974 р. в рамках ООН. В ньому фіксуються права, обов'язки, тарифні ставки, калькуляція перевізної ціни. Оплата за фрахт встановлюється в розмірі, як правило, в межах 3—5 % від декларованої вартості вантажу, що перевозиться. При здійсненні морських перевезень використовується коносамент.

Коносамент (франц. *connaissement*, від *connaitre* — знати, розуміти) — поширений у зовнішній торгівлі документ, що його видає перевізник (зазвичай власник судна чи літака) власникові вантажу, засвідчуючи в такий спосіб факт прийняття вантажу до перевезення і підтверджуючи зобов'язання передати його вантажоодержувачу в порту призначення.

Коносамент, в якому назначено право власності на товар, називається оригінальним коносаментом. Коносамент виконує три основні функції: засвідчує прийняття судновласником (перевізником) вантажу до перевезення; є товаророзпорядчим документом; свідчить про укладення договору перевезення вантажу морським шляхом, відповідно до якого перевізник зобов'язується доставити вантаж.

До коносаменту додають:

- маніфест, що містить опис коносаментів партій вантажів для організації розвантаження;
- навантажувальний ордер, який видає відправник капітанові;
- штурманську розписку, на основі якої виписується коносамент;
- акт-повідомлення, що є підставою для пред'явлення претензій у разі, якщо вантаж постраждав під час перевезення.

Види коносаменту:

1. Коносамент на ім'я зазначеної особи або вантажоодержувача. В цьому випадку тільки вказана особа одержує вантаж.
2. Коносамент на пред'явника. Вантаж отримує одержувач, що пред'являє цей документ.
3. Прямий коносамент, тобто такий, що не передбачає перевантаження товару.
4. Наскрізний (прохідний) коносамент — передбачає перевантаження товару.
5. Ордерний коносамент означає передачу прав третій особі.
6. Частковий коносамент — означає, що товар надсилається кільком покупцям і відповідно ділиться на декілька частин.

До переваг лінійного судноплавства належить завчасне приймання вантажу від відправника і зберігання його на своїх складах до приходу судна, дотримання строків розкладу, стабільні ціни, наявність широкої мережі агентів.

Обсяг послуг, який надається лінійними перевізниками, значно більший, ніж у трамповому судноплавстві. Як правило, морські лінійні перевізники беруть на себе зобов'язання сплачувати вартість навантаження та розвантаження. Перевезення оплачують вантажовідправники за ставками тарифу, які встановлюються перевізниками.

Контейнерні перевезення морем. Контейнер є тарою підвищеної ємності. Контейнери класифікуються за 4 основними ознаками: призначенням, конструкцією, масою бруто та сферою обігу. За призначенням контейнери підрозділяються на універсальні (для перевезення тарно-штучних вантажів) та спеціалізовані, в яких транспортують сипкі та навальні, рідкі та газоподібні, рефрижераторні та небезпечні вантажі. За конструкцією (загальною побудовою) контейнери бувають криті та відкриті, вологостійкі та герметичні, металеві та виготовлені з полімерних металів, з дерев'яними стінками та металевим каркасом. За сферою обігу контейнери поділяються на внутрізаводські та магістральні, які можуть бути «обмеженого» чи «широкого» обігу, тобто дозволяються до перевезень на транспорті одного чи кількох видів.

Переваги контейнерних перевезень:

1. Економія часу на навантаження і розвантаження товару.
2. Контейнери легко піддаються складуванню.
3. Просте упакування.
4. Зменшення ризику втрат.
5. Збільшення ступеню безпеки перевезень.
6. Використання збірних контейнерів для перевезень деяких партій вантажу.
7. Запобігання псуванню вантажу.

Концепція контейнеризації, розроблена у 60-ті роки як один із засобів боротьби з постійним зростанням портових витрат, остаточно стала усталеною у 70-ті роки основною формою перевезення генеральних вантажів. Контейнеризація показала свої загальні переваги та більш значні можливості з точки зору скорочення витрат порівняно з проміжними формами збільшення вантажних місць, такими, як використання піддонів, заздалегідь виконана стоповка тощо.

Масове впровадження контейнеризації викликало різке збільшення розмірів суден. Воно відображає прагнення транспортних операторів знизити витрати шляхом використання так званої економії масштабу.

Порт — це місце перетину вантажопотоку та судно потоку. Він безпосередньо здійснює процес доставки вантажів. Порти за-

безпечують чималі прибутки державі. Нарощування бази клієнтів транзитних вантажопотоків шляхом розвитку міжнародних зв'язків та укладення відповідних міжнародних угод є актуальним питанням сучасної тенденції розвитку портів.

Морський торговельний порт слід розглядати як транспортно-виробничу систему, яка включає підприємства й організації різноманітних форм власності. Порт функціонує на певній ділянці морського узбережжя і розташований поруч водній поверхні, забезпечує комплекс адміністративних і комерційних функцій, що пов'язані з переміщенням товарів зовнішньої і внутрішньої торгівлі з сухопутних видів транспорту на морський і в зворотному напрямку, обслуговуванням пасажирів, морських суден та інших транспортних засобів.

В сучасних умовах розвитку світової економіки торговельні порти більшості країн посилюють свою роль не тільки як зв'язувальні ланки між сушею і морем в ланцюжку руху товарів, а і як промислові, комерційні центри вантажного розподілу та інформаційного забезпечення в системі виробництва і розподілу товарів.

Нині чітко простежується тенденція розподілу функцій у портовій діяльності. Частина функцій портів пов'язана з використанням портовою системою країн державних зобов'язань, зокрема, обслуговування зовнішньої торгівлі в інтересах національної економіки. Порти перетворилися в ефективний інструмент освоєння територій і розвитку регіонів і відіграють позитивну соціальну роль.

Всі морські торговельні порти світу працюють в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Конкуренція сприяє впровадженню в портову діяльність найновіших досягнень технології, організації та управління навантажувально-розвантажувальними роботами та іншими портовими операціями.

Ринок портових послуг є сферою взаємодії портів, вантажовласників і судовласників. У сучасних умовах ці суб'єкти господарювання все менше вступають у прямі зв'язки між собою. Таку можливість вони надають посередникам — експедиторам, агентам, стивідорним і мультимодальним операторам. На ринку послуг міжнародних вантажних перевезень домінують транспортні оператори, які представляють інтереси вантажовласників.

Роль морського порту при здійсненні морськими суднами вантажних перевезень, впливає з його функцій стосовно підприємств транспорту: на відведеній йому акваторії він здійснює обслуговування суден, вантажів, перевалку вантажів з одних транспортних засобів на інші, а також забезпечує безпеку плавання та стоянки

суден. При цьому порт може виконувати сам перевезення вантажів, власними чи фрахтованими ним суднами, ремонт суден, тощо, якщо ці послуги передбачені його статутом. Отже, порт інколи виступає сам як об'єкт здійснення послуг з морського вантажного перевезення вантажів, а також відіграє велику роль в обслуговуванні суден під час їх перебування на його території.

Маркетинговий потенціал судноплавної компанії — це можливість керування ресурсами компанії для ефективної взаємодії з фрахтовим ринком. Показниками маркетингового потенціалу є частка ринку, обсяг перевезень, прибутковість, рентабельність. Вони визначаються на основі виконаних маркетингових досліджень. Результати маркетингових досліджень необхідні, передусім для розробки маркетингової складової стратегії відповідного проекту. Для аналізу стратегічної позиції проекту може застосовуватися матриця Бостонської Консультаційної Групи, матриця McKinsey та інші, SWOT-аналіз (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats), дозволяючи оцінити основні фактори зовнішнього середовища, а потім визначити можливі позитивні та негативні тенденції та явища зовнішнього середовища, сильні та слабкі місця діяльності компанії, її можливості та загрози для виконання проекту. Англomовні слова вище у дужках означають відповідно — сила, слабкість, можливості, загрози.

9.3. Агентування суден

Агентування суден — виконання агентом за договором з принципалом, який є судновласником чи фрахтівником судна, дій щодо надання та захисту інтересів принципала в порту. Доручені дії виконуються агентом від імені принципала та стосуються широкого кола питань. Агентування суден включає погодження з портовими службами часу та порядку подачі судна до місця стоянки, обробки вантажу, виконання карантинних, митних, та прикордонних процедур, оформлення відповідних документів тощо.

До обов'язків агента входить:

- виконання всіх формальностей та вимог, пов'язаних з заходом суден до міжнародного морського торговельного порту та виходом з нього (санітарний та митний огляд, сплата встановлених зборів, отримання різноманітних документів тощо);
- своєчасне забезпечення судна буксирами, лоцманами;
- сприяння в організації та виконанні вантажних операцій;

— організація постачання судна паливом, харчами, водою, матеріалами;

— регулярне інформування судовласника про прибуття судна, про хід вантажних і допоміжних операцій та про інші істотно важливі обставини, пов'язані зі стоянкою судна в порту, про відправлення судна та кількість вантажу на його борту;

— сплата за рахунок судовласника всіх зборів та витрат щодо судна;

— регулярне інформування вантажовласника та капітана про усталені в даному порту чи портах звичаї, правила, обов'язкові постанови та надання іншої інформації;

— підготовка та оформлення документів;

— участь в розслідуванні у зв'язку з аваріями, а також в складанні різноманітних актів (пов'язаних з аваріями, експертизою, доглядом);

— виконання окремих доручень капітана, судовласника.

Робота агента розпочинається з отримання заяви від судовласника, оператора судна, фрахтівника. Заява містить характеристику судна, інформацію про запланований час, порт призначення. Агентство повинно на основі даної інформації з'ясувати хто є вантажовідправником, а також погодити з адміністрацією порту можливість прийому судна на запланований причал та відповідні строки. У випадку позитивного відповіді агент виконує розрахунок дисбурсментського рахунку для вказаного судна. Під час заходу до порту, даний рахунок охоплює видатки судна, які він отримує в випадку заходу до порту та вміщує як обов'язкові збори, так і оплату послуг компаній, які обслуговують судно під час його заходу до порту. Розрахунки виконуються на основі ставок Кабінету Міністрів України залежно від обсягу судна, роду його вантажу, прапорної належності та порту заходу. Відповідь відсилається подавану заяви. Якщо всі умови влаштовують, то агентство отримує номінацію на це судно. Дана номінація є свого роду договором на надання агентських послуг та дозволяє агентству виступати від імені судна під час розв'язання будь-яких питань, що виникають під час заходу судна до порту.

В подальшому, агент через засоби масової комунікації — e-mail, телекс, факс тощо підтримує контакти з судовласниками та фрахтівниками, з'ясовує всю необхідну інформацію, яка потрібна надаватись прикордонним, митним та карантинним службам, інформувати капітана про основні норми українського законодавства, пов'язані із заходом судна, а також інформувати адміністрацію порту, фірму-експедитора про дату підходу судна до порту та по-

передній розрахунок кількості вантажу, який судно планує завантажити в порту. В свою чергу судно через e-mail, телекс, факс інформує агента про точний час приходу судна за 10 днів та уточнює інформацію за 72, 24 та 4 години до очікуваного часу прибуття. За 8 годин до підходу судна агент зобов'язаний подати заявку на лоцманську проводку судна від лоцманської станції порту.

Агент інформує прикордонні, митні і карантинні власті про запланований час прибуття судна до порту, координує, уточнює час по мірі руху судна по підхідному каналу. З прибуттям судна до порту агент зобов'язаний організувати доставку представників перелічених вище служб на борт судна, незалежно від того знаходиться воно на причалі чи на внутрішньому рейді порту. Після попереднього огляду представники митної, санітарної, карантинної служб та агент підіймаються на борт судна. Відбувається оформлення прибуття судна згідно з вимогами українського законодавства. Разом з адміністрацією судна агент надає необхідні документи митниці, прикордонній службі, лікарям згідно із законодавством України та загальноприйнятими нормами Всесвітньої морської організації, бере участь у процедурах в якості перекладача. Після належного оформлення документів та надання їх властям, судно отримує «вільну практику», а також дозвіл почати та виконувати вантажні операції та вільне переміщення членів екіпажу в місті впродовж 24 годин. Після закінчення зазначених вище процедур представники вантажовідправника (с'ювеерської компанії) починають виконання процедур, пов'язаних з прийомом вантажу та навантаженням. Агент оформлює прибуття судна в інспекції порту наглядку, а також забезпечує доставку екологічного інспектора та представника служби морської безпеки порту. У випадку проходження процедур без помилок, здійснюється завантаження (вивантаження) судна. Залежно від виду, обсягу судна завантаження може продовжуватись від 6 годин до 4—5 днів. Це також залежить від вантажу, наприклад, мінеральні добрива завантажуються за відсутності опадів. Після цього здійснюється підписання стейтмента, в якому щохвилинно вказуються операції, які виконуються судном, в т. ч. вантажні з моменту прибуття судна на лоцманську станцію.

Впродовж 2—3 днів після відбуття судна агент надсилає зацікавленим сторонам всі вантажні документи, а також кінцевий (фінальний) дисбурсментський рахунок.

Для визначення вартості дисбурсментського рахунку, потрібно визначити два основні показники на основі яких здійснюються розрахунки всіх зборів в портах та визначається винагорода аге-

нтства — це об'єм та осадка судна (глибина на яку судно занурюється в море при його завантаженні).

Постанова Кабінету Міністрів «Про портові збори» від 12.10.2000 р. № 1544 містить великий перелік зборів, які стягуються у портах України. Далі зазначимо назви зборів українською і англійською мовами і сподіваємося, що це принесе користь читачеві.

1. Canal dues — каналний збір.
2. Canal pilot — лоцманський збір.
3. Canal pilot overtime for in — лоцманський збір за вхід судна до порту поза встановленим часом.
4. Canal pilot overtime for out — лоцманський збір за вихід судна з порту поза встановленим часом.
5. Inform dues — збір за використання послуг служби регулювання руху суден.
6. Tonnage dues — корабельний збір (щодо цього збору морський порт надає знижку, розмір якої залежить від осадки судна та визначається портом при запиті).
7. Towage dues — буксирний збір.
8. Towage dues overtime for in — буксирний збір за вхід судна до порту зверх встановлений час
9. Towage dues overtime for out — буксирний збір за вихід судна з порту поза встановленим часом.
10. Mooring/unmooring — швартування/від швартування.
11. Mooring overtime — швартування поза встановленим часом.
12. — Unmooring overtime — від швартування поза встановленим часом.
13. Pilotage dues — лоцманський збір (збір за користування послугами служби регулювання руху суден).
14. Pilotage dues overtime for in — лоцманський збір за вхід судна до порту поза встановленим часом.
15. Pilotage dues overtime for out — лоцманський збір за вихід судна з порту поза встановленим часом.
16. Berth dues — причальний збір.
17. Sanitary dues — санітарний збір.
18. Light dues — маяковий збір.
19. Administrative due — адміністративний збір.
20. Harbor Master's dues — послуги портового нагляду (охоплюють оформлення прибуття — вибуття судна, пломбування, інспекцію судна, лімітують скидання забруднених речовин у море тощо).
21. Escorting tugs — буксирування — супровід (сплачується погодинно в разі граничної довжини судна чи фактичної осадки).

22. Launch-boat hire — оренда катерів для доставки комісії екіпажу, представників різноманітних служб в разі знаходження судна на якірній стоянці.

23. Anchorage dues — якірний збір.

24. Sanitary Station — санітарний збір (не належить до дисбурсменту, але сплачується за фіксованим тарифом за оформлення санітарного сертифікату в Державній службі з карантину рослин).

25. Clearance — очистка (сплачується за закриття судна прикордонним службам, митниці, лікарям, є договірною вартістю та її розмір визначається за фактом прибуття судна).

26. Agency fee — винагорода шипчандерського агентства (здійснюється за фіксованою ставкою).

27. Supervision — послуги супервайзерів (сплачують за фактом прибуття судна за акордними ставками, розмір яких визначається за типом та обсягом судна, родом вантажу; стягуються щодобово).

28. Car service — послуги машини (якщо потрібно завантажити вантаж в автомобілі зі складів чи вивантажити з судна до складів).

29. Fax, phone, telex, postage, palties — витати на зв'язок (які здійснює агентство під час надання послуг судну).

30. Bank charge — банківські витрати (за конвертування валюти, переказ за оплату зборів, послуг сторонніх організацій тощо).

Судновласник сплачує повністю вартість дисбурсменту, а вже потім агентство здійснює відповідні платежі (портові збори, банківські витрати, оформлення сертифікатів, тощо).



Контрольні питання

1. Що таке трампове судноплавство?
2. Чим лінійне судноплавство відрізняється від трампового?
3. Що таке фрахтовий контракт?
4. Які Ви знаєте терміни зі сфери міжнародних морських перевезень вантажів?
5. Правовий статус коносаменту.
6. Види коносаменту.
7. Морські контейнери та їх види.
8. Що таке морський торговельний порт?
9. Обов'язки агента у сфері міжнародних морських перевезень.
10. Дисбурсменський рахунок.
11. Основні вітчизняні нормативно-правові акти, що стосуються шипчандлерської діяльності.
12. Міжнародно-правові акти з міжнародних морських перевезень вантажів.

РОЗДІЛ

10

КОРПОРАТИВНІ ОБЛІГАЦІЇ

10.1. Корпоративні облигації — складова фінансового ринку.

10.2. Світові ринки корпоративних облигацій.

10.1. Корпоративні облигації — складова фінансового ринку

Нагадаємо читачеві, що перелік видів зовнішньоекономічної діяльності у статті 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-XII розпочинається з експорту та імпорту товарів, капіталу та робочої сили. Управління міжнародним рухом капіталу є важливим важелем управління зовнішньоекономічною діяльністю. З огляду на зазначене стисло розглянемо найважливіші питання, що пов'язані з корпоративними облигаціями.

Ринок корпоративних облигацій є невід'ємною і вагомою частиною світового фінансового ринку. На ньому компанії з високим рівнем кредитоспроможності залучають значні ресурси для фінансування своїх довгострокових проєктів, а інвестори — розміщують свої кошти з високим рівнем надійності і прогнозованості майбутніх грошових потоків. Корпоративні облигації є надійним фінансовим інструментом, який займає значну нішу на світовому фінансовому ринку і який є одним з найбільш привабливих інструментів вже впродовж кількох десятиріч. Вихід на ринок нових менш надійних емітентів та значний інтерес до них з боку великих інвесторів призводить до зміни структури всього ринку, що робить його динамічнішим та вимагає прискіпливішого вивчення.

Поняття «облигація» означає контракт, угоду або гарантію. Будь-який з цих термінів можна застосувати для визначення такого виду цінних паперів. Він з'явився в результаті розвитку банківських позик для фінансування війн в часи середньовіччя. Оскільки «апетити» урядів в грошах зростали, банкам ставало

складно знайти такі ресурси для фінансування своїх клієнтів. Облігації стали тим інструментом, при застосуванні якого залучалися гроші окремих індивідуальних інвесторів, в тому числі і банків, і зробило можливим зменшувати свої ризики неповернення коштів шляхом перепродажу цих інструментів на ринку. Перша історична згадка про облігації — 1157 рік. Тоді облігації були випущені банком Венеції з метою фінансування війни з Константинополем.

У вузькому розумінні поняття «корпоративна облігація» — це домовленість між компанією та інвестором, умови якої викладено в спеціальній облігаційній угоді (*indenture*). Корпоративні облігації є собою борговими зобов'язаннями корпорацій. Облігації є цінними паперами з фіксованим доходом. Вони є зобов'язаннями корпорацій виплачувати в обумовлені строки суму боргу та відсотки. Держателі облігацій мають певні способи правового захисту у випадку неплатежу. При цьому з метою забезпечення додаткового захисту інвесторів на емісійну діяльність корпорацій часто накладають певні обмеження (наприклад, на кількість додаткових облігацій, які корпорація може випустити в майбутньому).

З розвитком ринку корпоративних облігацій та облігацій загалом нові їх види та умови обігу спричинили ще більше розширення поняття «корпоративна облігація». Зокрема, нині вона не обмежується лише закріпленням за держателем права на сплату основної суми боргу та відсотків за ним. В деяких випадках, коли відповідне передбачено облігаційною угодою, облігація може закріплювати за інвестором певні майнові права (чи їх еквіваленти) або права на отримання певної послуги тощо.

На даному ринку цінних паперів можна побачити найрізноманітніші види облігацій. В деяких випадках емітент вирішує створити облігацію з певними специфічними характеристиками, які вимагає певний інституціональний інвестор. Такі облігації приватно розміщуються, тобто продаються інвестору, і потім не продаються на ринках облігацій. Облігації, які випускаються для широкого кола інвесторів, зазвичай підходять під одну чи декілька з нижче наведених категорій класифікацій.

Облігації за видами забезпечення

Забезпечені (іпотечні) облігації випускаються компанією тільки в тому випадку, коли вона має певні високоякісні активи. Зазвичай ними виступають земля чи будівлі. Іншими словами, це — майно, яке може використовуватися в якості фіксованої за-

стави і яке компанія планує використовувати впродовж значного періоду часу (наприклад, десять — двадцять п'ять років). При цьому компанія не має права продавати активи, що виступають в якості фіксованої застави, не отримавши згоди від держателів облігацій.

Облігації, які не мають фіксованої застави, відносять до категорії облігацій, що забезпечені плаваючою заставою. Заставою при цьому можуть бути матеріальні чи нематеріальні активи, включаючи торговельні марки і довгострокові угоди чи гарантії третіх осіб.

Облігації, що забезпечені фінансовими активами. Деякі компанії можуть не мати основних активів чи нерухомості, а отже, не можуть забезпечити реальну заставу для облігацій свого випуску. Але вони можуть мати цінні папери інших корпорацій, бути холдингами чи мати в підпорядкуванні інші фірми. Для забезпечення потреби держателів облігацій в заставі емітент надає їм в якості застави права на акції, облігації та інші види фінансових активів, якими він володіє

Незабезпечені облігації випускаються лише в тих випадках, коли компанія має активи (чи матиме їх в результаті отримання позики), яких буде достатньо для погашення основної суми боргу.

Субординовані незабезпечені облігації — боргові зобов'язання компанії, які мають ранг менший за незабезпечені облігації, а інколи — нижче деяких інших кредиторів компанії, але в будь-якому разі вище акцій.

Гарантовані облігації. Субординовані облігації можуть бути гарантовані материнською компанією. Може бути ситуація, коли облігації спільного підприємства гарантуються обома материнськими компаніями. В цьому випадку гарантовані облігації стануть практично незабезпеченими облігаціями компаній, що їх гарантували. Від цього виграє кредитний рейтинг облігацій.

Облігації за видами виплат

Купонна облігація — облігація, по якій держателю виплачується не тільки номінальна вартість в момент погашення, але і (періодичний) купонний відсоток. Існує також різновид цієї облігації — *облігація, що передбачає погашення «натурою»*. Мається на увазі, що емітент має право здійснювати (в початковому періоді) купонні платежі грошима або шляхом випуску додаткових зобов'язань.

Дисконтна облигація (або облигація з нульовим купоном) — облигація, держатель якої отримує дохід за рахунок того, що придбає облигацію за ціною, нижчою від номіналу, а в момент погашення отримує номінальну вартість. Інших виплат (купонів) дисконтна облигація не передбачає.

Доходні облигації — дещо нагадують привілейовані акції. Виплати процентів по них своєчасно та в повному обсязі не гарантовано, а їхня невивплата не призводить до банкрутства емітента.

Облігації за строком погашення

Відклична облигація — це облигація, що може бути викуплена чи погашена за рішенням емітента до закінчення строку її дії. *Невідклична* — коли в умовах випуску облигації емітент зазначив, що він не матиме такого права до кінця терміну дії облигації.

Облігації з офертою. Вони надають право держателю продати облигації емітенту за номіналом в обумовлені строки, але раніше строку погашення.

Безстрокові облигації (довічні облигації). Такі облигації не передбачають погашення номінальної вартості, а дають право лише на купонний дохід або фіксований відсотковий дохід.

Більшість корпоративних облигацій — це прості боргові зобов'язання, але з розвитком ринку в умови облигаційних позик стали додаватися певні права держателів облигацій, що зробило ці облигації більш привабливими для інвесторів. В результаті, на сьогодні існує велика кількість різновидів облигацій, які іноді стають дуже схожими на акції, а іноді — на опціони.

Інвестори використовують різні методики (техніки) аналізу компаній і випусків облигацій для оцінки здатності емітента виконати свої майбутні зобов'язання. Деякі великі інституційні інвестори і більшість фінансових компаній мають свої власні відділи кредитного аналізу. Дуже незначна частина індивідуальних та інституційних інвесторів, які вкладають свої кошти в облигації, самостійно не проводять аналіз. Замість цього вони покладаються на комерційні рейтинги компаній, які займаються кредитним аналізом та публікують свої рейтинги: 1) Moody's Investors Service; 2) Standard & Poor's Corporation; 3) Fitch Investors Service; 4) Duff and Phelps Credit Rating Co. (D&P). На ринках корпоративних облигацій характерно те, що вищі рейтинги пов'язані з нижчим відношенням боргу до загальної суми активів, меншими коливаннями доходів за минулі періоди, більшими обсягами акти-

вів (розміром фірми), вигіднішими операціями та відсутністю залежності від інших позикодавців.

Ринок корпоративних облігацій — це ринок цінних паперів, особливістю якого є те, що об'єктом купівлі-продажу є специфічний цінний папір — облігація компанії. Якщо раніше цей ринок вважався структурною ланкою ринку цінних паперів, то з його розвитком та ускладненням він став розглядатися як окремий різновид фінансового ринку.

Ринок корпоративних облігацій має схожу до інших фінансових ринків структуру: тут існує два ринки — первинний, в межах якого здійснюється безпосередньо емісія корпоративних облігацій, і вторинний, що обслуговує післяемісійний обіг цінних паперів. Для цього ринку також притаманна ознака біржової торгівлі, коли купівля-продаж цінних паперів здійснюється на спеціально зареєстрованих для цього торговельних площадках, та позабіржової торгівлі, — коли угоди з купівлі-продажу цінних паперів здійснюються через зареєстрованих дилерів — спеціалістів ринку.

Учасники ринку корпоративних облігацій утворюють наступні групи: емітенти (позичальники), інвестори (кредитори) та різного роду посередники при первинному розміщенні та обігу на вторинному ринку.

Корпоративні облігації придбаваються організаціями для диверсифікації інвестиційного портфеля, а також як інструмент, що дозволяє одержати прибутковість вище, ніж за державними цінними паперами.

Після первинного розміщення інвестори мають можливість перепродажу облігацій, не чекаючи їхнього погашення. Виникає так званий вторинний ринок. На ньому з'являються ще кілька груп учасників.

Маркет-мейкери виставляють двосторонні котировки на купівлю — продаж даних цінних паперів і здійснюють операції по них.

Андеррайтер — це фінансова структура, що забезпечує розміщення облігацій емітента.

Існують дві форми розміщення цінних паперів: *гарантоване розміщення* і розміщення «*на кращих умовах*» («best efforts», underwriting). У першому випадку андеррайтери гарантують емітенту розміщення цінних паперів за заздалегідь обумовленою ціною. При цьому андеррайтер може повністю викупити прогарантований обсяг емісії на себе або прийняти зобов'язання викупити нерозміщений обсяг емісії. При розміщенні «на кращих умовах» інвестиційні банки здійснюють сприяння в прокуванні цінних

паперів емітента на ринку, але не гарантують розміщення випуску, тобто андеррайтер діє як брокер.

Вторинний ринок корпоративних облігацій діє за загальними правилами позабіржової торгівлі для всіх цінних паперів. Не існує ні організованої біржі, ні торгового залу, торгівля здійснюється за допомогою електронних комунікацій і телефонів.

Посередники на вторинному ринку корпоративних облігацій — це здебільшого дилери, які виконують операції за дорученням своїх клієнтів за допомогою сучасних систем зв'язку. Різниця цін попиту і пропозиції, або спред цін, — це плата дилерам за забезпечення неперервності та цінової стабільності в умовах можливого дисбалансу заявок. Облігаційна позика (за умови великої суми позичання та значного періоду використання запозичених коштів) є більш ефективною формою залучення коштів порівняно з банківським кредитом. Таке твердження підтверджує той факт, що в країнах з розвинутим фондовим ринком корпоративні облігації є найпоширенішим інструментом залучення коштів. Так, на розвинених фінансових ринках корпорації оформлюють середньо- і довгострокові запозичення у вигляді облігаційних позик приблизно в 50—80 % випадків (за обсягом коштів, що залучаються через позичку)

Національні законодавства кожної окремої країни визначають детальні кроки, які вимагаються від емітента при здійсненні емісії корпоративних облігацій.

Кожна емісія супроводжується офіційним документом, який в залежності від країни може називатися пропозицією, проспектом по емісії або офіційною заявою з приводу наміру випуску облігацій тощо. Інвестори дуже прискіпливо вивчають подібні документи, оскільки умови випуску дуже сильно впливають на вірогідність отримання своїх коштів та плати за користування ними.

За облігаційного випуску процентна ставка може бути встановлена, виходячи з декількох методів її обрахування. Найбільш поширеним є метод встановлення відсоткової ставки відповідно до поточної ситуації на ринку корпоративних облігацій, що відповідають рейтинговому рівню даної компанії.

Раніше покупцям облігацій видавалися сертифікати, які підтверджували їхнє володіння облігаціями. Ці сертифікати часто мали прикріплені паперові купони для сплати платежів відповідно до умов випуску.

Нині паперові облігації на розвинених фондових ринках менш поширені, хоча все ще випускаються. Однак, більшість боргових цінних паперів, випускаються у вигляді електронних записів.

Деякі корпоративні облигації торгуються прямо на фондових біржах, де брокери від покупців та продавців зустрічаються і укладають угоди купівлі-продажу. Однак більшість угод купівлі-продажу облигацій укладаються на позабіржовому ринку прямо між інвестором та дилером з облигацій.

Насамкінець цього підрозділу подаємо інформацію, яка може становити для читача практичний інтерес.

Корпоративні облигації в Україні належать до компетенції Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України. Її Інтернет сайт: www.ssmc.gov.ua.

Основний вітчизняний корпоративний документ у даній сфері — Закон України «Про цінні папери та фондову біржу» від 18.06.1991 р. № 1201-ХІІ // www.Liga.net/zakon.

Іншими важливими документами є:

- «Положення про порядок реєстрації акцій відкритих акціонерних товариств і облигацій підприємств».

Затверджено рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 20.09.1996 р. № 210. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 04.10.1996 р. за № 572/159 7 // www.ssmc.gov.ua.

- «Положення про порядок отримання номерів (кодів) для випущених та зареєстрованих акцій, інвестиційних сертифікатів, облигацій підприємств та місцевих позик».

Затверджено рішенням Правління Національного депозитарію України від 30.05.2001 р. № 5/2. У Міністерстві юстиції України «Положення» не реєструвалося // www.bank.gov.ua.

- «Положення про порядок видачі дозволу на обіг акцій чи облигацій підприємств українських емітентів за кордонами України».

Затверджено рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України від 17.10.1997 р. № 36. У Міністерстві юстиції України «Положення» не реєструвалося.

«Положення про надання регулярної інформації відкритим акціонерним товариства та підприємствам — емітентам облигацій. Затверджено рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України від 9.06.1998 р. № 72 (у редакції рішення Держкомцінпапфондринку від 17.01.2000 р. № 3). Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 3.02.2000 р. за № 63/4284 // www.kmu.gov.ua.

- «Положення про надання особливої інформації відкритими акціонерними товариствами і підприємствами-емітентами облигацій».

Затверджено рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України від 10.02.2000 р. № 5. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 28.02.2000 р. за № 108/4329 // www.ssmc.gov.ua.

- «Положення про функціонування фондових бірж».

Затверджено рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України від 19.12.2006 р. № 1542. Зареєстровано в міністерстві юстиції України 18.01.2007 р. за № 35/13302. Реєстраційний код 38527/2007 // Офіційний вісник України, 2007, № 5.

Читачеві слід мати на увазі, що у чинні нормативно-правові акти вносяться зміни і доповнення, а також набирають чинності нові документи.

10.2. Світові ринки корпоративних облігацій

Бурхливий розвиток ринку облігацій в минулому столітті призвів до появи та успішного використання широкого спектру видів облігацій. При цьому єдиної моделі, яка б забезпечувала успішне функціонування цього ринку не існує. На практиці неможливо і небажано копіювати ринок цінних паперів інших країн лише тому, що він нормально там функціонує.

До 70-х років облігаційний ринок був ринком здебільшого первинним. Це означало, що інвестори купували облігації в момент їх розміщення та тримали їх до повного погашення. З другої половини 70-х років причини інвестування коштів в облігації змінилися. Багато інвесторів почали активно торгувати облігаціями, щоб заробити на різниці в ціні, а не на отриманні всього потоку платежів за облігаціями.

Можна виділити 3 основні групи факторів, що впливають на розвиток ринку корпоративних облігацій:

- економічні фактори;
- державне регулювання;
- фінансова система країни.

Як свідчить світова практика, до випуску облігацій звичайно вдаються великі корпорації, що мають гарну репутацію, у той час як невеликі компанії більшим чином покладаються на банківське фінансування.

Надмірне втручання держави негативно позначається на розвитку ринку корпоративних облігацій. При цьому значення для ринку корпоративних облігацій має не лише регулювання безпо-

середньо даного ринку, але і загальна система регулювання ринку капіталів. Якщо банки законодавчо відокремлені від операцій з цінними паперами (насамперед, корпоративними), як це має місце в США з 1933 року, то роль банків на ринку цінних паперів буде досить обмежена, що створює сприятливі передумови для розвитку ринку корпоративних облігацій.

Більшість розвинутих країн висуває досить жорсткі вимоги по реєстрації випусків цінних паперів. Певною мірою таке регулювання сприяє захисту інтересів інвесторів і запобігає появі на ринку ненадійних позичальників.

Як свідчить практика розбудови ринків корпоративних облігацій у розвинутих країнах, ефективне регулювання цього ринку повинне відповідати наступним вимогам:

— реєстрація випуску облігацій не супроводжується надмірними затримками, оскільки це істотно знижує гнучкість позичальників у термінах розміщення облігацій;

— усунуто чи мінімізовано податки, стягнуті з випуску цінних паперів і утримані при виплаті відсотків. Як показує досвід, наявність таких податків має мінімальний ефект для бюджету і, у кінцевому рахунку, приводить до зсуву ринку облігацій в офшорні зони;

— законодавство не регламентує такі параметри облігацій як строк до погашення, розмір купона і купонний період, процентні ставки. Ці параметри мають визначатися винятково попитом інвесторів і потребами емітентів.

Найбільш сприятливі умови для розвитку ринку корпоративних облігацій складаються при розвитку в країні ринкової фінансової системи. У банківських-орієнтованих фінансових системах корпоративні облігації звичайно випускаються тільки фінансовими інститутами (банками), частка індустріальних облігацій незначна.

Взаємозв'язок між рівнем розвитку кредитних відносин і ринком корпоративних облігацій не є прямолінійним. Наприклад, найбільшу частку боргового фінансування мають скандинавські фірми, однак ринок корпоративних (індустріальних) облігацій у даних країнах розвинутий значно менше, ніж в інших європейських країнах.

Велику частку облігацій звичайно купують інституціональні інвестори. Серед груп інституціональних інвесторів, найбільш активних на ринку облігацій, можна виділити страхові компанії, пенсійні фонди, пайові, інвестиційні фонди.

Найчастіше розвиток ринку корпоративних облігацій починається з ринку державних цінних паперів. Розвинутий, ліквідний

ринок державних паперів, що характеризується великим набором фінансових інструментів, створює основу для розвитку ринку корпоративних облігацій.

Однак надмірний обсяг запозичень держави шляхом випуску своїх цінних паперів може перешкодити розвитку ринку корпоративних облігацій. Своєрідним «мостом» між ринком державних і корпоративних облігацій служать облігації державних підприємств.

Важлива роль ринку державних цінних паперів полягає в тому, що він задає орієнтири прибутковості і терміни запозичень, орієнтуючись на які відбувається встановлення прибутковості корпоративних облігацій. Для розвитку в країні ринку корпоративних облігацій важливим фактором може служити рівень розвитку ринку акцій. Розміщення корпоративних облігацій у більшості випадків здійснюється через синдикати інвестиційних банків, за схемою, аналогічною розміщенню звичайних акцій. Тому наявність у країні таких інвестиційних банків, що мають досвід роботи у розміщенні цінних паперів, можна вважати позитивним фактором у розвитку ринку корпоративних облігацій.

Глобалізація означає інтеграцію фінансових ринків всього світу в єдиний міжнародний фінансовий ринок. Наслідком є те, що потенційні інвестори і емітенти в будь-якій країні можуть виходити за межі своїх власних внутрішніх ринків. Основними факторами, що сприяють глобалізації ринків корпоративних облігацій є:

- 1) лібералізація ринків і посилення активності учасників ринку в ключових фінансових центрах світу;
- 2) універсалізація законодавства окремих країн та часткова втрата контролю урядами над ринками;
- 3) поява нових ринків в країнах, що розвиваються, та перехідних країнах і вихід їхніх емітентів на міжнародні ринки;
- 4) технологічний прогрес в галузі створення і розповсюдження фінансової інформації, виконання замовлень і аналізу фінансових можливостей.

Отримання повної інформації про ціну — це постійна проблема в торгівлі облігаціями. На ринку корпоративних облігацій лише інвестор та дилер знають, за якою ціною відбулася купівля-продаж.

Сьогодні всі існуючі електронні платформи торгівлі борговими цінними паперами можна класифікувати на «аукціони», «комплексні», «міждилерські», «звичайні», «системи з одним дилером» та інші.

«Аукціони» дозволяють робити первинні розміщення облігаційних позик, деякі спеціалізуються на обслуговуванні вторинного ринку. В обох випадках продавець чи покупець зазвичай виставляє свою ціну купівлі-продажу та умови проведення торгів. Контрагенти роблять свої пропозиції, і угода укладається за найвищою із запропонованих ціною або за найменшим із запропонованих доходів. В деяких випадках дотримуються принципу анонімності щодо осіб, які беруть участь в торгах.

«Комплексні» системи торгів зазвичай складаються з дилерів та інвесторів, що знаходяться в єдиній торговельній мережі і беруть участь у торгах в реальному часі. Клієнти анонімно вводять свої пропозиції на купівлю та продаж, які виконуються автоматично та одночасно в той момент, коли виконуються всі умови всіх виставлених пропозицій. В окремих випадках клієнти мають можливість провести переговори щодо встановлення умов торгів. Такі електронні системи дозволяють інвесторам виконувати комплексні портфельні стратегії, які передбачають одночасну купівлю і продаж цінних паперів різних емітентів або різних випусків одного емітенту.

«Міждилерські системи» дозволяють одним дилерам укласти угоди з іншими дилерами за допомогою електронних засобів зв'язку і виконують роль дилера для дилерів.

«Звичайні» мають вигляд системи, коли інвестор бачить найкращу ціну купівлі або продажу необхідної йому облігації, яка обирається з виставлених декількома дилерами пропозицій. Ці системи дозволяють інвесторам задовольняти свої потреби в певній облігації або типу облігацій за рахунок використання найкращих пропозицій. Дилери часто в таких системах виступають від свого імені і за свій рахунок.

«Системи одного дилера» — інвестори входять в систему, де діє один дилер, і задовольняють свої інвестиційні потреби за цінами, які їм пропонуються. Дилер з цієї системи в свою чергу має доступ до інших систем, мереж або просто до Інтернет, за допомогою яких виконує заявки своїх клієнтів. На головних фінансових ринках світу з'явилася потужна хвиля емісії облігацій корпорацій, фінансових компаній та інших недержавних організацій. Нині вони є головними інструментами торгівлі на приватному борговому ринку.

Ринок облігацій США є не тільки найбільшим, але і найбільш різноманітнішим: на ньому присутні десятки видів інструментів, які в інших країнах просто не існують. Як і в багатьох сферах значення приватного сектору дуже велике: весь ринок облігацій

США складає близько 70 % сукупного світового ринку облігацій, а корпоративні облігації охоплюють 55 % світового ринку корпоративних облігацій. Характерною рисою для США є те, що велика частина корпоративних облігацій — це облігації так званих державних підприємств, тут домінують облігації підприємств комунальних послуг (енергокомпаній, газорозподільчих компаній тощо), значну частку також складають облігації залізниць та фінансових компаній.

Однією з найважливіших тенденцій розвитку американського ринку корпоративних облігацій впродовж останніх років стала поява компаній, що випускають свої облігації і при цьому мають низький кредитний рейтинг.

Спочатку високоризикові облігації використовувались здебільшого для фінансування викупу власних акцій компанії задля самостійного подальшого її функціонування. На даному етапі вони використовуються з найрізноманітнішими цілями.

Найбільшими інвесторами в корпоративні облігації США є пайові фонди, які купують до третини всіх емісій за рік, майже стільки купують індивідуальні інвестори та некомерційні організації. Далі йдуть пенсійні фонди, страхові компанії і банки, які разом володіють близько 20 %. Близько 10 % облігацій на первинному ринку купується іншими корпораціями з метою короткострокового вкладення грошей.

Запровадження євро в січні 1999 року мало дуже сильний вплив на європейський ринок корпоративних облігацій. За дуже короткий термін часу валютний союз об'єднав одинадцять відносно малих та несильно розвинутих ринків боргових зобов'язань у другий в світі за розмірами ринок недержавних боргових цінних паперів. Найрозвинутішими з них були і залишаються німецький та італійський ринки. Після запровадження єдиної європейської валюти значно активізувалися емітенти-нерезиденти. За зразком доларового ринку декілька великих емітентів запровадили облігаційні програми на євrorинку корпоративних облігацій.

Ринок облігацій в Великобританії є відносно невеликим за обсягами, поступаючись ринку єврозони. Як і на американському ринку, позичальники з рейтингом AAA активно увійшли на ринок. Англійські державні компанії, на відміну від американських, беруть позики прямо від уряду, не вдаючись до ринків капіталу, отже їхня частка на ринку облігацій є мінімальною. Помітнішими на ринку стали міжнародні фінансові організації, зокрема такі, як Європейський банк реконструкції та розвитку та Європейський інвестиційний банк. Сектор корпоративних облігацій складається

з приблизно трьох рівних частин — забезпечені облігації, незабезпечені та конвертовані.

Ринок корпоративних облігацій Японії — один з наймолодших ринків корпоративних облігацій поміж розвинутих країн світу. Корпоративні облігації посідають значне місце на фондовому ринку країни. Їхній обсяг сягає 300 млрд. дол. США, але в загальному обсязі боргових інструментів вони складають 5—8 %. Як і в багатьох інших країнах, основний обсяг облігацій корпорацій припадає на облігації дев'яти енергокомпаній (близько 75 %), оскільки вони, як і в США, регулюються державою і вкладення в них є найбільш надійними.

Компанії з десятків країн, що розвиваються, випустили свої облігації на основних світових ринках, але більшу частину займають облігації лише з чотирьох країн (Бразилії, Аргентини, Мексики та Південної Кореї). В більшості країн ринки корпоративних облігацій залишаються недорозвинутими або просто нерозвинутими. Азіатський ринок зростає здебільшого за рахунок внутрішніх розміщень облігацій компаній, а емітенти з Латинської Америки тягнуть більше до розміщень на міжнародних ринках.

Азіатські ринки корпоративних облігацій — найдинамічніші в світі. Близько 60 % внутрішнього ринку облігацій Малайзії та Гонконгу складають саме корпоративні облігації. Ринок Сингапуру залучає багатьох офшорних емітентів.

Вторинний ринок корпоративних облігацій, як і в розвинутих країнах, це здебільшого позабіржова торгівля за допомогою дилерів та брокерів.

Розвивається ринок корпоративних зобов'язань і у Росії. Масова приватизація 1992 року та наступні за нею хвилі перерозподілу власності зробили акції найбільших компаній найпопулярнішими та ліквідними інструментами на фондовому ринку. На початку 2002 року на первинному ринку з'явилися постійні емітенти, сформувалось коло фінансових консультантів, андеррайтерів, встановились загальні правила щодо визначення параметрів облігацій.

2001—2002 роки були для російських емітентів також сприятливими роками виходу на міжнародні ринки корпоративних облігацій. Емітентами на міжнародних ринках стали найбільші російські компанії паливного та енергетичного комплексів. Крім того склалася і структура вторинного ринку: зараз в Росії діють декілька торговельних майданчиків, число інвесторів збільшується і поступово головним завданням учасників ринку стає мінімізація ризиків.

Основою ринку корпоративних облігацій є компанії-емітенти. За формою випуску на російському ринку є дисконтні чи купонні, іменні або на пред'явника, документарні чи бездокументарні, конвертовані облігації.

Особливістю ринку корпоративних облігацій в Росії та його вадою є те, що це — ринок «маленьких» грошей.

Вторинний ринок в Росії розвивається набагато швидшими темпами, ніж первинний.



Контрольні питання

1. Що таке облігації і коли вони вперше з'явилися у світі?
2. Зміст поняття «корпоративна облігація».
3. Які існують облігації за видами їх забезпечення?
4. Перелічіть облігації за видами виплат.
5. Облігації за строком погашення.
6. Як нині розуміють поняття «ринок корпоративних облігацій»?
7. Первинний та вторинний ринки корпоративних облігацій.
8. Роль емітентів, інвесторів і посередників у сфері корпоративних облігацій.
9. Які групи інституціональних інвесторів за кордоном є найактивнішими покупцями корпоративних облігацій?
10. Глобалізація ринків корпоративних облігацій.
11. Електронні платформи торгівлі корпоративними облігаціями.
12. Особливості ринків корпоративних облігацій економічно найрозвинутіших країн світу.
13. Які нові нормативно-правові акти України у сфері корпоративних облігацій, окрім зазначених у тексті цього розділу, Ви знаєте?

РОЗДІЛ



ПОСЕРЕДНИЦЬКІ ПОСЛУГИ У МИТНІЙ СПРАВІ

11.1. Митні брокери і декларанти.

11.2. Підготовка фахівців з декларування.

11.3. Додатки.

А. Програма навчання на курсах митних брокерів та декларантів ЗАТ «Консалтинговий центр».

Б. Зміст навчального посібника, що надається слухачам курсів митних брокерів та декларантів ЗАТ «Консалтинговий центр».

В. Нормативно-правові акти і література.

Терміни та скорочення:

ВМД — вантажна митна декларація

ДМСУ — Державна митна служба України

ЗЕД — зовнішньоекономічна діяльність

ЗУ — Закон України

МКУ — Митний кодекс України

ПКМУ — постанова Кабінету Міністрів України

11.1. Митні брокери і декларанти

Два найбільш часто вживаних термінів у процесі митного оформлення — це декларант та митний брокер. Кожен з цих термінів має юридичне визначення і загальноприйняте застосування. Вони істотно різняться.

Декларант

Ним, згідно зі ст. 87 Митного кодексу України, ухваленого Законом України від 11.07.2002 року № 92-IV, є юридична або фізична особа, яка здійснює декларування товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України. Декларант здійснює і усне декларування предметів, наприклад, громадянин, який переміщує через кордон особисті речі або багаж. Відповідно, з юридичної точки зору, «декларант» — це особа, незалежно від того, юридична вона або фізична, яка заявляє в усній та/або письмовій формі митному органу про товари, предмети або валютні цінності, що переміщуються через митний кордон України.

В повсякденному спілкуванні терміном «декларант» найчастіше визначають співробітника підприємства — суб'єкта ЗЕД, який подає до митниці для митного оформлення товар, супровідні документи та ВМД (особа, записана в графі 54 ВМД).

Митний брокер

Згідно з МКУ (ст. 176), митний брокер — це підприємство-резидент, яке здійснює декларування товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон, та має ліцензію на здійснення митної брокерської діяльності.

В повсякденному спілкуванні терміном «митний брокер» називають співробітника брокерської фірми — фахівця, що склав іспит у відповідній митниці і отримав «Посвідчення особи, уповноваженої на декларування»;

Митна декларація

Вантажна митна декларація (ВМД) — це письмова заява встановленої форми, заповнена друкарським способом на уніфікованих адміністративних документах (бланках МД-2 і МД-3), що подається до митного органу і яка містить передбачені законодавством необхідні для митного оформлення відомості про товари і транспортні засоби, що переміщуються через митний кордон України.

90—95 відсотків загального обсягу зовнішньоекономічної діяльності припадає на торгівлю товарами, що пов'язано з фізичним переміщенням об'єктів торгівлі через митні кордони держав. Чинним законодавством України встановлено, що усі товари і транспортні засоби, які переміщуються через митний кордон України, підлягають митному контролю і митному оформленню.

Митний контроль передбачає проведення митними органами мінімуму митних процедур, необхідних для забезпечення додержання законодавства України з питань митної справи.

Під час митного контролю транспортні засоби, товари та предмети підлягають обов'язковому декларуванню митницям України. «Декларування здійснюється шляхом заявлення за встановленою формою (письмовою, усною, шляхом вчинення дій) точних відомостей про товари і транспортні засоби, мету їх переміщення через митний кордон України, а також відомостей, необхідних для здійснення їх митного контролю та митного оформлення» (ст. 81 МКУ).

В переважній більшості випадків під час декларування транспортних засобів і товарів, що переміщуються через митний кордон України юридичними або фізичними особами, яким вони належать, або уповноваженими ними особами, застосовується вантажна митна декларація.

«...вантажна митна декларація — письмова заява встановленої форми, що подається митному органу і містить відомості про товари та транспортні засоби, які переміщуються через митний кордон України, митний режим, у який вони заявляються, а також іншу інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, митної статистики, нарахування податків, зборів та інших платежів...» (ПКМУ від 09.06.1997 р. № 574).

У відносинах з митними органами інтереси суб'єктів підприємницької діяльності можуть представляти уповноважені співробітники підприємства, а також митні брокери на підставі відповідного договору, укладеного з цим підприємством.

Під час вибору способу декларування підприємство оцінює свої потенційні можливості і визначає готовність своїх працівників до проведення процедури декларування.

Декларування і митне оформлення — це складна процедура, що потребує глибокого знання митного законодавства. Наприклад, ВМД — основний документ, який оформлюється при декларуванні і митному оформленні товарів і транспортних засобів, містить 58 граф, більша частина яких заповнюється спеціальними кодами. Істотна частина підприємців — суб'єктів ЗЕД не може урахувати всіх особливостей та формальностей митного оформлення. Практика показує, що значна частина ВМД, поданих для митного оформлення до митних органів, містять помилки. А будь-яка помилка в процесі декларування товарів та транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України, може бути розцінена як дія, що містить ознаки порушення митних правил, передбаченого Митним кодексом України, і тягнути за собою додаткові збитки, пов'язані зі сплатою штрафів за порушення митного законодавства, додатковими витратами у зв'язку з затримкою транспортних засобів або навіть конфіскацією товарів і транспортних засобів за рішенням суду.

Саме тому більшість суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності звертається до спеціалізованих організацій, що виникли внаслідок розподілу праці у галузі митних взаємовідносин — митних брокерів, які мають необхідну професійну підготовку.

Враховуючи складність та рухливість вітчизняного законодавства, особливо митного та податкового, на процес митного офор-

млення припадають найбільш вагомі ризики — фінансові та технологічні. Тому постать фахівця з декларування (декларанта або митного брокера) займає дуже важливе місце в системі зовнішньоекономічної діяльності, а поглиблення інтеграції України в систему світового господарства тільки підсилить значущість ролі фахівця з митного оформлення в процесі здійснення експортно-імпортних операцій.

З переходом до ринкової економіки, в Україні намітилися тенденції до розширення сфери діяльності фізичних та юридичних осіб, які займаються професійним посередництвом. В галузі митної справи, як зазначалося, посередницькі функції здійснюються митним брокером.

Митні брокери відіграють значну роль при здійсненні митних процедур, пов'язаних з оформленням товарів, що переміщуються через митний кордон України. Із року в рік підвищується як якість надання ними посередницьких послуг суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності, так і кількість підприємств, що користуються їх послугами. Це, в свою чергу, сприяє реалізації одного із головних завдань, що стоїть перед митними органами України — прискорення митного оформлення товарів та їх переміщення через митний кордон України.

В економічно розвинутих країнах практично весь зовнішньоторговельний вантажопотік (до 90 відсотків) оформлюється саме митними посередниками.

Діяльність митних брокерів взагалі і на території України зокрема, має дуже важливе і суттєве значення при здійсненні процедури декларування і митного оформлення товарів. В Україні в умовах частих змін митного і податкового законодавства, нормативно-правових актів і положень нормативних документів Державної митної служби України суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які здійснюють експортно-імпортні операції, не встигають орієнтуватися на ці зміни. Достатньо зазначити, що тільки ставки ввізного мита, наприклад, змінювалися в окремі роки щомісяця, а інколи і частіше. Незважаючи на подальшу лібералізацію зовнішньоекономічної політики держави, зусилля Державної митної служби України щодо гармонізації і спрощення митних процедур, цей процес залишається все ще занадто складним.

Забезпечити стабільне функціонування підприємства під час здійснення зовнішньоекономічних операцій, прискорити процедуру митного оформлення товарів, а отже зовнішньоторговельний обіг, уникнути простоїв транспортних засобів, труднощів, пов'язаних з нетарифним регулюванням (сертифікацією продук-

ції, проходженням екологічного, ветеринарного, радіологічного, екологічного і інших видів контролю), скоротити витрати, пов'язані з цією процедурою, професійно можуть підприємства-митні брокери та фахівці-декларанти.

Митним брокером може бути тільки підприємство-резидент України, а від його імені декларування товарів та транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України, може здійснювати його відокремлений структурний підрозділ (філія, представництво тощо (ст. 176 МКУ).

Підприємство — митний брокер повинно мати в своєму штаті співробітників, які отримали «Посвідчення особи, уповноваженої на декларування». Реквізити цього посвідчення обов'язково мають бути занесені до відповідної графи ВМД.

Для заповнення ВМД використовуються спеціальні комп'ютерні програми, а їх друк здійснюється, як правило, на матричних принтерах, з самокопіюванням зброшурованих листів ВМД. Ці ж програми дозволяють декларанту здійснити перевірку правильності заповнення ВМД, нарахування митних платежів і зборів, а також створити електронну копію ВМД, необхідну для митного оформлення.

Декларант виконує всі обов'язки і несе у повному обсязі відповідальність, передбачену МКУ, незалежно від того, чи він є власником товарів і транспортних засобів, які переміщуються через митний кордон України, митним брокером чи іншою уповноваженою особою.

«Декларант зобов'язаний:

здійснити декларування товарів і транспортних засобів відповідно до порядку, встановленого цим Кодексом;

на вимогу митного органу пред'явити товари і транспортні засоби для митного контролю і митного оформлення;

надати митному органу передбачені законодавством документи і відомості, необхідні для виконання митних процедур;

сплатити податки і збори» (ст. 88 МКУ).

Умови та порядок застосування форм декларування, перелік відомостей, необхідних для здійснення митного контролю та митного оформлення, визначаються Кабінетом Міністрів України (ПКМУ від 09 червня 1997 р. № 574), а порядок заповнення митних декларацій та інших документів, що застосовуються під час митного оформлення товарів і транспортних засобів, встановлюється спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі митної справи (накази ДМСУ від 09.07.1997 р. № 307 та від 30.06.1998 р. № 380).

Перелік товарів, що підлягають обов'язковому декларуванню, встановлюється Митним кодексом України та актами Кабінету Міністрів України.

Загальний перелік документів, що вимагаються при митному оформленні товарів і транспортних засобів, встановлено ПКМУ від 01.02.2006 № 80.

Основні групи документів, що використовуються під час декларування та митного оформлення товарів і транспортних засобів:

- митні документи (вантажні митні декларації, попередні декларації, попередні повідомлення про намір ввезти товари в Україну, листи-узгодження на митне оформлення товарів і транспортних засобів поза місцем державної реєстрації суб'єктів ЗЕД тощо);

- транспортні документи (коносаменти, автомобільні, авіаційні та залізничні накладні, свідоцтва про реєстрацію транспортного засобу, книжки МДП (Carnet TIR), свідоцтва про допущення транспортного засобу до перевезень під митним забезпеченням тощо);

- комерційні документи (рахунки-фактури, пакувальні листи, страхові поліси, сертифікати тощо);

- договори та контракти (зовнішньоекономічні договори, контракти, доповнення до них, внутрішні договори — на перевезення, брокерські, з митними ліцензійними складами, на проведення сертифікації тощо);

- ліцензії, сертифікати, погодження, дозволи вповноважених органів тощо;

- інші документи.

Конкретний перелік документів, що повинні надаватися до митного оформлення декларантом, залежить від різних факторів. Є документи, які надаються при кожному оформленні товарів (товаротransпортні і товаросупровідні, комерційні, зовнішньоекономічні контракти та угоди, тощо) і документи, необхідність надання яких митниці при митному оформленні обумовлена вимогами державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності саме тих товарів, що переміщуються. Якщо діючим законодавством для переміщення через митний кордон України конкретного товару передбачено надання ліцензій, дозволів, сертифікатів, то при митному оформленні вказаного товару митні органи будуть вимагати надання відповідних документів. Якщо товари підлягають контролю з боку інших вповноважених державних органів, то переміщення таких товарів через митний кор-

дон України буде дозволено лише після надання до митних органів документів або підтверджень про проведення (закінчення) такого контролю.

Наказом ДМСУ від 14.10.2002 № 561 встановлено, що декларант подає митниці для здійснення митного контролю і митного оформлення такі документи та потрібну кількість їх копій:

а) документи, що підтверджують повноваження декларанта на здійснення декларування товарів (при самостійному декларуванні — наказ по підприємству про призначення відповідальних за роботу з митницею, при декларуванні за договором з підприємством — митним брокером — кваліфікаційне свідоцтво особи, уповноваженої на декларування);

б) облікову картку суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (текст, зразок і порядок заповнення встановлені наказом ДМСУ від 31.05.1996 р. № 237 «Про затвердження Порядку ведення обліку суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в митних органах»);

в) вантажну митну декларацію, заповнену відповідно до вибраного митного режиму; разом з ВМД декларант подає її електронну копію;

г) зовнішньоекономічний контракт (договір). Якщо контракт підписується на території України або відповідно до законодавства України, він повинен бути складений з урахуванням вимог наказу Міністерства економіки і з питань європейської інтеграції України від 06.09.2001 року № 201 «Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)»;

д) товаротранспортні і товаросупровідні документи, заповнені відповідно до національних та/або міжнародних правил — інвойс (рахунок), залізнична накладна; сертифікати походження, якості, пакувальні листи, специфікації, технічні описи (якщо їх наявність передбачена контрактом);

е) дозволи і сертифікати вповноважених державних органів (у встановлених законодавством випадках) та інші документи, зазначені у ВМД;

ж) реєстр документів, завірений підписом і печаткою декларанта;

з) аркуш проведення митного контролю і митного оформлення товарів і інших предметів з використанням ВМД (текст, зразки і порядок заповнення встановлені наказом ДМСУ від 21.10.2003 р. № 715 «Про внесення змін та доповнень до Порядку здійснення митного контролю й митного оформлення товарів і транспортних засобів із застосуванням вантажної митної декларації»).

Копії представлених до оформлення документів завіряються написом «Копія. З оригіналом вірно», підписом і печаткою декларанта.

У разі потреби на вимогу митного органу декларантом надається переклад наданих до оформлення документів на державну мову. Точність перекладу засвідчує особа, що здійснила переклад.

Після закінчення оформлення документи (завірені у встановленому порядку їх копії), що були підставою для митного оформлення конкретної партії товару, залишаються разом з ВМД на зберіганні в митному органі, що здійснив митне оформлення.

Наказом ДМСУ від 20.04.2005 р. № 314 також передбачено, що митному органу можуть надаватися і інші документи, потрібні для визначення коду товару, його характеристик, митної вартості та додаткових параметрів, які мають істотне значення для митного контролю та митного оформлення товару (пакувальні листи, сторінки каталогів, технічні описи, сертифікати якості, безпеки, тощо).

Потрібно зазначити, що митне оформлення товарів — це сукупність дій, пов'язаних з пропуском в Україну чи за її межі товарів, переміщуваних через митний кордон України. Тривалість митного оформлення, тобто прийняття ВМД, комерційних та інших необхідних документів, визначається кожною митницею окремо. Тривалість митного оформлення залежить від характеру товару, обсягу товарної партії, чи підлягає той або інший товар перевірці інших контролюючих служб. Митне оформлення здійснюється у 4 етапи.

1-й етап — попередні операції та перевірка ВМД і документів підрозділом митної статистики. Разом з ВМД подається її електронна копія. Інформація, внесена до електронної копії ВМД, повинна відповідати інформації, внесеної декларантом до оригіналу ВМД. Крім цього, підрозділ митної статистики перевіряє наявність фактів застосування до суб'єкта ЗЕД санкцій, передбачених статтею 37 Закону України «Про зовнішньоекономічному діяльність». Перевірка на цьому етапі завершується проставленням штампа «Перевірено»;

2-й етап — перевірка ВМД та документів, заявленої митної вартості і нарахування митних платежів відділом митних платежів митниці та відділом тарифів та митної вартості у порядку, визначеному нормативними актами Держмитслужби. Перевірка закінчується проставленням штампа «Сплачено»;

3-й етап — перевірка вантажним відділом митниці зазначених декларантом відомостей у ВМД на відповідність митним правилам та поданим комерційним документам. Після перевірки на всіх аркушах ВМД проставляється штамп «Під митним контролем» та реєстраційний номер. ВМД реєструється у журналі обліку вантажних митних декларацій. Після завершення цієї процедури ВМД вважається прийнятою для оформлення і декларант несе юридичну відповідальність за зазначені в ній відомості. На цьому етапі декларація не може бути відкликана декларантом. Кожній ВМД присвоюється реєстраційний номер у порядку, визначеному Держмитслужбою. Реєстраційний номер заноситься до журналу обліку ВМД.

ВМД не приймається для оформлення:

- якщо вона подається без повного комплексу документів, необхідних для здійснення митного оформлення товарів;

- якщо вона заповнена декларантом з порушенням Положення про вантажну митну декларацію, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 9 червня 1997 року № 574 (зі змінами та доповненнями до неї), Інструкції про порядок заповнення вантажної митної декларації, затвердженої наказом Держмитслужби від 9 липня 1997 року № 307 і зареєстрованої в Міністерстві юстиції 24 вересня 1997 року за № 443/2247 та інших нормативних актів;

- якщо вона заповнена з підчистками та помилками. Виправлення у ВМД можуть бути зроблені шляхом перекреслення помилкових та внесення правильних відомостей (друкованим способом або від руки). У ВМД не допускається більш як три виправлення. У графах 12, 22, 37, 42, 45, 46, 47 виправлення не допускаються. Кожне виправлення засвідчується печаткою декларанта. Посадові особи органів Державної митної служби не мають права з власної ініціативи, за дорученням або проханням декларанта заповнювати ВМД, змінювати або доповнювати відомості, зазначені в ній (за винятком тих граф або відомостей, заповнення яких належить до компетенції органів Державної митної служби), в інших випадках, передбачених законодавством України.

4-й етап — проведення, у разі необхідності, огляду товару та повне оформлення ВМД. Митниця може відмовити у митному оформленні товарів після завершення процесу прийняття ВМД для оформлення виключно у випадках, передбачених законодавством України. ВМД вважається повністю оформленою за наяв-

ності на всіх її аркушах особистої номерної печатки інспектора митниці, що здійснив митне оформлення товару.

Державною митною службою може бути встановлений інший порядок розподілу аркушів ВМД. Реєстраційний номер ВМД, за якого було відмовлено у митному оформленні товарів, не може бути присвоєний іншій декларації.

Оформлена ВМД свідчить про надання суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності права на розміщення товарів у визначеному митному режимі і підтверджує права та обов'язки зазначених у ВМД осіб щодо здійснення ними відповідних правових, фінансових, господарських та інших дій.

До митного оформлення і митного контролю на будь-якому з перелічених вище етапів можуть залучатися підрозділи по боротьбі з контрабандою і порушеннями митних правил.

Тривалість кожного етапу митного оформлення товарів фіксується в технологіях митного контролю та митного оформлення товарів та інших предметів, затверджених начальниками митниць.

На даний час основними законодавчими та нормативними актами, що визначають умови діяльності митних брокерів в Україні, є наступні:

а) Митний кодекс України, прийнятий Законом України від 11 липня 2002 року № 92-IV (його розділ VII «Підприємницька діяльність із надання послуг з декларування товарів і транспортних засобів та перевезення товарів, що переміщуються через митний кордон України або перебувають під митним контролем» складається з двох глав — 26 «Митний брокер» і 27 «Митний перевіжник»);

б) наказ ДМСУ від 22.07.1997 № 340 року «Про затвердження Положення про діяльність підприємств, що здійснюють декларування на підставі договору»;

в) наказ ДМСУ від 01.04.2002 р. № 174 «Про затвердження Порядку проведення ідентифікаційного огляду товарів та інших предметів декларантом»;

г) наказ ДМСУ від 31.12.96 р. № 592 «Положення про відкриття та експлуатацію митних ліцензійних складів»;

д) Закон України від 01.06.2000 р. № 1775-III «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»;

е) постанова Кабінету Міністрів України від 14.11.2000 р. № 1698 «Про затвердження переліку органів ліцензування».

Проект «Ліцензійних умов провадження діяльності митного брокера» було розроблено ще у 2002 році, але він поки що не набрав чинності.

Декілька з цих нормативних актів, а саме накази ДМСУ, видані до 2002 року, дещо застаріли, тому що були розроблені за часів чинності попереднього МКУ, ухваленого Законом України від 12.12.1991 р. № 1979-ХІІ.

Законодавство України, передбачає можливість здійснення зазначеної діяльності як юридичною, так і фізичною особою за умови її реєстрації в установленому порядку як суб'єкта підприємницької діяльності.

Відповідно до Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» суб'єкт господарювання, який має намір проводити посередницьку діяльність митного брокера та отримати спеціальну ліцензію, особисто або через уповноважений ним орган чи особу, звертається до митного органу. При цьому він подає:

- заяву встановленого зразка про видачу ліцензії;
- нотаріально завірнену копію установчих і реєстраційних документів (статут, установчий договір, свідоцтво про державну реєстрацію та довідку органів державної статистики про внесення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України);
- відповідні документи філій або представництв цих підприємств, якщо ці філії або представництва будуть здійснювати таку ж діяльність;
- довідку банківського закладу про наявність рахунку і відсутність заборгованості;
- копію платіжного доручення про перерахування коштів за отримання ліцензії про визнання підприємства митним брокером.

Повідомлення митного органу про прийняття рішення про видачу ліцензії або про відмову у її видачі надсилається (видається) заявникові в письмовій формі протягом трьох робочих днів з дати прийняття відповідного рішення. При цьому, у рішенні про відмову у видачі ліцензії зазначаються аргументовані підстави такої відмови.

За видачу ліцензії справляється плата, розмір та порядок зарахування якої до Державного бюджету України встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Таким чином, відповідно оформлена ліцензія надає суб'єкту підприємницької діяльності право здійснювати посередницьку діяльність митного брокера. При цьому, зазначене право щодо конкретних товарів і транспортних засобів, що декларуються ним, реалізується на підставі договору доручення, укладеного у

встановленому порядку ліцензіатом та особою, яку він представляє в митному органі.

Суб'єкт підприємницької діяльності, який надає послуги митного брокера, для забезпечення своєї діяльності повинен мати електронно-обчислювальну, копіювальну техніку й відповідне програмне забезпечення, які гарантують забезпечення сумісності програмних продуктів і засобів автоматичної обробки інформації, використовуваних цим суб'єктом, з програмними продуктами та засобами автоматичної обробки інформації, що використовуються митними органами України.

Суб'єкт господарської діяльності, отримавши ліцензію на проведення підприємницької посередницької діяльності митного брокера, має право від свого імені за рахунок і за дорученням власника вантажу самостійно заповнювати вантажну митну декларацію (уніфікований адміністративний документ форми МД-2) для проведення митного оформлення товарів, транспортних засобів та інших предметів.

Взаємовідносини митного брокера з особою, яку він представляє, визначаються договором доручення. При здійсненні митного оформлення підприємство, що здійснює декларування на підставі договору доручення виконує обов'язки і несе відповідальність відповідно до укладеного договору.

При цьому підприємство, що здійснює декларування на підставі договору, має право укласти договір доручення з будь-яким власником (володільцем) вантажу, який до нього звернеться, за винятком випадків, коли є достатні підстави вважати, що дія чи бездіяльність такого власника (володільця) є протиправною і тягне за собою кримінальну відповідальність або відповідальність, передбачену Митним кодексом України.

Спори між підприємством, що здійснює декларування на підставі договору та власником (володільцем) вантажу вирішується відповідно до чинного законодавства України. Митні органи України не несуть відповідальності перед тими власниками (володільцями) вантажів, яких представляє підприємство, що здійснює декларування на підставі договору, за його дії чи бездіяльність, у тому числі і за затримку митного оформлення товарів, якщо така сталася внаслідок неналежного виконання зазначеним підприємством своїх обов'язків. Права, обов'язки і відповідальність підприємств, що здійснюють декларування на підставі договору, не можуть бути обмежені договором між зазначеним підприємством та власником (володільцем) вантажу.

Підприємство, що здійснює декларування на підставі договору, відповідно до наказу Держмитслужби України від 22.07.1997 р. № 340 має право від свого імені за рахунок і за дорученням власника (володільця) вантажу самостійно здійснювати наступні операції в галузі митної справи:

- декларувати товари, транспортні засоби та інші предмети;
- подавати митному органу України документи, необхідні для митного оформлення;
- пред'являти митниці товари, транспортні засоби та інші предмети, що декларуються;
- забезпечувати сплату митних платежів, установлених для товарів, транспортних засобів та інших предметів, що декларуються;
- виконувати в межах своєї компетенції інші дії, необхідні для митного оформлення та митного контролю товарів і транспортних засобів, що декларуються;
- оскаржувати у визначеному порядку рішення митних органів України.

Зазначене підприємство, крім того, зобов'язане:

- на вимогу митного органу України бути присутнім при митному оформленні товарів і транспортних засобів та сприяти працівникам митниці під час митного оформлення вантажів;
- здійснювати на вимогу митниці визначення кількості, завантаження, розвантаження, перевантаження товарів, виправлення пошкодженої упаковки, відкриття упаковки, пакування чи перепакування товарів, що підлягають митному оформленню, а також відкриття приміщень та інших місць, де можуть знаходитися зазначені товари.

Особа, уповноважена на декларування, також повинна правильно нараховувати та сплачувати всі податки та збори, встановлені для задекларованих товарів, якщо це передбачено угодою підприємства, що здійснює декларування на підставі договору, з власником (володільцем) вантажу, а також здійснювати у формах, які не суперечать чинному законодавству України, контроль за своєчасною і повною сплатою митних платежів власником (володільцем) вантажу.

До обов'язків такого підприємства належить й сприяння, при необхідності, проведенню ветеринарного, фітосанітарного та інших видів державного контролю, якому підлягають задекларовані товари, транспортні засоби та інші предмети. Крім того, зазначена особа має дотримуватись умов та обмежень щодо використання товарів, транспортних засобів та інших предметів, розпо-

рядження ними, якщо митне оформлення не завершено, негайно інформувати митні органи про пошкодження тари й упаковки, невідповідність товарів відомостям про них у транспортних, комерційних та інших документах, які мають відношення до митної справи.

Окрім зазначених обов'язків підприємство повинно забезпечувати відповідність використовуваних ним засобів автоматичної обробки інформації та програмних продуктів відповідним засобам, що використовуються митними органами України.

Наказ Держмитслужби України (№ 340 від 22.07.1997 р.) закріплює й ті обов'язки особи, уповноваженої на декларування, що безпосередньо не розкривають змісту доручення, мають не технологічний, а передусім організаційно-технічний характер. Серед таких обов'язків слід виділити:

- подання для ознайомлення суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності, на їх вимогу, свідоцтва про визнання підприємства декларантом, Положення про діяльність підприємств, що здійснюють декларування на підставі договору, та інформації про умови угоди між підприємством, що здійснює декларування на підставі договору, та власником (володільцем) вантажу;

- ведення реєстру укладених договорів із власниками (володільцями) вантажів та представлення митниці, на її вимогу, угоди між підприємством, що здійснює декларування на підставі договору та власниками (володільцями) вантажів;

- перевірка повноважень власника (володільця) щодо належності йому товарів, транспортних засобів та інших предметів;

- надання консультацій власникам (володільцям) вантажів щодо вимог митного законодавства України.

Митні брокери також зобов'язані:

- користуватися послугами виключно тих осіб, уповноважених на декларування, які зараховані до штату підприємства, що здійснює декларування на підставі договору;

- протягом трьох робочих днів інформувати митницю про факти прийому на роботу або звільнення з роботи особи, уповноваженої на декларування;

- забезпечувати відповідність знань осіб, уповноважених на декларування, які зараховані до штату підприємства, що здійснює декларування на підставі договору, до вимог, передбачених митним законодавством України.

Митні брокери мають виконувати свої обов'язки належним чином, інакше будуть позбавлені права займатися посередницькою діяльністю.

При порушенні обов'язків ліцензія може бути анульована. Підставою для анулювання ліцензії є акт про:

— встановлення факту неподання в установленний строк повідомлення про зміну даних зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії і акта про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії;

— встановлення факту передачі ліцензії іншій юридичній або фізичній особі для проведення господарської діяльності;

— невиконання розпорядження про усунення порушень Ліцензійних умов.

Підставою для анулювання ліцензії також може бути заява ліцензіата про анулювання ліцензії.

У разі скасування ліцензії встановлений збір за її видачу поверненню не підлягає.

Повторна заява про видачу ліцензії може бути розглянута через один рік з дня винесення рішення про скасування ліцензії, за умови усунення причин, що стали причиною її скасування.

Рішення про анулювання ліцензії набирає чинності через десять днів з дня його прийняття. Це рішення може бути оскаржене у судовому порядку.

Крім того, ліцензія митного брокера може бути скасована митницею, якщо фахівець:

— неодноразово не виконував свої обов'язки;

— неодноразово порушував або не виконував вимоги законодавчих та інших нормативних актів;

— визнаний винним у підробленні документів, хабарництві, а також у випадках неодноразового вчинення правопорушень, передбачених Митним кодексом України та іншими законодавчими актами;

— заподіяв істотні збитки особі, яку він представляє, в тому числі шляхом протиправного використання даних, що становлять комерційну таємницю або конфіденційну інформацію, за рішенням суду;

— у разі неотримання особою, уповноваженою на декларування, кваліфікаційного свідоцтва протягом трьох місяців з дня складання екзамену.

Підприємство, при припиненні посередницьких функцій зобов'язане протягом 15 днів, з дня припинення зазначеної діяльності надати митному органу, що веде облік операцій, повний звіт про операції по митному оформленню, проведені з дня видачі ліцензії. При цьому, підприємство повинно виконати всі зо-

бов'язання перед митним органом, прийнятим ним при здійсненні діяльності як митний брокер.

Рішення про припинення діяльності підприємства, як митного брокера, оформляється наказом органу, що видав таку ліцензію. Припинення діяльності підприємства у зв'язку з анулюванням ліцензії окремим наказом не оформляється.

Наказ або розпорядження вручається митному брокеру безпосередньо або надсилається йому поштовим відправленням з повідомленням. При припиненні посередницької діяльності підприємству сплачені платежі за видачу ліцензії чи за поновлення її дії не повертаються.

Рішення про скасування кваліфікаційного свідоцтва може бути оскаржене безпосередньо до Держмитслужби України або до суду.

Суб'єкт підприємницької діяльності, що надає послуги митного брокера, як зазначалося, повинен мати у своєму штаті не менше двох працівників, уповноважених митним органом на безпосереднє здійснення функцій митного брокера.

Як свідчення цих повноважень фахівці з декларування отримують персональні кваліфікаційні посвідчення («Посвідчення особи, уповноваженої на декларування») в митних органах за місцем реєстрації суб'єкта. Для цього у митницях створюються екзаменаційні комісії, які приймають іспити з метою визначення достатності рівня знань і кваліфікації фахівців з декларування для здійснення їх функцій.

Якщо у правовому регулюванні митної справи сталися істотні зміни, особа, уповноважена на декларування, повинна у місячний строк, після виходу відповідного наказу начальника митниці, підтвердити відповідність своїх знань новим вимогам шляхом складання заліку комісії митниці. У разі невиконання цієї умови митний орган, який видав кваліфікаційне свідоцтво, припиняє його дію до такого підтвердження, але не більше ніж на два місяці. У разі непідтвердження особою, уповноваженою на декларування, відповідності своїх знань протягом цього строку, митний орган, який видав кваліфікаційне свідоцтво, скасовує його.

Органом виконавчої влади, визначеним Кабінетом Міністрів України для ліцензування посередницької діяльності митного брокера, є Державна митна служба України. Повноваження ДМСУ, як органу ліцензування, визначені законодавством України та можуть бути за рішенням ДМСУ делеговані відповідним митницям.

В ліцензії на провадження посередницької діяльності митного брокера зазначається термін її дії (нині свідоцтво діє безстроково за умови щорічної перереєстрації).

Відповідно до законодавства України Ліцензійні умови, затверджені в установленому порядку Держмитслужбою України та Державним комітетом України з питань регуляторної політики та підприємництва, містять вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, які є обов'язковими для виконання при провадженні посередницької діяльності митного брокера. Як вже зазначалося вище, Ліцензійні умови не ухвалюються, хоч їх складено ще 2002 року.

У додатках «Б» і «В» цього розділу читач знайде нормативно-правові акти у сфері митної справи.

11.2. Підготовка фахівців з декларування

Історичний досвід багатьох розвинених країн переконує, що митна служба і митні брокери є неодмінним елементом високоефективної організації життя суспільства і, передусім, функціонування його економіки. Вирішуючи цілу низку конкретних завдань, митна система в комплексі стає значним важелем підтримки рівноваги і створення у суспільному виробництві найсприятливіших умов для розвитку власної економіки. Що ж до нашої країни, то поряд із цими завданнями митна система повинна стати і вже стає вагомим чинником ринкових перетворень. Майже у всьому спектрі найважливіших проблем перехідної економіки вона вносить свою частку в їх позитивне вирішення.

Проте на досягнутому не можна зупинитись, бо життя постійно ставить нові й нові завдання. У цьому плані подальший розвиток митного брокерства буде пов'язаний насамперед із тими економічними процесами та явищами, які віддзеркалюють у собі перспективу становлення в Україні ринкової економіки та її поступове включення до загальноєвропейських процесів.

Перспективною формою реалізації планів щодо подальшого удосконалення роботи митного брокерства є уніфікація вітчизняного митного законодавства і його поступове наближення до світових норм. Необхідність такої уніфікації владно диктують як загальні тенденції розвитку світової торгівлі, так і перспектива вступу України до Світової організації торгівлі.

Слід наголосити, що створення відповідних умов для організації митного оформлення при значному підвищенні обсягу зовнішньоторговельних операцій сприятиме і відносному збільшенню надходжень до державного бюджету навіть за умов зменшення рівня мита. Це повинно стати суттєвим важелем подальшого розвитку нашої економіки.

Особливу увагу в процесі подальшої розбудови митної справи в Україні необхідно приділити пристосуванню роботи митної служби до умов, які в майбутньому можуть бути пов'язані зі вступом України до Європейського Союзу. Як відомо, наша держава наполегливо проводить політику розвитку відносин з усіма країнами і в тому числі з країнами — членами Європейського союзу. Вирішення цього питання навіть у варіанті закріплення за Україною статусу асоційованого члена Європейського союзу може привести до помітних змін у роботі усієї митної служби взагалі, і митного брокерства зокрема. Річ тут не тільки в остаточному і максимальному наближенні нашого законодавства, що визначає правові основи функціонування усіх митних органів, до відповідних норм європейського права, а і в принципово нових завданнях щодо захисту вітчизняного товаровиробника. Значущість цієї проблеми пов'язана з певною неготовністю переважної частини наших господарюючих суб'єктів до гострої і жорсткої конкуренції, притаманної насиченому і вибагливому ринку розвинених країн Європи.

Як беззаперечно довела світова практика, наявність в логістичних ланцюжках зовнішньоторговельних потоків експортно-імпортних вантажів постаті висококваліфікованого фахівця з декларування (декларанта, митного брокера, митного агента) є необхідною умовою швидкого, ефективного і конкурентоспроможного здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Зі вступом до Світової організації торгівлі питання підготовки фахівців даного напрямку постане ще з більшою гостротою. Недостатня увага до цього сегменту зовнішньоекономічної діяльності в черговий раз залишить Україну в лавах аутсайдерів на світовому ринку товарів.

Наша країна, не дивлячись на наполегливе прагнення до розбудови економіки на основі світової відстає в сфері державного управління і регулювання. Внаслідок цього основними перешкодами на шляху розвитку зовнішньоекономічної діяльності є не ринкові умови, а адміністративні і технічні бар'єри. Рівень тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності також дуже

високий в порівнянні з середньосвітовим. Як підсумок, в процесі здійснення зовнішньоекономічних операцій основні витрати часу, зусиль і фінансів припадають на подолання митних бар'єрів. Тому завдання підготовки кваліфікованих фахівців з митного оформлення — митних брокерів і декларантів — стає виключно важливим, і, таким чином, існує щорічна потреба в підготовці достатньо великої кількості фахівців з декларування. Але слід визнати, що державної системи підготовки митних брокерів в Україні ще не існує.

Вищі учбові заклади країни готують фахівців із зовнішньоекономічної діяльності. В багатьох ВУЗах викладають курси митного права і митної справи. Проте спеціалізованої підготовки фахівців з митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України, не здійснює жоден навчальний заклад.

Відсутність програми підготовки фахівців з декларування в загальнодержавній системі освіти, можливо, обумовлено тривалою відсутністю затверджених на державному рівні «Кваліфікаційних умов провадження діяльності митного брокера». Без прийняття цього документу професія митного брокера або фахівця з декларування, в Україні юридично відсутня. Такої спеціалізації немає ні в державному класифікаторі професій (наказ Держстандарту України від 27.07.1995 № 257), ні в учбових планах будь-якого вищого або середнього навчального закладу.

В Україні освіта і навчання належать до галузей діяльності, що підлягають ліцензуванню. Але з урахуванням того, що проводиться навчання «неіснуючій» професії, організації, які здійснюють навчання майбутніх фахівців з декларування (митних брокерів і декларантів), найчастіше проводять їх в формі надання інформаційно-консультаційних послуг. Надання таких послуг не потребує наявності ліцензії. Така ситуація не сприяє підвищенню вимог до рівня викладання та якості підготовки фахівців в деяких організаціях, які розглядають підготовку фахівців з митного оформлення лише як джерело отримання прибутку.

В Україні навчання брокерів і декларантів проводять декілька комерційних організацій. В Одесі навчання фахівців з декларування здійснює ЗАТ «Пласке» за підтримки Чорноморської регіональної, Енергетичної регіональної митниці та ЗАТ «Консалтинговий центр». В Дніпропетровську діють курси за підтримки Академії митної служби України. В Харкові та Львові курси про-

ходять епізодично. В Житомирі раз на рік проходить навчання групи бажаючих на курсах, які проводить Житомирська філія ЗАТ «Консалтингвий центр».

В Києві навчання брокерів здійснюють чотири організації. Асоціація митних брокерів України, Всеукраїнська асоціація «Об'єднання підприємств митних брокерів та власників митних ліцензійних складів» і «Центр Інформ-Київ» проводять вечірні курси, а ЗАТ «Консалтингвий центр» (центральний офіс та ДП «Київський консалтингвий центр») — денні.

Програма підготовки митних брокерів та декларантів, що розроблена ЗАТ «Консалтингвий центр», узгоджена з Державною митною службою України і затверджена нею.

Як правило, курси проводяться за підтримки місцевих митних органів. Це пов'язано зі специфікою навчання. Найбільш кваліфікованими викладачами, обізнаними з сучасним станом справ в митній системі України на усіх напрямках, є діючі працівники митниць. Кожен з них викладає свою тему або напрямок митного оформлення, саме той, за який він відповідає в своїй практичній діяльності.

Наприклад, ЗАТ «Консалтингвий центр» проводить свої курси за підтримки Київської регіональної митниці та Київського центру підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів ДМСУ.

«Консалтингвий центр» за підтримки ДМСУ в рамках постійно діючих курсів митних брокерів і декларантів проводить навчання слухачів основам митного права і митного законодавства, основам зовнішньоекономічної діяльності, технології митного контролю і митного оформлення, порядку декларування митних вантажів, а також заповненню вантажних митних декларацій за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення. Кожний курсант отримує комплект основних нормативних документів в актуальній редакції, які регулюють митний контроль і митне оформлення.

Залежно від базової підготовки освітнього рівня слухачі курсів після їх закінчення можуть працювати в якості митного брокера, менеджера ЗЕД, логістика, співробітника митного ліцензійного складу тощо.

Програма підготовки містить 120 годин лекцій і практичних занять (типова програма підготовки наведена в додатку А). Навчання відбувається в денний час, головним чином з 9-30 до 17 години впродовж трьох тижнів в робочі дні. Лекції проводять провідні фахівці митниці, співробітники центрального апарату

митної служби і спеціалізованих установ, а також викладачі Київського центру підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів співробітників митних органів. Практичні заняття по заповненню ВМД за допомогою програмного забезпечення проводять фахівці науково-виробничого об'єднання «Поверхність» та науково-технічної фірми «Інтес», які є розробниками програм для забезпечення діяльності декларантів — «MD office» та «QDPro» відповідно, а також діючі митні брокери — в минулому також слухачі курсів, які закінчили навчання декілька років тому. Фахівці «Консалтингового центру» постійно відслідковують зміни в митному законодавстві, турбуючись про те, щоб навчати слухачів з урахуванням оновлення законодавчої та нормативної бази. Програма навчання узгоджена з ДМС України і нині є найбільш якісною і універсальною, порівнюючи з програмами, які пропонують інші організації, що проводять навчання. Це підтверджується і кращими результатами випускників «Консалтингового центру» під час складання іспитів в митницях, і тим, що переважна більшість курсантів успішно працевлаштувалась за отриманим фахом — як самостійно, та і за сприянням «Консалтингового центру».

В зв'язку з відсутністю в Україні підручників для навчання митних брокерів як основний навчальний посібник більшість організацій, що проводять навчання митних брокерів та декларантів, використовують збірки нормативних актів, які регулюють митну справу за темами, що вивчаються (зміст посібника, розробленого ЗАТ «Консалтинговий центр», наведено в додатку Б).

Невдовзі слід очікувати змін в галузі підготовки фахівців з декларування в Україні. У пункті 10 наказу ДМСУ від 13.06.2006 р. № 466 «Про введення в дію рішень колегії Держмитслужби від 05.06.06», вказувалося: «Для отримання кваліфікаційного свідоцтва митного брокера особами, які допускатимуться до здійснення декларування товарів та транспортних засобів митним органам, розробити проект типової навчальної програми та підсумкових контрольних тестів». Виконавцями завдання визначені Академія митної служби України, Київський та Хмельницький центри підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів, Департаменти кадрової роботи і організації митного контролю ДМСУ, регіональні митниці та митниці. Строк розробки був встановлений до 28 липня 2006 року. Державна програма підготовки фахівців з декларування позитивно вплине на рівень підготовки та надання послуг митними брокерами.

11.3. Додатки

Додаток А

ПРОГРАМА НАВЧАННЯ НА КУРСАХ МИТНИХ БРОКЕРІВ ТА ДЕКЛАРАНТІВ ЗАТ «Консалтинговий центр»

№ з/п	Тема заняття	Кількість годин
1	Введення в курс. Організаційне заняття.	2
2	Введення в курс. Митні брокери та декларанти — цілі та завдання. Ліцензійні умови. Кваліфікаційні вимоги до фахівців.	2
3	Введення в курс. Основні терміни, які використовуються в митному законодавстві. Організація митного контролю. Митний кодекс України — правова основа здійснення митної справи в Україні.	2
4	Основи ЗЕД. Закон України про ЗЕД — правова основа здійснення ЗЕД. Визначення основних зовнішньоторговельних термінів. Суб'єкти підприємницької діяльності (Суб'єкти ЗЕД). Резиденти та нерезиденти. Режим індивідуального ліцензування та тимчасового зупинення ЗЕД як спеціальні санкції. Контракт — основний документ суб'єкта ЗЕД для проведення митного оформлення. Вимоги щодо форми зовнішньоекономічного контракту. Види контрактів (договорів). Ресстрація контрактів.	2
5	Митні брокери. Положення про діяльність підприємств, що здійснюють декларування на підставі договору. Права та обов'язки осіб, уповноважених на декларування. Порядок складання іспитів на право отримання Кваліфікаційного свідоцтва особи, уповноваженої на декларування.	2
6	Митні ліцензійні склади. Склади тимчасового зберігання. Митні перевізники.	2
7	Організація митного контролю. Структура митної системи України (ДМСУ, регіональні, внутрішні та прикордонні митниці, митні пости, відділи). Пункти пропуску. Зони митного контролю. Технологія «єдиного вікна».	2
8	Організація митного контролю. Види контролю: прикордонний, ветеринарний, санітарний, фітосанітарний, радіологічний, екологічний. Товари, що підлягають цим видам контролю.	2

9	Організація митного контролю. Облік суб'єктів ЗЕД у митниці. Технологія митного оформлення. Місце і час митного оформлення. Розпорядок роботи відділів митниці.	2
10	Організація митного контролю. Картка відмови в митному оформленні. Порядок звернень до митних органів з заявами та скаргами.	2
11	Організація митного контролю. Нетарифне регулювання ЗЕД. Квотування та ліцензування (визначення, застосування, види). Спеціальний режим експорту товарів. Дозволи інших державних органів як підстава для митного оформлення. Індикативні ціни.	2
12	Організація митного контролю. Нетарифне регулювання ЗЕД. Стандартизація та сертифікація імпортованої продукції.	2
13	Організація митного контролю. Державна служба експортного контролю. Товари, що підлягають експортному контролю.	2
14	Основи ЗЕД. ІНКОТЕРМС 2000 — правила інтерпретації комерційних термінів. Базисні умови поставок.	2
15	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Основні законодавчі акти, що регулюють порядок переміщення, декларування і митного оформлення товарів.	2
16	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Документи, необхідні для митного оформлення. ВМД — уніфікований адміністративний документ (характеристика, роль та юридичний статус, типи ВМД).	2
17	Основи ЗЕД. Валютне законодавство і валютний контроль. Розрахунки у зовнішньоекономічних операціях.	2
18	Митно-тарифне регулювання ЗЕД. Єдиний митний тариф України. Митна і фактурна вартість: порядок і методи їх визначення.	4
19	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок і особливості декларування гуманітарної допомоги.	2

Закінчення дод. А

№ з/п	Тема заняття	Кількість годин
20	Основи ЗЕД. Гармонізована система опису та кодування товарів. УКТ ЗЕД. Митна статистика.	4
21	Практичне заняття. Визначення кодів товарів за УКТ ЗЕД.	4
22	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок заповнення ВМД при митному режимі транзиту. Особливості декларування товарів, що ввозяться як іноземні інвестиції.	2
23	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок заповнення ВМД при митних режимах ЕК, ІМ, (в т. ч. за договорами купівлі-продажу, бартеру, доручення, комісії; — за рекламацийними актами).	4
24	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок заповнення ВМД при митних режимах реекспорту, реімпорту, переробки.	2
25	Організація митного контролю. Порядок і особливості оформлення вантажів за листами-узгодженнями.	2
26	Організація митного контролю. Порядок і особливості контролю за доставленням вантажів до митниць призначення. Особливості контролю за доставленням вантажів автотранспортом. Особливості технології оформлення ПШ, ПД, ВМД типу «ТР 80 ВН».	2
27	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок і особливості декларування виставочних вантажів.	2
28	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок і особливості декларування вантажів дипломатичних представництв та вантажів представництв іноземних фірм.	2
29	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок і особливості декларування міжнародних поштових відправлень, експрес-пошти; товарів, що переміщуються фізичними особами.	2

30	Декларація митної вартості. Порядок заповнення та оформлення.	2
31	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок заповнення ВМД при митних режимах тимчасового ввезення (вивезення), митного складу (в т. ч. за договорами консигнації). Тимчасова та неповна декларації.	4
32	Митно-тарифне регулювання ЗЕД. Загальна система преференцій. Порядок застосування пільгових ставок. Визначення крайни походження товару. Сертифікати походження (види, характеристики).	4
33	Декларування та митне оформлення товарів (семинар). Порядок та правила заповнення граф ВМД. Типові помилки при заповненні граф ВМД.	4
34	Порядок декларування та митного оформлення товарів. Порядок та особливості декларування товарів, що підлягають експортному контролю.	4
35	Контрабанда та порушення митних правил (поняття та відповідальність). Порушення митних правил як адміністративне правопорушення (поняття, види, відповідальність).	4
36	Практичне заняття. Заповнення ВМД.	8
37	Консультація з питань складання іспиту.	2
38	Консультація з питань складання іспиту.	2
39	Митно-тарифне регулювання ЗЕД (практичне заняття). Порядок нарахування та стягнення митних платежів.	4
40	Декларування та митне оформлення товарів. Порядок заповнення граф ВМД за допомогою програмного забезпечення «MD-Office» (практичне заняття).	4
41	Декларування та митне оформлення товарів. Порядок заповнення граф ВМД за допомогою програмного забезпечення «QDPго» (практичне заняття).	4
42	Декларування та митне оформлення товарів. Заповнення митних декларацій за допомогою програмного забезпечення (практичне заняття — залік). Резервний час.	8

**ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОГО ПОСІБНИКА, ЩО НАДАЄТЬСЯ СЛУХАЧАМ
КУРСІВ МИТНИХ БРОКЕРІВ ТА ДЕКЛАРАНТІВ ЗАТ «Консалтингвий центр»**

ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.91 р. № 959-ХІІ (редакція ЗУ від 14.09.2006 р. № 139-V)
ЗУ «Про єдиний збір, який справляється у пунктах пропуску через державний кордон України» від 04.11.1999 р. № 1212-ХІV
ЗУ «Про Митний тариф України» від 05.04.2001 р. № 2371-ІІІ
Указ Президента України «Про застосування Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів» від 04.10.94 № 567/94
«Положення про індикативні ціни у сфері ЗЕД» (Затверджено Указом Президента України від 10.02.96 р. № 124/96)
Декрет КМУ «Про квотування та ліцензування експорту товарів (робіт, послуг)» від 12.01.93 р. № 6-93
ПКМУ «Про впорядкування діяльності митних ліцензійних складів» від 02.12.96 № 1446
ПКМУ «Про ставки митних зборів» від 27.01.97 № 65
ПКМУ «Про затвердження Положення про вантажну митну декларацію» від 09.06.97 № 574
ПКМУ «Про затвердження зразка свідоцтва на право вивезення (тимчасового вивезення) культурних цінностей з території України» від 30.06.2000 № 984
ПКМУ «Про затвердження Порядку визначення країни походження товару, що переміщується через митний кордон України» від 12.12.02 № 1864
ПКМУ «Про переміщення товарів через митний кордон України у режимі реімпорту» від 12.12.02 № 1881
Порядок і умови здійснення митного контролю товарів та інших предметів, що переміщуються (пересилаються) через митний кордон у міжнародних експрес-відправленнях (затверджено ПКМУ від 25.12.02 № 1948)
ПКМУ «Про затвердження переліку платних послуг, що можуть надаватися митними органами» від 25.12.02 № 1952
ПКМУ «Деякі питання митного оформлення товарів» від 25.12.02 № 1985
ПКМУ «Про порядок здійснення митного контролю, оформлення та пропуску через митний кордон України товарів, щодо переміщення яких встановлено обмеження» від 25.12.02 № 1986
ПКМУ «Про справляння плати за митне оформлення товарів і транспортних засобів поза місцем розташування митних органів або поза робочим часом, установленим для митних органів» від 18.01.03 № 93

ПКМУ «Про затвердження Порядку збільшення строку пред'явлення та продовження строків декларування митному органу товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України» від 26.03.03 № 377
ПКМУ «Про затвердження Порядку визначення місця здійснення митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються резидентами та нерезидентами через митний кордон України» від 23.04.03 № 584
ПКМУ «Деякі питання реекспорту товарів» від 06.08.03 р. № 1211
ПКМУ «Про затвердження порядку декларування митної вартості товарів, що переміщуються через митний кордон України» від 28.08.03 № 1375
ПКМУ «Про переліки товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню і на які встановлені квоти у 2004 році» від 24.12.2003 р. № 1996
ПКМУ «Про перелік виробничих і технологічних операцій для визначення критерію достатньої переробки товару та порядок його встановлення і застосування при визначенні країни походження товару» від 27.12.03 № 2030
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку ведення обліку суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в митних органах» від 31.05.96 № 237
Положення про відкриття та експлуатацію митних ліцензійних складів (Затверджено наказом ДМСУ від 31.12.96 р. № 592)
Наказ ДМСУ «Щодо виконання вимог п. 1.9 «Положення про відкриття та експлуатацію митних ліцензійних складів» від 12.03.97 № 102
Наказ ДМСУ «Про затвердження Інструкції про порядок заповнення ВМД» від 09.07.97 р. № 307
Положення про діяльність підприємств, що здійснюють декларування на підставі договору (Затверджено наказом ДМСУ від 22.07.97 р. № 340)
Наказ ДМСУ «Про затвердження інструкції про порядок справляння ввізного (експортного) мита» від 23.07.97 р. № 344
Наказ ДМСУ «Про затвердження порядку заповнення вантажної митної декларації відповідно до митних режимів експорту, імпорту, транзиту, тимчасового ввезення (вивезення), митного складу, магазину безмитної торгівлі» від 30.06.1998 р. № 380
Інструкція про порядок виготовлення, замовлення, застосування і зберігання бланків документів суворого обліку форми № СЯ-1 «Сертифікат якості» (Затверджено наказом Державного комітету промислової політики України та ДМСУ від 16.03.2000 р. № 31/138
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування митного режиму тимчасового ввезення (вивезення)» від 28.03.2000 № 173
Наказ ДМСУ «Про функціонування місць прибуття автотранспорту» від 03.03.2000 р. № 124
Наказ ДМСУ «Про затвердження Класифікатора видів податків, зборів та інших бюджетних надходжень» від 19.02.2001 р. № 101

Наказ ДМСУ «Про спрощення процедури контролю за визначенням митної вартості окремих видів товарів, що імпортуються на підставі дилерських та дистрибуторських угод» від 22.06.2001 р. № 429
Наказ ДМСУ «Про Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності» від 25.06.2001 № 430
Наказ Мінекономіки «Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» від 06.09.2001 р. № 201
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку заповнення граф ВМД на товари, що переміщуються через митний кордон України громадянами із застосуванням уніфікованого адміністративного документа форми МД-2 (МД-3)» від 10.12.2001 р. № 796
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку проведення ідентифікаційного огляду товарів та інших предметів декларантом» від 01.04.2002 р. № 174
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку здійснення митного контролю й митного оформлення товарів і транспортних засобів із застосуванням вантажної митної декларації» від 14.10.2002 р. № 561
Наказ ДМСУ «Про визначення переліку виняткових випадків, коли окремі вагони, локомотиви, інші елементи рухомого складу можуть бути виключені зі складу поїзда для проведення митного контролю» від 05.11.2002 № 610
Наказ ДМСУ «Про затвердження Нормативів відбору проб і зразків товарів для проведення досліджень (аналізу, експертизи) митними лабораторіями» від 23.12.02 № 719
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування митних режимів переробки на митній території України та переробки за її межами» від 13.09.03 № 609
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування митного режиму реекспорту до товарів, що переміщуються через митний кордон України» від 07.10.03 № 661
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування митного режиму реімпорту до товарів, що переміщуються через митний кордон України» від 07.10.03 № 662
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування митного режиму знищення або руйнування до товарів, що перебувають під митним контролем» від 24.12.03 № 905
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування митного режиму відмови на користь держави до товарів, що перебувають під митним контролем» від 24.12.03 № 906
Наказ ДМСУ «Про затвердження Положення про спрощений порядок митного оформлення деяких видів товарів та про внесення змін до наказу ДМСУ від 09.07.97 № 307» від 24.12.03 № 908
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування окремої митної декларації» від 24.12.03 № 909

Наказ ДМСУ «Про Порядок здійснення контролю за ввезенням на митну територію України окремих товарів цільового призначення» від 26.12.03 № 913
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку застосування тимчасової та неповної декларації відповідно до митного режиму імпорту (при випуску у вільний обіг) від 30.12.03 № 932
Положення про склади тимчасового зберігання (Затверджено наказом ДМСУ від 07.10.03 р. № 674)
Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку заповнення декларації митної вартості» від 02.12.03 № 828
Наказ ДМСУ «Про затвердження форми заяви про надання дозволу на подання періодичної митної декларації та Порядку заповнення граф періодичної митної декларації» від 30.12.03 № 931
Наказ ДМСУ «Про посилення контролю за діяльністю підприємств, що надають посередницькі послуги в галузі митної справи» від 09.06.2004 р. № 429
Лист ДМСУ «Щодо порядку декларування та митного оформлення товарів, що імпортуються в Україну на виконання зовнішньоторговельних угод, укладених посередниками-резидентами (комісіонерами та повіреними) в інтересах замовників — резидентів (комітентів та довірителів)» від 20.03.95 р. № 11/3-1214
Лист ДМСУ «Щодо декларування товарів за договорами комісії» від 11.08.98 р. № 10/1-1818-ЕП
Лист ДМСУ «Стосовно відкриття та діяльності митних ліцензійних складів відкритого типу» від 12.03.97 р. № 11/6-2206
Лист ДМСУ «Щодо зміни митного режиму «транзит» на митний режим «імпорт»» від 28.07.98 р. № 09/1-1680-ЕП
Лист ДМСУ «Щодо зазначення реквізитів документів у гр. 44 ВМД» від 06.08.99 р. № 010/512
Лист ДМСУ «Щодо заповнення графі 24 вантажної митної декларації» від 27.08.99 № 10/1-2692-ЕП
Лист ДМСУ «Щодо сертифікату підтвердження доставки товару» від 15.02.2000 р. № 11/4-1290
Лист ДМСУ «Щодо оподаткування операцій з ввезення товарів за договорами оренди (лізингу)» від 05.04.2000 р. № 15/3-1198-ЕП
Лист ДМСУ «Щодо надання Мінекономіки України повноважень на оформлення ліцензій на експорт (імпорт) товарів та індивідуальних ліцензій Мінекономіки АР Крим, обласним, Київської та Севастопольської міських держадміністрацій» від 12.06.2000 р. № 16/3-2162-ЕП
Лист ДМСУ «Щодо митного оформлення товарів та інших предметів із застосуванням пільг в оподаткуванні» від 10.07.2000 р. № 15/3-2510-ЕП

Лист ДМСУ «Щодо класифікації автомобілів у некомплектному стані» від 01.03.01. № 1/21-1003-ЕП
Лист ДМСУ та ДПАУ «Щодо термінів подання довідки про декларування валютних цінностей» від 20.03.2001 р. № 11/3-16-2171
Лист ДМСУ «Про внесення змін до листа ДМСУ від 28.01.2000 р. № 20/1-263-ЕП» від 26.07.2001 р. № 3/09-3712-ЕП
Лист ДМСУ «Щодо застосування положень ЗУ від 13.09.01 № 2681-III при оподаткуванні особистих речей, товарів та транспортних засобів» від 31.10.2001 р. № 3/15-5086-ЕП
Лист ДМСУ «Щодо митного оформлення окремих номерних вузлів до транспортних засобів, які ввозяться громадянами» від 10.01.2002 р. № 11/3-15-258-ЕП
Лист ДМСУ «Про оподаткування товарів в залежності від обраного митного режиму» від 06.01.04 № 11/5-15-4-ЕП
Міжнародні правила тлумачення термінів «Інкотермс» 2000 р. (витяг)
Додаток (таблиця) «Групування термінів поставки за Правилами Інкотермс 2000» та «Вплив умов поставки на визначення митної вартості товарів при їх імпорті в Україну» — остання сторінка букваря
Класифікатор країн світу, валют та одиниць вимірювання
<i>Основні види договорів</i>
<i>ПАМ'ЯТКА. Характер угоди. Процедура</i>
<i>Зовнішньоекономічні угоди. Огляд та коментар</i>
<i>Застосування законодавства України при укладанні деяких зовнішньоекономічних контрактів</i>
<i>Контракт (зразок)</i>
<i>Сертифікат СТ-1</i>
<i>Свідоцтво про визнання підприємства декларантом</i>
<i>Ліцензія на здійснення митної брокерської діяльності</i>
<i>Кваліфікаційне свідоцтво особи, уповноваженої на декларування</i>
<i>Ліцензія на право відкриття та експлуатації митного ліцензійного складу на території України</i>
<i>Заявка на разову (індивідуальну) ліцензію на зовнішньоекономічну операцію</i>
<i>Разова (індивідуальна) ліцензія на зовнішньоекономічну операцію</i>
<i>Лист-узгодження (між двома митницями)</i>
<i>Лист-узгодження (між двома відділами)</i>

<i>Ветеринарний сертифікат</i>
<i>Довідка про відсутність за межами України валютних цінностей та майна</i>
<i>Сертифікат якості (Державна хлібна інспекція)</i>
<i>Сертифікат відповідності (УкрСЕПРО)</i>
<i>Свідоцтво про визнання (УкрСЕПРО)</i>
<i>Лист про сертифікацію продукції (дозвіл на митне оформлення)</i>
<i>Довідка про відсутність вимог щодо обов'язкової сертифікації (УкрЦСМ)</i>
<i>Сертифікат походження</i>
<i>Ресстраційне посвідчення МОЗУ</i>
<i>Гігієнічний висновок</i>
<i>Разовий дозвіл МОЗУ</i>
<i>Ветеринарне свідоцтво</i>
<i>Ветеринарний сертифікат</i>
<i>Свідоцтво про державну ресстрацію (МОЗУ)</i>
<i>Висновок МОЗУ щодо можливості застосування незаресстрованих в Україні виробів</i>
<i>Підтвердження про державну ресстрацію (МОЗУ)</i>
<i>Одноразовий дозвіл на ввезення на митну територію України (МОЗУ)</i>
<i>ВМД (зразок)</i>
<i>Декларація МД-7 (зразок)</i>
<i>Carnet TIR</i>
<i>СМР</i>
<i>Авіанакладна</i>
<i>Накладна служби експрес-доставки</i>
<i>ТТН</i>
<i>Коносамент</i>
<i>Карго маніфест</i>
<i>інвойс</i>
<i>рахунок-проформа</i>
<i>рахунок-фактура</i>

<i>Свідоцтво про допущення дорожнього транспортного засобу до перевезення вантажів під митними печатками і пломбами</i>
<i>Ліцензія Мінтрансу на право здійснення перевезень автомобільним транспортом</i>
<i>Огляд цін (Держзовнішінформ)</i>
<i>Рішення про визначення коду товару (відділ тарифів та митної вартості СРМ)</i>
<i>Висновок державної санітарно-гігієнічної експертизи</i>
<i>Декларація і сертифікат походження</i>
<i>Фітосанітарний сертифікат</i>
<i>Дозвіл на право вивезення культурних цінностей з України</i>
<i>Бланк МД-2</i>
<i>Бланк МД-3</i>
<i>Зразок заяви в Київську регіональну митницю для складання іспиту</i>

Координати ЗАТ «Консалтинговий центр»
 Київ, Повітрофлотський проспект, 58
 т. 249-9284, т./ф. 243-1602, 243-1603
 e-mail — tamkonsul@gala.net, tamkonsul@bigmir.net

Додаток В

Нормативно-правові акти і література

Примітка укладача. Нижче зазначено лише ті акти, згадка про які відсутня в додатку Б.

1. Митний кодекс України (ЗУ від 11.07.2002 р. № 92-IV).
2. Цивільний кодекс України (ЗУ від 16.01.2003 р. № 435-IV).
3. Господарський кодекс України (ЗУ від 16.01.2003 р. № 436-IV).
4. Закон України «Про Митний тариф України» від 05.04.1991 р. № 2371-III.
5. Закон України «Про Єдиний митний тариф» від 05.02.1992 р. № 2097-XII.
6. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р. № 1775-III.
7. Міжнародна конвенція про гармонізовану систему опису і кодування товарів 1950 р.
8. Угода про уніфіковані правила, що визначають походження товарів країн, що розвиваються, при наданні тарифних преференцій в рамках загальної системи преференцій 1980 р.

9. Угода про єдину Товарну номенклатуру зовнішньоекономічної діяльності Співдружності Незалежних Держав 1995 р.

10. Декрет Кабінету Міністрів України «Про лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності» від 20.05.93 р. № 54-93.

11. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку органів ліцензування» від 14.11.2000 р. № 1698.

12. Постанова Кабінету Міністрів України «Про запровадження ліцензії єдиного зразка для певних видів господарської діяльності» від 20.11.2000 р. № 1719.

13. Постанова Кабінету Міністрів України «Про термін дії ліцензії на провадження певних видів господарської діяльності, розміри і порядок зарахування плати за її видачу» від 29.11.2000 р. № 1755.

14. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності» від 04.07.2001 р. № 756.

15. Наказ ДМСУ «Про затвердження Порядку здійснення митного контролю й митного оформлення товарів із застосуванням вантажної митної декларації» від 20.04.2005 р. № 314.

16. *Єгоров О. Б.* Митна економіка (Україна → СOT → ЄС): Посібник. — Одеса: ПЛАСКЕ ЗАТ, 2005.

17. *Науменко В. П., Пашко П. В., Руссков В. А.* Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. — К.: Знання, 2004.

18. *Науменко В. П.* Применение таможенных режимов в Украине: теория, практика, рекомендации. Практическое пособие. — К.: Знання, 2005.

19. Основы таможенного дела: Ученик. Под. общ. ред. В. Г. Драганова. РТА ГТК России. — М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1998.

20. *Петров О. П.* Тлумачний митний словник-довідник. — Одеса: ЗАТ «ПЛАСКЕ», 2005. — 592 с.

21. Таможенное право. Отв. ред. д. ю. н., проф. А. Ф. Ноздрачев. — М., 1998.

22. *Терещенко С., Науменко В.* Основы митного законодавства в Україні. — К.: АТ «Август» 1999.

23. *Петров М., Завтур Д.* Брокерская деятельность на украинской таможне. Юридическая практика. — 2000, № 33 (139).

24. *Прокопенко В.* Подготовка лиц, уполномоченных на декларирование товаров и транспортных средств. — Митна справа № 6(48), 2006 р., С. 19—22

25. Журнал «Митний брокер».

26. www.customs.gov.ua — сайт Державної митної служби України

27. www.mdoffice.com.ua — сайт НВО «Поверхність», розробника програмного забезпечення для ведення ЗЕД та митного оформлення.

28. www.qdpro.com — сайт НТФ «Інтес», розробника програмного забезпечення для ведення ЗЕД та митного оформлення.

**РЕКЛАМА
В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ**

12.1. Сутність та значення реклами в зовнішньоекономічній діяльності.

12.2. Види та класифікація рекламних заходів.

12.3. Методологічні аспекти організації ефективної рекламної діяльності.

**12.1. Сутність та значення реклами
в зовнішньоекономічній діяльності**

Скасування державної монополії на зовнішньоекономічну діяльність дало можливість багатьом українським підприємствам вийти на зарубіжні ринки. Для розширення міжнародних зв'язків, інтеграції економіки у світове господарство необхідне глибоке знання усього комплексу заходів ефективного впливу на конкурентні позиції підприємства в ринкових умовах, з виділенням однієї з основних складових цього комплексу — реклами.

Рекламні заходи є однією з найважливіших складових маркетингової стратегії підприємства. Вони значною мірою сприяють перерозподілу ринку між конкурентами, збільшенню його ємності, виходу на зовнішні ринки. Реклама є ефективним інструментом в спробах підприємства моделювати поведінку покупців, привернути їх увагу до своєї продукції, створити позитивний імідж самого підприємства, показати його суспільну значимість. За досить широкої вивченості теоретичних основ рекламної справи, практичні питання організації рекламної діяльності, зокрема на зовнішніх ринках, досі не отримали всебічного та вичерпного висвітлення в наявній нині літературі. Все це викликає великий інтерес науковців, фахівців з менеджменту зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), маркетингу, менеджерів, підприємців до даного питання.

Швидке формування в Україні ринку товарів і послуг, значне загострення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках все більш наполегливо вимагають від товаровиробників та посередників використання реклами. Як відомо, її корені сягають в глибоку давнину і пов'язані з тим, що у ремісників і торговців

завжди існувала потреба повідомляти людям про товари, що ними продаються, про ярмарки, які мають відбуватися тощо.

Існують різні погляди на рекламу: одні автори вважають її наукою, другі — мистецтвом, треті — синтезом того й іншого. На думку авторів цього розділу, найближчими до істини є останні.

За тривалий період існування реклами у світі створено не лише чисельні зразки рекламного мистецтва, серед яких є й своєрідні шедеври, а опрацьовано й практичні методи підготовки рекламних матеріалів, здійснення та оцінки ефективності рекламних кампаній, теоретичні моделі оптимізації витрат та дієвості реклами.

Саме слово «реклама» латинського походження (*reclamare* — «кричати»). Воно означає:

- 1) заходи, що мають на меті створити широку відомість будь-чому, привернути увагу споживачів;
- 2) поширення відомостей про будь-кого, про будь-що з метою створення популярності.

З досвіду світового та вітчизняного бізнесу давно відома дієвість та роль реклами. Передусім, реклама несе в собі інформацію, яка, як правило, представлена в стислій, художньо висловленій, емоційно забарвленій формі, що доводить до свідомості та уваги потенційних покупців найбільш важливі факти і відомості про товар та послугу.

Особливо швидко реклама почала розвиватися з початку 50-х років минулого (XX) століття. Це підтверджує зростання витрат на рекламу в більшості промислово розвинених країн, що було зафіксовано міжнародною статистикою та багатьма фахівцями, які, до речі, підраховали, що рекламні витрати в розвинених країнах досягли такого рівня, що рекламна діяльність стала однією з провідних галузей господарства.

Швидке зростання витрат на рекламу в розвинених країнах, очевидно, зумовлене цілою низкою факторів, зокрема:

- розвитком масового виробництва на новій матеріально-технічній основі;
- появою в сучасних умовах нових форм і засобів збуту, таких як продаж без продавця, посилочна торгівля, торгівля через мережу Internet, прямі продажі минаючи торговельних посередників та ін. Ці нові форми реалізації вимагали більшої уваги до реклами і пропаганди товару, викликаючи необхідність завчасної інформації споживачів про той або інший товар чи послугу;
- величезним зростанням асортименту товарів, що випускалися і появою на ринку великої кількості аналогічних виробів, що ускладнило орієнтування споживачів;

- швидким розвитком масових засобів зв'язку: кіно, радіо, телебачення, мережі Internet та ін.;
- значним загостренням конкуренції та перенасиченням ринку за рядом товарних позицій.

Загальна сума витрат на рекламу в розвинених капіталістичних країнах нині перевищує 500 млрд. дол. на рік.

Аналізуючи пресу, переглядаючи телепередачі, слухаючи радіо можна погодитися з думкою вітчизняних аналітиків, що в останні декілька років швидко зростають видатки на рекламу і в Україні. Збільшується кількість реклами в періодичній пресі і на телебаченні, розвиваються такі порівняно нові для нас форми реклами, як зовнішня реклама і спонсорство, зростає число спеціалізованих видань і навіть окремих телепрограм, що спеціалізуються винятково на рекламі. Водночас збільшуються і тарифи на рекламу. Так, вартість однієї кольорової рекламної смуги в київській газеті «Бизнес» 2006 року сягала 13 500 у. о. (близько 69 тис. грн.).

Л. І. Хромов в своїй роботі «Рекламна діяльність: мистецтво, теорія, практика» справедливо вважає, що реклама, з одного боку, доводить до споживачів різні відомості, необхідні для придбання і використання виробів. З іншого боку, — поєднуючи свою інформативність з переконливістю, реклама здійснює на людину емоційно-психічний вплив.

За визначенням Американської Асоціації Маркетингу, реклама є собою «будь-якою формою неособистого подання та просування ідей, товарів та послуг, оплачувану її замовником» і слугує для привертання уваги потенційних споживачів до об'єкту рекламування, використовуючи при цьому найбільш ефективні прийоми і засоби з урахуванням конкретної ситуації.

Можна висловити припущення, що розвиток в Україні ринку, конкуренції по-новому ставить питання про місце і роль реклами в житті нашого суспільства. По мірі розвитку товарного виробництва зростає економічна роль реклами, завдяки якій споживач віддає перевагу певному товару при виборі, тим самим прискорюючи процес купівлі-продажу, оборотність капіталу. Природно, що правильно організована рекламно-інформаційна діяльність в умовах ринку впливає не тільки на економічну систему в цілому, але і на галузі, підприємства, окремих споживачів. При цьому вплив реклами має як позитивні, так і негативні сторони. В таблиці 12.1 викладені основні аргументи, що підтверджують зазначене положення.

РОЛЬ РЕКЛАМИ В УМОВАХ РИНКУ

Позитивні сторони реклами	Негативні сторони реклами
1. Вплив на економіку	
Сприяє зростанню економіки, капіталовкладень і числа робочих місць. Підтримує конкуренцію. Інформує споживачів і полегшує конкуренцію	Призводить до зайвих витрат і виснаження ресурсів виробників та посередників. Веде до монополізації. Створює нецінову конкуренцію
2. Вплив на промисловість	
Поширює ринок для нових товарів. Підтримує конкуренцію між фірмами	Створює бар'єри для виходу на ринок. Ліквідує конкуренцію між фірмами
3. Вплив на фірму	
Забезпечує зростання надходжень пропорційно обсягу діяльності. Знижує ступінь ризику і невизначеності в маркетинговій діяльності. Забезпечує одержання надприбутків	Призводить до зростання витрат та цін
4. Вплив на споживачів	
Забезпечує інформацією. Слугує засобом контролю над якістю виробів. Сприяє збільшенню, підтриманню або стабілізації попиту. Забезпечує стимул для підвищення рівня життя	Дає даремну інформацію та таку, що вводить споживачів в оману, або дратує їх. Диференціює товар за рахунок роздування дрібних відмінностей, що не мають принципового значення

Проте реклама не може і не повинна компенсувати низьку якість товарів та послуг. Вона повинна бути лише засобом доведення товару і послуг високої якості до споживача. В рекламній практиці слід пам'ятати: для того щоб реклама мала успіх, необхідно, щоб вона була правдива, відповідала дійсності, вказувала та підкреслювала тільки ті якості та відмінності, якими товар, що рекламується, дійсно володіє. Недобросовісна реклама, може інколи створити певний успіх, але успіх цей буде лише тимчасовим.

Основні принципи, що лежать в основі створення рекламних матеріалів, відбиті в Міжнародному кодексі реклами і зводяться, зокрема, до наступного:

➤ будь-яке рекламне послання зобов'язане бути бездоганим, пристойним, чесним та правдивим;

➤ будь-яке рекламне послання має створюватися з почуттям відповідальності перед суспільством і відповідати принципам сумлінної конкуренції;

➤ жодне рекламне послання не повинно підривати суспільну довіру до реклами.

Фахівці в галузі реклами справедливо вважають, що при сприятливій рекламі ринок стає більш ясным і доступним для покупців з різноманітними смаками і потребами, з різним рівнем грошових доходів, з неоднаковими традиціями у відношенні споживання.

Реклама, як одна з форм інформаційної діяльності, забезпечує зв'язок між виробництвом і споживанням. За її допомогою підтримується «зворотний зв'язок» з ринком і споживачем. Це дозволяє контролювати просування товару на ринку, створювати і закріплювати у покупця сталу систему переваг до об'єктів, що рекламуються, вносити корективи в зовнішньоекономічну діяльність.

Використовуючи можливості спрямованого впливу на споживача, реклама сприяє не тільки формуванню попиту, але і управлінню ним. Реклама немов би організує діалог між виробником та споживачем. Це знаходить свій вираз в орієнтації виробництва на ринок.

Істотної відмінності між рекламною діяльністю на внутрішньому і зовнішньому ринках немає — в обох випадках використовуються однакові принципи: дослідження рекламного ринку, планування і проведення рекламних кампаній, конкурентна боротьба з метою завоювання переваги на цільових ринках.

Зовнішньоекономічна рекламна кампанія — це комплекс рекламних заходів, який здійснюється рекламними агентствами за межами країни рекламодавця, які мають відповідні ліцензії та спеціалістів із зовнішньоекономічної реклами. Розрізняють три методи управління зовнішньоекономічними рекламними кампаніями: централізований, децентралізований і змішаний.

Під централізованим розуміється управління, за якого стратегічні, тактичні й творчі рішення приймаються в рекламному агентстві, якому рекламодавець, що затверджує ці рішення, надав повноваження центру управління рекламною діяльністю за кордоном. Філії цього агентства чи місцеві рекламні організації в країнах, де проводиться кампанія, лише реалізують прийняті рішення під його контролем.

При децентралізованому управлінні рішення приймають автономно рекламні агентства, які планують і здійснюють рекламні заходи в зарубіжних країнах.

Управління, при якому рішення приймаються рекламними агентствами на місцях, але погоджуються з центром, називається мішаним. Зараз на світовому ринку реклами спостерігається тенденція відходу від централізованого управління з метою уникнути неефективних авторитарних рішень.

Знання особливостей, стану й тенденцій розвитку світового ринку реклами необхідні насамперед для того, щоб у зовнішньоекономічній діяльності проводити адекватні маркетинговому оточенню рекламні кампанії.

У рекламі зовнішньоекономічної діяльності важливу роль відіграють товарні знаки. Підвищення їх рекламоздатності — завдання, яке не слід ігнорувати.

Рекламоспроможність товарного знаку (знаку обслуговування) — це його здатність притягувати увагу споживачів до відповідних товарів або послуг. Рекламоспроможності притаманні такі ознаки:

- новизна ідеї (оригінальність, відсутність копіювання; знак має бути не лише вирізняльним, але й нестандартним);

- естетичність (високий рівень художньо-графічного опрацювання, відсутність небажаних понятійних асоціацій, гарнозвучність);

- лаконічність (стилість словесних знаків та відсутність композиційної перевантаженості у зображувальних знаках);

- асоціативність (зв'язок між знаком та товаром, який ним позначається; пряма описовість знаку є дуже небажаною);

- колір (впливає на вирізняльність знаку);

- здатність до адаптації (довговічність знаку без шкоди для його вирізняльності; можливість модернізації окремих елементів знаку; збереження характерних особливостей знаку у випадку його відтворення різними способами і у різних розмірах);

- зручність у вимовлянні.

Оцінка рекламоспроможності знаку має брати до уваги сукупність зазначених вище ознак. Ознаки не слід вважати рівноцінними. У конкретних випадках значення кожної з ознак може бути різним. Знак слід готувати у кількох варіантах і вибирати кращий з них. Якщо знак опрацьовується у контексті фірмового стилю, то знак слід оцінювати у поєднанні з іншими елементами цього стилю. Оцінюючи рекламоспроможність знаку, потрібно брати до уваги і місце його розташування на виробі.

Щоб успішно конкурувати з іноземними ТНК, які сконцентрували у своїх руках величезні фінансові, виробничі, науково-технічні ресурси і майже половину світової торгівлі, українським фірмам доводиться, зокрема, інтенсифікувати рекламу.

У цих умовах боротьба за споживача стає щораз витонченішою. Новизна і досконалість виробу для нього тепер часто важливіша ніж ціна. Тому на ринку перемагає той, хто поряд із принципова новим виробом пропонує найсучасніші послуги, форми і методи збуту.

Витрати на рекламу становлять значну частину бюджетів закордонних промислових фірм. Високий рівень відрахувань на рекламу в розвинених країнах зумовлений високими тарифами за рекламне місце або ефірний час у найбільш ефективних і популярних засобах масової інформації.

Ще один характерний для світового ринку реклами процес — постійна концентрація рекламної діяльності, поглинання великими рекламними агентствами і засобами поширення дрібніших. З групи рекламодавців і рекламних агентств виокремлюються і з кожним роком посилюють свої позиції корпорації, що зосереджують у своїх руках найприбутковішу частину рекламного бізнесу і підпорядковують собі значну частину засобів поширення реклами.

Найвідчутніший вплив на зміни, що відбуваються на ринку рекламних послуг, роблять рекламодавці. Найбільший вплив мають монополії, які виготовляють споживчі товари масового попиту. Витрачаючи на рекламу величезні кошти, вони фактично скуповують засоби масової інформації і тому мають можливість проводити з їх допомогою свою політику. Монополія на ринку рекламних послуг дає змогу промисловим фірмам володіти монополією і на збут вироблених ними товарів. Диктуючи свої умови, рекламодавець змушує рекламні агентства і засоби поширення реклами надавати великі знижки, погоджуватися з вигідними для нього умовами рекламних замовлень.

Ринок реклами за кордоном має істотну наукову базу. Рекламні науковці ретельно досліджують всі аспекти і напрями рекламної діяльності — від психологічних мотивацій споживчої аудиторії до ефективності окремих рекламних засобів. Дані досліджень широко публікуються в пресі і, починаючи працювати на зарубіжних ринках, необхідно ґрунтовно вивчити все, що пишеться й видається з питань реклами у цій країні — це допоможе правильно і раціонально спланувати рекламну кампанію.

Аналіз практики комерційної реклами дозволяє узагальнити вимоги, що подаються до змісту реклами:

➤ реклама повинна бути адресована певній групі потенційних покупців, рекламодавець повинен точно встановити мету, яку вона переслідує;

- реклама повинна відповідати не тільки законам, але і моральним і етичним нормам, прийнятим в країні, в якій вона публікується;
- реклама повинна бути ефективною;
- реклама повинна бути правдивою, давати споживачу правильну уяву про товари або послуги, що рекламуються; в рекламі не повинні міститися прямі порівняння з товарами або послугами конкурентів, імітації торговельної марки, упаковки або маркіровки;
- час, місце реклами повинні бути узгоджені з організацією збуту товару, що рекламується; всяка реклама повинна враховувати сезонність попиту;
- реклама повинна проводитися постійно, систематично, безперервно (рис. 12.1).

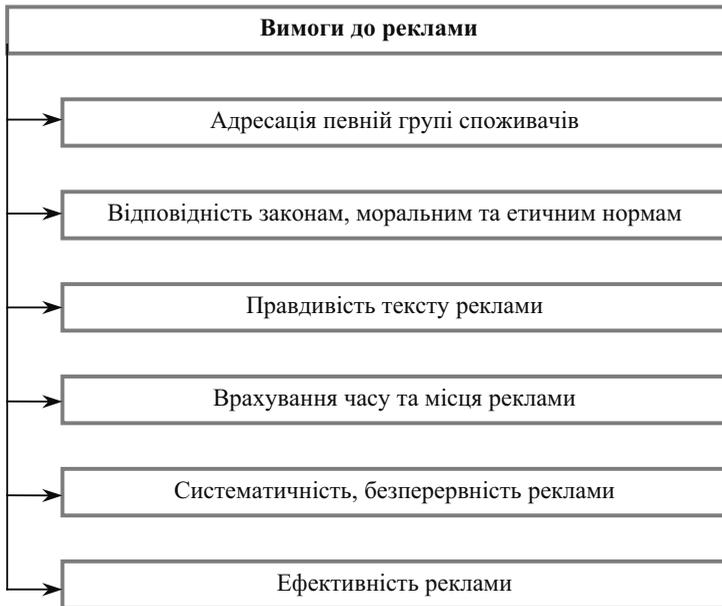


Рис 12.1. Вимоги до реклами

Рекламна діяльність на зовнішніх ринках завжди підпорядкована цілям і завданням маркетингу підприємства в сфері ЗЕД, слугує інструментом забезпечення успішної зовнішньоекономічної торгівлі, підвищує прибутковість і рентабельність. Однак для цього кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, кожний

рекламодавець повинен визначитися із видами рекламного впливу на аудиторію, застосування яких буде найбільш ефективно та економічно виправдано на зовнішніх ринках. Про види рекламних заходів і їх класифікацію піде мова далі в роботі.

12.2. Види та класифікація рекламних заходів

Значне розмаїття функцій реклами, універсальний і всеосяжний характер цієї форми маркетингових комунікацій роблять необхідним більш глибокий аналіз її окремих видів. При класифікації реклами фахівцями в області реклами використовується безліч критеріїв. Узагальнюючи їх можна виділити наступні підходи.

1. *Класифікація реклами за типом її спонсора:*

- реклама від імені виробника,
- реклама від імені торговельних посередників,
- реклама від імені окремих осіб,
- реклама від імені уряду та інших суспільних інститутів.

Реклама від імені виробників і торговельних посередників здійснюється, як правило, паралельно і носить в переважній більшості випадків комерційний характер (тобто сприяє досягненню маркетингових цілей рекламодавців). При цьому рекламна діяльність може здійснюватися рекламодавцями самостійно або спільно, для досягнення загальних цілей. Відповідно, реклама є індивідуальною або корпоративною.

2. *З огляду на типи цільової аудиторії виділяють:*

➤ рекламу на сферу бізнесу (для виробничих споживачів, що використовують рекламований товар у якості сировини чи комплектуючих виробів; для торговельних та інших типів посередників і т. ін.);

➤ рекламу на індивідуального споживача.

3. *За критерієм концентрованості на певному сегменті аудиторії розрізняють:*

➤ селективну (вибіркову) рекламу, яка чітко адресована певній групі покупців (певному сегменту ринку);

➤ масову рекламу, не спрямовану на конкретний контингент.

4. *Залежно від території, що охоплюється рекламною діяльністю, вирізняються:*

➤ локальна реклама (масштаби — від конкретного місця продажу до території окремого населеного пункту). Її можна умовно поділити на рекламу за місцем продажу та зовнішню рекламу;

➤ регіональна реклама (охоплює певну частину країни);

- загальнонаціональна реклама (в масштабах всієї держави);
- міжнародна реклама.
- 5. **За об'єктом рекламної діяльності, її поділяють на такі види:**
- товарна реклама (формування і стимулювання попиту на конкретний товар або товарну групу);
- престижна реклама (реклама конкретної фірми);
- реклама ідеї і т. ін.
- 6. **За метою, яку переслідує рекламна кампанія, вирізняють:**
- формує попит;
- стимулює збут;
- сприяє позиціонуванню та перепозиціонуванню товару тощо.
- 7. **Класифікація реклами за засобом впливу на споживача:**
- оптична (вітринна, світлова, друкарська реклама і т. ін.);
- слухова (радіореклама, реклама по телефону і т. ін.);
- оптично-нюхова (ароматизована листівка);
- зорово-слухова (теле-, відео- та кінореклама) та ін.
- 8. **За характером впливу на аудиторію вирізняють:** жорстку та м'яку рекламу.

Жорстка реклама близька за характером до засобів стимулювання збуту і використовується в комплексі з ними. За формою є агресивним натиском на покупця з метою змусити його придбати товар, що рекламується. Розрахована на короткострокову перспективу.

М'яка реклама не тільки повідомляє про товар, але і формує навколо нього сприятливу атмосферу. Розрахована на середньострокову і тривалу перспективу.

9. **Залежно від засобів, що використовуються при передачі рекламного звернення, вирізняють рекламу:**

- друкарську (поліграфічну);
- в газетах і журналах;
- радіо- і телерекламу;
- рекламу на транспорті і т. ін.

Ряд дослідників зазначають, що в сучасних умовах високої насиченості ринку споживчих товарів одного або двох рекламних засобів, як правило, недостатньо. Тому промислові і торговельні фірми, особливо для впровадження нового товару на ринок, проводять цілі рекламні кампанії.

Схематично основні види реклами систематизовано на рис. 12.2.

Вибираючи засоби реклами, бажано відповісти, щонайменше, на чотири питання:

- 1) яких споживачів слід охопити?
- 2) де вони знаходяться?

- 3) що є рекламним зверненням?
 4) коли розміщувати оголошення?

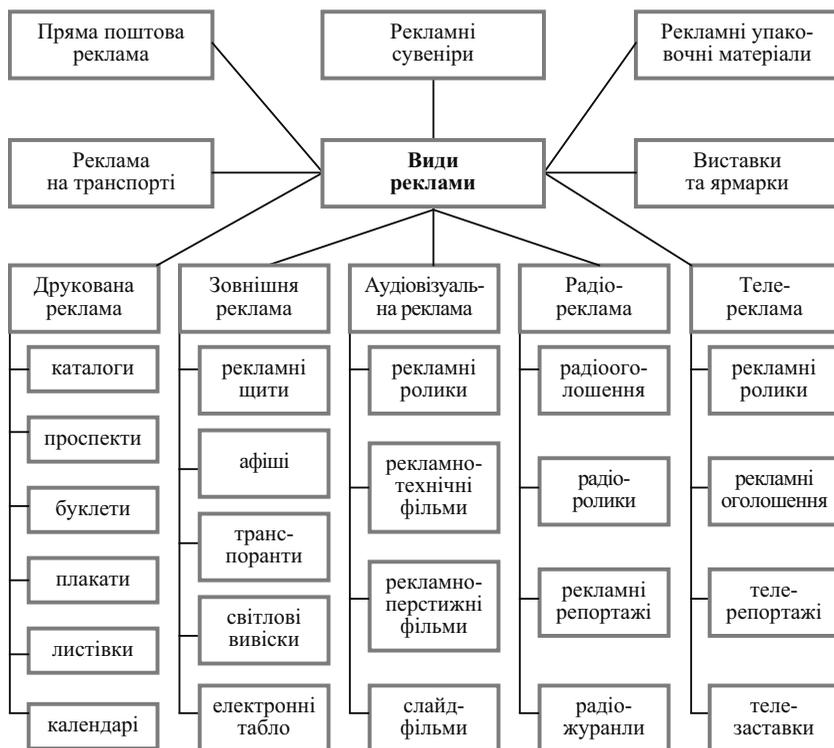


Рис. 12.2. Види реклами

Відповідь на перше питання вимагає точного знання цільових потенційних покупців. Жоден товар, жодна послуга не використовується всіма відразу в однаковій мірі. Деякі люди є більш ймовірними потенційними споживачами, ніж інші. Тому сам рекламодавець або працівник рекламного агентства сегментує ринок, тобто обирає і описує найбільш імовірних потенційних покупців з точки зору демографії, соціального положення, способу життя, ступеня використання товару і т. ін. Після цього відбирають засоби реклами, які найбільш повно відповідають характеристикам цільового ринку і такі, що забезпечують охоплення найбільшого числа потенційних покупців.

Зрозуміло, що рекламу необхідно давати там, де зосереджена більшість потенційних покупців, а оголошення, призначене для публікації в конкретному виданні, повинно бути написано мовою, зрозумілою для його читачів. При вирішенні питання, коли рекламувати, мова може йти про часи року, місяці, тижні, дні, години, хвилини. Періодичність виходу друкарських видань (щоденні газети, щотижневі і щомісячні журнали) і специфічна класифікація тимчасових відрізків на телебаченні і радіо надають рекламодавцям можливість обрати точний час, коли звернення будуть побачені, прочитані або почуті.

Розповсюдженням засобом реклами як в Україні, так і в розвинених країнах є реклама, що друкується в періодичній пресі. Її перевага перед іншими видами реклами зумовлена доступністю для широкого кола читачів. Для цього виду реклами характерні періодичність публікацій і розповсюдження переважно за плату.

Реклама в пресі може містити в собі найрізноманітніші рекламні матеріали. Їх можна умовно поділити на дві основні групи: рекламні оголошення і публікації оглядово-рекламного характеру, до яких належать різноманітні статті, репортажі, огляди, що несуть пряму, а інколи й опосередковану рекламу.

Рекламне оголошення — платне, розміщене в періодичній пресі рекламне повідомлення. В класичному варіанті оголошення починається з крупного рекламного заголовку-слогану, який в стислій формі відображає суть і перевагу комерційної пропозиції рекламодавця. Основна текстова частина рекламного оголошення, набрана більш дрібним шрифтом і докладно, але стисло викладає суть рекламного звернення, виділяє корисні для споживачів властивості продукції та її переваги. Наприкінці оголошення наводиться адреса, телефон або інші реквізити, за якими споживачу слід звертатися.

Статті та інші публікації оглядово-рекламного характеру уявляють собою, як правило, є редакційним матеріалом (в зарубіжній практиці переважно право на його розміщення надається клієнтам, які постійно публікують платні рекламні оголошення), написаний в формі огляду про діяльність підприємства або в формі інтерв'ю з його керівниками, діловими партнерами і споживачами. Вкрай бажано, щоб такі матеріали були добре ілюстровані, адже велика текстова частина без ілюстрацій майже не сприймається. В художньому оформленні таких статей також бажано широко використовувати фірмову символіку.

Залежно від тематики всі періодичні видання преси можна класифікувати на суспільно-політичні і спеціалізовані (різноманітні галузеві видання, преса по інтересам). В суспільно-політичних виданнях публікуються здебільшого рекламні оголошення про товар і послуги, розраховані на широкі верстви населення.

Рекламні оголошення про товар і продукцію промислового призначення, які розраховані на ознайомлення фахівцями тих або інших галузей промисловості, науки і техніки, доцільніше публікувати у відповідних спеціалізованих виданнях.

Друкована реклама — один з основних засобів реклами, розрахований винятково на зорове сприйняття.

Всю гаму друкованих рекламних матеріалів можна поділити на дві основні групи: рекламно-каталожні та рекламно-подарункові видання.

Рекламно-каталожні видання рекламують конкретні види товарів, продукції або послуг. До них належать каталоги, проспекти, буклети, плакати, листівки та ін.

В художньому оформленні всіх рекламно-каталожних матеріалів повинні крупно виділятися різноманітні елементи фірмової символіки організації-замовника, вказуватися його поштова адреса, номери факсу, телефонів, e-mail, адреса сайту і т. ін.

У фірмових настінних та настільних календарях, ділових щоденниках і записних книжках спеціальні рекламні смуги відведені для розміщення інформації про запропоновані товар і послуги. В оформленні обкладинок і календарних смуг цих видань широко використовують фірмову символіку організації-замовника.

Аудіовізуальна реклама включає в себе рекламні кінофільми (рекламні ролики, рекламно-технічні та рекламно-престижні фільми), відеофільми, слайд-фільми.

Радіо- та телереклама є найбільш масовими за охопленням споживачів засобами реклами. Незважаючи на досить короткий період свого існування, вони конкурують з іншими засобами реклами, переважаючи їх за популярністю. Переваги цього засобу реклами пов'язані з великою розповсюдженістю радіоприймачів, економічністю і простотою радіореклами (низькі затрати на її підготовку, невеликі тарифи на радіоефірний час).

Найбільш розповсюдженими видами реклами на радіо є радіооб'яви, радіоролики, різноманітні радіожурнали та рекламні радіорепортажі.

Телевізійна реклама — найбільш дорогий вид рекламних засобів: так, наприклад, Є. Діхтль та Х. Хериген в своїй роботі «Практи-

чний маркетинг» наводить цікаві дані, що 30 секунд реклами на американському телебаченні коштує в середньому 130 тис. дол.

Види реклами, що передаються по телебаченню досить різноманітні. Найбільше розповсюдження отримали такі:

- рекламні оголошення, що подаються звичайно у вигляді коротких повідомлень тривалістю до 10 секунд. В них глядача знайомлять з новим товаром, дають йому стислу інформацію про товар, місце його продажу і способи використання;

- комерційні рекламні ролики, що передаються звичайно в середині та наприкінці програм;

- рекламні телепередачі, що можуть бути найрізноманітнішими телепрограмами: шоу, вікторини, репортажі, інтерв'ю і т. ін., під час яких активно рекламуються ті або інші товари (послуги);

- рекламні репортажі, що ведуться з крамниць, підприємств, виставок з метою показу тих або інших товарів, запропонованих покупцю. Інколи в такі передачі включаються імпровізовані бесіди з покупцями, які дають свій відклик про товар, що рекламується;

- телезаставки, які є різноманітними нерухомими малюнковими або фотографічними рекламними сюжетами у супроводі дикторського тексту і музики, якими заповнюють паузи між різноманітними телепередачами, або елементи фірмової символіки рекламодавців та спонсорів, що розміщуються на телеекрані під час телепередач. Наприклад, «Samsung Electronics — спонсор Олімпійських ігор у Солт-Лейк-Сіті».

І. Н. Герчикова в своїй роботі «Маркетинг и международное коммерческое дело» наводить цікаві відомості що в США і Японії в останній час велике розповсюдження отримали телепередачі, що фінансуються рекламодавцями. Під час такої передачі часто на півслові переривається перебіг передачі і рекламується товар, що випускається фірмою.

Очевидна перевага радіо- й телереклами полягає в їх особливій оперативності. Найбільш ефективні результати ці засоби дають у рекламі товарів і послуг масового попиту, розрахованих на споживання широкими верствами населення.

Виставки і ярмарки посідають особливе місце в арсеналі засобів рекламного впливу, бо надають дуже широкі можливості демонстрації виробів, що рекламуються для встановлення прямих контактів з крупними посередниками та безпосередніми покупцями і споживачами. Висока ефективність цього засобу реклами підтверджується тим, що щорічно у світі проводиться кілька тисяч крупних виставочних заходів, які вимагають від учасників значних затрат. В Україні цей вид реклами також набув поши-

рення. Нині найбільш відомі виставки відбуваються у павільйонах Національного виставкового центру, Міжнародного виставкового центру, КиївЕкспоПлази, у приміщенні Торгово-промислової палати України.

Для того, щоб виключити можливу плутанину в поняттях ярмарок і виставка слід вказати, що ярмарки зародились як заходи ринкового характеру, основна мета яких — збут продукції або товару, що демонструється. Одним з найбільш відомих в Україні є Сорочинський ярмарок. На відміну від них виставки виникли як засіб публічної демонстрації тих або інших досягнень людства, носили спочатку суто освітній характер, але у своєму розвитку набули також і комерційного спрямування.

Грунтуючись на цьому, можна дати наступні визначення:

ярмарок — комерційний захід, основна мета якого — укладання торговельних угод за зразками, що виставляються;

виставка — передусім публічна демонстрація досягнень тих або інших галузей матеріальної або духовної сфери життя суспільства, основна мета — якої обмін ідеями, теоріями, знаннями при одночасному проведенні комерційної роботи.

Однак з кожним роком основні відмінності між цими поняттями все більше стираються.

Якщо виставку відвідує широка публіка, у виробника є унікальний шанс на пряме спілкування з великою кількістю кінцевих покупців, з'ясування їх відношення, вивчення їх думок щодо продукції.

Виставки забезпечують вступ фірм в тісний контакт зі своїм ринком. Нерідко на виставках представляють товари-новинки або нові підприємства. У відповідних журналах звичайно друкують попередні та оглядові статті про виставки, а роботу дійсно великих національних чи міжнародних виставок широко висвітлюють преса, телебачення і радіо.

Рекламні сувеніри широко застосовують для рекламних цілей, оскільки це є гарним засобом популяризації організацій, що використовують їх в своїй рекламній роботі.

Для зовнішньоторговельної реклами можуть бути ефективно використані різноманітні вироби народних промислів: матрешки, дерев'яні різні вироби, панно, карбування по металу і т. ін. На них наклеюють фірмові наклейки з товарним знаком організації.

Подарункові вироби використовуються, як правило, в ході ділових зустрічей керівників вищої ланки організацій у випадках різноманітних ювілеїв, у зв'язку з підписанням значних комерційних угод і тощо. Звичайно, це престижні речі: аташе-кейси,

письмові прилади, настільні, настінні, стаціонарні великі годинники і т. ін.

Фірмові пакувальні матеріали — неабиякий фактор, що визначає оцінку рекламних сувенірів клієнтами і діловими партнерами. Навіть серійні сувенірні вироби, що даруються в упаковці, оформленій з елементами фірмової символіки рекламодавця, набувають характеру фірмового сувенірного виробу.

До фірмових пакувальних матеріалів належать фірмові поліетиленові сумки, фірмовий пакувальний папір, коробки для подарунків і сувенірів, а також різноманітні фірмові папки тощо.

Пряма поштова реклама («директ мейл») може бути розсиланням спеціально підготованих рекламно-інформаційних листів або ж цільовим розсиланням друкованих рекламних матеріалів (інколи з типовим супровідним листом) на адресу певної групи споживачів або можливих ділових партнерів.

Рекламно-інформаційні листи друкуються і тиражуються, як правило, на фірмових бланках рекламодавця. В тексті таких листів міститься докладна інформація про переваги запропонованої продукції і конкретні комерційні пропозиції з продажу або співробітництва. Дуже часто такі листи містять відомості про ціни, терміни і умови поставки, платежів тощо.

Підготовлені рекламно-інформаційні листи розсилають потенційним споживачам або діловим партнерам за адресами, масив яких спеціально сформований відповідно до мети і завдань кожної конкретної рекламної акції.

В організації прямої поштової реклами з кожним роком дедалі більший розвиток отримує практика використання систем зворотних купонів, бланків-замовлень з гарантією оплати тощо.

Основними вирізняльними рисами прямої поштової розсилки є вибірковість у відношенні аудиторії, тобто потенційних покупців і можливість обрати для реклами товару (послуг) певний територіальний район. Крім того, пряма поштова реклама вважається однією з особистісних форм реклами, що, напевно, підвищує її ефективність.

Більша частина прямої реклами розсилається поштою, але значний і дедалі більший її обсяг розповсюджується за принципом в «кожні двері». Рекламні звернення роздаються перехожим, вручаються покупцям в крамницях, опускаються безпосередньо в поштові скриньки або віддаються в руки мешканцям будинку, перехожим метро та ін.

Нового розвитку цей вид реклами отримав з поширенням Інтернет. У цьому випадку адреси потенційних покупців включа-

ються до списку електронної розсилки, при цьому в тексті реклами часто розміщують ілюстрації чи рекламні баннери.

Зовнішня реклама є ефективним засобом здебільшого для реклами споживчих товарів, оскільки вона розрахована передусім, на сприйняття широкими верствами населення. Проте, впродовж останніх років дедалі більша кількість великих фірм, промислових підприємств, об'єднань і концернів використовують її для пропаганди своїх товарних знаків в комплексі різноманітних заходів престижної реклами.

Серед розмаїття видів зовнішньої реклами можна виділити рекламні щити, афіші, транспаранти, світлові вивіски, електронні табло, екрани тощо.

В зв'язку з тим, що зовнішня реклама в більшості випадків сприймається на значній відстані і негайно, вона є, як правило, стислими і виразними повідомленнями. В художньому оформленні цих рекламних матеріалів помітно зазначаються в основні елементи фірмової символіки (товарний знак, фірмовий бланк, фірмові кольори).

Рекламні щити, панно, афіші і транспаранти можуть розміщуватись на основних транспортних і пішохідних магістралях, на площах, в фойє стадіонів, палаців спорту, на спортивних аренах, на ярмарках і виставках та в інших місцях великого скупчення людей. Впродовж останніх років цей вид реклами отримав широке розповсюдження і в Україні.

Вітрини, різноманітні елементи внутрішньомагазинної реклами в значній мірі формують в свідомості покупців образ торговельного підприємства, створюють передумови для майбутніх покупок. Фірмові покажчики відділів, різноманітні рекламно-інформаційні стенди і панно, яскраві виразні цінники полегшують орієнтування в торговельних залах, дозволяють швидше вибрати товар. Все це, в кінцевому підсумку, сприяє як більш ефективній роботі цих торговельних підприємств, так і кращому емоційному сприйняттю покупцями.

Реклама на транспорті є різноманітними рекламними повідомленнями, розташованим на транспортних засобах (на бортах вантажних автомобілів, автобусів, поїздів, трамваїв, тролейбусів і т. ін.). Інколи рекламні повідомлення розміщують в салонах транспортних засобів. Зокрема, у Києві найбільше такої реклами можна зустріти у вагонах і на станціях метро.

Реклама заповонила і Лондонське метро. Вашингтонське метро запам'яталося 1995 року керівнику авторського колективу цієї книги як позбавлене будь-якої реклами, хоч до неї американці дуже охочі.

Узагальнено переваги та недоліки основних рекламоносіїв представлено у таблиці 12.2.

Таблиця 12.2

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ОСНОВНИХ РЕКЛАМОНОСІЇВ

Засіб	Переваги	Недоліки
Газети	<ul style="list-style-type: none"> • великий наклад; • оперативність; • відносно низька вартість контакту; • широке охоплення аудиторії; • висока ймовірність контракту 	<ul style="list-style-type: none"> • короткий строк впливу; • низька якість друку; • незначна аудиторія вторинних читачів; • велика конкуренція з іншими рекламними зверненнями
Журнали	<ul style="list-style-type: none"> • висока вибірковість; • можливість фокусування на певному сегменті; • престижність; • висока якість друку; • тривале існування; • значна кількість вторинних читачів 	<ul style="list-style-type: none"> • невеликий наклад; • відсутність можливості оперативного виходу реклами; • відсутність гарантій розміщення реклами в престижному місці; • низька періодичність; • конкуренція; • висока вартість
Телебачення	<ul style="list-style-type: none"> • поєднання зображення, тексту, звуку й дії; • високий рівень привертання уваги; • велика сила впливу; • найширша аудиторія 	<ul style="list-style-type: none"> • висока вартість виготовлення та розміщення реклами; • перевантаженість рекламою; • негативне ставлення до розриву трансляцій програм з боку глядачів; • короткочасність контакту; • невелика вибірковість.
Радіо	<ul style="list-style-type: none"> • оперативність; • невелика вартість; • розповсюдженість; • можливість організації масової гри у прямому ефірі (конкурси, вікторини); • висока демографічна вибірковість 	<ul style="list-style-type: none"> • обмеженість каналів передачі інформації (лин звуковий); • непостійність аудиторії (переключення каналів); • обмежені можливості передачі текстової інформації (адреси, телефони, тощо).
Друкована реклама	<ul style="list-style-type: none"> • висока якість відображення, • відсутність реклами конкурентів; • відносна довготривалість контакту; • можливість викласти усю необхідну інформацію; • можливість «узяти з собою» 	<ul style="list-style-type: none"> • непрестижність (листівки); • короткочасність контакту; • швидкі форми розповсюдження — невивіркові, а вивіркові — пов'язані з додатковими витратами

Засіб	Переваги	Недоліки
Зовнішня реклама	<ul style="list-style-type: none"> • територіальна вибірковість; • престижність; • висока частота повторних контактів; • цілодобова дія 	<ul style="list-style-type: none"> • невеликий обсяг інформації; • короткочасність контакту; • відносно висока вартість оренди та виготовлення.
Реклама на транспорті	<ul style="list-style-type: none"> • велика аудиторія; • можливість довготривалого привертання уваги; • територіальна вибірковість 	<ul style="list-style-type: none"> • невеликий обсяг інформації; • короткочасність контакту
Поштова розсилка	<ul style="list-style-type: none"> • вибірковість аудиторії; • гнучкість; • відсутність реклами конкурентів; • особистий характер звернення 	<ul style="list-style-type: none"> • відносно висока вартість; • велика кількість перешкод на шляху до адресата
Інтернет	<ul style="list-style-type: none"> • вибірковість аудиторії; • гнучкість; • особистий характер; • можливість врахування кожного контакту; • технологічний контроль ефективності 	<ul style="list-style-type: none"> • у разі використання власного сайту — досить висока ціна і потреба постійної підтримки в актуальному стані; • вимагає оснащення сучасними засобами зв'язку
Сувенірна реклама	<ul style="list-style-type: none"> • самостійна цінність; • подовжений строк використання; • позитивне ставлення споживачів; • можливість контактів вторинної аудиторії 	<ul style="list-style-type: none"> • дуже мало місця для текстового звернення; • обмеженість тиражу; • високі витрати на одиницю

12.3. Методологічні аспекти організації ефективної рекламної діяльності

Для того, щоб рекламна діяльність на зовнішніх ринках була ефективною, реклама повинна відповідати ряду критеріїв, зокрема, вона повинна бути всеохоплюючою, масовою, цілеспрямованою, повторюваною, зрозумілою та такою, що легко запам'ятовується.

Мета і стратегія рекламодавця повинні виглядати так:

➤ по-перше, наблизити позицію власного товару до позиції ідеального товару з погляду споживачів цільового ринку;

➤ по-друге, показати, що товар конкурентів знаходиться далі від ідеального, ніж вважає більшість споживачів;

- по-третє, звернути увагу споживачів на нові характеристики, що підвищують конкурентоспроможність товару рекламодавця;
- по-четверте, вивести власний товар на нові цільові ринки.

Ефективна рекламна кампанія повинна започатковуватися постановкою завдань, які пов'язані з раніше прийнятими рішеннями стосовно обраного цільового ринку, позиціонування товару і комплексу маркетингу. Стратегія позиціонування товару і підходи до комплексу маркетингу визначають мету реклами у межах комплексної програми маркетингу (рис. 12.3).

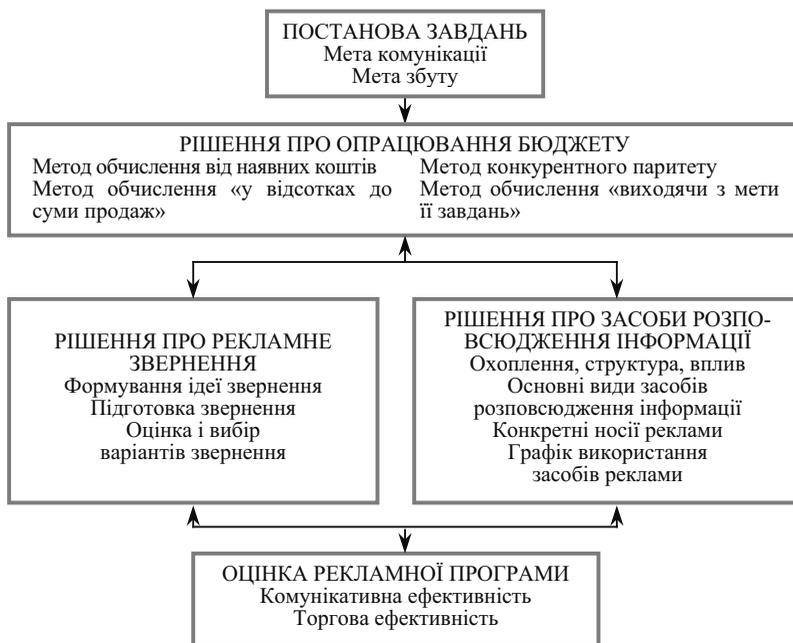


Рис. 12.3. Схема опрацювання рекламної програми

Після визначення мети реклами підприємство має приступати до опрацювання рекламного бюджету кожного товару, щоб витратити саме стільки грошей, скільки необхідно для досягнення бажаних обсягів збуту і прибутку, що часто супроводжується обґрунтуванням видатків на рекламні експерименти. При цьому передбачають витрати понад середні на одних.

Ринках і нижче середніх — на інших, порівнюють показники з наслідками, отриманими на контрольних ринках, визначають оптимальний варіант. Це дає підстави опрацювання концептуального підхо-

ду або стратегії реклами шляхом: обґрунтування ідеї рекламного звернення; оцінки і оптимізації варіантів звернення; визначення вузлових аспектів досягнення мети звернення, виявлення ідеї вирішення проблем реклами, пов'язане з використанням різноманітних методів.

Міра впливу рекламного звернення залежить не лише від сказаного, а й від того, як воно сказано: необхідно подати звернення так, щоб воно привернуло увагу та інтерес споживачів. Як відомо, покупці отримують від рекламованих товарів корисність чотирьох типів: раціональну (товар задовольняє якусь раціональну потребу — наприклад, продовольчі товари); сенсорну або чуттєву (споживання товару викликає задоволення — наприклад, парфуми); соціально-престижну (володіння товаром підвищує престиж власника у тому соціальному прошарку, до якого він належить); самоствердження (володіння товаром підвищує самооцінку його власника). Завдання відбору найкращого рекламного аргументу з можливих варіантів потребує визначення критеріїв, на основі яких можна оцінити котрий варіант матиме найвищі потенціальні можливості та буде здатний найефективніше вплинути на споживачів.

Одним із ефективних прийомів в рекламній практиці є використання стереотипів. Наприклад, кожен розуміє, що ціна \$5,95 — це фактично \$6. Але, якщо людина прийняла рішення про покупку, то вона запевнятиме себе та інших, що це лише \$5. Людина не може жити без стереотипів, що допомагають їй упорядкувати власну уяву про світ. З метою досягнення конкретної економічної мети реклами фахівцю корисно відповісти на наступні питання: яким чином стереотипи заважають споживачеві сприйняти рекламу в конкретній ситуації? Як їх можна скоригувати? Звичайно, змінити стереотипи повністю неможливо, але слід прагнути це зробити. Більше того, крім типових стереотипів, виникають нетипові. З огляду на це будь-яку рекламну кампанію слід почати з виявлення всіх стереотипів.

В рамках підготовки рекламної кампанії підприємство повинне прагнути розуміти, обслуговувати і задовольняти певний набір потреб цільової групи споживачів, що неможливо без всебічного знання їх психології.

Незаперечним є значення досягнень психології у сфері реклами; великі підприємства консультуються у психологів-спеціалістів з реклами, найбільші рекламні агентства завжди мають у своєму штаті фахівців з психології.

Сукупний вплив психології можна розподілити на наступні рекламні впливи: свідомість, увагу, пам'ять, асоціативність, спонукання, волю та почуття. Без впливу на свідомість, тобто на

розуміння реклами, не має шансів залучення уваги. Без розуміння неможливо зафіксувати у пам'яті, викликати асоціації, активізувати почуття, спонукання і потім, впливаючи на підсвідомість, вплинути на волю. Не розпізнані, не ідентифіковані засоби реклами не виконують свого завдання. Так, наприклад, якщо обрано шрифт, який людина без окулярів не може прочитати, то люди, що постійно носять окуляри, будуть виключеними із кола осіб, яким адресована реклама, а, отже, зменшиться кількість потенційних покупців, будуть мати місце економічні втрати.

Одночасно слід мати на увазі ще один взаємозв'язок або взаємозалежність: важливість прихильного сприйняття рекламного повідомлення часто пов'язана з мотивацією. Мотиви є спонукальним моментом вчинків людини. Тому цілком зрозуміле прагнення того, хто випускає рекламу, вплинути на поведінку людей, котрим адресоване рекламне повідомлення. В реальній практиці орієнтувати продукцію, фірмовий знак або торгову марку на певну категорію потенційних споживачів не просто, оскільки бажано уявляти не лише можливі зміни мотивацій, а й те, як ці мотивації забезпечуватимуть досягнення бажаних наслідків тривалого рекламного процесу.

Залежно від обсягу рекламної роботи і засобів, що використовуються для рекламних цілей, підприємства і фірми по-різному організують проведення рекламних кампаній. Вони або створюють власні рекламні відділи і самі готують рекламу, або використовують спеціалізовані рекламні агентства.

В фірмах, де обсяг рекламної роботи невеликий, відділ реклами підпорядковується безпосередньо комерційному директору, що визначає завдання і напрямки рекламної кампанії і передає їх для розробки і виконання рекламному відділу. У великих фірмах, де обсяг рекламної роботи є значним, рекламний відділ створюється у виробничому відділенні на чолі з керуючим, який підпорядковується або безпосередньо керуючому виробничим відділенням, або керуючому з маркетингу.

Рекламний відділ великої фірми може мати у своєму складі групи, побудовані за функціональним принципом, і сектори за окремими засобами реклами. В таких випадках група з розширення збуту розробляє заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності товарів, що випускаються фірмою; група з вивчення ринку на основі дослідження попиту і вимог з боку покупців дає рекомендації відділу маркетингу, які враховуються при визначенні загальних напрямів діяльності фірми; група ефек-

тивності реклами і контролю за витрачанням рекламних коштів здійснює контроль за виконанням рекламної кампанії.

До функцій секторів відділу реклами входять вибір засобів реклами, підготовка та виготовлення різноманітних рекламних матеріалів (каталогів, проспектів та ін.), розміщення замовлень на виготовлення реклами, підготовка виставок, покупка місця у виданнях, покупка часу на радіо і телебаченні. Виробничий сектор рекламного відділу готує значну частину рекламних матеріалів самостійно.

Незважаючи на це, рекламні відділи, навіть, великих фірм часто співпрацюють з рекламними агентствами. У цьому випадку функції рекламного відділу полягають не тільки у встановленні зв'язку між керівництвом фірми або комерційним відділом і агентством, але і в створенні реклами та контролі за її виконанням.

Якщо рекламний відділ не пов'язаний з рекламними агентствами, то він повинен мати фахівців зі зв'язків із засобами розповсюдження реклами і з виготовлення рекламної продукції.

Рекламний відділ працює в тісному контакті з виробничими відділами, відділом маркетингу і збутовим відділом.

Рекламні агентства — це спеціалізовані фірми, що надають своїм клієнтам послуги з розміщення реклами і здійснення рекламних заходів. Вони виступають немов би посередниками між промисловими, торговельними та іншими фірмами, що рекламують свої товари, з одного боку, і газетними та журнальними концернами, радіо і телевізійними компаніями — з іншого.

Рекламні агентства можна класифікувати за наступними принципами:

➤ за обсягами послуг, що надаються — агентства «повного обслуговування» (беруть на себе весь обсяг послуг, включаючи дослідження ринку) і агентства з обмеженим обсягом послуг;

➤ за видами послуг — універсальні чи спеціалізовані на певних видах продукції або на певних рекламних засобах.

Найбільше розповсюдження в зарубіжній практиці отримали агентства «повного обслуговування», що консультують своїх клієнтів з загальних та окремих питань торговельно-рекламної політики; дають рекомендації промисловим фірмам про доцільність випуску того або іншого товару; складають плани і кошториси рекламної кампанії, визначають терміни і періодичність її проведення; здійснюють покупку місця, часу і послуг у відповідності з планом кампанії, здійснюють підготовку реклами. Таким чином, агентства «повного обслуговування», поряд з розробкою та проведенням рекламної кампанії, виконують також широке коло послуг, пов'язаних з маркетингом. Нерідко агентство здійснює

співробітництво з рекламодавцями ще на стадії укладання попереднього плану збуту. Останнім часом подібні агентства поширюються і в Україні.

Згідно з дослідженнями, виконаними зарубіжними фахівцями, в розвинених країнах налічується значна кількість рекламних агентств. Однак вирішальну роль відіграє лише невелика кількість найбільш крупних рекламних агентств, які зосередили в своїх руках значну частину рекламної діяльності. Найбільшим рекламним агентством світу став японський рекламний концерн «Денце». Найбільші рекламні агентства США — «Янг енд Рубікем», «Огілві енд Майзер», «Баттен, Бартон, Дурстін енд Осборн». Ці агентства-гіганти є міжнародними фірмами, що мають за кордоном широку мережу філій й дочірні компанії.

У якості рекламодавців виступають не тільки промислові фірми, але й фірми, що пропонують різноманітного роду послуги: інжинірингові, транспортні, страхові, консультаційні та ін. Серед промислових виділяються фірми-гіганти, що витрачають на рекламу величезні кошти. В США на частку найбільших корпорацій припадає близько 60 % видатків на рекламу споживчих товарів.

Спеціалізація за товарами споживчого призначення, по суті, відображає зв'язки, що склалися у сталих рекламних агентств з найбільшими промисловими і торговельними фірмами-гігантами, які виступають рекламодавцями. Так, рекламне агентство «Огілві енд Майзер» обслуговує найбільшу торговельну корпорацію «Сірс, Робек» та велику фірму, що випускає харчові вироби, — «Дженерал Фудз».

Промислові компанії звичайно підтримують тривалі зв'язки з одним і тими ж агентствами. З 100 найбільших американських компаній-рекламодавців 52 використовують послуги одного й того ж агентства більше 25 років.

Рекламне агентство «Дж. Уолтер Томпсон» біля 80 років обслуговує корпорацію «Леве́р Бразерс»; агентство «Н. У. Айр енд Сан» понад 50 років пов'язане діловими відносинами з фірмою «Америкен Телефон енд Телеграф».

Велику роль в рекламному бізнесі відіграють власники засобів розповсюдження реклами: видавницькі фірми, радіо- й телестудії, фірми поштової реклами. Так, реклама забезпечує 95 % доходу телерадіокорпорації «Америкен Бродкастинг Компані», 98 % доходу концерну «Геннет», 90 % газетно-журнальному концерну «Найт Реадер Ньюспейперс».

Найбільшими видавницькими корпораціями США є «МакГроу Хілл», «Фейрчайлд Паблікейшнз» та «Пентон Ай-Пи-Си». Серед власників засобів розповсюдження реклами є своя спеціалізація.

Наприклад, фірма «Чілтон» здійснює рекламу в галузі транспорту, металургії, верстатобудування, приладобудування. Компанія «Ферчалд Паблікешнз» спеціалізується в галузі реклами наукових видань з питань медицини.

Технологія рекламної діяльності в сучасних умовах зазнала істотних змін завдяки процесу комп'ютеризації, що охопив практично всі напрями і засоби рекламної справи: створення і розповсюдження рекламних матеріалів, підготовку і проведення рекламних кампаній, аналіз їх результатів. Комп'ютеризація тісно пов'язала рекламну, маркетингову і збутову діяльність фірм.

Рекламні фірми завдяки впровадженню комп'ютерного набору стали самі, не звертаючись до послуг поліграфічних фірм, здійснювати набір та коригування текстів; друкувати листи, буклети, листівки. Особливо важливий вплив комп'ютеризація виявила на розвиток поштової реклами, оскільки дозволила в найкоротші терміни провадити операції із систематизації і аналізу результатів такої реклами.

Впродовж останніх років значного поширення набула реклама в мережі Інтернет, яка здійснюється за допомогою баннерів, розсилок електронною поштою і навіть цілих Інтернет-магазинів, в яких можна купити товари, не виходячи з дому чи офісу. Такі «магазини» останнім часом з'явилися і в Україні, але їх розвиток дещо стримується нерозповсюдженістю банківських пластикових карток, частими правопорушеннями в сфері комп'ютерного бізнесу, недовірою до подібних технологій.

В сучасному світі недостатньо лише зробити гарний товар, забезпечити маркетинг, розподілити продукцію, успішно розрекламувати її і продати. Навіть якісний товар може не знайти споживача, якщо його виробник не проводить ефективну соціальну політику або якщо він неправильно сприймається громадськістю. Необхідно, щоб компанія мала гідний рівень, а громадськість знала про користь, яку вона приносить суспільству.

Задля цього й використовується специфічна форма рекламних заходів — «паблік рілейшнз». Логічно, що реклама є складником «паблік рілейшнз», оскільки вона здійснює вплив на образ компанії в очах громадськості.

Заходи «паблік рілейшнз» (формування сприятливої суспільної думки) — комплекс заходів, спрямованих на створення гарного відношення широких шарів громадськості до організації-рекламодавця.

Основне завдання заходів «паблік рілейшнз» — створення підприємству-рекламодавцю високого престижу, сприятливого образу, позитивної оцінки і довіри громадськості до його продукції.

Кінцевою метою усього цього є стимулювання збуту товарів, що випускаються, або послуг, що надаються.

Все розмаїття заходів «паблік рілейшнз» можна умовно класифікувати на чотири основні групи (рис. 12.4):

1. Презентації, прес-конференції, симпозиуми — спеціально організовані рекламодавцем заходи рекламно-інформаційного характеру, які завчасно запрошують традиційних, нових і потенційних ділових партнерів, а також представників засобів масової інформації. Перед початком заходу або по ходу його проведення всім запрошеним вручають розмножені доповіді, прес-релізи, рекламні матеріали й сувеніри. Після проведення офіційної частини з доповідями, показами рекламних фільмів, дискусіями, відповідями на питання ці заходи часто завершуються так званими фуршетами.

2. Фінансування суспільно корисних заходів. Воно може уявляти собою цільовий безоплатний грошовий внесок на організацію і проведення якогось суспільно-політичного або благодійного заходу з широким висвітленням цього факту в засобах масової інформації.

3. Спонсорство. Воно, як правило, є пайовою участю у фінансуванні будь-яких суспільно-політичних або культурно-масових заходів з правом отримання певних рекламних послуг (ефірний час на радіо і в телерепортажах, місце для розміщення рекламних щитів перед глядачами, вручення фірмових призів переможцям, інтерв'ю керівників і т. ін.), що фіксується у спеціальному договорі з упорядниками цих заходів.

4. Публікація редакційних матеріалів престижного спрямування в пресі і в інших засобах масової інформації — публічна пропаганда ставлення рекламодавця до загальнодержавних і загальноосвітніх проблем (полягає в організації публічних виступів керівників підприємств і організацій в засобах масової інформації з метою висвітлення значення їхньої діяльності для суспільства з позиції загальнолюдських цінностей).

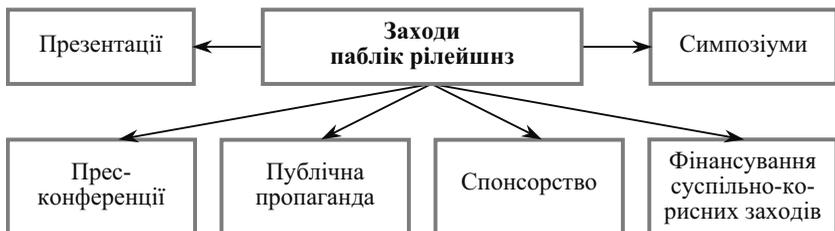


Рис. 12.4. Класифікація заходів паблік рілейшнз

В різноманітній гамі таких матеріалів престижного спрямування можуть зачіпатися також питання екології з приведенням конкретних прикладів того, як ці проблеми розв'язані на даному підприємстві, проблеми охорони прав споживачів, раціонального витрачання природних ресурсів, охорони праці, соціального забезпечення тощо.

Отже, реклама є складною, проте дуже важливою складовою маркетингового підкомплексу суб'єктів господарювання, безпосередньо впливає на результати їх діяльності в ринкових умовах.



Контрольні запитання

1. Що означає слово «реклама»?
2. Які фактори обумовлюють зростання витратів на рекламу?
3. Які позитивні риси має реклама?
4. Які негативні риси має реклама?
5. Які основні принципи лежать в основі створення рекламних матеріалів?
6. Що таке зовнішньоекономічна рекламна кампанія?
7. Які основні ознаки рекламоспроможності товарного знаку?
8. Які існують загальні вимоги до змісту реклами?
9. Які критерії враховують при класифікації рекламних заходів?
10. Які існують види реклами залежно від типу її спонсора?
11. Які існують види реклами залежно від типу цільової аудиторії?
12. Які існують види реклами залежно від концентрованості на певному сегменті аудиторії?
13. Які існують види реклами залежно від території, що охоплюється рекламною діяльністю?
14. Які існують види реклами залежно від суб'єкта рекламної діяльності?
15. Які існують види реклами залежно від мети, яку переслідує рекламна кампанія?
16. Які існують види реклами залежно від способу впливу?
17. Які існують види реклами залежно від характеру впливу на аудиторію?
18. Які існують види реклами залежно від засобів, що використовуються при передачі рекламного звернення?
19. Які види реклами передаються через засоби масової інформації?
20. Назвіть переваги та недоліки основних рекламоносіїв.

РОЗДІЛ

13

ПАТЕНТНО-ЛІЦЕНЗІЙНА РОБОТА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

13.1. Патентна інформація — індикатор тенденцій технічного розвитку.

13.2. Взаємозв'язок рівнів продукції і патентної діяльності.

13.3. Методи роботи патентних і ліцензійних підрозділів американських компаній.

13.4. Патентні повірені.

13.5. Довідкова інформація.

Нагадаємо читачеві, що у книзі «Зовнішньоекономічна діяльність» (К.: Центр навчальної літератури, 2006) міститься розділ 11 «Патентна чистота продукції і зовнішньоекономічна діяльність». Книга «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» (К.: Центр навчальної літератури, 2006) має:

— розділ 10 «Зарубіжне патентування об'єктів промислової власності та його значення для менеджменту зовнішньоекономічної діяльності»;

— розділ 11 «Ліцензування об'єктів інтелектуальної власності».

У книзі Дахна І. І. «Право інтелектуальної собственности» (К.: ТП Пресс, 2004) міститься розділ 9 «Патентные исследования в США».

Вважаємо, що читач із зазначеними розділами ознайомився і використовує набуті знання у своїй навчальній та практичній діяльності.

У даній книзі піде мова про інші аспекти такого багатогранного явища, яким є патентно-ліцензійна робота.

13.1. Патентна інформація — індикатор тенденцій технічного розвитку

Один джентльмен, спираючись на свій багатий життєвий досвід, якось сказав: «Не кидайте слів на вітер, якщо він дме не в той бік». Далі у розділі будемо кидати слова саме у потрібний бік з точки зору менеджменту зовнішньоекономічної діяльності.

Патентна інформація є важливою хоч би з огляду на те, що окрім неї в інших джерелах можна знайти лише десяту частину тієї науково-технічної інформації, що міститься в описах патентів. Обсяг світового патентного фонду складає кілька десятків мільйонів одиниць і щороку зростає приблизно на один мільйон. Недостатньо глибоке вивчення патентної документації зумовлює повторне винахідництво, тобто винайдення вже винайденого.

Патентний пошук дозволяє завчасно дізнаватися про технічні досягнення, які вже створені, прямують на ринок і, очевидно, з'являться на ньому за кілька років чи довше. Нагадаємо, що свого часу Жюль Верн ходив до патентних фондів, читав там про технічні новинки і це допомагало йому створювати науково-фантастичні романи. Нині багато хто завчасно дізнається про стать дитини, яка має народитися. Якщо останнє виконується швидше за все з огляду на звичайну допитливість, то завчасне одержання патентної інформації про створені об'єкти техніки диткується комерційними міркуваннями.

Впродовж останніх десятиліть чимало зроблено для спрощення доступу до патентної інформації за допомогою автоматичного пошуку у базах даних. Особливо важливими є бази даних, що працюють в режимі діалогу. Але автоматизація не може автоматично розв'язати всі проблеми. Жодну з існуючих баз даних не можна вважати ідеальною. Це лише у любовних романах може здаватися реалістичною технічна ідея: «Вічним двигунам — вічні гальма». У житті все складніше: немає ні вічних двигунів, ні вічних гальм. Отже, — де, що і як шукати.

Існує, наприклад, база даних ІНПАДОК. Належить вона Міжнародному центру патентної документації. Створено його 1972 року у Відні під егідою Всесвітньої організації інтелектуальної власності. База містить переважно бібліографічну інформацію про патенти. Предметний пошук виконується за назвою винаходу та індексом Міжнародної патентної класифікації» (МПК). Предмет винаходу база описує недостатньо конкретно, оскільки індекс МПК та назву винаходу не можна вважати достатньо інформативними. В ІНПАДОК можна одержати дані про пріоритет заявок, сімейства патентів-аналогів (тобто патентів, отриманих у різних країнах на одне і те ж саме технічне рішення), публікацію заявкових матеріалів.

В процесі пошуку змістовної інформації слід досягати результативного співвідношення між повнотою інформації та точністю. Пошук за повними описами винаходів вимагає потужних за-

пам'ятовуючих пристроїв. Доцільніше шукати за рефератами винаходів.

Слід зазначити, що мова патентної інформації та її бібліографічний апарат є специфічними. Потрібно мати певну підготовку для роботи з нею і не боятися труднощів, пам'ятаючи, що один джентльмен якось зазначив: «Чим далі вглиб лісу, — тим ближче до його кінця».

Фахівці радять дивитися на часові відстані у видачі патентів щодо конкретного виду техніки. Якщо у патентних заявках містяться посилання на «свіжі» технічні рішення, то дану сферу техніки можна вважати такою, що швидко розвивається і перебуває на піднесенні. Якщо посилання стосуються достатньо старих патентів, то, очевидно, йде мова про удосконалення старих технічних рішень. Технічний прогрес складається не лише з революційних стрибків, а й з еволюційних кроків. Потрібні і ті й інші. Недарма ж одна чудесна панянка зазначала: «Всі мови гарні, особливо якщо ними говорити по-людськи».

Слід звертати увагу на те, як часто у патентній інформації згадується певне технічне рішення. Частота може свідчити про те, що відповідний об'єкт техніки невпинно вдосконалюється і, дуже імовірно, виявиться перспективним з комерційної точки зору. Якщо якийсь патент багаторазово згадується у патентних заявках, то це вказує на його фундаментальний внесок у дану галузь техніки.

Слід придивлятися на кількість авторів у патентних заявках. Якщо заявки згадують про групи винахідників, то, очевидно, відповідна технічна проблема активно опрацьовується.

Якщо ж немає можливості вивчати повні описи винаходів, їх реферати, то певне уявлення про тенденції розвитку техніки може дати аналіз формул винаходів. Це значно прискорює роботу, але у цьому випадку втрачається повнота інформації, необхідної для з'ясування тенденцій. Як кажуть: «Ніщо так не примиряє з дійсністю, як сама дійсність».

Патентну інформацію не слід вважати єдиним джерелом науково-технічної інформації. Варто також брати до уваги інформацію, одержану у результаті контактів фахівців. Є й інші джерела — воєнні і політичні, комерційні і безкоштовні, легальні і нелегальні.

Необхідно мати на увазі і наступне. За патентною документацією, очевидно, неможливо передбачити створення справді фундаментальних (іншими словами — базових, піонерних) винаходів. Наприклад, винайдення А.Флемінгом пеніциліну неможливо було передбачити за патентною документацією, що існувала до

цього. У базових винаходів відсутні прототипи, тобто їх немає з чим порівнювати. Як казав Конфуцій: «Важко знайти у темній кімнаті чорну кішку, особливо, якщо її там немає».

Сподіваємося, що менеджер — зовнішньоторговельник зрозумів:

1. Значна частка товарів на світових ринках є виробами обробної промисловості;

2. Такі товари є не даром природи, а виготовлені людиною (тобто є продукцією обробної промисловості, іншими словами — вторинного сектора);

3. У таких товарах втілюються технічні рішення, створені людиною;

4. Спираючись на патентні та інші дослідження можна передбачити появу на ринках тих чи інших товарів;

5. Необхідно мати щонайменше уявлення про те, як, де, коли і хто виконує пошук на визначення тенденцій розвитку відповідних напрямів техніки.

Україні ще чимало потрібно зробити для наведення порядку у сфері патентно-ліцензійної діяльності. У січні 2007 року повідомлялося, що за результатами дослідження, виконаного Міжнародною торговою палатою (м. Париж), Україна увійшла до першої десятки країн за розмахом виробництва контрафактних товарів. В опитуванні брали участь керівники 48 компаній, що діяли у різних секторах світової економіки. Послідовність «призових» місць була такою: Росія, Китай, Індія, Бразилія, Індонезія, Пакистан, Туреччина, Україна.

30—31 січня 2007 р. у Женеві відбувся Глобальний конгрес по боротьбі з виробництвом контрафактної продукції і піратством. Піратством вважається порушення прав власників на об'єкти копірайту (авторського права). Організаторами конгресу були Всесвітня організація інтелектуальної власності, Інтерпол і Всесвітня митна організація. Генеральний секретар Міжнародної торгової палати Гі Себбан вважав, що проблема має глобальний масштаб і вимагає глобального розв'язання.

13.2. Взаємозв'язок рівнів продукції і патентної діяльності

Розглянемо далі складну і ще не до кінця пізнану тему. Єдиною втіхою у зв'язку з тими «білими плямами», що існують, є слова однієї мудрої людини, яка сказала: «Думаюча людина збе-

рігає за собою право передумати». Не виключено, що у майбутньому, у зв'язку з накопиченням додаткового фактичного і статистичного матеріалу зазначеним правом доведеться скористатися повною мірою.

Сподіваємося, що читач поділяє думку про те, що питання про зв'язок патентної активності певної фірми з рівнем продукції, яку вона випускає, є досить актуальним. Добре чи кепсько що фірма має патенти у тому числі зарубіжні? Чи впливає така кількість на якість продукції фірми? Якщо впливає, то як саме? Низку питань можна було б продовжувати. Згадується прислів'я: «Коли книга горить у вогні, вона стає зрозумілою навіть неписьменним». Тема даного підрозділу є більш незрозумілою ніж книга, що горить. Необхідно докласти певних інтелектуальних зусиль, щоб зрушити з місця цей камінь.

У США якимось виконувалися дослідження щодо взаємозалежності кількості виданих патентів, витратами на науково-дослідницькі та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР; R&D) і кількістю наукових працівників та інженерів. Виявилось, що патентна активність значно відстає від темпів фінансування НДДКР та зростання кількості науковців та інженерів. Простіше кажучи, — нині патент дістається з більшими зусиллями ніж раніше. Це приблизно так, як і у військовій сфері. Вбити вояку противника нині обходиться значно дорожче ніж у минулому.

Відомо, що люди різняться між собою за ростом, вагою, силою тощо. Коли людину брати як одиницю обліку, то зрозуміло, що такий показник є недосконалим, оскільки люди між собою нерівноцінні. Патенти є також нерівнозначними між собою з технічної та економічної точок зору. Один сильний патент переважуватиме десять слабких.

Візьмемо до уваги і те, що не всі технічні рішення патентуються. Наприклад, фірма вирішує зберегти щось як секрет виробництва. Отже, такий прихований винахід впливатиме на піднесення рівня продукції, що випускається, але неможливо врахувати внесок прихованого ноу-хау у рівень продукції. У патентну статистику незапатентовані винаходи не включаються.

Фахівці вказують і на те, що кількість запатентованих винаходів найменша саме у тих галузях, де особливо швидко відбуваються зміни у техніці. Патентування втрачає доцільність там, де техніка швидко морально старіє.

Вважається, що ліпше слабкий патент у руках сильної компанії, ніж сильний патент у руках слабкої компанії. Нерідко трапляються випадки «патентного піратства», — тобто незаконного

використання чужих запатентованих винаходів. Тривалі судові розгляди не по кишені малим фірмам, які володіють, хай навіть, сильними патентами. Високий рівень патентної активності фірми зовсім ще не означає, що і її продукція неодмінно перебуває на високому рівні, адже на цей рівень впливають і інші фактори, які не підлягають обліку у патентній статистиці, тобто це нагадує вислів однієї пані: «Всі чоловіки однакові, просто дружини у них — різні».

Згадаймо, що в перші повоєнні роки чи то десятиліття японські фірми широко не займалися власним винахідництвом. Вони купували ліцензії в іноземних, зокрема, американських фірм. Отже, патентна активність японців була нульовою. Продукція ж була конкурентоспроможнішою за американську і тіснила її, навіть, на ринку США. Японці досягали переваг не лише завдяки дешевшій робочій силі, виробничій дисципліні, але і з огляду на досконаліші технічні характеристики своїх товарів, порівнюючи з аналогічною продукцією американських фірм.

Задумасмося над питанням — чи можна за одними і тими ж патентами на одні і ті ж винаходи випускати у різних фірм і країн продукцію, що різниться за технічним рівнем? Практичний досвід дає стверджувальну відповідь, прислів'я каже: «На Бога надійся, але і сам не плошай». Патент, без сумніву, є доброю справою, але технічний рівень продукції не є дзеркальним відображенням патентної діяльності. Будемо пам'ятати, що на конкурентоспроможність продукції впливає не лише технічний рівень, але і дизайн. З прислів'я відомо що: «Вміла готувати та не вміла подавати». Роль «упаковки», у яку загорнута продукція, є справді великою. Недарма ж людство придумало такий об'єкт промислової власності як промисловий зразок (промышленный образец, industrial design). Він захищає форму та/або розфарбування вибору. Це — художньо-конструкторський аспект товару.

Отже, патент — це ще не заорука того, що його власнику вдається вхопити Бога за бороду. Не дивлячись на недоліки, патенти все ж таки існують. Комусь потрібне не лише засвічення зірок на небі, але і наявність патентів. У США найбільше патентів знаходиться у власності саме найбільших компаній. Здавалося б — велика компанія може обороняти себе своєю економічною силою, не вдаючись до такої зброї, якою є патент. Щодня великі компанії отримують по кілька патентів.

Як можна здогадатися, — в умовах конкурентного середовища, навіть, «кити бізнесу» мусять турбуватися про свій технічний рівень. Хай не зовсім досконалим, але все ж таки надійним пока-

зником науково-технічного лідерства є патент. Той хто тримає патент — тримає своєрідний прапор.

Якщо певна компанія успішно експортує свою продукцію та продає ліцензії, то це означає, що її продукції притаманні високі технічний рівень і конкурентоспроможність. Те й інше значною мірою забезпечуються належно організованою патентно-ліцензійною роботою.

Нідерландські фахівці якось провели дослідження і виявили, що між кількістю поданих заявок на патент, обсягами інвестицій і експортом існує пряма тісна залежність. До аналогічних висновків дійшли і в США. Німецькі фахівці також виявили, що зарубіжне патентування і міжнародна торгівля рухаються в одному і тому ж напрямку.

Радимо нашим фахівцям при вирішенні питання про придбання тієї чи іншої продукції, яка підпадає під патентну охорону, поцікавитися, які саме патенти стосуються її і що саме вони охороняють. Слід мати на увазі, що в об'єкті техніки може бути чимало компонентів, технічні рішення яких охороняються патентами, але ці компоненти є другорядними і не визначають технічного рівня об'єкта техніки у цілому.

Кажуть: «Краще менше та краще». Краще хай буде менше патентів, але хай вони стосуються принципово важливих компонентів.

Патентна статистика може використовуватися для прогнозування тенденції науково-технічного прогресу і міжнародної торгівлі та кон'юнктури світового ринку, а також ухвалення обґрунтованих рішень щодо управління науково-технічною та економічною діяльністю.

Зарубіжні фахівці дотримуються думки, що коли у певній галузі кількість фірм та винаходів збільшується, то ця галузь належить до когорти тих, які становлять економічний інтерес. Слід поглянути як розподіляються патенти за рубриками Міжнародної патентної класифікації. Отримання патентів у великій кількості країн свідчить про впевненість патентовласника у перспективності винаходу для подальшого його доопрацювання, виробництва і збуту відповідної продукції.

Аналіз матриці взаємних посилань застосовується зарубіжними фахівцями як метод визначення технічної політики фірм. За допомогою цього аналізу можна виявити фірми, що мають найсильніші позиції, які блокують дану галузь техніки. Можна також встановити схожість і відмінність у технічній стратегії фірм. Якщо у патентних заявках певної фірми міститься велика кількість

посилань на власні технічні рішення, то можна здогадуватися, що така фірма здійснює захисне патентування технічного рішення, яке вона вважає важливим. Якщо фірма часто цитує патенти іншої фірми, то, можливо, вона перебуває у технічній залежності від такої фірми або ж здійснює наступальне патентування.

За допомогою математичного опрацювання матричних даних, фірми можна розділити у групи залежно від їх технічної політики, а також виконати рангування всередині кожної групи.

Математичним опрацюванням даних з патентів, що пов'язані взаємним цитуванням, можна отримати серію точок, що визначають «патентний простір», всередині якого виділяють сфери основних патентів, захисних, наступальних тощо, що належать різним фірмам. Для розмежування патентного простору застосовуються загальноприйняті методи картування. Одержані дані разом з інформацією про права на аналізовані патенти дозволяють встановити стратегічно важливі патенти у даній галузі техніки, а також класифікувати патенти на основні, захисні і наступальні.

Коли винахідницька діяльність досліджується у всіх галузях техніки, тобто за всіма рубриками Міжнародної патентної класифікації (МПК), то це дозволяє виявити всі відомі фірми у тій чи іншій галузі техніки. Потім можна виконати аналіз винахідницької діяльності конкретної фірми як з точки зору її конкурентного становища у даній галузі, так і з точки зору вивчення власне структури винахідницької діяльності фірми за дрібнішими рубриками МПК. Кількісні варіації можуть вказати на якісні зміни.

Аналіз великої кількості патентних документів дозволяє встановити позиції фірм у конкурентному протистоянні. Складаються патентні карти, які допомагають звернути увагу на найважливіші патенти, напрями діяльності конкурентів, сферу постійних розробок фірм та характер патентів (базові, оборонні, наступальні).

У результаті аналізу патентної документації фірм отримуються необхідні дані щодо намірів у підвищенні технічного рівня продукції, що випускається.

Насамкінець слід зробити важливе застереження, — спроби заздалегідь кількісно оцінити економічне значення патенту, як засвідчила тривала практика, є недоречними. Не можна заздалегідь точно розрахувати прибуток, що його забезпечить патент. Багатий досвід свідчить про те, що передові, з точки зору технології фірми, можуть припуститися помилок і не помітити у нових винаходах широких можливостей для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції та підвищення її технічного рівня.

Якось один джентльмен сказав «Одружися — пожалкуєш. Не одружися — теж пожалкуєш». У такій ситуації можна втішитися тим, що згадати слова з відомої фінської пісні: «Якщо до іншого йде наречена, то невідомо кому повезло». Але, без сумніву, жалкуватимуть ті, хто свою виробничу і зовнішньоекономічну діяльність буде без опори на патентно-ліцензійну роботу.

13.3. Методи роботи патентних і ліцензійних підрозділів американських компаній

Патентно-ліцензійна діяльність у США вже давно стала великомасштабною. В 1960-х роках Патентне відомство США щорічно видавало приблизно 40 тисяч патентів. Щотижня у США публікується офіційний бюлетень Патентного відомства. Він має назву «Official Gazette». Містить повідомлення про надання правової охорони приблизно двом тисячам об'єктів промислової власності. Врахуємо, що у році 52 тижні і переконаємося у масштабності патентної діяльності. На нинішньому етапі Патентне відомство США щорічно видає приблизно 80 тисяч патентів на винаходи. Зрозуміло, що кількість заявок на їх одержання є ще більшою.

Наукою у США займаються не лише університети, але і галузі промисловості. Там виконуються не лише прикладні дослідження, — тобто дослідження комерційного спрямування. Займається промисловість і фундаментальними дослідженнями. Про це переконливо свідчать Нобелівські премії, які часто дістаються американським вченим, що працюють у науково-дослідницьких лабораторіях промисловості. Ці лабораторії перетворилися в основного «постачальника» заявок на одержання патентів. Абсолютна більшість виданих національним заявникам патентів припадає на компанії. Ще в останні десятиліття минулого століття компанії володіли 70 відсотками виданих американських патентів. Нині винахідництво переважно здійснюється у корпоративному секторі. Індивідуальні патентовласники нині значно поступаються корпоративним структурам за обсягом патентної діяльності.

Основна маса роботи зі складання і надсилання заявок на одержання патентів, ведення листування з Патентним відомством тощо припадає на патентні відділи компаній. Персонал таких відділів часто нараховує десятки, а то й більше працівників. У великих компаніях кількість фахівців-патентознавців може сягати кількох сот.

До патентних підрозділів у промисловості США ставляться як до основних підрозділів компанії. З ряду питань патентні підрозділи координують роботу всієї компанії. Поле діяльності таких підрозділів охоплює практично всі питання, що стосуються охорони об'єктів так званої промислової власності.

Окрім патентознавців-інженерів у США патентну роботу виконують і патентні повірені. Їх послугами особливо часто користуються індивідуальні заявники.

Інженер-патентознавець — це, як правило, фахівець, який має інженерну та юридичну освіту. Очевидно, це пояснюється тією обставиною, що в США юридична освіта вважається післядипломною. Спочатку потрібно мати вищу освіту, а потім вступати до 3-річних юридичних факультетів (американці їх називають Law Schools — Школи права) університетів.

Вважається, що інженер-патентознавець не обов'язково повинен сам бути винахідником, але рівень його освіти не повинен поступатися підготовці винахідника.

У багатогалузевих фірмах відбувається спеціалізація інженерів-патентознавців за однією чи кількома галузями техніки.

Інженери-патентознавці — це висококваліфіковані і добре оплачувані фахівці. Деякі з них здобули відомість у масштабах усього світу, щоправда, на інших теренах. Наприклад, патентознавцем був А. Ейнштейн — творець теорії відносності. Патентознавцем була й колишня прем'єр-міністр Великої Британії Маргарет Тетчер.

Патентознавці американських компаній передусім опікуються віднаходженням патентоспроможних винаходів, складанням та поданням заявкових матеріалів на одержання патентів. Це — їх основна робота. Окрім того, патентні підрозділи підтримують тісні контакти з ліцензійними підрозділами. У результаті ефективної спільної роботи патентних і ліцензійних служб можуть досягатися бажані результати як у сфері правової охорони промислового експорту, зміцненні позицій на внутрішньому ринку, так і у сфері ліцензійної торгівлі. Як каже прислів'я «Одна голова — добре, а дві — ще краще». Як свідчить історія, цей критерій шанували і середньовічні кати, заробітна плата яких залежала від продуктивності їх праці, себто від кількості відрубаних голів.

Ліцензійні підрозділи в американських компаніях зазвичай називаються «група з продажу технологій» (Technology Sales Group), «група зі здійснення ліцензування» (Process Licensing Group). Окрім зазначених трапляються і інші назви. Економічною передумовою необхідності існування подібних постійних груп є наяв-

ність значної кількості винаходів і ноу-хау, що пропонуються на реалізацію. Якщо ж фірма здійснює ліцензійну роботу в незначних масштабах і утворення постійних груп вважається недоцільним, то у таких випадках робота з продажу ліцензій доручається інженеру — договірнику (engineer-contractor). У штаті ліцензійних підрозділів, як правило, перебувають фахівці, які мають технічну і правничу освіту. У необхідних випадках до груп відряджаються фахівці з вузької проблематики для надання допомоги у продажі конкретних ліцензій.

У середовищі американських фахівців поширена думка про те, що ліцензійні підрозділи компаній не повинні бути підрозділами, що виключно орієнтуються на отримання прибутків (profit-center). Вважається, що оцінка діяльності таких підрозділів не повинна базуватися на співвідношенні витрат на утримання ліцензійних підрозділів і одержаних доходів від реалізації ліцензій. Роль ліцензійних підрозділів оцінюється значно ширше — вони мають оцінюватися як короткотерміновими так і довготерміновими перспективами розвитку всієї компанії. Ліцензійні підрозділи аналізують технологію компанії та визначають ту технологію, яка може стати предметом ліцензійних угод. Перед ліцензійними підрозділами ставиться завдання — визначити ринкові позиції компанії та її доходи у випадках коли ліцензія продається, або ж коли компанія утримується від продажу такої ліцензії.

Неможливо без ліцензійних служб дати відповідь на питання — що продати? кому продати? коли продати? як продати? Один джентльмен якось справедливо зазначив: «Думки приходять і відходять, головне щоб голова залишалася на місці». Звісно, що права і та добродійка, яка зазначала: «На помилках не лише вчаться, але й захищають дисертації». Але чим менше помилок припускаються ліцензійні служби, — тим краще.

Щодо продажу ліцензій в американській економічній літературі існують протилежні точки зору, хоч вони певною мірою доповнюють одна одну. Дехто вважає, що у сферу ліцензійної торгівлі потрапляє побічна технологія («Spin-off technology»), яка отримана під час виконання науково-дослідних робіт, спрямованих на розв'язання певних основних проблем компанії.

Такі скептики вважають, що компанії пропонують ліцензії на те, що їм самим не потрібне. Попереджають, що ліцензійна технологія може бути недостатньо опрацьована. У зв'язку з наведеними вище пересторогами згадується вислів однієї добродійки, яка зазначала: «Людина не зобов'язана вірити в усе те, що чує, але може розповідати про це іншим».

Існує і точка зору про те, що ліцензійну технологію пропонують для того, щоб взамін одержати іншу бажану технологію. Тобто, — якщо ти не даси ласенького, то й тобі ніхто нічого не дасть. Одна американська фармацевтична компанія якось прямо заявила, що продає свої ліцензії лише для того, щоб інші компанії продали їй ліцензії на ті винаходи, які її цікавлять. Якби такого обміну не було, то без нього були б збитки для обох сторін.

Оскільки неможливо охопити те, що не охоплюється і не можна завжди і скрізь бути першим, то компанії продають ліцензії навіть конкурентам, сподіваючись отримати від них їхню технологію.

Отже, справжні причини зацікавленості компаній у взаємній ліцензійній торгівлі є своєрідним синтезом обох, викладених вище точок зору, — себто американські компанії зацікавлені у реалізації непотрібної їм побічної технології, так і у продажі цінної для компанії технології з метою придбання такої ж цінної технології, розробниками якої є інші компанії. Міжфірмовий обмін технологією на таких засадах одержав назву «перехресне ліцензування» (cross-licensing).

У своїй практичній діяльності ліцензійним підрозділам компанії і доводиться вибирати для ліцензування таку технологію, ліцензійний продаж якої не спричинив би шкоди для компанії та сприяв би підвищенню ефективності її виробничої та ринкової діяльності.

Значне місце у роботі ліцензійних підрозділів посідає діяльність з публікації брошур, статей, участь у нарадах та зустрічах з потенційними ліцензіатами.

Ліцензійні підрозділи володіють різнобічною інформацією про технології їх компаній. Ці підрозділи опікуються і охороною технічних секретів компаній. Збереження секретності завжди належало до ряду пріоритетних завдань американських фірм. Не порушують вони це правило й нині. Завдання ліцензійних підрозділів полягає в тому, щоб не допустити розкриття життєво важливої інформації під час переговорів до того моменту, коли діловий партнер виявиться готовим укласти угоду про конфіденційність (secrecy agreement). Без патентознавців неможлива виробнича діяльність подібно тому, як без лікарів неможливе життя. Щоправда, одна добродійка слушно зазначила: «Лікарі викликали б більше довіри у хворих якби самі не вмирали».

Практичний досвід свідчить про те, що термін чинності угод про конфіденційність при продажу ліцензій на винаходи становить 10 років, хоч законодавчо такі терміни не встановлені. Не

встановлюються терміни й щодо угод про конфіденційність, предметом яких є ноу-хау. Вони можуть зберігати чинність впродовж необмеженого часу, але не довше того, як третьою стороною самостійно і чесно розкриється суть ноу-хау.

У зв'язку з цим згадується, що у комуністичні часи чехословацьке керівництво проголошувало гасло: «З Радянським Союзом — на вічні часи!». Дисиденти ж з гумором доповнювали: «Але ні на жодну секунду довше!».

Ліцензійні підрозділи слідкують за тим, щоб реклама з боку компанії не була джерелом інформації про секрети виробництва.

Американські фахівці зазначають, що потенційний ліцензіар має чітко визначатися, яку саме інформацію він вважає конфіденційною. У тому випадку, коли ліцензійна угода на ноу-хау не укладається, то рекомендується повернути партнеру все, що було отримано від нього.

Працівники компанії, які мають доступ до конфіденційної інформації, підписують зобов'язання не розголошувати інформацію жодному іншому працівнику, окрім тих, які зазначені у спеціальному списку. Лише з такими працівниками компанії можна обговорювати питання, що становлять інтерес, ділитися думками тощо. Як казав один добродій: «Кожному — своє. У одних чудесно варить голова. У інших — шлунок.»

Значення конфіденційності особливо зростає під час ліцензійних переговорів. У них бере участь обмежена кількість працівників ліцензійних підрозділів. Тут фірми керуються правилом — чим менша кількість працівників знатиме критично важливу інформацію — тим більше шансів на збереження її конфіденційності. Недарма ж одна пані зазначала: «Ми жінки, зрозуміло ж, вміємо зберігати таємницю, але лише разом».

Знайомство з американською спеціальною літературою дозволяє дійти висновку про те, що патентні і ліцензійні підрозділи промисловим шпигунством («business intelligence») у його класичному розумінні, як правило не займаються. Такі функції виконують інші структурні підрозділи компанії, що спеціалізуються на цьому виді діяльності. З огляду на етичні та інші міркування групи, що опікуються промисловим шпигунством, зазвичай прикриваються іншими назвами — група ділової інформації (business information), група інформаційних досліджень (information research) тощо. Все ж таки патентні і ліцензійні підрозділи компаній мають у своєму розпорядженні значні можливості для здійснення промислового шпигунства. Як можна здогадуватись, такі можливості часто використовуються, передусім, в рамках внутрішньокорпоратив-

ного надання інформації службі, яка нею цікавиться. Тут не можна не згадати вислів однієї добродійки: «Можна витримати будь-які удари долі, якщо підставляти під них чужу голову».

Отже, патентно-ліцензійна діяльність у великих компаніях США здійснюється патентними і ліцензійними підрозділами, що, як правило, існують як самостійні служби. Їх діяльність чітко координується. Вони співробітничать зі службами, що опікуються промисловим шпигунством та кон'юнктурними дослідженнями. Ліцензійні служби контролюють взаємовідносини з ліцензіатами у процесі виконання ліцензійних угод.

Трапляється інформація і про те, що у складі патентних і ліцензійних служб працюють і патентні повірені (представники у справах інтелектуальної власності).

Патентні повірені-це, простою мовою кажучи, патентні адвокати. У США є і патентні агенти. Це — люди з інженерною освітою і знанням процедури набуття правової охорони на об'єкти промислової власності. Патентні повірені мають право представляти інтереси своїх клієнтів і в судах.

Про діяльність американських патентних повірених автор цих рядків писав у статті «О зарубежных патентных поверенных», що була опублікована 3 жовтня 1995 року київською газетою «Бизнес» (№ 38).

Якщо читач матиме потребу знайти патентного повіреного в США, то можна рекомендувати наступне. У США публікується книга «Directory of Intellectual Property Lawyers and Patent Agents». Це досить велика книга. Нараховує понад півтори тисячі сторінок. Містить достатньо повну інформацію про кілька тисяч американських працівників у сфері інтелектуальної власності та патентних агентів.

Можна також порадишити шукати потрібного патентного повіреного чи патентного агента через українських патентних повірених, про яких йде мова у наступному підрозділі даної книги.

Насамкінець наводимо ключові слова і вислови:

Intellectual property lawyers — представник з інтелектуальної власності;

Patent agent — патентний агент;

Registered patents attorney — зареєстрований патентний повірений;

Industrial property — промислова власність.

Нагадаємо читачеві, що він може скористатися такими книгами:

Дахно И. И. Англо-русский словарь по интеллектуальной собственности (словарь Ивана Дахно). — К.: ВИРА-Р, 1997. — 364 с.

Дахно И. И. Энциклопедический англо-русский словарь по интеллектуальной собственности. — К.: Изд-во А. В. Паливоды, 2007. — 300 с.

Перша з названих книг містить тлумачення понад 800 термінів, а друга — близько 1150. Разом — майже 2 тисячі термінів.

13.4. Патентні повірені

Менеджеру, що опікується зовнішньоекономічною діяльністю, слід самокритично оцінити свої знання і можливості у сфері інтелектуальної власності до того як приступати до вирішення якихось складних практичних питань. Можна наробити чимало помилок. Не виключено, що простіше, ефективніше і дешевше скористатися послугами наших вітчизняних патентних повірених. Принаймні спочатку скористатися послугами патентного повіреного, а у подальшому можна буде працювати і самостійно, якщо здаватиметься, що досвіду накопичено достатньо і можна обійтися без патентного повіреного.

Автор цих рядків опікується патентно-ліцензійною роботою з 1977 року. Як член державної комісії брав участь в атестації патентних повірених. Перша група патентних повірених з'явилася в Україні восени 1992 року. Вона нараховувала 21 патентного повіреного. За кілька місяців розрослася до 92 осіб. Лише з кількома з-поміж них автор цих рядків не був знайомий впродовж попередніх п'ятнадцяти років.

Після осені 1992 року кількість патентних повірених невпинно збільшувалася. На жаль, ряд патентних повірених-ветеранів пішли з цього світу. На щастя, з'явилось чимало грамотних молодих фахівців.

У книзі Дахно И. И. «Патентно-лицензионная работа». — К.: Блицинформ, 1996. — 256 с. містяться дві лекції, що стосуються патентних повірених:

— № 10 «Патентные поверенные»;

— № 17 «О несуразностях с авторскими свидетельствами и патентными поверенными».

У газеті «Бизнес» (1995, № 38), що публікується видавництвом «Блицинформ», є велика стаття автора цих рядків «О зарубежных патентных поверенных».

Читачам буде цікаво ознайомитись із зазначеним матеріалом.

Діяльність патентних повірених в Україні регулюється низкою нормативно-правових актів. Зазначимо основні:

• «Положення про Державний реєстр представників у справах інтелектуальної власності (патентних повірених)». Затверджено

наказом Держпатенту України від 30.08.1994 № 95. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 21.09.1994 за № 244/434 // Інформаційний бюлетень Українського державного центру правової інформації, 1994, № 22.

• «Положення про представників у справах інтелектуальної власності». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 10 серпня 1994 р. № 545. У новій редакції «Положення» було затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 27 серпня 1997 р. № 938. Згодом до «Положення» вносилися зміни і доповнення.

• «Порядок атестації представників у справах інтелектуальної власності (патентних повірених). Затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 25.07.2006 р. № 556. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 30.08.2006 р. за № 102/12895. Реєстраційний код 37273/2006 // Офіційний вісник України, 2006, № 35.

Вимоги до патентного повіреного:

1. громадянин України;
2. постійно проживає в Україні;
3. має повну вищу освіту, а також повну вищу освіту у сфері інтелектуальної власності;
4. має щонайменше п'ятирічний досвід практичної роботи в сфері інтелектуальної власності;
5. склав кваліфікаційні іспити, пройшов атестацію і одержав свідоцтво на право займатися діяльністю патентного повіреного.

Патентний повірений — це-патентний адвокат і, навіть, більше, бо виконує ще й аналітично-дослідницьку роботу. На своїх візитівках патентні повірені зазвичай вказують чим саме вони займаються. На їх візитівках можна також побачити номер реєстрації. Як правило, це роблять патентні повірені старшого віку. Чим менший номер реєстрації — тим більше підстав для зарахування патентного повіреного до когорти ветеранів.

Чимало патентних повірених мають юридичну освіту.

Список патентних повірених України міститься на веб-сайті Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України (www.sdip.gov.ua). У списку станом на весну 2007 р. було понад 300 осіб.

Діє Всеукраїнська асоціація патентних повірених. Її очолює патентний повірений України № 100 Красніков Василь Семенович. Його контактна адреса: поштова скринька 132, 03062, Київ, Україна. Тел. 38 (044) 454-32-64; тел/факс 38 (044) 494-15-20. e-mail: krasnikov@voliacabel.com.

У сфері прав на сорти рослин є чинним «Положення про представників з питань інтелектуальної власності на сорти рослин». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 19.08.2002 № 1182 // Офіційний вісник України, 2002 № 34.

Станом на весну 2007 р. опрацьовувалася нормативно-правова база діяльності таких представників.

13.5. Довідкова інформація

Стисло подамо деяку інформацію, що може бути корисною для навчальної та професійної діяльності читачів.

1. Питаннями правової охорони інтелектуальної власності опікується Державний департамент інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України. Його адреса — вул. Урицького, 45, м. Київ — 35, 03680. Веб-сайт Департаменту www.sdip.gov.ua

Департамент діє на підставі «Положення про Державний департамент інтелектуальної власності», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України, від 20.06. 2000 р. № 947 № 25 // Офіційний вісник України, 2000, № 25.

З метою одержання консультацій слід, передусім звертатися до «Центру інноватики Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України». Його адреса — бульвар Л. Українки, 26, м. Київ — 133, тел. приймальної 285-33-44.

«Центр інноватики» у своєму складі має службу консультацій. Контактні телефони: 285-85-88; 254-38-13.

«Центр інноватики» знаходиться поряд зі станцією метро «Печерська».

2. Державне підприємство «Український інститут промислової власності (Укрпатент)», вул. Глазунова, 1, м. Київ — 42, 01601, тел. 494-05-05.

Звертаємо увагу читачів, що саме цей Інститут опікується експертизою заявок на винаходи, корисні моделі, промзразки та інші об'єкти промислової власності.

Знаходиться у Києві неподалік станцій метро «Либідська» і «Дружби народів».

3. Правові проблеми інтелектуальної власності знаходяться у полі зору Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності Академії правових наук України.

Цей НДІ публікує журнал «Теорія і практика інтелектуальної власності». (Він є «ВАКівським»).

Адреса і контактні телефони НДІ та журналу: вул. Тимірязівська, 66/3, Київ 01114, тел. 285-85-49; 527-04-82.

4. «Промислова власність». Офіційний бюлетень Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України.

Контактні адреса і телефон: бульвар Л. Українки, 26, м. Київ — 133, тел. 285-33-44 (приймальна Центру інноватики).

У цьому бюлетні публікуються відомості про об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, промзразки, знаки для товарів і послуг, топографії інтегральних мікросхем, зазначення походження товарів, яким в Україні надано правову охорону).

5. «Інтелектуальна власність». Науково-практичний журнал Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України.

Адреса редакції: вул. Боженка, 11, м. Київ — 150, 03680, e-mail: iv@lu.spou.kiev.ua. Контактний телефон (044)200-88-58.

Це — щомісячне видання журнального типу, де публікуються статті вчених і практиків у сфері інтелектуальної власності, а також інші матеріали та нормативні акти.

6. Інформаційний листок «Світ інтелектуальної власності» Міністерства освіти і науки України. Видається Київським державним центром науково-технічної і економічної інформації.

Тел./факс: 528-23-55; 59-43-73

e-mail: imex&entei.kiev.ua. <http://mstu.gov.ua/>

7. Освіту у сфері інтелектуальної власності можна здобути, зокрема, в таких закладах України.

- ЗАТ «Інститут інтелектуальної власності і права». 03035 вул. Урицького, 45, офіс 817, м. Київ; тел.: 494-06-71 (ректор); 494-06-72 (декан); 494-06-73 (секретар).

Готує фахівців за спеціальністю «Інтелектуальна власність». Освітньо-кваліфікаційні рівні: спеціаліст, магістр, на базі бакалаврату будь-якої спеціальності.

- Міжгалузевий інститут підвищення кваліфікації при Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут».

Має кафедру інформатики та інтелектуальної власності.

вул. Фрунзе, 21 НТУ «ХП», Харків, 61002.

Для пошти: а/с 10201; тел. 8 (057) 706-27-49.

- Ряд юридичних факультетів вузів України готують магістрів з «Інтелектуальної власності».

Цим опікуються, зокрема:

- Тернопільський державний економічний університет (тел. 8 (0352) 25-36-14; 43-59-85);
- Київський міжнародний університет (424-90-20 (комутатор); 450-06-31 (інформаційний центр));
- Університет економіки та права «Крок» (м. Київ) 455-56-66 (комутатор); 456-84-21 (приймальна ректора).

8. У сфері правової охорони сортів рослин у контексті даного підрозділу слід зазначити такі нормативно-правові акти:

- Постанова Кабінету Міністрів України «Про створення Державної служби з охорони прав на сорти рослин і Українського інституту експертизи сортів рослин» від 01.06.2002 р. № 714 // Офіційний вісник України, 2002, № 23;

- «Положення про Державну службу з охорони на сорти рослин». Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 19.08.2002 р. № 1182 // Офіційний вісник України, 2002, № 34.

Контактні реквізити:

Державної служби з охорони прав на сорти рослин:

веб-сайт www.sops.gov.ua; електронна пошта sops@go.ua

тел/факс 257-99-33;

Українського інституту експертизи сортів рослин:

тел. 258-34-56 (приймальна)

факс 257-99-63.

9. «Авторсько-правове товариство» є громадською організацією у сфері інтелектуальної власності. Створене 1994 року. Першим його президентом впродовж 1994—2005 рр. був відомий вчений — д. е. н., професор Підпригора Опанас Андронович. Йому на зміну прийшов Оніщук Микола Васильович — к. ю. н., Заслужений юрист України, народний депутат України.

Товариство опікується законотворчою роботою, організацією семінарів, конференцій, наданням допомоги та консультацій з питань охорони інтелектуальної власності, оформленням правоохоронних документів, захистом порушених прав власників об'єктів інтелектуальної власності.

Виконавчим директором товариства є к. т. н., доктор наук у галузі права Тимофієнко Леонід Петрович. Він — патентний повірений України (свідоцтво № 103), директор правничої фірми ТОВ «Інтелект». Автор понад 130 винаходів. Опікується виявленням, пошуком, оформленням документів на об'єкти промислової власності (зокрема, реєстрацією торговельних марок, об'єктів авторського права), проведенням патентної експертизи, оцінкою об'єктів права інтелектуальної власності, інформаційними,

консультаційними, довідковими і патентно-ліцензійними послугами тощо.

Контактні координати:

Авторсько-правового товариства —

вул. Мистецька, 16, 03118, Київ

Тел. 8 (050) 330 23 98; 259 98 47; 258 85 58;

Тимофієнка Л. П. —

тел. 204 23 98; 259 98 47; 258 85 58;

e-mail intellect@g.com.ua

03037, Київ, а/с 88.



Контрольні питання

1. Чому доцільно виконувати патентний пошук?
2. Що ви знаєте про базу даних ІНПАДОК?
3. Про що може розповісти інформація, почерпнута з патентної документації?
4. Чи всі технічні рішення слід патентувати?
5. Чи доцільно патентувати винаходи у тих галузях, яким притаманні швидкі темпи технічного розвитку?
6. Що таке «патентне піратство»?
7. Чи є запатентоване технічне рішення запорукою високого технічного рівня відповідної продукції?
8. Вплив дизайну на конкурентоспроможність продукції?
9. Що означають «захисне патентування», «наступальне патентування»?

РОЗДІЛ

14

БРЕНДИНГ

14.1. Загальні положення.

14.2. Брендінг у зовнішньоекономічній діяльності.

14.3. Брендінгова література та фірми.

14.1. Загальні положення

Переломним моментом розвитку людства став перехід людини від збирання дарів природи і полювання до землеробства і скотарства. Це виключало елемент випадковості при добуванні їжі і різко підвищувало шанси людини на виживання.

Одним із способів закріплення власності стала ідентифікація рухомого (таврування худоби, рабів) і нерухомого майна (розмежування земельних володінь).

Згодом виникла потреба в товарній ідентифікації, оскільки виявити добротний товар серед знеособленої продукції можна було або завдяки щасливому випадку, або витратним дослідним шляхом. Оскільки споживачі віддавали перевагу товару, вирізняльна якість якого підтверджувалася особистим клеймом або брендом (від англ. «brand» — клеймо, фабрична марка) власника, то анонімні виробники поступово ставали аутсайдерами. Феномен ідентифікації в своєму поступальному розвитку пройшов від примітивної стадії нанесення клейма (має на увазі, що «це належить мені»), до поняття бренда (що має значення — «це моє, але для вас»). Саме в такому контексті Американська маркетингова асоціація трактує слово «brand» розуміючи під цим будь-яку вирізняльну особливість, яка здатна ідентифікувати аналогічні товари або послуги поміж різних постачальників.

З часом застаріло і вказане визначення.

Нині іменний товар вже став нормою, в усякому разі хоча б з огляду на обов'язкове нанесення штрих-кодів і позначення адреси виробника. Термін «brand» фактично втратив своє минуле значення.

На даному етапі фахівці рекомендують не змішувати раніше тотожні поняття «brand» і «trade mark», оскільки не кожна торго-

вельна марка є брендом. Але будь-який бренд — це завжди торговельна марка комерційно привабливого товару.

Нині в законодавстві України зустрічаються поняття «торговельна марка», «знак для товарів», «знак для послуг». Раніше використовувалася поняття «товарний знак», «знак обслуговування». До 1962 р. у колишньому СРСР «фабрична марка» була у більшій пошані, ніж товарний знак.

Унаслідок двозначного тлумачення поняття «brand» замість точного перекладу цього маркетингового терміну можна просто обмежитися його калькою з англійського — словом «бренд».

В загальноживану термінологію термін потрапив з професійного сленгу працівників реклами та маркетологів.

«Бренд» належить до найпопулярніших термінів, які використовують директори підприємств, маркетологи та журналісти. Цей термін залишається незрозумілим й таким, що мало використовується у повсякденному житті пересічного споживача. Питання визначення бренду залишається актуальним, що підтверджується великою кількістю досліджень та публікацій з даної тематики, існуванням спеціалізованих періодичних видань (наприклад, «Маркетолог», «Управління брендом»), проведенням міжнародних конференцій, присвячених цій проблематиці (Бренд Року/ EFFIE-2003). Частка українських практиків та теоретиків у висвітленні даного питання ще залишається незначною.

Далі наведемо думки авторитетних фахівців про бренд.

Так, А. Реп'єв, засновник «Школи реклами А. Реп'єва», вважає, що бренд — це та поінформованість про якість товару, послуги або іншого об'єкту, та репутація, той імідж, ті асоціації, які виникають в свідомості людей, коли вони почули або побачили атрибути цього об'єкту.

Автори одного з відомих інтернет-ресурсів «4P Маркетинг», присвячених маркетингу та брендингу, вважають, що бренд — це інтелектуальна частина товару, яка виражена у властивих лише цьому товару назві й дизайні, що володіє стійкою й сильною позитивною комунікацією з покупцем.

Один із засновників теорії брендингу, корифей рекламної практики — Девід Огілві формулював поняття «бренд» як невловиму суму властивостей продукту: його імені, упаковки й ціни, його історії, репутації та способи рекламування. Д. Огілві вважав, що бренд також є сполученням вражень, які він справляє на споживачів, й результатом їх досвіду у використанні бренду.

О. В. Зозульов у своїй статті «Брендинг та антибрендинг: що вибрати в Україні» зазначав, що бренд — це вдало диференційо-

вана торговельна марка, тобто така, що у свідомості споживача асоціюється з певними перевагами чи вигодами, чітко вирізняється з-поміж марок конкурентів та характеризується високим рівнем лояльності з боку споживачів.

Аналіз зазначеного вище дозволяє дійти висновку, що точного визначення бренду поки що немає. Створюється враження, що кожен дослідник, концентрується на одній з особливостей цього явища, яка його зацікавила.

Бренд — це інформаційна складова товару чи послуги, що визначає його якісне, емоційне сприйняття споживачем, вирізняє його від товарів-аналогів, спричиняє особливе ставлення до нього споживачів і надає товару властивостей, які ідентифікують його з — поміж марок конкурентів та характеризується високим рівнем лояльності споживачів.

Будь-який товар, що з'являється на ринку, створює про себе певне враження — позитивне чи негативне. Воно створюється щойно споживач дізнається про товар. Стихийне формування споживчого враження може бути не на користь компанії. Споживачі можуть не розібратися у перевагах товару, не оцінити їх потрібним чином, перебільшити недоліки й, навіть, придумати нові. Бренд, яким управляють, навпаки, може виявити, виставити наочно всі переваги товару, виділити його із загальної маси схожих товарів або послуг у найвигіднішому світлі. Процес створення бренду та управління ним називається брендингом. Він може включати в себе створення, посилення, репозиціонування, оновлення, поглиблення та розширення. Брендинг — це діяльність, заснована на спільній посиленій дії на споживача торгового знаку, упаковки, рекламних звернень, матеріалів продаж (sales) і просування (promotion) та інших елементів реклами, об'єднаних певною ідеєю й однотиповим оформленням, що виділяють товар серед конкурентів і створюють його образ.

Мексиканське консалтингове агентство «Евентрум» 2006 року дійшло висновку про те, що Дід Мороз є найпоширенішим брендом у світі. Власне як товарний знак (чи знак обслуговування). Дід Мороз у патентних відомствах країн світу незареєстрований. Бренд Діда Мороза (інакше кажучи — Санта Клауса) асоціюється з добротою, вдячністю, щедрістю. Образ цього новорічно-різдвяного персонажу продається успішніше, ніж найпотужніші світові комерційні бренди взяті разом.

Вважається, що німець Томас Наст був автором першого зображення Санта-Клауса. Трапилося це 1863 року в американській газеті «Harper's Weekly Newspaper».

Виключними правами на використання образу Санта-Клауса неодноразово намагалися заволодіти багато фірм, але це їм не вдалося. Очевидно це тому, що у нормальних країнах не можна приватизувати те, що належить всім.

Фахівці «Евентруму» вважали, що компанія «Кока-Кола» найуспішніше поміж підприємців використала образ Санта Клауса у рекламній кампанії.

До речі, на Різдво 2006/2007 власті австрійської столиці — міста Відня заборонили підприємцям використовувати у торгівлі образ Санта Клауса бо вважали, що таке використання створює односторонні переваги саме продукції компанії «Кока-Кола».

У січні 2007 року повідомлялося, що Міністерство економіки і розвитку Російської Федерації виставляло на конкурс горілчані вироби торговельних марок «Stolichnaya», «Московская» і «Русская». Право на їх використання мав одержати той, хто запропонує найкращу програму просування цих старих брендів.

У лютому 2007 р. повідомлялося, що другий за величиною провайдер мобільного зв'язку в Україні-UMC приймає бренд російської компанії Mobile Telesystems (MTS), яка проводить низку ребрендингових кампаній в інших країнах Східної Європи, де має свої дочірні компанії.

Основною метою ребрендингу є підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку мобільного зв'язку України. На початку 2007 р. новий слоган, який буде мати UMC, залишався невідомим. В процесі ребрендингу будуть змінені не лише логотип, але і філософія компанії. Отже, окрім поняття «брендинг» існує поняття «ребрендинг». Воно означає модифікацію бренду, що вже існує. Ребрендинг може бути як частковим, так і повним.

Наприклад, у лютому 2007 р. компанія «Pepsi» розпочала кампанію ребрендингу, що передбачає зміну дизайну пляшок, банок та іншої фірмової атрибутики 35 разів впродовж року.

При цьому логотип і назва залишаються традиційними, а змінюється лише другорядна графіка.

Програма ребрендингу включає не лише просту зміну упакування, але і способи взаємодії компанії із споживачами її продукції. Впродовж своєї понад 100-літньої історії компанія свій фірмовий стиль змінювала лише 10 разів.

У жодному випадку не можна змішувати бренд з торговельною маркою, хоч класик маркетингу Філіп Котлер і дає їм однакове визначення. Вище зазначалося, що будь-який бренд є торговельною маркою, але не кожна торговельна марка — брендом. Як правило, якщо не менше 20 % цільової аудиторії позитивно став-

ляться до даного товару, то його можна назвати брендом. Цей показник залежить від конкурентності ринку, тому він визначається експертним шляхом.

Торговельну марку можна порівняти з ім'ям, по-батькові та прізвищем товару, послуги чи власне компанії. З брендом все набагато складніше, бо до його складу входять торговельна марка, набір характеристик, очікувань, асоціацій, які сприймаються споживачем та надаються ним товару, а також обіцянки яких-небудь переваг, які даються власником бренду. Якщо ж продовжувати проводити аналогію з людиною, то бренд — це ім'я, по-батькові, прізвище широко відомої людини, на яку хотілося би орієнтуватися. Перетворення в бренд відбувається в той момент, коли об'єктивне сприйняття цінностей продукту й торговельної марки замінюється стійким особистим ставленням до них. Споживач дає свою, суб'єктивну оцінку якості, надійності, безпеки, ергономічності, дизайну, назві продукту. Він додає до нього емоції.

Брендований товар можна продавати набагато дорожче, ніж небрендований аналогічний за якістю. Ідеальний приклад — мотоцикли Harley-Davidson. Вони за якістю гірше ніж японські, але коштують майже вдвічі дорожче. Шанувальники Harley-Davidson купують їх, маючи на увазі певний образ, стиль життя.

Використання брендів дає переваги виробникам, споживачам й суспільству в цілому.

З точки зору виробника, бренд дозволяє, по-перше, підтримувати запланований обсяг продажу на конкретному ринку й реалізовувати на ньому тривалу програму зі створення й закріплення у свідомості споживачів образу товарів або товарної родини; по-друге, забезпечити збільшення прибутку в результаті розширення асортименту товарів й знань про їх загальні унікальні властивості, що «впроваджуються» за допомогою колективного образу.

Розширення бренду притягує виробників своєю простотою та можливістю зменшити обсяги рекламних інвестицій в просуванні окремих торговельних марок.

Розширення бренду є досить ефективним інструментом вторгнення на ринок чи захисту своїх позицій.

Для споживача бренд дає наступні переваги:

- бренд дозволяє пізнавати товар, вирізняти його від подібних товарів;
- споживач не витрачає часу при виборі товару, а також шукає товари ефективніше;
- бренд для споживача є гарантом якості; суб'єктивно знижується ризик покупки;

- бренд дозволяє відчувати себе належним до певної соціальної групи;
- придбання товарів певного бренду забезпечує споживачу отримання певного статусу;
- для багатьох покупців товарів символічні, а не реальні переваги товарів є основною перевагою, за котру сплачуються додаткові гроші.

Вважаючи на таку велику кількість вимог щодо ефективного використання та просування брендів, складно визначитися з технологією створення та управління брендами. Можна лише використовувати певні принципи та дотримуватися умов, які допоможуть досягти успіху у цьому напрямі. Перш за все, успішний бренд завжди повинна підтверджувати висока якість товару чи послуги, що випускає чи надає компанія. Якість повинна відповідати очікуванням споживача. Емоційна складова, ідея товару, реклама — це все добре, але без якості бренду немає.

По-друге, в концепції бренду повинна бути могутня емоційна складова, яка апелює до життєвих цінностей цільової групи покупців. Краще всього, якщо ці цінності не зазнають впливу з боку моди та кон'юнктури. Наприклад, лозунг «Apple» «думай інакше» («think different») спрямований на людей, які прагнуть думати інакше, ніж основна маса. Гарним прикладом з української практики є «Казьонка» — «В житті завжди є місце для героїчного вчинку!».

По-третє, в реалізації концепції бренду потрібна послідовність, незважаючи на будь-які зміни кон'юнктури. Якщо товаровиробник позиціонує свій товар як дорогий та престижний, то не потрібно кидатися у знижки та розпродажі, якщо почався економічний спад. Кажучи загалом в нижньоцінових сегментах ринку брендів не існує. Це пояснюється тим, що компанії, які працюють саме в цих сегментах ринку, зазвичай дотримуються стратегії «глибокого проникнення на ринок» чи «лідерства за витратами» — їх продукцію купують, тому що вона дешевша. Таким компаніям бренд не потрібен й, навіть, шкідливий, тому що створення бренду — це великі інвестиції. Відповідно, зростає ціна й основна конкурентна перевага втрачається.

Суттю створення бренду у багатьох випадках є отримання якомога вищої ціни. Тому стратегія «лідерства за витратами» й бренди несумісні. Звідси виходить ще одна перевага, про яку не згадувалося вище, а саме — можливість сегментування ринку.

Й по-четверте, абсолютно необхідним є цілісний підхід до брендингу. Тобто, бренд — це не тільки реклама й просування, але й вся діяльність компанії від закупок й виробництва до управління

персоналом і збуту. Тобто, брендинг є філософією управління компанією, товарними потоками, людськими ресурсами тощо, заснованою на соціально-психологічних законах, що дозволяють управляти свідомістю споживачів з метою збільшення прибутковості підприємства через торговельну марку, його фірмове найменування, упаковку, історію, репутацію та спосіб рекламування.

Умови, яким повинен відповідати бренд, щоб бути успішним на ринку, наведено в таблиці.

№ п/п	Умова	Мета дотримання
1	Достовірність, відповідність носію	Продукт повинен викликати довіру
2	Унікальність, новизна	Дозволяє вирізнитися поміж конкурентів
3	Перевага, вигода	Формулює очікування й мотивує до покупки
4	Зрозумілість	Адекватність сприйняття прочитаного
5	Інформованість	Дозволяє встановити стійку комунікацію «продукт-споживач»
6	Швидке впізнавання й Запам'ятовування	Гарантія повторних покупок

14.2. Брендинг у зовнішньоекономічній діяльності

Для формулювання теоретичних засад і практичного вживання брендинга у сфері зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств необхідно, передусім, вивчити накопичений досвід зарубіжних країн зі створення, просування і управління торговельними марками.

Впродовж останніх років з'явилася певна кількість зарубіжної літератури з бренд-менеджменту. Наявні літературні джерела дозволяють виявити три характерні закономірності:

1. Всі без винятку автори схиляються до думки, що брендинг — це могутній інструмент успішного бізнесу. Багато положень виданих книг розвивають цю думку у вигляді декларативних фраз і крилатих висловів, де відсутнє глибоке вивчення і методологічні основи брендингу як економічної категорії.

2. Наявна література має відверто прикладний характер. Спираючись на неї, можна зрозуміти особливості практичного вживання, але не проникнути у сутність такого явища як «брендинг».

3. Окремі положення бренд-менеджменту, як правило, ілюструються прикладами ринку товарів повсякденного попиту. Ринок засобів виробництва, провідні галузі сировинних і оброблювальних галузей не аналізуються.

Аналіз зарубіжного досвіду управління торговельною маркою доцільно здійснювати в наступних напрямках:

- дослідження конвергенції культур різних країн в управлінні торговельною маркою;
- аналіз впливу процесу глобалізації на просування торговельних марок;
- критичний аналіз практики зарубіжного бренд-менеджменту;
- оцінка негативного зарубіжного досвіду брендингу.

В основі зарубіжного бренд-менеджменту лежать дві культури — західна і східна. Під терміном «західна культура» розуміють цінності, традиції і передумови економічно розвинених країн Західної Європи і Північної Америки.

Під терміном «східна культура» розуміють традиції, погляди і підхід до даних процесів і категорій Японії як країни, що має серйозні розробки в бренд-менеджменті.

З точки зору західної культури, поняття торговельної марки формується зі створенням і процвітанням певного продукту, що випускається певною компанією, що має переваги, пропаговані і персоніфіковані рекламою. Ці компанії є прихильниками теорії торговельної марки-продукту. На цьому засновані і відповідні теорії менеджменту. Ключовим поняттям тут є вирізняльність. Бренд потрібен, щоб показати відмінності між двома товарами або послугами: торговельна марка вписується в концепцію розподілу, сегментації ринку. В ідеалі кожний новий розподіл ринку повинен створювати місце для народження нової торговельної марки. Тут використовуються такі терміни, як визначення цільового споживача, позиціонування (сприйняття порівняно з конкурентами, відмінності від яких повинні бути чітко позначені).

У Японії неможливо уявити собі що-небудь більш чуже культурі торговельної марки, ніж такий нескінченний розподіл ринку. По суті, в Японії люблять імена, які замість того, щоб ділити, розділяти, відділяти, виконують зворотну функцію — сполучають, включають, об'єднують ресурси, створюють зв'язки. Таким чином, зовсім необов'язково, щоб термін «розширення бренду» (англ. — brand stretching) мав еквівалент в японській мові. Дійсно, керівнику компанії «Yamaha» ніколи не спало б на думку використовувати різні назви для виробництва, наприклад мотоциклів і класичних музичних інструментів. Чим більше якісних і відомих товари під маркою «Yamaha» випускається у всьому світі, тим вище цінність цього бренду і відданість працівників компанії. Японія створила культуру торговельної марки, яка визначається концепцією підприємства, характерною для цієї країни.

Японці розглядають торговельну марку як зазначення джерела ділової активності. Західний світ вважає її вказівкою на якість. Вказівкою джерела ділової діяльності на Заході розуміють фірмове найменування.

Японські торговельні марки на міжнародному рівні є, як правило, назвами груп: «Mitsubishi», «Sony», «Toshiba», «Matsushita» і ін. В Японії репутація компанії грає набагато більшу роль, ніж репутація продукту. Донедавна в провідних західних фірмах такого не спостерігалось, за винятком сфери «бізнес для бізнесу» (business-to-business). Це відповідає, у свою чергу, двом моделям поведінки покупця:

1. *Економіки західних країн засновані на моделі привласнення об'єкту.* Саме тому індивідуальність намагаються доповнити нематеріальними елементами. Критеріями оцінки торговельної марки є диференційованість і переконливість.

2. *Економіка Японії базується на моделі відданості.* Тут важливо створити довір'я до одного єдиного імені. Назва компанії найбільш підходить для імені торговельної марки, оскільки воно персоніфікує потужність, довголіття, велич. Ефект єдиного джерела є наріжним. Індивідуальність торговельної марки визначається не відмінностями від інших торговельних марок, а ключовими цінностями, якими надихається персонал — «корпус» компанії. В Японії індивідуальність торговельної марки є результатом самооцінки, тобто вказує не прагнення відмежування від конкурентів, а на пошану власних цінностей. Звідси зрозуміло, що ніщо не може бути більш чужим японській філософії торговельної марки, ніж розділення бренду «Procter & Gamble» на окремі торговельні марки, що стали брендами («Tide», «Ariel», «Crest» та ін.), які в свідомості споживачів не пов'язуються з ім'ям материнської компанії.

У західних країнах сама ідея бренду ґрунтувалася на створенні додаткової вигоди для споживача, тоді як компанія, що створила бренд, залишалася в тіні. Крім того, кожен продукт повинен був мати власну торговельну марку. В Японії репутація неподільна, як і індивід, який одночасно є споживачем, громадянином і працівником компанії. Звідси перевага політики великих брендів — «парасольок», що захищають велику кількість продуктів і черпають силу у власному розмаху. Звідси виникає ідея зонтичного бренду, переваги якого визнають такі відомі західні компанії, як компанія «Mars». В різних країнах під торговельною маркою «Mars» можна знайти, крім знаменитого шоколадного батончика, морозиво, шоколадні цукерки або розчинні напої. Репутація, створена навколо

торговельної марки «Mars», була використана компанією при виробництві і просуванні на зовнішні ринки іншої продукції.

На даному етапі відбуваються певне взаємне проникнення, конвергенція японської і західної моделей в управління торговельною маркою. Зокрема, такі західні компанії, як «Unilever» або «P&G», підписують власним ім'ям рекламні ролики своїх товарів на телеканалах країн Азії. Особливо слід зазначити якомога частіше використання так званих фірмових супермарок (house brands), що асоціюються з компанією не тільки на упаковці, але і в рекламі. Це багато в чому пов'язано з сучасним фондовим ринком. Справа в тому, що найвідоміші в світі компанії, розмішуючи свої цінні папери на Нью-Йоркській фондовій біржі, цінуються, передусім, як відомі компанії або як підприємства, що випускають бренди.

Таке посилення на компанію співпадає з бажанням додати більше значення її виробничій діяльності; добитися того, щоб ця діяльність служила символом безпеки продукції торговельних марок фірми (наприклад, пов'язаної з виробництвом і просуванням на ринок продуктів харчування або медикаментів). Це також означає віддати належне персоналу компанії, чиї зусилля і ефективність роботи дозволили створити бренд. В окремих випадках торговельна марка може затулити собою компанію, перетворивши її на щось другорядне, допоміжне. Проте в найуспішнішій торговельній марці закладений успіх компанії, що створила її.

У сучасних умовах такий підхід до управління торговельною маркою, коли відроджується роль компанії, є запозиченням західними країнами східної моделі. Східна ж модель бере на озброєння бренди окремих продуктів і сегментацію портфелів торговельних марок. Японські компанії визнали необхідність адаптації марок для деяких ринків. Найбільші японські автомобілебудівники стали давати назви своїм моделям: «Celica», «Civic», «Corolla», «Almera», «Primera», «Maxima», «Micra» і ін. Ці назви стали життєздатними. В Японії визнали корисність здійснення сегментації за допомогою марок: «Toyota» створила новий бренд «Lexus» для машин представницького класу, «Honda» запустила марку «Accura», а «Nissan» — «Infinity».

Конвергенція підходів до бренду відіграє свою роль і на рівні способів управління, і на рівні концепцій. Тому нині будь-яка торговельна марка піклується про свою місію, значення існування, бачення ключових цінностей тощо, пов'язаних з управлінням підприємствами. Торговельними марками управляють як віртуальними компаніями, а всі компанії прагнуть бути брендами, тоб-

то додати особливе значення своїм товарам і послугам. До речі, це узгоджується з очікуваннями сучасних споживачів.

Аналіз зарубіжного досвіду управління торговельними марками показує, що однією з вирізняльних особливостей нового тисячоліття є успіх торговельних марок вертикального типу: «Gap», «Zara», «Ikea». Під вказаними торговельними марками приховуються одночасно товари, функції, навички, відчуття, образи, місця, приємні для покупок. Якщо споживачі мають потребу у якісному одязі, товарах або ідеях для дому, вони йдуть в магазини під названими марками.

У ідеалі великі торговельні структури повинні теж стати «магазинами власної торговельної марки», тоді як сьогодні вони є лише дистриб'юторами марки свого магазину і інших брендів. У Франції, Іспанії і деяких інших європейських країнах існує мережа магазинів спортивних товарів «Decathlon», що є своєрідним містом бренду «Nike». Керівництво «Decathlon» вважає, що це не звичайний магазин, а свого роду міні-місто, місце відпочинку, присвячене спорту і забавам. В магазинах мережі дозволяється кататися на роликівих ковзанах і самокатах, грати в м'яч, приміряти будь-яке спортивне спорядження. Кожні відвідини магазину стають подією, а не зводиться виключно до покупки і доповнюється відчуттями, пов'язаними, — завдяки широті асортименту, — з особистою присутністю при народженні однієї з нових, дійсно глобальних торговельних марок в світі спорту.

Дистриб'ютори відкрили переваги принципу горизонтальності торговельної марки. Під однією назвою «екологічно чисті продукти», «біойогурти» або «екзотичні товари» приховується горизонтальна марка, про яку споживач мало що знав, а тому чекає на особливу вигоду для себе. Дистриб'ютор при цьому опиняється в унікальному становищі, що дозволяє йому зв'язати, з одного боку, сотні виробників, а з іншою — мільйони споживачів. При цьому точкою стиковки стає бренд-орієнтир. В цьому випадку дистриб'ютор додає цінність посередництва.

З свого боку, виробники також використовують принцип горизонтальної торговельної марки за допомогою брендів-програм, які через свою концепцію не зводяться до одного продукту. Мета брендів-програм — це створення і просування на ринок успішної торгової марки, за якою стоїть не один продукт. Наприклад, торговельна марка «Nesquik» стоїть на цукерках, шоколаді, сухих сніданках, молочних десертах і какао. Загальним для всіх цих продуктів є асоціація з шоколадом і молоком: молоко необхідне для приготування сухих сніданків, йогуртів і т. д.

Як свідчить зарубіжний досвід управління торговельною маркою, розпочала спостерігатися тенденція спільного брендингу, за яким, суміщаючи свої позитивні сторони, успіхи просування на внутрішніх і зовнішніх ринках, марки-партнери створюють додаткові цінності. Використання атрибутів кожного бренду є альтернативою розширенню бренду, дозволяючи вирішити проблему браку легітимності кожного бренду, узятим окремо, в той момент, коли він віддаляється від території своєї правової охорони і захисту. Особливих успіхів в спільному брендингу досягли французькі компанії. Якщо фірма «Danone» випускає біойогурт під своєю маркою, а фірма «Lu» печиво «Petits Ecoliers», то це будуть прості торговельні марки. Але щойно компанія Danone запускає горизонтальну бренд-програму «Taileffine», то доводиться констатувати, що, залежно від категорії, продукти під маркою «Taileffine» матимуть коріння двох торговельних марок: «Danone» — для всіх знежирених так званих живих йогуртів, а «Lu» — для знежиреного печива. Таким чином, відкривається новий тип торговельної марки — дочірні марки, які мають, материнські бренди. Ця структура є наслідком вертикальної культури легітимності торговельних марок виробників: «Lu» спеціалізується на печиві і сухих продуктах, але не на продуктах з обмеженим терміном придатності (як це було у випадку з живими йогуртами Danone).

У зарубіжній практиці управління торговельною маркою спільний брендинг використовується все частіше: «Danone» і «Minute Maid», «Nestle» і «Coca-Cola», «Mattel» і «Compaq» тощо. Ще одним сучасним напрямом зарубіжного досвіду управління торговельною маркою стало формування і розвиток торговельних супермарок.

Це явище пов'язано з тим, що велика компанія («L'Oreal»), що є брендом, стала підписувати всі свої повідомлення і продукти («Plentitude», «Elnett», «Progress») єдиною материнською торговельною маркою («L'Oreal Paris»).

Дана тенденція спостерігається в багатьох країнах. В Німеччині таку супермарку називають «eine Dach-Marke», у Великобританії — «house brand», тобто «маркою-дахом» або «маркою-будинком», неначебто для формування повноцінних торговельних марок було необхідне постійне нагадування про загальну фірму, з якої вони вийшли. Якщо виходити з чисто юридичної природи торговельної марки як позначення продукту, яке вирізняє його від конкуруючих продуктів і підтверджує його походження, то вона показує дві функції торговельної марки: з одного боку, вказувати на джерело походження; з іншого боку — дифферен-

ціювати. Донині в західних країнах бренд-менеджмент ґрунтувався на логіці вирізняльності. За маркетингової економічної теорії, в очах покупця потрібно створити відмінності і специфіку кожного окремого продукту, не дивлячись на їх зовнішню схожість.

Мабуть, ця теорія вичерпала себе.

Торговельна марка як вказівка на джерело походження не підкреслює відмінностей, вона викликає довір'я, засвідчує достовірність, демонструє потужність, гарантує якість, досвід і етичність виробника. Існують тенденції, що виявили необхідність використання джерела походження як могутнього важеля при створенні торговельної супермарки. Розглянемо ці тенденції.

1. Відбувається концентрація збуту. На національному, європейському і світовому рівнях число основних діючих збутових груп зменшується, що призводить до появи менш численних, але могутніших збутовиків. Три збутові групи часто здійснюють понад 65 % продажів продукції торговельними марками, що діють на зрілих європейських ринках. Враховуючи швидкість, з якою відбуваються ці зміни, подібну картину можна буде невдовзі спостерігати в Бразилії і на Тайвані. В таких умовах бренди-лідери зберігають своє становище. Їх першою реакцією на концентрацію збуту є додаткове зміцнення торговельної марки за допомогою реклами, інновацій і прямих контактів з покупцями. Інші торговельні марки мають гостру необхідність зв'язати всі продукти. Йдеться не про створення торговельних марок-парасольок (форма торговельної марки, що охоплює декілька категорій продуктів), а про бренд-об'єднувач, який своїм розмахом гарантує довір'я до себе. Наприклад, за такими іменами, як «Plenitude» і «Progress», стоїть бренд «L'Oreal».

У деяких галузях виникають оперативні труднощі у реалізації цієї стратегії. Сила компанії вимірюється силою її торговельних марок. Тому цілком логічно, що всі маркетингові зусилля, всі фінансові можливості компанії повинні сприяти побудові її торговельних марок. При цьому виникає проблема, як проінформувати споживача про саму супермарку, про компанію-виробника.

2. Наступною сучасною тенденцією створення супермарки є завоювання лояльності споживачів. Турбота про обсяг продажів і частку ринку має сенс тільки за умови, що вони забезпечують прибуток. Цим пояснюється концентрація маркетингових зусиль на клієнті з великим потенціалом, чію прихильність слід завоювати в першу чергу.

3. Зарубіжний досвід вказує, що в сучасних умовах спостерігається яскраво виражена тенденція концентрації споживачів, яка

веде до створення супермарок. Справа в тому, що глобалізація економіки охоплює не лише систему збуту продукції. Споживачі теж стають «глобалізованими».

4. Зростання ризиків сприяє створенню супермарок. Нині на багатьох ринках (харчових продуктів, медикаментів, товарів для дітей, автомобілів, будівельних матеріалів і ін.) спостерігається зростання страхів. Оскільки все, що пов'язане із споживанням в їжу, може нести в собі певний ризик для здоров'я, покупці дуже чутливі до будь-якої небезпеки, пов'язаної з великими продуктовими брендами. Недавні події загострили ці побоювання: коров'ячий сказ, курячий грип, діоксин в курячому м'ясі, бажання США упровадити на європейський ринок яловичину, що містить гормони, створення генетично змінених продуктів і т. д. Роль супермарки полягає в демонстрації відповідальності компанії і її незаперечних цінностей. Довір'я споживачів будується не лише на демонстрації зусиль, зроблених для зменшення ризику, але також і на спільності цінностей, що лежать в основі діяльності компанії. На побоювання споживачів компанії необхідно відповідати діями щодо поліпшення якості продукції і прозорості діяльності (зображення торговельних марок супроводжується різноманітними етикетками, вказівками на походження, на відсутність тих або інших видів обробки; прозорість комунікацій через контакти з компанією за допомогою Інтернету).

Ринок стає менш терпеливим до слабких торговельних марок. Вони роблять побоювання споживачів більш реальними. Зростає роль супермарки, як корпоративного бренду.

5. Супермарка є також і відповіддю на експансію з боку конкурентів. Глобалізація бізнесу — наступна тенденція створення супермарок. Якщо корпорація володіє декількома брендами і виходить на зовнішній ринок, то вона повинна створити одну супермарку. Це єдиний спосіб вижити в конкурентній боротьбі з компаніями, що вже володіють сильними супермарками.

6. Поява єдиної супермарки — це ще і відповідь на необхідність дати ім'я тому, що в якийсь момент стає загальним для різних марок, особливо якщо це загальне часто згадується в засобах масової інформації. Звернемося за прикладом до ринку автомобілів.

Торговельні марки одна за одною купують такі групи, як «General Motors», «Ford», «Psa-Peugeot-Citroen», «Fiat». Шляхом злиття і поглинань компанії перерозподіляють свої ресурси. Відбувається концентрація ресурсів, що проявляє себе як тенденція створення супермарок. Наприклад, «Psa» вже не є більше простим фінансовим холдингом, як це було спочатку. В «Psa» або в

«General Motors» сконцентровані науково-технічні розробки, закупівлі, логістика, грошові кошти, людські ресурси, а зараз і виробництво. Фактично підприємства працюють вже не на певні марки, а на загальні платформи для моделей різних марок. На частку брендів доводяться намічені до виробництва товари, дизайн, певні типи автомобіля залежно від атрибутів, що відрізняють марку, маркетинг, збут. Як правило, така нова торговельна модель — результат роботи всього підприємства, а потім їй привласнюється одна з торговельних марок групи. В США це «General Motors», у Франції — «Psa». Проте у такій практиці є чіткі межі. Якщо компанія «General Motors» відома у всьому світі як супермарка, то з «Psa» — справа інша. Немає і не повинно бути автомобілів марки «Psa». Більш того, перед загрозою конкуренції з боку інших марок повинні використовуватися всі засоби, що підсилюють потужність марок «Peugeot» і «Citroen». З цієї точки зору не слід робити дуже помітним ім'я групи, якщо це ослабляє дію, яку могло б виконати оголошення про нову модель, притаманну одній з цих двох марок. Проте за межами Франції ставлення до торговельних марок, які не стали супермарками, стримане. Споживачі хочуть знати, що та або інша, поки що маловідома торговельна марка, спирається насправді на відому групу. Відповіддю на всі ці суперечливі вимоги може стати присвоєння супермарці імені одного з брендів, що входять в її портфель. При цьому необхідно чітко розмежувати рівень марки і рівень групи. Саме цей шлях вибрали групи «Volkswagen», «Ford», «Daimler-Chrysler» і «Fiat».

Торговельна марка становить цінність для споживача, оскільки вона виконує деякі функції, ціновані залежно від типу споживача, категорії продукту і ситуації покупки. Підхід до бренду з позиції його функцій дозволяє зрозуміти його положення на ринку в даний час і в перспективі. Розглянемо ці функції.

1. *Зменшення ризику, що відчувається.* Оскільки в ситуації покупки укладений певний ризик, споживач намагається його зменшити. Існують декілька типів ризиків, що відчуваються: фінансовий (значення торгової марки зростає при підвищенні ціни); фізичний (необхідність створення брендів, що створюють довіру до продуктів харчування); технологічний; психологічний.

2. *Спрощення задачі споживача.* Товари створюють вибір, торгова марка його спрощує, надаючи чіткі орієнтири одержуваної кінцевої вигоди. Це пов'язано з позиціонуванням бренду.

3. *Стимулювання споживача піти на ризик.* Споживач пробує нові технології, нові типи споживачької поведінки, нові види товарів, купує дешевше в секторах, де ціна завжди асоціювалася з

якістю. В цьому завжди полягає місія брендів («Nivea», «Bic», «Moulinex», «Brandt»), місія мережних магазинів («Carrefour», «Tesco»).

Зі всіх торговельних марок дистриб'юторів найтиповішою є марка-вивіска. Вона поєднує в собі три види цінностей: місце, користь і зв'язки.

Однією з вирішальних функцій бренду-вивіски є винесення на перший план назви торговельної точки щодо широкого асортименту продуктів. Це — горизонтальний принцип організації споживання, тоді як сфера виробництва організована за вертикальним принципом, за яким шикуються філіали і спеціалізовані підрозділи. Навіть компанія «Nestle», яка ставить свою марку на різні продукти — від сухого молока до мінеральної води, за ступенем горизонтальної структуризації не може змагатися з такими брендами як «Carrefour». Дійсно, у покупця мережевого магазину «Carrefour» очікування збудовані за горизонтальним принципом: його цікавлять питання здоров'я, безпеки, практичності, спрощення повсякденного життя.

Наявність горизонтальної торговельної марки вигідна тим, що вона вносить ясність в пропозицію і дає практичні орієнтири покупцеві, прагнучому спростити процедуру вибору.

Завдяки завойованому довір'ю, бренд-вивіска підстібає споживача до дослідження зон товарів за більш низькими цінами, що сприяє демократизації ринку і груп товарів. Не всі марки-вивіски відповідають цим вимогам, але деяким вдається досягти цього. Певною мірою мережі європейських спортивних магазинів «Decathlon» і «Go Sport» сприяють реалізації бажання займатися спортом або вести здоровий спосіб життя: ці магазини за допомогою товарів з своїм ім'ям надають гарантовану якість і ціну, кидаючи виклик будь-якої конкуренції за співвідношенням якість/ціна.

Сегментуючи ринки, торговельна марка повинна залишатися інструментом індивідуалізації: вона протидіє знеособленості. Цим викликана необхідність постійного посилення емоційного зв'язку між маркою і клієнтами за допомогою ексклюзивного засоби — комунікації. В сучасних умовах засоби комунікації постійно удосконалюються, стають інтерактивними. Основою торгової марки залишаються інновації, оскільки тільки вони перетворюють бренд на джерело бажання споживача придбати товар або послугу. Торговельна марка повинна мати амбіції щодо свого споживача. Це призводить до прискорення інновації і скорочення тривалості життя самого товару. В компанії «Danone» нові продукти випускаються не рідше, ніж 2—3 рази на рік. Через те, що

ці продукти споживаються щодня в дуже великих кількостях активними споживачами, вони випробовують на собі ефект пересичення. Крім того, дистриб'ютори теж дуже швидко випускають власні копії (молочні продукти французьких мережних брендів «Casino», «Carrefour», «Monoprix»).

Для того, щоб продукція «Danone» купували споживачі, вона повинна постійно обновлюватися.

Справа у тому, що торговельна марка, як така, нині не створює відчуття безпеки. Якщо раніше споживач при виборі торговельної марки керувався минулим вдалим досвідом споживання, то нині гарантією безпеки торговельної марки є інновація. Зростає значення дочірніх торговельних марок бренду у підсвідомому бажанні споживача придбати даний товар.

У сучасних умовах в найгострішій конкурентній боротьбі, де виживають лише сильні і кращі торговельні марки, тільки інновація може викликати лояльність споживача до бренду. Компанія «Renault» повинна підтверджувати свою репутацію кожною новою дочірньою торговою маркою: «Twingo», «Scenic», «Laguna», пропонуючи привабливіші технічні характеристики, палітру кольорів, умови сервісу, ніж конкуренти. Сучасні зарубіжні покупці вже не керуються мотивами відданості бренду, а роблять повторні покупки, виходячи з талановитих інновацій. Таким чином, лояльність споживача до бренду є наслідком, а не попередньою умовою покупки новинок певної торговельної марки. Нарешті, інновація є безпосередньою дією досвідченого виробника. Відмовлятися від конкуренції в цій сфері означає заперечувати саму функцію торговельної марки.

Проаналізувавши зарубіжний досвід просування торговельних марок на зовнішніх ринках, можна дійти висновку, що успішна зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних підприємств можлива тільки при створенні конкурентноздатних торговельних марок. Якщо бренд вітчизняних товаровиробників буде сильнішим, ніж у конкурентів на даному ринку, то їх чекає успіх.

Поєднання брендинга з управлінням зовнішньоекономічною діяльністю набуває нині гострої актуальності.

14.3. Брендингова література та фірми

1. Победители «Брэнд года / Effie-2003» — «Маркетолог» — № 1, 2003. — С. 8.

2. Реньев А. П. Брэндинг а la Russe. http://www.repiev.ru/articles/brand_rus.htm.

3. *Илья Серов*. Посвящается Ч. Дарвину, или «Эволюция брэнда». http://www.e-xecutive.ru/publications//friday/article_1222/
4. *Зозульов О. В.* Брендинг чи антибрендинг: що вибрати в Україні? // *Маркетинг в Україні*. — № 4, 2002. — С. 26—28.
5. *Федько В. П., Федько Н. Г., Шанар О. А.* Основы маркетинга. — Ростов-на-Дону: «Феникс», 2001. — С. 202.
6. *Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Сондерс, Вероника Вонг.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — 944 с.
7. *Юлия Пряникова.* Большие и капризные. «Комп&ньоН» — 46 (302) 22 ноября — 28 ноября 2002г. № 46 — С. 42—46.
8. Блиц-идеи для улучшения имиджа брэнда. — «Маркетолог» — № 2, 2003. — С. 8—10.
9. История Паблик Рилейшнз: нравы, бизнес, наука. — М., 2000. — 120 с.
10. *Браун Л.* Имидж — путь к успеху. — СПб, 1996. — 95 с.
11. *Викентьев И. Л.* Приёмы рекламы и Public Relations. — СПб, 1995. — 146 с.
12. *Гусев О. В.* Брэндинг. — М., 2000.
13. *Поценцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. — М., 2000. — 360 с.
14. *Почетцов Г. Г.* Имиджелогия: теория и практика. — К., 1998.
15. Брэндинг-тренинг: Сотрудники: новый маркетинговый канал // *Маркетолог*, 2006. — № 5. — С. 14—16.
16. Бренды, рожденные под одной звездой // *Искусство управления*, 2005. — № 2. — С. 30—31.
17. Новый взлет супербрендов // *Искусство управления*, 2005. — № 3. — С. 66—73.
18. Определены 100 всемирно успешных брендов // *Маркетинговые исследования в Украине*, 2005. — № 4. — С. 27—29.
19. Определены 100 основных мировых брендов 2006 года // *Маркетинговые исследования в Украине*, 2006. — № 4. — С. 18—22.
20. Прорывные бренды // *Компаньон*, 2006. — № 41. — С. 48—49.
21. Эффективность брэнда — это вера, увлеченность и любовь его создателей // *Управление персоналом*, 2005. — № 3. — С. 29—31.
22. *Аакер Д. А.* Создание сильных брендов=Building strong brands. — М.: ИД Гребенникова, 2003. — 440 с. — (Теория и практика менеджмента).
23. *Аакер Дэвид А.* Нужно ли выводить брэнд на активный рынок? // *Брэндинг-менеджмент*, 2006. — № 4. — С. 202—215.

1. ТОВ «Ресеарч та Брендинг Групп»

Маркетингові, соціально-політичні дослідження. Консалтинг

Адреса:

КИЇВ, бульв. Дружби народів, 12, офіс 27А, 01103

Телефон:

(044) 5292248

Факс:
(044) 5292284
E-mail:
office@rb.com.ua
Web:
www.rb.com.ua

2. ТОВ «Нова хвиля»
Брендинг, реклама, інтернет, дизайн, позиціонування.
Тел. (044) 4961934
Адреса: Урицького вул. 45, оф. 408, Київ 04655

3. Antargo (CREATIVE DESIGNE STUDIO)
ant@antargo.com.ua
Телефони:
+38 (044) 331-48-01
+38 (044) 287-83-29
+38 (044) 287-83-30
+38 (044) 287-83-31

Адреса:
Київ, метро «Палац Україна», вул. Велика Васильківська, 114,
6-й поверх, кв. 20
Поштова адреса:
а/с 571
Київ-150 Україна 03150



Контрольні питання

1. Що таке брендинг?
2. Що передувало брендингу?
3. Як розуміють вислів про те, що «Брендом є торговельна марка, але не будь-яка торговельна марка є брендом»?
4. Що стало причиною виникнення брендингу?
5. Які переваги надає бренд виробнику і споживачу?
6. Визначте основні умови успішності бренду на ринку?
7. Особливості брендингу у країнах Сходу?
8. На яких основних засадах ґрунтується ідея бренду в західних країнах світу?
9. Назвіть основна тенденції створення торгових супермарок
10. Які основні функції бренду у сфері зовнішньоекономічної діяльності?
11. Що Ви знаєте про брендинг окрім зазначеного у цьому розділі?
12. Що таке ребрендинг?

РОЗДІЛ



МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ

15.1. Загальна інформація.

15.2. Прикладні аспекти міжнародної трудової міграції.

15.1. Загальна інформація

В історії людства практично завжди відбувався рух робочої сили. Багатство держав стародавнього світу (Єгипту, Вавилону, Персії, Греції, Риму) було створено працею рабів. Як правило, їх захоплювали під час війн. Стародавня міграція робочої сили була примусовою.

У епоху Середньовіччя найбільш розповсюдженою формою добровільної міграції була військова. Основними експортерами солдатів були окремі германські князівства і кантони Центральної Швейцарії. Ще й нині Ватикан охороняють швейцарські наймані гвардійці. Основними імпортерами найманих солдат були Франція, Швеція, Польща, — чільні на той час держави Європи.

Потужний потік міжнародних мігрантів спричинили великі географічні відкриття. З кінця XV століття після відкриття Х. Колумбом Америки, морського шляху з Європи до Індії, островів Тихого океану на нові землі почався рух переселенців.

Період масової міграції робочої сили з кінця XV ст. до 60-х рр. XIX ст. вважається періодом «початкової» (старої) міграції. Двома основними потоками були — з Європи до Америки та з Африки до Америки.

Перший був переважно добровільним, а другий — виключно примусовим. В пам'ять про незлічені мільйони вивезених чорношкірих невільників планується на західному узбережжі Африки встановити монумент, вищий ніж монумент А.Лінкольну у Вашингтоні.

Період «нової» міграції тривав з 60-х рр. XIX ст. до Другої світової війни. Подіями, що спричинили це, були: громадянська

війна в США (1861—1865), об'єднання Німеччини (1866—1871), об'єднання Італії (1860—1870), створення Австро-Угорщини.

Більшість тодішніх переселенців склали селяни або представники некорінної національності.

З початку ХХ ст. у міжнародній міграції трудових ресурсів з'явилась нова тенденція — виник потік мігрантів з колоній до метрополій та з колоній до інших колоній. Так, зокрема, індуси опинилися в Африці, Латинській Америці, Океанії. На початку ХХ ст. основну масу мігрантів становила некваліфікована робоча сила.

Наступний етап міжнародної міграції охопив період між двома світовими війнами. Особливість цього етапу — скорочення масштабів міжнародної міграції.

Початок сучасного етапу міжнародної міграції трудових ресурсів науковці пов'язують із закінченням Другої світової війни.

Його особливості:

- США — головний світовий імпортер трудових ресурсів;
- європейські країни — основні експортери робочої сили впродовж 40-х та 50-х років;
- Латинська Америка — головний експортер працівників з кінця 50-х років;
- Західна Європа — великий імпортер іноземних працівників з кінця 60-х років;
- виникнення нових центрів імміграції (країни Перської затоки, Південно-Східної Азії);
- підвищення частки високопрофесійних працівників;
- диверсифікація напрямів міграції.

Міжнародна міграція робочої сили нині охоплює абсолютну більшість країн світу. Міграція стала глобальною.

Найпотужнішим споживачем іноземної робочої сили стали в другій половині ХХ ст. країни Західної та Північної Європи. Західна Європа перетворилася з району еміграції на найбільший центр притягування іноземної робочої сили. Вона конкурує із США у сфері використання дешевих людських ресурсів слаборозвинутих країн світу.

Постійна, або безповоротна, міграція була абсолютно переважною формою аж до Першої світової війни. Значні маси європейців назавжди покидали свої країни й переселялися на постійне проживання у США, Канаду, Австралію. Мігранти поступово інтегрувалися в структуру населення цих країн, стаючи його постійною частиною. Переселення у зворотному напрямку було мізерним.

Теперішня міграція набула тимчасового характеру: мігранти здебільшого мають намір після закінчення певного терміну повернутися на свою батьківщину. Таким чином, вирізняльною рисою сучасної міжнародної трудової міграції є її ротаційний характер.

Ротація буває прискореною та уповільненою. Нині більшість країн утягуються в процес одночасної еміграції й імміграції населення.

Понад 1 млн чол. щорічно мігрує в пошуках роботи з однієї європейської країни до іншої. Неодмінною ознакою спільного ринку є вільний рух робочої сили.

Світовий (міжнародний) ринок праці — це система відносин, що виникають між державами з приводу узгодження попиту та пропозиції світових трудових ресурсів, умов формування робочої сили, оплати праці та соціального захисту. В умовах глобалізації виробництва, зростання взаємозалежності в сучасному світі національні ринки праці дедалі більше втрачають свою замкненість та відокремленість. Між ними виникають транснаціональні потоки робочої сили, котрі набирають постійного, систематичного характеру.

У структурі міжнародного ринку праці вирізняються два найзначніші сегменти. Перший сегмент охоплює робочу силу, яка характеризується відносно постійною зайнятістю, стабільністю трудових навичок, високим рівнем кваліфікації й зарплати. Це загалом привілейований шар працівників з розвинутих країн, а також країн із середнім рівнем розвитку. Слід згадати шар зайнятих у різних міжнародних організаціях (ООН, спеціалізованих органах ООН та ін.).

Другий доволі великий сегмент міжнародного ринку праці — робоча сила, яка походить з районів світу з відносно низьким рівнем економічного розвитку. Серед цих працівників треба вирізнити специфічний загін так званої нелегальної робочої сили, чималі потоки якої спрямовуються до індустріальних країн, зокрема США. До цієї категорії працівників можна приєднати також «екологічних біженців», котрі через катастрофічні природні умови (наприклад, посухи і повені) змушені покидати свої насиджені місця, шукати роботу в інших країнах та регіонах, нерідко — нелегально.

Економічна функція нелегального ринку праці зводиться переважно до обслуговування потреб величезної маси дрібних та середніх підприємств в індустріальних країнах. Держава, як правило, мовчазно сприяє використанню праці нелегалів.

На ринку праці можна вирізнити ще дрібніші сегменти, класифікуючи робочу силу за віковими й професійними особливостями, ознаками тієї або іншої культури, традиції, а також націо-

нальними, расовими та статевими ознаками. Жіноча робоча сила стала важливим сегментом нинішнього світового ринку праці, особливо в країнах, що розвиваються. Вперше в історії України у пошуках роботи в міжнародну трудову міграцію включилися жінки, які на певний час залишають вдома своїх дітей.

Зросло використання праці висококваліфікованих спеціалістів (наукових працівників, інженерів, аналітиків систем та ін.), а також фахівців у галузі інформатики, менеджерів тощо. Завдяки розвинутій мережі телекомунікацій певна частина інтелектуальної робочої сили бере участь у виробничому процесі, що здійснюється на будь-якій відстані від місця її перебування. Нікого не здивує тим, що в Індії знаходиться бухгалтерія німецької транснаціональної компанії, підприємства якої знаходяться у Чехії.

Компанії, що діють у високотехнологічних галузях, посилено полюють за інтелектуальними ресурсами.

Інтернаціоналізація ринку праці відбувається паралельно з глобалізацією виробництва та розвитком світового ринку товарів і капіталів. Ринок праці перетворився на важливу складову частину світового ринку.

Рух робочої сили між країнами і спричинені ним потоки переказаної заробітної плати вносять істотні корективи у формування економічної ситуації в багатьох країнах. Безпосередніми збудниками циклічних коливань нерідко стають перекази заробітної плати з однієї країни в іншу. Водночас міграція робочої сили впливає (погіршує або поліпшує) на умови життя працюючих у країнах — експортерах та імпортерах робочої сили.

Внаслідок інтернаціоналізації виробництва мільйонні маси людей з економічно відсталих країн вступили в практично пряму конкуренцію з працівниками розвинутих країн. Провідну роль у цих процесах відіграють ТНК, які мають можливість перенести своє виробництво до інших країн.

На сьогодні сформувалися й активно функціонують кілька регіональних ринків праці (Південно- та Північноамериканський, Європейський, Близькосхідний, Африканський). Вони є аренами масових міграційних потоків, усталеного міждержавного обміну трудовими ресурсами.

Міжнародну міграції, зокрема, викликають:

- різниця в рівнях економічного розвитку окремих країн;
- нерівномірність у темпах і обсягах нагромадження капіталу на різних ділянках світового господарства;
- наявність національних відмінностей у розмірах заробітної плати;

- діяльність ТНК і пов'язана з нею міжнародна мобільність капіталу;
- масове хронічне безробіття в слаборозвинутих країнах;
- політична та економічна кризи;
- поглиблення регіональної та світової економічної інтеграції;
- зростання попиту на інтелектуальну робочу силу;
- стрімкий розвиток сучасних засобів зв'язку, комунікацій та транспорту;
- інформаційний фактор;
- воєнні та релігійні конфлікти;
- національні, сімейні та етнічні мотиви.

Отже, міжнародна трудова міграція — це рух відносно надлишкового населення з певних країн до інших. У міжнародну трудову міграцію втягаються не лише безробітні, а й частина працюючого населення. В цьому випадку рушійним мотивом міграції виступає пошук вигідніших умов праці. Робоча сила переміщується з країн з низьким рівнем життя і заробітної плати в країни з вищим рівнем.

В міграції між економічно розвиненими країнами велику роль відіграють чинники гуманітарного, соціально-культурного, екологічного, психологічного, правового, сімейного порядків. Можливість трудової міграції розширюється з огляду на формування єдиного світового економічного простору, у тому числі інформаційного та транспортного.

Показники міжнародного переміщення трудових ресурсів фіксуються в платіжному балансі. У статистиці платіжного балансу показники, пов'язані з міграцією робочої сили виступають частиною балансу поточних операцій (трудоий дохід, переміщення мігрантів, перекази працівників).

Міжнародна міграція трудових ресурсів, безумовно, впливає на економічний розвиток як країн-експортерів, так і країн-імпортерів робочої сили.

Економісти-неокласики дотримуються думки, що еміграція спричиняє зростання добробуту країни, яка приймає іммігрантів, а економічний розвиток держави, з якої відбувається еміграція, залишається на тому ж рівні, у всякому разі, не погіршується.

Неокейнсіанці ж вказують на можливість погіршення економічного стану країни, що експортує робочу силу, особливо, якщо емігрують висококваліфіковані працівники. У зв'язку з цим широко обговорювалась ідея запровадження податку на «відтік мізків», надходження від якого передбачалось передавати в розпорядження ООН і використовувати на потреби розвитку.

У літературі можна знайти довгі переліки переваг і недоліків міжнародної міграції робочої сили як з точки зору її експортерів, так і імпортерів.

Державне регулювання міжнародної міграції трудових ресурсів здійснюється на національному і міжнародному рівнях.

Основними цілями державного регулювання міграційних процесів є:

- 1) визначення порядку виїзду вітчизняних працівників за кордон;
- 2) визначення порядку в'їзду іноземних працівників на територію країни;
- 3) визначення положення іммігрантів у країні.

Нині ще не має єдиного добре відпрацьованого й загальновищаного міжнародно-правового механізму регулювання міжнародної трудової міграції, незважаючи на значний період роботи Міжнародної організації праці у сфері міжнародного трудового права.

Міжнародні міграційні процеси регулюються державами, що беруть участь в обміні трудовими ресурсами. Контролю і регулюванню підлягають соціальний, віковий та професійний склад мігрантів, рівень в'їзду та виїзду іноземних трудящих. Функції міждержавного та внутрішньодержавного розподілу робочої сили, регулювання обсягу та структури міграційних потоків виконують міністерства праці, внутрішніх та закордонних справ, а також спеціально створені державні та міждержавні органи. Країни, які обмінюються робочою силою, визнають пріоритет норм міжнародного права над національним законодавством.

15 січня 2007 р. у Росії набрали чинності нові закони — «Про міграційний облік» і «Про правове становище іноземних громадян в Російській Федерації». Вони стосуються системи обліку громадян країн СНД, з якими Росія підтримує безвізовий режим. Значно спрощено порядок реєстрації іноземців з країн СНД і влаштування їх на роботу. Прибулим надано право безпосередньо не спілкуватися з посадовцями Федеральної імміграційної служби, а надіслати їм відповідні дані поштою. Для тимчасового проживання спочатку достатньо написати лише заяву, а необхідні документи слід подати впродовж місяця. Скасовано щорічну перереєстрацію іноземців, які тимчасово проживають в Росії. Дозвіл на працевлаштування терміном до одного року видається впродовж 10 днів. За потреби термін дії цього дозволу у подальшому продовжується. На залучення до роботи працівників з СНД роботодавці не зобов'язані брати дозволи. Трудові договори з іноземцями мають містити соціальні гарантії.

Іноземна робоча сила часто вербується за допомогою створених за кордоном державних вербувальних комісій. Вони виконують ретельний відбір кандидатів для праці на підприємствах своєї країни з урахуванням їх віку, здоров'я, кваліфікації. Такі вербувальні пункти засновані, зокрема, німецьким урядом в Італії, Греції, Іспанії, Туреччині, Португалії. Аналогічні вербувальні агентства за кордоном має й Франція, а також деякі інші країни.

Важливим елементом імміграційної політики західних держав є встановлення юридичного статусу мігрантів, що визначає їхні соціально-економічні, трудові, житлові та інші права, закріплені як у міжнародних угодах, так і в національних законодавствах. Цей статус позбавляє іноземних робітників політичних прав, обмежує в більшості випадків їх участь у профспілковій діяльності, регламентує строки перебування мігранта в країні зайнятості.

Різноманітні аспекти трудової міграції та статусу іноземних працівників регулюються двосторонніми та багатосторонніми угодами, відповідними національними законодавчими актами та урядовими постановами.

Засоби й методи реалізації міграційної політики західних країн змінюються залежно від конкретної ситуації на ринку праці.

В умовах дефіциту трудових ресурсів у західноєвропейських країнах уряди цих держав уживали заходів до заохочення імміграції, в тому числі й нелегальної. Коли ж інтереси вітчизняного ринку праці почали вимагати зниження рівня імміграції, держави поставили перешкоди новому припливові іноземної робочої сили.

У 1980 р. Міжнародна організація праці розпочала здійснення Європейського регіонального проекту щодо мігрантів другого покоління. Цей проект має на меті сприяння інтеграції молодих мігрантів у життя тих країн, де працюють їхні батьки, а у випадку добровільного повернення — в життя країни походження. В межах цього проекту здійснюється експериментальний проект забезпечення професійної підготовки молодих мігрантів, що мають відповідну кваліфікацію.

Активно обговорюється перспектива припинення використання праці іммігрантів із країн «третього світу». На запровадженні найсуворіших обмежень наполягають передусім уряди Франції, ФРН та Великої Британії, в яких переселенці із слаборозвинутих регіонів становлять абсолютну більшість серед іммігрантів. У багатьох європейських країнах діють вороже налаштовані до іммігрантів потужні політичні сили.

Працівники-іноземці, як правило, відчують у країні-імпортері різні форми дискримінації щодо найму на роботу, трива-

лості та режиму робочого часу, оплати праці; одержання пенсій і різних виплат, отримання освіти та підвищення кваліфікації, медичного страхування та медичного обслуговування.

Зауважимо, що конвенції МОП регулюють лише правляштування легальних мігрантів. Нелегальні мігранти — практично беззахисні та відчувають на собі вплив різних форм дискримінації.

Контроль за рівнем в'їзду іноземців сприяє дозуванню їхнього припливу залежно від виробничих потреб й ситуації на ринку праці. В такий спосіб попереджається спалах соціального напруження. Час від часу воно загострюється. Порушення громадського порядку на міжетнічному і міжрелігійному ґрунті набуває велетенських розмірів.

Принцип вільного переміщення осіб забезпечив практично повну рівноправність трудящих з країн ЄС у межах інтеграційного об'єднання.

Європейський союз планує активно залучати на роботу громадян із країн, що не є членами ЄС. З цією метою запроваджується «голуба карта». Вона — аналог американської «зеленої карти» для іммігрантів.

Власник «голубої карти» матиме право на пошук роботи в державах ЄС. У випадку працевлаштування дозволитиметься привезти сім'ю. Євросоюз очікував притоку. Працівників зі Східної Європи. Індії і Африки. Потреба у іноземних працівниках виникла з огляду на зниження темпів народжуваності у Євросоюзі.

Закони й підзаконні акти держав — споживачів іноземної праці не надають рівних прав іммігрантам в економічній, політичній й соціальній сферах, як цього вимагає Загальна декларація прав людини і Конвенції МОП у справах мігрантів.

Хоча імміграційне законодавство окремих країн не уніфіковано, у ньому можна виявити деякі загальні риси.

Найважливішою формою регулювання міграції з боку держави є запровадження кількісних квот на в'їзд іммігрантів у країну. Подібні квоти встановлюють кількість іммігрантів для країни в цілому, окремих галузей та регіонів і навіть значних фірм.

Для багатьох розвинутих країн кількісні квоти дозволяють послабити тиск некваліфікованої робочої сили з країн, що розвиваються, на місцеву робочу силу.

У рамках затвердженої квоти країни, що приймають, діють вибірково, ретельно вишукуючи іммігрантів для допуску в країну. Пріоритет віддається мігрантам, що володіють значним інтелектуальним і фінансовим капіталом.

Відомі артисти і художники, вчені, фахівці, бізнесмени, представники рідкісних професій, спортсмени, робітники нових і пер-

спективних галузей, як правило, не мають проблем з одержанням виду на проживання в країнах, що приймають. Вчені й інженери зі Східної і Південної Азії стали в США головною робочою силою в високотехнологічних галузях промисловості. «Відплив мізків» відіграв і відіграє важливу роль в економічному розвитку США й одночасно створює проблеми для країн, що розвиваються.

Що ж стосується некваліфікованих робітників, то в багатьох розвинутих країнах їх за мінімальну оплату наймають для виконання важких, непрестижних, шкідливих видів робіт, від яких відмовляються робітники корінної національності. Наприклад, конвеєрне виробництво, будівництво, робота гірників, двірників.

Багато країн відмовляють у в'їзній візі хворим на СНІД, особам із психічними захворюваннями, наркоманам і т. д. Ускладнена або заборонена імміграція для людей, що мають кримінальне минуле, членам екстремістських політичних або релігійних організацій і т. д.

Квотування імміграції, як правило, поєднується із суворим контролем за термінами перебування мігрантів у країні, що приймає.

У країнах Західної Європи поширення одержує наймання іноземної робочої сили на певний строк із наступним поверненням мігрантів на батьківщину, що забезпечує безупинну ротацію робочих кадрів. Така форма організації міжнародної міграції робочої сили дозволяє спрямовувати робітників туди, де в них є потреба. При цьому мінімізуються витрати на заробітну плату, розвиток соціально-побутової інфраструктури тощо.

В країнах ОПЕК практикується ввіз іноземних робітників за контрактом для виконання визначеного обсягу робіт і установленно жорсткий контроль за їхнім вивозом на батьківщину після завершення робіт. Іноземні фахівці і робітники мешкають в особливих поселеннях, що забезпечує мінімум їх контактів із місцевим населенням.

Країни, що приймають, у ряді випадків здійснюють спеціальні програми зі стимулювання рееміграції. Вони передбачають надання економічної допомоги країнам масової еміграції, фахове підготування іммігрантів, виплату їм спеціальної допомоги.

Стимулюючи рееміграцію, уряд такої країни йде назустріч вимогам профспілок, заспокоює суспільну думку. У рееміграції зацікавлена й країна еміграції. Повертаючись на історичну батьківщину, мігранти збільшують її людський капітал. З професією, знаннями і досвідом, набутими за кордоном, вони мають більше шансів добре улаштуватися на батьківщині.

Крім людського капіталу країна в результаті рееміграції одержує значні фінансові ресурси. Реемігранти, повертаючись на батьківщину, привозять із собою заощадження.

Глобальна міграція втягує у себе і Україну. Відбуваються інтенсивні міграційні процеси як в середині України так і за її межами. Основою правого статусу мігрантів є конституційна гарантія свободи пересування, вільного вибору місця проживання, а також права вільно залишати територію України кожному, хто на законних підставах перебуває на її території. Це передбачено ст. 33 Конституції України.

Наслідки міграції не забарилися. Знижується питома вага місцевого населення в загальній чисельності населення, що є реальною загрозою національній безпеці України. В Україні помирає більше людей, ніж народжується в ній. Питання міграції в Україні переросли в міжнародну проблему, пов'язану з специфічними і тяжкими соціально-економічними умовами.

Перехід до ринкової економіки зумовив посилення трудової мобільності на українському ринку праці. Розвиток нових форм власності і підприємницької діяльності, зміни у законодавстві полегшили зміну місць праці та проживання людей. Завдяки цьому поступово складаються і розвиваються традиційні для ринкової економіки форми трудової мобільності: територіальна, галузева, професійно-кваліфікаційна, внутрішня та міжфірмова.

Обсяги зовнішньої трудової міграції, очевидно, достеменно не знає ніхто, бо різні автори і джерела зазначають суперечливі цифри.

Донині в Україні науково обґрунтовану міграційну політику ще не сформовано.

Основними завданнями нашої держави щодо регулювання трудової міграції є:

- організація правового і соціального захисту своїх громадян за кордоном; насамперед шляхом укладання з країнами, куди традиційно мігрують українці, взаємовигідних договорів про обмін робочою силою;

- належне інформування наших громадян, у тому числі через засоби масової інформації, про реальні труднощі, які можуть очікувати їх за кордоном: налагодження інформаційної системи державного контролю за міграційними процесами;

- проведення цілеспрямованих послідовних економічних реформ у країні, наслідком яких стане гідний рівень матеріального забезпечення населення на своїй Батьківщині, що призведе до зменшення трудової міграції за кордон.

Переважну частину українських емігрантів у далекому зарубіжжі поглинають три країни — Німеччина, Ізраїль і США. Сюди їдуть люди переважно в ранньому працездатному віці, що одержали на батьківщині необхідну освіту і кваліфікацію. Більш ніж п'яту частину всіх емігрантів складають науковці, лікарі і викладачі. «Відплив мізків», який збагачує людський капітал розвинутих країн, негативно відбивається на економічному становищі України, загострює в ній і без того складну демографічну ситуацію.

Поряд з еміграцією Україна в останні роки зіткнулася з проблемою іммігрантів із країн колишнього СРСР, а також далекого зарубіжжя. Мова йде про найчастіше безконтрольний в'їзд на територію України громадян з Китаю, Африки, арабських країн й інших регіонів світу.

2006 року понад 2 тисячі іноземних громадян подали заяви на одержання статусу біженця в Україні. 55 заявників його одержали. Впродовж останніх 10 років статус біженця в Україні надано 2275 особам. Найбільше біженців було з Афганістану (1189), Вірменії (208), Азербайджану (180), Росії (120). Найактивніше претендують на одержання статусу біженця вихідці з Індії, Пакистану та Бангладеш.

Слід мати на увазі і те, що поміж українських працівників за кордоном трапляються і смертні випадки. Преса, наприклад, на початку березня 2007 року повідомляла, що у Черкасах ховали 31-річного робітника, який загинув у Португалії. Впав з даху будинку. Родичі впродовж 5 місяців збирали 1770 євро, щоб сплатити витрати на транспортування тіла на Україну.

Першочерговими завданнями в Україні є скорочення масштабів еміграції, перетворення безповоротної еміграції в поворотну, забезпечення гідних умов прийому іммігрантів і політичних біженців, усунення причин, що штовхають людей до нелегальної міграції.

Вирішення цих завдань крім економічних передумов, вимагає створення відповідної нормативно-правової бази. У цьому напрямку ще має бути виконана значна робота, окрім того, що вже зроблено.

Наказом Міністерства праці України від 5 грудня 1993 р. № 27 було затверджено «Тимчасове положення про умови і порядок оформлення іноземним громадянам дозволу на працевлаштування в Україні». До нього Міністерство праці згодом кілька разів вносило зміни.

Кабінет Міністрів України 1 листопада 1999 р. ухвалив постанову № 2028, якою було затверджено «Порядок оформлення іно-

земцям та особам без громадянства дозволу на працевлаштування в Україні». Цей «порядок» набрав чинності 1.01.2000 р. Першопочатковий текст документу було опубліковано, зокрема в «Офіційному віснику України», 1999, № 44. Згодом до «Порядку» вносилися зміни.

Рекомендуємо читачам з додатковою інформацією ознайомитися за розділом 14 «Трудові відносини» у навчальному посібнику І. І. Дахна «Міжнародне приватне право». — К.: МАУП, 2001, 2004.

15.2. Прикладні аспекти міжнародної трудової міграції

З огляду на характер даного навчального посібника, у цьому розділі не розглядатимуться питання трудової міграції, яка відбувається, так би мовити, на приватній основі. Багато хто дізнається про писані і неписані правила міжнародної трудової міграції від своїх родичів, знайомих, а то й просто сторонніх осіб і їде шукати роботу за кордоном чи наймає іноземців на роботу в Україні. У цьому підрозділі мова, переважно, піде про посередницьку діяльність у сфері міжнародної трудової міграції.

Поміж сформульованих у статті четвертій Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ видів зовнішньоекономічної діяльності відсутній прямий запис про те, що посередництво є видом зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Зазначений у даній статті довгий перелік видів ЗЕД не є вичерпним, оскільки наприкінці нього записано, що можуть бути і інші види ЗЕД, не заборонені прямо і у виключній формі законами України. У нашому випадку не заборонена законами України і діяльність посередників у працевлаштуванні громадян України за кордоном. Щоправда, така діяльність є ліцензованою. Тобто потрібно спочатку отримати ліцензію, а потім вже займатися посередництвом.

За радянських часів міжнародної трудової міграції як такої не було. За кордоном працювало багато тисяч радянських людей, але вони надсилалися туди для роботи як відряджені з радянських підприємств і організацій. На них поширювалося радянське трудове законодавство. Поїхати за кордон з метою туристичної подорожі було надзвичайно складною проблемою.

Верховна Рада СРСР 26 січня 1991 року ухвалила «Основи законодавства Союзу СРСР та республік про зайнятість населен-

ня». В «Основах» містилася стаття 11 «Право громадян на професійну діяльність за кордоном». Цим документом вперше за радянських часів для радянських громадян була встановлена можливість працевлаштування за кордоном. Ця норма трудового законодавства з'явилася за кілька місяців до зникнення СРСР з історичної арени. Хай читачі, особливо молоді, це добре запам'ятають.

Коротенький запис радянських часів про свободу працевлаштування потім значно урізноманітнися. З'явилися в Україні і підзаконні акти, що регулюють міжнародну міграцію, у тому числі трудову.

В Україні створено проект Закону України «Про міграцію». Він має таку структуру.

Розділ I «Загальні положення».

Стаття 1 «Визначення термінів».

Стаття 2 «Державна міграційна політика».

Стаття 3 «Основні принципи державної міграційної політики».

Розділ II «Основні засади регулювання міграційних процесів».

Стаття 4 «Законодавство у сфері міграції».

Стаття 5 «Регулювання міграційних процесів».

Стаття 6 «Обмеження у сфері міграції».

Стаття 7 «Відповідальність за незаконну міграцію».

Розділ III «Проведення державної міграційної політики».

Стаття 8 «Основні напрями проведення державної міграційної політики».

Стаття 9 «Засоби проведення державної міграційної політики».

Стаття 10 «Органи, що здійснюють державне регулювання міграційних процесів».

Стаття 11 «Спеціально уповноважений орган виконавчої влади у справах міграції».

Стаття 12 «Інформаційне забезпечення проведення державної міграційної політики».

Стаття 13 «Фінансове забезпечення проведення державної міграційної політики».

Розділ IV «Міжнародне співробітництво».

Стаття 14 «Міжнародне співробітництво у сфері міграції».

Розділ V «Прикінцеві положення».

Стаття перша цього законопроекту містить тлумачення таких термінів: міграція, добровільна міграція, вимушена міграція, тимчасова міграція, трудова міграція, транзитна міграція, незаконна

міграція, еміграція, рееміграція, притулок, тимчасовий гуманітарний захист, суб'єкти міграційних процесів, мігрант, вимушений мігрант, емігрант, переселенці, реемігрант, незаконний мігрант, міграційний контроль, спеціально уповноважений орган виконавчої влади у справах міграції.

Верховна Рада України 7 червня 2001 р. ухвалила Закон України № 2491-III «Про імміграцію». Його першопочатковий текст опублікованого, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2001, № 27 та «Відомостях Верховної Ради України», 2001, № 41.

Закон має таку структуру:

Розділ I «Загальні положення».

Стаття 1. «Визначення термінів».

Стаття 2. «Законодавство про імміграцію».

Стаття 3. «Правовий статус іммігранта».

Стаття 4 «Квота імміграції».

Розділ II «Повноваження органів, що забезпечують виконання законодавства про імміграцію».

Стаття 5 «Повноваження Кабінету Міністрів».

Стаття 6 «Повноваження спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань імміграції і підпорядкованих йому органів».

Стаття 7 «Повноваження дипломатичних представництв і консульських установ України».

Стаття 8 «Повноваження інших органів виконавчої влади у сфері імміграції».

Розділ III «Надання дозволу на імміграцію та видача посвідки на постійне проживання».

Стаття 9 «Подання заяви про надання дозволу на імміграцію».

Стаття 10 «Підстави для відмови у наданні дозволу на імміграцію».

Стаття 11 «Порядок в'їзду іммігрантів в Україну і видачі посвідки на постійне проживання».

Розділ IV «Скасування дозволу на імміграцію. Виїзд і видворення за межі України».

Стаття 12 «Підстави для скасування дозволу на імміграцію».

Стаття 13 «Вилучення посвідки на постійне проживання, виїзд і видворення за межі України».

Стаття 14 «Повторне подання заяви про надання дозволу на імміграцію».

Стаття 15 «Оскарження рішень з питань імміграції, дії чи бездіяльності органів державної влади».

Розділ V «Прикінцеві положення».

Під виглядом закордонного працевлаштування часто відбувається торгівля людьми. Постановою Кабінету Міністрів України від 7.03.2007 р. № 410 була затверджена «Державна програм протидії торгівлі людьми на період до 2010 року». Її текст було оприлюднено, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2007, № 18.

Далі познайомимо читача з відомчою інструкцією, яка регулює посередництво у працевлаштуванні за кордоном.

Ліцензійна палата при Міністерстві економіки України і Державний центр зайнятості Міністерства праці України своїм спільним наказом від 15.08.1996 р. № 26/5 затвердили «Інструкцію про умови і правила здійснення посередницької діяльності у працевлаштуванні на роботу, в тому числі за кордоном та контроль за їх дотриманням». Інструкція була зареєстрована в Міністерстві юстиції України 3.09.1996 р. за № 498/1523. Вона згодом втратила чинність.

Нині чинною є «Інструкція про умови і правила провадження підприємницької діяльності (ліцензійні умови) з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном та контроль за їх дотриманням». Затверджена вона наказом Ліцензійної палати України і Державного центру зайнятості від 22.02.1999 р. № 19/15. Зареєстрована у Мін'юсті України 6.04.1999 р. за № 215/3508. Код нормативного акта 7273/1999. Першопочатковий текст Інструкції було опубліковано в «Офіційному віснику України», 1999, № 15.

Зазначимо також «Порядок контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном».

Затверджено наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства праці та соціальної політики України 24.06.2004 № 78/141. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 15.07.2004 р. за № 887/9486. Реєстраційний код 29517/2004 // Офіційний вісник України, 2007, № 29.

Далі наведемо текст зазначеної Інструкції.

Інструкція про умови і правила провадження підприємницької діяльності (ліцензійні умови) з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном та контроль за їх дотриманням

I. Загальні положення

1. Інструкція про умови і правила провадження підприємницької діяльності (ліцензійні умови) з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном та контроль за їх дотриманням

(далі — Інструкція) розроблена відповідно до Законів України «Про зайнятість населення» (803-ХІІ), «Про підприємництво» (698-ХІІ), постанови Кабінету Міністрів України «Про порядок ліцензування підприємницької діяльності» від 03.07.98 № 1020 та «Положення про інспекцію по контролю за додержанням законодавства про зайнятість населення», затвердженого постановою Кабінету Міністрів від 24.06.91 № 47.

2. Ця Інструкція визначає умови і правила здійснення підприємницької діяльності з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном та контроль за їх дотриманням.

3. Дія Інструкції поширюється на всіх суб'єктів підприємницької діяльності (далі — посередники), незалежно від їх організаційно-правових форм та форм власності, які здійснюють діяльність з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном.

4. Посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном — діяльність посередників, яка включає збір достовірної інформації про наявність вакансій у роботодавців, ведення обліку осіб, які бажають працювати за кордоном, з метою подальшого їх працевлаштування, надання інформаційно-консультаційних послуг про наявність вакансій, умов та розміру оплати праці, найменування та місцезнаходження роботодавців.

II. Особливі умови і правила провадження підприємницької діяльності з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном

5. Посередники можуть здійснювати свою діяльність за умов:

а) наявності приміщення, яке відповідає вимогам санітарних норм, обладнаного телефонним зв'язком та наочною письмовою інформацією про послуги, що надаються, їх вартість, а також адресу і телефон місцевого центру зайнятості;

б) реєстрації у місцевому центрі зайнятості за місцезнаходженням як платника зборів до державного фонду сприяння зайнятості населення;

в) наявності зовнішньоекономічного договору (контракту) з іноземними суб'єктами господарської діяльності про працевлаштування громадян України.

Якщо вищевказаний зовнішньоекономічний договір укладено з суб'єктом господарської діяльності, який є посередником, то обов'язковою умовою є наявність відповідного дозволу на здійснення посередництва у працевлаштуванні, оформленого згідно з

законодавством країни, де офіційно зареєстровано головний орган управління (контора) іноземного суб'єкта господарської діяльності.

Вищевказані договори повинні відповідати вимогам Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів), затвердженого наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 05.10.95 за № 75 та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України від 09.10.95 за № 367/903 (з подальшими змінами та доповненнями) [**примітка авторів**, — слід мати на увазі, що чинне нині «Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» затверджено наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 6.09.2001 р. № 201. Воно опубліковано, зокрема, в «Офіційному віснику України», 2001, № 39];

г) наявності дозволу компетентних органів іноземної влади іноземним суб'єктам господарської діяльності на працевлаштування громадян України (крім випадків посередництва у працевлаштуванні моряків на судна іноземних власників), оформленого згідно з законодавством країни, де офіційно зареєстровано головний орган управління (контора) іноземного суб'єкта господарської діяльності;

д) документи, зазначені у пп. «в» і «г» пункту 5, повинні бути перекладені українською мовою та легалізовані у консульській установі України, якщо інше не передбачено законодавством і міжнародними договорами України.

б. Під час здійснення підприємницької діяльності, пов'язаної з посередництвом у працевлаштуванні за кордоном, посередники зобов'язані виконувати такі правила:

а) надавати громадянам послуги, передбачені пунктом 4 цієї Інструкції, тільки в рамках укладених зовнішньоекономічних договорів;

б) вести повний облік своїх клієнтів та наданих їм послуг згідно з формою журналу єдиного обліку клієнтів, яким надано послуги (додаток 1), прошнурованого, пронумерованого та завіреного інспекцією по контролю за додержанням законодавства про зайнятість населення центрів зайнятості Автономної Республіки Крим, обласних, Київського та Севастопольського міських — за місцем здійснення діяльності;

в) зберігати конфіденційність інформації, пов'язаної з обслуговуванням претендентів на працевлаштування;

г) повідомляти громадянина у письмовій (засвідченій цим посередником) формі про загальні умови праці та обставини,

що стосуються його особисто або групи громадян, членом якої він є;

д) заповнювати реєстраційні картки громадян України за типовою формою № 1-ЕМ та подавати форму статистичної звітності відповідно до порядку, встановленого наказом Мінстату України від 31.01.96 № 28 «Про затвердження форм державної статистичної звітності про зовнішню трудову міграцію для Міністерства праці України», зареєстрованим Міністерством юстиції від 06.02.96 за № 54/1079;

е) укласти з клієнтом письмовий договір, який повинен містити повну і достовірну інформацію про послуги з посередництва у працевлаштуванні, порядок оплати, строк дії договору, а також обов'язки і відповідальність сторін;

ж) якщо робота за кордоном передбачає надання послуг військового призначення або технічної допомоги у галузі військово-технічного співробітництва, то посередник зобов'язаний отримати відповідний дозвіл від Державної служби експортного контролю.

7. Під час здійснення зазначеної діяльності забороняється:

а) надавати громадянам недостовірну інформацію щодо характеру, умов та оплати праці, яка пропонується;

б) дискримінувати претендентів на працевлаштування за віком, статтю, походженням, за релігійними та світоглядними, політичними переконаннями, національністю, місцем проживання та іншими ознаками;

в) стягувати будь-які види попередніх оплат за посередництво у працевлаштуванні до остаточного укладення громадянином трудового договору з роботодавцем;

г) продавати адреси іноземних роботодавців, посередницьких фірм, державних органів зайнятості інших країн, оприлюднені у засобах масової інформації (зокрема, у мережі «Internet») без їхньої на те згоди та якщо надані оголошення не спрямовані на використання праці громадян України;

д) здійснювати посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном за тими трудовими договорами з роботодавцями, які не містять умов соціального захисту (зокрема, страхування) працівника, передбачених законодавством країни перебування;

е) пропонувати посередництво у працевлаштуванні громадян на роботу за видами діяльності, які заборонені або зайняття якими тягне за собою відповідальність згідно з чинним законодавством України чи міжнародними нормами;

ж) пропонувати посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном, що пов'язана із застосуванням зброї, військової техніки, як інструктора з бойової підготовки та з метою служби у військових підрозділах іноземних країн або в будь-яких інших військових формуваннях, угрупованнях;

з) передача суб'єктом підприємницької діяльності ліцензії іншій особі.

Реклама посередника повинна відповідати вимогам законодавства про рекламу. Посередник повинен зазначати в рекламі своє повне найменування, адресу, номер ліцензії та орган ліцензування, що її видав.

8. Посередники зобов'язані не порушувати прав та інтересів громадян, що охороняються законом, та несуть відповідальність, передбачену законодавством України.

III. Контроль за здійсненням підприємницької діяльності з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном

9. Контроль за додержанням посередниками особливих умов і правил здійснення посередництва у працевлаштуванні за кордоном здійснюється Ліцензійною палатою України [**примітка авторів**, — нині це Державний комітет України з регуляторної політики і підприємництва], її представництвами, Державним центром зайнятості та інспекціями по контролю за додержанням законодавства про зайнятість населення.

10. Контроль передбачає проведення перевірок, аналіз матеріалів перевірок про діяльність, на яку видається ліцензія, оформлення наслідків перевірок та прийняття відповідного рішення.

11. Види перевірок та періодичність їх проведення:

а) планові перевірки — один раз протягом року;

б) повторні перевірки — після встановленого строку для усунення порушень;

в) позапланові перевірки:

якщо за наслідками перевірок контролюючими органами виявлено факти, які свідчать про порушення посередником норм законодавства;

у разі неподання посередником в установлений строк документів обов'язкової звітності, передбачених діючим законодавством;

у разі виникнення потреби у перевірці відомостей, отриманих від особи, яка мала правові відносини з посередником, якщо суб'єкт підприємницької діяльності не надасть пояснення та їх

документальних підтверджень, на обов'язковий письмовий запит контролюючого органу протягом трьох робочих днів від дня отримання запиту.

12. Наслідки перевірки оформляються актом, в якому дається оцінка стану дотримання умов і правил здійснення посередництва у працевлаштуванні та загальний висновок про можливість подальшого здійснення посередництва у працевлаштуванні і який у 5-денний термін надсилається до Державного центру зайнятості Міністерства праці та соціальної політики, а його копії залишаються в органі, що здійснив перевірку, та у посередника, якого перевірено.

IV. Зупинення та анулювання дії ліцензії

13. У разі порушення посередниками особливих умов і правил, передбачених підпунктами «а» і «б» пункту 5 та підпунктами «б», «в», «г», «д» і «е» пункту 6 цієї Інструкції, відповідні органи державної служби зайнятості або Ліцензійна палата і її представництва на підставі акта перевірки надають припис або розпорядження про усунення порушень за визначений термін.

Загальний строк для усунення порушень та виконання припису або розпорядження — 30 днів. Надання посередником пояснень про допущені порушення — 3 дні.

У разі невиконання посередником у визначений термін розпоряджень Ліцензійної палати і її представництв або припису державної служби зайнятості, Державний центр зайнятості має право зупинити дію ліцензії.

У разі своєчасного усунення порушень, що привели до зупинення дії ліцензії, державна служба зайнятості приймає рішення про поновлення її дії.

14. У разі порушення посередником особливих умов і правил, передбачених підпунктами «в», «г» і «д» пункту 5, підпунктом «а», «д» пункту 6, пункту 7, а також несвоечасного повідомлення про зміну адреси чи відомостей, вказаних у ліцензії (протягом десятиденного строку), недостовірності відомостей у заяві на видачу ліцензій та документів, що додаються до неї, повторного порушення особливих умов і правил, передбачених у пункті 13 цієї Інструкції, ліцензія анулюється, за рішенням Державного центру зайнятості, на підставі акта перевірки або на підставі обгрунтованого подання Міністерства закордонних справ, Міністерства внутрішніх справ, Міністерства оборони України, Служби безпеки України, органів

прокуратури, органів місцевого самоврядування або Ліцензійної палати України.

Ліцензія вважається анульованою з дати прийняття рішення про її анулювання або з дати скасування державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.

15. Вмотивоване рішення про зупинення дії ліцензії або її анулювання доводиться у письмовій формі до відома посередника у 5-денний термін.

Копія рішення про зупинення дії ліцензії, її анулювання та про поновлення дії ліцензії надсилається до Ліцензійної палати України та податкового органу за місцезнаходженням посередника.

Діяльність посередника у разі закінчення строку дії ліцензії або її анулювання припиняється.

16. Рішення про зупинення дії ліцензії або її анулювання може бути оскаржено посередником у судовому порядку.

Прикінцеві положення

Посередники, які отримали ліцензію на посередництво у працевлаштуванні на роботу, в т. ч. за кордоном, після введення в дію цієї Інструкції повинні привести свою діяльність у відповідність її вимогам у місячний термін.

При працевлаштуванні на роботу за кордон через підприємства-посередники, насамперед, потрібно проаналізувати текст рекламних оголошень, в котрих пропонується така робота. Якщо читачі цієї книги захочуть при працевлаштуванні на роботу за кордон скористатися послугами посередницьких фірм, то повинні знати, що суб'єкти господарювання відповідно до Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» мають право займатися посередницькою діяльністю у працевлаштуванні за кордоном лише за умови наявності у них відповідної ліцензії, котру видає Міністерство праці та соціальної політики України. Ця ліцензія є підставою для розміщення в засобах масової інформації пропозицій щодо роботи за кордоном. Посередник вказує в рекламі своє повне найменування, адресу, зазначену в ліцензії (ні в якому разі не поштову скриньку), номери телефонів, номер і дату видачі чинної ліцензії та орган ліцензування — Мінпраці.

На жаль, такі вимоги не завжди виконуються. Наведемо рекламу, оприлюднену у київській газеті «15 минут» 30 січня 2007 року. Замість ліцензії Мінпраці там зазначена ліцензія Міносвіти.

**ДО УВАГИ МЕДИЧНИХ СЕСТЕР,
ФЕЛЬДШЕРІВ ТА ЛІКАРІВ,**

а також студентів останніх курсів медичних коледжей та училищ

Ви маєте медичну освіту?

Ви маєте бажання покращити своє матеріальне забезпечення, підвищити рівень кваліфікації за кордоном та не розлучатись для цього з родиною?

Що Вам відомо про існування Програми «Медсестри в США»?

Якщо нічого — організатори Програми пропонують Вам унікальну можливість гарантованого працевлаштування в медичних закладах США за спеціальністю «Медична сестра».

Програму здійснюють: Медичний інститут УАНМ, американська корпорація «AJENCI STAFFING INC» та Компанія «Інтеграція».

Ми допоможемо Вам:

— отримати ліцензію американської медсестри;

— укласти трудову угоду з американським роботодавцем з гарантованою заробітною платнею від 42 000 доларів на рік;

— оформити «Грін карт», яка надає право працювати і жити в США Вам і Вашій родині.

Перепідготовка та імміграційні послуги — безкоштовно.

Представництва компанії працюють в Києві, Москві, Санкт-Петербурзі, Харкові, Одесі, Львові, Дніпропетровську, Донецьку, Житомирі, Сімферополі, Тернополі та Чернівцях.

Приєднуйтесь до випускників Програми, які вже працюють в клініках США!

Співбесіда в м. Києві відбудеться

12 лютого 2007 року о 18.00 за адресою:

М «Шулявка», вул. Е. Потье 7. 2-й поверх, аудиторія 23

Отримати інформацію про участь в Програмі можна за телефонами:

(044) 253-73-58; (044) 238-68-59

Ліцензія Міністерства освіти серії АБ № 175931 від 21.10.05

Це ж оголошення було повторено у газеті «15 минут» за 27 березня 2007 р. Там вже зазначалося ліцензія Міністерства праці і соціальної політики — серія АВ № 298056. Дата зазначалася неповна — «02.02.0».

Трапляються і випадки, коли посередників позбавляють ліцензії, але вони продовжують її незаконно використовувати. Не завадить у Міністерстві праці і соціальної політики перевідчитися чи ж є ліцензія конкретного підприємця-посередника чинною.

На сайті зазначеного міністерства вказується, що наявність службового приміщення — одна з вимог, що висуваються до провадження посередництва у працевлаштуванні на роботу за

кордоном. У службовому приміщенні посередника, де проводиться прийом, на доступному для клієнта місці повинна розмішуватися така інформація:

- копія свідоцтва про державну реєстрацію;
- копія ліцензії на посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном;
- інформація про повне найменування посередника, його адреса, номери телефонів, прізвище, ім'я та по-батькові керівника (власника);
- номери телефонів місцевого органу Державної служби зайнятості України, представництва Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва;
- нормативно-правові акти, котрих повинен дотримуватись посередник при провадженні посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном;
- витяг із Закону України «Про захист прав споживачів» у частині надання послуг;
- книга відгуків та пропозицій.

Посередники організовують надання послуг з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном на підставі договорів (контрактів), які укладаються в письмовій формі: зовнішньоекономічного договору (контракту) з іноземним суб'єктом господарської діяльності (роботодавцем або посередником) про посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном громадян України та договору з клієнтом про надання послуг з посередництва у працевлаштуванні.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) про посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном, у тому числі агентська угода, не дає права суб'єкту господарювання надавати послуги з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном без наявності в нього відповідної ліцензії.

До укладання договору з посередником громадяни України повинні впевнитись у наявності в нього:

— копії дозволу на працевлаштування громадян України, виданого роботодавцю уповноваженим органом країни працевлаштування, якщо зовнішньоекономічний договір укладено з роботодавцем (крім випадків посередництва у працевлаштуванні моряків на судна іноземних власників);

— копії дозволу (ліцензії) на провадження посередницької діяльності у працевлаштуванні громадян України, виданого уповноваженим органом країни працевлаштування посереднику, якщо зовнішньоекономічний договір укладено з посередником;

— копії документу (витяг із торговельного, банківського або судового реєстру), що підтверджує факт реєстрації іноземного суб'єкта господарської діяльності у країні місцезнаходження, якщо зовнішньоекономічний договір передбачає тільки посередництво у працевлаштуванні моряків на судна іноземних власників;

Ці документи повинні бути засвідчені згідно із законодавством країни їх видачі та легалізовані у консульській установі України (можуть бути також засвідчені у посольстві відповідної держави та легалізовані в МЗС України, якщо міжнародними договорами, в яких бере участь Україна, не передбачено інше);

— зовнішньоекономічний договір (контракт) з іноземним суб'єктом господарської діяльності (роботодавцем або посередником) про посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном громадян України;

— засвідчений іноземним роботодавцем проект трудового договору, що повинен відповідати законодавству держави працевлаштування працівника та міжнародним договорам України та містити основні реквізити роботодавця, професійні вимоги до працівника, відомості про характер роботи, умови праці та проживання на території країни працевлаштування, соціального захисту (зокрема страхування), термін дії договору, умови його поновлення та розірвання, порядок покриття транспортних витрат, тощо.

Вищезазначені документи повинні бути перекладені українською мовою та нотаріально засвідчені.

Тільки за наявності цих документів клієнт може укласти з посередником договір про надання послуг з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном, котрий повинен містити таку інформацію:

- номер, дату, місце укладення договору;
- найменування посередника, номер та дату видачі ліцензії на посередництво у працевлаштування на роботу за кордоном, місце знаходження посередника;
- відомості про клієнта (прізвище, ім'я та по-батькові, місце проживання тощо);
- визначення предмету договору: які послуги пропонуються з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном;
- місце підписання трудового договору з роботодавцем;
- права, обов'язки та відповідальність сторін;
- умови змін, розірвання та анулювання договору;
- порядок вирішення спірних питань;
- визначення форс-мажорних обставин та дії сторін при їх настанні;

- перелік додаткових послуг, що можуть бути надані посередником за плату;
- термін дії договору;
- реквізити сторін договору.

Цей договір укладається у двох примірниках: один видається клієнту, а другий — залишається у посередника.

До остаточного укладення клієнтом трудового договору з іноземним роботодавцем посередник не повинен стягувати будь-які види попередніх оплат за послуги з посередництва у працевлаштуванні на роботу за кордоном.

Громадяни України, які уклали договір про посередництво у працевлаштуванні, в'їжджають на роботу до іноземної держави лише за робочою візою. З прибуттям громадян України до роботодавця іноземні компетентні органи оформлюють їм дозвіл на перебування у країні працевлаштування.

Отже, щоб уникнути шахрайства та не бути ошуканими, громадянам України необхідно завжди пам'ятати про вищезазначене та бути обачливими при виборі посередника та запропонованих ним послуг.

Наймаючись на роботу за кордоном, працівник укладає трудовий контракт. Міністерство праці і соціальної політики України рекомендує, щоб контракт містив такі пункти:

а) вибір місця суду для вирішення спору і вибір норм права, які суд, за бажанням сторін, буде використовувати;

б) точне формулювання обов'язків, які необхідно буде виконувати (часто також включаються пункти про повагу до місцевих звичаїв і обіцянку гідної поведінки);

в) термін і умови найму (слід узгодити, свята якої країни будуть вважатись неробочими днями);

г) положення про припинення трудових відносин (бажано обговорити можливість звільнення без причини, а також суму вихідної виплати);

д) перерахування компенсаційних виплат (у тому числі транспортних і витрат на проїзд з-за кордону і назад, пенсії, оплата лікарняного листа, відпускні, виплати на сім'ю, кошти на відрядження);

е) порядок і місце виплати компенсацій, вид валюти (із зазначенням валютного курсу), відрахування й податки з вказівкою на особу, яка їх сплачує;

є) вид житла та транспорту за кордоном (визначення особи, яка їх фінансує);

ж) визначення тимчасової непрацездатності (у тому числі і культурного шоку), обмеження відповідальності за нанесення фізичної шкоди чи смерті і зобов'язання оформити страхування;

з) захист виробничої таємниці та комерційної інформації (в тому числі хто і яку інформацію має право повідомляти місцевим органам влади).

На початку березня 2007 року повідомлялося, що Служба безпеки України викрила в Одесі нелегальну фірму (М. С. А.). Вона займалася працевлаштуванням моряків. Втягувала моряків у контрабанду та організацію каналів нелегальної міграції.

У Міністерстві праці і соціальної політики (www.mlsp.gov.ua; 8 (044) 226 24 45) питаннями закордонного працевлаштування опікується Управління політики зайнятості та трудової міграції (тел. 8 (044) 289 86 29).

На веб-сайті Мінпраці, поміж іншої інформації, можна знайти і перелік ліцензованих посередників у працевлаштуванні на роботу закордон. Перелік за станом на початок березня 2007 року налічував їх понад 500. Перелік завжди перебуває у русі — у декого закінчується термін чинності ліцензії, декого її позбавляють за правопорушення тощо.



Контрольні питання

1. У чому відмінність понять «еміграція» та «імміграція»?
2. Які основні функції МОП?
3. Особливості державної міграційної політики західноєвропейських держав.
4. У чому полягають особливості I та II стадій розвитку сучасної трудової міграції?
5. Назвіть світові центри притягання іноземної робочої сили.
6. Міжнародні організації, що регулюють міжнародні міграційні процеси.
7. Назвіть рівні регулювання міжнародних міграційних процесів.
8. Позитивні та негативні наслідки міграції робочої сили для країн-експортерів та країн-імпортерів.
9. Притаманні ознаки сучасного етапу міграційних процесів.
10. Назвіть основні фактори посилення міграційних процесів в Україні.
11. Що Ви знаєте про світову трудову міграцію у минулому?
12. Основні особливості сучасного етапу міжнародної міграції трудових ресурсів.
13. Що означає ротаційний характер міграції?
14. Яку Ви маєте інформацію про масштаби сучасної світової трудової міграції?
15. Що спонукає міжнародну трудову міграцію?
16. Державне регулювання міжнародної трудової міграції в Україні.



СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ТА РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. *Захарченко В. И.* Менеджмент во внешнеэкономической деятельности: Учебное пособие (конспект лекций). — Харьков: ООО «Одиссей», 2003. — 384с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посібник / За ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 360 с.
3. *Кириченко О. А.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. — 3-є вид., перероб. і доп. — К.: Знання — Прес, 2002. — 384 с.
4. *Мазаракі А. А.* Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. — К.: КНИГА, 2003. — 272 с.
5. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник / За ред. д. е. н., проф. І. І. Дахна. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 304 с.
6. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О. А. Кириченка. — К.: Знання, 2005. — 493 с.
7. *Сухарський В. С., Сухарський В. В., Охота В. І.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика. Навчальний посібник (курс лекцій). — Тернопіль: Астон, 2005. — 464 с.
8. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник / Під гол. ред. А. І. Кредісова / Пер. з рос. Н. Кіт. К. Саражим. — К.: ВІРА-Р, Альтерпрес, 2000. — 448 с.

Додаткова література

9. *Бобух І. М.* Спеціальні економічні зони в Україні: теорія і практика. — К.: Наукова думка, 2004. — 252 с.
10. *Буров А. С.* Международный маркетинг. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004. — 283 с.
11. *Васенко В. К.* Вільні економічні зони: стратегія розвитку. — Суми: Довкілля, 2004. — 347 с.
12. Вільні економічні зони. Міжнародні аспекти / Пер. з англ. — Наук. ред. перекладу І. Розпутенко. — К.: Дніпро; Основи, 1993. — 447 с.

13. Внешнеторговые сделки. — Сумы: Орион, 1994.
14. *Гіл, Чарлз В. Л.* Міжнародний бізнес. Конкуренція на глобальному ринку. Перекл. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. — К.: Видавництво Солюмії Павличко, Основи, 2001. — 865 с.
15. *Дроздова Г. М.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Навчальний посібник. — К.: ЦУЛ, 2002. — 172 с.
16. *Куценко В. М.* Міжнародний менеджмент: Навч. посібник — К.: МАУП, 2006. — 296 с.
17. *Лисица Н. М., Рогожин В. Д., Юрченко В. В.* Международный маркетинг. — Х.: ИД «ИНЖЭК», 2004. — 174 с.
18. Международный менеджмент: Учеб. пособие. — 4-е изд. / Е. М. Азарян, А. А. Шубин, Н. Д. Жукова и др.; Под ред. д. з. н., проф. Е. М. Азарян. — К.: НМЦВО МОН Украины, Студцентр, 2005. — 344 с.
19. Основи міжнародної торгівлі: Навчальний посібник — 2-е вид., перероб. і доп. / За ред. Ю. Г. Козака, Н. К. Логвінової. К. І. Ржепішевського. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 656 с.
20. *Панченко Є. Г.* Міжнародний менеджмент: Навч. посібник для самостійної роботи студентів. — К.: КНЕУ, 2004. — 490 с.
21. *Пила В. І., Чмир О. С.* Спеціальні (вільні) економічні зони: Теорія та практика. Навчальний посібник. — К.: Київ. держ. торг.-економ. ун-т, 1998. — 328 с.
22. *Пілюшенко В. Л., Смерічевський С. Ф., Борзенков С. В.* Міжнародний маркетинг. — Донецьк: ВІК, 2004. — 235 с.
23. *Рубинская З. Т.* Управление внешнеэкономической деятельностью. — М.: Контур, 1998. — 448с.
24. Світовий бізнес. Навчальне видання. Відповідальний редактор д. е. н., проф. Ф. Ф. Бутинець. — Житомир: ПП «Руть», 2004. — 498 с.
25. Серія «Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності та іноземних інвестицій в Україні». Систематизований збірник правових актів. — К.: Центр «Ін форм-Екобуд», 1998 (в трьох частинах).
26. *Сіваченко І. Ю., Кухарська Н. О., Левицький М. А.* Вільні економічні зони: Навч. посібник. — К.: Дакар; Алерта, 2002. — 476 с.
27. *Циганкова Т. М.* Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології. — К.: КНЕУ, 2004. — 600 с.
28. *Чмир О. С.* Спеціальні (вільні) економічні зони і території пріоритетного розвитку (науково-методичний аспект). — К.: НДЕІ Міністерства економіки України, 2001. — 274 с.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

І.І. Дахно, Н.В. Альбіщенко, А.О. Жебровський,
О.О. Кириленко, С.В. Коваленко, І.І. Ніколаєва, Д.Є. Нілов,
Д.О. Правоторов, Л.М. Романійко, О.М. Сердюк,
В.О. Тьорло, І.Г. Хільчевська, М.І. Яценко

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Навчальний посібник

Керівник видавничих проектів – *Б.А. Сладкевич*
Друкується в авторській редакції
Дизайн обкладинки – *Б.В. Борисов*

Підписано до друку 04.12.2006. Формат 60x84 1/16.
Друк офсетний. Гарнітура PetersburgС.
Умовн. друк. арк. 20.5.

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