

5.5273
2.82
А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко

СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ
(ЕКОМЕН)

А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко

СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник для студентів
вищих навчальних закладів*



710158



Київ—2006

УДК 338.46(100)(075.8)

ББК 65.9(О)6я73

Р 86

Гриф надано

Міністерством освіти і науки України
(лист № 14/18-Г-424 від 14.07.2006 р.)

Рецензенти:

В.А. Вергун — доктор економічних наук, професор ;

З.О. Луцишин — доктор економічних наук, професор ;

В.П. Пелішенко — доктор економічних наук, професор.

Румянцев А.П., Коваленко Ю.О.

Р 86 Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 456 с.

ISBN 966-364-315-3

Навчальний посібник присвячено розгляду теоретичних та практичних питань розвитку світового ринку послуг в умовах глобалізації міжнародної економіки. Основна увага зосереджена на розкритті економічної природи, сутнісних рис, напрямів функціонування світового ринку послуг на сучасному етапі еволюції міжнародних торговельних відносин. Подана класифікація світового ринку послуг та розглянуто такі його основні складові як: світові ринки транспортних, туристичних, страхових, інформаційних, рекламних, фінансових, освітніх, інжинірингових послуг. Окремий розділ роботи присвячено висвітленню особливостей, проблем та пріоритетних напрямів розвитку сфери послуг в Україні в умовах глобалізації.

Для студентів вузів, викладачів, підприємців та читачів, що цікавляться питаннями міжнародної торгівлі послугами.

ISBN 966-364-315-3

© Румянцев А.П., Коваленко Ю.О., 2006

© Центр навчальної літератури, 2006

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

№ №

710158

Вступ

Однією з основних передумов стабільного розвитку країн світової спільноти є постійне розширення їх взаємних господарських зв'язків. Серед останніх центральне місце займають міжнародні торговельні відносини, які зорієнтовані на задоволення потреб країн-партнерів у сировині, паливі, машинах, устаткуванні, новітніх матеріалах і технологіях, товарах широкого вжитку тощо.

Вагомою складовою міжнародних торговельних відносин, що останнім часом набуває все більшого значення, виступає світовий ринок послуг. Це зумовлено, по-перше, бурхливим розвитком сфери послуг у економічно-розвинутих країнах світу. Тут частка сфери послуг у ВВП сягає 70% і більше. По-друге, прискорене зростання міжнародної торгівлі послугами спонукала інтенсифікація інтеграційних та глобалізаційних процесів у світовому господарстві. По-третє, необхідно відмітити надзвичайно широку диверсифікацію послуг на міжнародному рівні, які все більше впливають на розвиток всіх галузей і сфер національного та інтернаціонального виробництва. Наслідком зазначених чинників стало стрімке зростання темпів торгівлі послугами на світовому ринку. Зараз на них припадає більше п'ятої частини світових експортно-імпортних операцій. Все це викликає не тільки науковий і практичний інтерес до проблем розвитку світового ринку послуг, але передбачає розв'язання питань з раціонального використання його переваг країнами світу. Цьому, насамперед, має сприяти підготовка фахівців відповідної кваліфікації. На це, зокрема, спрямований і даний навчальний посібник.

Основний зміст пропонованого навчального посібника зводиться до розкриття теоретичних та практичних питань розвитку світового ринку послуг в умовах глобалізації світового господарства. У посібнику показано зміст, взаємозв'язок та субординація таких категорій міжнародних торговельних відносин як зовнішня торгівля послугами, міжнародна

торгівля послугами, світова торгівля послугами та світовий ринок послуг. Всебічно висвітлюється сутність послуги як економічної категорії, подана методологія аналізу світового ринку послуг як системного утворення. Значна частина роботи присвячена розгляду класифікації послуг у світовій торгівлі, особливостей міжнародної конкуренції у сфері послуг, механізму регулювання торгівлі послугами на національному та інтернаціональному рівнях.

У головній частині навчального посібника розглянуті характеристика, особливості, сучасні тенденції розвитку, ціноутворення, ефективності функціонування найбільш вагомих сегментів світового ринку послуг. До них віднесено світові ринки транспортних, туристичних, фінансових, страхових, рекламних, інжинірингових, освітніх, інформаційних послуг.

Важливою складовою навчального посібника є аналіз пріоритетних напрямів розвитку сфери послуг в Україні в умовах глобалізації. Тут, перш за все, звернуто увагу на проблеми та перспективи розвитку в нашій країні міжнародних транспортних перевезень, в'їзного туризму, консалтингових послуг.

Кожний розділ навчального посібника містить питання для обговорення та самостійного вивчення матеріалу, тестові завдання.

Навчальний посібник зорієнтовано на чітке, логічне викладення основних категорій, понять, показників, видів, особливостей, тенденцій розвитку світового ринку послуг в сучасних умовах. Така методика викладу матеріалу дозволяє зосередити увагу читачів на найбільш суттєвих рисах, напрямках функціонування міжнародної торгівлі послугами, що є теоретичним і практичним підґрунтям пошуку оптимальних форм, методів, принципів розв'язання завдань по використанню переваг зовнішньоторговельних відносин між суб'єктами світового господарства.

Частина I. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ТА СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ

Глава 1. Теоретичні основи аналізу світового ринку послуг

1.1. Методологія аналізу світового ринку послуг

Методологія аналізу економічних явищ та процесів передбачає пізнання реальних, об'єктивних передумов, рис, особливостей їх розвитку в минулому та в сучасних умовах. Разом з тим вона орієнтує на проведення наукового пошуку, розробку та обґрунтування прогнозів, перспектив еволюції економічних явищ, процесів, що досліджуються. В даному випадку ми аналізуємо міжнародний ринок послуг.

Методологія аналізу світового ринку послуг вимагає розгляду цього явища в системі категорій міжнародної економіки і, в першу чергу, міжнародних торговельних відносин.

Будь-які економічні явища, процеси мають багатогранні форми прояву, а звідси і безліч визначень (дефініцій). Тому зупинимось лише на загальних визначеннях категорій міжнародної економіки, які доповнює і характеризує і така категорія як світовий ринок послуг.

Сутність категорії “міжнародна економіка” розкривається в системі економічних відносин, що діють на національному та інтернаціональному рівнях. У конкретному вигляді міжнародну економіку можна представити як сукупність національних господарств країн світу та економічних зв'язків між ними.

Економічні зв'язки між країнами світу — це по суті міжнародні економічні відносини, суб'єктами яких є держави. У більш широкому розумінні категорія “міжнародні економічні відносини” розкриваються у відносинах, що складаються між

суб'єктами міжнародної економіки з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ та надання послуг.

Головною складовою міжнародних економічних відносин є міжнародні торговельні відносини. На них припадає близько 80% міжнародних економічних операцій. В широкому контексті категорія “міжнародні торговельні відносини” відображає відносини, що складаються між суб'єктами міжнародної економіки з приводу обміну матеріальних благ та послуг.

На практиці міжнародні торговельні відносини відображають більш конкретні категорії, а саме:

- зовнішня торгівля;
- світова торгівля;
- міжнародна торгівля;
- світовий ринок.

Розглянемо загальні визначення та вкажемо на взаємозв'язок цих категорій. Категорія “зовнішня торгівля” — це сукупність експортно-імпорتنих операцій країн за певний проміжок часу. В даному зв'язку ця категорія правильно може вживатися лише з доданням конкретної країни та терміну її дії. Наприклад, “зовнішня торгівля України за перше півріччя 2006 року”.

Категорія “світова торгівля” — це сукупність зовнішньої торгівлі країн світу. Основні показники цієї категорії наступні: світовий експорт товару “N”, світовий експорт товару “K”, світовий зовнішньоторговельний оборот.

Категорія “міжнародна торгівля” розкривається у відносинах між різними суб'єктами міжнародної економіки (юридичними особами публічного і приватного права, фізичними особами) з приводу купівлі і продажу товарів, капіталу, робочої сили, послуг.

На відміну від зазначених, категорія “світовий ринок” характеризує основу системи міжнародних торговельних відносин. Сутність категорії “світовий ринок” полягає у відносинах, що складаються між суб'єктами міжнародної економіки з приводу формування і взаємодії міжнародної пропозиції на това-

ри, капітали, робочу силу, послуги та міжнародного попиту на них.

Світовий ринок є обов'язковою умовою функціонування зовнішньої торгівлі, світової торгівлі, міжнародної торгівлі. При цьому світовий ринок — міжнародна пропозиція і попит — можуть існувати, але це не обов'язково передбачає здійснення конкретних актів купівлі-продажу товарів., капіталів, робочої сили, послуг. Тому світовий ринок виступає як об'єктивна матеріальна основа здійснення міжнародних торговельних відносин.

У структурі світового ринку за критерієм об'єкту треба виділити і таку категорію як "світовий ринок послуг". Загальний зміст останньої полягає у відносинах, що складаються між суб'єктами міжнародної економіки з приводу формування та взаємодії міжнародної пропозиції послуг та міжнародного попиту на них.

В цілому, *методологію можна розглядати як сукупність інструментів, методів наукового пізнання руху економічних явищ і процесів.*

Метою методологічного аналізу ринку послуг є пізнання реальних процесів, законів, закономірностей, категорій, особливостей та тенденцій його розвитку.

Розглянемо основні методи аналізу (методологічні інструменти аналізу) міжнародного ринку послуг. Одним з основних, найбільш використовуваних інструментів є **системний метод**, який передбачає аналіз ринку послуг як цілісного утворення. Цей метод дозволяє аналізувати сферу послуг як цілісну систему, що складається з окремих складових: страхові послуги, фінансові, транспортні, туристичні, інформаційні і т.д.

В рамках системного методу виділяється 4 підходи. **Системно-структурний підхід** передбачає виділення структурних елементів в системі міжнародних послуг. Як ми вже говорили, до них відносяться транспортні, страхові, освітні послуги та ін. **Системно-функціональний підхід** передбачає аналіз функцій кожного структурного елементу системи. Наприклад, ринок туристичних послуг, як складова ринку послуг, виконує

такі функції, як економічна, соціальна, гуманітарна, естетична і т.д. **Системно-генетичний підхід** передбачає виділення ядра в системі міжнародних послуг, його вивчення та аналіз впливу останнього на структурні елементи сфери послуг. **Системно-інтегративний підхід** передбачає вивчення взаємозв'язків між структурними елементами системи послуг та виявлення загальних інтегративних тенденцій її розвитку як цілісного утворення. Всі елементи сфери міжнародних послуг є взаємопов'язаними між собою, тому вивчення кожного з них дозволяє виявити загальні тенденції розвитку ринку послуг.

Діалектичний метод передбачає, насамперед, виявлення діалектичних суперечностей розвитку ринку послуг та пошук шляхів їх розв'язання. Діалектичні суперечності проявляються в труднощах, перешкодах, гальмівних факторах, які мають місце в процесі розвитку сфери послуг, а також будь-яких інших явищ та процесів.

Широко застосовується також **метод економічного аналізу**, який передбачає аналіз категорій, законів і закономірностей розвитку міжнародного ринку послуг та принципів, методів, форм, інструментів, важелів, механізму їх дії та використання. Зрозуміло, що аналіз розвитку будь-якого явища неможливий без дослідження фактологічного матеріалу. Це передбачає використання **статистичного методу**.

Доволі часто при дослідженні ринку послуг використовується **метод економіко-математичного аналізу**, що передбачає використання математичних інструментів при аналізі системи послуг. Програми та моделі розвитку сфери послуг розробляються та складаються за допомогою електронно-обчислювальної техніки, тобто, в даному випадку, використовується **метод економічного моделювання**.

Методологія аналізу міжнародного ринку послуг передбачає комплексне використання зазначених методів, тільки в цьому разі можна мати системні, всебічні знання про процес розвитку цієї галузі економіки.

Сьогодні світове господарство характеризується процесами розширення, трансформації та глобалізації всіх сфер

суспільного виробництва. Визначальною рисою сучасного цивілізаційного розвитку виступає глобалізація, яка охоплює багатогранні напрями взаємодії країн світового співтовариства. Зокрема, вона є передумовою виходу все більшої кількості країн на світовий ринок, поглиблення їх взаємозв'язків та активізації торгівельних відносин. Сьогодні міжнародний обмін товарами відіграє важливу роль у взаєминах між державами. Поряд з цим все більшого значення набуває торгівля послугами. Вона є однією з найбільш перспективних сфер економіки, яка швидко розвивається й охоплює широке поле діяльності від транспорту і туризму до фінансування, страхування, посередництва та ін. Розвиток світового господарства стає неможливим без цієї галузі, оскільки при ускладненні виробництва і насиченні ринку товарами зростає потреба в послугах. У багатьох країнах торгівля послугами займає значне місце в обсязі міжнародної торгівлі. Це викликано науково-технічним прогресом у сфері матеріального виробництва, поглибленням міжнародного поділу праці і зростанням соціально-економічних потреб багатьох країн. І саме сьогодні, в умовах інтенсифікації світогосподарського життя, міжнародна торгівля послугами заслуговує на всебічну увагу з боку науковців як галузь економіки з широкими перспективами розвитку.

При аналізі ринку послуг доцільно використовувати, перш за все, системний метод, що передбачає дослідження його як цілісного утворення.

Система послуг — це сукупність окремих їх видів (страхові, фінансові, транспортні, туристичні, посередницькі тощо), які тісно пов'язані між собою і формують загальні тенденції розвитку ринку послуг.

В свою чергу, ринок послуг є частиною іншої системи — системи світового ринку. Поняття світового ринку є найважливішим серед категорій міжнародної економіки. Для того, щоб зрозуміти економіко-теоретичний зміст понять світовий ринок та ринок послуг (як складова частина світового ринку) необхідно обґрунтувати їх взаємозв'язок за допомогою основних категорій міжнародної економіки.

Світовий ринок як економічна категорія являє собою систему взаємовідносин між країнами світу в різних сферах суспільного життя, які ґрунтуються на матеріальному інтересі. Головною зовнішньою ознакою існування світового ринку є міжнародна торгівля, тобто система відносин з приводу обміну товарами, технологіями, послугами між країнами.

На жаль, міжнародна торгівля послугами протягом довгого часу залишалася поза увагою представників економічної науки в світі. Обіг в цій сфері був незначним, і проблеми, пов'язані з його регулюванням, не були чимось серйозним. В структурі міжнародної торгівлі послугами переважали такі види діяльності, як транспортні послуги, банківські і страхові операції, поштовий і телеграфний зв'язок, туризм. Кожна держава визначала порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні зв'язки достатньо успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай, міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної товарної торгівлі, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте, поняття послуги є більш багатограним, ніж поняття товару. Послуга — це широка гамма різноманітних видів діяльності. На думку багатьох вчених, в практичній діяльності немає іншого поняття, яке б мало таку кількість значень, як “послуга”. Адже лише така галузь, як побутове обслуговування, надає більше 800 видів послуг.

Наведемо основні визначення, які характеризують сутність цього поняття, викладені в різних джерелах.

Послуга — зміна в положенні інституціональної одиниці, що відбулося в результаті дій і на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею. **Послуга** — це підприємницька діяльність, спрямована на задоволення потреб інших осіб, за виключенням діяльності, що здійснюється на основі трудових правовідносин. **Послуга** — такий вид праці,

при якому виробництво корисного ефекта співпадає в часі з його споживанням. **Послуга** — вид діяльності, робіт, в процесі виконання яких не створюється новий матеріально-уречевлений продукт, який раніше не існував, але змінюється якість вже створеного продукту.

Послуга — це вид діяльності, який задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму, тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений.

Саме в силу невідчутності і невидимості більшості послуг торгівлю ними іноді називають невидимим експортом і імпортом. Більше того, на відміну від товарів, виробництво послуг найчастіше об'єднано з їхнім експортом в рамках одного контракту і потребує безпосередньої зустрічі їхнього продавця і покупця. Проте, і в даному випадку існують численні винятки. Наприклад, деякі послуги цілком відчутні (роздрукована доповідь консультанта або комп'ютерна програма на дискеті), цілком видимі (модельна стрижка або театральна вистава), піддаються збереженню (послуги телефонного автовідповідача) і далеко не завжди потребують прямої взаємодії покупця і продавця (автоматична видача грошей у банку по дебіторській картці).

Питання про місце послуги у виробничих відносинах виявляється доволі непростим. На думку, деяких вчених послуга як економічна відносина проявляється лише в сфері споживання. Крім того, поняття послуги слід розглядати не лише з точки зору споживчої вартості, а й вартості як специфічної виробничої відносини в умовах форми власності на засоби виробництва. Таким чином необхідно розрізняти послугу як:

- форму результату трудової діяльності, з приводу якої в суспільстві виникають виробничі відносини;
- форму виробничих відносин.

Хоча працею в послугах не створюються речі, але її результатом все ж таки є споживча вартість послуги. В процесі її реалізації виникає економічний зв'язок між виробником і споживачем та в цілому між виробництвом і споживанням. Таким

чином, послуга стає суспільною споживчою вартістю і характеризує відносини в суспільстві з приводу створення і надання певних життєвих благ.

Спiрнiсть визначення поняття послуги ускладнює розумiння такої категорiї мiжнародної економiки як свiтовий ринок послуг. Вiн є елементом складної багаторiвневої системи свiтового ринку i тiсно пов'язаний з iншими її складовими. Проте вiн функцiонує як самостiйне утворення яке має власний змiст, особливостi та закономірностi розвитку. Економічний змiст свiтового ринку послуг полягає у сукупностi взаємовiдносин членiв мiжнародного спiвтовариства з приводу надання послуг.

Світовий ринок послуг — це система пересiчення iнтересiв покупцiв та продавцiв послуг, функцiонування якої регулюється ринковими законами.

До основних особливостей свiтового ринку послуг слiд вiднести наступнi:

- системнiсть розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядається як цiлiсна система з багатьма складовими, пов'язаними мiж собою;
- чутливiсть до ринкових змiн, причиною якої є постiйнi коливання в попитi та пропозицiї послуг на ринку;
- висока швидкiсть обороту капiталу, пов'язана з коротшим виробничим циклом в сферi послуг;
- постiйне зростання асортименту послуг.

Світовий ринок послуг як категорiя мiжнародної економiки функцiонує вiдповiдно до основних законiв ринкового господарства, а саме: закону вартостi, закону попиту та пропозицiї, закону росту продуктивностi працi, закону нагромадження, закону пропорцiйного розвитку. Закономірностi розвитку сфери послуг слiд вбачати в поступовому залученнi окремих країн до свiтового ринку послуг, переплетеннi їх економічних iнтересiв в цiй галузi, динамiзми розвитку національних ринкiв послуг, що проявляється у зростаннi об'ємiв надання послуг.

На світовому ринку послуг домінують вісім країн: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Японія, Бельгія, Нідерланди, Італія, на які припадає 2/3 світового експорту послуг і більше 50% імпорту. Частка першої п'ятірки складає відповідно більше 50% експорту, при набагато нижчій частці імпорту. При цьому на чотири країни (США, Великобританію, Німеччину, Францію) припадає 44% усього світового експорту послуг. Експортна квота США і Великобританії на світовому ринку дорівнює 30%, імпортна — значно нижча.

Як зазначалося вище, торгівля послугами сьогодні має велике значення для багатьох країн. Американські вчені для визначення ролі сфери послуг у національній економіці пропонують використовувати такі показники, як частка цього сектора в загальному числі зайнятих і частка обсягу наданих послуг у ВВП. Необхідно відмітити, що використання частки сектора послуг як основного показника оцінки у загальному числі зайнятих є методологічно недосконалим, тому що висока трудомісткість окремих видів послуг може створити мінливе враження про їх значення для національної економіки окремої країни.

Крім того, на сьогоднішній день продуктивність праці в секторі послуг росте повільніше, ніж у промисловості, а це також штучно завищує показник, що аналізується. Замість аналізу частки загального обсягу наданих послуг у ВВП, ми пропонуємо брати до уваги частку окремих видів послуг. Такий показник є більш досконалим, оскільки він дає реальну уяву про найбільш розвинені сегменти ринку послуг окремої країни. Це дозволяє говорити, про спеціалізацію країни на певному виді послуг і розвивати саме цей найбільш перспективний напрям. Для оцінки рівня спеціалізації країни на експорті послуг західні економісти пропонують також розраховувати спеціальний індекс, який показує співвідношення частки експорту і частки імпорту послуг у ВВП. Але варто зауважити, що значна частка послуг у загальному обсязі експорту тієї або іншої країни не обов'язково відбиває високий рівень її економічного розвитку.

Особливості розвитку сфери послуг в сучасних умовах полягають в наступному:

1. Міжнародна торгівля послугами не є винятковою прерогативою промислово розвинених країн. У ряді країн, що розвиваються, послуги також складають значну частину їхнього експорту. Тому для оцінки участі країни у світовій торгівлі послугами доцільно також використовувати показник її частки у світовій торгівлі, що, як правило, має максимальне значення в провідних промислово розвинутих країнах.

2. Спеціалізація країни на тих чи інших видах послуг залежить від рівня економічного розвитку. Так, у промислово розвинутих країнах перевага надається фінансовим, телекомунікаційним, інформаційним і більшості галузей ділових послуг, а для країн, що розвиваються, характерною є спеціалізація на транспортних, туристичних і фінансових послугах.

3. Розвиток торгівлі послугами сприяє наданню супутніх послуг. Як правило, країни, що надають портові послуги, спеціалізуються і на судноремонті; країни-виробники комп'ютерів поставляють на світовий ринок комп'ютерні послуги; у країнах-експортерах нафти переважає фрахт з обслуговуванням нафтоперевезень.

Форсований розвиток сфери послуг є неодмінною умовою успішного завершення структурної перебудови світового господарства. Іноді здійснювані перетворення порівнюють за ступенем радикальності з індустріальною революцією минулого. У ході нової економічної революції в результаті масового впровадження комп'ютерів, промислових роботів і цілком автоматизованих систем проектування і керування виробництвом потреби промисловості в живій праці знижуються, робоча сила, що вивільняється, "переливається" у сферу послуг. Одночасно ускладнюється економічна організація виробництва, зростають вимоги до якості робочої сили, що створює додатковий попит на послуги.

Проте неможна погодитися з тим, що зростання частки сфери послуг в економіці пов'язаний із неминучою

деіндустріалізацією розвинутих капіталістичних країн і трансформацією їх національних господарств у так звану "економіку послуг". Дійсно, втрата лідируючих позицій і порівняльних конкурентних переваг в основних промислових галузях, справить негативний вплив на показники економічного росту і рівень добробуту розвинутих капіталістичних країн. Неминучим є також уповільнення темпів науково-технічного прогресу і спад продуктивності праці в усіх галузях матеріального виробництва. Але саме сфера послуг зможе розвиватися старими темпами, оскільки вона відносно не відчуває впровадження нових технологій і не має великого потенціалу росту продуктивності праці. Ця галузь економіки може стати в багатьох країнах одним із основних джерел надходжень капіталу.

Останні роки визначаються значним збільшенням масштабів міжнародної торгівлі послугами, незважаючи на збереження всіх національних бар'єрів, що існували раніше. Відповідно до даних офіційної статистики, за останні десять років обсяг міжнародної торгівлі послугами збільшився в шість разів і склав 600 млрд. дол. Частка послуг у світовому товарообігу досягла 19%. Якщо додати сюди прибутки, що інвестуються та заробітну плату, яку одержують іноземні громадяни, то цифра збільшиться до 33%. При цьому експорт послуг протягом останніх років збільшувався на 18,7% швидше світового ВВП. Відповідно до оцінки експертів МВФ, у середині 90-х років обмін послугами досяг 960 млрд. дол. і склав 1/3 світового товарообігу. При цьому темпи росту торгівлі послугами удвічі перевищили темпи росту товарообігу.

Цей феномен можна пов'язати з дією наступних чинників. По-перше, революційні технологічні зміни в засобах зв'язку і на транспорті перетворили на товари цілий ряд так званих нефакторних послуг. Різке зниження транспортних витрат збільшило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, застосування нових засобів супутникового зв'язку і відеотехніки дало можливість взагалі відмовитися від особистого контакту продавця і покупця послуги. По-друге, прискорення

темців технологічного прогресу в області телекомунікацій і інформатики призвело до появи нових форм торгівлі послугами. Йдеться про міжнародний комерційний обмін інформацією, у якому або бази даних стають об'єктом зовнішньої торгівлі, або фірма в такий спосіб підтримує контакт із своїми закордонними філіями. По-третє, технологічний прогрес дав змогу збільшити попит на ті види послуг, що раніше мали товарну форму. Це стосується фінансових послуг, послуг банків і страхових фірм. Застосування сучасних технологій у цій галузі дає змогу значно розширити коло клієнтів фінансових закладів і збільшити спектр наданих ними послуг.

1.2. Класифікація послуг

Офіційна статистика платіжного балансу, у якій вказується щорічний оборот по статті "Послуги", не може дати точного уявлення про масштаби міжнародної торгівлі послугами. Складність підрахунку тут, насамперед, пов'язана з наступними чинниками:

- послуги, як правило, надаються в комплекті з товарами і їх вартість часто складає значну долю ціни товару. У такому випадку іноді важко або взагалі неможливо відокремити послуги від товару;
- послуги часто фігурують у внутрішньофірмовому обміні. Визначити їх вартість виявляється неможливим, оскільки на ці види послуг взагалі немає ринку;
- доходи по банківським та страховим операціям, якщо вони реінвестовані в тій країні, в якій були отримані, випадають із статистичного обліку;
- труднощі з розрахунком величини заробітної платні, яка виплачується іноземним робітникам і переводиться ними в свою країну.

Для спрощення врахування послуг доцільно використовувати їхню класифікацію, яка дає змогу віднести серію послуг одного виду до визначеної категорії і розрахувати відсоткове співвідношення цієї категорії в загальному обсязі послуг. Ба-

гатогранність визначення поняття послуги зумовлює наявність різних підходів, щодо їх систематизації.

Послуги складають 6 груп (4-9 категорії офіційної класифікації товарів міжнародної торгівлі):

1. Комунальні послуги і будівництво;
2. Оптова і роздрібна торгівля, ресторани і готелі, туристичні бази і кемпінги;
3. Транспортування, збереження і зв'язок, фінансове посередництво;
4. Оборона та обов'язкові соціальні послуги;
5. Освіта, охорона здоров'я та суспільні роботи;
6. Інші комунальні, соціальні та особисті.

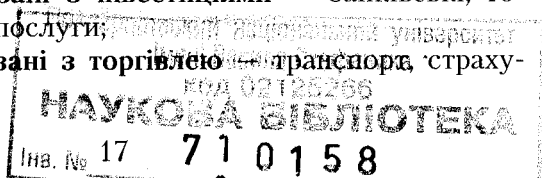
До особливого виду послуг, що включаються до міжнародного обміну, відносяться також інформаційні та консалтингові послуги.

В аналітичних цілях величезне розмаїття послуг за звичай групують за різноманітними ознаками. У Світовому банку, наприклад, прийнятий розширений підхід до послуг, у число яких включається і рух прибутку. *Так, послуги поділяються на:*

- **факторні** — платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, перш за все, капіталу і робочої сили (прибутки на інвестиції, роялті і ліцензійні платежі, зарплата, виплачена нерезидентам);
- **нефакторні** — транспорт, подорожі та інші нефінансові послуги. Цей розподіл є особливо важливим для обговорення проблем регулювання міжнародної торгівлі послугами в рамках СОТ, що концентруються переважно на нефакторних послугах.

Очевидно також, що надання послуг у більшості випадків відбувається одночасно з продажем товару або здійсненням інвестицій в ту або іншу країну. Тому, *відповідно до засобів доставки послуг споживачу, послуги поділяються на:*

- **послуги, пов'язані з інвестиціями** — банківські, готельні і фахові послуги;
- **послуги, пов'язані з торгівлею** — транспорт, страхування;



- **послуги, пов'язані одночасно з інвестиціями і торгівлею** — зв'язок, будівництво, комп'ютерні й інформаційні послуги, особисті, культурні і рекреаційні послуги.

Існує корисний з аналітичної точки зору розподіл міжнародних угод про послуги залежно від характеру поведження продавця і покупця послуг (таблиця 2).

Таблиця 1

	Споживач не переміщується	Споживач переміщується
Виробник не переміщується	Транспорт, комп'ютерні й інформаційні послуги	Подорожі (туризм), освіта і медичні послуги
Виробник переміщується	Прямі іноземні інвестиції, тимчасова трудова міграція	Подорожі в треті країни, організовані фірмами-нерезидентами

Джерело: WTO. Annual Report, 1997.

Як ми бачимо, дана класифікація включає не тільки послуги в традиційному значенні, а й рух факторів виробництва, що є носіями цих послуг. Вона дозволяє виділити 4 типи угод, що укладаються між експортерами та імпортерами послуг. До них належать:

- угоди, у яких для надання послуги виробник рухається до споживача;
- угоди, у яких відбувається зворотній рух;
- угоди, у яких відбувається рух як продавця, так і покупця;
- угоди, у яких виробник і споживач не змінюють свого місцезнаходження.

Іноземні спеціалісти класифікують послуги також за ознакою можливої участі в міжнародному обміні. У такий спосіб їх можна поділити на три групи: першу складають послуги, що можуть бути об'єктом зовнішньої торгівлі. На їхню частку припадає приблизно 8% загального обсягу послуг, що надаються. Йдеться, насамперед, про повітряні і морські перевезення пасажирів і вантажів, зв'язок, міжнародні кредитні і

страхові угоди. До другої групи відносяться послуги, що за своєю природою взагалі не можуть бути предметом експорту. Це всі види індивідуальних, соціальних, державних, інфраструктурних послуг. І, нарешті, існує третя велика група послуг, що можуть вироблятися як для внутрішніх потреб, так і на експорт. Відповідно, потреби в послугах цього типу можуть задовольнятися як за рахунок внутрішніх джерел, так і за рахунок імпорту.

На жаль, відсутність чітких критеріїв розмежування товарів і послуг, національні розходження в підходах до регулювання цієї сфери нерідко стають причиною виникнення конфліктних ситуацій. Подолання теоретичних розбіжностей і розробка єдиного методологічного підходу дозволять закласти фундамент нового механізму регулювання міжнародної торгівлі послугами.

1.3. Особливості міжнародної конкуренції в сфері послуг

В умовах глобалізації спостерігається інтенсивний розвиток світогосподарських зв'язків між країнами. Все більше держав бере участь у міжнародному поділі праці, кооперації і спеціалізації виробництва та торгівлі. Це призводить до появи на міжнародній арені все більшої кількості країн-конкурентів, які прагнуть зайняти визначене місце на ринку. Значної уваги заслуговує конкуренція в галузі промислових товарів. Однак послуги вже давно складають переважну частину економіки більшості країн. Розвиток таких їх видів, як фінанси, транспорт і зв'язок відіграє істотну роль у промисловій революції. Сьогодні сектор послуг помітно зростає і стає важливим компонентом національної економіки майже всіх розвинутих країн.

Закономірною складовою розвитку сфери послуг є конкурентна боротьба.

Конкуренція в сфері послуг представляє собою змагання між компаніями (або країнами) за виробництво послуг з певним набором властивостей, які мають переважну цінність для споживача в порівнянні з аналогічними, що надаються конкурентами.

Передумовами виникнення цього явища є відмінності в забезпеченості природними ресурсами, кваліфікованою робочою силою, різний рівень економічного розвитку галузі в країнах світу та науково-технічного потенціалу держав.

З економічної точки зору конкуренція в цій сфері представляє собою процес взаємодії ринкових суб'єктів, в результаті якого з них виділяються найсильніші з т. з. забезпеченості факторами виробництва, ресурсами, технологіями для розвитку галузі і які визначають загальні тенденції її функціонування.

Слід відмітити, що наявність ресурсів однакового рівня для розвитку сфери послуг в декількох країнах не зумовлює їх рівності як конкурентів. Це можна пояснити різним рівнем економічного розвитку країн, нерівномірністю залучення до світової торгівлі, відмінностями в законодавстві, яким регулюється сфера послуг і т.д. Сукупність зазначених показників формує конкурентоспроможність галузі послуг.

Конкуренція в сфері послуг має свої особливості. Серед них доцільно виділити наступні:

- різні країни значно відрізняються за характером національних конкурентних переваг в галузях послуг, так само як це має місце у виробничій сфері.
- для більшості галузей сфери послуг ефект від укрупнення масштабів підприємств є невеликим. Багато з них дуже роздроблені і нараховують безліч невеликих фірм, що надають послуги на локальній основі. Тому сьогодні з метою збільшення своєї конкурентоспроможності велика кількість організацій сфери послуг швидко консолідується.

- через природу більшості послуг багато видів діяльності організації, яка надає послуги, повинні здійснюватися безпосередньо там, де знаходиться покупець. Для того, щоб не втратити споживача та, відповідно, свої конкурентні позиції на ринку, фірми створюють в кожній країні офіси або відділення, що надають послуги.

Необхідно розглянути 3 основні форми міжнародної конкуренції в сфері послуг. Зазвичай, в практиці міжнародного бізнесу, використовуються їх різноманітні комбінації. Серед них можна виділити наступні:

1. *Мобільні покупці направляються в країну, де послуги виробляються.* В даному випадку ми можемо говорити про міжнародну конкуренцію в таких видах послуг як туризм, освіта, медична допомога, збереження або складування товарів, транспорт. Припустимо, що необхідна послуга може бути надана в п'яти державах. При цьому покупець направиться туди, де зможе одержати послугу, яка коштує дешевше аналогічної, наданої в своїй або третій країні навіть з урахуванням вартості поїздки. Якщо в двох з п'яти країн ціна на послугу буде однаковою, споживач обере ту, яка найбільш повно відповідатиме його смаку, бажанню та звичкам. Отже, це дозволяє зробити висновок, що в даному випадку основою конкурентної переваги країни є вартість послуги.

2. *Фірми однієї країни надають послуги в інших країнах, використовуючи для цього свій внутрішній персонал і технічні засоби.* Йдеться про те, що послуги можуть бути надані іноземним покупцям з використанням наявних у фірми персоналу і технічних засобів, наприклад, при консультуванні з питань підприємництва, або при інжинірингу. Ця форма міжнародної конкуренції в переважає там, де немає необхідності в підтримці частих контактів із замовником.

3. *Фірми однієї країни надають послуги в інших країнах через посередництво сервісних фірм, що знаходяться за кордоном і обслуговуються персоналом, направленим із країни базування компанії, або набраним з числа місцевих жителів.* При цьому, службовці даної фірми направляються за кордон, щоб засну-

вати там представництва, але на роботу наймають і місцевих жителів, навчають їх, щоб згодом вони змогли відігравати важливу роль у бізнесі фірми. Ця форма міжнародної конкуренції переважає в бухгалтерсько-аудиторській справі, рекламі, банківській справі та ін. Серед передумов розвитку та інтенсифікації цього виду економічного змагання можна виділити подібність потреб в послугах споживачів різних країн, появу більш мобільних і більш інформованих покупців послуг, зростаючу мобільність персоналу, значні розбіжності між країнами у вартості, якості і переліку послуг, наданих місцевими фірмами.

Слід зауважити, що міжнародна конкуренція набуває певних особливостей в кожній галузі сфери послуг. Це вимагає відповідного вибору форм та методів змагання на ринку.

1.4. Регулювання світової торгівлі послугами

Інструменти торгової політики, які використовуються для обмеження торгівлі послугами здебільшого ті ж, що й у торгівлі товарами. Подібність заснована на тому, що торгівля більшістю послуг супроводжує торгівлю товарами і, отже, підпадає під обмеження, що накладаються на торгівлю товарами. Розходження виникають через те, що торгівля деякими послугами пов'язана не з рухом товарів, а з рухом капіталів, засоби регулювання якого дещо інші, ніж у регулюванні торгівлі товарами. Проте, як і у випадку обмеження імпорту товарів, внутрішня субсидія національним виробникам, яка вводиться країною, що імпортує, вважається кращим методом обмеження імпорту послуг, ніж імпортний тариф. А імпортний тариф, як засіб обмеження імпорту послуг, за своїм впливом на національну економіку кращий або дорівнює імпортній квоті в тому випадку, коли ліцензії на одержання імпортної квоти продаються на аукціоні.

Взагалі, **заходи регулювання доступу на ринок** — це інструменти торгової політики, що обмежують або забороняють іноземним фірмам-виробникам послуг оперувати на

місцевому ринку, які у більшості випадків мають форму кількісних обмежень.

Найважливіша сфера міжнародної економіки, міжнародна торгівля товарами і послугами, регулюється кількома міжнародними організаціями, серед числа яких головною є Світова організація торгівлі (СОТ).

Світова торгівля товарами була предметом регулювання з боку світового співтовариства з перших повоєнних років, коли 1948 р. набрала сили Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ). Із 1948 по 1995 р. вона залишалася єдиною міжнародною-правовою угодою, що регулює світову торгівлю. ГАТТ було головним форумом переговорів про зниження митних тарифів і дещо пізніше — про скорочення нетарифних обмежень. Переговори в ГАТТ здійснювалися в рамках раундів торгових переговорів, останній із яких — Уругвайський — увінчався створенням СОТ.

Світова організація торгівлі (World Trade Organization) — законодавча й інституційна основа міжнародної торгової системи, механізм багатостороннього узгодження і регулювання політики країн-членів у сфері торгівлі товарами і послугами, врегулювання торгових суперечок і розробки стандартної зовнішньоторгівельної документації.

СОТ була створена в 1995 р. на основі Маракешської угоди, підписаної в квітні 1994 р. у м. Маракеш у Марокко в результаті закінчення Уругвайського раунду багатосторонніх торгових переговорів. Угода про створення СОТ містить 29 правових документів і 25 міністерських декларацій, що визначають права і обов'язки країн у рамках багатосторонньої торгової системи та ввібрала в себе всі кращі досягнення в рамках ГАТТ і додала багато нового.

Нині СОТ є головною міжнародною організацією, що регулює торгівлю товарами, послугами й інтелектуальною власністю. Це регулювання полягає в реалізації узгоджених принципів поведінки країн у міжнародній торгівлі і комплексі заходів, проведених під егідою СОТ за участю більшості країн світу. Новим напрямком діяльності СОТ є дослідження

взаємозв'язку світової торгівлі і проблем навколишнього середовища з метою забезпечення стабільності процесів росту і розвитку.

Що стосується торгівлі послугами, то підписана в результаті Уругвайського раунду Генеральна угода торгівлі послугами — **GATS (General Agreement on Trade in Services — GATS)**, що входить на правах додатку в угоду про СОТ, є головним міжнародним документом, що регулює міжнародну торгівлю послугами в цілому. Документ визначає торгівлю послугами як надання послуги з території однієї країни на територію іншої країни і розглядає всі види послуг, крім наданих урядом. *Серед основних положень угоди можна виділити наступні:*

- міжнародна торгівля послугами має ґрунтуватися на принципі режиму найбільшого сприяння (РНС);
- ставлення до послуг, наданих нерезидентами, на внутрішньому ринку закордонних країн повинно виходити з національного режиму, тобто бути недискримінаційним, транспарентним (країни зобов'язані публікувати нове регулювання, що стосується торгівлі послугами, і сповіщати інші країни про нього);
- забезпечення активної участі країн, що розвиваються, у міжнародній торгівлі послугами.

Тим самим ГАТС поширює принципи ГАТТ на новий сегмент міжнародної торгівлі, що складає 20-25% її обсягу.

Особливістю ГАТС є те, що на першому етапі воно закріпило існуюче статус-кво в галузі торгівлі послугами, тобто країни домовилися почати переговори про лібералізацію торгівлі послугами з існуючого стану речей, по можливості не ускладнювати поточне регулювання. Так само як і ГАТТ, ГАТС передбачає можливість відступу від узгодженого РНС у випадку утворення інтеграційної спілки і з погляду національної безпеки. Кожна країна під час підписання ГАТС мала подати список вилучень із РНС, який буде проаналізований учасниками через п'ять років і в принципі повинен бути анульований через 10 років. Більше 70 країн зареєстрували вилу-

чення з РНС. Національний режим іноземним послугам відповідно до ГАТС надається не автоматично, а на основі переговорів. Країна, що приймає ГАТС, може обговорити обмеження доступу послуг на свій ринок шляхом накладання обмежень на засіб їхньої доставки, на торгівлю, споживання послуг за кордоном, комерційну присутність у країні, що приймає, на пересування особи, що надає послуги та ін. Рух послуг може також обмежуватися на основі угоди між країною, що надає послуги і країною, що їх приймає, на основі критеріїв фахової кваліфікації осіб, що надають їх, відповідності послуг національним стандартам або шляхам ліцензування. *До ГАТС включені зобов'язання сторін не накладати обмеження на міжнародну торгівлю послугами в таких формах:*

- квоти на обсяг наданих послуг;
- обмеження на вартість послуг;
- обмеження загального числа організацій, що надають послуги;
- обмеження числа фізичних осіб, що надають послуги;
- обмеження юридичних форм, у яких можуть бути зареєстровані організації, що надають послуги;
- обмеження участі іноземного капіталу в організаціях, що надають послуги.

Таким чином, ми можемо зробити висновок про те, що ринок послуг має велике значення для міжнародної економіки. І вивчення його особливостей сприятиме глибшому розумінню особливостей світового ринку в цілому.

Питання для обговорення

1. Особливості розвитку ринку послуг в різних країнах.
2. Проблема визначення поняття “послуга”.
3. Основні проблеми та перспективи розвитку світового ринку послуг.
4. Особливості функціонування ГАТС.

Питання для самостійного вивчення

1. Актуальність розвитку торгівлі послугами.
2. Оцінка участі країни в торгівлі послугами.
3. Сучасна динаміка торгівлі послугами.

Тестові завдання

1. До основних особливостей ринку послуг слід віднести:
 - a. системність розвитку;
 - b. довший життєвий цикл послуги у порівнянні з товаром;
 - c. нечутливість до ринкових змін;
 - d. низька швидкість обороту капіталу.
2. Підхід до аналізу ринку послуг, який передбачає вивчення взаємозв'язків між структурними елементами системи послуг — це:
 - a. системно-структурний;
 - b. системно-функціональний;
 - c. системно-генетичний.
 - d. системно-інтегративний.
3. Експортні послуги — це:
 - a. надання послуг іноземцям;
 - b. надання послуг резидентам;
 - c. надання послуг нерезидентам;
 - d. надання послуг однією країною іншій.
4. Метод, який передбачає вивчення ринку послуг як цілісного утворення:
 - a. діалектичний;
 - b. статистичний;
 - c. системний;
 - d. економічний.
5. Промислово розвинені країни спеціалізуються переважно на наданні:
 - a. телекомунікаційних послуг;
 - b. транспортних послуг;
 - c. туристичних послуг;
 - d. фінансових послуг.
6. До послуг, пов'язаних з інвестиціями відносять:
 - a. страхові;
 - b. банківські;

- с. інформаційні; d. транспортні.

7. Транспорт, комп'ютерні та інформаційні послуги вимагають:

- a. нерухомості виробника та споживача;
b. мобільності виробники та нерухомості споживача;
c. мобільності споживача та нерухомості виробника;
d. мобільності виробника і споживача.

8. Туризм, освіта та медичні послуги вимагають:

- a. нерухомості виробника та споживача;
b. мобільності виробники та нерухомості споживача;
c. мобільності споживача та нерухомості виробника;
d. мобільності виробника і споживача.

9. Подорожі у треті країни, організовані фірмами-нерезидентами вимагають:

- a. мобільності виробника і споживача;
b. мобільності виробники та нерухомості споживача;
c. мобільності споживача та нерухомості виробника;
d. нерухомості виробника та споживача.

10. Скільки відсотків світового ВВП становлять послуги:

- a. 40%; b. 50%; c. 60%; d. 70%.

11. Організація, яка здійснює регулювання світової торгівлі послугами:

- a. ГАТТ; b. ГАТС; c. МБРР; d. ЄБРР.

12. До послуг, надання яких вимагає переміщення лише виробника відносять:

- a. транспортні; b. інформаційні;
c. прями іноземні інвестиції; d. медичні.

13. До факторних послуг належать:

- a. транспортні послуги; b. страхові послуги;
c. туристичні послуги; d. ліцензійні платежі.

14. До особливостей міжнародної торгівлі послугами не відносяться:

- a. нерозривність виробництва і споживання;
b. здатність послуг до збереження;

- c. невідчутність;
- d. невидимість.

15. Системно-інтегративний підхід до вивчення ринку послуг передбачає:

- a. вивчення взаємозв'язків між структурними елементами сфери послуг;
- b. аналіз функцій кожного елемента;
- c. виділення ядра в системі міжнародних послуг, його вивчення та аналіз його впливу на структурні елементи системи послуг;
- d. визначення окремих структурних елементів системи послуг.

16. Послуга — це:

- a. зміна в положенні інституціональної одиниці, яке відбулося в результаті дій та без взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею;
- b. такий вид праці, при якому виробництво корисного ефекту не співпадає в часі з його споживанням;
- c. вид діяльності, в результаті якої створюється новий матеріально-уречевлений продукт;
- d. підприємницька діяльність, спрямована на задоволення потреб інших осіб, за виключенням діяльності на основі трудових правовідносин.

17. Вплив транспортних витрат на економіку країни аналогічний:

- a. впливові зростаючих витрат збуту;
- b. впливові зростаючих витрат виробництва;
- c. впливові спадаючих витрат збуту;
- d. впливові спадаючих витрат виробництва.

18. Розподіл транспортних витрат між торгуючими країнами залежить від:

- a. еластичності попиту;
- b. еластичності пропозиції;
- c. еластичності попиту і пропозиції;
- d. взагалі не залежить від будь-якої еластичності.

19. Для оцінки рівня спеціалізації країни на експорті послуг розраховується індекс, який показує:

- a. відношення частки експорту послуг до частки експорту товарів у ВВП;
- b. співвідношення частки експорту і частки імпорту послуг у ВВП;
- c. частку експорту послуг у ВВП;
- d. частку імпорту послуг у ВВП.

20. Міжнародні кредитні угоди, повітряні та морські перевезення пасажирів та вантажів є послугами, які відносяться до:

- a. тих, які можуть бути об'єктом міжнародної торгівлі;
- b. тих, які не можуть бути об'єктом міжнародної торгівлі;
- c. тих, які можуть вироблятися як для внутрішніх потреб, так і на експорт;
- d. тих, які можуть вироблятися лише для внутрішніх потреб.

21. Генеральна угода про торгівлю послугами була підписана в:

- a. 1945 році; b. 1948 році; c. 1990 році; d. 1995 році.

Завдання для самостійної перевірки

Заповнити рисунок 1.1., використовуючи зазначені нижче складові ринку послуг:

- Споживацькі послуги
- Банки, фінансові установи
- Виробнича інфраструктура
- Охорона здоров'я, спорт, фізична культура
- Транспорт, зв'язок, торгівля
- Суспільні послуги
- Виробничі послуги
- Соціальна інфраструктура
- Ділові спеціалізовані послуги
- Інжиніринг, лізинг, обслуговування устаткування, інформаційні, рекламні, страхові, консультаційні
- Телебачення, радіо, освітні, наука, культура, мистецтво, охорона громадського порядку
- Житлово-комунальні, громадські, харчування, побутове обслуговування, пасажирський транспорт та зв'язок

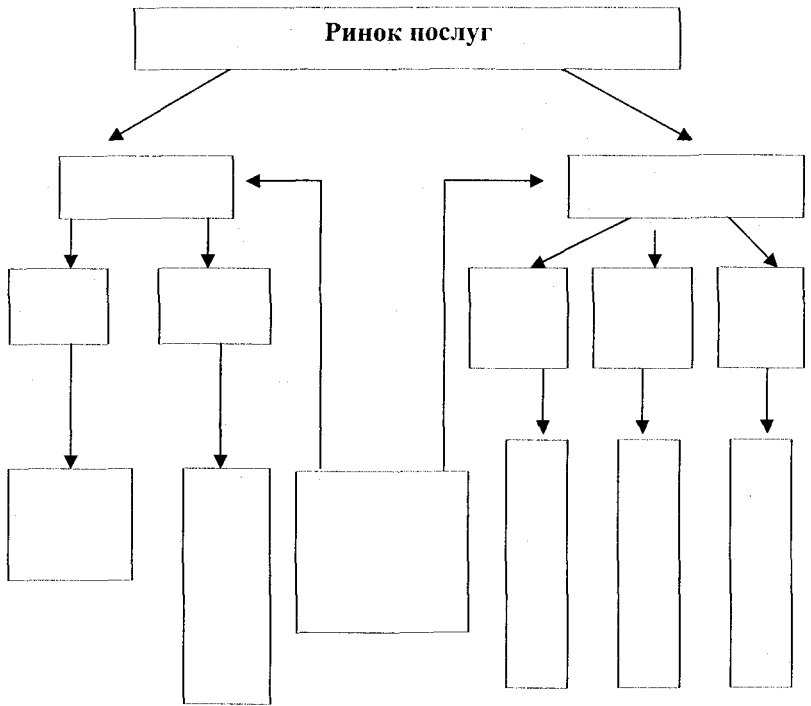


Рис.1.1 Класифікація послуг

Глава 2. Міжнародний ринок транспортних послуг

2.1. Особливості надання транспортних послуг

Міжнародна торгівля товарами і міжнародна торгівля послугами тісно пов'язані між собою. При постачанні за кордон товарів надається все більше послуг, починаючи з аналізу ринків і закінчуючи транспортуванням товарів. Міжнародна статистика надає обмежені відомості про структуру світової торгівлі послугами. Міжнародний Валютний Фонд ділить цю торгівлю тільки на чотири види — фрахт, інші транспортні послуги, туризм та інші послуги, питома вага яких складає близько 50%. Сьогодні транспортні послуги — це галузь економіки, яка динамічно розвивається.

Міжнародний транспорт — послуги усіх видів транспорту (морського, трубопровідного, повітряного, наземного, річкового і космічного), що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни.

Транспортні послуги розрізняються в залежності від:

- виду транспорту: водний (морський і річковий); наземний (залізничний і автомобільний); повітряний (авіаційний); трубопровідний; змішаний;
- предмета транспортної операції (вантаж, пасажир, багаж);
- транспортної характеристики товару: сухої (навалювальні (вугілля, руда), нашої (зерно, цемент, фосфати), генеральної (штучні), наливної (нафта і продукти її переробки, рослинні олії, вино та ін.);
- періодичності перевезення (регулярні і нерегулярні);
- порядку проходження кордону (перевантажувальні і безвантажні);
- виду транспортно-технологічної системи (контейнерна, поромна, ліхтерна та ін.);
- виду повідомлення (пряме, непряме та ін.).

Особливості транспортних послуг полягають в наступному:

1. Транспорт не виробляє нових товарів, але завдяки їх переміщенню забезпечується подовження процесу виробництва і обігу.

2. Створення транспортних послуг співпадає в часі з їх споживанням.

3. Транспорт займає важливе місце в міжнародному товарному обігу:

- він є необхідною умовою міжнародного поділу праці, зовнішньої торгівлі, економічних зв'язків між країнами;
- він є експортером своєї продукції.

4. Транспортні послуги залежать від факторів розвитку ринкової економіки.

При плануванні відправлення вантажу та виборі виду транспорту необхідно враховувати наступні обставини:

- вид вантажу;
- швидкість перевезення;
- вартість перевезення;
- безпечність перевезення.

Заслужують на увагу також специфічні характеристики видів транспорту як засобу перевезення вантажів. Серед особливостей *морського транспорту* слід виділити наступні:

- невисока вартість перевезень у порівнянні з іншими видами транспорту;
- можливість зміни маршрута;
- здатність перевозити великі партії вантажів;
- невелика швидкість перевезень;
- сезонність перевезень в північних регіонах.

Річковому транспорту властиві такі риси:

- невисока вартість перевезень;
- здатність перевозити великі партії вантажів;
- можливість використання в районах, де інші види транспорту не розвинені;
- неоднорідність судохідних умов;

- необхідність в побудові гідротехнічних споруд.

Особливості *залізничного транспорту*: відносно недорогий, не залежить від кліматичних умов, здатний перевозити найрізноманітніші грузи, високі витрати на побудову залізниць. *Автомобільний транспорт* можна охарактеризувати як мобільний, швидкісний, здатний забезпечити високу збережність вантажу. Проте, цей вид транспорту є доволі дорогим. *Повітряний транспорт* має наступні характеристики: висока швидкість доставки та збережність вантажу, можливість перевезення у віддалені регіони, скорочення шляху. *Трубопровідний транспорт* має такі властивості, як забезпечення безперервності транспортування, практичне виключення ситуації втрати вантажу, незалежність від оточуючого середовища.

Зазвичай, процес доставки товару в міжнародній торгівлі включає: його перевезення від внутрішнього пункту виробництва до прикордонного пункту (порту) країни-експортера; міжнародне транзитне або морське перевезення від пункту країни-експортера до прикордонного пункту (порту) країни-імпортера (якщо між даними країнами не встановлена загальна суходольна межа); транспортування від прикордонного пункту країни-імпортера до внутрішнього пункту споживання товару.

Транспортні операції вважаються міжнародними, якщо вони пов'язані з переміщенням зовнішньоторгівельних вантажів на зовнішніх, відносно країни-продавця і країни-покупця, ділянках маршруту перевезення. Питання транспортних операцій потребує розгляду ще одного важливого аспекту, що стосується діяльності транспортних організацій, а саме транспортних витрат.

Транспортні витрати — це всі витрати на доставку товару від продавця до покупця, що включають вартість фрахту, страхування, навантаження/розвантаження, упаковку/розпаковування та інші супутні витрати. *Вплив транспортних витрат на міжнародну торгівлю проявляється в наступному:*

- вони призводять до зниження обсягів торгівлі (як експорту, так і імпорту), рівня спеціалізації країн а, отже, розмірів виграшу від торгівлі;

- вони перешкоджають повному вирівнюванню вартості чинників виробництва між торгуючими країнами відповідно до теореми Хекшера — Оліна — Самуельсона;

- вони обумовлюють зсуви в територіальному поділі праці, у розміщенні підприємств і галузей;

- розподіл транспортних витрат між торгуючими країнами залежить від еластичності попиту і пропозиції товару по цінах: чим нижче еластичність попиту в країні, яка імпортує, тим більшу частку транспортних витрат вона сплачує; чим менше еластичність пропозиції товару в країні, що експортує, тим більшу частку транспортних витрат вона сплачує.

Розрахунки транспортних витрат безпосередньо впливають на прийняття рішень про територіальне розміщення виробництв. Оскільки транспортні витрати входять у витрати виробництва, вони враховуються як експортерами, так і імпортерами при прийнятті рішень про те, де створювати ті чи інші підприємства або навіть галузь. *З погляду територіально-го поділу праці виділяють:*

- **галузі, орієнтовані на ресурси** — в основному видобувні галузі, у яких транспортні витрати на перевезення готової продукції значно нижчі, ніж на перевезення сировини, із якої вона виготовляється. Оскільки кінцева продукція значно легше і дорожче сировини, такі галузі розташовуються в місцях знаходження природних ресурсів. Це головним чином гірничорудна, алюмінієва і хімічна промисловість.

- **галузі, орієнтовані на ринок** — галузі, у яких транспортні витрати на перевезення готової продукції вищі, ніж на перевезення сировини, з якої вона виробляється. Продукцію таких галузей називають “набираючою вагу”. В основному це обробні галузі, що мають у своєму розпорядженні підприємства, які займаються зборкою поблизу ринків збуту, оскільки вартість перевезення частин для зборки нижча, ніж вартість перевезення готової продукції (автомобілебудування).

- **вільно орієнтовані галузі** — територіально мобільні галузі, що не тяжіють ні до джерел ресурсів, ні до ринків збуту. Зазвичай, це галузі, що виготовляють дуже дорогу, але легку

кінцеву продукцію, для якої вартість транспортування складає незначну частку від ціни (електронні компоненти, коштовності).

При виборі місця розташування цих галузей головну роль відіграє мінімізація витрат виробництва, а не транспортних витрат. Наприклад, американські компанії, що продають комп'ютери, виготовляють їх компоненти, відправляють їх у Мексику, де комп'ютери збираються за допомогою дешевої мексиканської робочої сили, потім вони реекспортуються у США і продаються споживачам.

Отже, міжнародний транспорт включає послуги усіх видів транспорту, що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни. Транспортні витрати включають усі витрати по доставці товару від продавця до покупця. Вони призводять до зниження обсягів торгівлі, рівня спеціалізації країн і розмірів виграшу від торгівлі; перешкоджають повному вирівнюванню вартості чинників виробництва між торгуючими країнами; обумовлюють зсуви в територіальному поділі праці — виділяються галузі, орієнтовані на ресурси, на ринок, і вільно орієнтовані галузі. Розподіл транспортних витрат між торгуючими країнами залежить від еластичності попиту і пропозиції товару за цінами.

2.2. Характеристика транспортних перевезень різними видами транспорту

В аналітичних цілях виділяють морський транспорт, що відіграє основну роль у перевезенні зовнішньоторгівельних вантажів, повітряний транспорт, який має велике значення в міждержавному переміщенні людей, та інші види транспорту.

Морський транспорт вважається найбільш універсальним видом транспорту, який спеціалізується на обслуговуванні міжнародної торгівлі. У системі морського торгового судноплавства зародилися й одержали розвиток основні правові інститути й організаційні форми міжнародних перевезень вантажів і пасажирів. Система економічних і правових відносин

між учасниками процесу перевезення на інших видах транспорту розвивалася в тому або іншому ступені під впливом міжнародної практики морського торгівельного судноплавства.

У міжнародному судноплавстві склалися дві форми організації перевезень: лінійна (регулярна) і трампова (нерегулярна). **Міжнародне лінійне судноплавство** організовується морськими перевізниками на стійких географічних напрямках міжнародної торгівлі. Основним документом при оформленні перевезення вантажу в міжнародному лінійному судноплавстві є коносамент. Коносамент (bill of lading) — це документ, що надає право кожному, хто є його власником, розпоряджатися товаром.

Існує декілька видів коносаментів:

- *коносамент на пред'явника (bearer)*, що надає право кожному, хто є його власником, розпоряджатися товаром;
- *іменний коносамент (straight)*, що виписується на конкретного одержувача товару;
- *ордерний коносамент (low order)*, відповідно до якого перевізник повинний доставити товар за вказівкою позначеної сторони.

Розрізняють також *бортовий коносамент*, що оформляється на вантаж, який завантажується на борт судна, і *коносамент на вантаж, прийнятий до відправлення*, що застосовується у випадку, якщо товар зданий на склад для наступного відвантаження. Іноді застосовується *наскрізний коносамент* — документ, на основі якого вантажі транспортуються з порту навантаження в порт призначення двома і більше судноплавними лініями, що діють відповідно до угоди.

Основні пункти коносаменту:

1. Назва судна та перевізника.
2. Порт та країна навантаження та розвантаження.
3. Наіменування відправника та отримувача.
4. Розмір платежів за перевезення.
5. Наіменування вантажу, знаки маркування. Слід відмітити, що коносамент може бути складений без зауважень (чистий) або з зауваженнями щодо дефектів в упаковці або то-

варі (грязний). Останній не приймається банками до оплати.

6. Час та місце видачі коносаменту.

7. Кількість екземплярів. Зазвичай існує три оригінальних екземпляри, на яких ставиться штамп оригіналу. В разі необхідності, можуть бути зроблені копії, на яких ставиться відповідний штамп (копія).

8. Підпис капітана.

Після укладання коносаменту виписується документ, який має назву маніфест — перелік завантажених на судно товарів коносаментно. Необхідно також зауважити, що коносамент виписується один раз для перевезення даної партії вантажу.

На відміну від лінійного, *в трамповому судноплаванні* судна експлуатуються на нерегулярній основі. Вони не закріплюються за визначеними напрямками, а вільно переміщаються з однієї секції фрахтового ринку в іншу, залежно від попиту на тоннаж і пропозиції вантажів. Документ, яким оформлюється перевезення вантажів у трамповому судноплаванні, має назву чартер. Він включає в себе наступні пункти:

1. Час та місце підписання.
2. Повна назва сторін.
3. Назва та описання судна.
4. Місцезнаходження судна на момент укладання угоди.
5. Вид вантажу та спосіб перевезення.
6. Умови завантаження та розвантаження, включаючи демардж (штраф за простой судна, який сплачується фрахтувальником перевізнику) та діспач (винагорода, яка сплачується перевізником фрахтувателю за більш швидке завантаження, у порівнянні з встановленими нормами) і т.д.

Розрізняють чистий чартер (документ стандартної форми) та відкритий чартер (укладений без зазначення роду вантажу та пункту призначення). Для визначених видів товарів існують стандартні форми чартерів.

Основною міжнародною угодою, що визначає взаємовідносини учасників договору морського перевезення і

правовий статус коносамент, є Брюссельська конвенція про уніфікацію деяких правил про коносамент (1924 р.), особлива увага в якій приділена питанню про відповідальність морського перевізника за вантаж. Морські перевезення пасажирів і багажу регулюються Афінською конвенцією про морські перевезення пасажирів, їхнього багажу, транспортних засобів і ручного багажу, а також Міжнародною морською організацією, заснованою 1958 року в Женеві.

На частку **міжнародного повітряного транспорту**, за даними Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО), припадає більше 54% від загального обсягу всіх регулярних авіаційних перевезень у світі. *Міжнародним польотом* вважається політ, при якому повітряне судно перетинає державні кордони двох країн. *Міжнародним повітряним перевезенням* вважається перевезення, здійснюване на повітряних суднах, при якому місце відправлення і місце призначення незалежно від того, чи було перевантаження або перерва в перевезенні, розташовані на території двох держав або на території тієї самої держави, якщо передбачена зупинка на території іншої держави.

Міжнародне повітряне перевезення може бути: комерційним (здійснюється цивільними повітряними суднами за плату) і некомерційним (безкоштовне). Польоти на міжнародних повітряних лініях за формою їх виконання можна класифікувати на регулярні та нерегулярні.

Регулярні рейси — це рейси, виконувані відповідно до опублікованого розкладу по договірних авіалініях. У розкладі зазначений маршрут польоту, проміжні пункти посадок, час вильоту і прильоту в кожний пункт маршруту, частота прямування і тип літака. Зміна цих умов виконання регулярних рейсів може бути здійснена тільки при взаємній згоді договірних держав. Регулярні авіаперевезення оплачуються за *міжнародними авіаційними тарифами*, опублікованими і неопублікованими.

Опубліковані (наскрізні) тарифи — це тарифи і збори від аеропорту відправлення до аеропорту призначення, розміщені в тарифних довідниках. *Неопубліковані тарифи* — це тарифи,

що за відсутності опублікованого тарифу між даними пунктами утворюються двома засобами:

- шляхом додатку до опублікованого (наскрізного) тарифу додаткової суми;
- при відсутності пропорційного тарифу — шляхом додавання дільничних тарифів окремих наскрізних ділянок перевезення з дотриманням відповідних правил побудови тарифів.

Більшість тарифів не опубліковано, їх немає в тарифних довідниках і інших офіційних тарифних виданнях. Крім того, кожна авіакомпанія розробляє свої неофіційні тарифи, які в основному є закритими і складають комерційну таємницю авіакомпанії.

Нерегулярні авіаперевезення виконуються на підставі дозволу на разові польоти і підрозділяються на *додаткові, спеціальні і чартерні*.

- *Додаткові рейси* — це рейси, що виконуються по тих авіалініях, що і регулярні, але за особливим розкладом. Додатковий рейс може бути виконаний за згодою партнера, за умови, що комерційне перевезення не може бути здійснене регулярними рейсами.
- *Спеціальні рейси* — це рейси, що виконуються за спеціальним завданням як за маршрутом регулярних рейсів, так і за особливим маршрутом. Як правило, дозвіл на виконання спеціальних рейсів по дипломатичних каналах.
- *Чартерні рейси* — це рейси, що виконуються згідно зі спеціальним контрактом між перевізником і замовником.

Нині нерегулярні перевезення складають близько 18% від загального обсягу міжнародних перевезень. Загальний обсяг міжнародних нерегулярних перевезень в усьому світі складається з обсягу, виконаного чартерними перевізниками, і обсягу, виконаного регулярними перевізниками. Як і регулярні, міжнародні нерегулярні перевезення підрозділяються на пасажирські і вантажно-поштові.

Польоти над своєю територією здійснюються відповідно до національних законів і прав, польоти над чужою територією і відкритим морем — відповідно до двосторонніх і багатосторонніх угод між зацікавленими державами. Регулюванням повітряних перевезень займаються різноманітні міжнародні організації. Основним міжнародним органом, що здійснює багатостороннє регулювання світового повітряного транспорту на міждержавному рівні, є Міжнародна організація цивільної авіації (International Civil Organization, ICAO), заснована 1947 року.

Міжнародні залізничні перевезення здійснюються на підставі двосторонніх і багатосторонніх угод, які укладаються відповідними міністерствами держав — учасників угоди. Основним документом, яким оформляється залізничне перевезення вантажів, є залізнична накладна. Міжнародне автомобільне перевезення оформляється автомобільною накладною, що складається у 3-х примірниках і регулюється спеціальною конвенцією.

2.3. Сучасні тенденції розвитку міжнародного транспорту

Бурхливий розвиток світової економіки в 20 столітті, інтеграційні процеси, політичні причини сприяли вагомому прогресу на транспорті, швидкому збільшенню вантажопотоків. При цьому транспорт проявив себе в повній мірі як важливий фактор в економіці та геополітиці.

Транспорт виконує інфраструктурну роль в світовій економіці в цілому та в народному господарстві окремих країн, слугує матеріально-економічною базою міжнародних економічних зв'язків. В той же час першочергове значення транспорту в геополітиці визначається тим, що завдяки йому структурується простір. Реальне встановлення або підтримання державної власності на конкретному просторі неможливе без адекватної роботи транспорту. Тому довгостроковий прогноз його розвитку повинен враховувати активну політику держави в цій сфері.

В минулому столітті транспорт показав надзвичайний прогрес як в кількісному, так і в якісному відношенні. Виникли транспортні галузі, які не існували раніше: автомобільний та авіаційний транспорт. Фактично це відноситься і до трубопровідного. На початку 21 століття суттєві зміни в галузі будуть продовжуватися. Буде відбуватися постійна підготовка до активних космічних перельотів з пасажирами та грузами. У повітроплавстві, як і в інших засобах пересування, очікуються досягнення пов'язані з використанням відновлюваних джерел енергії та зменшенням нанесення шкоди оточуючому середовищу. Останнє, зокрема, стимулює впровадження транспортних засобів, що пересуваються на невеликій висоті над поверхнею землі та води (включаючи льодові та засніжені простори), та інші нові технології.

Прогнозуючи об'єми вантажів, що перевозяться, та чисельність пасажирів в майбутні роки, необхідно враховувати ряд суперечливих факторів. Стрімке збільшення населення нашої планети, промисловий прогрес, економічна інтеграція немовби визначають настільки ж швидке зростання кількості транспортних засобів, їх перевізної здатності, збільшення об'єму перевезень. Дійсно, протягом 20 століття тоннаж морського флоту зріс майже в 19 разів, причому найбільше зростання припадає на другу половину століття і період науково-технічної революції, коли темпи росту збільшились вдвічі порівняно з першими десятиліттями віку. Основна маса товарів в міжнародній торгівлі, що перевозилася морем, лише за другу половину сторіччя показала десятикратне збільшення. Види транспорту, які виникли з нуля – автомобільний та авіаційний – показали астрономічні темпи зростання, які продовжують збільшуватися.

Проте, було б неправильним екстраполювати ці тенденції на майбутнє. На самому транспорті в попиті на перевезення вантажів та пасажирів поступово виникають фактори, які вже найближчим часом будуть здійснювати диференційований вплив на розвиток транспортних галузей. Тому вже до 2015 року можна очікувати серйозного уповільнення поступової

динаміки, змін в географії перевезень та їх товарній структурі.

Ряд складних процесів призводить до того, що транспортні витрати за своїм абсолютним розміром та часткою в кінцевій собівартості продукції виявляються досить значними. Особливо великою є питома вага витрат на перевезення в ціні сировини. Проблеми витрат, а також екологічні та інші проблеми, примушують наближати підприємства, наприклад, по первинній обробці сировини, до родовищ корисних копалин. Результатом є послаблення попиту на перевезення масових сухогрузів морськими та річковими судами.

Велике значення має також те, що інтеграція та процеси розвитку інформації значно вплинули на розвиток транспортної логістики. Наслідком цього є серія фундаментальних змін в роботі транспорту завдяки розповсюдженню електронної торгівлі (через Інтернет і т.д.). Робота транспорту і служб логістики адаптує до своїх інфраструктур, маркетингових та споживчих послуг можливості електронної торгівлі. Поряд з цим, велика увага приділяється кращій організації всієї роботи по транспортній логістиці, по переміщенню сировини, полуфабрикатів, кінцевої продукції, доставці товарів споживачу. Затрати на такі переміщення в цілому досягають 50% всіх витрат. Практичні висновки змушують або змінювати географічні напрями перевезень, або намагатися організувати виробництво з більш правильним врахуванням розташування ринків.

В цілому по світовому транспорту в 2000-2015 роках очікується помірний ріст перевезень при відносно більш високих темпах збільшення відгрузок наливу та стримуванні пасажирських перевезень.

Морський транспорт в останні роки характеризувався зниженням кількості вантажів, які потребували перевезення, та скороченням відстаней транспортування. Ці тенденції будуть продовжуватися також в найближчі 10 років. Розподіл світового торгового флоту по країнах продовжує змінюватися на користь країн відкритої реєстрації. Зацікавлені в зниженні витрат судноплавці переводять свій флот під прапори Панами,

Ліберії, Кіпра, Багамських островів і т.д. В результаті флот, що плаває під цими прапорами, фактично на 2/3 належить судноплавцям з промислово розвинутих країн, а на 1/3 — з країн, що розвиваються. В цілому в світі продовжується практика державної допомоги морському транспорту.

Внутрішній водний транспорт на сьогодні втрачає свої позиції внаслідок сезонних обмежень, особливо на річках, які замерзають, в північних та помірних кліматичних поясах; екологічних збитків, через нестачу питної води; обмеження швидкості руху річних судів. Прогнозується, що традиційне річкове судноплавство збережеться ще на великих річках, однак надалі воно буде все більш орієнтуватися на круїзно-туристичні цілі.

В найбільш розвинутих країнах продовжується поступове скорочення перевезення вантажів **залізничним транспортом**. Разом з цим, відмічається тенденція до приватизації залізниць в Європі, створення умов для більшої конкуренції і, тим самим, більшого стимулу технічного розвитку і скорочення транспортних витрат.

Світовий парк автомашин нараховує 141,7 млн. вантажних та 462,1 млн. легкових автомобілей. З них 3/4 припадає на країни Європи та Північної Америки, де перевозиться більше 20 млрд. т вантажів. Спеціалісти прогнозують досить високі темпи зростання парку автомашин та мережі автошляхів. В найбільш розвинутих країнах прогрес в автомобільному транспорті буде виражатися в якісному вдосконаленні транспортних засобів, досягненні високоекологічних ефективних рішень, швидкій зміні моделей. Крім того, буде продовжуватися вдосконалення автошляхів, підвищення безпеки руху і т.д. Очікується також, що відносна частка світового автопарка, яка припадає на розвинуті держави зменшиться за рахунок більш швидкого зростання кількості автомашин в країнах, що розвиваються. Проте число автомашин та протяжність шляхів в цих країнах будуть характеризуватися більш скромними якісними показниками.

2.4. Транспортна логістика

Поняття “логістика” в перекладі з грецької означає мистецтво обмірковувати, підраховувати. Вперше цей термін почали використовувати в Римській імперії, де існували спеціальні службовці — логісти або логістики, які займалися розподілом продуктів харчування. В Візантії логістика набула розповсюдження як військова наука. В ті часи завданням логістики було оснащення армії всім необхідним, аналіз кожного військового походу, сил суперників, планування руху та розподілу військових сил. За часів Другої Світової війни почали вивчатися особливості операцій, пов’язаних з управлінням матеріальними потоками. Сьогодні основним завданням логістики є мінімізація витрат на ці операції. В сучасних умовах розвитку світової торгівлі витрати, пов’язані з матеріально-технічним забезпеченням складають 13% вартості ВВП.

Наведемо декілька визначень цього поняття. По-перше, **логістика** — це управління підприємством у взаємозв’язку з його постачальниками та споживачами продукції. По-друге, **логістика** — це сукупність операцій по скороченню витрат на упаковку, завантажувально-розвантажувальні роботи, транспортування, а також мінімізація витрат, пов’язаних з посередницько-транспортною діяльністю.

Розрізняють наступні види логістики:

- постачально-збутова — регулювання забезпечення виробництва сировиною та матеріалами, контроль за доставкою готової продукції;
- виробнича — досягнення найбільшого ступеня взаємодії підрозділів підприємства з мінімальними затратами сировини та робочої сили;
- транспортна — організація та здійснення процесу доставки товару з мінімальними затратами, максимальною цілісністю у чітко визначений термін;
- інформаційна — оцінка діяльності підприємства.

В міжнародній практиці існує також поняття концепції логістики. Вона представляє собою систему поглядів на

раціоналізацію господарської діяльності шляхом оптимізації процесів доставки. Кінцевою метою логістичної діяльності є оптимізація процесу доставки товару від виробника до споживача. *Транспортування як частина логістичної системи передбачає:*

- характеристику кожного виду транспорту та його здатності здійснити перевезення;
- забезпечення цілісності вантажу;
- оформлення транспортної документації;
- розклад руху та розрахунок витрат на перевезення і т.д.

Питання для обговорення

1. Характерні особливості основних видів транспорту.
2. Договори морського перевезення вантажів (чартер та коносамент).
3. Базисні умови поставки товарів.

Питання для самостійного вивчення

1. Особливості здійснення перевезень залізницею та автомобільним транспортом.
2. Вплив транспортних витрат на міжнародну торгівлю.
3. Інфраструктурна роль транспорту.

Тестові завдання

1. Вплив транспортних витрат на міжнародну економіку проявляється в:
 - a. підвищенні рівня спеціалізації країн та змін в територіальному поділі праці;
 - b. підвищенні рівня спеціалізації країн та обсягів торгівлі;
 - c. зниженні обсягів торгівлі та рівня спеціалізації країн;
 - d. зниженні обсягів торгівлі та підвищенні рівня спеціалізації країн.
2. Галузі, у яких транспортні витрати на перевезення готової продукції значно нижчі, ніж на перевезення сировини, з якої вона виготовляється — це:

- a. галузі, орієнтовані на ресурси;
- b. галузі, орієнтовані на ринок;
- c. галузі, орієнтовані на виробництво;
- d. вільно орієнтовані галузі.

3. В трамповому суднопластві суда:

- a. закріплюються за визначеними напрямками;
- b. не закріплюються за визначеними напрямками;
- c. мають визначені маршрути;
- d. експлуатуються на регулярній основі.

4. Кількість оригінальних екземплярів коносаменту:

- a. 1;
- b. 2;
- c. 3;
- d. 4.

5. Демерідж – це:

- a. штраф, який сплачує перевізник фрахтувателю;
- b. штраф, який сплачує фрахтувальник перевізнику;
- c. премія за швидку погрузку, яку сплачує перевізник фрахтувателю;
- d. премія за швидку погрузку, яку сплачує фрахтувальник перевізнику.

6. Відкритий чартер – це:

- a. документ стандартної форми;
- b. документ із зазначенням роду вантажу та пункту призначення;
- c. документ без зазначення роду вантажу з зазначенням пункту призначення;
- d. документ без зазначення роду вантажу і без зазначення пункту призначення.

7. Коносамент – це:

- a. документ на розпорядження товаром в лінійному суднопластві;
- b. документ на розпорядження товаром в трамповому суднопластві;
- c. документ на розпорядження товаром в лінійному та трамповому суднопластві;
- d. документ на розпорядження товаром при перевезеннях залізницею.

8. Коносамент виписується:

- a. один раз для перевезення певної партії вантажу;
- b. один раз для перевезення декількох партій вантажу;
- c. один раз для перевезення вантажів протягом місяця;
- d. для перевезення вантажів протягом року.

9. Додаткові рейси здійснюються:

- a. за особливим розкладом та особливим маршрутом;
- b. за особливим розкладом та за маршрутом регулярних рейсів;
- c. за звичайним розкладом за особливим маршрутом;
- d. за звичайним розкладом та за маршрутом регулярних рейсів.

10. Однією з особливостей транспортних послуг є:

- a. створення транспортних послуг не співпадає в часі з їх споживанням;
- b. транспортна галузь виробляє нові товари;
- c. завдяки переміщенню товарів, транспорт забезпечує подовження процесу виробництва і обігу;
- d. транспортні послуги не залежать від факторів розвитку ринкової економіки.

11. Галузі, які виробляють дуже дорогу, але легку кінцеву продукцію є:

- a. галузями, орієнтованими на ринок;
- b. галузями, орієнтованими на ресурси;
- c. галузями, орієнтованими на виробництво;
- d. вільно орієнтованими галузями.

12. Рейси, які виконуються відповідно до опублікованого розкладу по договірних авіалініях:

- a. нерегулярні;
- b. регулярні;
- c. додаткові;
- d. спеціальні.

13. Регулювання забезпечення виробництва сировиною та матеріалами, контроль за доставкою готової продукції є завданнями:

- a. транспортної логістики;
- b. інформаційної логістики;
- c. виробничої логістики;
- d. постачально-збутової логістики.

14. До особливостей морського транспорту слід віднести:

- a. необхідність в побудові гідротехнічних споруд;
- b. відсутність впливу на оточуюче середовище;
- c. сезонність перевезень;
- d. ефективність при перевезеннях на відстані більше 200 км.

15. Незалежність від оточуючого середовища характерна для:

- a. морського транспорту;
- b. залізничного транспорту;
- c. повітряного транспорту;
- d. трубопровідного транспорту.

16. Рейси, які здійснюються на основі контракту між перевізником та замовником:

- a. спеціальні;
- b. чартерні;
- c. додаткові;
- d. основні.

Глава 3. Ринок міжнародних туристичних послуг

3.1. Туризм як провідний напрям розвитку ринку послуг

Розвиток туризму став можливий завдяки науково-технічному та соціально-економічному прогресу суспільства, тобто створенню інфраструктури туризму. Розширення автомобільних, повітряних перевезень сприяло розвитку масового туризму. Розширюється мережа готелів, ресторанів, з'являються автопрокатні фірми. Мандрівників приваблюють історико-архітектурні пам'ятки, театри, музеї, курорти, що пропонують лікування, катання на лижах і т. д. Все більше і більше країн пропонують поїздки на виставки, ярмарки, конгреси, відводячи під це великі території. Розвитку туризму сприяє реклама, політика уряду, загальні економічні умови, курси валют, конкурентоздатність продукту, безпека і репутація місця подорожі, мода на поїздки та інші фактори. За даними англійського агенства "Business Travel International", найбільш привабливими з точки зору мандрівників містами є Сідней, Флоренція, Рим, Венеція та Париж. А "найдорожчими" для ділових людей місцями визнані Нью-Йорк та Бразилія.

Сьогодні туризм займає значне місце в міжнародних відносинах. Близько 650 млн. чоловік щорічно відвідують закордонні країни в туристичних цілях. Міжнародний туризм є не тільки популярним видом відпочинку, а й сферою світової економіки, що активно розвивається.

Проте, поняття "туризм" має децю невизначений характер. По-перше, туризмом вважається тимчасове переміщення людей із місць, де вони звичайно мешкають і працюють, в інші місця. Під "тимчасовим переміщенням" умовно розуміється період до одного року. По-друге, згідно з міжнародною статистикою, до іноземних туристів відносяться особи, що відвідують іншу країну (як мінімум з однією ночівлею) з будь-якою метою, крім фахової діяльності, що оплачується в цій країні. В

1993 році Статистична комісія ООН прийняла більш широке визначення туризму:

Туризм — це діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, які знаходяться за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями.

Якщо дати коротке визначення, то **туризм** — це взаємодія явищ, що виникають в процесі подорожей. Всі ці характеристики відображають різні боки цієї складної системи.

Туристична послуга — це комплекс послуг індустрії гостинності (що включає в себе готельні, рекреаційні, транспортні, страхові, екскурсійні послуги та ін.), який надається окремій особі чи групі осіб для задоволення їх потреб, пов'язаних із переміщенням з місця постійного проживання до іншого на певний проміжок часу з метою відпочинку, оздоровлення, навчання та ін.

З економічної точки зору, **туристична послуга** — це продукт, що виробляється і реалізується в процесі взаємозв'язку і взаємодії різних організацій, які володіють туристичними ресурсами. Під останніми розуміються ліцензії на здійснення діяльності по формуванню та продажу туристичних пакетів, страхуванню туристів, приміщення для розміщення подорожуючих, можливості по забезпеченню харчування, заклади оздоровлення, транспортні засоби для переміщення туристів і т.д.

Отже, туризм — це сфера економіки, яка поставляє на ринок певний продукт, який задовольняє потреби населення у відпочинку, оздоровленні і т.д.

Міжнародний туризм — це сфера світової економіки, яка пропонує продукт, що користується попитом на міжнародному ринку і приносить прибутки країні-виробнику.

Міжнародний туризм впливає на розвиток як окремих країн, так і світової економіки в цілому. У 1960-1970 роках міжнародний туризм набув всесвітнього характеру, і, в результаті, утворився світовий ринок, у якому беруть участь всі без винятку країни. В середньому близько 65% усіх міжнародних туристичних поїздок припадає на Європу, близько 20% — на Америку і близько 15% на інші регіони. *Найбільшими нетто-експортерами туристичних послуг є Іспанія, США, Франція, Італія, а нетто-імпортерами — Німеччина, Японія, Великобританія.* Багато країн, що мають активний баланс в сфері міжнародного туризму, є переважно постачальниками туристів (наприклад, США), що пояснюється більш високим рівнем і вартістю послуг на внутрішньому ринку, ніж в більшості зарубіжних країн.

До особливостей міжнародного туризму як виду економічної діяльності відносяться наступні:

1. Надання міжнародних туристичних послуг представляє собою особливий вид діяльності. Порівняння його з міжнародною торгівлею товарами дозволяє нам зробити цікаві висновки. В результаті традиційної міжнародної товарної торгівлі відбувається рух товарів з однієї країни до іншої. Туристичні послуги як товар не є мобільними. Міжнародний туризм представляє собою переміщення споживачів цих послуг, тобто туристів.

2. Заслужують на увагу особливості розрахунку прибутку від міжнародного туризму. В економічній теорії він визначається як різниця між доходами та витратами від певного виду діяльності. Прибуток від міжнародного туризму доцільно розраховувати як різницю між надходженнями від туризму та міжнародними туристичними витратами. Відповідно до даних Всесвітньої туристичної організації в світі налічується 15 країн, що спеціалізуються на туристичних послугах, у яких надходження від туризму перевищують прибутки від експорту, нерідко у багато разів.

3. Туристична галузь є доволі прибутковою як для держави, так і для економічних суб'єктів на мікрорівні. Турбізнес є досить вигідним видом вкладання капіталу, що дає прямий і

швидкий економічний ефект (окупність витрат у середньому — два-чотири роки, а витрати на створення одного робочого місця — у 20 разів менше, ніж у промисловості). При цьому важливо враховувати, що туристичні послуги не вичерпуються, відтворюються безперервно, існує можливість їх постійного удосконалення, вони реалізуються за готівку у твердій валюті, а не надаються в кредит.

4. Туристичний бізнес є сферою економіки, яка потребує участі значної кількості робочої сили. Це зумовлено специфікою процесу надання туристичної послуги, який включає цілий комплекс послуг, що надаються туристам протягом відпочинку. За даними американських спеціалістів, індустрія туризму (включаючи внутрішній) є найбільшою з числа зайнятих робочих місць у більшості країн і забезпечує роботою понад 100 млн. чоловік. Індустрія туризму відноситься до числа найбільш трудомістких галузей. Наприклад, у Північній Америці на неї припадає 5% від ВВП і 8% усіх працюючих, у Західній Європі — 7 і 11% відповідно. Передбачається, що до 2005 року кожна восьма працездатна людина буде зайнята в цьому секторі економіки.

5. Витрати, які здійснюються іноземними туристами в країні перебування, мають потрійний вплив на економіку цієї країни. Він проявляється в:

- збільшенні прибутків туристичних фірм;
- підвищенні попиту з боку туристичного сектору економіки на товари і послуги постачальників, що у свою чергу сприяє підвищенню попиту на товари і послуги своїх постачальників і, як наслідок, зростанню доходів у всіх секторах економіки;
- збільшенні особистих прибутків населення, прямо або побічно пов'язаного з туристичним бізнесом, що викликає ріст споживчого попиту. Отже, ми робимо висновок, що міжнародний туризм впливає не лише на розвиток туристичної діяльності країн, а й на їх економіку в цілому.

6. Туризм як вид економічної діяльності є джерелом надходження валюти. Проте поряд з одержанням прибутку мож-

ливий і значний вплив валюти. Країни, що розвиваються, змушені імпортувати значну кількість продуктів і товарів для туристів, а також необхідне устаткування для індустрії туризму. Також існує імпорт, обумовлений впливом “демонстраційного ефекту”. Туристи, приїжджаючи з промислово розвинутих країн, демонструють товари кращої якості і розширеного асортименту, що є “живою” рекламою і сприяє імпорту іноземних споживчих товарів.

7. Туризм є дуже мінливою сферою економіки, що зазнає впливу багатьох чинників. Він залежить від політичної й економічної ситуації, а також від моди і реклами, що, впливаючи на потреби й інтереси людей та їхній настрій, визначають попит. Отже основною характеристикою туристичного ринку є постійні коливання попиту і пропозиції послуг. Доцільно виділити ряд факторів, які впливають на зміну ринкової ситуації (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1

Фактори впливу на рівень попиту та пропозиції туристичних послуг

1	<i>Соціально-економічний</i>	<ul style="list-style-type: none"> - рівень грошових доходів населення, професійна структура потенційного контингенту рекреантів і туристів, - рівень цін на рекреаційно-туристичні послуги, - ступінь розвитку індустрії гостинності.
2	<i>Демографічний</i>	<ul style="list-style-type: none"> - вікова і полова структура населення, - місце проживання, - форма зайнятості і місце роботи.
3	<i>Соціально-психологічний</i>	<ul style="list-style-type: none"> - рівень емоційного стану потенційних рекреантів і туристів, - соціальна напруженість у суспільстві, - ментальності тих чи інших прошарків і груп населення щодо прихильностей, інтересів, традицій і звичаїв.
4	<i>Ресурсно-екологічний</i>	<ul style="list-style-type: none"> - масштаби і рівень забезпеченості тієї чи іншої території рекреаційно-туристичними ресурсами, - стан навколишнього природного середовища.
5	<i>Політичний</i>	<ul style="list-style-type: none"> - безпека регіонів, - відсутність конфліктів (міжнаціональних, міжетнічних) у регіонах, - загальний рівень демократизації суспільства.

Як ми бачимо, туризм з економічної точки зору є важливим сегментом світового ринку. Проте він відіграє також значну соціальну роль в світогосподарському житті. Міжнародний туризм як соціальне явище має свої особливості. До них доцільно віднести наступні:

- важливу роль у розвитку туризму відіграє стан навколишнього середовища;
- туристичні компанії для забезпечення ефективної діяльності повинні брати до уваги суспільні пріоритети;
- туризм повинен розвиватися як соціально-відповідальна індустрія, тобто вчасно реагувати на зміни;
- при плануванні туристичної діяльності необхідно враховувати культурні особливості країн мешкання потенційних туристів;
- для людей з різними звичками слід складати різні моделі туризма.

Основними чинниками, що впливають на розвиток туризму у високорозвинених країнах, є економічні і соціальні, насамперед зростання особистих прибутків громадян (потенційних туристів) вище меж, достатніх для задоволення необхідних потреб. До суб'єктивних причин відноситься діяльність державних органів, що регулюють порядок в'їзду-виїзду з країни і перебування на її території іноземних громадян та ін.

Розвиток міжнародного туризму в країнах, що переважно приймають туристів, обумовлений прагненням збільшити приток іноземної валюти і створити нові робочі місця. Багато країн за допомогою міжнародного туризму намагаються вирішити проблеми платіжного балансу.

Туристичні послуги складають значну частину послуг, що споживаються населенням, і мають специфічний соціально-оздоровчий характер, тобто відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей, заняття спортом, участь в культурно-масових заходах тощо. Отже, туризм поєднує у собі економічний, соціальний, гуманітарний, виховний і естетичний чинники.

Туристи є споживачами основних, додаткових (мають дуже широкий спектр і займають при розвиненій інфраструктурі туризму до 50% від загального обсягу прибутку) і супутних послуг. Нараховується приблизно 650 млн. туристів, які відвідують різні кутки земної кулі протягом року і витрачають на подорожжі значні суми грошей. Один лише Іран, який не є найпопулярнішою країною, щорічно відвідує більше 1,3 млн. туристів. Це приносить державі чистий прибуток у розмірі більше 700 млн. дол. на рік. Доходи, які отримуються від розвитку туризму в усіх країнах світу, в 2,5 рази вищі за всесвітні доходи від експорту нафти (11 країн-членів ОПЕК реалізують на світових ринках сиру нафту на суму 170-180 млрд. дол.).

Індустрія туризму представляє собою систему взаємопов'язаних сфер діяльності, до яких можна віднести забезпечення проживання в готелях визначеної категорії та харчування, рекреаційне, транспортне та екскурсійне обслуговування, надання страхових послуг та послуг туристичних агенцій. Всі ці послуги формують собою також *індустрію гостинності*, яка представляє сферу підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, що характеризуються щедрістю і дружністю по відношенню до гостей. Таким чином, індустрію гостинності можна розглядати як різноманіття форм підприємництва, що спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаному з прийомом та обслуговуванням гостей. Діяльність суб'єктів туристичного бізнесу регулюється Всесвітньою туристичною організацією (ВТО), головною задачею якої є налагодження і координація діяльності міжнародних туристичних організацій.

В 1999 році на сесії ГА ВТО в Сантьяго (Чілі) був прийнятий Глобальний Кодекс етики туризму. Сьогодні Кодекс відкритий для приєднання. Він включає такі статті як “Вклад туризму до взаєморозуміння і взаємоповаги людей і суспільства”, “Туризм — фактор стійкого розвитку”, “Право на туризм”, “Обов'язки професіоналів турбізнесу”, “Туризм — рисна активність для приймаючих країн та суспільства” та ін.

Всесвітня туристична організація проводить численні дослідження, присвячені майбутньому туризму: аналізуються фактори, які впливають на розвиток туризму в усьому світі, прогнозуються найбільш вірогідні напрямки майбутнього галузі та методи їх розвитку. На Форумі Політики міжнародного Туризму, проведеного під егідою Інститута Міжнародного Туризму Університета імені Джорджа Вашингтона, де були присутні 90 експертів в галузі туризму з 21 країни світу, були визначені *основні напрямки, на які повинна бути звернена увага при розробці туристичної політики в новому тисячолітті і які можуть сформувати нову схему туризму:*

- визначний фактор розвитку туризму — стан навколишнього середовища;
- існують обмеження для розвитку туризму, що полягають у фізичних та соціальних можливостях туристичних центрів;
- діячі сфери туризму не можуть ігнорувати суспільні пріоритети;
- туризм повинен розвиватися як соціально-відповідальна індустрія, тобто вчасно реагувати на зміни;
- необхідно враховувати культурні особливості різних етносів світового співтовариства;
- демографічні зміни здійснять величезний вплив на рівень розвитку і природу туризму;
- для людей з різними доходами і звичками будуть складатися свої моделі туризму;
- зростає потреба в крупних інвестиціях для розвитку інфраструктури туризму при одночасному збільшенні податків та інших витрат;
- збільшиться вплив транснаціональних фірм та ін.

Сьогодні, Всесвітня туристична організація разом з іншими туристичними асоціаціями світу завершує розробку TSA (*Tourism Satellite Account*) — глобальних стандартів для виміру впливу туризму на національні економіки. Найбільший недолік туристичного сектора — відсутність стабільної, зрозумілої та уніфікованої у міжнародному масштабі інформаційної бази

відносно економічного впливу туризму. Наявна статистична інформація є неповною і являє собою, здебільшого, простий підрахунок кількості міжнародних подорожей і не містить аналізу впливу туристичної активності на економіку. Таке положення не дозволяє виробити обґрунтовану політику в галузі туризму. Недооцінюється також соціальне значення туризму, як фактора економічного зростання і зайнятості населення.

Система національних розрахунків, прийнята Статистичною комісією ООН у 1993 році, рекомендує використовувати нову концепцію звітності — супутні розрахунки (*Satellite Accounts*). Суть її полягає в тому, що традиційні статистичні дані доповнюються більш ретельним аналізом. Це дозволяє визначити загальний економічний вплив туризму за рахунок витрат мандрівників, інвестицій приватного сектора, урядової політики і державних вкладень, а також розвитку міжнародної торгівлі.

Мета проекту на національних рівнях — об'єднати через супутні розрахунки статистичні дані й аналітичні методи їх дослідження, що буде значною підтримкою розробникам політики в галузі туризму. Стане можливим вимірювати загальний внесок туризму в економіку і, що ще важливіше, на єдиній основі порівнювати ці дані з даними інших секторів економіки.

TSA — це прогресивна і досить гнучка програма робіт. Ця гнучкість означає, що деякі країни можуть вводити супутні розрахунки не відразу, а поступово, у відповідності зі своїми особливостями. Такий підхід є найбільш ефективним. Першою країною, яка створила систему супутніх розрахунків з туризму (це відбулося в жовтні 1994 р.) стала Канада. Після неї свої програми розвитку TSA прийняли в деяких державах Європи, Африки, Америки та Азії.

3.2. Конкуренція в сфері туристичного бізнесу

Суть конкуренції в будь-якій галузі економіки виражається п'ятьма силами. В сфері туристичного бізнесу такими силами слід вважати суперництво між існуючими конкурента-

ми; появу туристичних послуг аналогічного або вищого рівня; появу нових конкурентів; постійну зміну уподобань споживачів щодо характеру послуги; зміну загальної ситуації в країні, яка може завадити розвитку туристичного бізнесу.

Конкуренцію на туристичному ринку можна розглядати як на макро-, так і на мікрорівні. На макрорівні вона представлена змаганням держав за залучення найбільшої кількості туристів, які принесуть їм значні доходи. Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для подорожі бере до уваги такі фактори, як політична та економічна стабільність, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, пропозиції туристичних компаній, ціни, характер транспортних зв'язків, реклама, відгуки від споживачів туристичного продукту, географічні, природні, кліматичні, культурні і релігійні характеристики країни.

Конкурентоспроможність туристичної індустрії

означає здатність таким чином використати наявні ресурси, щоб задовольнити попит найбільшої кількості споживачів-потенційних туристів.

Саме чисельність відвідувачів є показником розвитку конкурентоспроможності цієї галузі.

В галузі міжнародного туризму доцільно виділити наступні групи факторів, аналіз яких дозволяє зробити висновок про ступінь конкурентоспроможності країни в галузі туристичного бізнесу:

1. *Соціальна та політична ситуація в країні.* Цей фактор стає сьогодні доволі актуальним. Зауважимо, що вересневі події в США 2001 року та війна в Іраці дещо змінили географію туристичних потоків. Вперше за останні 50 років туристична галузь зазнала зниження туристських прибуттів в 2001 році на 1,3%, що змусило говорити про кризу світового туристичного ринку. Проте, вона була спричинена не лише подіями в США, а й загальним погіршенням світової економіки, пов'язаним з економічною ситуацією в США, Німеччині та Японії. Аналіз розвитку галузі дозволяє прогнозувати її перспективи на найближчі роки доволі оптимістично.

2. *Клімат та географічне розташування.* Цей конкурентний фактор також має першочергове значення для сфери туризму. Саме він зумовлює спеціалізацію країни на певному туристичному напрямі. Так, наприклад, Іспанія є популярним літнім курортом, а Австрія приваблює переважну кількість туристів взимку. Крім того, в деяких країнах є регіони з унікальним кліматом, що дозволяє їм розвивати оздоровчий туризм. Володіння таким особливим туристично-рекреаційним ресурсом дозволяє певним державам монополізувати його використання.

3. *Історико-культурні пам'ятки.* Ресурси такого роду в різних країнах світу є унікальними і займають монополіне положення серед туристичних цінностей, зумовлюючи високі ціни на відвідування певних місцевостей.

4. *Інфраструктура (транспорт, розміщення).* Сьогодні країни, які прагнуть бути конкурентоспроможними на світовому туристичному ринку, намагаються активно розвивати свої готельні мережі. На жаль, при класифікації готелів в різних країнах використовуються різноманітні системи, яких на сьогодні існує більше тридцяти. Введенню єдиної класифікації готелів в світі заважає ряд факторів, пов'язаних з культурно-історичним розвитком держав, які здійснюють туристичну діяльність, їх національними особливостями, відмінностями в критеріях оцінки якості обслуговування та ін.

5. *Асортимент туристичних послуг.* Кожній країні при плануванні розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі доцільно звертати належну увагу на систематизацію видів туризму, що дає можливість з більшою точністю визначити місце туристичної галузі серед інших галузей економіки, розрахувати вклад, який може забезпечити туризм у виробництві ВВП, тобто більш цілеспрямовано підходити до створення ефективних систем управління економікою в цілому та туризмом зокрема. Переваги застосування такої систематизації полягають по-перше, в можливості розробки цільових і регіональних програм з використанням елементів національної культури, для рівномірного розвитку територій, захисту екоси-

стем, ефективного стимулювання традиційних місцевих промислів, вирішення проблем підвищення життєвого рівня населення; по-друге, в визначенні напрямів розвитку туризму, що дає можливість раціонально спланувати політику його розвитку та визначити види туристичного бізнесу, які є пріоритетними і конкурентними в кожній конкретній країні. Необхідно відмітити, що переважна більшість країн має можливість розвивати декілька туристичних напрямів.

5. *Вартість відпочинку.* Слід виділити групу факторів, які здійснюють вплив на ціну подорожі в різні країни світу. До них відносяться: рівень економічного розвитку країни, ступінь розвиненості індустрії гостинності, наявність зручних транспортних шляхів та ін.

6. *Політика розвитку туристичної галузі.* Кожна країна використовує свою політику підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії, яка переслідує як економічні, так і неекономічні цілі. До економічних доцільно віднести загальне економічне зростання, розвиток галузі, збільшення прибутків від туристичної діяльності. Некономічні полягають в досягненні свободи пересування людей, відродженні природної і культурної спадщини та ін. Економічна політика заохочує розвиток туризму, застосовуючи спеціальні бюджетні, грошові і фіскальні заходи. Бюджетні заходи містять державне фінансування з бюджету, спеціально складеного для туризму, і, зазвичай, мають наступні форми:

- позики по дуже низьких процентних ставках, призначені для інвестування проектів великих туристських інфраструктур;
- субсидії, призначені для заохочення пріоритетних напрямків розвитку туризму.

Крім економічної політики, розвиток туризму заохочується і за допомогою соціальної політики, що проводиться державою, до якої відноситься регулювання тривалості робочого дня, відпусток, професійної підготовки. Наприклад, введення у Франції п'ятитижневої оплачуваної відпустки вплинуло на розвиток туризму в країні.

7. *Трудові ресурси для роботи в галузі.* Необхідно відмітити, що індустрію туризму можна віднести до числа найбільш трудомістких галузей. Наприклад, у Північній Америці на неї припадає 5% від ВВП і 8% усіх працюючих, у Західній Європі – 7 і 11% відповідно. За даними американських спеціалістів, індустрія туризму (включаючи внутрішній) є найбільшою з числа зайнятих робочих місць у більшості країн і забезпечує роботою понад 100 млн. чоловік. Сьогодні країни, які намагаються бути конкурентними на світовому ринку туристичних послуг, запроваджують різноманітні програми для підвищення кваліфікації працівників сфери обслуговування туристів. Незважаючи на те, що ця індустрія забезпечує роботою велику кількість населення, проте і в туристичній галузі бракує спеціалістів високого рівня. Адже робітники сфери туризму є тим самим фактором, який може укріплювати конкурентні позиції країни та залучати до неї все більшу кількість туристів.

Для підвищення своєї конкурентоспроможності в цій галузі країнам світового співтовариства необхідно дотримуватися наступних принципів:

- приймати заходи по захисту туристів та їх вільного пересування, що передбачає спрощення поліцейського і митного контролю на кордонах; підвищення безпеки туристів; гармонізацію страхування туристів і їхнього автотранспорту; інформування про їх соціальні права;

- розробити загальні правила діяльності в індустрії туризму щодо податкової політики, взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки; поділу відпускних періодів для зняття навантаження на туристську індустрію в пікові сезони;

- розвивати регіональний туризм з метою його просування в нерозвинені регіони, які мають туристичний потенціал.

Крім того, розвитку конкурентних позицій та просуванню туристичних центрів країни на нові ринки буде сприяти запровадження наступних заходів: публікація реклами, каталогів, буклетів, які описують туристичну привабливість

регіону; активні рекламні заходи за кордоном через мережу офісів, агентів, пресу, телебачення і радіо; організація конференцій за участю закордонних фахівців з туризму; організація екскурсій іноземних журналістів для представлення туристичних продуктів країни. Слід відмітити, що за розглянутими параметрами найбільш конкурентоспроможними на світовому ринку туризму є Франція, Іспанія, США, Італія, КНР, Великобританія, Канада, Мексика, Австрія, Німеччина.

Ще більш загостреною виявляється конкуренція на мікрорівні, яка означає боротьбу між окремими компаніями за частку на світовому ринку туризму. Вона передбачає наявність певної виваженої стратегії змагання, яка дозволить зайняти нішу на ринку, залучити велику кількість туристів, працювати на ринку довгий час і бути цікавою для потенційних споживачів. Необхідно виділити 5 основних стратегій конкуренції, які мають місце на ринку туристичних послуг і активно використовуються різними компаніями:

І. Встановлення ціни нижчої, ніж ціна на аналогічну туристичну послугу компанії-конкурента. Ця стратегія є найбільш розповсюдженою в сфері туристичного бізнесу, оскільки саме в цій галузі вартість наданої послуги (тобто вартість подорожі) часто має вирішальне значення. Зазвичай, такий шлях підвищення конкурентоспроможності обирають невеликі або недавно створені фірми як шанс закріпитися на ринку. І хоча якість запропонованих послуг не відповідає належному рівню, проте низька ціна приваблює певний сегмент споживачів. Така стратегія може бути доцільною в наступних випадках:

- туристична агенція пропонує проживання в готелі нижчої, ніж пропонується іншими компаніями, категорії;
- туристична путівка продається за день або безпосередньо в день, коли необхідно вирушити у подорож;
- компанія пропонує проживання в готелі високого класу, розширену екскурсійну програму, але в міжсезоння, коли небагато потенційних споживачів можуть бути в цьому зацікавлені і т.д.

Проте, використання цієї стратегії має певні недоліки. По-перше, ринок туристичних послуг є дуже мінливим. Він залежить від політичної й економічної ситуації, а також від моди і реклами, що, впливаючи на потреби й інтереси людей та їхній настрій, визначають попит. І продукт, в якому сьогодні зацікавлені велика кількість споживачів, завтра може виявитися непопулярним. По-друге, компанії-конкуренти можуть використати новий маршрут або цікаву екскурсію як приклад для наслідування, тим самим позбавляючи продукт новизни і унікальності.

II. Проведення сегментації ринку і орієнтація діяльності на певну групу споживачів. Різноманіття подорожей, які пропонуються на світовому ринку, можна класифікувати в залежності від того на який сегмент вони спрямовані:

1. *В залежності від віку подорожуючих:*

- подорожі для школярів та тінейджерів;
- молодіжні тури;
- тури для людей середнього віку;
- подорожі для людей похилого віку.

2. *В залежності від вартості подорожі:*

- орієнтовані на заможного споживача;
- призначені для середнього класу;
- недорогі тури, які є популярними серед молоді.

3. *В залежності від мети подорожі:* активний відпочинок; пасивний; екстремальний; пізнавальний і т.д.

4. *В залежності від ступеня престижності об'єктів розміщення:* тури, які передбачають проживання в 5-зіркових готелях, в 4- або 3-зіркових готелях, бунгало, кемпінгах і т.д.

Підвищенню конкурентоспроможності компанії сприяє вибір декількох пов'язаних сегментів ринку. Причому він має ґрунтуватися на аналізі сильних та слабких сторін туристичної організації.

III. Проведення активної рекламної компанії, участь в туристичних виставках та ярмарках, випуск каталогів, буклетів. В туристичній індустрії така стратегія є широко вживаною. Вона є важливим засобом підвищення економічної ефектив-

ності діяльності компанії, проведення широкомасштабної та комплексної реклами туристичного потенціалу, просування туристичного продукту на міжнародному ринку, входження до світової туристичної спільноти.

IV. Пропозиція нового унікального туристичного продукту.

V. Швидке реагування на ринкові зміни.

Необхідно відмітити, що компанії зазвичай використовують розглянуті стратегії в комплексі, що дозволяє їм більш повно відповідати потребам туристичного ринку і бути на ньому гідними суперниками.

3.3. Ціноутворення в галузі туристичного бізнесу

Сучасний етап розвитку світового ринку туристичних послуг характеризується зростаючою пропозицією. Це зумовлено, по-перше, появою нових маршрутів та місць відпочинку в різних країнах, по-друге, збільшенням кількості суб'єктів підприємницької діяльності в сфері туристичного бізнесу, які прагнуть задовольнити вибагливий попит потенційних відвідувачів. По-третє, причиною зростання кон'юнктури ринку туризму є жорстка конкуренція на різних економічних рівнях, яка вимагає від підприємств галузі постійного пошуку та оновлення своїх туристичних пропозицій. Слід зазначити, що при виборі країни та місця перебування потенційні туристи звертають увагу на ряд факторів. Серед них необхідно виділити, в першу чергу, політичну та економічну стабільність регіону, рівень розвитку туристично-рекреаційного потенціалу, вартість подорожі, природні та кліматичні характеристики місця відпочинку та ін.

При формуванні кон'юнктури ринку міжнародних туристичних послуг важливу роль відіграє використання *системи вартісних важелів*. До її найважливіших складових, які прямо або опосередковано впливають на визначення *вартості туристичного продукту*, слід віднести:

- ціну туристичної пропозиції;
- прибуток, який планує отримати компанія;

- знижки з вартості турпродукту;
- пільги на підприємницьку діяльність в сфері туризму;
- іноземні інвестиції.

Пріоритетну роль серед зазначених факторів відіграє цінова політика суб'єктів туристичного бізнесу. Вона є однією з головних складових формування пропозиції туристичних послуг.

Цінова політика турфірми — це сукупність цілей, яких підприємство намагається досягти за рахунок встановлення привабливих для споживачів цін на туристичний продукт.

Виходячи з цього, ціноутворення в сфері туризму — це спосіб формування цін на туристичні послуги, які обумовлені ціновою політикою компанії. Крім того, доцільно зважати на те, що завданням цінової політики є формування такої ціни, яка приверне увагу найбільшої кількості споживачів.

Важливу роль у розробці політики цін туристичного підприємства відіграють зовнішні та внутрішні фактори його розвитку.

До зовнішніх факторів слід віднести:

- співвідношення попиту та пропозиції на туристичному ринку;
- рівень і динаміку конкуруючих цін;
- державне регулювання як економіки в цілому, так і сфери туризму зокрема;
- політичну ситуацію;
- платоспроможність споживачів, їх інтереси, звички та смаки.

Ці фактори безпосередньо впливають на вартість туристичних послуг і, фактично, виступають складовими її ціни.

Внутрішні фактори розвитку здійснюють опосередкований вплив на цінову політику. До них можна віднести:

- максимізацію поточного прибутку від формування і реалізації турпродукту;
- утримання позицій на ринку;

- досягнення лідерства в якості турпродуктів;
- завоювання і підтримку лідерства на ринку туристичних послуг;
- прагнення туристичної організації до збільшення темпів росту формування та реалізації, навіть за рахунок зниження доходів;
- бажання підтримати свій імідж;
- зацікавленість туроператора і турагента в збільшенні своєї частки на ринку туристичних послуг;
- прагнення уникнути банкрутства.

Слід відмітити, що перераховані фактори визначають стратегію розвитку підприємства, тим самим впливаючи на вибір цінової політики. Так, якщо туристична компанія ставить на меті зростання своєї частки на ринку, їй доцільно використовувати політику зниження вартості послуг, що пропонуються, для підвищення кількості потенційних споживачів. У разі намагання досягти лідерства в якості туристичних продуктів, підприємство може здійснювати політику підвищення цін за рахунок покращення якості турпродукту. Для того, щоб вартість подорожі була конкурентоспроможною на ринку, тобто користувалася значним попитом серед споживачів, необхідно враховувати, що ціноутворення в сфері туризму має характерні особливості. Їх характерними рисами є наступні:

- Висока еластичність цін у різних сегментах туристичного ринку. Зауважимо, що рівень цін значною мірою залежить від цільового спрямування діяльності компанії на певний сегмент потенційних туристів. Так, якщо компанія пропонує туристичні маршрути в унікальні місця або спрямовує свою діяльність на обслуговування VIP-туристів, то ціна може бути встановлена на достатньо високому рівні. У випадку орієнтації підприємства на надання послуг дитячим або студентським групам, туристичний продукт буде користуватися попитом, переважно, за умови його невисокої вартості.

- Розрив у часі між моментами встановлення ціни і купівлі-продажу туристичного продукту. В цьому аспекті компанії повинні зважати на мінливість туристичного ринку.

Швидка зміна попиту може призвести до втрати привабливості туристичної послуги через надмірну ціну, яка не відповідатиме ринковій ситуації на момент придбання путівки.

- Нездатність туристичних послуг до збереження. Зважаючи на це, роздрібні торговці (турагенти) знаходяться у більш вигідному становищі ніж туроператори, тобто виробники туристичного продукту, оскільки не розділяють ризику, пов'язаного з утворенням нереалізованих запасів. Тому, компаніям, які займаються безпосередньою розробкою і формуванням туристичних пакетів, доцільно ретельно вивчати ринковий попит з метою зниження вірогідності утворення нереалізованих путівок.

- Високий ступінь впливу конкурентів. На однакові туристичні послуги діють два рівні цін — внутрішні і зовнішньоторговельні, наприклад тарифи на транспорт, готельні послуги, обслуговування туристів. Тому, з урахуванням міжнародних вимог, ціни для іноземних туристів повинні бути встановлені на більш високому рівні, ніж для вітчизняних.

- Сезонна диференціація цін і тарифів. Організації, які здійснюють свою діяльність в сфері туристичного бізнесу, значною мірою залежать від сезонності попиту на туристичні послуги. Тому компаніям доцільно орієнтуватися на надання широкого спектру послуг, які будуть користуватися попитом протягом всього року.

- Значна вартість операції з туристичними послугами. Для стійкості попиту на послуги ціна не повинна викликати у покупців негативних емоцій, тобто рівень цін має розглядатися споживачами як цілком допустимий. Тому, доцільно встановлювати ціну на визначений пакет послуг, наданий туристичною організацією таким чином, щоб вона була нижчою за витрати самостійно подорожуючого туриста на аналогічний пакет.

- Високий рівень орієнтації на психологічні особливості споживача. Йдеться, насамперед, про те, що деякі споживачі придбають більш дорогий туристичний продукт, оскільки йо-

го якість, на їх думку, гарантується високою ціною. Зважаючи на це, туристичні компанії можуть використовувати стратегію цінових маніпуляцій, тобто вдаватися до невеликого збільшення ціни на запропонований продукт з метою підвищення його цінності у сприйнятті споживача.

- Ціни на турпродукт необхідно орієнтувати не на середнього споживача, а на певні типові групи. Типологію споживання варто розглядати як основу підвищення ефективності комерційної діяльності туристичної організації. Так, потенційні туристи можуть бути розділені на певні цільові групи за такими критеріями як вік, рівень доходів, мета подорожі та ін.

- Ціна однієї туристичної путівки залежить від виду туру (груповий чи індивідуальний). Чим більше чисельність групи, тим нижче вартість туру в розрахунку на одну людину. Ціна туру на одну людину залежить від кількості туроднів: чим триваліший тур, тим дорожче він буде коштувати за інших рівних умов.

Таким чином, механізм ціноутворення на ринку туристичних послуг є доволі складним. Тому, компаніям доцільно обирати політику встановлення ціни на послуги, враховуючи зазначені фактори та характерні риси, а також конкретну ситуацію на ринку на момент визначення вартості туристичних продуктів.

Слід відмітити, що туристичні організації використовують різні *методи ціноутворення при визначенні ціни турів*. В цілому їх можна поєднати в три групи:

- з орієнтацією на рівень конкуренції;
- з орієнтацією на попит;
- на основі витрат.

Ціноутворення з орієнтацією на рівень конкурентів передбачає встановлення ціни на послуги, яка відрізняється від середньої ринкової ціни на аналогічний туристичний продукт. Цей метод доцільно використовувати або крупним компаніям, які є лідерами на ринку, або тільки-но створеним невеликим туристичним підприємствам. Необхідно виділити ряд фак-

торів, які можуть дозволити великим компаніям встановлювати ціни на свої послуги вищі за загально ринкові:

- перевірений імідж, який передбачає, що потенційні споживачі готові платити за користування послугами відомого бренда;
- можливість запропонувати подорожі в унікальні місця, які можуть бути запропоновані невеликою кількістю компаній-конкурентів;
- надання додаткових послуг, таких як бронювання квитків, оформлення віз та паспортів, екскурсійна програма та ін.

Недоліком використання такого способу встановлення ціни є те, що підвищена вартість подорожі здатна задовольнити лише обмежений сегмент споживачів з високим рівнем доходів, які орієнтуються на престижність турів.

Невеликі компанії, які щойно з'явилися на ринку мають можливість привабити потенційних туристів шляхом встановлення ціни, нижчої за ринкову. Це може бути здійснене за рахунок наступних способів надання послуг:

- туристична агенція пропонує проживання в готелі нижчої, ніж пропонується іншими компаніями, категорії;
- туристична путівка продається за день або безпосередньо в день, коли необхідно вирушити у подорож;
- компанія пропонує проживання в готелі високого класу, розширену екскурсійну програму, але в міжсезоння, коли небагато потенційних споживачів можуть бути в цьому зацікавлені і т.д.

Цей спосіб встановлення ціни спрямований на швидке розширення клієнтської бази та збільшення ринкової частки компаній. Недоліком цього методу є можливість втрати частини прибутку, який міг би бути спрямований на розвиток та розширення діяльності підприємства. Крім того, подальше поступове повернення до нормального рівня цін, який буде забезпечувати окупність всіх затрат компанії на надання туристичної послуги, може супроводжуватися втратою значної частини клієнтів, орієнтованих на знижені ціни.

Метод ціноутворення з орієнтацією на попит вимагає від туристичних організацій чіткої сегментації ринку потенційних споживачів та орієнтації своєї діяльності на один чи декілька сегментів. В цьому випадку для кожної цільової групи має бути встановлений різний рівень цін, заснований на вивченні уподобань споживачів. Національним туристичним компаніям доцільно використовувати наступні підходи до сегментації туристичного ринку з метою визначення оптимальних цін продажів: тури, орієнтовані на школярів та студентів; споживачі з середнім рівнем доходів; потенційні туристи з високими доходами.

Ціноутворення на основі витрат є пріоритетним методом встановлення конкурентоспроможних цін на ринку. Цей спосіб визначення вартості туристичних путівок передбачає розрахунок усіх витрат, пов'язаних з формуванням і реалізацією одиниці турпродукту. Тому його доцільно використовувати тим підприємствам, які прагнуть, в першу чергу, отримати прибуток від інвестицій. Метод має наступні переваги:

- ціноутворення значно спрощується, якщо туристична організація може досить точно визначити структуру повної собівартості турпродукту.
- застосування даного методу основними конкурентами фірми створює умови для зниження цінової конкуренції.
- у турфірм з'являється можливість приділяти значно менше уваги коливанням попиту на турпродукти.

Ціноутворення на основі витрат можна вважати пріоритетним методом встановлення ціни на туристичні послуги для національних підприємств. Воно дозволяє врахувати не лише всі витрати організації і смаки споживачів, а й включає частину прибутку компанії. Для того, щоб вартість запропонованих туристичних пакетів була конкурентоспроможною на ринку, вона повинна включати елементи, представлені на рис. 2.2.

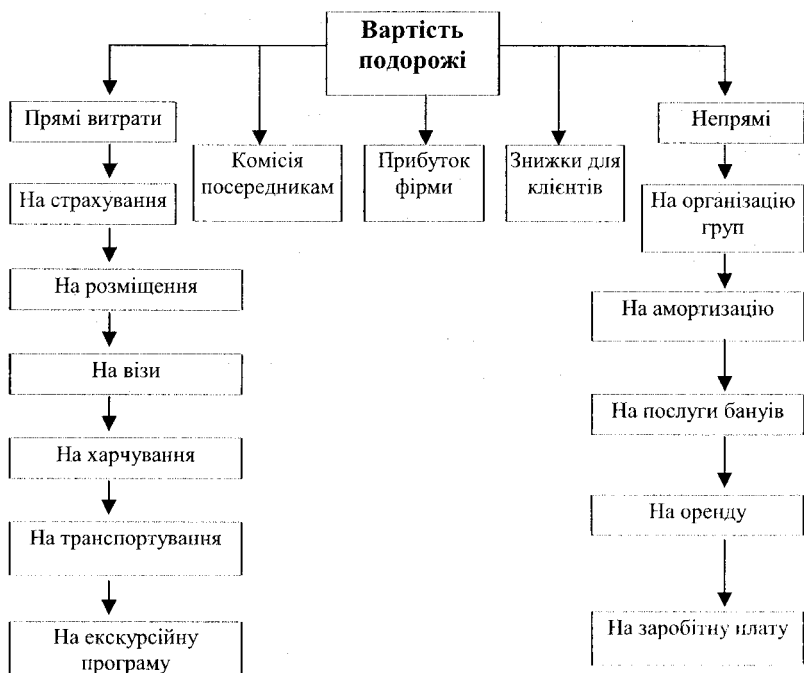


Рис. 2.2 Складові конкурентоспроможної вартості туристичного пакету

Враховуючи зазначені складові, вартість туристичної поїздки для споживача може бути розрахована за формулою:

$$Ц = \left(\sum_{i=1}^n В_{пi} + \sum_{j=1}^m В_{нj} \right) \times (1 + П + К - З) \quad (2.1.)$$

де $Ц$ – ціна однієї туристичної пугівки;

$В_{пi}$ – розмір i -тої складової прямих витрат туристичної організації;

$В_{нj}$ – розмір j -тої складової непрямих витрат туристичної організації;

П — процент прибутку туристичної організації;

К — процент комісії посереднику;

З — розмір знижки;

n — кількість складових прямих витрат;

m — кількість складових непрямих витрат;

i — номер складової прямих витрат туристичної організації;

j — номер складової непрямих витрат туристичної організації.

У формулі 2.1. основною ланкою є прямі та непрямі витрати туристичної організації. Серед складових прямих витрат значної уваги заслуговує визначення вартості страхування, яка передбачає включення до ціни путівки страхового полісу і стягнення зі страхової компанії комісії в розмірі 10-15%. Якщо страховка не є обов'язковою, вона оплачується туристом за бажанням, у вартість туру вона взагалі не входить і оформлюється як додаткова послуга.

Вартість віз, як і страховки, повинна розглядатися виходячи з кількості людей у групі. Їх оформлення здійснюється на підставі запрошення, отриманого від закордонної фірми на певну кількість туристів. Після розгляду, консульство видає візу, загальну для всієї групи або призначену для окремих туристів.

Транспортні витрати повинні включати вартість проїзду до країни перебування (авіапереліт, залізниця, автобус, тепловід і т.п.), перевезення туристів (від місця зборів до аеропорту вильоту, від аеропорту прильоту до готелю або іншого місця проживання), транспортних витрат на екскурсійне обслуговування (при автобусних екскурсіях) і т.д. У загальну вартість туристичного пакету доцільно включати ті витрати, що входять в обов'язкову програму туру. Вартість авіаперельоту, наприклад, як і іншого засобу транспортування, визначається виходячи з вартості квитка на одну людину і чисельності групи. У розрахунку враховується групова знижка, надана перевізником. Її відсоток залежить від компанії перевізника, наявності і умов договорів, укладених між ним і туроператором. Розмір знижки при цьому становить від 5 до 30%.

Витрати на проживання доцільно розраховувати виходячи з вартості номера, що залежить від класу готелю, сезону заїзду, кількості чоловік у групі, наданих групових знижок і часу проживання. Витрати на харчування повинні бути визначені компанією в залежності від виду туризму. Вартість харчування залежить від умов туру (сніданок, напівпансіон, повний пансіон). У більшості готелів сніданок входить у вартість номера за добу. В інших випадках сніданок, обід і вечеря вказуються окремо від вартості номера. Витрати на екскурсійну програму повинні включати лише ті витрати з екскурсійного обслуговування, що входять в обов'язкову програму туру (звичай 2-3 екскурсії). При бажанні турист може оплатити додаткові екскурсії на місці. Їхня вартість залежить від ціни вхідних квитків у музеї, парки, а також вартості послуг екскурсовода, гіда, який супроводжує групу.

До непрямих витрат туроператора, тобто витрат по управлінню та утриманню туристичної організації, необхідно включати витрати на організацію набору груп, амортизацію основних засобів і нематеріальних активів, орендні платежі, оплату послуг банків і підприємств зв'язку, заробітну плату з обов'язковими відрахуваннями управлінського персоналу, агентів і т.п.

Однією із складових системи вартісних важелів є прибуток. У світовій практиці його норма у вартості туристичного пакету враховується на рівні 20%. Проте її величина має бути скоректована з урахуванням попиту, пропозицій і рівнем конкуренції на ринку. Встановлюючи величину очікуваного прибутку необхідно, на наш погляд, зважати на напрям та категорію споживачів, які здійснюють подорож за цим напрямом. Так, наприклад, при формуванні вартості туристичної подорожі до екзотичних країн, доцільно встановлювати норму прибутку на рівні вищому за середній, оскільки такі тури орієнтовані на сегмент споживачів з високим рівнем доходів. В цьому аспекті заслуговує на увагу формування механізму отримання прибутку туроператором та турагентом. При заключенні договору між ними доцільно використовувати наступні варіанти співпраці:

1. Туроператор продає турагенту турпакет за ціною, що він повинен одержати з турагента. Таким чином, прибуток оператора є включеним до цього пакету. У цьому випадку турагент здійснює на свою користь надбавку на ціну туроператора, яка фактично складає його дохід. Туроператор не втручається в розмір встановлення цієї надбавки. Недоліком такої форми діяльності є те, що споживач може придбати аналогічний тур безпосередньо у туроператора, не переплачуючи розмір агентської надбавки. Це може стати причиною зниження попиту на послуги агенства.

2. З метою повного продажу турпакетів і для збереження свого іміджу туроператор надає турагенту турпакет для реалізації за твердою фіксованою ціною. Такий механізм співпраці, на наш погляд, є більш вигідним, ніж попередній. В цьому випадку турагент одержує комісійну винагороду у формі знижки з вартості турпакета. Розмір винагороди відповідає прибутку агента від операції з туристичним продуктом.

3. Безпосередньо пов'язаною з ціною є категорія знижок. Туристичним компаніям доцільно застосовувати наступні *знижки* з вартості туристичного продукту:

сезонні, які передбачають зниження ціни подорожі по закінченню туристичного сезону. Використання сезонних знижок не лише дозволяє компаніям отримувати прибуток по закінченні туристичного сезону, а й відвідати цікаві маршрути за зниженими цінами різним категоріям населення;

- знижки для дітей і школярів, які згідно світової практики туристичного бізнесу складають 50% — для дітей до 7 років і 40% — для школярів;

- спеціальні знижки, надані авіакомпаніями і готелями для людей у віці 50-65 років;

- знижки для постійних клієнтів, які доцільно надавати у таких формах як фіксовані (наприклад, 3-5% починаючи з другої подорожі) або накопичувальні (1% на кожен наступний тур). Крім того, знижка залежить від престижності та вартості турів, які обирає споживач;

▪ знижки у випадку, якщо турист, що забронював тур, дає фірмі право самостійного вибору однієї з трьох дат свого відправлення й одного з трьох пунктів призначення відпочинку.

Перевагами використання знижок у діяльності туристичних компаній є, по-перше, збільшення об'єму реалізації туристичного продукту (наприклад, в міжсезоння), по-друге, залучення споживачів різних сегментів туристичного ринку, по-третє, підвищення іміджу фірми за рахунок надання пільг постійним клієнтам.

Кожен метод ціноутворення має свої переваги і недоліки. Тому кожна туристична компанія повинна приймати власне рішення в цій сфері, враховуючи конкретну ситуацію і уподобання споживачів, які можуть дещо відрізнятись в різних регіонах світу.

Питання для обговорення

1. Особливості розвитку туристичної галузі в регіонах світу.
2. Конкуренція в сфері туристичного бізнесу.
3. Конкурентоспроможність українських туристичних послуг на світовому ринку.

Питання для самостійного вивчення

1. Основні чинники впливу на розвиток галузі.
2. Глобальний Кодекс етики туризму.
3. Державна політика в галузі туризму.

Тестові завдання

1. При якому методі ціноутворення на туристичні послуги відбувається встановлення ціни нижчої або вищої від ринкової в залежності від вибагливості клієнта, наданого сервісу і т.д.:
 - a. ціноутворення з орієнтацією на попит;
 - b. ціноутворення з орієнтацією на конкурентів;
 - c. ціноутворення на основі витрат;
 - d. ціноутворення на основі собівартості.

2. В наслідок витрат, здійснюваних іноземними туристами в країні перебування:

- a. збільшуються прибутки туристичних фірм та зменшується попит з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги постачальників;
- b. збільшується попит з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги постачальників та зменшуються особисті прибутки населення, побічно пов'язаного з туристичним бізнесом;
- c. відбувається зростання споживчого попиту та зростання доходів в усіх секторах економіки;
- d. збільшуються прибутки туристичних фірм та зменшується дохід інших секторів економіки.

3. До особливостей міжнародного туризму як виду економічної діяльності слід віднести:

- a. наявність гнучкості у пропозиціях;
- b. мобільність туристичних послуг;
- c. здатність туристичних послуг до збереження;
- d. потребує участі великої кількості робочої сили.

4. До особливостей ціноутворення в галузі туристичного бізнесу слід віднести:

- a. низька еластичність цін у різних сегментах туристичного ринку;
- b. співпадання в часі моменту встановлення ціни та купівлі-продажу туристичного продукту;
- c. значна вартість операції з туристичними послугами;
- d. здатність туристичних послуг до збереження.

Глава 4. Світовий ринок страхових послуг

4.1. Сутність та особливості надання страхових послуг

Міжнародна торгівля як товарами, так і послугами, переміщення людей і рух капіталу в даний час неможливі без страхування, що є невід'ємною частиною міжнародних торгових контрактів. Під час перевезення вантажів, постачанні промислового устаткування, інвестуванні чи звичайній поїздки за кордон необхідно мати захист від ризиків, непередбачених обставин. У зв'язку з цим виникає необхідність формування спеціального фонду для покриття збитків, тобто *страхового фонду*.

Кожен окремо взятий суб'єкт, що здійснює господарську діяльність, може створити страховий фонд самостійно. Однак коштів цього фонду може виявитися недостатньо при виникненні значних збитків. Тому більш ефективною є система страхування, при якій страховий фонд створюється за рахунок внесків його учасників. Розмір внесків визначається, виходячи з імовірності настання страхової події, що дозволяє розподілити ризик збитків між безліччю суб'єктів і гарантувати їм відшкодування збитку в необхідному обсязі без вилучення значних засобів з господарського обороту. Акумуляовані кошти можуть використовуватися не тільки для покриття збитків, але і для інвестування в різних формах.

Таким чином, страхування як особливий вид господарської діяльності припускає створення за рахунок внесків учасників економічних відносин цільових фондів для відшкодування збитків, що виникли в результаті страхового випадку.

Страховання — економічні відносини, в яких приймає участь мінімум дві сторони, одна з яких — це страхова організація, тобто страхувальник, який формує умови страхування, а інша — фізична або юридична особа, тобто страховик.

До найважливіших особливостей страхування відносяться:

- *цільове фінансування і використання коштів.* Матеріальний збиток відшкодовується лише в строго обговорених випадках і межах. У зв'язку з цим, наприклад, страхування валютного ризику в результаті включення в контракт різних валютних застережень не входить у поняття "страхування" у його вузькому змісті, як особливого виду економічної діяльності, оскільки при цьому не створюються цільові фонди і учасниками страхування є контрагенти по одній торговій операції;

- *ймовірносний характер,* обумовлений тим, що заздалегідь невідомо ні термін настання страхової події, ні розмір збитків, ні те, чийого конкретно матеріального інтересу і в якому ступені вона торкнеться;

- *матеріальна зацікавленість суб'єкта страхування в позитивному результаті заходу, який страхується.* Якщо ж суб'єкт виявиться вигодоотримувачем, то фінансове покриття збитків не повинне здійснюватися на його користь.

Імовірносна подія або сукупність подій, на випадок яких здійснюється страхування називається *страховим ризиком*. Усі ризики, пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю, можна розділити на дві групи:

1. Залежні від діяльності підприємства (аварії, пожежі, невиконання планових завдань в установленій термін, страйки і т.д).

2. Незалежні від діяльності підприємства, тобто зовнішні:

- пов'язані з кон'юктурою зовнішнього ринку (валютні, ризики зміни ціни, ризик зниження попиту і т.д.);
- пов'язані з діяльністю іноземного партнера (ризик неплатежу, банкрутства, неопоставлення товару, невиконання зобов'язань);
- політичні, військові, стихійних лих, пов'язані з третіми особами.

Серед методів управління ризиками слід виділити:

- страхування;

- хеджування;
- аналіз і прогноз кон'юнктури;
- використання різних форм і методів розрахунково-кредитних відносин;
- інші методи.

Країнами-лідерами експорту страхових послуг є Великобританія, США, Італія, Німеччина, Франція, Швейцарія. Міжнародні страхові організації можна класифікувати наступним чином:

- страхові холдінг-компанії, які є власністю акціонерів, чия відповідальність за збитки обмежується вартістю акцій, які їм належать;
- взаємні компанії, власниками яких є власники полісів, які розподіляють отриманий прибуток;
- колективні товариства взаємного страхування;
- кептивні страхові компанії;
- взаємні асоціації, які гарантують відшкодування збитку і приймають до страхування ризику від осіб, зайнятих в окремій галузі промисловості.

Прибуток страхових компаній формується головним чином із двох джерел: власне страхової діяльності та інвестиційної діяльності. У першому випадку прибуток виникає в результаті перевищення сум акумульованих страхових премій і отриманих регресних внесків над сумами виплачених страхових відшкодувань і адміністративних витрат, а в другому випадку — в результаті операцій з цінними паперами і т.п.

Існує кілька класифікацій страхування. *Ми розглянемо наступні його види: особисте, майнове, страхування відповідальності перед третьою особою.* При **особистому страхуванні** об'єктами страхування є життя, здоров'я, працездатність людини. Страхувальник укладає договір страхування визначеної особи, якою може бути або сам страхувальник, або третя особа. В особистому страхуванні виділяють страхування життя, від нещасливих випадків, на випадок хвороби та ін. При **майновому страхуванні**, об'єктом якого є різні види власності юридичних і фізичних осіб, завжди необхідна точна страхова

оцінка майна і збитку. Майно страхувальника знаходиться при цьому в його володінні, розпорядженні і/чи користуванні. Страхове відшкодування не повинне перевищувати страхової суми, а страхова сума — страхової оцінки. Метою майнового страхування є відшкодування страхувальнику прямого чи непрямого збитку. *Прямий збиток*, виявляється у втраті або знеціненні застрахованого майна в результаті страхового випадку. Він піддається оцінці і частіше виражається в матеріальній формі. Крім цього, в прямий збиток включаються витрати страхувальника на порятунок майна і відновлення його властивостей, здійснені під час і через страховий випадок. *Непрямий збиток* — це недоотриманий дохід, як правило, внаслідок прямого збитку. Він виникає через тимчасову зупинку процесу виробництва, невиконання зобов'язань перед контрагентами, що призвело до сплати неустойки і т.п. Правила майнового страхування істотно різняться в залежності від виду майна і пов'язаних з ним ризиків.

Юридичні особи зазвичай здійснюють страхування виробничих приміщень і незавершеного будівництва від вогню і стихійних лих, устаткування від поломок, транспортних засобів від аварій і т.д. Об'єктом майнового страхування можуть виступати цінні папери, фінансовий стан фірми. Фінансовий стан фірми страхується від збитку, що може виникнути в результаті страйків, зловживань службовців, а також невиконання контрагентом своїх зобов'язань та ін.

Страхування відповідальності перед третіми особами. Така відповідальність виникає при здійсненні неправильних дій страхувальником або його бездіяльності і являє собою його обов'язок відшкодувати збиток визначеним юридичним і фізичним особам. На відміну від майнового страхування в цьому випадку об'єктом страхових відносин є не власність, якій може бути нанесений збиток, а економічний інтерес у його грошовому виразі. Метою страхування відповідальності є компенсація витрат, що страхувальник повинен понести згідно закону чи рішенням суду на користь осіб, яким нанесений збиток чи шкода. Страхова сума не може бути оцінена до

страхового випадку, наприклад страхування відповідальності власників автотранспортних засобів. Крім суми відшкодування збитку третім особам можуть бути відшкодовані і витрати страхувальника, пов'язані із судочинством.

4.2. Страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності

Особливим видом страхування є страхування ризиків, зокрема, технічних ризиків, ризиків неплатежу, так званих некомерційних ризиків — страхування іноземних інвестицій від політичних ризиків. Існує також страхування валютних ризиків, але даний вид діяльності трохи відрізняється від загальної системи страхування. В умовах підвищення в зовнішньоторговельному обороті питомої ваги машин і устаткування, включаючи постачання комплексного устаткування для підприємств і проведення будівельно-монтажних і пусконаладжувальних робіт на території країн-імпортерів, широко застосовується *страхування технічних ризиків і відповідальності перед третіми особами*:

- будівельно-монтажне страхування;
- страхування машин від поламок;
- страхування післяпускових гарантійних зобов'язань;
- страхування імпортованого в країну комплексного устаткування;
- страхування електронного устаткування;
- страхування відповідальності перед третіми особами при будівельно-монтажних роботах.

Страхування будівельно-монтажних ризиків. Страхова компанія здійснює страхування будівництва будинків і споруд і/чи монтажу устаткування, виконуваних по зовнішньоекономічних контрактах на території країни або за її межами.

Об'єктами страхування є будинки, споруди, машини, запасні частини до них, матеріали та інше майно, призначене для будівництва і монтажу, яке знаходиться на будівельному майданчику, зазначені в договорі страхування.

Відшкодуванню підлягають прями збитки від загибелі чи ушкодження застрахованого майна, що відбулося в результаті:

- помилок при проведенні будівельних і монтажних робіт, дефектів у застрахованих об'єктах, а також помилок інженерів і службовців чи в результаті недбалості третіх осіб;
- короткого замикання, перевантаження електромережі, атмосферних розрядів і т.п.;
- розривів тросів і ланцюгів, падіння деталей і інших предметів;
- пожежі, вибуху, землетрусу, вулканічного виверження, гірського обвалу; зсувів, повені, урагану й інших стихійних лих;
- будь-яких інших раптових і непередбачених подій на будівельному майданчику, не виключених умовами страхування.

Якщо в договорі страхування не передбачено іншого, не підлягають відшкодуванню збитки, що прямо чи побічно відбулися в результаті:

- воєнних дій чи військових заходів і їх наслідків;
- ядерного вибуху, радіації чи радіоактивного зараження;
- навмисної дії чи грубої недбалості страхувальника або особи, на користь якої укладено договір страхування;
- помилок, недоліків чи дефектів, що були відомі страхувальнику до настання нещасливого випадку;
- часткового чи загального припинення робіт;
- корозії, гниття, природного зносу, самозаймання й ін.;
- експериментальних чи дослідницьких робіт;
- ушкодження будівельної техніки і транспортних засобів у результаті їхніх внутрішніх поломок, що не викликані зовнішніми факторами.

Відповідальність за договором страхування починається з моменту вивантаження застрахованого майна на будівельний майданчик (але не раніше обумовленої в договорі страхування дати), продовжується протягом усього часу будівництва, монтажу випробування обладнання і закінчується в момент здачі

об'єкта в експлуатацію, але не пізніше дати, зазначеної в договорі страхування.

Страхування післяпускових гарантійних зобов'язань.

За умовами даного виду страхування страхова компанія приймає зобов'язання по гарантіям, виданим на будинки, споруди, устаткування, що побудовані чи змонтовані по зовнішньоекономічних контрактах у нашій країні або за її межами.

Особі, на користь якої укладено договір страхування, відшкодовуються витрати, обумовлені гарантійними зобов'язаннями перед покупцем і пов'язані з загибеллю або ушкодженням об'єкта страхування, за умови, що загибель або ушкодження виявилися наслідком:

- недоліків, допущених при здійсненні будівельно-монтажних чи пусконаладжувальних робіт, але виявлених у період гарантійної експлуатації;
- виконання гарантійних зобов'язань особою, на користь якої укладене страхування, чи уповноваженими нею особами.

Об'єктами страхування є споруди, матеріали, механізми й устаткування, що знаходяться в місці завершення будівельно-монтажних робіт, зазначеному в договорі страхування, і поставлені особами, на користь яких проводиться страхування, відповідно до торгового контракту, зазначеного у договорі страхування.

Якщо в договорі страхування не передбачено іншого, не відшкодовуються збитки, що виявилися наслідком положень, перерахованих в умовах страхування будівельно-монтажних ризиків.

Страхування імпортованого в країну комплектного устаткування. Згідно умов цього виду страхування, страхова компанія страхує відповідальність продавця цього устаткування за шкоду, заподіяну покупцю і третім особам у період монтажних робіт, пусконаладжувальних робіт і гарантованого терміну експлуатації устаткування.

Договір страхування заключається продавцем або покупцем від імені продавця. Страхування може бути укладене на

користь як продавця, так і інших осіб, що вказуються в полісі, якщо вони можуть зазнати шкоди внаслідок передбачених у договорі подій.

Відшкодуванню підлягають тільки прямі збитки, що утворилися в результаті: помилкових дій чи вказівок страховальника або осіб, на користь яких укладене страхування, допущених по місцю здійснення монтажу, пусконаладжувальних робіт і експлуатації устаткування протягом страхового періоду; дефектів вузлів, агрегатів і інших частин устаткування, за винятком витрат на ремонт і заміну самих дефектних частин.

Відшкодування за загибле устаткування визначається по фактичній вартості його заміни, але не вище тієї, по якій воно включено в торговий контракт, з додатковим відшкодуванням витрат по перевезенню і на транспортне страхування.

Після другої світової війни в практиці міжнародної торгівлі значне місце займають постачання промислового устаткування, компенсаційні й інші експортно-імпорتنі угоди на базі довгострокових кредитів. З метою гарантії погашення кредитів в обумовлений термін, кредитори в багатьох випадках здійснюють страхування експортних кредитів або ризику неплатежу. Особливе значення страхування ризику неплатежу набуває в умовах ринкової економіки, коли окремі підприємства й організації самостійно виходять на зовнішній ринок, встановлюють прямі комерційні зв'язки без достатнього знання своїх партнерів, умов торгівлі у відповідних країнах.

Страхування цього ризику приватні страхові компанії, як правило, не проводять. Страхування експортних кредитів здійснюється спеціалізованими установами і товариствами, які зазвичай належать державі або в яких вона володіє контрольним пакетом акцій.

Страхуванню підлягають збитки від несплати рахунків за поставлені товари і/чи надані послуги, що виникли протягом дії договору страхування внаслідок настання страхового випадку. Страхування також поширюється на рахунки, виписані на товари і/чи послуги, що дійсно поставлені і/чи дійсно на-

дані від імені і за рахунок страхувальника, прийняті іноземним покупцем і підлягають оплаті протягом терміну, встановленого в договорі страхування.

Страхування не поширюється на неустойки, договірні штрафи, відсотки за прострочення, відшкодування збитків по рекламації, курсові різниці; рахунки, виписані на державні підприємства, організації і фірми; рахунки по експортних контрактах, для виконання яких відсутні необхідні ліцензії і (або) дозволи. Не відшкодовуються також збитки, що ви'явилися наслідком війни, воєнних дій, цивільної непокори, страйків, конфіскації, націоналізації, введення ліцензування, скасування експортної чи імпоротної ліцензії або заборони обмеження переказів.

Страховим випадком вважається неплатоспроможність іноземного покупця, під якою розуміються наступні події: відкриття судового процесу по справі про неспроможність іноземного покупця або відмова про порушення справи про неспроможність іноземного покупця в зв'язку з відсутністю в нього майна; відкриття судового процесу по запобіганню неспроможності; досягнення позасудового компромісу між іноземним покупцем і його кредиторами; безперспективність платежу в силу доведених несприятливих обставин; несплата застрахованого рахунка протягом шести місяців з дати закінчення терміну, встановленого в договорі страхування.

Для визначення розмірів збитків із суми несплачених рахунків вираховуються: зустрічні вимоги іноземного покупця до страхувальника; доходи від реалізації різних видів забезпечення; всі надходження після настання страхового випадку, включаючи надходження від реалізації активів в ході судового процесу по частці страхувальника.

Валютою страхування може бути будь-яка іноземна валюта, в якій виписуються рахунки іноземним покупцем. Страхова премія та страхове відшкодування виплачуються в тій валюті, в якій виписані рахунки.

4.3. Пріоритетні напрями транспортного страхування в міжнародній сфері

Основні ризики в міжнародній торгівлі пов'язані з транспортуванням товарів, тому велике значення має транспортне страхування. *Об'єктами транспортного страхування є:* карго, транспортний засіб (каско), фрахт. У міжнародній торгівлі перевезення здійснюються переважно морським транспортом, тому морському страхуванню приділяється особлива увага. Основні вимоги до договору морського страхування містяться в Кодексі торгового мореплавства, що регулює відносини між сторонами договору.

Об'єктом морського страхування може бути майновий інтерес, пов'язаний з торговим мореплавством: судно, вантаж, фрахт, плата за проїзд, орендна плата, прибуток, очікуваний від вантажу, заробітна плата та інші види винагороди капітана та екіпажа судна, а також ризик, прийнятий на себе страховиком (перестраховання).

Договір морського страхування вантажів повинен мати письмову форму. Він заключається на підставі заяви страховальника, *яка повинна містити:*

- точне найменування вантажу, вид упаковки, число місць, вагу вантажу;
- номери і дати коносаментів або інших перевізних документів;
- найменування, рік побудови, прапор і тоннаж судна;
- спосіб транспортування вантажу; пункти відправлення, перевантаження і призначення вантажу;
- дату відправлення вантажу, страхову суму, умови страхування.

Страховик вправі вимагати, щоб вантажі перевозилися в тарі та упаковці, які забезпечать їх цілість при транспортуванні. Перевізник зобов'язаний завчасно забезпечити технічну придатність судна до плавання, належним чином знарядити його, укомплектувати екіпаж і забезпечити його всім необхідним, а також привести трюми та інші приміщення судна,

у яких перевозяться вантажі, до стану, який забезпечує належний прийом, перевезення і цілість вантажу.

Договір страхування вважається укладеним з моменту, коли факт страхування підтверджений страховою компанією. Після такого підтвердження страховальник видає страховий поліс. *Договір страхування може бути укладений на наступних умовах:*

- з відповідальністю за всі ризики;
- з відповідальністю за приватну аварію;
- без відповідальності за uszkodження, крім випадків катастрофи.

Ці умови використовуються з урахуванням міжнародної практики, що склалася в морському страхуванні вантажів, і відповідають, зокрема, стандартним умовам, розробленим Інститутом лондонських страховиків, які в силу стандартизації і загального визнання широко застосовуються страховими компаніями більшості країн світу.

За договором страхування, укладеним страховою компанією на умовах **з відповідальністю за всі ризики**, відшкодовуються всі збитки від uszkodження чи повної загибелі всього або частини застрахованого вантажу, крім збитків, що відбулися в результаті:

- військових дій або впливу атомного вибуху, радіації;
- наміру або недбалості страховика, а також порушення встановлених правил перевезення і збереження вантажів;
- впливу температури, трюмного повітря або особливих властивостей і природних якостей вантажу;
- невідповідної упаковки вантажів, відправлення їх в uszkodженому стані, нестачі вантажів при цілісності зовнішньої упаковки, uszkodження їх гризунами і комахами, несвоєчасної доставки вантажів і падіння цін;
- впливу вогню чи вибуху внаслідок транспортування з відома страховальника, але без відома страхової компанії, речовин і предметів, небезпечних у відношенні вибуху чи самозаймання.

Відшкодуванню підлягають збитки страхувальника внаслідок загальної аварії, під якою розуміються збитки і витрати, заподіяні в результаті зіткнення суден, пожежі чи вибуху на судні і т.п., що розподіляються між всіма учасниками морського підприємства: судном, вантажем і фрахтом. У міжнародній практиці широко застосовуються, так звані, Йорк-Антверпенські правила, що представляють собою основні положення про збитки по загальній аварії і порядок їх розподілу.

За договором страхування, укладеному на умовах з **відповідальністю за приватну аварію**, відшкодовуються:

- збитки від ушкодження чи повної загибелі всього або частини застрахованого вантажу внаслідок стихійних лих, катастрофи чи зіткнення суден, літаків та інших засобів перевезення між собою чи їх удару об нерухомі або плавучі предмети і т.д., збитки внаслідок пронажі судна чи літака безвісті;
- збитки від ушкодження або повної загибелі вантажу в результаті нещасних випадків;
- збитки, витрати і внески по загальній аварії;
- витрати по порятунку вантажу.

Умови страхування **без відповідальності за ушкодження, крім випадків катастрофи**, в цілому збігаються з умовами страхування з відповідальністю за приватну аварію. Необхідно відмітити лише, що за умовами без відповідальності за ушкодження, крім випадків катастрофи, відшкодовуються збитки тільки від повної загибелі всього чи частини вантажу.

Встановлення факту і причин страхового випадку, розміру збитку, заподіяного застрахованому майну в результаті страхового випадку, документальне оформлення й оплати страхування в практиці іноземного страхування називають **ліквідацією збитку**. Ліквідацією збитку завершуються юридичні та економічні взаємини між страхувальником і страховиком, що впливають з договору морського страхування.

За особливою угодою, яка носить назву **генеральний поліс**, можуть бути застраховані всі або певного роду вантажі, що

страхувальник одержує або відправляє протягом визначеного терміну. По цій угоді вважаються застрахованими вантажі, що перевозяться морськими і водними шляхами на суднах; залізницею; автомашинами та іншими транспортними засобами; повітряним транспортом.

Страхування вантажів по генеральному полісу оформлюється на підставі заяви страхувальника або іншого документа, що містить необхідні дані. Таку заяву страхувальник робить по кожному відправленню вантажу, що підпадає під дію генерального поліса. *До відходу судна або іншого транспортного засобу страхувальник повідомляє наступні дані:*

- найменування вантажу, число місць, вага і вид упаковки;
- вид транспорту і спосіб відправлення вантажу;
- пункти відправлення і призначення вантажу, а також першвантажень;
- дата відправлення вантажу (виходу судна з порту);
- номери і дати коносаментів, накладних чи інших транспортних документів;
- страхова сума;
- умови страхування вантажів.

Якщо вантажі, які підлягають страхуванню згідно генерального полісу, не будуть заявлені на страхування, страхова фірма залишає за собою право відмовитися від оплати можливого збитку.

Питання для обговорення

1. Ринок страхових послуг як елемент світового ринку.
2. Особливості морського страхування вантажів.
3. Поняття франшизи.

Питання для самостійного вивчення

1. Особливості здійснення особистого та майнового страхування.
2. Страхування ризику неплатежу.

Тестові завдання

1. Страхування фінансового стану компанії є різновидом:

- a) страхування майна;
- b) страхування відповідальності перед третіми особами;
- c) страхування життя;
- d) особистого страхування.

2. Прямий збиток, який відшкодовується страховою компанією, означає:

- a) втрату майна в результаті настання страхового випадку;
- b) знецінення майна в результаті настання страхового випадку;
- c) недоотримання доходу;
- d) втрату або знецінення майна в результаті настання страхового випадку.

3. Страховик — це:

- a) фізична або юридична особа;
- b) державна страхова компанія;
- c) акціонерна страхова компанія;
- d) державна, акціонерна або приватна страхова компанія.

4. До зовнішніх ризиків підприємства, пов'язаних з кон'юнктурою світового ринку відносяться:

- a) валютні;
- b) ризики неплатежу;
- c) ризики невиконання зобов'язань;
- d) політичні.

5. До особливостей страхування як виду економічної діяльності слід віднести:

- a) чітко визначений характер;
- b) цільове використання коштів;
- c) незацікавленість суб'єкта страхування у результаті заходу, який страхується;
- d) некомерційний характер послуги.

6. До ризиків, які залежать від діяльності підприємства відносяться:

- a) аварії;
- b) стихійні лиха;

- c) валютні ризики;
- d) ризики зниження ціни.

7. При страхуванні інвестиційної діяльності найбільші труднощі виникають через:

- a) господарські ризики;
- b) технічні ризики;
- c) політичні ризики;
- d) економічні ризики.

8. Договір морського страхування повинен мати:

- a) письмову форму;
- b) усну форму;
- c) письмову або усну форму;
- d) письмову та усну форму.

9. Договір морського страхування може бути укладений на умові:

- a) з відповідальністю за всі ризики;
- b) з відповідальністю за загальну аварію;
- c) з відповідальністю за ушкодження;
- d) з відповідальністю за ушкодження, крім випадків катастрофи.

10. При страхуванні будівельно-монтажних ризиків відшкодуванню підлягають збитки, що відбулися в наслідок:

- a) воєнних дій;
- b) падіння деталей;
- c) пожежі, вибуху, землетрусу;
- d) помилок при проведенні монтажних та будівельних робіт.

11. При страхуванні післяпускових гарантійних зобов'язань відшкодовуються витрати, які є наслідком:

- a) недоліків, допущених при здійсненні будівельно-монтажних робіт;
- b) недоліків, допущених при здійсненні пусконаладжувальних робіт;
- c) недоліків, допущених при здійсненні будівельно-монтажних робіт, виявлених в період гарантійної експлуатації;
- d) недоліків, допущених при здійсненні будівельно-монтажних або пусконаладжувальних робіт, виявлених в період гарантійної експлуатації.

12. Об'єктом морського страхування може бути майновий інтерес, пов'язаний з:

- a) судном;
- b) вантажем;
- c) винагородою капітана;
- d) усім перерахованим.

13. Умови страхування без відповідальності за ушкодження, крім випадків катастрофи, передбачають відшкодування збитків:

- a) від часткової загибелі вантажу;
- b) від часткової загибелі частини вантажу;
- c) від повної загибелі вантажу;
- d) від повної загибелі всього або частини вантажу.

Глава 5. Міжнародний ринок інформаційних послуг

5.1. Поняття ринку інформаційних послуг

Сучасний етап розвитку економіки обумовив зростання потреб в інформації, тому що остання все більше відіграє роль виробничого фактора та стратегічного ресурсу, і розвиток нових форм інформаційного обслуговування.

Інформація — це дані, адаптовані для конкретних людей, цілей, проблем та ситуацій.

Вся сукупність інформації може бути поділена на 3 види:

- інформація, яка правильно відображає дійсність і є необхідною для прийняття конкретного рішення;
- інформація, яка неправильно відображає дійсність (неточна, неповна або вигадана);
- інформація, в якій немає необхідності в даній ситуації, тобто яка або не має відношення до справи, або є надлишковою.

Виділяється 7 основних характеристик якісної інформації:

1. Невигаданість;
2. Точність;
3. Повнота;
4. Ясність;
5. Відсутність надлишкових даних;
6. Вірність припущень;
7. Правильність узагальнень.

Інформація може приймати різноманітні форми, в залежності від глибини співставлення даних. Так, *метайнформація* — це інформація про інформації, отримана в результаті співставлення інформацій.

Документована інформація, яка підготовлена відповідно до потреб користувачів і призначена (або застосовується) для їх задоволення, є *інформаційним продуктом*.

Інформаційна послуга — діяльність щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами.

Ринок інформаційних послуг — сукупність економічних, правових і організаційних відносин по продажу і купівлі інформаційних продуктів та послуг (ІПП), які складаються між їхніми постачальниками і споживачами.

В інформаційний ринок входять ділова, правова, екологічна, медична й інша інформація, інформація для фахівців і масова споживча інформація. *Світовий ринок інформаційних послуг* підкоряється загальним законам конкурентної боротьби між сотнями тисяч взаємодіючих на цьому ринку суб'єктів.

Ринок інформаційних послуг зазвичай поділяється на:

- глобальний (загальнопланетарний);
- міжнародний (охоплює групи країн);
- національний (телебачення, радіомовлення й інші засоби масової інформації);
- регіональний (теле- і радіопередачі у визначеному регіоні);
- локальний (місцеве радіомовлення, місцеві газети і журнали);
- крапковий (інформаційні мережі в навчальних закладах, наукових установах, бібліотеках, музеях і т.п.).

Приблизно 3/4 сучасного світового ринку інформаційних послуг припадає на операції п'яти економічно найбільш розвинутих країн. При цьому частка США на світовому ринку інформаційних послуг складає понад 50%, що значно більше частки цієї країни, наприклад, у світовій торгівлі (12%). На другому місці знаходиться Японія, обсяг операцій купівлі-продажу інформаційних послуг у якій наближається до 10% світового ринку. Третє місце займає Великобританія. В усіх перерахованих країнах основу ринку складають власне інформаційні послуги.

Ринок інформаційних послуг характеризується, з одного боку, попитом громадськості, господарських підприємств і державних установ, а з іншого боку, пропозицією послуг державних установ, підприємств із змішаним капіталом та приватних). Діяльність приватних інформаційних фірм регулюється попитом і ефективністю пропозиції. Порівняно з ним розвиток і надання інформаційних послуг, включаючи дослідження, розробки і консультування, які фінансуються державою, відбувається за межами пропозиції і попиту, керованих інформаційним ринком. Інформаційні служби державних установ намагаються орієнтуватися на існуючий попит, який не представляє інтересу для приватних інформаційних підприємств і тому не веде до пропозиції ними ІПП. На думку американських аналітиків, які досліджували державний і змішаний сектори, перший не є конкурентоспроможним в силу централізованого управління, відсутності розвинутої системи зв'язку з споживачами й ін.

Змішаний сектор надає користувачам широкий спектр ІПП і гнучко реагує на зміни попиту. Основні споживачі інформації відрізняються завданнями, які вирішуються з використанням інформаційних послуг. Підприємства вдаються до цих послуг головним чином з метою оптимізації управлінської діяльності, розробки торгово-економічної стратегії і довгострокових програм розвитку виробництва.

Об'єктивний ріст інформаційних потреб пов'язаний із загальним підвищенням складності управління і з необхідністю обґрунтовано аргументувати запропоновані заходи, користуючись інформацією прогностичного характеру.

Споживачами більшості видів інформаційних послуг можуть бути як безпосередні споживачі, так і спеціалізовані інформаційні органи, для яких ці послуги виступають предметом праці і напівфабрикатом при підготовці власних інформаційних послуг.

5.2. Сучасні тенденції розвитку сфери інформації

В наші дні інформація є таким самим важливим фактором виробництва, як земля, праця і капітал. *На сучасному етапі для інформаційного забезпечення, включаючи сферу міжнародного і зовнішньоекономічного прогнозування, характерні наступні особливості:*

- значне збільшення попиту на інформацію. Багато фірм почали відчувати нестачу інформації для управління діяльністю своїх підприємств, і насамперед для визначення ринкової стратегії, розробки довгострокових програм і вибору перспективних напрямків виробництва і збуту. Підвищення попиту на інформацію викликано також загальним ускладненням структури управління компаніями, необхідністю прийняття ними аргументованих рішень на основі прогнозової інформації;

- упровадження принципово нової технології на базі швидкого розвитку електронно-обчислювальної техніки, що дозволило в розвинутих країнах створити ефективні національні і міжнародні інформаційні мережі. Про підвищення ефективності мікросхем і зменшення їхньої собівартості свідчить той факт, що знизилася ціна 1 біта — найдрібнішої одиниці кількості інформації. Крім того, мікросхеми в розрахунку на 1 біт стали істотно дешевше й у багато разів ефективніше;

- швидке розширення програмного забезпечення, що складає базу нової технології в інформаційних системах, навіть на фоні загальних порівняно високих темпів приросту основних складових інформатики.

- виділення сектору ділової інформації, що включає інформацію про окремі товарні ринки і ринки конкретних країн як найбільш динамічної на сьогодні частини світового інформаційного ринку

З появою нових, більш складних ЕОМ вартість технічних засобів і програмування в абсолютному значенні в цілому зростає, причому витрати фірм на розробку і впровадження

інформаційних систем значно перевищують витрати на придбання електронно-обчислювальної техніки.

Важливим аспектом функціонування ринку інформаційних послуг є діяльність компаній — власників банків даних і посередників. Власниками інформації є видавничі і дослідні організації, що володіють могутньою фінансовою і технічною базою, мають філії і велику мережу клієнтів. Власники інформації одержують від своїх філій, клієнтів і з інших джерел дані, що обробляють, зберігають і на комерційній основі передають посередникам. У зв'язку зі зростанням обсягу інформації, що переробляється, найбільш складним питанням для власників є вибір техніки і методів обробки, збереження масивів даних і їхнього пошуку, для вирішення якого створюється спеціальне програмне забезпечення.

5.3. Особливості функціонування світового інформаційного ринку

Світовий інформаційний ринок — це головним чином продаж і купівля послуг по використанню різних баз даних (БД).

До цього ринку можна віднести також більшу частину світового книжкового ринку, виконання замовлень на виготовлення і доставку копій документів, укладання і продаж оглядове — аналітичних і фактографічних довідок, техніко економічних прогнозів та інших довідково — інформаційних матеріалів, що готуються в науково -дослідних інститутах, центрах аналізу інформації та інших інформаційних установах. Крім того, в інформаційний ринок можна включити різні засоби електров'язку для автоматизованого пошуку у віддалених БД тощо.

Інформаційний ринок США склався у 60 — 70 роки. Його розвитку значною мірою сприяло те, що у США традиційно розвинутий приватний сектор. Держава приділяє значну увагу розвитку системи науково — технічної інформації, про що свідчать матеріали Міжнародної конференції з наукової інфор-

мації (1958 р.). Національної програми розвитку бібліотечного і інформаційного обслуговування (1970 р.). З 1977 року конгресом США було прийнято більш ніж 300 законодавчих актів з питань інформаційної діяльності. До кола органів наукової інформації федерального уряду США входить біля 2,5 тис. інформаційних центрів і бібліотек. Органи наукової інформації приватного сектору включають інформаційні центри в великих промислових фірмах, спеціальні бібліотеки (біля 12,5 тис.) і інформаційні фірми, що виключно на комерційних засадах надають різні види інформаційного обслуговування.

Важливу роль на інформаційному ринку США відіграють так звані незалежні “безприбуткові” установи. Вони виконують наукові дослідження по замовленням інших установ, в тому числі міністерств і відомств США. Для цього “безприбуткові” установи формують власні високоефективні центри науково технічної інформації, які готують аналітичні огляди і прогнози розвитку, здійснюють інформаційне обслуговування. Деякі “безприбуткові” установи займаються виключно інформаційною діяльністю

Використання БД для інформаційного пошуку в режимі інтерактивного теледоступу забезпечується спеціалізованими БД. Для теледоступу в ці банки даних використовуються швидкодіючі мережі передачі даних, головним чином Internet. Деякі центри, що створюють БД, не тільки віддають їх у оренду, але й забезпечують їх використання користувачами.

Пошук в БД виконується з терміналів і персональних комп'ютерів по каналам електрозв'язку. На проведення пошуку потрібно в середньому 10 — 15 хвилин, його вартість — 8-10 дол. США, як і іншим розвиненим країнам, притаманна тенденція зрощення систем науково — технічної інформації з бібліотеками та їх мережами. В США функціонують близько 29,5 тис. наукових, спеціальних, вузівських і публічних бібліотек, 18 крупних регіональних бібліотечних мереж, кожна з яких об'єднує до 300 і більше бібліотек.

На інформаційному ринку США важливу роль відіграє система видавничої діяльності і поліграфічного виробництва,

яким притаманні тенденції технологічного і організаційного зрощування з системою науково — технічної інформації. В США щорічно видається більш ніж 10 тис. назв журналів і 15 — 20 тис. нових книг. Завдяки використанню комп'ютерів та інших засобів інформаційної техніки в видавництвах та типографіях все більша кількість газет, журналів, довідників та інших видань виходять не тільки в друкованій, але й в електронній формі у вигляді повнотекстових БД, що надходять для використання у БД.

За припущенням фахівців доходи від продажу і оренди БД щорічно зростають на 28%. Цей зріст стимулюється наступними факторами: розширенням мереж електрозв'язку для передачі даних і теледоступу до внутрішніх інформаційних ресурсів, впровадженням нової техніки виготовленням і доставкою копій документів користувачам, у тому числі на оптичних дисках.

В США на створення і використання БД розходиться більше коштів, ніж в будь — якій іншій країні: саме тут створені головні світові центри автоматизованого інформаційного пошуку, в яких зберігаються близько 2/3 усіх БД, доступних для вільного використання. Не менш ніж 50% усіх інформаційних пошуків, що проводять вчені і спеціалісти Західної Європи здійснюються в американських центрах.

Ці процеси викликають серйозне занепокоєння країн Західної Європи у зв'язку з тим, що зростає їх інформаційна залежність від США, йде процес витискування цих країн із світового інформаційного ринку. Тому розвиток інформаційної промисловості в країнах Західної Європи є одним з першочергових політичних і економічних завдань.

Вивчення інформаційного ринку показує, що бібліографічні БД на відміну від інших БД дають малий прибуток. Це пояснюється тим, що кількість користувачів бібліографічних БД значно менша, а середня плата за кожний інформаційних пошук багато нижча.

Питання цін на послуги — одне із самих складних в роботі центрів автоматизованого інформаційного пошуку. Ці ціни залежать від виду інформації, що потребує користувач, викори-

стовуваної обчислювальної техніки і мереж передачі даних, програмного забезпечення, кількості знайденої інформації та інших факторів. Центри автоматизованого інформаційного пошуку при встановленні цін враховують вартість оренди БД, використаного часу, каналів зв'язку і кількості виданих релевантних повідомлень або бібліографічних описів.

Для забезпечення рентабельності БД необхідно залучити можливо більшу кількість користувачів. Для цього великі центри використовують дві різні стратегії або комбінують їх. Першу стратегію можна назвати *принципом інформаційного супермаркету*. Друга стратегія заснована на *прагненні монополізувати окремі БД*. Таким чином, оцінюючи можливості, що надає світовий інформаційний ринок, слід зазначити, що організація і використання БД важке завдання, яке не гарантує значних прибутків. Цю думку стверджує і аналіз функціонування інформаційного ринку Німеччини. В наш час в Німеччині функціонують декілька БД, що забезпечують доступ до внутрішніх і зовнішніх БД для вчених і спеціалістів. На світовому інформаційному ринку електронної інформації доля продукції Німеччини є невеликою порівняно з долею продукції США (54%), Великобританії (17%), Японії (12,5%). Зросло виробництво БД з економіки та бізнесу (6,8% світового виробництва), з науки та техніки (9,7% світового виробництва). Найбільшу частину світового інформаційного ринку (9% у грошовому вираженні) Німеччина має в секторі друкованої інформації.

На інформаційному ринку Франції функціонують державні і муніципальні органи науково — технічної інформації (в тому числі інформаційні центри міністерств та відомств): регіональні центри (агенції) науково -технічної інформації; галузеві і тематичні підрозділи науково — технічної інформації недержавних науково — дослідницьких інститутів, центрів, наукових асоціацій (близько 1900), підрозділи науково — технічної інформації приватних фірм та приватні посередницькі фірми (162). У Франції функціонує "Об'єднання виробників баз і банків даних" до якого входять як державні, так і приватні установи (близько 40). Із усієї кількості баз даних, що функціонують, БД комерційних установ складають близько 23%.

Питання для обговорення

1. Поняття ринку інформаційних послуг.
2. Сучасні тенденції розвитку сфери інформації.

Питання для самостійного вивчення

1. Інформація як необхідна складова розвитку світового господарства.
2. Характеристика основних суб'єктів інформаційного ринку.
3. Можливості отримання необхідної інформації на світовому ринку.

Тестові завдання

1. **Крапковий ринок інформаційних послуг – це:**
 - a. місцеве радіомовлення, газети, журнали;
 - b. інформаційні мережі в наукових установах;
 - c. національне телебачення, радіомовлення та ЗМІ;
 - d. глобальне телебачення та радіомовлення.
2. **Найбільш розвинуеною частиною інформаційного ринку сьогодні є:**
 - a. сектор первинної інформації;
 - b. сектор фінансової інформації;
 - c. сектор ділової інформації;
 - d. сектор консалтингової інформації.
3. **Методи дослідження міжнародного ринку стосуються:**
 - a. первинної інформації;
 - b. вторинної інформації;
 - c. первинної та вторинної інформації;
 - d. інформації, отриманої шляхом лабораторного дослідження.
4. **Інформація про інформації, отримана в результаті співставлення інформацій є:**
 - a. метаінформацією;
 - b. мегаінформацією;
 - c. псевдоінформацією;
 - d. моноінформацією.

Глава 6. Ринок міжнародних рекламних послуг

6.1. Економічний зміст рекламних послуг

Реклама відіграє значну роль у міжнародній торгівлі, оскільки на світових товарних ринках зараз діє велика кількість різних фірм, яким необхідно рекламувати свою продукцію. У той же час реклама з придатка до торгівлі перетворилася в самостійну, дуже прибуткову сферу бізнесу. Сьогодні для ринку реклами характерний процес концентрації рекламної діяльності, поглинання великими рекламними агентствами і засобами поширення реклами більш дрібних. Роста вплив на рекламну сферу найбільших рекламодавців, вони все більше втручаються в ділову активність рекламних агенцій і засобів розповсюдження реклами, контролюючи їх діяльність або скуповуючи їх. Монополізуючи ринок рекламних послуг, промислові фірми отримують монополію на збут товарів, які вони виробляють.

Таким чином, щоб конкурувати з транснаціональними корпораціями, що сконцентрували у своїх руках величезні фінансові, виробничі і науково-технічні ресурси і близько половини світової торгівлі, фірмам “другого ешелону” доводиться, зокрема, інтенсифікувати рекламу.

На загострення конкуренції впливає також різке розмежування світу на економічні зони. За ринки збуту змагаються між собою корпорації країн “великої трійки” — США, Японії і Західної Європи. У цю боротьбу все активніше включаються нові промислово розвинуті країни — Південна Корея, Тайвань, Сінгапур, Гонконг, Таїланд, Бразилія, Туреччина, Німеччина. Труднощі зі збутом додала науково-технічна революція. Підвищилися вимоги до якості й асортименту продукції. Внаслідок цього фірмам-виробникам доводиться вивертити нові засоби модернізації виробництва.

В цих умовах боротьба за споживача з кожним днем стає витонченішою. Новизна і досконалість виробів для нього тепер найчастіше є важливішою, ніж ціна. Тому на сучасному

ринку перемагає той, хто поряд із принципово новим виробом пропонує досконаліші послуги, форми і методи збуту. І реклама починає грати особливу роль. На світовому ринку на неї витрачаються астрономічні суми, що зростають із безпрецедентною гостротою, випереджаючи темпи збільшення випуску валового національного продукту й інфляції. Це — показник постійного розвитку, ефективності, прибутковості й актуальності рекламної діяльності. Щорічно зростає не тільки загальний обсяг реклами, але і частка в ньому міжнародної реклами.

Витрати на рекламу становлять вагому частину бюджетів закордонних промислових фірм. У США тільки на рекламу в засобах масової інформації витрачається більше 5% сумарних витрат на виробництво і реалізацію товарів. У фірмах, що виготовляють предмети масового споживання, частка ще вище; у виробників ліків — 20%, косметики — 13,8 кухонних приналежностей — 12,8, спиртних напоїв — 11,9, галантереї — 9,4, миючих засобів — 8%.

Частка витрат на рекламу у ВНП у більшості промислово розвинутих країн швидко росте. Багато в чому високий рівень відрахувань на рекламу в головних промислово розвинутих країнах пояснюється високими ставками за рекламне місце або ефірний час у найбільш ефективних засобах масової інформації.

Структурні зміни спостерігаються в рекламній діяльності. Якщо раніше при постійному рості витрат на усі без винятку види і засоби реклами у загальному їх обсязі переважали витрати на рекламу в засобах масової інформації, то, сьогодні вони поступилися першістю сумарним витратам на паблік рілейшнз і сейлз промоушн.

Водночас, незважаючи на активне впровадження промислових гігантів у рекламну діяльність, рекламне агентство продовжує залишатися основною фігурою в цій сфері. Обсяги операцій рекламних агентств постійно зростають. Основними управлінськими елементами підготовки і проведення рекламних кампаній є планування, уніфікація, а також контроль і коректування.

Поряд із керуванням рекламними кампаніями, велике значення має їх ефективність. Визначення ефективності рекламних кампаній, як важливого контролюючого елемента рекламної діяльності, є актуальною проблемою. Проте, ні в Україні, ні за кордоном ще не знайдена точна залежність між сумами, витраченими на конкретні рекламні кампанії, і їхніми результатами через наявність багатьох побічних чинників. Наприклад, важко провести грань між дією рекламних заходів і результатом особистих продажів, діяльністю комерційних агентів, специфічними умовами реалізації, які виникли раптово (сезонність, зміни цін та ін.).

Рекламу можна визначити як вид діяльності або вироблену в результаті її продукцію, метою якої є здійснення цілеспрямованого впливу на споживчу аудиторію. *Реклама* — це комерційна пропаганда споживчих властивостей товарів та послуг. *Рекламу* також можна визначити як будь-яку форму неперсональної презентації і просування товарів та послуг, що оплачується та здійснюється конкретним замовником.

Реклама — це будь-яка, оплачена конкретним спонсором, форма неособистого представлення і пропонування ідей, товарів чи послуг за допомогою засобів масової інформації (ЗМІ).

В залежності від завдань виділяють наступні види реклами: інформативна; переконуюча; порівняльна; нагадуюча.

Інформативна — застосовується для повідомлення покупців про новий товар чи нову особливість певного товару. Вона формує первинний попит. **Переконуюча реклама** має на меті довести споживачам, що купуючи товари конкретної марки, вони за свої гроші отримають найвищу якість. Цей вид реклами є елементом конкурентної боротьби на ринку. **Порівняльна реклама** — це реклама, яка прямо або опосередковано порівнює одну марку з іншими. Різновидом останньої є *закріплююча реклама*, яка демонструє задоволення придбаним товаром покупців. **Нагадуюча реклама** застосовується

для того, щоб не дати споживачам забути про товар. Вона важлива для товарів, які знаходяться на етапі зрілості.

Існує також наступна класифікація видів реклами:

- *інформативна або первісна* — ознайомлює можливого покупця з новим товаром на ринку, місцем його продажу.
- *конкурентна, переконуюча або агітуюча* — рекламодавець за допомогою різних засобів і способів (вміле складання тексту, підбір виразних слів) впливає на психіку людини з метою викликати, сформувані або пробудити в нього потребу в даному товарі чи послугі. Він виділяє товар, що рекламується, з усіх аналогічних товарів і переконує покупця придбати саме цей товар.
- *зберезуюча або нагадуюча* — нагадує про товар, що рекламувався раніше, підтримує відданість марці, тобто дає повторну інформацію про товар, оскільки споживач може забути про існування товару і заново почати пошук необхідної йому інформації.

При розробці **реклами для міжнародних ринків** необхідно продумати декілька додаткових проблемних питань:

- до якого ступеню реклама на міжнародному рівні повинна адаптуватися до унікальних характеристик ринків різних країн (стандартизація або диференціація);
- наскільки централізованим чи децентралізованим має бути прийняття рішень стосовно організації реклами та її реалізації.

Вибір засобу розповсюдження міжнародної реклами складніший за вибір для місцевої реклами, бо необхідно враховувати специфіку національного законодавства, культурно-історичні особливості різних країн. Країни різняться також за рівнем обмежень на рекламну діяльність:

Етапи планування рекламної кампанії:

- визначення цілей та об'єктів кампанії;
- визначення цільової аудиторії реклами,
- вибір засобів реклами,

- підготовка рекламного звернення,
- розробка графіків виходу реклами,
- складання бюджету просування товару. При цьому необхідно враховувати наступні особливості:
 - етап життєвого циклу товару;
 - частку ринку;
 - частоту реклами;
 - ступінь однорідності товарів, що рекламуються.

Існує 4 методи розробки рекламного бюджету:

- метод попереднього року;
- метод фінансових можливостей;
- метод частки від обороту (мінімум 10-12%);
- метод цілей і завдань.

Попередня оцінка ефективності реклами.

Однією з найбільш розповсюджених моделей, які описують ефект реклами, є AIDA:

- A – attention (увага);
- I – interest (інтерес);
- D – desire (бажання купити);
- A – action (дія).

Головні характеристики реклами: платність; інформативність; здійснюється з використанням ЗМІ або спеціальних об'яв; точно встановлений замовник (рекламодавець). До основних *функцій реклами* слід віднести:

- передача інформації про товар чи послугу, ознайомлення з ним потенційних клієнтів;
- агітація покупців на користь даного товару чи послуги;
- збільшення попиту на конкретний товар або послугу.

Міжнародні засоби розповсюдження реклами: газети, журнали, професійні і технічні журнали, кінематограф, телебачення, наружна реклама та реклама на транспорті, засоби інтерактивної комунікації, радіо, реклама на місцях, ярмарки та виставки, спонсорство, інші засоби (поштова, комп'ютеризована, рекламні сувеніри).

Особливості розміщення реклами в ЗМІ:

1. Газетна реклама має наступні переваги:

- значний тираж;

- наявність у читача часу на обдумування змісту рекламного оголошення;
- еластичність в дії (можливість внести зміни в останній момент перед виходом газети);
- можливість багатократного використання оригінал-макету, відносна простота розміщення.

Недоліки газетної реклами:

- можливість ігнорування читачами;
- низька якість газетного тексту.

Існує 3 форми розміщення рекламних об'яв у газетах: у рамках, невеликі, рекламні вкладиші. При розміщенні газетної реклами необхідно враховувати наступні питання: пора року, день тижня, рубрика, місце на сторінці, купони.

2. Реклама на радіо має наступні переваги:

- можливість ознайомити споживача з компанією;
- можливість донести рекламу до активних, мобільних людей;
- простота, відносна дешевизна;
- можливість створити атмосферу святковості щодо деяких подій;
- можливість внесення змін до тексту та плану виходу реклами;
- оскільки радіоаудиторія дещо молодша, вони більш активно купують товари, які рекламуються.

Основним недоліком реклами на радіо є можливість перемикання радіоприймача на інший канал. Стандартна тривалість рекламного ролика на радіо — 30-60 секунд. Ефективність реклами досягається при трансляції ролика мінімум 20 разів на тиждень (4 ролика протягом 1-2 годин). Крім того, доцільно використовувати послуги 2-3 радіостанцій. При створенні ролика необхідно звернути увагу на такі фактори як голос, музика, спецефекти. Головною метою радіоролика є приваблення уваги слухачів протягом перших 30 секунд.

3. Реклама на телебаченні має такі переваги:

- можливість використання візуальних образів і демонстрації ефекту від купівлі товару чи послуги;

- факт присутності компанії на телеекрані створює образ її солідності та значимості;
- оскільки люди дивляться телебачення в години відпочинку, вони більш схильні до покупки.

Серед основних недоліків реклами на телебаченні слід виділити високу вартість ефірного часу та розробки рекламного ролика, складність у виборі телекомпанії. Найбільш ефективною вважається реклама, яка транслюється в час-пік — з 19-30 до 22-00. Стандартна тривалість реклами — 30 секунд.

Учасниками міжнародної рекламної кампанії виступають рекламодавець, рекламне агенство, розташоване в тій країні, де проводиться кампанія, а також організації товаро-провідної мережі — комерційні агенти (національні, регіональні), дистриб'ютори, ділери. Рекламодавці включають виробників і постачальників товарів і послуг, урядові установи, клуби, приватних осіб — тих, хто бажає щось повідомити і заплатити за це власникам засобів інформації. Маркетинг займається рекламою, мета якої — продаж товарів чи послуг, однак ці принципи так само прийнятні і для урядових установ, що бажають афішувати якісь суспільні послуги. Рекламні агенства мають штат відповідних спеціалістів в залежності від послуг, що пропонуються (надання місця та часу ЗМІ або повний набір послуг з маркетингових досліджень). Зв'язок між агенством та клієнтом здійснюється через особу, що відповідає за реалізацію цілей рекламодавця. Частиною рекламної системи повинен бути сам ринок і потенційні покупці, що його складають.

До цього процесу підключені й інші організації — дослідні інститути і підрозділи, фото-, кіно- і відеостудії, творчо-виробничі підприємства, а також окремі рекламні фахівці: художники, літературні працівники, психологи, поліграфісти, дизайнери і т.д.

6.2. Основні риси ефективного рекламного оголошення

Рекламний текст складається з п'яти основних елементів, що майже завжди використовуються в рекламі:

- заголовок;

- підзаголовок;
- основний текст;
- підписи і коментарі;
- рекламний лозунг.

Заголовок. Заголовок (разом з фотографією або ілюстрацією) залучить до реклами читача, глядача або слухача. Заголовок — стрижень реклами і найбільш сильне посилення до покупця. Необхідно за допомогою заголовка перервати думки потенційних покупців і сказати їм про запропонований товар або послугу. Тому заголовок повинен бути могутнім по впливу і ясным за змістом.

Підзаголовок. Підзаголовок спрямований до покупця. Він є мостом між заголовком і основним текстом. Якщо споживача зацікавив заголовок, то підзаголовок дає ще один шанс залучити його до покупки. Однак підзаголовок має не всяка реклама, і не кожній рекламі він потрібен.

Основний текст. Основний текст виконує обіцянки заголовка: у ньому споживач знаходить подробиці, що повинні схилити його до покупки. Більшість споживачів до основного тексту так і не добираються — вони втрачають інтерес до оголошення після прочитання заголовка, а деякі — ще раніше. Але ті, хто прочитав оголошення до самого основного тексту — це серйозні кандидати в покупці.

Підписи і коментарі. Використовувані в рекламі фотографії, ілюстрації, підписи і коментарі можуть стати найбільш результативним інструментом продажу. Підписи не тільки пояснюють, що зображено на фотографії або ілюстрації, але також слугують й іншим цілям. Вони притягають погляд, надаючи можливість для розміщення в цьому місці короткого тексту. Тому зміст підпису не обов'язково обмежувати простим поясненням того, що зображено на знімку. У підписі можна помістити додаткову інформацію, пов'язану із продажем. Коментарі — це, як правило, схожі на підписи, фрагменти тексту, за допомогою лінії або стрілки з'єднані з елементами фотографії або ілюстрації. Вони описують визначені частини якогось-небудь предмета. Підписи і коментарі створюють у покупця

відчуття, що він може дивитися на них, не піддаючись впливу реклами.

Рекламний лозунг. Рекламний лозунг — це словесний еквівалент логотипа (графічного знака) фірми. У друкованому оголошенні він звичайно розміщується поруч із графічним знаком фірми чи назвою підприємства відразу ж під ними. У рекламному девізі відображена і сконцентрована позиція фірми, воно робить її привабливою для споживачів. Лозунг використовується в рекламі будь-яких типів. Особливо доречний він у радіорекламі, у якій неможливо використовувати ані логотип, ані інший елемент, що ідентифікує фірму і робить її відмінною від інших.

Варто виділити наступні правила створення результативних рекламних текстів:

1. *Рекламний текст повинний бути таким, щоб з першого погляду можна було впізнати рекламу конкретної фірми.* Реклама зазвичай покликана ознайомити покупців з товарами або схилити їх до покупки товарів (іноді і те, і інше одночасно). Існує метод, що дозволяє безпомилково визначати погано складену, безадресну рекламу. Якщо з реклами можна вилучити назву фірми і її логотип, поставити на їхнє місце назву і логотип конкурента і оголошення не втратить зміст — це погане оголошення.

2. *Основні зусилля необхідно вкласти в написання заголовка.* Слова заголовка повинні бути конкретними рівно настільки, щоб привернути увагу читача, але в той же час і не стримувати його уяву, щоб читачу захотілося познайомитися і з основним текстом реклами. Якщо ж у рекламі немає основного тексту, заголовки тим більше повинні мати високу силу.

3. *Необхідно продавати переваги для споживача, а не характеристики товару.* Текст рекламного оголошення — а тим більше, його заголовки — повинні підкреслювати переваги, що одержить покупець, купивши даний товар (послугу). Рекламуючи яку-небудь рису товару, необхідно усвідомлювати, яку користь принесе вона покупцям. Цю користь не обов'язково називати прямо, але про неї безумовно потрібно згадати. Навіть

якщо компанія пропонує дійсно унікальні товари чи послуги, її реклама буде впливати сильніше, якщо ця унікальність буде подана з погляду користі, принесеної покупцям.

4. *Не варто говорити про якість або обслуговування, необхідно показати їх споживачу.*

5. *Необхідно використовувати яскраві образи і виразні мовні засоби.* Стиль рекламного оголошення повинний бути легким, живим і цікавим. У рекламному тексті потрібно вживати особисті форми дієслів. Від тексту повинне виходити відчуття активності. Складаючи рекламний текст, потрібно прагнути до того, щоб читаючи його, потенційні покупці почували себе так, немов уже спробували цей продукт (скористалися послугою).

Заслугує на увагу також проблема вибору величини рекламного тексту. Представники однієї рекламної школи стверджують, що довгий текст нечитабельний. Їх принцип: дати інформацію в заголовку, підтримати інтерес у підзаголовку, коротко проінформувати в основному тексті — і нічим більше не забивати читачу голову. Друга школа вважає, що споживачі прочитають навіть довгий основний текст, якщо він досить цікавий. Більш того, ця школа доводить, що, чим більше споживач вчитується в текст, тим більше піддається на доводи рекламодавця і тим лояльніше відноситься до рекламованого продукту.

Короткий текст служить для того, щоб швидко справити на споживача сприятливе враження. Довгий текст теж здатний справити сильне враження, причому дає для цього більше часу.

В цілому, величина тексту залежить від виду товару. Склад цільового ринку й обраний вид ЗМІ також визначають величину рекламного тексту. Довгий текст більш ефективний, якщо цільовий ринок — високоосвічена, інтелігентна публіка, словом, ті, хто любить читати. Короткий, добре відточений текст теж привабливий для таких людей; він ідеальний і у випадку якщо цільовий ринок — люди, що швидко втрачають інтерес до чого-небудь.

6.3. Організація міжнародних рекламних кампаній

Організація рекламних компаній може здійснюватись наступним чином:

- у невеликих та середніх компаніях — за допомогою спеціаліста з відділу збуту або маркетингу;
- у великих компаніях — створюється рекламний відділ або використовуються послуги зовнішніх рекламних агенцій. Це дозволяє мати наступні переваги:
 - наявність спеціалістів, які можуть більш професійно виконувати деякі завдання;
 - використання при плануванні деяких рекламних заходів багаторічного досвіду роботи з різними компаніями і ситуаціями;
 - наявність у агенств переваг при купівлі засобів розповсюдження реклами.

Традиційно рекламні агенства складаються з 4 відділів: творчий, відділ засобів реклами, дослідний, комерційний.

При плануванні рекламної кампанії за кордоном необхідно враховувати можливість її стандартизації, тобто адаптації до унікальних характеристик ринків. Її переваги полягають в зменшенні витрат на рекламу, поліпшенні координації рекламної кампанії, незмінності іміджу компанії та товару. Недоліком є відсутність можливості до врахування культурних, демографічних та інших особливостей окремих країн.

Міжнародна рекламна кампанія — це комплекс рекламних заходів, що здійснюються за межами країни рекламодавця — виробника або продавця товару.

Учасниками великомасштабної міжнародної рекламної кампанії, крім рекламодавця, звичайно, виступають рекламне агентство, розташоване в тій країні, де проводиться кампанія, а також організації товаропровідної мережі — комерційні агенти (національні, регіональні), дистриб'ютори, дилери.

Розрізняють три методи керування міжнародними рекламними кампаніями:

- централізований;
- децентралізований;
- змішаний.

Оптимальним варіантом вважається той метод керування, що знижує витрати на рекламу, здійснювану відразу в кількох регіонах, і в той же час враховує варіації умов збуту на різноманітних ринках.

При централізованому керуванні з'являється можливість виділити більше засобів на попередні дослідження, скоординувати рекламні кампанії фірми з рекламними заходами її відділень і комерційних агентів у різноманітних районах. Основна перевага цього методу — дотримання на всіх рівнях збуту виробленої концепції рекламної кампанії та однаковості візуального і текстового уявлення реклами, забезпечення комплексності виконання плану рекламних заходів.

Проте, зі збільшенням ступеню централізації, зростає небезпека, що плани рекламних кампаній будуть відірвані від реальної дійсності і не врахують належною мірою специфічні умови збуту на місцях, де могли б бути вжиті ґрунтовніші, а в разі потреби — оперативні або коригувальні заходи.

При децентралізованому керуванні відділення фірми-виробника, а також її комерційні агенти самостійно або через місцеві рекламні агентства створюють окремі рекламні програми, що зводяться в загальну програму, яка затверджується керівництвом фірми. У цьому випадку враховуються специфічні особливості збуту в окремих регіонах. Водночас підходи до створення таких програм у центрі, відділеннях і в комерційних агентів розрізняються. Внаслідок цього рекламні кампанії важко піддаються аналізу і коригуванню.

Принцип децентралізації доцільний у випадку диференційованої товарної спеціалізації філій, що враховує приватні зміни кон'юнктури ринку. У цьому випадку материнська фірма контролює лише рівень і суми прибутку, а також окупність вкладених засобів.

Філіям і дочірнім фірмам надається можливість вибору рекламної політики, створення рекламних матеріалів, прове-

дення рекламних кампаній. Проте, ця свобода, як правило, обмежується рекламою товарів і не поширюється на престижну рекламу, що створює видимість материнської корпорації.

Позитивна сторона децентралізації — швидка реакція на нові віяння на конкретних ринках. Негативні сторони — великі витрати на дослідження, що, випереджають рекламні кампанії, а також на розробку і підготовку рекламних матеріалів, оскільки кошти, що виділяються на такі цілі, поступають відділенням, філіям, комерційним агентам.

Останнім часом все ширше застосовується *змішаний метод*, коли відповідно до плану-програми маркетингу визначаються і формуються загальні для самої фірми і її відділень і комерційних агентів цілі і задачі рекламної діяльності і, відповідно, рекламних кампаній, а конкретні програми рекламних виступів розробляються на місцях. Фірма-рекламодавець, нерідко разом із координуючим рекламним агентством, коректує їх; враховуючи зміст пропозиції асигнувань на рекламу, комплектує загальну програму і затверджує напрямки рекламної діяльності.

Отож, змішане керівництво рекламною кампанією сполучає елементи централізованого і децентралізованого керівництва і дає змогу забезпечити високий рівень уніфікації рекламної продукції.

6.4. Особливості регулювання рекламної діяльності на інтернаціональному рівні

Система регулювання рекламної діяльності має триярусну структуру:

- стихійне ринкове регулювання;
- регулювання, здійснюване власне фірмами;
- державне регулювання.

У США, наприклад, закони в сфері реклами приймаються і діють на загальнодержавному рівні, рівні штатів і окремих муніципалітетів. Існує більше 20 центральних відомств, що регулюють рекламну діяльність (Федеральна торгова комісія;

Управління по контролю за якістю харчових продуктів, медикаментів і косметичних засобів; Відділ податків на спиртні напої і тютюнові вироби; Комісія з цінних паперів і біржових операцій і т.д.).

Створюються також рекламні асоціації, що контролюють рекламну діяльність своїх членів. Вони захищають їхні професійні інтереси, але в той же час слугують сполучною ланкою між рекламними фірмами й урядовими закладами, що займаються питаннями реклами. Як правило, рекламні асоціації є авторитетними організаціями, що впливають на ринок реклами. Ці асоціації займаються також стандартизацією й уніфікацією рекламної діяльності.

Крім національних існують міжнародні асоціації (Міжнародна рекламна асоціація, Європейська і Міжнародна асоціації рекламодавців і т.д.), що контролюють рекламну діяльність у рамках світового ринку. Самими активними членами, що субсидують подібні асоціації, стають МНК, що зацікавлені в розвитку організацій, що обмежують рекламну діяльність.

Однак сьогодні посилюється втручання держави в рекламну діяльність, оскільки в рекламних асоціаціях, як і в будь-яких організаціях на суспільних засадах, відсутній налагоджений механізм виконання прийнятих рішень і покарання за порушення цих рішень. Країни відрізняються також за рівнем обмежень на рекламну діяльність. В багатьох країнах існують закони, які обмежують кількість грошей, які компанія може витратити на рекламу, використання засобів розповсюдження, сутність рекламних висловів та інші аспекти рекламної програми. Скажімо, в Греції по телебаченню заборонено рекламувати іграшки, у Франції заборонена реклама алкогольних напоїв по телебаченню та на спортмайданчиках. У промислово розвинутих країнах згідно законодавства не можна рекламувати товари, що представляють потенційну небезпеку для споживачів, насамперед в галузі фармацевтики, санітарії і гігієни. Крім того, у ряді країн регулюються взаємини конкурентів (наприклад, у Німеччині забороняються порівняння з конку-

руючими товарами). Таким чином, різноманітні правові норми примушують рекламодавців адаптувати свої рекламні кампанії в різних країнах.

Питання для обговорення

1. Економічний зміст рекламних послуг.
2. Особливості створення результативних рекламних текстів.
3. Оцінка ефективності рекламного проекту.
4. Здійснення міжнародних рекламних кампаній.

Питання для самостійного вивчення

1. Обмеження рекламної діяльності.
2. Міжнародна рекламна кампанія.
3. Особливості функціонування ринку рекламних послуг в різних країнах.

Тестові завдання

1. Реклама, яка має на меті довести споживачам, що купуючи товари конкретної марки, вони отримують найвищу якість:

- | | |
|------------------|-----------------|
| a) інформативна; | b) порівняльна; |
| c) переконуюча; | d) нагадуюча. |

2. Система регулювання міжнародної рекламної діяльності має:

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| a) однарусну структуру; | b) двохярусну структуру; |
| c) тріяхрусну структуру; | d) чотирьохярусну структуру. |

3. Публічна демонстрація досягнень у певній галузі науки, економіки, культури:

- | | |
|--------------|-------------|
| a) ярмарок; | b) аукціон; |
| c) виставка; | d) біржа. |

4. Нагадуюча реклама:

- a) має на меті довести споживачам, що при покупці товарів конкретної марки, вони отримують найвищу якість;
- b) важлива для товарів, які знаходяться на етапі зрілості;
- c) повідомляє про появу нового товару на ринку;
- d) повідомляє про нову властивість певного товару.

5. При якому методі керування рекламною кампанією відділення фірми виробника самостійно або через місцеві рекламні агенції створюють окремі рекламні програми, що зводяться в загальну, яка затверджується керівництвом фірми:

- a) централізований;
- b) децентралізований;
- c) змішаний;
- d) комплексний.

6. Реклама, яка демонструє покупців, що задоволені придбаним товаром:

- a) порівняльна;
- b) нагадуюча;
- c) укріплююча;
- d) інформативна.

7. До особливостей газетної реклами слід віднести:

- a) можливість демонстрації ефекту від купівлі товару або послуги;
- b) створення образу солідності та значимості компанії, що рекламує свою продукцію;
- c) порівняно висока вартість створення рекламного звернення;
- d) еластичність в дії.

8. Однією з особливостей використання централізованого методу управління рекламною кампанією є:

- a) можливість координації рекламних заходів фірми і її відділень в різних регіонах;
- b) можливість врахування специфічних умов збуту на місцях;
- c) можливість оперативного реагування на зміни попиту в регіонах;
- d) швидке реагування на нові потреби конкретних ринків.

Глава 7. Світовий ринок освітніх послуг

7.1. Економіка освіти в системі економічних наук

Економіка освіти — важлива галузь системи економічних наук. Вона відноситься до числа наймолодших економічних наук. **Її предмет можна визначити так:** це наука про специфіку продуктивних сил і виробничих відносин у галузі, що створює освітні послуги і задовольняє потреби особистості і суспільства в них при обмежених ресурсах, які виділяються для цих цілей. Вона досліджує і виявляє особливості дії економічних законів і категорій у сфері навчання і виховання підростаючого покоління, підготовки кваліфікованої робочої сили, підвищення освітнього і культурно-технічного рівня населення.

Об'єктом цієї науки є своєрідні продуктивні сили й економічні відносини, характерні для організації і проведення процесу освітньої діяльності.

Суб'єктом дослідження і вивчення в економіці освіти виступають люди, велика частина населення, що тією чи іншою мірою включена в освітню трудову діяльність. Це діти, що виховуються в дошкільних закладах, учні шкіл, середніх спеціальних навчальних закладів, студенти вузів і їх батьки, усі, хто споживає освітні послуги; вихователі, викладачі та інші працівники сфери освіти. Власне економічні відносини, що складаються між різними суб'єктами з приводу виробництва, обміна, розподілу і споживання освітніх послуг, багатогранні і виходять за межі системи освіти. До цих відносин можна віднести наступні: відносини між державою й окремим працівником; між суспільством і зайнятими в системі освіти, а також в окремих її ланках і навчальних закладах; між педагогічними колективами й учнями і т.д. В економічному дослідженні ці різноманітні відносини повинні розглядатися в системі, а не в ізоляції один від одного.

Своєрідно проявляються в сфері освіти і закони ринкового господарства: закон попиту та пропозиції, закон вартості та

ін. Оскільки освіта переважно є безкоштовною, то попит на освітні послуги зазвичай не визначається платоспроможним попитом споживача. Економічні категорії в галузі освіти також виявляються по-особливому. Незвичайною тут є праця і її компоненти, продукт праці — освітні послуги з їх особливою корисністю. Основним різновидом власності виступає інтелектуальна власність. Своєрідно виражаються і такі загально-економічні категорії, як товар, його ціна, заробітна плата, господарський механізм та ін.

7.2. Освіта як пріоритетна галузь економіки

Освіта — процес і результат вдосконалення здібностей і поведінки особистості, при якому вона досягає соціальної зрілості та індивідуального росту.

Освіта — цілеспрямований процес виховання і навчання в інтересах людини, суспільства, держави, який супроводжується досягненням встановлених державою освітніх рівнів.

Донедавна вважалося, що освіта не має достатнього підґрунтя, щоб називатися галуззю народного господарства. Традиційно в народному господарстві виділялися дві великі сфери: матеріального виробництва і так звана “невиробнича сфера”. Освіта при цьому відносилася до “невиробничої сфери”. Тому в літературі і сьогодні з’являються взаємовиключні твердження. Так, довгий час вважалося, що праця в сфері освіти є непродуктивною, не створює ніякого “продукту”. Дійсно, не можна заперечувати проти критерію, покладеного в основу віднесення галузі до виробничої сфери. До неї відносять лише ті галузі трудової діяльності, у яких створюються матеріальні блага. Тим самим наука, освіта, культура, охорона здоров’я та інші подібні галузі виводяться за межі суспільного виробництва. Тим часом, у цих галузях також виробляються споживчі вартості, а тому поняття “виробництво” поширюється і на цю сферу народного господарства. Поряд з матеріальним виробництвом існує нематеріальне, в т.ч. духовне виробництво.

До складу духовного виробництва найчастіше включають наступні важливі частини:

- *наука* — нагромадження і відновлення знань про природу, суспільство, виявлення закономірностей побудови і динаміки навколишнього світу, методів використання цих закономірностей в інтересах людини;

- *освіта* — система, що забезпечує передачу наукових знань, вмінь і навичок підростаючим поколінням і всьому населенню, що задовольняє їх потреби в освітніх послугах і професійно-кваліфікаційній підготовці, а також формує відповідні естетичні оцінки і моральні правила поведінки в суспільстві;

- *книги і засоби масової інформації*, що сприяють поширенню і відновленню духовних цінностей;

- *культура* — система установ (бібліотеки, музеї, театри і т.д.), що забезпечує поширення знань про духовні і матеріальні цінності;

- *моральність* — система етичних норм, що регулюють поведінку людей, оцінюють їхні вчинки;

- *ідеологія* — світогляд людей, релігійні погляди, що відображають цілі і мотиви свідомої діяльності людини.

Усі ці компоненти духовного життя органічно між собою пов'язані і знаходяться в складній взаємодії. Найбільш тісні зв'язки характерні для провідних ланок духовного виробництва: науки і освіти.

Разом з тим економіка освіти як система характеризується такими властивостями: цілеспрямованість, цілісність, багатоструктурність, взаємозв'язок її елементів, стійкість, керованість, самонастроювання, здатність до самовдосконалення, тобто до розвитку. Але це не замкнута система. Вона утворює особливу єдність з навколишнім середовищем, системою більш загального порядку.

Насамперед, економіка освіти виступає невід'ємною складовою частиною системи освіти в цілому. Органічна взаємодія педагогічних та інших соціальних процесів, властивих сфері освіти, здійснює вплив на економічні процеси і визначає спе-

цифічність галузі освіти. Сама система освіти — важлива складова частина народного господарства і соціально-економічного організму суспільства, яка взаємодіє з іншими його ланками.

Освітня галузь в сучасних умовах, мабуть, має у своєму розпорядженні найбільші інтегруючі (об'єднуючі) властивості. Вона відноситься до соціальної сфери єдиного народногосподарського комплексу, що охоплює економічний організм окремої країни.

Освіта як економічна галузь представляє собою сукупність установ та організацій, які здійснюють освітню діяльність. Їх основною метою є створення і реалізація освітніх послуг.

7.3. Характерні риси функціонування ринку освітніх послуг у міжнародній сфері

Освітня послуга — система знань, інформації, вмінь, навичок, які використовуються з метою задоволення потреб людини і суспільства.

Освітня послуга — це продукт, який в процесі реалізації трансформується в робочу силу, якість якої залежить не тільки від сукупності отримуваних послуг, а й від якості та кількості власної праці, витраченої в процесі споживання.

Освітня послуга — це продукт спільної праці викладачів та тих, хто навчається.

Освітні послуги можна класифікувати наступним чином:

1. В залежності від освітніх програм, що використовуються:

- загальноосвітні;
- професійні.

2. В залежності від способу надання:

- очні;
- очно-заочні;

- заочні;
 - дистанційні.
3. В залежності від тривалості надання:
- довгострокові (школа ВУЗ);
 - середньострокові (курси підвищення кваліфікації, перепідготовка кадрів);
 - короткострокові (тренінги).
5. В залежності від методів навчання:
- традиційні;
 - програми проблемного навчання;
 - програми, ґрунтовані на аналізі ділових ситуацій.

Існує також спеціальна наука андрагогіка, тобто теорія і практика навчання дорослих, основою якої є врахування особливостей дорослих учнів, контексту їх навчання.

Серед особливостей послуг освіти слід виділити наступні:

- сезонність;
- платність;
- висока вартість;
- відносна тривалість надання;
- залежність результатів від умов майбутньої роботи та життя людини, яка навчається;
- неможливість перепродажу;
- віддаленість проявлення результату;
- необхідність ліцензування;
- конкурсний характер;
- відносно молодий вік споживачів.

Ринок освітніх послуг — сфера обігу або система економічних відносин з приводу купівлі-продажу освітніх послуг.

Для цього виду ринку обов'язкові три компоненти: покупець, продавець і товар. Кожен з них пов'язаний з категоріями попиту, пропозиції і ціни. За своєрідністю реалізованого товару цей ринок безпосередньо відноситься до ринку послуг, але тісно пов'язаний і взаємодіє з іншими видами ринку: робочої сили, інформації, товарів і т.д.

Освітні послуги розглядаються як важливі і самобутні економічні блага, споживчі вартості, які створюються педагогічними працівниками. На їх виробництво витрачається жива праця працівників освіти і матеріальних ресурсів, що поставляються з промисловості й інших галузей. Тому послуги мають також вартість. І в цій якості вони стають товаром і можуть виступати об'єктом ринкових відносин.

Деякі економісти вважають, що розподіл освітніх послуг на "платні" і "безкоштовні", з погляду економічної теорії, є некоректним. Дійсно безкоштовними освітні послуги є лише для безпосередніх споживачів: учнів, студентів. А суспільству, підприємствам і навчальним закладам ті ж самі "безкоштовні" послуги коштують всіх необхідних витрат праці, що створює вартість, яка повинна оплачуватися на визначеному рівні в грошовій формі.

Справа представляється у вигляді одностороннього акта обміну діяльністю: викладачі передають знання і формують уміння, а учні або студенти споживають їх без всякого еквівалента, оскільки нічого не платять за послуги. Їхні взаємини немовби втрачають товарний характер. Ілюзія про нетоварний, невагісний характер послуг працівників освіти посилюється видимістю збігу в просторі і в часі актів виробництва і споживання цих послуг. Насправді, ці процеси не збігаються. Адже споживання освітньої послуги не обмежується часом її одержання.

Безкоштовність надання послуг освіти громадянам виступає лише особливою формою економічних відносин між виробником і безпосереднім споживачем цих дуже важливих послуг. Її головна перевага полягає в створенні умов доступності освіти для всіх, незважаючи на рівень індивідуальних і сімейних доходів. Забезпечити ці умови повинна держава. Вона виступає як посередник між виробниками і споживачами освітніх послуг. Вона дає навчальним закладам замовлення на навчання визначеної частини населення; акумулює відповідну частку фінансових засобів шляхом стягування податків з підприємств і населення; направляє ці засоби в сферу освіти,

щоб відшкодувати її витрати на послуги, що безкоштовно поставляються. Тим самим досягається більш рівномірний розподіл цих послуг серед членів родин різних соціальних груп.

Міжнародний досвід підтверджує, що для галузі освіти з її обмеженими можливостями комерціалізації і прибуткового здійснення діяльності характерний специфічний і неоднорідний ринок освітніх послуг. Насамперед він містить у собі два взаємодіючих сектори: державний і недержавний, або приватний сектор. Причому, головним з них був і залишається державний ринок, оскільки приватні підприємці зазвичай не зацікавлені займатися створенням освітніх послуг. У США, наприклад, на приватні школи припадає лише 11% учнів, а на приватні (некомерційні) вузи — 23% студентів. Таким чином, переважна частина освітніх послуг надається населенню державними навчальними закладами. Саме вони задовольняють масовий попит споживачів у цьому безцінному інтелектуальному продукті. У зв'язку з тим, що цей продукт переважно надається споживачам-учням без грошової компенсації, тобто “безкоштовно” або за пільговими цінами, то виникає ілюзія відсутності в такому варіанті ринку послуг. Ця ілюзія підсилюється видимістю, начебто держава одночасно виступає “виробником” і “покупцем”, фінансуючи заклади освіти. Але бюджетні кошти формуються за рахунок податків населення, які і слугують платіжним засобом за ці послуги. Саме тому, такі послуги освіти, на відміну від тих, які поступають безпосередньо від бажаючих навчатися за певну плату, можна назвати “невними товарами”.

Характерна риса сучасного розвитку державного сектора ринку освітніх послуг полягає в тому, що з'являється і з кожним роком збільшується частка платних освітніх послуг. Це, по-перше, плата за додаткові освітні послуги для частини учнів по предметах, не передбачених державним стандартом. По-друге, з'явилися гімназичні класи з оплатою додаткових предметів. По-третє, платне навчання студентів у середніх і вищих навчальних закладах понад конкурсного набору. Багато навчальних закладів пропонують сьогодні безкоштовно-платну освіту.

Послуги освіти відносяться до товарів дорогих, що обумовлено цілим рядом обставин. Вони виробляються висококваліфікованою педагогічною працею з застосуванням сучасного учбово-лабораторного устаткування. В них досить висока частка постійних витрат, особливо оплата праці. Так, у розвинутих країнах ринкової економіки майже 70% загальної суми витрат у вищій освіті припадає на зарплату. Пояснюється це тим, що незважаючи на збільшення кількості устаткування, одним з головних факторів розвитку освіти, як і раніше, залишаються розумові здібності викладачів, їхній інтелект. Високі ціни на освітні послуги значною мірою пов'язані з їх граничною корисністю, унікальністю. Деякі з них мають монопольну ціну.

Сьогодні варто розрізнити два види цін (тарифів) на освітні послуги. Одні тарифи встановлюються і регулюються державою для всіх освітніх закладів за їхні послуги в рамках державних освітніх програм і стандартів. На освітні ж послуги недержавних навчальних закладів, викладачів, що займаються індивідуальною трудовою діяльністю, додаткові освітні послуги державних закладів зазвичай застосовуються вільні (ринкові) тарифи.

Ціна послуг, як і будь-яких інших товарів, являє собою грошовий вираз їхньої вартості. Вона може відхилитися в залежності від співвідношення попиту та пропозиції на ці послуги вниз і нагору від величини вартості, а також збігатися з нею.

Однак ціни на послуги освіти мають істотні особливості, обумовлені їх специфікою як різновиду суспільних благ і некомерційного характеру більшості навчальних закладів. За переважну частину цих послуг розраховуються не безпосередні споживачі — школярі, студенти, аспіранти, — а держава частиною зібраних податків. Бюджетні кошти, що надходять навчальним закладам, у кращому випадку виявляються достатніми лише для їх поточних витрат: на зарплату, стипендії, канцелярські й інші подібні витрати. У такому випадку ціна послуг виявляється не тільки нижче їхньої вартості, але і собівартості. Якщо товари матеріального вигляду, наприклад, взуття або овочі, легко виміряти кількісно (у штуках, кілогра-

мах) і порівняно просто визначити витрати на одиницю продукції в грошовій формі, то це важко зробити по відношенню до освітніх і інших послуг. Корисний результат від освітньої послуги може проявитися лише через тривалий час, і практично його можна вимірити не безпосередньо, а за допомогою непрямих показників. Тому держава, підприємства і окремі особи сплачують за навчання, а не за кожен окрему послугу. Ці послуги важко піддаються безпосередньому грошовому виміру. Ними не можна так само торгувати на ринку, як багатьма товарами матеріального змісту, їх не можна перепродати.

Важливе значення на ринку освітніх послуг має їх просування. В цій сфері доцільно використовувати наступні види реклами:

- переконуюча — для установ освіти, які нещодавно вийшли на ринок;
- інформативна — виведення на ринок нової модифікації освітньої послуги:
 - створення нових програм та методик освіти;
 - зміна ціни.
- нагадуюча — у період абітурієнтського міжсезоння (зима, рання весна);
- підтримуюча — всередині освітньої установи.

Основними рекламними аргументами реклами освітніх послуг слід вважати:

- економічні (рівень заробітної плати після закінчення ВУЗу, стипендія, знижки в оплаті);
- соціальні (високе соціальне та професійне положення, престижність учбового закладу, відомість науково-педагогічних кадрів);
- перспективи міжнародних інтелектуальних зв'язків (спілкування з іноземними викладачами та студентами, практика за кордоном, визнання диплома, працевлаштування);
- організація освітнього процесу та його забезпечення (високий рівень проведення занять, індивідуальний підхід, рівень матеріального забезпечення).

Найбільш ефективними будуть такі рекламні заходи як дні відкритих дверей, презентації, участь в освітніх виставках, ярмарках, святкування ювілеїв закладу, зустрічі випускників, конференції, симпозіуми і т.д.

Питання для обговорення

1. Характерні особливості ринку освітніх послуг.
2. Специфіка надання освітніх послуг в Україні.

Питання для самостійного вивчення

1. Закони ринкового господарства в сфері освіти.
2. Особливості сучасного розвитку сектору державних послуг.
3. Світова практика надання освітніх послуг.

Тестові завдання

1. Освітні послуги з економічної точки зору є:

- a) платними;
- b) безкоштовними;
- c) можуть бути як платними, так і безкоштовними.

2. До особливостей освітніх послуг можна віднести:

- a) низька вартість;
- b) сезонність;
- c) можливість перепродажу.

Глава 8. Міжнародний ринок інжинірингових послуг

8.1. Особливості надання інжинірингових послуг

Поняття інжинірингу виникло в Англії у громадянському будівництві і обмежувалося консультаціями в галузі будівництва доріг, мостів, аеропортів, систем водопостачання. Пізніше почали надаватися інженерно-консультаційні послуги в галузі промисловості. В США після другої світової війни у зв'язку з необхідністю відбудови доріг та аеропортів, виникла необхідність у наданні інжинірингових послуг. Вони надавалися як приватними інжиніринговими компаніями на державне замовлення, так і спеціалізованими відділами американської армії. Крім того, розвитку інжиніринга сприяла діяльність міжнародних організацій, спрямована на технічне сприяння країнам, які розвиваються. Розширення ТНК також зумовлювало необхідність у консультаціях з будівництва, удосконалення виробничих процесів.

З другої половини 50-х років 20 століття інжиніринг виділився в самостійну галузь міжнародної комерційної діяльності і поєднав у собі технічні консультації з інженерно-будівними роботами. Серед передумов виділення інжинірингу в самостійний вид міжнародної діяльності слід виділити наступні:

- науково-технічний прогрес торкнувся, в першу чергу, галузей промисловості, що спричинило зростання темпів торгівлі складними видами обладнання. Це зумовило необхідність отримання спеціальних знань для введення його в експлуатацію;
- високий попит на технічні послуги з боку країн, які почали етап самостійного економічного розвитку і не мають достатнього досвіду та кваліфікованих спеціалістів для будівництва;
- поява більшої кількості інжинірингових компаній з ши-

рокою сферою діяльності, об'єднання їх в асоціації, що сприяло розвитку їх зовнішньоекономічної діяльності.

Інжиніринг — сфера діяльності, що включає розробку питань створення об'єктів промисловості, інфраструктури тощо у формі надання на комерційній основі різних інженерно-консультаційних послуг з використання науково-технічних, технологічних та управлінських розробок.

Отже, інжиніринг — це опосередкована форма передачі технологій, оскільки надаються послуги з використання технологічних та інших науково-технічних розробок. Сторонами контракту при купівлі-продажу інжинірингових послуг виступають замовник і виконавець.

Міжнародний інжиніринг — це діяльність по наданню комплексу послуг виробничого, комерційного і науково-технічного характеру, які здійснюються як спеціалізованими фірмами, так і промисловими, будівельними та іншими компаніями.

У міжнародній практиці до інжинірингу належать різноманітні види інтелектуальної діяльності, що спрямовані на отримання найкращих (оптимальних) результатів від капіталовкладень або інших витрат, пов'язаних з реалізацією проектів різного призначення, за рахунок найраціональнішого підбору та ефективного використання наявних ресурсів, а також методів організації та управління, на основі новітніх науково-технічних досягнень та з урахуванням конкретних умов і чинників, що впливають на здійснення проектів.

Сучасний інжиніринг ґрунтується на сукупності принципів, що забезпечують зацікавленість замовника у послугах інжинірингової фірми, а останньої — у сталих прибутках. Основними з цих принципів є:

- системний, комплексний, міждисциплінарний підхід до здійснення проектів (виконання завдань замовника);
- багатоваріантність технічних, технологічних та економічних проробок (варіантів виконання проекту), їх фінансо-

вої та маркетингової оцінки з вибором оптимального для замовника варіанта;

- розробка проектів з урахуванням можливості застосування прогресивних технологій, обладнання, конструкцій і матеріалів з різних альтернативних джерел, що найкращим чином відповідають конкретним умовам та особливим вимогам замовників:

- використання сучасних методів організації та управління всіма стадіями здійснення проектів.

Інжиніринг, як особлива форма виробничої діяльності, має специфічні особливості, які полягають у наступному:

- інжинірингові послуги мають виробничий характер внаслідок того, що вони спрямовані на створення об'єктів (як виробничих, так і невиробничих), поліпшення їх використання, збільшення обсягів реалізації продукції тощо;

- послуги типу “інжиніринг” мають комерційний характер, тобто стають об'єктом купівлі-продажу з усіма особливостями та характерними рисами цього процесу;

- інжинірингові послуги втілюються не в матеріальній формі продукту, а в певному корисному ефекті, який може мати матеріальний носій (документи, креслення, розрахунки тощо), а може і не мати матеріального носія (управління процесом будівництва, навчання спеціалістів тощо);

- інжинірингові послуги можуть відтворюватися, тобто тиражуватися на відміну від ліцензій і ноу-хау (на ринку інжинірингових послуг діють сотні операторів, що пропонують аналогічні послуги, а ціна на них визначається суспільно необхідними витратами часу на їх надання).

Внаслідок своєї універсальності інжиніринг застосовується при реалізації проектів найрізноманітнішого характеру: науково-дослідних, проектно-будівельних, виробничих, збутових тощо. Однак найбільшого поширення послуги типу “інжиніринг” набули в проектах капітального будівництва, де основною метою є оптимізація інвестицій.

Сукупність інжинірингових послуг можна поділити на дві групи:

- послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу (передпроектні, проектні, післяпроектні та спеціальні);
- послуги по забезпеченню нормального ходу процесу виробництва і реалізації продукції. В цю групу входять роботи, пов'язані з оптимізацією процесів експлуатації, управління підприємством і реалізації його продукції (див. схему):

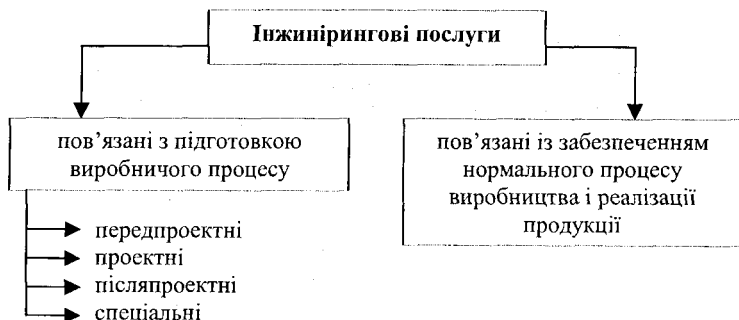


Схема 1. Класифікація інжинірингових послуг у міжнародній торгівлі

До інжинірингу, пов'язаного з підготовкою виробництва, належать:

- передпроектні;
- проектні;
- післяпроектні;
- спеціальні послуги.

Передпроектні послуги включають підготовку техніко-економічних обґрунтувань: проведення комплексних досліджень ринку, топографічних зйомок, дослідження ґрунтів; розробку планів забудівлі регіонів і планів розвитку (створення) інфраструктури, а також консультації та нагляд за проведенням зазначених робіт. Сутністю *проектного інжинірингу* є підготовка генерального плану, супутніх схем, рекомендацій та обґрунтувань; попередня оцінка вартості проекту, калькуляція витрат на його створення та експлуатацію; розробка зведеного архітектурного плану, робочих креслень,

технічних специфікацій, а також нагляд і консультації з проведення цих робіт. *Післяпроектні інжинірингові послуги* включають підготовку контрактної документації; організацію торгів (тендерів), оцінку пропозицій, визначення переможця; нагляд за проведенням робіт, управління будівництва, проведення випробувань після здачі об'єкта в експлуатацію, складання заключного акта на об'єкт, підготовку інженерно-технічного персоналу. *Спеціальні послуги* можуть надаватися інжиніринговою фірмою в разі виникнення специфічних проблем створення об'єкта, таких як необхідність утилізації відходів, забезпечення екологічної безпеки функціонування, врахування вимог місцевого законодавства тощо.

До другої групи інжинірингових послуг належать *роботи, пов'язані з оптимізацією процесів експлуатації, управління підприємством та реалізацією його продукції*, в тому числі послуги з огляду та випробування обладнання, матеріально-технічного постачання, підбору та підготовки кадрів, а також консультації з оцінки доходів і витрат та рекомендації з їх оптимізації, рекомендації щодо фінансової політики, маркетингові дослідження, послуги з впровадження інформаційних систем тощо. Значна частина робіт цієї групи в останні десятиріччя відокремилась в специфічну сферу діяльності — консалтинг. Причому консалтингові послуги надаються не тільки об'єктам, що створюються, а й функціонуючим підприємствам, фірмам.

Консалтинг — це діяльність з консультивання продуцентів, продавців і покупців з широкого кола питань економічної діяльності, в т. ч. у зовнішньоекономічній сфері. Консалтингові фірми надають послуги з дослідження та прогнозування товарних і регіональних ринків, цін світових ринків, оцінки торговельно-політичних умов країн і регіонів, проведення експортно-імпортних операцій. За класифікацією Європейського довідника консультантів, існує 6 груп та 84 види консультаційних послуг, серед яких управління в різних сферах діяльності, оцінка бізнесу, фінансове управління, маркетинг тощо.

Особливістю міжнародної торгівлі консультаційними послугами є те, що в одних випадках “корисний ефект” послуги експортується шляхом передачі відповідного матеріального носія (документації), а в інших експорт здійснюється шляхом тимчасового переміщення (міграції) в країну імпортера самого виробника даної послуги (експерта, консультанта), що зумовлено природними властивостями даного типу послуг, момент споживання яких збігається з моментом їх виробництва та реалізації.

Таким чином, інжиніринг виступає як важливий засіб підвищення ефективності вкладеного в об’єкт капіталу. Як самостійний вид міжнародних комерційних операцій, інжиніринг передбачає надання на основі договору на інжиніринг одною стороною (консультантом) іншій стороні (замовнику) комплексу чи окремих видів інженерно-технічних послуг, пов’язаних з проектуванням, будівництвом і введенням об’єкта в експлуатацію, з розробкою нових технологічних процесів на підприємстві замовника, із вдосконаленням наявних виробничих процесів до введення виробу у виробництво.

Комплексний інжиніринг, тобто надання на основі договору на інжиніринг повного обсягу послуг і поставок, необхідних для будівництва нового об’єкта, нараховує три окремих види інженерно-технічних послуг:

- *консультативний інжиніринг* — інтелектуальні послуги, що здійснюються при проектуванні об’єктів, розробці планів будівництва і контролю за проведенням робіт;
- *технологічний інжиніринг* — надання замовнику технологій, необхідних для будівництва промислових об’єктів і їх експлуатації;
- *будівельний інжиніринг* — постачання обладнання, техніки, монтаж устаткування, інженерні роботи.

На практиці надання інжинірингових послуг часто поєднується з продажем “ноу-хау”. В даному випадку “ноу-хау” носить прихований характер і не виділяється в са-

мостійну угоду. Це веде до змішування понять “інжинірингові послуги” і “обмін технологією”. Насправді, інжинірингові послуги — це спосіб передачі нових технологічних та інших знань, але самі послуги являють собою товар, що відрізняється від технології. Інжинірингові фірми, наприклад, в галузі управління займаються не плануванням, а розробкою нових методів планування виробництва продукції на основі маркетингових досліджень зовнішнього ринку, не обліком і звітністю, а пошуком нових підходів до обліку та звітності, модернізації структур управління, контролю за якістю продукції і т.п.

Сьогодні на світовому ринку інжинірингових послуг з'явився новий вид послуг — послуги реінжинірингу, які надають іноземні інжинірингові фірми. Реінжиніринг являє собою інженерно-консультаційні послуги по перебудові систем організації та управління виробничо-торговими й інвестиційними процесами господарського об'єкта з метою підвищення його конкурентноздатності і фінансової стійкості. Реінжиніринг може бути двох видів:

1. Кризовий реінжиніринг — спрямований на вирішення кризових проблем підприємства. Він використовується тоді, коли результат фінансово-комерційної діяльності підприємства постійно знижується, конкурентноздатність його різко падає, з'являються тенденції до банкрутства й потрібен комплекс заходів по подоланню кризової ситуації

2. Реінжиніринг розвитку — це оптимізація системи управління господарськими процесами, враховуючи зовнішньоекономічну діяльність.

8.2. Особливості міжнародних договорів про надання інжинірингових послуг

Інженерно-консультаційні послуги зазвичай оформляються контрактом про надання інженерно-консультаційних послуг чи договором про командировання спеціаліста для виконання певного виду робіт. Інженерно-будівельні послуги зазвичай надаються на основі договору підряду чи контракту

про технічне сприяння в будівництві. Якщо будівництво здійснюється за рахунок покупця, надання продавцем технічних послуг може бути оформленим трьома способами:

- врахування переліку цих послуг в контракті купівлі-продажу обладнання;
- укладання спеціальної угоди про експортні поставки і монтаж обладнання;
- укладення угоди про надання технічних послуг як додатку до контракту купівлі-продажу обладнання.

Необхідно зазначити, що договори на консультативний інжиніринг має наступні особливості:

1. Договір може торкатися цілого комплексу або конкретно визначеної послуги, що повинно бути чітко сформульовано в договорі або в додатку до нього; консультативний інжиніринг може охоплювати всі етапи якогось проекту чи один із них. Після успішного завершення одного етапу можуть бути укладені договори на наступні етапи;

2. При визначенні сторін договору, треба мати на увазі, що в здійсненні проекту можуть приймати участь багато юридичних осіб, враховуючи фірми, фінансові заклади, державні заклади та ін. Може бути укладено декілька договорів, пов'язаних з одним і тим же проектом. Тому в кожному договорі важливо передбачити, хто саме (з юридичної точки зору) є його сторонами. Якщо з кожної сторони приймають участь декілька юридичних осіб, то в даному договорі чітко визначається відповідальність кожного з них;

3. При визначенні предмету і сфери дії договору, необхідно чітко визначити характер, масштаби, місце і мету проекту, а потім і сферу дії договору. Консультант зазвичай не може передати свій договір іншій особі без письмової згоди замовника, і це також повинно бути вказано в контракті;

4. В розділі, який стосується обов'язків консультанта необхідно надати чіткий опис завдань консультанта на різних стадіях здійснення проекту і визначити його повноваження. До обов'язків консультанта входить:

- проведення попередніх техніко-економічних обґрунтувань і досліджень, пов'язаних з проектуванням;
- планування і складання програм фінансування;
- підготовка проектної документації, креслень і специфікацій;
- призначення торгів;
- оцінка пропозицій про будівництво об'єктів;
- консультування замовника по відношенню до всіх заявок на підряди, offerentів, цін і оцінок для здійснення робіт;
- контроль за будівництвом;
- контроль за виготовленням обладнання і його підключенням;
- набір персоналу;
- координація інших учасників проекту;
- технічна співпраця та інше, аж до передачі замовнику після
- завершення проекту звіту про виконану роботу.

5. До обов'язків замовника входить термінова передача інструкцій, надання в користування консультанта документації, спеціальних знань, приміщень, учасників і обладнання; надання інформації про місцеве законодавство в галузі промислових і соціальних відносин, надання спеціальних послуг, співпраця з консультантом і т.д;

6. Особливої уваги заслуговує розділ про винагороду консультанта. В ньому вказуються методи винагороди. Оплата послуг консультанта нараховує в собі покриття різних витрат і відповідний чистий дохід консультанта. У витрати можуть входити заробітна плата технічного персоналу, витрати, пов'язані з адміністративним і канцелярським персоналом, додаткові виплати, витрати на обладнання, офісні приміщення, податки та інші загальні витрати. Як правило, витрати, пов'язані з інжинірингом, вказуються в додатку до договору.

7. Розрахунок витрат здійснюється на основі одного чи поєднання кількох наступних методів: час; вартість робочої сили, помножена на накладні витрати, плюс витрати; частина вартості будівельних об'єктів у відсотках; вартість плюс

відсоткова винагорода чи вартість плюс фіксована винагорода; попередній гонорар та ін.

8. При складанні договору необхідно розглянути, які податки і стягнення повинні бути сплачені і яка сторона повинна їх заплатити. В договорі вказується той, хто сплачує мито.

9. Важливим питанням договору являється питання про інтелектуальну власність і запатентовану інформацію. Сторони повинні визначити, чи може технічна документація другий раз використовуватися іншою стороною для інших проектів. Якщо надання консультативних послуг пов'язане з наданням прав на патенти і ліцензії, промислової власності, то сторони повинні вирішити, хто несе витрати, пов'язані з їх використанням. Сторони повинні досягти згоди відносно права одної з них використовувати розробки, на які інша сторона дає заявку на патент.

10. Консультант зазвичай за свій рахунок забезпечує страхування, що охоплює його власну роботу, обладнання, з яким він працює, і страхування персоналу. Часто важливим завданням консультанта є надання консультацій замовнику відносно стандартів і норм, які необхідно використати в зв'язку з даним проектом.

8.3. Методи визначення інтернаціональної вартості інжинірингових послуг

Одним з найскладніших питань, що узгоджується між замовником і виконавцем (консультантом) на стадії укладання договору, є *розрахунок вартості інжинірингових послуг*. Це зумовлено як різноманітністю послуг, що надаються, так і їх нестандартністю, неможливістю попередньо встановити остаточний обсяг необхідних робіт і загальну суму витрат, пов'язаних з їх виконанням. Тому вартість послуг, що була визначена на стадії укладання контракту, може бути скоригована згідно із фактичними витратами по закінченні робіт.

У світовій практиці використовуються такі основні методи розрахунку винагороди за надані інженерно-консультаційні послуги:

- за витраченим часом;
- за фактичними витратами плюс фіксована винагорода;
- за відсотковою часткою від вартості об'єкта.

Перший метод — *за витраченим часом* — застосовується при визначенні вартості таких послуг, як попередні техніко-економічні дослідження, технічний контроль за монтажем обладнання і виконанням будівельно-монтажних робіт, консультації та складання висновків з питань, що не потребують виконання проектних робіт і креслення, а також за інші види робіт, реалізація яких потребує невеликої кількості консультантів. При застосуванні методу за витраченим часом розмір винагороди залежить від двох змінних: фактично витраченого часу на виконання робіт і рівня основної заробітної плати й робітників інжинірингової фірми і консультантів, що залучаються для виконання цієї роботи. Денні ставки фахівців, на базі яких розраховується винагорода, коливаються в широких межах залежно від їх категорії та необхідної кваліфікації, а також від стану ринку, рівня оплати праці таких фахівців у країні. При цьому розміри ставок узгоджуються на такому рівні, щоб розрахована на їх основі винагорода повністю компенсувала витрати інженерно-консультаційної фірми із заробітної плати, а також прямі та інші витрати, забезпечувала прийнятний рівень прибутку. Час, що витрачається на виконання конкретного доручення, найчастіше фіксується в робочих днях, а в разі тривалого контракту при безперервному виконанні робіт — в тижнях або місяцях.

Розрахунок винагороди за другим методом — *за фактичними витратами плюс фіксована винагорода* — застосовується в тих випадках, коли неможливо достатньо точно розрахувати обсяг майбутніх робіт і тривалість їх виконання. У даному разі розрахунок вартості інженерно-консультаційних послуг складається з двох етапів: попереднього та остаточного. На першому етапі робиться попередній розрахунок витрат на інжинірингові послуги (за заробітною платою та прямими і накладними витратами) та розрахунок фінансової винагороди у вигляді відсотка від суми попереднього розрахунку. Розмір

відсоткової частки, як показує практика, коливається в межах від 10 % (при вартості об'єкта понад 100 млн. дол.) до 25% по об'єктах меншої вартості. Розрахована таким чином фіксована винагорода виплачується замовником у вигляді авансу на покриття витрат інженерно-консультаційної фірми, пов'язаних з мобілізаційним періодом, виплатою банківських відсотків, а також так званою готовністю надавати послуги (забезпечення мінімального прибутку, страхування ризику залишитися без замовлень на певний час, компенсація специфічних витрат — відвідування клієнтів, ведення переговорів тощо).

Остаточний розрахунок між замовником і консультантом відбувається після виконання зазначених у контракті робіт на основі суми попереднього розрахунку з урахуванням виплаченої фіксованої винагороди та фактичних витрат консультанта.

Розрахунок винагороди консультантів за *відсотковою часткою від вартості об'єкта* застосовується при розробці стандартизованих проектів різноманітних споруд, об'єктів інфраструктури і промислових підприємств. На практиці вже склались приблизні співвідношення вартості інженерно-консультаційних послуг і вартості будівництва. Тому асоціації інжинірингових фірм та інші подібні організації і спілки розробляють спеціальні таблиці та графіки для визначення розміру винагороди за базові інженерно-консультаційні послуги залежно від вартості будівництва об'єкта. Такі таблиці враховують також складність запланованого об'єкта. При цьому існує така залежність: для складніших об'єктів відсоткова частка вища (на 1-2 %), а при збільшенні вартості будівництва об'єкта відсоткова частка винагороди консультанта зменшується. Крім того, таблиці можуть містити і категорії інжинірингових послуг, що дає можливість ретельніше робити розрахунки винагороди.

Міжнародний досвід свідчить, що вартість консультаційних послуг перебуває на рівні 3-10% вартості об'єкта, що споруджується (залежно від галузевої належності, технічної та технологічної складності, місця будівництва, новизни робіт). Якщо ж інженерно-консультаційна фірма бере на себе

за контрактом відповідальність за весь цикл (комплекс) інженерно-консультаційних робіт, то його вартість може перевищувати 15 % вартості об'єкта (будівництво атомних електростанцій, складних промислових підприємств тощо). Розміри винагороди на базі відсотка від вартості будівництва є, як правило, основою для переговорів, у процесі яких остаточно узгоджується вартість послуг. При розрахунках суми винагороди консультантам фахівці вважають за доцільне використання кількох методик у поєднанні з підвищенням рівня обґрунтованості ціни інжинірингових послуг.

Питання для обговорення

1. Сутність міжнародного інжинірингу.
2. Основні умови угод про надання інженерно-технічних послуг.

Питання для самостійного вивчення

1. Принципи інжинірингу.
2. Міжнародна практика встановлення винагороди за надання інжинірингових послуг.

Тестові завдання

1. До основних принципів інжиніринга слід віднести:
 - a) комплексний підхід до здійснення проектів;
 - b) розробка проектів з урахуванням власних можливостей;
 - c) використання стандартних методів управління;
 - d) одноваріантність технічних та економічних розробок.
2. Особливості інжинірингу як особливої форми виробничої діяльності полягають в наступному:
 - a) інжинірингові послуги втілюються в матеріальній формі продукту;
 - b) послуги не мають комерційного характеру;
 - c) послуги не потребують безпосередньої зустрічі замовника та виконавця;
 - d) послуги можуть тиражуватися.

3. Передпроектні інжинірингові послуги включають:

- a) дослідження ринку, топографічні зйомки, дослідження ґрунтів;
- b) підготовку генерального плану;
- c) попередню оцінку вартості проекту;
- d) підготовку контрактної документації.

4. Сторонами договору про надання інжинірингових послуг можуть бути:

- a) лише дві юридичні особи;
- b) лише три юридичні особи;
- c) лише чотири юридичні особи;
- d) багато юридичних осіб.

5. Розмір відсоткової частки при розрахунку винагороди за надання інжинірингових послуг за методом фактичні витрати плюс фіксована винагорода коливається в межах:

- a) 1-5%; b) 12-15%; c) 15-20%; d) 10-25%.

6. У світовій практиці вартість інженерно – консультаційних послуг складає:

- a) 1-3% вартості об'єкта, що споруджується;
- b) 3-5% вартості об'єкта, що споруджується;
- c) 5-7% вартості об'єкта, що споруджується;
- d) 3-10% вартості об'єкта, що споруджується.

Глава 9. Світовий ринок фінансових послуг

9.1. Особливості функціонування ринку міжнародних фінансових послуг

Ринок фінансових послуг є особливою, притаманною лише ринковій економіці сферою економічних взаємовідносин, де здійснюється купівля-продаж, розподіл і перерозподіл фінансових активів країни між сферами економіки. В умовах розвиненої ринкової економіки, де гроші протягом століть формувались і розвивались як товар, подібний до будь-якого іншого, ринок фінансових послуг має розвинену інфраструктуру. Сьогодні фінансові послуги мають не менше значення, ніж виробництво. Найбільш динамічно розвивається та частина сфери послуг, яка пов'язана із задоволенням потреб суспільного виробництва: фінансово-кредитне обслуговування, страхові послуги, інформаційне і бухгалтерське обслуговування. Платність фінансових послуг обумовлена самим характером послуги, що є вільною і ніби прихованою в товарі.

Фінансова послуга — операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів.

Фінансовими вважаються такі послуги:

- випуск платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків та/або їх обслуговування, кліринг, інші форми забезпечення розрахунків;
- довірче управління фінансовими активами;
- діяльність з обміну валют;
- залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення;
- фінансовий лізинг;

- надання коштів у позику, в тому числі і на умовах фінансового кредиту;
- надання гарантій та поручительств;
- переказ грошей;
- послуги у сфері страхування та накопичувального пенсійного забезпечення;
- торгівля цінними паперами;
- факторинг;
- інші операції.

Важливим стимулюючим фактором все більш широкого впровадження виробничих компаній у сферу фінансових послуг є створення вертикально інтегрованої структури компаній, що дозволяє знизити витрати і посилити орієнтацію на споживача. Також підвищується значення некапіталомістких видів послуг, пов'язаних із використанням висококваліфікованої праці, до яких належать фінансові послуги.

На сучасному етапі фінансові установи розглядають у світлі двох ключових концепцій: сфера надання фінансових послуг і фірма, що надає фінансові послуги — це бізнес, що постачає фінансову продукцію і послуги. Загальні категорії цієї продукції та послуг включають операційні рахунки (наприклад, поточні рахунки), портфельні послуги (наприклад, позики і депозити), страхування, банківська діяльність інвестиції (наприклад, підписання цінних паперів і угоди брокера, ділера), послуги довіреної особи, фінансове планування, обробка інформації, даних.

Сфера надання фінансових послуг може розглядатися як сукупність усіх фірм, що надають фінансові послуги. З іншого боку, сфера надання фінансових послуг — об'єднання таких традиційних і сегментованих галузей промисловості, як банківська діяльність, цінні папери, страхування, нерухомість, кредит, фінанси. Наприклад, у США сфера надання фінансових послуг включає нефінансові корпорації типу “Дженерал Моторс”, “Ford Motor Company”, “Sears”, “AT and T”, які зайняті у виробництві та наданні фінансових послуг.

Для фінансового ринку, щоб бути повністю досконалим, необхідно:

- всім учасникам мати доступ на ринок і будь-кому з учасників не мати контролю над цінами;
- інформація відносно фінансових активів повинна бути легко доступною для всіх учасників;
- не повинно бути перешкод щодо вільної торгівлі фінансовими активами;
- у стягненні податків, зборів не має бути спотворення, перекручування.

Якщо ці умови існують, то ціни на фінансові активи точно і швидко відображають інформацію про фінансові активи, фінансові ринки можна вважати ефективними.

У конкурентоспроможному світі банки — просто звичайні посередники, які відповідають потребам і можливостям позичальників кредиторів. Роль конкурентоспроможності банківської системи в загальній структурі рівноваги пасивна. Сфера надання послуг, у якій працюють комерційні банки, знаходиться у стані змін. *Зміни в цій сфері пов'язані з такими ключовими факторами:*

- технологія;
- перерегулювання (включаючи реформу щодо страхування депозитів);
- ризик;
- змагання за клієнтів і адекватність капіталу.

Під *технологією* розуміється засіб перетворення вихідних матеріалів (люди, інформація чи фізичні матеріали) для отримання бажаної продукції чи послуг. Поняття "*перерегулювання*" далеке від регулювання, взагалі, воно передбачає відсутність регулювання. Так як повністю нерегульована сфера надання послуг навряд чи виникне, пропонується "*перерегулювання*" як термін, що описує усунення чи послаблення бар'єрів у змаганні в банківській діяльності. *Існує п'ять первинних бар'єрів щодо змагання у банківській діяльності:* ціна чи засіб управління в межах інтересу; обмеження виробництва; організаційні обмеження; географічні обмеження і податки.

З того часу, як фірми, що надають фінансові послуги, тримають портфелі фінансових активів і заборгованості, їх чиста вартість чутлива до непередбачених змін. Оскільки фактичні зміни рівні очікуваним змінам плюс непередбачені зміни, то очікувані зміни повинні бути включені в раціональні портфельні рішення. Відповідно, лише непередбачені зміни впливають на вартість. *Управління ризику* — одне з головних завдань фінансового управління банків (чи фірм, що надають фінансові послуги).

У сучасній сфері надання фінансових послуг *змагання за клієнтів* стало жорстким. Коли банки мали монополістичну владу, то не було потреби в розвитку маркетингової діяльності, але в умовах конкурентної боротьби виробничий розвиток і маркетинг — це критичні фактори успіху для фірм, що надають фінансові послуги. Оскільки стандартна економічна модель ринкової структури припускає виживання продукції з найбільш низькою вартістю, то клієнти повинні мати вигоду з більш низьких цін і більш широкого вибору фінансової продукції і послуг як росту змагання.

9.2. Лізинг як різновид фінансових послуг у міжнародному бізнесі

Термін “лізинг” походить від англійського дієслова “to lease” і означає “здавати і брати майно внайми”.

Процес лізингу виражає комплекс майнових і грошових відносин, що виникають між учасниками лізингової операції. Лізинг, як економіко-правова категорія, являє собою особливий вид підприємництва в області інвестиційної діяльності. Суть лізингу полягає в інвестуванні тимчасово вільних чи залучених фінансових засобів, коли лізингодавець придбає у власність обумовлене договором майно у визначеного продавця і надає це майно лізингоотримувачу за плату в тимчасове користування і для підприємницьких цілей.

Таким чином, сутність лізингових відносин не зводиться тільки до відносин сторін, визначених рамками лізингового

договору. Комплексність лізингової угоди визначається тим, що вона може бути обумовлена крім договору лізингу і договором купівлі-продажу, і кредитним договором, і договором страхування, і договором застави, і договором постачання продукції, виготовленої на лізинговому устаткуванні. Лізинг має певну схожість з кредитом, наданим на купівлю устаткування. Дійсно, виходячи з приведеного визначення, лізинг можна розглядати як майнові відносини на основі надання кредиту лізинговою компанією лізингоотримувачу на умовах терміновості, поверненості і платності. Однак це тільки одна з характеристик лізингу. Інша основна характеристика базується на відносинах власності.

При лізингу власність на предмет оренди зберігається за лізингодавцем, а лізингоотримувач одержує його лише в тимчасове користування, тобто право користування майном відокремлюється від права володіння їм. За володіння цим правом лізингоотримувач сплачує лізинговій компанії відповідні суми — лізингові платежі, розмір, вид і графік перерахування яких визначаються умовами двостороннього лізингового договору.

Після закінчення терміну лізингового договору лізингоотримувач може в залежності від того, як домовляться сторони, придбати об'єкт угоди за узгодженою ціною (залишкової вартості майна); продовжити лізинговий договір на колишніх або скоректованих умовах; повернути устаткування власнику після закінчення терміну договору.

Виділяють наступні види лізингу:

- *рентинг* — короткострокова оренда майна на термін від одного дня до одного року, що являє собою оренду машин, устаткування, транспортних засобів і інших видів техніки без права їх наступного придбання орендарем;
- *хайринг* — середньострокова оренда майна на термін від одного до трьох років;
- *лізинг* — довгострокова оренда майна на термін від трьох років і більше.

У класичній лізинговій угоді відносини між суб'єктами

лізингу будуються за наступною схемою: потенційний (майбутній) лізингоотримувач, зацікавлений в одержанні конкретних і визначених видів майна (устаткування, техніки і т.д.), самостійно на основі наявної в нього інформації, досвіду, рекомендацій, результатів попередньо досягнутих угод підбирає постачальника, який володіє цим майном. Через недостатність власних засобів і обмеженого доступу до кредитних ресурсів для придбання майна у власність або через відсутність необхідності в обов'язковій покупці майна він (лізингоотримувач) звертається до потенційного лізингодавця, що має необхідні засоби, із проханням про участь його в угоді. Ця участь лізингодавця виражається в тому, що лізингова компанія:

- перевіряє відповідність ціни, яку узгодив лізингоотримувач, поточному ринковому рівню;
- купує необхідне лізингоотримувачу майно в постачальника або виробника на основі договору купівлі-продажу у власність лізингової компанії;
- передає куплене майно лізингоотримувачу в тимчасове користування на обговорених у договорі лізингу умовах.

До прямих учасників лізингової угоди, тобто до суб'єктів лізингу, відносяться лізингодавці, лізингоотримувачі, постачальники (продавці) лізингового майна. Непрямими учасниками лізингової угоди вважаються комерційні та інвестиційні банки, що кредитують лізингодавця, гаранті лізингових угод, страхові компанії, посередники, лізингові брокери.

Необхідно зазначити, що вузькоспеціалізовані лізингові компанії зазвичай мають справу з одним видом товару (легкові автомобілі, контейнери) чи з товарами однієї групи стандартних видів (будівельне устаткування, устаткування для текстильних підприємств). Ці фірми, як правило, мають у своєму розпорядженні власний парк машин або запас устаткування і надають їх лізингоотримувачу за заявкою клієнта. При цьому лізингодавці самі здійснюють технічне обслуговування і стежать за підтримкою товару в нормальному експлуатаційному стані.

У світовій практиці при виділенні видів лізингу виходять насамперед з ознак їхньої класифікації, що характеризують: відношення до орендованого майна; тип фінансування лізингової операції; тип лізингового майна; склад учасників лізингової угоди; тип переданого в лізинг майна; ступінь окупності лізингового майна; сектор ринку, де проводяться лізингові операції; відношення до податкових, митних і амортизаційних пільг і преференцій; порядок лізингових платежів; ступінь ризику для лізингодавця.

1. По відношенню до орендованого майна (або за обсягом обслуговування) лізинг поділяється на:

- *чистий* — усі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингоотримувач. При цьому він переводить лізингодавцю чисті (нетто) платежі.
- *повний* — (з повним набором послуг, або “мокрый” лізинг) лізингодавець приймає на себе всі витрати по обслуговуванню майна. Його використовують, як правило, виробники устаткування. Різновидом “мокрого” лізингу можна назвати лізинг “під ключ”.
- *частковий* (з частковим набором послуг) — на лізингодавця покладаються лише окремі функції по обслуговуванню майна.

2. За типом фінансування лізинг поділяється на:

- *терміновий*, коли має місце одноразова оренда майна;
- *поновлюваний (револьверний)*, при якому після закінчення першого терміну договір лізингу продовжується на наступний період.

Різновидом поновлюваного лізингу виступає *генеральний лізинг*, що дозволяє лізингоотримувачу доповнити список орендованого устаткування без укладання нових контрактів. Це дуже важливо для підприємств з безупинним виробничим циклом і при жорсткій контрактній кооперації з партнерами, насамперед закордонними. За умовою угоди в режимі генерального лізингу лізингоотримувачу у випадку виникнення термінової непередбаченої необхідності в одержанні додаткового устаткування достатньо направити лізингодавцю запит

на постачання необхідного устаткування з посиланням на узгоджений перелік або каталог. Наприкінці періоду, на який укладена угода, здійснюється перерахунок лізингових платежів з урахуванням різночасності витрат лізингодавця і укладається нова угода.

3. В залежності від складу учасників (суб'єктів) угоди розрізняють наступні види лізингу:

- *прямий лізинг*, при якому власник майна (постачальник) самостійно здає об'єкт у лізинг (двостороння угода). Лізинг за участю двох сторін, по оцінках провідних західних експертів, займає відносно скромне положення в загальному числі лізингових угод, що укладаються. Його частка не перевищує 5–7%. По суті, цю угоду не можна назвати класичною, тому що в ній не бере участь лізингова компанія.

- *непрямий лізинг*, коли передача майна в лізинг відбувається через посередника. Такого роду угода схожа з класичною лізинговою операцією, тому що в ній беруть участь постачальник, лізингодавець і лізингоотримувач. Кожний з них виступає роздільно і самостійно;

- *лізинг за участю безлічі сторін, або роздільний лізинг*. Цей вид лізингу розповсюджений як форма фінансування складних, великомасштабних об'єктів, таких, як авіатехніка, морські і річкові судна, комплектне устаткування підприємств, залізничний і рухомий склад, бурові платформи і т.п. Такий лізинг називається ще *груповим* чи *акціонерним*, тобто лізингом за участю декількох компаній постачальників, лізингодавців і залученням кредитних засобів у банків, а також із страхуванням лізингового майна і поверненням лізингових платежів за допомогою страхових пулів. Однією з форм прямого лізингу варто визнати *поворотний лізинг*, що представляє собою систему взаємозалежних угод, при якій фірма — власник землі, будинків, споруд чи устаткування продає цю власність фінансовому інституту й одночасно оформлює угоду про довгострокову оренду своєї колишньої власності на умовах лізингу.

4. За типом майна розрізняють:

- *лізинг рухомості* (устаткування, техніка, автомобілі і т.п.), у тому числі нової та тієї, що вже використовувалася;
- *лізинг нерухомості* (будинки, споруди, судна, літаки).

5. За ступенем окупності майна лізинг підрозділяється

на:

- *лізинг з повною (чи близькою до повної) окупністю*, коли протягом терміну дії лізингового договору відбувається повна чи близька до повної амортизація майна і, відповідно, виплата лізингодавцю вартості майна;
- *лізинг з неповною окупністю*, при якому протягом терміну дії одного лізингового договору відбувається часткова амортизація майна й окупається тільки частина його.

6. Відповідно до ознак окупності (умовами амортизації) майна виділяють:

- *фінансовий лізинг* являє собою взаємини партнерів, що передбачають протягом періоду дії угоди між ними виплату лізингових платежів, що покривають повну вартість амортизації або устаткування велику його частину, додаткові витрати і прибуток лізингодавця.

- *оперативний чи сервісний, лізинг* являє собою орендні відносини, при яких витрати лізингодавця, пов'язані з придбанням і змістом предметів, що здаються в оренду, не покриваються орендними платежами протягом одного лізингового контракту. Він укладається найчастіше на термін від декількох місяців до трьох років.

7. В залежності від сектора ринку, де проводяться лізингові операції, розділяють:

- *внутрішній лізинг*, коли всі учасники угоди представляють одну країну;

- *зовнішній (міжнародний) лізинг*. До зовнішнього лізингу відносяться угоди, у яких хоча б одна із сторін належить до різних країн. До цього ж виду лізингу відносять і угоди, укладені лізингодавцем і лізингоотримувачем однієї країни, якщо хоча б одна із сторін є спільним підприємством.

8. З урахуванням податкових, амортизаційних пільг розрізняють лізинг:

- з використанням пільг по оподатковуванню майна, прибутку, ПДВ, різних зборів, прискореної амортизації і т.п.
- без використання пільг.

Питання для обговорення

1. Суб'єкти фінансового ринку.
2. Поняття сегментації фінансового ринку.
3. Особливості функціонування українського ринку фінансових послуг.

Питання для самостійного вивчення

1. Фінансові послуги на ринку капіталу та цінних паперів.
2. Поняття фінансового посередництва.
3. Зобов'язання лізингової компанії.

Тестові завдання

1. Фінансова послуга — це:

- a) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок;
- b) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за рахунок цих осіб;
- c) операції з фінансовими активами, що здійснюються у власних інтересах за власний рахунок;
- d) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за рахунок цих осіб або за власний рахунок.

2. Хайринг — це:

- a) надкороткострокова оренда майна;
- b) короткострокова оренда майна;
- c) довгострокова оренда майна;
- d) середньострокова оренда майна.

3. Прямими учасниками лізингової угоди є:

- a) лізингодавці, лізингоотримувачі, постачальники лізингового майна;
- b) лізингодавці, лізингоотримувачі;
- c) лізингодавці, лізингоотримувачі, комерційні банки;
- d) лізингодавці, лізингоотримувачі, інвестиційні банки.

4. Чистий лізинг означає, що:

- a) усі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингодавець;
- b) усі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингоотримувач;
- c) більшість витрат приймає на себе лізингодавець;
- d) витрати розподіляються пропорційно між лізингодавцем та лізингоотримувачем.

5. Який вид лізингу передбачає, що всі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингодавець:

- a) чистий;
- b) повний;
- c) генеральний;
- d) терміновий.

6. Вид лізингу, при якому власник майна самостійно здає об'єкт в оренду:

- a) прямий;
- b) непрямий;
- c) роздільний;
- d) генеральний.

Частина II. ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глава 10. Проблеми та перспективи розвитку ринку транспортних послуг в Україні

Сучасний стан розвитку транспортної галузі України характеризується наступними факторами:

- використання переваг вигідного транспортно-географічного положення;
- переважання автомобільного транспорту у перевезенні пасажирів;
- переважання автомобільного транспорту (44%), залізничного (39%) та трубопровідного (12%) у перевезенні вантажів.

За обсягами пасажирських перевезень і протяжністю шляхів провідна роль у транспортному сполученні України належить **автомобільному транспорту**, який завдяки переважно рівнинному характеру рельєфу країни розвивався досить рівномірно по всій її території з дещо щільнішою мережею автошляхів на заході та південному сході.

Серед головних автомобільних доріг (автомагістралей) України слід виділити:

- Київ — Житомир — Рівне — Львів;
- Київ — Полтава — Харків — Дебальцеве;
- Київ — Умань — Одеса;
- Київ — Глухів;
- Харків — Новомосковськ — Запоріжжя — Сімферополь.

Основними центрами автомобільного сполучення є Київ, Харків, Дніпропетровськ, Запоріжжя та Полтава. Передбачається, що значення автомобільного транспорту зростатиме в

зв'язку з інтеграцією України у високорозвинену європейську автомобільну комунікаційну мережу, що передбачає будівництво в країні першокласних автострад, зокрема трансєвропейської широтної “Київ – Мадрид”.

Значну роль відіграватиме Україна і в перспективній мережі стратегічних транспортних коридорів Центральної та Східної Європи, що розробляються експертами Європейського Економічного Співтовариства з метою створення прямого та швидкісного сполучення між європейськими центрами з найбільшою концентрацією населення та виробництва.

На основі аналізу даних різних країн, у тому числі й України, розроблено проект основних стратегічних коридорів міжнародних перевезень у Центральній та Східній Європі, який передбачає використання всіх видів транспорту: автомобільного, залізничного, водного та повітряного, а також змішаної форми перевезень. Загалом визначено 13 коридорів, 4 з яких пройдуть по території України:

коридор № 3	від м. Берліна та Дрездена через південну частину Республіки Польща до м.Києва
коридор № 4	від Італії через м. Будапешт до коридору № 3
коридор № 9	від Грецької Республіки до Республіки Молдова, України та Російської Федерації через м. Софію та Бухарест
коридор № 13	від порту Гданськ через Республіку Польща та Словацьку Республіку до України й далі до країн СНД

Залізничні шляхи, що тісно пов'язані з автомагістралями, — це важлива складова транспортної системи України. Щільність залізничних шляхів в Україні становить 38 км на 1 тис. км², з яких 8.3 тис. км електрифіковані, 8.0 тис. км двота багатокільні. До головних залізничних магістралей України належать:

- Київ — Козятин — Здолбунів — Львів,
- Київ — Полтава — Харків — Дебальцево,

- Фастів — Сміла — Дніпропетровськ,
- Козятин — Жмеринка — Одеса,
- Київ — Конотоп — Шостка,
- Кривий Ріг — Дніпропетровськ — Донецьк,
- Харків — Донецьк — Запоріжжя — Сімферополь — Севастополь,
- Львів — Мукачеве — Чоп.

Основні залізничні вузли, що мають розвинуте станційне господарство, — Київ, Львів, Харків, Дніпропетровськ, Фастів, Дебальцеве, Запоріжжя, Сміла, Жмеринка. Зважаючи на необхідність інтеграції України в єдину європейську залізничну мережу, в перспективі передбачається включення країни в європейську програму будівництва швидкісних залізничних магістралей (швидкість — 200 — 300 км/год.) та приведення ширини шляхів до європейських стандартів.

Обсяг перевезень пасажирів і вантажів *річковим транспортом* досить незначний. Перевезення, переважно в межах України, а також міждержавні, здійснюються, в основному, Українським Дунайським пароплавством. Головною річковою судноплавною артерією є Дніпро (у межах України його протяжність становить 1205 км). Судноплавними є також річки Десна (на відрізу Чернігів — Київ), Південний Буг (на відрізу Миколаїв — Олександрівка), Дністер (до Заліщиків Тернопільської області), Дунай (від Вилкового до Рені), Сіверський Донець (від м. Щастя Луганської області). Основні річкові порти України: Дніпропетровськ, Запоріжжя, Херсон, Київ, Рені. Відкриття у ФРН в 1992 році судноплавного каналу Рейн — Майн — Дунай забезпечило зв'язок України з Нідерландами та іншими країнами Північного моря. В перспективі планується побудова в Білорусі Дніпровсько-Двінського каналу, що забезпечить Україні вихід до Балтійського моря.

Морський транспорт сконцентровано на півдні країни, у портах Чорного та Азовського морів. Сполучення з Середземномор'ям і далі зі світовим океаном здійснюється через протоки Босфор і Дарданелли. Основні морські порти України — це

Одеса, Іллічівськ, Південний, Білгород-Дністровський, Миколаїв, Очаків, Херсон, Скадовськ, Євпаторія, Севастополь, Ялта, Феодосія, Маріуполь, Бердянськ, Керч, Ізмаїл, Кілія, Рені. Діють також дві міжнародні морські переправи — українсько-болгарська (Одеса — Варна) та українсько-російська (Керч — Тамань). Серед сучасних особливостей розвитку морського транспорту України слід виділити зростання ролі Одеського портового комплексу (Одеса, Іллічівськ, Південний) і перетворення його на нафтовий термінал по прийому нафти з танкерів.

Авіаційний транспорт відіграє важливу роль у здійсненні міжнародного сполучення України, особливо на заході, сході та півдні, а також у межах національної транспортної мережі, зокрема у напрямку захід — схід (Львів — Харків, Львів — Донецьк). Специфіка цього виду транспорту (швидкість, комфортність тощо) зумовлює його пріоритетний подальший розвиток.

Основні аеропорти України — це Бориспіль і Жуляни у м. Києві, Одеса, Сімферополь, Харків, Львів, Дніпропетровськ. В Україні також налічується близько 100 аеродромів, з яких 32 — цивільної авіації. На Київ припадає майже 1/6 всіх авіаційних пасажирських перевезень країни. Сьогодні в межах внутрішнього сполучення експлуатуються переважно авіалінії Київ — Сімферополь, Київ — Одеса, Київ — Львів, Київ — Ужгород. Спостерігається тенденція до загального скорочення регулярних внутрішніх рейсів водночас із значним збільшенням обсягів чартерних, рейсів між обласними центрами для ділових поїздок з використанням малої авіації (літаки на 8 — 12 пасажирів), а також до регулярної експлуатації невеликих аеропортів. Розвитку міжнародних авіаційних зв'язків України сприятиме Угода про повітряне сполучення, підписана українським Урядом з 20 країнами світу. Авіаційна галузь характеризується також коренною реконструкцією міжнародних авіаліній і збільшенням їх кількості мінімум до семи.

В цілому транспортна мережа України складається з транспортних магістралей і вузлів, що зумовлює її лінійно-

вузловий характер. *Транспортний вузол* — це місце перехрещення трьох і більше ліній та потоків одного або кількох видів транспорту. Розрізняють спеціалізовані та інтегральні транспортні вузли. Спеціалізовані є осередками одного виду транспорту (Умань — великий спеціалізований автомобільний транспортний вузол, Сміла — залізничний). Інтегральні поєднують 2 — 4 види транспорту.

Місто Київ — це єдиний інтегральний автомобільно-авіаційно-залізнично-річковий транспортний вузол. Основними транспортними вузлами також є:

- автомобільно-залізнично-авіаційні: Львів, Харків, Дніпропетровськ;
- залізнично-авіаційно-морський: Одеса;
- автомобільно-залізничні: Коростень, Миколаїв, Запоріжжя, Полтава, Суми, Тернопіль, Ковель, Черкаси, Кременчук, Мукачеве, Стрий;
- автомобільно-авіаційний: Сімферополь.

Серед транспортних магістралей особливе значення мають транспортні полімагістралі, які поєднують лінії та потоки двох (бітранспортні) та рідше трьох (тритранспортні) видів транспорту.

Територія України поділяється на 4 транспортно-економічні райони: Наддніпровський, Прикарпатський, Причорноморський, Приазовський. *Наддніпровський автомобільно-залізнично-річково-авіаційний транспортно-економічний район* охоплює Вінницьку, Житомирську, Київську, Кіровоградську, Полтавську, Сумську, Черкаську, Чернігівську області та м. Київ. Основні транспортні вузли у ньому: Київ, Полтава, Козятин, Кременчук.

Прикарпатський автомобільно-залізнично-авіаційний транспортно-економічний район охоплює Волинську, Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Рівненську, Тернопільську, Хмельницьку та Чернівецьку області. Основні транспортні вузли у ньому: Львів, Рівне, Мукачеве, Івано-Франківськ, Тернопіль, Чернівці, Хмельницький, Стрий, Ковель, Красне.

Причорноморський автомобільно-залізнично-авіаційно-річково-морський транспортно-економічний район, що поєднує п'ять видів транспорту, є більш розвинутим у порівнянні з Наддніпровським і Прикарпатським. Він охоплює Автономну Республіку Крим, Миколаївську, Одеську та Херсонську області. Основні транспортні вузли району — Одеса, Миколаїв, Херсон, Сімферополь, Джанкой.

Приазовський автомобільно-залізнично-авіаційно-річково-морський транспортно-економічний район, в якому наявні всі шість видів транспорту, охоплює Дніпропетровську, Донецьку, Запорізьку, Луганську, Харківську області та є найрозвинутішим в Україні. Основні транспортні вузли у ньому — Харків, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Донецьк, Дебальцеве, Маріуполь, Луганськ.

Слід зазначити, що Україна може відігравати значну роль у розвитку міжнародних транспортних сполучень і перевезень. Нині, завдяки сприятливому географічному положенню, Україна — важлива транзитна держава. По її території у напрямках захід — схід і північ — південь здійснюються вантажні та пасажирські перевезення у треті країни. Україна має сухопутні автомобільні та залізничні прикордонні переходи на заході, а також водні — в Азово-Чорноморському басейні на півдні. Розвитку річкового транспорту сприяло рішення Уряду України, прийняте у 1992 році, про відкриття всіх внутрішніх річкових портів для вільного заходу іноземних суден.

Глава 11. Особливості розвитку туристичного бізнесу в Україні

Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки. І сьогодні туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрям розвитку цього ринку. Україна займає одне з помітних місць в світі щодо наявності унікальних туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів. Нині туристичною діяльністю в Україні займається понад 1,5 тис. підприємств, на яких працює майже 100 тис.чол. Для обслуговування туристичних потоків задіяно більше 3 тис. лікувально-оздоровчих закладів, майже 1,5 тис. туристичних баз, готелів, мотелів і кемпінгів різних форм власності. За оцінками фахівців, Україна може приймати до 10 млн. туристів на рік.

Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для поїздки бере до уваги такі фактори, як політична та економічна стабільність, ціни, рівень сервісного обслуговування, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, характер транспортних зв'язків, реклама, географічні, природні та кліматичні, культурні і релігійні характеристики країни. За оцінками експертів, основними мотивами для туристичних мандрівок в Україну є культура країни, можливість оздоровлення, краси природи, спорт та відпочинок. Отже, ці чинники є найбільш вагомими складовими туристичного продукту нашої країни, які потребують особливої уваги з боку фахівців туристичного бізнесу. Разом з цим необхідно привертати увагу потенційних туристів до історико-архітектурних пам'яток, стародавніх звичаїв та традицій українського народу, які, без сумніву, можуть зацікавити гостей нашої країни. Взагалі, створення позитивного іміджу країни та її окремих туристичних об'єктів має стати складовою частиною загальної стратегії розвитку туризму в Україні.

Український ринок туристичних послуг має певні особливості, до яких можна віднести:

- постійне збільшення пропозиції послуг, зважаючи на зростаючий попит;
- досвідчені спеціалісти для роботи в галузі;
- виключні можливості для розвитку найрізноманітніших видів туризму;
- сприяння розвитку ринкової інфраструктури з боку держави шляхом забезпечення нормативно-правових аспектів діяльності.

Заслугує на увагу той факт, що Україна має всі передумови для підвищення конкурентоспроможності в цій сфері. Серед них треба виділити наступні: вигідне географічне положення; розвинута транспортна інфраструктура; значний науково-технічний потенціал; наявність висококваліфікованих кадрів. Характерною рисою послуг, які пропонуються потенційним туристам в Україні, є їх структурне різноманіття.

Туристична галузь в Україні формується за рахунок трьох складових: виїзний (зарубіжний) туризм; внутрішній туризм; в'їзний (іноземний) туризм. Виїзному туризму належить частка 41% від загальної кількості туристів. Українці подорожують за кордон із службовою метою, як приватні туристи та в організовані тури.

Зарубіжний туризм в Україні має певні особливості. До них слід віднести:

- переважання приватних подорожей над службовим та організованим туризмом, що зумовлено бажанням задовольнити потреби конкретного туриста, стиль його життя і відпочинку, вимоги до рівня обслуговування, беручи до уваги платоспроможність, індивідуальне замовлення щодо формування програми, маршруту та місця розміщення;
- основними напрямками подорожей українських туристів є Росія, Польща, Угорщина, Молдова та Білорусь. Таке спрямування туристичних потоків пояснюється сталими зв'язками із сусідніми з Україною державами, зручним транспортним сполученням, близькістю культурного розвитку, розвинутими економічними відносинами між країнами;
- нерівномірність розвитку виїзного туризму за регіонами, що пояснюється, на наш погляд, рівнем економічного роз-

витку регіонів, платоспроможністю населення, близькістю деяких регіонів до сусідніх держав, що сприяє розвитку туристичних та соціально-економічних зв'язків;

- значна кількість туристичних фірм надають перевагу саме виїзному туризму. Це можна пояснити можливістю швидше отримати прибуток, використовувати відпрацьовані туристичні маршрути, охопити більшу кількість громадян, які бажають подорожувати в різні країни світу.

Складовим елементом туристичної діяльності в Україні є також внутрішній туризм. На нього припадає 32% подорожуючих. Серед характерних рис цього туристичного напрямку помітне місце належить наступним. Він сприяє розвитку екскурсійної діяльності, маршрутно-пізнавальному і спортивно-оздоровчому туризму; поєднує в собі відсутність мовного бар'єру і складностей з візами, прийнятні ціни та розвиток інфраструктури, що приваблює внутрішніх туристів; переважна кількість внутрішніх туристів обслуговується готелями та санаторно-курортними закладами. Це зумовлено, насамперед, розвитком готельної мережі по Україні, вдосконаленням сервісу, унікальними лікувальними властивостями регіонів. Разом з цим, необхідно відмітити, що на розвиток внутрішнього туризму негативно впливають недосконалість податкової системи, зниження платоспроможності основної частини населення, нерозвиненість матеріально-технічної бази сфери послуг.

Найбільшої уваги заслуговує такий напрям як в'їзний туризм. Він характеризується зростаючою динамікою. Це можна пояснити *по-перше*, збільшенням обізнаності туристів про Україну, *по-друге*, розвитком інфраструктури та підвищенням рівня обслуговування, *по-третьє*, спрощенням режиму перетинання кордонів.

Дослідження особливостей становлення і розвитку цієї сфери туристичної індустрії в Україні дозволяє виділити певні особливості їй притаманні. По-перше, в'їзний туризм слід розглядати як вид зовнішньої торгівлі, а отже як джерело надходження доходу, оскільки весь його продукт (у вигляді розміщення, пересування, ознайомлення та розваг) є предметом купівлі-

продажу. Слід зауважити, що в даному випадку наша країна одержує валютні кошти за туристичний продукт без його безпосереднього вивозу, що є доволі вигідним для національної економіки. По-друге, в'їзному туризму властива значна соціально-економічна роль. Ця галузь економіки сприяє не тільки збереженню, але і збільшенню екологічного потенціалу нашої держави, а також відновленню її екологічних ресурсів та створенню нових робочих місць. По-третє, саме цей вид туристичної діяльності сприяє формуванню позитивного іміджу України, виконує культурно-освітні функції, сприяє культурному обміну, є показником відкритості суспільства.

Необхідно зазначити, що в'їзному туризму, на даному етапі його розвитку, необхідний режим найбільшого сприяння з боку держави. Тільки при цьому може бути забезпечене дотримання розумного поєднання державної політики та інтересів українських підприємців у галузі туризму. Слід зазначити, що під рівнем конкурентоспроможності туристичної індустрії України ми розуміємо ступінь розвитку саме в'їзних туристичних потоків.

Ринок іноземного туризму в Україні формується за рахунок двох основних сегментів — східного (громадяни країн колишнього Союзу) і західного (туристи з інших, переважно високорозвинених, країн світу). Сучасний етап розвитку українського ринку в'їзного туризму характеризується наступними рисами:

- найбільш популярним видом туризму серед іноземних гостей є пізнавальний, тобто основною метою подорожі в Україну є отримання цікавих вражень. Туристи виявляють інтерес до української культури, своєрідності побуту та місцевих традицій, бажають ознайомитись із видатними пам'ятками стародавньої історії, археології, архітектури міжнародного та національного значення, скористатись цілющим кліматом, відомими лікувальними мінеральними джерелами;

- серед найбільш улюблених маршрутів іноземних туристів можна виділити Київ, Крим, Львівську та Одеську області. За кількістю туристів, метою яких є відпочинок та рекре-

ація, лідируючі позиції займає Крим — 60% відпочиваючих, у порівнянні з 40% в цілому по Україні. Розвиток в'їзного туризму саме в цих регіонах пояснюється тим, що в решті областей, де чимало цікавих пам'яток, готелі та транспорт поки що не відповідають європейському рівню; Найчастіше відвідують цей регіон гості з Росії, Беларусі, Молдови, Німеччини, Ізраїля, Турції.

- іноземні гості віддають перевагу індивідуальному туризму, оскільки він дає можливість найповніше задовільнити потреби конкретного туриста, його інтереси, звички, стиль життя і відпочинку;

- найперспективнішими регіонами з точки зору в'їзного туризму слід визначити Закарпатський та Причорноморський. Основними напрямками розвитку туристичної індустрії в цих регіонах є формування рекреаційно-туристичного комплексу, який задовольнив би потреби населення регіону в санаторно-курортному лікуванні, відпочинку і туризмі; формування ринку конкурентноспроможних на міжнародному рівні рекреаційних послуг на основі ефективного використання існуючих природних і культурно-історичних ресурсів регіону з одночасним збереженням екологічної чистоти середовища.

Аналіз розвитку туристичної індустрії в Україні дозволяє виділити конкурентні переваги, які повинні бути основою формування конкурентоспроможності нашої країни в галузі турбізнесу. Серед них пріоритетне значення мають:

1. Унікальний цілющий клімат.
2. Значний історико-культурний потенціал.
3. Регіональна розгалуженість туристичних центрів та зон відпочинку.
4. Наявність великої кількості територій з лікувальними можливостями.
5. Розвинена інфраструктура.
6. Забезпеченість розвитку туристичної індустрії нормативно-правовою базою.
7. Привабливість туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування.

Пріоритетне значення для розвитку української туристичної галузі має клімат, основними характеристиками якого є

невелика відносна вологість влітку та м'яка зима (такі особливості зумовлені географічним положенням нашої країни, яка є рівновіддаленою від Північного полюса та Екватора). Це дозволяє туристичній галузі приймати туристів всі чотири сезони на рік.

Слід зауважити, що переважна кількість іноземних туристів ставить на меті отримання нових вражень від подорожі. Тому багатий історико-культурний потенціал є однією з основних складових формування конкурентоспроможності нашої країни на світовому туристичному ринку. Важливими туристично-екскурсійними об'єктами в країні є численні пам'ятки археології, історії, архітектури, мистецтва, а також палацово-паркові ансамблі, музеї та картинні галереї. Серед унікальних пам'яток української держави яскравий інтерес для закордонних туристів можуть представляти:

- пам'ятники та монументи епохи Київської Русі;
- об'єкти туризму, пов'язані з історією українського козацтва;
- туристично-екскурсійні маршрути по місцях гайдамацького руху;
- меморіальні ансамблі, присвячені героїчній боротьбі за визволення України в часи Другої Світової війни;
- шедеври архітектури різних стилів: бароко, модерн, неокласицизм;
- палацово-паркові ансамблі та пам'ятки мистецтва.

Важливе значення для формування туристичних маршрутів має те, що практично кожен регіон нашої країни представляє інтерес з пізнавальної та тематичної точки зору. Це дозволяє задовільнити найбільш вибагливий попит іноземних туристів. Регіональна розгалуженість туристичних об'єктів є безумовною перевагою української туристичної індустрії. Це дозволяє, *по-перше*, урізноманітити асортимент туристичних послуг, *по-друге*, формувати цікаві екскурсійні маршрути територією країни, *по-третє*, залучати велику кількість туристів, тим самим збільшуючи прибутки галузі.

Слід відмітити, що велике значення для складання туристичних програм має забезпеченість територій транспортною,

готельною інфраструктурою, а також рівень сервісного обслуговування. На сьогодні цим вимогам найбільш повно відповідають Закарпатський та Причорноморський регіони. Тому саме вони є найбільш перспективними з точки зору в'їзного туризму. Район Закарпаття володіє значними природними та культурно-історичними ресурсами, які дозволяють інтенсивно розвивати рекреацію та туризм. Переважне значення для розвитку конкурентоспроможності цієї території мають наступні складові:

1) Наявність спільних кордонів з чотирма східно-європейськими державами. Таке географічне розташування дозволяє активно розвивати туристичні зв'язки з цими країнами; зручно діставатися до місця відпочинку іноземними туристам через близьке місцезнаходження та розвинуте транспортне сполучення. Слід відмітити також практичну відсутність мовних бар'єрів.

2) Регіон має значні рекреаційні можливості. По-перше, на його території розташовані 700 джерел лікувальних мінеральних вод. По-друге, в Закарпатській області знаходиться найбільша в світі алергологічна лікарня, розташована в соляній шахті. Також зауважимо, що джерела регіону не поступаються властивостями відомим мінеральним водам Франції, Чехії та Польщі, а відпочинок і лікування в Закарпатті коштує набагато дешевше, ніж в цих країнах.

3) Закарпатська область має значний історико-культурний потенціал. Це дозволяє поєднати відпочинок з пізнавальними туристичними маршрутами.

4) Розташування на території регіону Українських Карпат сприяє розвитку гірськолижного туризму. Орографічні умови, якими володіє область, є сприятливими для побудови лижних трас відповідно до світових стандартів.

5) Розвинута сервісна інфраструктура курорту, сприятливі кліматичні умови, чудові ландшафти забезпечують можливості для розвитку сільського туризму, який останнім часом стає все більш популярним серед іноземних відвідувачів.

Беручи до уваги ці фактори, можна виділити пріоритетні для регіону види туристичної діяльності. До них, на наш по-

гляд, слід віднести: лікувальний, сільський, гірськолижний, пізнавальний туризм.

Розвиток туризму, рекреації і курортів в Причорноморському регіоні здійснюється на базі природних ресурсів, які є дефіцитними для населення континентальної частини Східної Європи, Північної і Центральної Азії. Підвищенню конкурентоспроможності регіону сприяють наступні складові:

- унікальний клімат, особливості якого є сприятливими для організації і розвитку туристичної індустрії.
- розвинута рекреаційно-туристична інфраструктура.
- пам'ятники античності та пізнього середньовіччя, численні палацово-паркові ансамблі, печери, які входять до числа найкращих в світі, природні заповідники створюють виключні можливості для розвитку пізнавального туризму.

Значною перевагою регіону є те, що кожен його курортний район має свої особливості. Так, Південнобережний славиться своїм мікрокліматом, курорти західної зони (Євпаторія та Сакі) — грязями, Феодосія — мінеральною водою та іловою гряззю. Розвиток туристичної індустрії в регіоні має свої особливості. Серед них треба виділити наступні:

а) пріоритетне значення мають літні види туризму, оскільки на узбережжі спостерігається сезонна нерівномірність відвідування.

б) найбільш привабливою територією Причорноморського регіону для іноземних гостей є Автономна Республіка Крим, на яку припадає 30,5% туристів регіону. В той час як Одеська область приймає 7,2% зарубіжних відвідувачів, а Севастополь — 5,9%. Така зацікавленість потенційних туристів Кримським курортом викликана, по-перше, його кліматичними властивостями, по-друге, різноманітністю туристичних маршрутів, і, по-третє, більш низькими цінами відпочинку у порівнянні з іншими відомими морськими курортами.

в) В регіоні є всі перспективи для розвитку поряд з традиційними видами туристичної діяльності, таких як паломницький, археологічний туризм та баллуінг — катання туристів на повітряних кулях, прогулянки, екскурсії та подорожі на них.

Аналіз факторів, що впливають на привабливість зон рекреації і туризму в регіоні дозволяє зробити висновки, що районами пріоритетного освоєння повинні бути ті, у яких витрати на розвиток інженерно-транспортної інфраструктури можуть бути мінімальними (Одеська область, Ялта, Алушта, Бердянськ), стан навколишнього середовища і якість природних ресурсів є найкращими (Євпаторія — Саки, Південний берег Криму), де має місце найвища тривалість туристичного сезону (Одеса, Алушта, Ялта). Території пріоритетного розвитку рекреації і туризму в Причорноморському регіоні можуть бути виділені в наступних зонах:

- *зона Одеси*: спеціалізація — бальнеолікування, відпочинок, туристичні екскурсії, фестивалі, конгреси, семінари, бізнес-туризм, морські прогулянки.
- *зона Євпаторія — Саки*: спеціалізація — бальнеолікування, дитячий та сімейний відпочинок, реабілітація інвалідів.
- *зона Велика Ялта*: спеціалізація — відпочинок, туристичні екскурсії, фестивалі, літній спорт, морські прогулянки, перебування в горах.
- *зона Велика Алушта — Велика Феодосія*: спеціалізація — відпочинок, туристичні екскурсії, дельтапланеризм, спеціальні археологічні і мистецтвознавчі інтереси.
- *зона Бердянська*: спеціалізація — бальнеолікування, дитячий і сімейний відпочинок, туристичні екскурсії, морські прогулянки.

Важливою складовою конкурентоспроможності України є наявність різноманітних природних лікувальних ресурсів, сприятливих для розвитку санаторно-курортної справи. Сьогодні в країні діє багатофункціональна система санаторно-курортного обслуговування населення. Санаторно-курортне лікування на основі кліматичних, бальнеологічних і грязьових природних ресурсів здійснюють санаторії, санаторії-профілакторії, лікувальні бази, пансіонати з лікуванням. Треба зазначити, що саме лікувальний туризм має великі перспективи розвитку в нашій країні. Такий висновок дозволяє зробити

дослідження основних рекреаційних зон, які рівномірно розташовані майже по всій території України. Доцільно розглядати такі території за їх оздоровчим спрямуванням:

- *бальнеологічні курорти*: Дніпропетровська, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Одеська, Полтавська області;
- *кліматично-грязьові*: Запорізька, Одеська області;
- *грязьові*: Одеська, Сумська області;
- *кліматичні*: Київська, Одеська, Сумська, Полтавська.

Основою інтенсивного розвитку рекреації в цих регіонах є *по-перше*, вигідне географічне розташування в степовій та лісостеповій зоні у поєднанні зі сприятливим кліматом, *по-друге*, наявність лікувальних природних переваг, таких як мінеральна вода, грязі, ропа, *по-третє*, забезпеченість розгалуженою мережею санаторно-курортних установ.

Країни, які прагнуть бути конкурентоспроможними в сфері туризму, намагаються інтенсивно розвивати транспортну індустрію та готельне господарство, які формують туристичну інфраструктуру. Розвинуте транспортне сполучення України є одним із факторів сприяння в'їзному туризму, оскільки зручність проїзду до місця відпочинку відіграє важливу роль для потенційних туристів. Формуванню конкурентоспроможності туристичної індустрії нашої країни значно сприяє *по-перше*, наявність можливостей для розвитку всіх видів транспорту, що дозволяє гостям нашої країни обрати з них найбільш зручний. Іноземні туристи прибувають в Україну: по автомобільних та залізничних транспортних шляхах; авіаційним транспортом через аеропорти столиці — міста Києва; морським транспортом через південні морські порти з подальшим використанням інших видів транспорту для поїздки по країні. *По-друге*, наявність залізничної мережі, яка охоплює всю країну, дозволяє знизити витрати на подорож, оскільки вартість перевезення поїздом в межах України у 2,7 разів нижча ніж автомобільним і в 10,9 разів нижча ніж авіаційним транспортом.

По-третє, постійне зростання кількості прямих міжнародних авіаліній сприяє туристичним зв'язкам нашої країни.

Сьогодні здійснюється регулярне міжнародне пряме авіасполучення з містами Амстердамом, Барселеною, Берліном, Брюсселем, Віднем, Лондоном, Мадридом, Манчестером, Москвою, Мюнхеном, Парижем, Римом, Франкфуртом-на-Майні, Цюрихом та іншими. У весняно-літній період з метою забезпечення транспортного обслуговування додаткового потоку іноземних туристів в Україну здійснюється чартерне сполучення з Великобританією, Іспанією, Італією, країнами Скандинавії, Францією, Німеччиною. Крім того, розвиток внутрішнього авіаційного транспорту дозволяє швидко та зручно дістатися до основних областей України через аеропорти Києва, Одеси, Сімферополя, Харкова, Львова, Дніпропетровська.

Пріоритетне значення для подальшого розвитку транспортної індустрії буде мати:

- інтеграція України в єдину європейську залізничну мережу, яка передбачає включення країни в європейську програму будівництва швидкісних залізничних магістралей (швидкість — 200 — 300 км/год.);
- участь нашої країни в мережі стратегічних транспортних коридорів Центральної та Східної Європи, що розробляються з метою створення прямого та швидкісного сполучення між європейськими центрами.

Готельне господарство є однією з галузей сфери послуг, яка безпосередньо пов'язана з розвитком туризму і приймає активну участь у формуванні туристичної інфраструктури країни. Серед особливостей розвитку цієї сфери в Україні зазначаються на увагу наступні:

1) Основною характеристикою готельного господарства в нашій країні є різноманітність типів об'єктів розміщення. Це підприємства готельного господарства (готелі, кемпінги, мотелі, гуртожитки для приїжджих, молодіжні бази, готельно-офісні центри) із сервісною інфраструктурою, а також заклади оздоровлення і відпочинку (санаторії, пансіонати). Гостей в Україні готові прийняти більше 1500 готелів, мотелів, кемпінгів, туристичних баз, 3304 санаторіїв, будинків відпочинку.

2) Пріоритетне значення для розвитку конкурентоспроможності сфери туристичних послуг нашої держави має створення першої готельної мережі “Premier Hotels”, в якій представлені такі лідери індустрії як “Прем’єр Палас” в Києві, “Дністер” у Львові та “Ореанда” в Ялті. Серед переваг утворення такої мережі важливе значення мають наявність єдиного центру бронювання; дотримання учасниками мережі загальних стандартів якості, які характеризуються високим рівнем обслуговування; орієнтація на конкретного туриста. Такі принципи роботи дозволяють задовільнити вибагливий попит іноземних гостей, а також охопити різні категорії споживачів.

3) Останнім часом спостерігається збільшення кількості готелів у регіонах, які пропонують побутові умови на достатньому рівні. Це сталося переважно завдяки невеликим (до 50 номерів) приватним готелям.

4) Номерний фонд більшості готелів зазнає змін в бік збільшення висококласних номерів: чисельність номерів “люкс” за останні 4 роки підвищилося вдвічі.

Важливу роль в стійкому розвитку сфери туристичного бізнесу відіграє нормативно-правова база. В Україні сформоване правове поле туризму. Туристичний бізнес набуває фахових рис, адаптується до умов і вимог світового ринку турпослуг. За період з 1995 до 2003 року в Україні прийнята низка важливих рішень з питань державної політики у сфері туризму, курортів, готельних послуг. Доцільно виділити ті аспекти, які мають вирішальне значення для розвитку іноземного туризму як фактору підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку.

По-перше, заслуговує на увагу введення Правил обов’язкової сертифікації готельних послуг. Це має суттєве значення для розвитку готельного бізнесу в країні, для туристів, які користуються його послугами та вимагають належного рівня обслуговування. Отримання такого сертифікату є гарантом того, що готельний продукт відповідає вимогам стандартів. Це дає можливість підвищити авторитет підприємства на внутрішньому і зовнішніх ринках гостинності, а також прива-

Збільшити більшу кількість туристів та розширити партнерські зв'язки. По-друге, Законом України "Про туризм" і Програмою розвитку туризму в Україні до 2005 року передбачено відкриття представництв Держкомтуризму в Україні та за кордоном. Слід відмітити, що створення таких структур підвищить економічну ефективність туристичної індустрії, збільшить валютні надходження до державного бюджету. Переваги від організації туристичних представництв за кордоном полягають передусім в наступному:

- розширення можливостей просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку;
- проведення реклами туристичних можливостей України;
- розширення зв'язків з туристичними відомствами та підприємствами країни перебування;
- налагодження прямих контактів українських туристичних підприємств з зарубіжними партнерами.

Крім того, необхідність створення туристичної представницької структури зумовлюється і можливістю залучення більшої кількості іноземних туристів в Україну, забезпечення захисту прав та інтересів українських туристичних підприємств і вітчизняних туристів за кордоном, залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь нашої країни. *Потретьє*, сьогодні ведеться активна робота по укладанню міждержавних і міжнародних договорів, спрямованих на спрощення перетину кордону туристами, особливо з тих держав, що є для України найперспективнішими туристичними ринками. Окрім укладання та реалізації договорів щодо безвізових пересувань туристів, збільшенню обсягів туристичних обмінів буде сприяти запровадження гнучкої візової політики, спрощення консульських формальностей щодо надання в'їзних віз в Україну, зниження вартості віз для країн, що є головними генеруючими туристичними ринками, зокрема, країн Західної Європи та США.

Одним з найважливіших факторів створення конкурентоспроможного туристичного продукту є фінансові ресурси.

Розвиток туризму потребує розвиненої інфраструктури, а для цього необхідні значні інвестиції. Капітал має визначальний вплив на економічну значимість міжнародного туризму в країні. Фінансування туристично-рекреаційної індустрії доцільно здійснювати за рахунок:

- бюджетних коштів;
- позабюджетних фондів;
- коштів підприємств інших галузей;
- власних коштів суб'єктів рекреаційного господарювання.

Провідна роль у фінансуванні діяльності підприємств туристичної сфери в Україні належить іноземним інвесторам. Тому інвестиційна привабливість сфери туристичного бізнесу нашої країни має вирішальне значення для її розвитку. Сьогодні все більше регіонів представляють інтерес для іноземних інвесторів. Проте найбільші фінансові вкладення здійснюються в розвиток туристичної сфери Закарпатського та Причорноморського регіонів. Така регіональна спрямованість може бути пояснена тим, що умови, якими володіють дані регіони, передбачають високу ефективність рекреаційно-економічної діяльності.

Слід відмітити, що найбільш пріоритетними напрямками розвитку туристичного бізнесу в приморських регіонах є наступні:

- формування промислово-фінансових груп рекреаційного типу;
- створення природно-господарських міжнародних комплексів рекреаційного типу;
- організація спільних лікувально-оздоровчих та туристичних підприємств. Спільна підприємницька діяльність у рекреаційній сфері може здійснюватися в таких формах: одержання валютного кредиту для спорудження туристських об'єктів "під ключ"; спорудження й експлуатація об'єктів як спільних міжнародних підприємств. Перевага першого варіанта полягає в тому, що після погашення кредиту весь валютний прибуток залишається в Україні, але в цьому випадку існує ризик низького рівня експлуатації об'єктів, неможливість заміни

устаткування, невідповідного сервісу. Другий варіант передбачає наявність гарантій наступної експлуатації, передачі і практичного впровадження передового світового досвіду і відмовлення від валютного кредиту, але при цьому значна частина валютного прибутку буде належати закордонним партнерам.

- формування вільних зон рекреаційного підприємництва, тобто територій з особливими економіко-правовими, фінансовими, митними умови господарювання вітчизняних і закордонних юридичних осіб. На нашу думку це може сприяти розвитку соціальної інфраструктури, збільшенню надходжень в місцеві бюджети, збагаченню управлінського досвіду, а отже прискоренню виходу на міжнародний ринок рекреаційних послуг. Такі зони повинні створюватися на територіях, природні умови і ресурси яких користуються попитом на світовому ринку.

На жаль, про Україну поки мало що відомо світові. Потрібні спрямовані зусилля і чималі кошти, щоб підняти завісу невідомості, наповнити міжнародний туристичний ринок якісною рекламою, каталогами, довідниками і путівниками. Вступ України в 1997 році до Всесвітньої Туристичної Організації забезпечив доступ до міжнародної нормативно-правової бази в сфері розвитку туризму, зокрема з питань стандартів, сертифікації, ведення статистичної звітності, захисту безпеки туристів. Крім того, є реальна можливість одержувати підтримку від ВТО в організації підготовки і підвищення кваліфікації кадрів для індустрії туризму.

Важливим стратегічним напрямком розвитку туризму є створення розвинутої матеріально-технічної бази туристичної індустрії. *Для прискорення розвитку матеріально-технічної бази туристичного бізнесу необхідно:*

- забезпечити модернізацію і реконструкцію існуючих об'єктів туризму, а також будівництва нових за сучасними проектами;

- практикувати проведення цільових інвестиційних конкурсів на право реконструкції і будівництва нових об'єктів із залученням до їхньої організації підприємств туристичної індустрії вітчизняних і іноземних інвесторів, місцевих органів виконавчої влади;

▪ використовувати можливості фінансування розвитку індустрії туризму за рахунок коштів приватних вітчизняних і іноземних інвесторів, фондів, добровільних об'єднань підприємств, по лінії міжнародної технічної допомоги, Європейського Банку Реконструкції і Розвитку, інших міжнародних фінансових організацій.

Прискорити розвиток цього напрямку туристичної діяльності в Україні дозволить розробка мережі цікавих туристичних маршрутів міжнародного значення на території нашої країни з урахуванням потреб і інтересів приїжджаючих гостей, потенціалу туристичних ресурсів із подальшим наданням комерційних пропозицій іноземним туристичним фірмам для їх використання; забезпечення випуску високоякісної рекламної інформаційної продукції на іноземних мовах, яка висвітлює туристичні можливості, історію, культуру України для розповсюдження серед іноземних туристів і закордонної громадськості.

В останні роки в Україні, що має значний потенціал рекреаційного і туристичного призначення, спостерігається підвищений інтерес вчених і фахівців-практиків до проблем розвитку рекреації і туризму як високорентабельного і соціально орієнтованого сектора національної економіки.

Необхідність пошуку раціональних шляхів активізації використання потенціалу рекреаційно-туристичного комплексу диктується також перспективами відчутних економічних результатів і соціальних наслідків розвитку цього сектора української економіки, що може і повинен стати реальним способом її оздоровлення, найважливішим засобом культурного і духовного відродження народу України, відтворення її трудового потенціалу.

Варто також підкреслити, що туристичний бізнес стає дедалі вигіднішим видом вкладання капіталу як в Україні, так і в усьому світі. При розумній протекційній політиці держави, він здатний стати фактором подальшого розвитку економіки нашої країни.

Глава 12. Ринок консалтингових послуг в Україні

Глобалізація економіки спричинила зокрема і помітне зростання світового ринку бізнес-консалтингових послуг. Останні досягнення інформаційних технологій, глобальні інформаційні мережі змінили уявлення про межі підприємств і про технології ведення бізнесу. Насичення традиційних товарних ринків вимагає й повсякчасного пошуку нових підходів до споживача. Саме тому понад 80% портфеля замовлень основних консультаційних фірм становлять замовлення, пов'язані з реорганізацією та реструктуризацією бізнесів. Загалом обсяг ринку бізнес- та менеджмент-консалтингу сьогодні оцінюється майже в \$90 млрд з річним приростом у 15-20% впродовж останніх кількох років. На початку 80-х років у галузі управлінського консультування було зайнято приблизно 18 000 консультантів, а зараз таких фахівців понад 700 тис., і це без урахування консультантів, які займаються тільки питаннями інформаційних технологій і управління персоналом.

Дослідження рівня задоволення корпоративного менеджменту результатами консультацій, проведене Kennedy Information Group у 242 західних компаніях, показало, що чим більша консалтингова фірма, тим менше клієнти задоволені її послугами. Президенти компаній більшою мірою задоволені послугами консультантів, ніж віце-президенти і директори за напрямками діяльності. Особливо цікаво те, що менеджери компаній, які витрачають на консалтинг більше, вважають отримані послуги кориснішими, ніж керівництво тих суб'єктів господарювання, чий видатки на консалтинг були порівняно невеликими.

У розвинених країнах 15% компаній користуються послугами консультантів регулярно і 35% звертаються до консультантів епізодично, в міру необхідності. Серед особливостей розвитку світового консалтингу слід виділити наступні:

- понад 80% портфеля замовлень консультаційних фірм становлять замовлення, пов'язані з реорганізацією та реструктуризацією бізнесу;
- чотири найбільші консалтингові компанії контролюють 80% прибутків галузі;
- у компаніях, які витрачають на консалтинг більше, вважають отримані послуги кориснішими.

На сьогодні, в Україні ринок бізнес-консультування розвинений мало, але швидкість його зростання доволі висока. На початку 90-х років в Україні було відкрито представництва західних менеджмент-консалтингових компаній, таких як PriceWaterhouse Coopers, Deloitte & Touche, Coopers & Lybrand, Ernst & Young, KPMG, Baker & McKenzie, Barents Group, LLC, Arthur Andersen, Roland Berger & Partners, Dr. Wisselhuber & Partners та інші. Ці компанії вийшли на ринок України або супроводжуючи своїх давніх клієнтів, або як реалізатори проектів технічної допомоги, фінансованих міжнародними донорськими організаціями. Лише деякі з невеликих західних фірм ризикнули вийти на ринок України з метою розширення географії бізнесу та в пошуках нового клієнта. 80% іноземних консалтингових компаній тримаються на ринку України саме завдяки реалізації проектів міжнародної допомоги. Великі консалтингові компанії надають переважно послуги з менеджмент-тренінгу та аудиту. Пізніше почали з'являтися національні менеджмент-консалтингові компанії: Київ менеджмент консалтинг, Український центр післяприватизаційної підтримки підприємств у Києві, а також аналогічні організації — у Харкові, Одесі, Львові. Головними статутними завданнями фахових асоціацій та інститутів консультантів є забезпечення якості консалтингових послуг і фахового поведіння своїх членів.

Серед основних проблемних питань, які хвилюють керівників компаній слід виділити наступні:

- мінімізація податкових виплат;
- неплатежі контрагентів-боржників;
- збільшення собівартості;

- реалізація продукції на внутрішньому ринку.

Враховуючи це, консультанти роблять висновок, що стратегічні завдання розвитку виробництва — освоєння нової продукції, підвищення її якості, зниження собівартості, пошук інвесторів — відступають на задній план, поступаючись місцем необхідності задоволення поточних потреб “трудового колективу”.

В цілому ставлення до менеджмент-консультантів в Україні, принаймні на рівні загальних уявлень, сприятливе. Однак рівень готовності оплачувати послуги набагато менший. Так, 19,3% українських підприємців вважають, що потреба в менеджмент-консультантах дуже велика, 24,7% — що консультанти можуть бути корисними, 45,8% — що можуть бути корисними іноді, 3,6% думають, що робота з консультантами — це безглузді витрати, 1,2% впевнені, що Україна не готова до такого типу послуг.

Необхідно відмітити, що основна маса директорів покладається на власні сили або намагається самостійно переймати чужий досвід, і тільки 14% постійно використовують поради і послуги консультантів.

Головними галузями, у яких є необхідною допомога менеджмент-консультантів, є:

- поліпшення ведення бізнесу;
- стратегічне планування;
- впровадження інформаційних систем і технологій;
- системи управління якістю;
- системи управління персоналом;
- управління інформаційними потоками.

Іноземні консультаційні фірми, які починають свою діяльність в Україні, зазвичай мають тут, одного—двох представників, основним завданням яких є визначення рівня привабливості українського ринку для своєї фірми й визначення стратегії. Це близько 150 консультаційних фірм з усіх країн Європейської співдружності переважно з питань управлінського і фінансового консультування в конкретних галузях.

Вітчизняні консультаційні фірми можна поділити на такі, що виникли і розвивалися на базі проведеного державою процесу зміни форм власності, і такі, що надають консультаційні послуги, спеціалізовані за видами (маркетинг, податкове планування тощо), а також за напрямками і галузями (пост-приватизаційна підтримка, приватизація земельних ділянок, консультування підприємств агропромислового комплексу). Варто відзначити, що українські консалтингові фірми є цілком конкурентоспроможними, особливо в таких видах діяльності, як реструктуризація підприємств та організація бізнес-процесів, управління якістю, інжиніринг, інформаційні технології, маркетинг, аудит, кадровий консалтинг і навчання.

Сьогодні консалтингові послуги надають також консультанти-індивідуали, які працюють у вузьких технічних галузях. Їх перевагою є чітко індивідуалізований і гнучкий підхід та конкурентоспроможна ціна послуг. Часто консультанти-індивідуали збираються у команду для виконання складних завдань у галузях, що виходять за рамки їхньої індивідуальної компетенції.

Сьогодні вітчизняні та іноземні фірми пропонують такі послуги в сфері консалтингу:

- юридичні консультації та захист інтересів в суді;
- консультування по оподаткуванню;
- експертиза контрактів і консультування по контрактному праву;
- консультування по зовнішньоекономічній діяльності;
- консультування по менеджменту персоналу;
- консультування по фінансовому менеджменту;
- стратегічне планування і консультування з питань стратегії;
- розробка рекламної політики і консультування по рекламній стратегії;
- бізнес-планування, розробка інвестиційних проектів і консультації по фінансам і маркетингу.

Фірми, що надають консультаційні послуги вітчизняному ринку, можна розділити на такі групи :

1. *Квазіконсультаційні компанії.* Вони, як правило, не мають постійного штату консультантів і є або чисто фіктивними юридичними утвореннями, або мають цілком відмінний від консалтингу профіль діяльності. Питома вага таких компаній значна в великих і середніх містах, в меншій мірі це характерно для Києва, де вже склався ринок консультаційних послуг.

2. *Дрібні українські консалтингові фірми.* Більшість з них укомплектовані високопрофесійними спеціалістами. Перевагою їй одночасно недоліком цих компаній є їх невеликий розмір (чисельність персоналу від 1 до 5 чоловік). Свої послуги вони пропонують за досить помірну ціну. Накладні витрати таких фірм відносно невеликі, їх більша частина складається з витрат на оплату праці. Водночас малочисельність персоналу означає невеликі можливості в плані збору інформації, спектра договорів, що укладаються, і широти їх охоплення.

3. *Середні і крупні українські консалтингові фірми.* Ця група консультаційних фірм є найбільш збалансованою стосовно потреб клієнта. Їх розцінки істотно вищі, ніж в дрібних фірмах (за рахунок накладних витрат), але вони більш повно задовольняють запити клієнтів. Такі фірми можуть одночасно працювати по багатьом напрямкам, залучаючи вузькопрофільних спеціалістів, здійснювати широкомасштабний збір інформації для виконання договорів, при необхідності прискорювати термін виконання робіт, залучаючи додаткові ресурси. Недоліком цих компаній є відсутність належного імені фірми, яке б відповідало вимогам іноземних партнерів.

4. *Іноземні консалтингові фірми.* Вони пропонують консультації з питань оподаткування, структурного управління, бізнес-планування, реструктуризації компаній, інвестицій, підприємництва, приватизації. Останнім часом в практиці іноземних фірм з'явилась тенденція залучення до свого персоналу українських спеціалістів. Це пов'язано з високим рівнем їх професіоналізму, знанням психології українського народу і недоліків українського ринку.

За даними досліджень, 42% консультаційних фірм в Україні займаються тільки консультаційною діяльністю. У 30%

фірм частка консультаційної діяльності в структурі доходів становить 80% і більше. Кількість організацій, які мають відділи консультування, становить 23% від загальної кількості всіх українських суб'єктів підприємництва.

Етапи надання консалтингової послуги:

- *пошуковий.* Передбачає здійснення консультантом діагностики компанії (1,5-2 місяці). Наприкінці етапу діагностики менеджмент-консультант робить презентацію діагностики і представляє описання поточного стану компанії.

- *вирішальний.* Передбачає написання та застосування конкретних пропозицій щодо виправлення (реструктуризації) кожного окремо взятого бізнес-процесу. Найтривалішим є процес власне зміни бізнес-процесів на локальному рівні. Адже це часто потребує зміни всієї системи взаємозв'язків на підприємстві чи на конкретній його ділянці. Що більше — це вимагає усвідомлення суті змін на рівні кожного працівника, відділу, і нового ставлення до роботи, яку вони виконують.

На формування ціни менеджмент-консалтингових послуг впливає багато факторів: кількість потрібних для роботи днів, кваліфікація консультанта та статус фірми, стан компанії та обсяг роботи, яку потрібно виконати, кількість залучених консультантів тощо. Крім того, послуги надаються зазвичай у комплексі: діагностика поточного стану, розроблення стратегії, тренінги для персоналу — і все це один проект. Клієнт платить за комплекс, і виокремити якусь послугу та вирахувати її економічний ефект неможливо. Мінімальні ставки професійних менеджмент-консультантів в Україні починаються з позначки \$100 за повний день роботи. Із збільшенням кваліфікації та іменитості консультантів зростає відповідно і оплата.

Глава 13. Пропозиція міжнародних інформаційних послуг в Україні

Основними постачальниками інформаційних продуктів і послуг на українському ринку виступають центри-генератори баз даних, служби телекомунікацій, інформаційні брокери, маркетингові і консультаційні фірми. Більшість організацій і підприємств поставляють ІПП на комерційній основі, їхня діяльність націлена на беззупинне і систематичне забезпечення клієнтів важливою інформацією. *Пропозицію інформаційних послуг на українському ринку можна розділити на три основних сектора:*

- *виключно інформаційні послуги* (надання адресно-довідникової інформації, телекомунікаційні послуги та ін.);
- *інформаційно — консалтингові послуги*, тобто послуги, які мають ознаки як інформаційного, так і консалтингового характеру (маркетингові дослідження, перевірка надійності партнерів та ін.);
- *консалтингові послуги* (консультування по зовнішньоекономічній діяльності, юридичні консультації та ін.).

Сьогодні основними суб'єктами інформаційного ринку виступають:

- органи державного управління;
- оперативно-комерційний апарат (Торгово-промислова палата України, комерційні банки та ін.);
- органи статистики;
- видавці адресних і адресно — номенклатурних довідників;
- видавці економічних газет і часописів;
- підприємства, що виробляють банки і бази даних та надають телекомунікаційні послуги;
- підприємства, що надають маркетингові послуги;
- консалтингові фірми.

Органи державного управління, які проводять реєстрацію суб'єктів господарської діяльності і їх ліцензування, є одним з

основних джерел ділової інформації. Вони мають відомості про напрямки діяльності підприємств, їх установчі документи, адресну інформацію та дані про персонал, але, на жаль, досить рідко поширюють реєстри підприємств, які ліцензовані по різним видам діяльності і приділяють недостатньо уваги проблемі оновлення наявної інформації. Тільки Фонд державного майна друкує відомості про зареєстровані інвестиційні фонди.

Регіональні підрозділи Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків, які мають оперативні зв'язки з торговими представництвами України за кордоном, надають інформацію про різні форми торгового співробітництва; економіко-статистичні і кон'юнктурні матеріали; відомості про іноземних партнерів та міжнародні ринки, зарубіжні і вітчизняні виставки, ярмарки, презентації нових товарів; дані про зміни у законодавстві різних країн; інформацію про порядок товароруку та інші матеріали.

Допомогу в одержанні ринкової інформації в Україні надає *Торгово-промислова палата України (ТПП)*, зокрема Управління інформації ТПП. Основними завданнями Управління інформації ТПП є організація системи довідково-інформаційного і консультаційного забезпечення ділових зв'язків в ТПП; участь в створенні, вдосконаленні і функціонуванні Єдиної системи ділової інформації в Україні; створення, пошук, обробка, систематизація, поширення ресурсів ділової інформації; створення і реалізація системи довідково-інформаційних і консультаційних послуг для українських і закордонних партнерів; встановлення прямих контактів з українськими і закордонними власниками ресурсів ділової інформації. ТПП надає такі види послуг: адресна, адресно-номенклатурна, фірмова, цінова, аналітичні довідки та ін.

Органи статистики мають в своєму розпорядженні значні обсяги інформації і регулярно видають статистичні довідники, їхня діяльність спрямована на одержання узагальнених даних по галузям народного господарства і областям України, тому первинні дані одержати практично неможливо.

Найбільш поширеними на інформаційному ринку України через їх прийнятні ціни і розгалужену систему розпов-

сюдження є товари в друкованій формі — *довідники і ділова періодика*. Українськими видавцями випускаються тільки два види довідників — адресні й адресно-номенклатурні, їх можна розділити на:

- універсальні, які охоплюють підприємства всіх або більшості регіонів України (“Промисловість України”, “Незалежні виробники товарів і послуг “ та ін);
- галузеві (“Харчова промисловість України”, “Сільсько-господарські підприємства України” та ін.);
- регіональні, що включають підприємства окремого регіону України (“Жовті сторінки.” та ін.).

До загальних недоліків друкованих довідників відносять:

- недостатнє охоплення недержавних підприємств, що обумовлено небажанням деяких фірм давати про себе інформацію;
- недосконалу класифікацію товарів і послуг;
- недостатню достовірність інформації і її обсяг щодо показників діяльності підприємств.

В *економічних журналах* (“Ділове життя”, “Економіка України” та ін.) публікують інформаційно-аналітичні матеріали. Інформаційні продукти представлені також базами і банками даних, текстовими інформаційно -пошуковими системами.

Uanet/Relkom забезпечує можливість роботи в мережі Інтернет, доступ до інформації електронної дошки оголошень світових комп’ютерних мереж і ін. Інтернет стає важливим бізнес-інструментом, і чим швидше підприємства почнуть розглядати її в цьому аспекті, тим скоріше вони досягнуть успіху. В комерції Інтернет можна розглядати як: засіб зв’язку; джерело інформації та її розміщення; здійснення бізнесу через публічні мережі (реклама, закриті каталоги з можливістю замовлення, віртуальні магазини, електронні біржі). Абоненти мережі Інтернет в Україні користуються послугами таких інформаційно — довідкових служб:

- Internet securites, яка дає надійну оперативну ділову інформацію про розвиток ринків в Центральній і Східній Європі;

- The Interactive Investor дає можливість оперативного отримання корисних порад про отримання і вкладення грошей. Вона призначена для незалежних фінансових радників та приватних інвесторів;
- ЕСНО — доступ до 20 баз даних ділової інформації про Європу в режимі on-line;
- European Business Directory містить список 150000 компаній з 25 європейських країн, які найбільш динамічно розвивають асортимент своїх товарів та послуг, нарощують обсяг їх експорту.

Важливим ресурсом Інтернет є World Wide Web (WWW), в якому існують сервери практично з будь-якої тематики. WWW використовується для розміщення різноманітної нормативної, статистичної і ділової інформації, каталогів продукції фірм. На Web-сторінках можна швидко знайти і отримати інформацію про товари і послуги, яку часом неможливо отримати іншими шляхами. Найбільш використовуваними є інформаційні рубрики, які стосуються інформації про діяльність компаній, продукти і послуги, зайнятості населення, фінансів і інвестицій тощо. Світовою тенденцією є різке зростання числа серверів, які працюють по рубриках: електронна комерція, інформація про малий бізнес, електронні біржі, економіка споживчих товарів.

На українських WWW серверах можна знайти різноманітну інформацію: правові довідникові системи, рекламу комерційних фірм з переліком товарів і послуг, електронні версії різноманітних друкованих видань та ін. Щодо України, то інформація про Інтернет і бізнес-сервери неповна. Це виражається в недостатньому представленні українських бізнес-серверів в світових пошукових серверах та каталогах серверів. Стримуючими факторами в розвитку бізнесового використання Інтернет в Україні є недостатня комп'ютеризованість населення, підприємств та установ; низька технічна якість телефонних ліній, недостатня для забезпечення нормальної роботи сучасного комунікаційного обладнання; недостатній розвиток банківської системи, пов'язаної із здійсненням та прийняттям платежів через систему кредитних карток.

Послуги в сфері маркетингу в Україні почали розвиватися на початку 90-х років. Сьогодні на цьому важливому сегменті ринку послуг здійснюють свою діяльність близько 180 компаній, серед яких можна виділити “Socis Gallup Ukraine”, “UMG”, “USM”, “Центр маркетингових досліджень” та ін. Вони проводять детальні дослідження окремих секторів ринку, попиту і пропозиції по групам товарів і споживачів, збирають інформацію по окремим підприємствам. Характерною рисою маркетингових досліджень на українському ринку є переважна орієнтація маркетингових фірм на закордонних замовників. Це пояснюється тим, що платоспроможність іноземних підприємств значно вища, ніж вітчизняних; для нерезидентів більш вигідно користуватись послугами українських інформаційних підприємств, ніж самостійно вивчати український ринок. Крім того, більшість вітчизняних підприємств ще не повною мірою усвідомили важливість глибокого вивчення ринків.

Можна виділити три основних напрямки маркетингових досліджень:

- дослідження споживчих ринків;
- дослідження ринків товарів промислового призначення;
- маркетингові дослідження з метою пошуку ділових партнерів.

До послуг, які швидко розвиваються, в сфері маркетингових досліджень відноситься пошук партнерів, який передбачає анкетування потенційних партнерів, збір первинної інформації і розробку рекомендацій для підприємства-замовника і навіть перевірку надійності партнерів.

Таким чином, споживачі інформаційних послуг в Україні можуть задовольняти свої інформаційні потреби такими способами:

- придбати довідкові видання або необхідні бази даних;
- підключитися до комп’ютерних мереж з метою виходу на закордонні банки даних;
- звернутися в спеціалізовані інформаційні підприємства.

Контрольна робота

Варіант № 1

1. Визначте особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринку послуг.
2. Проаналізуйте характерні особливості ціноутворення в галузі туристичного бізнесу.
3. Дайте відповідь на тестові запитання:
 - I. *Крапковий ринок інформаційних послуг* — це:
 - a) місцеве радіомовлення, газети, журнали;
 - b) інформаційні мережі в наукових установах;
 - c) національне телебачення, радіомовлення та ЗМІ;
 - d) глобальне телебачення та радіомовлення.
 - II. *Найбільш розвиненою частиною інформаційного ринку сьогодні є:*
 - a) сектор первинної інформації;
 - b) сектор фінансової інформації;
 - c) сектор ділової інформації;
 - d) сектор консалтингової інформації.
 - III. *Консалтингові послуги передбачають:*
 - a) надання адресної інформації;
 - b) консультування по ЗЕД;
 - c) надання телекомунікаційних послуг;
 - d) надання довідникової інформації.

4. Наведіть приклади п'яти послуг, що торгуються, п'яти послуг, що не торгуються і п'яти видів послуг, що можуть брати або не брати участі в міжнародній торгівлі в залежності від обставин. Обґрунтуйте ці обставини.

Варіант № 2

1. Розкрийте сутність та особливості поняття страхування, визначте його основні види.
2. Охарактеризуйте особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринку послуг.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. Методи дослідження міжнародного ринку стосуються:

- a) первинної інформації;
- b) вторинної інформації;
- c) первинної та вторинної інформації;
- d) інформації, отриманої шляхом лабораторного дослідження.

II. Кабінетне дослідження передбачає:

- a) отримання даних від інформаторів за допомогою опитувань;
- b) отримання даних за допомогою експериментів;
- c) вивчення опублікованих даних;
- d) вивчення первинних даних.

III. Нагадуюча реклама:

- e) має на меті довести споживачам, що при покупці товарів конкретної марки, вони отримують найвищу якість;
- f) важлива для товарів, які знаходяться на етапі зрілості;
- g) повідомляє про появу нового товару на ринку;
- h) повідомляє про нову властивість певного товару.

4. Визначте вартість інжинірингових послуг за методом “фактичні витрати + фіксована винагорода” використовуючи наступні дані. Попередня оцінка вартості послуг інжинірингової компанії була визначена у розмірі 10 тис. дол. Після виконання проекту виявилось, що реальні затрати склали 15 тис. дол. Процент винагороди складає 13%.

Варіант № 3

1. Розкрийте специфічні риси рекламування в ЗМІ.

2. Охарактеризуйте ринок освітніх послуг та особливості його функціонування.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. При якому методі керування рекламною кампанією відділення фірми виробника самостійно або через місцеві рек-

ламні агенції створюють окремі рекламні програми, що зводяться в загальну, яка затверджується керівництвом фірми:

- a) централізований;
- b) децентралізований;
- c) змішаний;
- d) комплексний.

II. Вплив транспортних витрат на міжнародну економіку проявляється в:

- a) підвищенні рівня спеціалізації країн та змін в територіальному поділі праці;
- b) підвищенні рівня спеціалізації країн та обсягів торгівлі;
- c) зниженні обсягів торгівлі та рівня спеціалізації країн;
- d) зниженні обсягів торгівлі та підвищенні рівня спеціалізації країн.

III. Галузі, у яких транспортні витрати на перевезення готової продукції значно нижчі, ніж на перевезення сировини, з якої вона виготовляється — це:

- a) галузі, орієнтовані на ресурси;
- b) галузі, орієнтовані на ринок;
- c) галузі, орієнтовані на виробництво;
- d) вільно орієнтовані галузі.

4. Наведіть приклади п'яти послуг, що торгуються, п'яти послуг, що не торгуються і п'яти видів послуг, що можуть брати або не брати участі в міжнародній торгівлі в залежності від обставин. Обґрунтуйте ці обставини.

Варіант № 4

- 1. Визначте особливості надання інжинірингових послуг.
- 2. Розкрийте сутність поняття страхування, його види та особливості.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. Відкритий чартер — це:

- a) документ стандартної форми;
- b) документ із зазначенням роду вантажу та пункту призначення;

- с) документ без зазначення роду вантажу з зазначенням пункту призначення;
- д) документ без зазначення роду вантажу і без зазначення пункту призначення.

II. Коносамент – це:

- а) документ на розпорядження товаром в лінійному судноплавстві;
- б) документ на розпорядження товаром в трамповому судноплавстві;
- с) документ на розпорядження товаром в лінійному та трамповому судноплавстві;
- д) документ на розпорядження товаром при перевезеннях залізницею.

III. Коносамент виписується:

- а) один раз для перевезення певної партії вантажу;
- б) один раз для перевезення декількох партій вантажу;
- с) один раз для перевезення вантажів протягом місяця;
- д) для перевезення вантажів протягом року.

4. Обґрунтуйте свою думку щодо наступної ситуації. В міжнародному аеропорті турист здає валізу до камери схову. Чи є послуга по збереженню:

- такою, що торгується, якщо турист знаходиться за кордоном;
- такою, що не торгується, якщо турист є нерезидентом.

Варіант № 5

1. Розкрийте поняття транспортної логістики як елементу зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

2. Визначте специфічні особливості розміщення реклами в ЗМІ.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. Додаткові рейси здійснюються:

- а) за особливим розкладом та особливим маршрутом;
- б) за особливим розкладом та за маршрутом регулярних рейсів;

- с) за звичайним розкладом за особливим маршрутом;
- д) за звичайним розкладом та за маршрутом регулярних рейсів.

II. До особливостей морського транспорту слід віднести:

- а) необхідність в побудові гідротехнічних споруд;
- б) відсутність впливу на оточуюче середовище;
- с) сезонність перевезень;
- д) ефективність при перевезеннях на відстані більше 200 км.

III. Незалежність від оточуючого середовища характерна для:

- а) морського транспорту;
- б) залізничного транспорту;
- с) повітряного транспорту;
- д) трубопровідного транспорту.

4. Значна частина послуг по будівництву в країні А здійснюється іноземними компаніями. Уряд країни А має намір допомогти національним компаніям зайняти більшу частку на ринку. Який інструмент економічної політики — імпорту квоту, імпортовий тариф або внутрішню субсидію — ви б порадили використовувати для цього. Обґрунтуйте свою думку.

Варіант № 6

1. Охарактеризуйте особливості страхування вантажів при міжнародних перевезеннях морським транспортом.

2. Визначте історичні передумови виникнення та розвитку міжнародного ринку туризму.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. В наслідок витрат, здійснюваних іноземними туристами в країні перебування:

- а) збільшуються прибутки туристичних фірм та зменшується попит з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги постачальників;

- b) збільшується попит з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги постачальників та зменшуються особисті прибутки населення, побічно пов'язаного з туристичним бізнесом;
- c) відбувається зростання споживчого попиту та зростання доходів в усіх секторах економіки;
- d) збільшуються прибутки туристичних фірм та зменшується дохід інших секторів економіки.

II. До особливостей міжнародного туризму як виду економічної діяльності слід віднести:

- a) наявність гнучкості у пропозиціях;
- b) мобільність туристичних послуг;
- c) здатність туристичних послуг до збереження;
- d) потребує участі великої кількості робочої сили.

III. До особливостей ціноутворення в галузі туристичного бізнесу слід віднести:

- a) низька еластичність цін у різних сегментах туристичного ринку;
- b) співпадання в часі моменту встановлення ціни та купівлі-продажу туристичного продукту;
- c) значна вартість операції з туристичними послугами;
- d) здатність туристичних послуг до збереження.

4. Обґрунтуйте свою думку щодо наступної ситуації. В міжнародному аеропорті турист здає валізу до камери схову. Чи є послуга по збереженню:

- такою, що торгується, якщо турист знаходиться на батьківщині;
- такою, що не торгується, якщо турист є нерезидентом.

Варіант № 7

1. Охарактеризуйте проблеми та перспективи розвитку ринку реклами в Україні.

2. Проаналізуйте особливості розвитку світового ринку консалтингових послуг.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. Для оцінки рівня спеціалізації країни на експорті послуг розраховується індекс, який показує:

- a) відношення частки експорту послуг до частки експорту товарів у ВВП;
- b) співвідношення частки експорту і частки імпорту послуг у ВВП;
- c) частку експорту послуг у ВВП;
- d) частку імпорту послуг у ВВП.

II. Міжнародні кредитні угоди, повітряні та морські перевезення пасажирів та вантажів є послугами, які відносяться до:

- a) тих, які можуть бути об'єктом міжнародної торгівлі;
- b) тих, які не можуть бути об'єктом міжнародної торгівлі;
- c) тих, які можуть вироблятися як для внутрішніх потреб, так і на експорт;
- d) тих, які можуть вироблятися лише для внутрішніх потреб.

III. До основних принципів інжиніринга слід віднести:

- e) комплексний підхід до здійснення проектів;
- f) розробка проектів з урахуванням власних можливостей;
- g) використання стандартних методів управління;
- h) одновариантність технічних та економічних розробок.

4. В країні А баланс послуг по міжнародним подорожам зводиться з від'ємним сальдо. Які конкретні способи покращення цього балансу можна запропонувати? Обґрунтуйте свою думку.

Варіант № 8

1. Охарактеризуйте роль транспорту у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

2. Визначте основні особливості методології вивчення світового ринку послуг.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. Особливості інжинірингу як особливої форми виробничої діяльності полягають в наступному:

- e) інжинірингові послуги втілюються в матеріальній формі продукту;
- f) послуги не мають комерційного характеру;
- g) послуги не потребують безпосередньої зустрічі замовника та виконавця;
- h) послуги можуть тиражуватися.

II. Передпроектні інжинірингові послуги включають:

- e) дослідження ринку, топографічні зйомки, дослідження ґрунтів;
- f) підготовку генерального плану;
- g) попередню оцінку вартості проекту;
- h) підготовку контрактної документації.

III. Сторонами договору про надання інжинірингових послуг можуть бути:

- e) лише дві юридичні особи;
- f) лише три юридичні особи;
- g) лише чотири юридичні особи;
- h) багато юридичних осіб.

4. Обґрунтуйте свою думку щодо наступної ситуації. Приватизоване підприємство оплачує своїм співробітникам витрати на відрядження за кордон (добові, готельні, представницькі). Чи включаються ці витрати до державного балансу торгівлі послугами?

Варіант № 9

1. Охарактеризуйте процес становлення та формування ринку послуг США.

2. Охарактеризуйте сучасні тенденції розвитку інформаційного ринку.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. У світовій практиці вартість інженерно — консультційних послуг складає:

- e) 1-3% вартості об'єкта, що споруджується;
- f) 3-5% вартості об'єкта, що споруджується;
- g) 5-7% вартості об'єкта, що споруджується;
- h) 3-10% вартості об'єкта, що споруджується.

II. Фінансова послуга — це:

- e) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок;
- f) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за рахунок цих осіб;
- g) операції з фінансовими активами, що здійснюються у власних інтересах за власний рахунок;
- h) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за рахунок цих осіб або за власний рахунок.

III. Хайринг — це:

- e) надкороткострокова оренда майна;
- f) короткострокова оренда майна;
- g) довгострокова оренда майна;
- h) середньострокова оренда майна.

4. Значна частина послуг по будівництву в країні А здійснюється іноземними компаніями. Уряд країни А має намір допомогти національним компаніям зайняти більшу частку на ринку. Який інструмент економічної політики — імпорту квоту, імпортний тариф або внутрішню субсидію — ви б порадили використовувати для цього. Обґрунтуйте свою думку.

Варіант № 10

1. Охарактеризуйте особливості надання транспортних послуг в Україні.

2. Проаналізуйте основні тенденції розвитку міжнародного ринку фінансових послуг.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. Прямими учасниками лізингової угоди є:

- e) лізингодавці, лізингоотримувачі, постачальники лізингового майна;
- f) лізингодавці, лізингоотримувачі;
- g) лізингодавці, лізингоотримувачі, комерційні банки;
- h) лізингодавці, лізингоотримувачі, інвестиційні банки.

II. Чистий лізинг означає, що:

- e) усі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингодавець;
- f) усі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингоотримувач;
- g) більшість витрат приймає на себе лізингодавець;
- h) витрати розподіляються пропорційно між лізингодавцем та лізингоотримувачем.

III. Договір морського страхування повинен мати:

- e) письмову форму;
- f) усну форму;
- g) письмову або усну форму;
- h) письмову та усну форму.

4. Визначте вартість інжинірингових послуг за методом “фактичні витрати + фіксована винагорода” використовуючи наступні дані. Попередня оцінка вартості послуг інжинірингової компанії була визначена у розмірі 15 тис. дол. Після виконання проекту виявилось, що реальні затрати склали 20 тис. дол. Процент винагороди складає 10%.

Варіант №11

1. Проаналізуйте характерні риси функціонування та розвитку ринку освітніх послуг.

2. Обґрунтуйте доцільність використання основних методів визначення вартості інжинірингових послуг.

3. Дайте відповідь на тестові запитання:

I. До основних особливостей ринку послуг слід віднести:

- a. системність розвитку;

- b. довший життєвий цикл послуги у порівнянні з товаром;
- c. нечутливість до ринкових змін;
- d. низька швидкість обороту капіталу.

II. Ордєрний коносамент:

- a. виписується на конкретного одержувача товару;
- b. надає право кожному, хто є власником, розпоряджатися товаром;
- c. передбачає необхідність доставити товар вказаній стороні;
- d. передбачає необхідність доставити товар за вказівкою позначеної сторони.

III. Підхід до аналізу ринку послуг, який передбачає вивчення взаємозв'язків між структурними елементами системи послуг — це:

- a. системно-структурний;
- b. системно-функціональний;
- c. системно-генетичний.
- d. системно-інтегративний.

4. Охарактеризуйте ступінь залучення країни А до світової торгівлі послугами використовуючи наступні показники. Об'єм експорту послуг країни становить 79,3 млрд. дол., експорту товарів — 180, 2 млрд. дол. Обсяг зовнішньоторговельного обороту — 2675 млрд. дол. Обсяг імпорту країни становить 1335 млрд. дол., ВВП = 3567 млрд. дол.

Заключення

Характерною ознакою розвитку сучасного світового ринку послуг є набуття ним глобальних рис. Це об'єктивний процес, який зумовлений бурхливим розвитком науково-технічної революції, оперативним впровадженням її досягнень в матеріальне виробництво, у всі сфери суспільного життя. Іншим об'єктивним вагомим чинником глобалізації світового ринку послуг є піднесення на якісно новий рівень процесів, що притаманні міжнародним економічним відносинам в цілому. Йдеться про інтернаціоналізацію господарського життя країн світу, зокрема, капіталу, товарного обігу, робочої сили, послуг, поглиблення міжнародного поділу праці на загальному, міжгалузевому, галузевому, територіальному рівнях, кооперування виробничих процесів, розвиток інтеграційних зв'язків між державами, суб'єктами спільної підприємницької діяльності, розширення процесу транснаціоналізації тощо. За цих умов відкривається нова перспектива міжнародної торгівлі послугами, яка в стратегічному аспекті передбачає формування глобального ринку послуг. Останній можна, на наш погляд, розглядати як наступний етап в еволюції сучасного світового ринку послуг.

До основних передумов розвитку глобального ринку послуг можна віднести наступні. По-перше, є певні підстави для формування механізмів регулювання глобального ринку послуг. Щодо нормативно-правового забезпечення тут необхідно відмітити використання цілої низки законодавчих, правових актів, які регламентують торгівлю послугами на двосторонній та багатосторонній основі між державами світу. Особливого значення тут набуває подальша розробка та впровадження в світову практику положень ГАТС, яка охоплює зараз переважну частину міжнародної торгівлі послугами.

По-друге, доцільно звернути увагу на розвиток інституційних інструментів механізму формування глобального ринку послуг. Йдеться про створення мережі міжнародних спеціалізованих організацій, об'єднань, яких вже зараз

налічується понад п'ять тисяч. Їх важливими функціями саме і є надання головним чином на комерційних засадах виробничих, консультаційних, інформаційних, науково-технічних, фінансових, управлінських та інших послуг.

По-третє, формуванню глобального фінансового ринку сприяє підняття на певний рівень функціонування вартісних важелів. На разі треба відмітити, в першу чергу, розвиток міжнародних платіжних систем, електронного бізнесу, використання програм кредитування міжнародними банками середнього та малого бізнесу, в т.ч. і в сфері надання послуг, надходження іноземних інвестицій у розвиток інфраструктури торгівлі послугами, удосконалення методики ціноутворення на послуги, оптимізація системи оподаткування послуг на світовому ринку.

По-четверте, зростає якість і оперативність інформаційного забезпечення формування глобального ринку послуг. Сучасні комунікативні засоби дозволяють своєчасно реагувати на динаміку, кон'юнктуру будь-якого регіонального ринку послуг, його галузевої чи споживчої складової.

По-п'яте, глобальний ринок послуг не розвивається ізольовано. Він є наслідком глобальних процесів, що зараз охоплюють всю систему міжнародної економіки. Глобальний ринок послуг варто розглядати як певну підсистему, яка виступає як один із провідних напрямів створення планетарної економіки.

В цілому постановка питання про формування глобального ринку послуг є нагальною і зумовлена об'єктивними факторами розвитку світового господарства. За цих обставин перед науковцями, спеціалістами, представниками міжнародного бізнесу постають нові завдання. Вони полягають в пошуку нових форм, методів, інструментів, важелів раціонального використання можливостей глобального ринку послуг з метою більш повної реалізації економічних інтересів країн світової спільноти.

ДОДАТКИ

Додаток 1

**Класифікація послуг згідно ГАТС
(Генеральна угода про торгівлю послугами)****I. КОМЕРЦІЙНІ ПОСЛУГИ***A. Професійні послуги*

1. Правові послуги.
2. Послуги у сферах складання актів ревізії та бухгалтерського обліку.
3. Послуги у сфері оподаткування.
4. Послуги у сфері архітектури.
5. Інженерні послуги.
6. Комплексні інженерні послуги.
7. Послуги з планування міст та у сфері садово-паркової архітектури.
8. Послуги у сфері медицини та стоматології.
9. Ветеринарні послуги.
10. Послуги, що надаються під час пологів, послуги медсестер, фізіотерапевтів та допоміжного медичного персоналу.
11. Інші.

B. Комп'ютерні та пов'язані з ними послуги

1. Консультативні послуги щодо встановлення комп'ютерного апаратного обладнання.
2. Послуги з реалізації програмного забезпечення.
3. Послуги з обробки даних.
4. Послуги зі створення баз даних.
5. Інші.

C. Послуги у сфері досліджень та розробок

1. Послуги з досліджень та розробок у сфері природничих наук.
2. Послуги з досліджень та розробок у сфері соціальних та гуманітарних наук.
3. Послуги з досліджень та розробок у міждисциплінарних сферах.

D. Послуги, пов'язані з нерухомістю

1. Послуги, пов'язані з нерухомістю, включаючи особисте або орендоване майно.

2. Послуги, пов'язані з нерухомістю, що надаються за винагороду або на договірній основі.

Е. Послуги з лізингу й оренди машин та обладнання без операторів

1. Послуги з лізингу та оренди суден без оператора.
2. Послуги з лізингу та оренди літаків без оператора.
3. Послуги з лізингу та оренди іншого транспортного обладнання.
4. Послуги з лізингу й оренди інших машин та обладнання.
5. Інші.

Ф. Інші комерційні послуги

1. Послуги у сфері реклами.
2. Послуги з досліджень ринку та вивчення громадської думки.
3. Консультативні послуги з питань управління.
4. Послуги, пов'язані з консультаціями з питань управління.
5. Послуги з технічних випробувань та проведення аналізів.
6. Послуги, пов'язані із сільським господарством, полюванням та лісовим господарством.
7. Послуги, пов'язані з рибальством.
8. Послуги, пов'язані з гірничовидобувною промисловістю.
9. Послуги, пов'язані з обробною промисловістю.
10. Послуги, пов'язані з розподілом енергії.
11. Послуги з розміщення та забезпечення наявності персоналу.
12. Послуги з проведення розслідувань та забезпечення безпеки.
13. Консультативні послуги в наукових і технічних сферах, суміжних з інженерною сферою.
14. Послуги з ремонту предметів особистого використання та побутової техніки.
15. Послуги з прибирання будівель.
16. Послуги у сфері фотографії.
17. Послуги з пакування.
18. Публікація та поліграфічні роботи, що здійснюються за винагороду або на договірній основі.
19. Інші комерційні послуги.
20. Інші.

II. ПОСЛУГИ ЗВ'ЯЗКУ

А. Поштові послуги.

В. Кур'єрські послуги.

С. Послуги у сфері електронного зв'язку.

1. Послуги телефонного зв'язку загального користування.
2. Послуги з передачі пакетів даних.
3. Послуги з передачі даних по кільцю.
4. Послуги телексу.
5. Послуги телеграфу.
6. Послуги факсу.
7. Послуги мережі закріпленого зв'язку.
8. Послуги з електронної передачі повідомлень та інформації.
9. Послуги голосової пошти (V-mail).
10. Послуги з передачі інформації та баз даних у режимі он-лайн.
11. Послуги з електронного обміну даними (ЕОД).
12. Додана вартість послуг мережі телефаксу, включаючи функції зберігання та направлення, функції зберігання та виклику.
13. Послуги з конверсії кодів та протоколів.
14. Оброблення інформації та (або) оброблення даних у режимі он-лайн (включаючи спільне використання).
15. Інші.

D. Аудіовізуальні послуги

1. Послуги з виробництва та розповсюдження кінофільмів та відеофільмів.
2. Послуги з демонстрації фільмів.
3. Послуги у сфері радіо та телебачення.
4. Послуги з трансляції радіо і телевізійних програм.
5. Послуги звукозапису.
6. Інші.

E. Інші.

ІІІ. ПОСЛУГИ З БУДІВНИЦТВА ТА СУМІЖНІ ІНЖЕНЕРНІ ПОСЛУГИ

1. Загальні будівельні роботи зі спорудження будівель.
2. Загальні будівельні роботи у сфері цивільного будівництва.
3. Збір та монтаж будівель та обладнання з готових конструкцій.
4. Завершення будівництва та оздоблювальні роботи.
5. Інші.

ІV. ПОСЛУГИ ДИСТРИБ'ЮТОРІВ

1. Послуги комісійних агентів.
2. Послуги з оптової торгівлі.

3. Послуги з роздрібною торгівлі.

4. Послуги франчайзингу.

5. Інші.

V. ПОСЛУГИ У СФЕРІ ОСВІТИ

1. Послуги у сфері початкової освіти.

2. Послуги у сфері середньої освіти.

3. Послуги у сфері вищої освіти.

4. Послуги у сфері освіти для дорослих.

5. Інші послуги у сфері освіти.

VI. ПОСЛУГИ З ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ

1. Послуги каналізації.

2. Послуги з прибирання відходів.

3. Послуги з санітарного оброблення.

4. Інші.

VII. ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ

A. Послуги зі страхування та пов'язані з ними послуги .

1. Послуги зі страхування життя та пенсійного забезпечення.

2. Послуги зі страхування (крім страхування життя).

3. Послуги перестрахування та ретроцесії.

4. Допоміжні послуги зі страхування та пенсійного забезпечення (включаючи послуги брокерів та агентств).

B. Банківські та інші фінансові послуги (крім страхування)

1. Послуги з прийняття внесків та інших виплат від населення.

2. Послуги з надання кредитів, включаючи споживчий кредит, застави, факторинг та фінансові або комерційні перекази.

3. Послуги з фінансового лізингу.

4. Послуги зі здійснення виплат та грошових переказів.

5. Послуги надання гарантій та поручительств.

6. Послуги зі здійснення торгівлі за власний рахунок або за рахунок покупців, обміну тощо:

- ♦ інструментами грошового ринку (чеки, рахунки, депозитні сертифікати і т. ін.);

- ♦ іноземною валютою;

- ♦ похідними продуктами, включаючи (але не обмежуючись) ф'ючерси та опціони;

- ♦ інструментами грошового ринку, пов'язаними з курсами валют та процентними ставками, такими як своп, форвардні угоди тощо;

- ♦ ліквідними цінними паперами;
- ♦ інше, включаючи злитки дорогоцінних металів.

7. Послуги з випуску всіх видів цінних паперів, включаючи передплату та розміщення через посередників (публічно чи приватно) та надання послуг щодо такого випуску

8. Посередницькі послуги на грошовому ринку.

9. Послуги з управління майном, готівкового або безготівкового управління, усі форми колективного управління інвестиціями, управління пенсійним фондом, довірчого зберігання та трастового обслуговування.

10. Послуги з клірингу та фінансового управління майном, включаючи забезпечення, похідні інструменти тощо.

11. Поради та інші допоміжні фінансові послуги з усіх видів діяльності, перерахованих у Статті 1В МТН. ТНС/ W/ 50, включаючи аналіз кредиту, дослідження інвестицій та інвестиційних портфелів, безготівкового обігу, поради з корпоративної стратегії та реструктуризації.

12. Розшук та передача фінансової інформації, оброблення фінансових даних та відповідного програмного забезпечення постачальниками інших фінансових послуг.

С. Інші

VIII. ПОСЛУГИ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ (за винятком перерахованих у пункті 1, підпункти А. 8-10)

А. Послуги лікарень.

В. Інші послуги з охорони здоров'я людини.

С. Соціальні послуги.

Д. Інші.

IX. ПОСЛУГИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ТУРИЗМОМ

А. Послуги готелів і ресторанів.

В: Послуги бюро подорожей та туристичних агентів.

С. Послуги екскурсійних бюро.

Д. Інші.

X. ПОСЛУГИ З ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ, КУЛЬТУРНИХ ТА СПОРТИВНИХ ЗАХОДІВ (інші, ніж аудіовізуальні)

А. Послуги з організації розваг (включаючи театр, концерти, цирк).

В. Послуги інформаційних агентств.

С. Послуги бібліотек, архівів, музеїв та інших культурно-освітніх закладів.

Д. Послуги з організації занять спортом та інших видів відпочинку.

Е. Інші.

XI. ТРАНСПОРТНІ ПОСЛУГИ

А. Послуги морського транспорту

1. Пасажирські перевезення.
2. Вантажні перевезення.
3. Послуги з оренди морських суден з командою.
4. Послуги з лагодження та ремонту суден.
5. Послуги щодо спуску на воду та буксирування суден.
6. Допоміжні послуги для морського, водного транспорту.

В. Транспортні послуги на внутрішніх водних шляхах

1. Пасажирські перевезення.
2. Вантажні перевезення.
3. Послуги з оренди морських суден з командою.
4. Послуги з лагодження та ремонту суден,
5. Послуги щодо спуску на воду та буксирування суден.
6. Допоміжні послуги на внутрішніх водних шляхах.

С. Послуги повітряного транспорту

1. Пасажирські перевезення.
2. Вантажні перевезення.
3. Послуги з оренди повітряних суден з оператором.
4. Послуги з налагодження та ремонту повітряних суден.
5. Допоміжні послуги для авіатранспорту.

Д. Космічний транспорт.

Е. Послуги залізничного транспорту

1. Пасажирські перевезення.
2. Вантажні перевезення.
3. Маневрові послуги.
4. Послуги з лагодження та ремонту залізничного транспортно-го обладнання.

5. Допоміжні послуги для залізничного транспорту.

Ф. Послуги наземного транспорту

1. Пасажирські перевезення.
2. Вантажні перевезення.
3. Послуги з оренди наземного транспорту з оператором.

4. Послуги з лагодження та ремонту дорожнього транспорту.

5. Допоміжні послуги для дорожнього транспорту.

Г. Послуги з транспортування трубопроводами

1. Транспортування нафти і газу.

2. Транспортування інших продуктів.

Н. Допоміжні послуги для всіх видів транспорту

1. Послуги з оброблення вантажів.

2. Послуги складів та пакгаузів.

3. Послуги вантажних транспортних агентств.

4. Інші.

І. Інші транспортні послуги

XII. ІНШІ ПОСЛУГИ, ЯКІ НЕ ЗАЗНАЧЕНІ ВИЩЕ

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про внесення змін до Закону України “Про туризм”

Верховна Рада України постановляє:

І. Внести зміни до Закону України “Про туризм” (324/95-ВР) (Відомості Верховної Ради України, 1995 р., N 31, ст. 241; 2001 р., N 32, ст. 172), виклавши його в такій редакції:

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про туризм

Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України (254к/96-ВР) прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

туризм — тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;

турист — особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін;

туристичний продукт — попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною,

до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);

супутні туристичні послуги та товари — послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам;

характерні туристичні послуги та товари — послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам;

просування туристичного продукту — комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо);

місце продажу (реалізації) туристичних послуг — країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт;

місце надання туристичних послуг — країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги.

Стаття 2. Законодавство України про туризм

Законодавство України про туризм складається з Конституції України (254к/96-ВР), цього Закону, інших нормативно-правових актів, виданих відповідно до них.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним (435-15) та Господарським кодексами України (436-15) з урахуванням особливостей, встановлених цим Законом.

Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені цим Законом, застосовуються правила міжнародного договору.

Стаття 3. Туристичні ресурси України

Туристичними ресурсами України є пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності.

Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму.

Класифікація та оцінка туристичних ресурсів України, режим їх охорони, порядок використання з обліком гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення визначаються відповідно до закону.

Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися на особливому режимі охорони, що обмежує доступ до них. Обмеження доступу до туристичних ресурсів визначається їх реальною пропускнуою спроможністю, рівнем припустимого антропогенного навантаження, сезонними та іншими умовами.

Під час містобудівного планування, проектування, розміщення, будівництва і реконструкції об'єктів містобудування на територіях рекреаційних зон відповідні органи виконавчої влади, власники об'єктів містобудування повинні передбачати максимальну інтеграцію споруджуваних об'єктів до місцевого соціально-економічного, природного та історико-культурного середовища.

Стаття 4. Організаційні форми та види туризму

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм.

До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм — подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм — подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

- дитячий;
- молодіжний;
- сімейний;
- для осіб похилого віку;
- для інвалідів;
- культурно-пізнавальний;
- лікувально-оздоровчий;
- спортивний;
- релігійний;
- екологічний (зелений);
- сільський;
- підводний;

- гірський;
- пригодницький;
- мисливський;
- автомобільний;
- самодіяльний тощо.

Особливості здійснення окремих видів туризму встановлюються законом.

Стаття 5. Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі — суб'єкти туристичної діяльності), є:

- туристичні оператори (далі — туроператори) — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

- туристичні агенти (далі — турагенти) — юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Перелік посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційні вимоги до них та порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу визначаються центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Розділ II

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стаття 6. Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;

- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється іншими способами, визначеними законом.

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України (254к/96-ВР) прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові території;

- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

- удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

- забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;

- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

- забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пілг стосовно цих категорій осіб.

Стаття 7. Органи, що здійснюють регулювання в галузі туризму

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Верховною Радою Автономної Республіки Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

Стаття 8. Повноваження Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування в галузі туризму

1. До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать:

визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;

визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизнаними нормами міжнародного права;

визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі.

Верховна Рада України відповідно до Конституції України (254к/96-ВР) може брати до свого розгляду й інші питання, що стосуються туризму.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні ради відповідно до їх повноважень:

затверджують регіональні програми розвитку туризму, що фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;

визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних програм розвитку туризму;

контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

2. Верховна Рада Автономної Республіки Крим відповідно до Конституції (254к/96-ВР) та законів України здійснює інше нормативне регулювання з питань туризму, історико-культурних за-

повідників, музеїв, інших закладів культури, вирішує питання щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму тощо.

3. Представницькі органи місцевого самоврядування — сільські, селищні, міські ради відповідно до їх повноважень:

затверджують місцеві програми розвитку туризму;

визначають кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку туризму;

доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму за рахунок коштів місцевого бюджету;

вживають заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

Стаття 9. Повноваження Кабінету Міністрів України в галузі туризму

Кабінет Міністрів України відповідно до Конституції (254к/96-ВР) та законів України:

здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму;

розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства;

приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності;

забезпечує раціональне використання туристичних ресурсів і вжиття заходів для їх збереження;

сприяє розвитку туристичної індустрії та створенню ефективної туристичної інфраструктури;

вживає заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності;

організовує та забезпечує реалізацію державної інвестиційної політики в галузі туристичної діяльності;

готує та подає на розгляд Верховної Ради України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки проектів і програм з розвитку туризму;

інформує Верховну Раду України про виконання програми розвитку туризму в Україні;

визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів;

створює державну систему наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності;

здійснює міжнародне співробітництво в галузі туризму;

вирішує інші питання, віднесені Конституцією (254к/96-ВР) та законами України до його повноважень.

Стаття 10. Повноваження центральних органів виконавчої влади в галузі туризму

1. Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму:

організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів;

бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення;

забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні;

організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

бере участь у розробці стандартів, діяльності з метрології та сертифікації, у проведенні робіт з підтвердження відповідності в законодавчо регульованій сфері;

організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг;

реалізує державну інвестиційну політику в галузі туризму та курортно-рекреаційній сфері;

бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;

бере участь у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації кадрів, визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у галузі туризму та проведенні науково-дослідних робіт у цій галузі;

проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

у межах своєї компетенції розробляє, укладає і виконує міжнародні договори в галузі туристичної діяльності, представляє країну у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах щодо туризму;

вживає заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

сприяє координації діяльності органів виконавчої влади,

суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі туризму;

надає суб'єктам туристичної діяльності методичну, консультативну та іншу допомогу;

пропонує для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, які надають туристичні послуги, знаки для товарів і послуг; поширює соціальну рекламу в галузі туризму;

для забезпечення реалізації своїх повноважень, узгодження та врахування інтересів суб'єктів туристичної діяльності утворює координаційно-дорадчий орган.

2. Інші центральні органи виконавчої влади в межах своїх повноважень:

забезпечують реалізацію державної політики в галузі туризму; здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;

беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму.

Стаття 11. Повноваження Ради міністрів Автономної Республіки

Крим, місцевих державних адміністрацій, виконавчих органів місцевого самоврядування в галузі туризму

1. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації в межах своїх повноважень:

здійснюють виконавчі та організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму;

розробляють проекти регіональних програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідно Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним і районним радам;

вживають заходів щодо виконання регіональних програм розвитку туризму;

сприяють туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури;

розробляють і впроваджують заходи для захисту місцевих туристичних ресурсів;

видають дозволи на право здійснення туристичного супроводу;

аналізують ринок туристичних послуг у межах адміністративно-територіальних одиниць, представляють центральному органу виконавчої влади в галузі туризму необхідні відомості про розвиток туризму в адміністративно-територіальних одиницях;

здійснюють соціальну рекламу туристичних ресурсів, утворюють відповідні інформаційні центри;

сприяють дитячому та молодіжному туризму;

беруть участь у підготовці, перепідготовці і підвищенні кваліфікації кадрів у галузі туристичної діяльності, що фінансуються за рахунок коштів місцевого бюджету;

надають суб'єктам туристичної діяльності методичну і консультативну допомогу щодо організації їх діяльності;

залучають підприємства, установи і організації, розташовані на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах;

подають центральному органу виконавчої влади в галузі туризму пропозиції стосовно включення заходів з регіональних програм розвитку туризму до відповідних програм;

вносять у встановленому порядку до центрального органу виконавчої влади в галузі туризму пропозиції про анулювання відповідної ліцензії;

здійснюють іншу діяльність у галузі туризму відповідно до законодавства.

2. Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення;

сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів;

залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі місця;

сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

Стаття 12. Програми розвитку туризму в Україні

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочи-

нок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі.

Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом.

Розділ III БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ

Стаття 13. Безпека в галузі туризму

Безпека в галузі туризму — сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи в межах своїх повноважень вживають заходів, спрямованих на:

забезпечення закріплених Конституцією України (254к/96-ВР) прав громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля при здійсненні туристичних подорожей, захист громадян України за її межами;

забезпечення особистої безпеки туристів, збереженість їх майна, незавдання шкоди довкіллю;

інформування суб'єктів туристичної діяльності про загрозу безпеці туристів у країні (місці) тимчасового перебування;

надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації;

забезпечення туристам (екскурсантам) можливості безперешкодного одержання медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги, доступу до засобів зв'язку;

заборонення використання туризму з метою незаконної міграції, сексуальної, трудової та інших видів експлуатації громадян;

охорону туристичних ресурсів України, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій тощо.

З метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності, здійснюючи відповідний вид діяльності, зобов'язані:

інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог та запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо);

створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;

забезпечувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);

забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;

забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;

забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;

оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

Особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства.

Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабінетом Міністрів України.

Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів відповідно до законодавства та міжнародних договорів України.

Стаття 14. Захист інтересів українських туристів за межами України

Держава гарантує захист законних прав та інтересів громадян України, які здійснюють туристичні подорожі за кордон.

У разі виникнення надзвичайних ситуацій держава вживає заходів щодо захисту інтересів українських туристів за межами України, у тому числі заходів для їх евакуації з країни тимчасового перебування.

Стаття 15. Фінансове забезпечення відповідальності туроператора та турагента

З метою забезпечення прав та законних інтересів громадян — споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце постійного проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, та які пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму,

еквівалентну не менше ніж 10000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

Будь-які суми, надання яких гарантується фінансовим забезпеченням цивільної відповідальності туроператора, використовуються виключно для задоволення вимог, що висуваються на підставі та за наявності обставин, зазначених у цій статті.

Відшкодування збитків, заподіяних туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, здійснюється відповідною кредитною установою на підставі заяви туриста, договору на туристичне обслуговування (ваучера) та документів, що підтверджують невиконання туроператором (турагентом) договірних зобов'язань.

Стаття 16. Страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок

Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи вправі самостійно укладати договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування.

Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.

інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.

Обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі.

За вимогою туриста туроператор чи турагент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

За бажанням туриста з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця постійного проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, проводиться у встановленому порядку.

Розділ IV

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**Стаття 17. Ліцензування туристичної діяльності**

З метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність без отримання ліцензії на турагентську діяльність.

Загальний розмір частки туроператора в статутних фондах інших туроператорів України не може перевищувати 20 відсотків їх статутних фондів.

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова "туроператор" і "турагент" без отримання ним ліцензії на здійснення відповідно туроператорської чи турагентської діяльності.

Не може бути видана ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність суб'єкту підприємницької діяльності із назвою, тотожною назві іншого суб'єкта підприємницької діяльності, якому ліцензія видана раніше і інформація про нього внесена до відповідного реєстру.

Стаття 18. Сертифікація і стандартизація у сфері туристичної діяльності

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на:

захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля;

класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;

взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію;

створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг.

Сертифікація товарів, робіт, послуг у сфері туристичної діяльності здійснюється з метою:

запобігання реалізації товарів, робіт, послуг, небезпечних для життя, здоров'я людей, майна і довкілля;

сприяння споживачам у свідомому виборі товарів, робіт, послуг;

забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;

гармонізації стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, що стосуються вимог до об'єктів відвідування і туристичних послуг, взаємодії туроператорів, використання обмежених туристичних ресурсів, якості і видів туристичних послуг.

Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації стосовно безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля, порядок проведення сертифікації послуг у сфері туристичної діяльності визначаються Кабінетом Міністрів України відповідно до закону.

Підтвердження відповідності туристичних послуг здійснюється в установленому порядку.

Стаття 19. Встановлення категорій об'єктів туристичної інфраструктури

З метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки об'єктам туристичної інфраструктури присвоюються категорії якості та рівня обслуговування.

Встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) відповідної категорії здійснюється за заявою його власника.

Види категорій об'єктів туристичної інфраструктури, порядок їх встановлення та зміни визначаються Кабінетом Міністрів України.

Стаття 20. Договір на туристичне обслуговування

За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання за замовленням іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт).

До договору на туристичне обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законом та не суперечить суті зобов'язання.

Договір на туристичне обслуговування укладається в письмовій (електронній) формі відповідно до закону. Договір на туристичне обслуговування може укладатися шляхом видачі ваучера.

До укладення договору на туристичне обслуговування споживачу туристичного продукту має бути надана інформація про:

1) основні вимоги пропонуваніх до оформлення виїзних/в'їзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд/виїзд до країни тимчасового перебування), у тому числі інформацію щодо термінів їх оформлення;

2) медичні застереження стосовно здійснення туристичної поїздки, у тому числі протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і віку туристів для участі в поїздки;

3) туроператора (турагента), його місцезнаходження і поштові реквізити, наявність ліцензії на здійснення туристичної діяльності, сертифікатів відповідності та іншу інформацію відповідно до законодавства про захист прав споживачів;

4) розмір фінансового забезпечення туроператора чи турагента на випадок його неплатоспроможності чи неспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення.

До початку надання туристичних послуг споживачу за його вимогою повинна бути надана інформація:

- про загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг (за його наявності);
- програма туристичного обслуговування;
- характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, терміни стикування (сполучення) рейсів, а також інша обов'язкова інформація,
- передбачена кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);
- характеристика готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством

країни (місця) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам,

- відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування, а також інша обов'язкова інформація, передбачена цим Законом, іншими нормативно-правовими актами (якщо готельне обслуговування входить до складу послуг з туристичного обслуговування);
- про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища,
- санітарну та епідеміологічну обстановку;
- про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там;
- про види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;
- про види та тематику екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і проводів, супроводу туристів;
- про дату і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;
- відомості про мінімальну кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи;
- відомості про страхову організацію, що здійснює страхування ризиків, пов'язаних з наданням туристичного обслуговування, розмір страхових відшкодувань, порядок і умови їх виплати;
- про ціну туристичного обслуговування і порядок здійснення оплати;
- про місце перебування організації (організацій), уповноваженої туроператором на прийняття претензій туристів, а також про адреси і телефони українських дипломатичних установ у країні тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної поїздки.

Кожна із сторін договору може вимагати внесення змін або розірвання договору у зв'язку з істотними змінами обставин, з яких вони виходили при укладенні договору.

До істотних змін обставин належать:

- 1) погіршення умов подорожі, зміна термінів подорожі;
- 2) непередбачене збільшення транспортних тарифів;
- 3) введення нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів;

4) різка зміна курсу національних валют;

5) інші підстави, за домовленістю сторін.

Турист вправі відмовитися від виконання договору до початку подорожі за умови оплати туроператору або турагенту фактично понесених ними витрат за послуги, надані до цього повідомлення.

Туроператор або турагент вправі відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання договору, крім випадку, коли це відбулося з вини туриста.

Якість туристичних послуг повинна відповідати умовам договору, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються законодавством про захист прав споживачів.

Зміна ціни туристичного продукту, погодженої сторонами, можлива лише у випадках, передбачених договором, і тільки при істотній зміні обставин, передбачених частиною сьомою цієї статті, але не пізніше ніж за 10 днів до початку туристичної подорожі у випадку, якщо її тривалість становить більше ніж 10 днів, за 5 днів до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить від 2 до 10 днів, за 48 годин до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить один день. При цьому збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати 5 відсотків його первісної ціни. У разі перевищення ціни туристичного продукту більше ніж 5 відсотків первісної ціни турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

Туроператор (турагент) може в договорі з туристом обмежити свою відповідальність розміром подвійної плати вартості туристичного продукту (туристичних послуг), якщо туроператор (турагент) несе перед туристом одноособову відповідальність за шкоду, що виникла внаслідок дій (бездіяльності) одного з виконавців послуг, обумовлених договором.

Права й обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються відповідно до загальних положень про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними, а також цим Законом.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю та майну туриста, визначається відповідно до цивільного законодавства, якщо договором на туристичне обслуговування не передбачена підвищена відповідальність туроператора.

Стаття 21. Договір на екскурсійне обслуговування

За договором на екскурсійне обслуговування одна сторона (суб'єкт, що здійснює туристичну діяльність) за встановлену договором плату зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (екскурсанта) обслуговування, істотною частиною якого є послуги екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин, які не включають у себе послуги з розміщенням.

Договір на екскурсійне обслуговування укладається за правилами, визначеними цивільним законодавством, у тому числі шляхом видачі ваучера.

Загальні положення про договір на надання послуг застосовуються до договору на екскурсійне обслуговування, якщо інше не передбачено законом та не суперечить суті зобов'язання.

Особа, яка надає екскурсійні послуги, зобов'язана до укладення договору на екскурсійне обслуговування надати екскурсанту необхідну і достовірну інформацію щодо екскурсійного обслуговування, його видів і особливостей, кваліфікації екскурсовода, про порядок і строки оплати екскурсійних послуг, а також надати екскурсанту на його прохання іншу інформацію з питань екскурсійного обслуговування.

Відповідальність сторін за невиконання, неналежне виконання зобов'язань відповідно до договору на екскурсійне обслуговування, порядок припинення договору на екскурсійне обслуговування визначаються відповідно до цивільного законодавства та законодавства з питань захисту прав споживачів.

Стаття 22. Договір на готельне обслуговування

За договором на готельне обслуговування одна сторона (готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення) зобов'язується за дорученням іншої сторони (проживаючого) надати послуги по тимчасовому проживанню (ночівлі) у спеціально обладнаному жилу приміщенні (номері), виконати або організувати виконання інших визначених договором на готельне обслуговування послуг, пов'язаних з тимчасовим проживанням, а проживаючий зобов'язується сплатити за ці послуги встановлену плату.

До послуг, пов'язаних з тимчасовим розміщенням, належать послуги з обслуговування жилого приміщення (номера), харчування (ресторанного обслуговування), із збереження майна і багажу проживаючого, а також інші послуги, надані залежно від категорії готелю.

До відносин за договором на готельне обслуговування застосовуються норми цивільного законодавства, цей Закон, законодавство

з питань захисту прав споживачів та інші нормативно-правові акти, прийняті відповідно до них. Цей Закон застосовується при наданні готельного обслуговування в мотелях, будинках відпочинку, санаторіях, пансіонатах, а також інших місцях, призначених для розміщення громадян.

Готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення, зобов'язаний до укладення договору надати необхідну і достовірну інформацію про послуги з готельного обслуговування, їх види і особливості, про порядок і терміни оплати послуг готелю та надати проживаючому на його прохання інші пов'язані із договором і відповідним готельним обслуговуванням відомості, а також іншу інформацію, передбачену законодавством про захист прав споживачів.

Договір на готельне обслуговування укладається як шляхом укладення письмового договору, так і шляхом прийняття готелем заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного чи іншого зв'язку, що дозволяє достовірно встановити особу, від якої надходить заявка. У разі прийняття заявки договір на готельне обслуговування вважається укладеним з моменту отримання підтвердження готелю про прийняття замовлення та вказівки можливого початку надання готельного обслуговування з визначеного часу.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю чи майну проживаючого, визначається відповідно до цивільного законодавства, якщо договором на готельне обслуговування не передбачена підвищена відповідальність готелю.

Права й обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором (турагентом) та готелем чи іншим суб'єктом, що надає послуги з розміщення, визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними та цим Законом.

Стаття 23. Ваучер

Ваучер — форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування, яка може використовуватися відповідно до цього Закону.

У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані:

найменування та місцезнаходження суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії (дозволу) на відповідний вид діяльності, юридична адреса;

прізвище, ім'я (по батькові) туриста (при груповій поїздки прізвища, імена (по батькові) членів групи);

строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість; назва, адреса та номер телефону об'єкта розміщення, його тип та категорія, режим харчування;

розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором агентування;

інші дані, обумовлені характером угоди, складом групи тощо; дата видачі ваучера.

Ваучер є документом суворого обліку.

Порядок оформлення ваучера та його використання затверджується центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Стаття 24. Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності

Суб'єкти туристичної діяльності мають право:

виробляти і реалізовувати туристичні послуги згідно із законодавством;

вносити пропозиції щодо охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

вносити пропозиції щодо вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

на встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), власниками яких вони є, відповідної категорії;

на отримання в установленому порядку інформації, необхідної для здійснення їх діяльності, в органах державної влади та органах місцевого самоврядування;

брати в установленому порядку участь у розробці програм розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери;

визначати та оприлюднювати шляхом опублікування загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг;

визначати мінімальну кількість туристів (екскурсантів) у групі;

на відшкодування збитків, заподіяних внаслідок незаконних рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб чи заподіяних суб'єктами туристичної діяльності.

Суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані:

проводити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності ліцензій;

надавати туристичні послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації, після проведення такої сертифікації в установленому порядку;

залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам, а у випадках, визначених цим Законом, також мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу;

надавати туристам необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів (екскурсантів), умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового митного режиму, перетинання державного кордону та іншу інформацію, передбачену цим Законом;

надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором;

виконувати вимоги закону щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля;

вести облікову та іншу визначену законодавством документацію, надавати в установленому порядку бухгалтерську та статистичну звітність;

відшкодовувати в установленому порядку збитки, завдані туристам (екскурсантам), іншим особам та довкіллю.

Стаття 25. Права та обов'язки туристів і екскурсантів

Туристи і екскурсанти мають право на:

реалізацію закріплених Конституцією України (254к/96-ВР) прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності;

необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, а також виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього середовища;

інформацію про наявність ліцензії у суб'єкта, що здійснює підприємницьку діяльність у галузі туризму, дозволів, сертифікатів, інших документів, наявність яких передбачена законодавством;

отримання обов'язкової інформації, що передує укладенню договору;

отримання туристичних послуг, передбачених договором;

особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна;

одержання відповідної медичної допомоги;

відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі невиконання або неналежного виконання умов договору;

сприяння з боку органів державної влади України в одержанні правових та інших видів допомоги, а громадяни України також і за її межами;

реалізацію інших прав.

Туристи і екскурсанти зобов'язані:

не порушувати права та законні інтереси інших осіб, вимоги законів, які діють на території країни перебування;

виконувати митні, прикордонні, санітарні та інші правила;

поважати політичний та соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни (місця) перебування;

зберігати довкілля, дбайливо ставитися до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;

дотримуватися умов і правил, передбачених договором про надання туристичних послуг;

надавати персональну інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту;

дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки;

відшкодувати збитки, завдані їх неправомірними діями.

Виконувати інші обов'язки, передбачені законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування.

Розділ V

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ТА НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ. ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА НЕПРИБУТКОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стаття 26. Професійна підготовка фахівців у галузі туризму

Професійна підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації кадрів у галузі туризму здійснюються державними, комунальними та приватними навчальними закладами в порядку, визначеному законодавством.

Підготовка окремих категорій фахівців туристичного супроводу (гідів-перекладачів, екскурсоводів, спортивних інструкторів, провідників тощо), які не потребують здобуття громадянами професійно-технічної або вищої освіти із здобуттям кваліфікації за пев-

ним освітньо-кваліфікаційним рівнем, може здійснюватися у встановленому порядку юридичними чи фізичними особами.

Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму бере участь у підготовці навчальних планів і програм навчання фахівців галузі туризму, їх професійній підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації, затверджує перелік посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційні вимоги до них та порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу.

Стаття 27. Наукові дослідження розвитку туризму

Наукові дослідження розвитку туризму проводяться з метою: наукового забезпечення державної політики в галузі туризму, прогнозування та визначення перспектив його розвитку;

встановлення методик класифікації та оцінки туристичних ресурсів, режиму їх охорони, збереження та відновлення, порядку використання;

обліку гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

розробки пропозицій щодо проектів державних цільових, регіональних та місцевих програм розвитку туризму, а також щодо визначення ліцензійних умов та переліку посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційних вимог щодо них, удосконалення професійної підготовки фахівців у сфері туристичної діяльності тощо.

Визначення пріоритетних напрямів, керівництво та координація наукових досліджень у галузі туризму належать до компетенції наукового центру розвитку туризму.

Положення про науковий центр розвитку туризму затверджується центральним органом виконавчої влади в галузі туризму.

Стаття 28. Об'єднання суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткові організації в галузі туризму

Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, — юридичні особи та громадяни, які надають туристичні послуги, залежно від мети можуть утворювати об'єднання підприємств, що є юридичними особами чи без створення юридичних осіб, або вступати в такі об'єднання в порядку, визначеному Господарським кодексом України (436-15) та іншими законами.

З метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів у галузі туризму суб'єкти туристичної діяльності можуть створювати неприбуткові організації у сфері туристичної діяльності в порядку, визначеному Цивільним кодексом України (435-15) або Законом України "Про об'єднання громадян" (2460-12) чи іншими законами.

Громадяни України, іноземці та особи без громадянства з метою реалізації та захисту прав і законних інтересів можуть об'єднуватися в громадські організації туристичної спрямованості.

Неприбуткові організації в галузі туризму можуть спрямовувати свою діяльність на:

формування і поширення інформації про туристичні ресурси України;

підготовку пропозицій щодо розвитку туризму, курортно-рекреаційної сфери, охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

популяризацію туризму і сприяння його розвитку;

розробку власних стандартів туристичного, готельного, екскурсійного та іншого обслуговування, схвалення кодексів усталеної практики та правил професійної етики;

впровадження власних систем контролю якості здійснення туристичної діяльності;

пропонування для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, що надають туристичні послуги, знаків для товарів і послуг;

вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки

працівників і фахівців у галузі туризму;

саморегулювання в галузі туризму;

реалізацію та захист спільних прав і інтересів учасників туристичної діяльності;

вирішення інших завдань, що не суперечать законодавству України.

Громадські організації туристичної спрямованості можуть відповідно до закону представляти інтереси громадян – споживачів туристичних послуг.

Розділ VI

КОНТРОЛЬ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ПРО ТУРИЗМ

Стаття 29. Органи, уповноважені на здійснення контролю за діяльністю в галузі туризму

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові та службові особи у випадках і в порядку, визначених законом, здійснюють контроль за додержанням вимог законодавства з

питань туристичної діяльності, проводять перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг, додержання ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності та відповідно до закону накладають стягнення і вживають інших заходів за порушення законодавства в галузі туризму.

Стаття 30. Відповідальність за порушення законодавства в галузі туризму

Порушення законодавства в галузі туризму тягне за собою відповідальність згідно із законом.

Порушеннями законодавства в галузі туризму є:
здійснення туристичної діяльності без отримання відповідного дозволу (ліцензії) або недодержання ліцензійних умов з надання туристичних послуг;

залучення до надання туристичних послуг осіб, які не відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам та не мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу у випадках, визначених цим Законом;

надання туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації, без проведення такої сертифікації в установленому порядку;

ненадання, несвоєчасне надання або надання туристові інформації, що не відповідає дійсності;

порушення вимог стандартів, норм і правил у галузі туризму;
незаконне використання категорії об'єкта туристичної інфраструктури;

порушення умов договору між туристом і суб'єктом туристичної діяльності з надання туристичних послуг;

невиконання розпоряджень уповноважених органів та осіб про усунення порушень ліцензійних умов;

порушення правил щодо охорони чи використання об'єктів туристичної інфраструктури, знищення або пошкодження об'єктів відвідування;

створення перешкод уповноваженій на те законом посадовій чи службовій особі у здійсненні контролю за туристичною діяльністю, у проведенні перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг або додержанні ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності;

незаконне втручання у здійснення туристичної діяльності;
розголошення відомостей, що становлять конфіденційну або іншу охоронювану законом інформацію.

Законами може передбачатися відповідальність і за інші порушення у сфері туристичної діяльності.

Стаття 31. Відповідальність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб у галузі туристичної діяльності

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові і службові особи у галузі туристичної діяльності за порушення законодавства несуть відповідальність згідно із законом.

Рішення, дії або бездіяльність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб можуть бути оскаржені до суду в порядку, встановленому законом.

Шкода, заподіяна органами державної влади, органами місцевого самоврядування, їх посадовими і службовими особами фізичним чи юридичним особам під час виконання ними покладених на них обов'язків, підлягає відшкодуванню в порядку, встановленому законом.

Стаття 32. Цивільно-правова та інші види відповідальності суб'єктів туристичної діяльності

За неналежне виконання своїх зобов'язань туроператор, турагент, інші суб'єкти туристичної діяльності несуть майнову та іншу відповідальність, визначену в договорі відповідно до чинного законодавства.

Розмір майнової відповідальності туроператора, турагента чи іншого суб'єкта туристичної діяльності не може перевищувати фактично завданих замовнику збитків з їх вини.

Спори майнового характеру між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичних послуг вирішуються у встановленому порядку з дотриманням вимог цього Закону.

За порушення встановлених законодавчими актами правил здійснення господарської діяльності до суб'єктів господарювання органи державної влади та органи місцевого самоврядування відповідно до своїх повноважень та в порядку, встановленому законом, застосовують заходи організаційно-правового або майнового характеру, спрямовані на припинення суб'єктом господарювання правопорушення та ліквідацію його наслідків.

Стаття 33. Відшкодування шкоди, завданої порушенням законодавства у галузі туристичної діяльності

Суб'єкт туристичної діяльності, який порушив законодавство в галузі туристичної діяльності при наданні туристичної послуги, що завдало шкоду, зобов'язаний відшкодувати туристу збитки у повно-

му обсязі, якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Заподіяна туристу моральна (немайнова) шкода, якою порушені його законні права, відшкодовується суб'єктом туристичної діяльності в порядку, встановленому законом.

Суб'єктам туристичної діяльності, яким заподіяна шкода юридичними чи фізичними особами внаслідок порушення ними законодавства в галузі туризму, збитки відшкодовуються відповідно до закону.

Стаття 34. Порядок розгляду спорів з питань надання туристичних послуг

Спори з питань надання туристичних послуг розглядаються у встановленому законом порядку третейськими судами та судами загальної юрисдикції.

Розділ VII

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стаття 35. Міжнародні договори України в галузі туризму.

Участь України в міжнародних туристичних організаціях

Правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму становлять міжнародні договори України, укладені відповідно до Закону України "Про міжнародні договори України" (3767-12).

Держава сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму на принципах і нормах, розроблених Всесвітньою туристською організацією (ВТО).

Органом державної влади, що забезпечує представництво і реалізацію інтересів України в галузі туризму у відносинах з іншими країнами та з міжнародними туристичними організаціями, є центральний орган виконавчої влади в галузі туризму, який у встановленому порядку бере участь в укладенні міжнародних договорів з питань туризму.

Україна бере участь у діяльності міжнародних туристичних організацій відповідно до міжнародно-правових зобов'язань України та статутних документів таких організацій.

Стаття 36. Представництва України в галузі туризму за межами України

З метою розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку та ефективного використання її туристичних ресурсів окремі повноваження з пред-

ставництва інтересів України в галузі туризму за межами України покладаються на її торгові представництва.

За поданням центрального органу виконавчої влади в галузі туризму Кабінет Міністрів України може відкривати за межами України туристичні представництва. Порядок створення, діяльності і ліквідації туристичних представництв визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до міжнародних договорів України.

Стаття 37. Особливості здійснення діяльності в Україні іноземними суб'єктами туристичної діяльності

Юридичні особи, створені за законодавством інших держав, іноземці та особи без громадянства здійснюють туристичну діяльність на території України відповідно до міжнародних договорів України в порядку, визначеному законом.

іноземні юридичні та фізичні особи можуть здійснювати туроператорську та турагентську діяльність шляхом утворення підприємств за законодавством України та отримання в установленому порядку ліцензій на здійснення відповідної діяльності.

Туристичний супровід, що здійснюється на території України, може надаватися фахівцями туристичного супроводу, громадянами України та особами, які постійно проживають на території України, якщо інше не передбачено міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України.

Посередницька діяльність на території України з укладення договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності не допускається. Така діяльність може здійснюватися лише через туроператорів, створених за законодавством України.

Угоди, укладені з порушенням вимог цієї статті, є недійсними.

Розділ VIII

ПРИКІНЦЕВІ ТА ПЕРЕХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності з 1 січня 2004 року.
2. До приведення законодавства у відповідність із цим Законом закони та інші нормативно-правові акти застосовуються в частині, що не суперечить цьому Закону.
3. Фізичні і юридичні особи, які отримали ліцензії на організацію іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійну діяльність до дня офіційного опублікування цього Закону, до 1 квітня 2004 року можуть безкоштовно на термін дії ліцензії старого зразка отримати ліцензію на провадження туроператорської чи

турагентської діяльності за умови виконання вимог цього Закону та Закону України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності” (1775-14).

4. Кабінету Міністрів України у місячний строк з дня набрання чинності цим Законом:

підготувати та подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо приведення законів України у відповідність із цим Законом;

відповідно до своєї компетенції забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом;

привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

забезпечити перегляд і скасування міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади їх нормативно-правових актів, що суперечать цьому Закону.

5. Пункт 50 статті 9 Закону України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності” (1775-14) (Відомості Верховної Ради України, 2000 р., N 36, ст. 299; 2001 р., N 22, ст. 105) викласти в такій редакції:

“50) туроператорська та турагентська діяльність”.

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про транспорт

(Відомості Верховної Ради (ВВР), 1994, N 51, ст.446)

{ Вводиться в дію Постановою ВР N від 10.11.94,

ВВР, 1994, N 51, ст.447 }

{ Із змінами, внесеними згідно із Законами N від 18.11.97, ВВР, 1998, N 10, ст.36 N від 19.11.97, ВВР, 1998, N 11-12, ст.41 N 507-XIV () від 17.03.99, ВВР, 1999, N 18, ст.138 N 2171-III () від 21.12.2000, ВВР, 2001, N 9, ст.38 N 2454-IV () від 03.03.2005, ВВР, 2005, N 16, ст.259 N 3370-IV () від 19.01.2006 N 3421-IV () від 09.02.2006 }

Цей Закон визначає правові, економічні, організаційні та соціальні основи діяльності транспорту.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Транспорт у системі суспільного виробництва

Транспорт є однією з найважливіших галузей суспільного виробництва і покликаний задовольняти потреби населення та суспільного виробництва в перевезеннях. Розвиток і вдосконалення транспорту здійснюється відповідно до державних цільових програм з урахуванням його пріоритету та на основі досягнень науково-технічного прогресу і забезпечується державою. { Частина друга статті 1 із змінами, внесеними згідно із Законом N 3421-IV () від 09.02.2006 }

Стаття 2. Законодавство про транспорт

Відносини, пов'язані з діяльністю транспорту, регулюються цим Законом, кодексами (статутами) окремих видів транспорту, іншими актами законодавства України. Нормативні акти, які визначають умови перевезень, порядок використання засобів транспорту, шляхів сполучення, організації безпеки руху, охорони громадського порядку, пожежної безпеки, санітарні та екологічні вимоги, що діють на транспорті, є обов'язковими для власників транспорту і громадян, які користуються послугами транспорту та шляхами сполучення. Особливості застосування Закону України "Про підприємства в Ук-

раїні” () до підприємств транспорту визначаються цим Законом і актами Кабінету Міністрів України, що видаються на його основі. Дія цього Закону не поширюється на транспорт, що здійснює технологічні перевезення тільки на території підприємств.

Стаття 3. Мета і завдання державного управління в галузі транспорту

Державне управління в галузі транспорту має забезпечувати: своєчасне, повне та якісне задоволення потреб населення і суспільного виробництва в перевезеннях та потреб оборони України; захист прав громадян під час їх транспортного обслуговування; безпечне функціонування транспорту; додержання необхідних темпів і пропорцій розвитку національної транспортної системи; захист економічних інтересів України та законних інтересів підприємств і організацій транспорту та споживачів транспортних послуг; створення рівних умов для розвитку господарської діяльності підприємств транспорту; обмеження монополізму та розвиток конкуренції; координацію роботи різних видів транспорту; ліцензування окремих видів діяльності в галузі транспорту; охорону навколишнього природного середовища від шкідливого впливу транспорту. Державне управління діяльністю транспорту здійснюється шляхом проведення та реалізації економічної (податкової, фінансово-кредитної, тарифної, інвестиційної) та соціальної політики, включаючи надання дотацій на пасажирські перевезення. Місце і роль транспорту у суспільному виробництві визначає необхідність його пріоритетного розвитку, державної підтримки в задоволенні його потреб у транспортних засобах, матеріально-технічних і паливно-енергетичних ресурсах.

Стаття 4. Органи, що здійснюють державне управління в галузі транспорту

Державне управління в галузі транспорту здійснюють Міністерство транспорту України, місцеві Ради народних депутатів та інші спеціально уповноважені на те органи відповідно до їх компетенції.

Стаття 5. Відносини підприємств транспорту загального користування з органами влади і самоврядування

Відносини підприємств транспорту загального користування з центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування будуються на основі податків, податкових пільг, встановлених нормативів та інших економічних засобів відповідно до чинного законодавства України. Втручання у госпо-

дарську діяльність підприємств транспорту, відволікання їх експлуатаційного персоналу на інші роботи місцевими органами влади і самоврядування не допускається, крім випадків, передбачених законодавством України. Органи управління транспортом сприяють органам влади і самоврядування у виконанні ними своїх повноважень щодо соціального та економічного розвитку транспорту, спільно з ними здійснюють програми захисту навколишнього природного середовища, розробляють і проводять узгоджені заходи для забезпечення безперебійної роботи транспорту у разі стихійного лиха, аварій, катастроф та під час ліквідації їх наслідків, координують роботу, пов'язану із запобіганням аваріям і правопорушенням на транспорті, а також організують взаємодію різних видів транспорту з метою більш ефективного їх використання, підвищення якості обслуговування. Органи влади і самоврядування у межах своїх повноважень подають допомогу підприємствам і організаціям транспорту у поліпшенні використання транспортних засобів відправниками (одержувачами) вантажів і розвитку (в тому числі на пайових засадах) будівельної індустрії, об'єднують кошти підприємств, організацій, колективних сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств, кооперативів (за їх згодою), а також бюджетні та позабюджетні кошти для вдосконалення транспортної мережі, будівництва вокзалів, шляхопроводів та інших об'єктів транспорту; організують взаємодію різних видів транспорту з метою більш ефективного їх використання, підвищення якості обслуговування. (Частина четверта статті 5 із змінами, внесеними згідно із Законом N 2454-IV () від 03.03.2005) Будівництво вокзалів, станцій, портів, пристаней, аеропортів, пішохідних мостів, тунелів, пасажирських платформ, метрополітенів, придбання пасажирського рухомого складу, утримання і упорядкування шляхів сполучення та інших об'єктів, пов'язаних із обслуговуванням пасажирів і перевезенням вантажів, здійснюються з використанням коштів державного і місцевих бюджетів та підприємств транспорту у порядку, встановленому законодавством України, а також з залученням добровільних внесків підприємств і організацій усіх форм власності та громадян.

Стаття 6. Основи господарської діяльності підприємств транспорту

Перевезення пасажирів, вантажів, багажу та пошти, надання інших транспортних послуг, експлуатація і ремонт шляхів сполучення здійснюються залізницями, пароплавствами, портами (пристаня-

ми), автомобільними, авіаційними, дорожніми підприємствами та організаціями, якщо це передбачено їх статутами. Підприємства транспорту здійснюють перевезення та надання послуг на основі державних контрактів, державних замовлень і договорів на перевезення пасажирів і вантажів з урахуванням економічної ефективності провізних та переробних можливостей транспорту. Комплекс транспортно-експедиційних послуг, пов'язаних з відправленням і отриманням вантажів, надається експедиторськими організаціями у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Економічні відносини підприємств транспорту, що виникають у процесі перевезення, ґрунтуються на принципах взаємної вигоди, рівної та повної відповідальності.

Стаття 7. Тарифи і платежі на транспорті

Тарифи на транспортні послуги встановлюються відповідно до законодавства України. Рівень тарифів на транспорті визначається відповідно до нормативних витрат на одиницю транспортної роботи, рівня рентабельності та оплати податків. Розрахунки із споживачами послуг транспорту загального користування проводяться на основі чинних тарифів у порядку, визначеному кодексами (статутами) окремих видів транспорту та іншими актами законодавства України. Відшкодування збитків від безплатних перевезень пільгових категорій громадян регулюється нормативними актами Кабінету Міністрів України. (Частина друга статті 7 із змінами, внесеними згідно із Законом N від 18.11.97) Збір за користування шляхами сполучення України транспортними засобами іноземних власників і плата за транзитні перевезення здійснюються в порядку, що встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Стаття 8. Ліцензування окремих видів діяльності в галузі транспорту

Ліцензування окремих видів діяльності в галузі транспорту запроваджується з метою: забезпечення безпеки і надійності роботи транспорту; обмеження монополізму та розвитку конкуренції; створення рівних умов для розвитку господарської діяльності підприємств транспорту. Ліцензії на провадження видів діяльності в галузі транспорту видаються відповідно до законодавства. (Частина друга статті 8 в редакції Закону N 3370-IV () від 19.01.2006) Разом з ліцензією на кожен автомобільний транспортний засіб видається ліцензійна картка встановленого зразка, яка підтверджує право на надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним

транспортним засобом на підставі отриманої ліцензії. (Статтю 8 доповнено частиною згідно із Законом N 3370-IV () від 19.01.2006)

Стаття 9. Майно підприємств транспорту

Транспортні засоби, споруди, фінансові ресурси, устаткування транспорту, шляхи сполучення, закріплені за підприємствами, об'єднаннями, установами та організаціями Міністерства транспорту України, є загальнодержавною власністю і належать до єдиної транспортної системи. У загальнодержавній власності можуть також перебувати транспортні засоби, споруди, устаткування транспорту, закріплені за підприємствами, об'єднаннями, установами та організаціями інших міністерств і відомств (відомчий транспорт). Транспортні засоби, споруди, фінансові ресурси, устаткування транспорту та дорожнього господарства, закріплені за підприємствами, установами та організаціями місцевих Рад народних депутатів, належать до комунальної власності. Транспортні засоби, споруди, устаткування транспорту можуть перебувати у власності підприємств, об'єднань, установ, організацій і громадян.

Стаття 10. Вимоги до транспортних засобів

Транспортні засоби повинні відповідати вимогам безпеки, охорони праці та екології, державним стандартам, мати відповідний сертифікат.

Стаття 11. Землі транспорту

Землями транспорту визнаються землі, надані в користування підприємствам і організаціям транспорту згідно із Земельним кодексом України (), для виконання покладених на них завдань щодо експлуатації, ремонту, вдосконалення і розвитку об'єктів транспорту. Розміри земельних ділянок, що надаються для зазначених цілей, визначаються відповідно до затверджених у встановленому порядку норм або проектно-технічної документації. Розміщення споруд та інших об'єктів транспорту на землях, наданих в користування підприємствам транспорту, здійснюється за погодженням з місцевими органами влади і самоврядування. Підприємства транспорту зобов'язані раціонально використовувати надані їм земельні ділянки, не порушувати інтереси інших землекористувачів (у тому числі орендарів), не допускати заболочення, погіршення якості земель і забруднення їх промисловими та іншими відходами, неочищеними стоками, вживати заходів для захисту ґрунтів від ерозії, здійснювати укріплення ярів, крутих схилів, пісків, а також додержувати інших вимог щодо охорони земель. Відповідальність за утримання в належ-

ному стані земель, наданих у користування підприємствам і організаціям транспорту, і використання їх за цільовим призначенням покладається на керівників (власників) цих підприємств, установ і організацій. З метою забезпечення належної експлуатації споруд та інших об'єктів транспорту, а також охорони земель від негативного впливу зазначених об'єктів на землях, наданих у користування підприємствам транспорту, можуть встановлюватися охоронні зони з особливими умовами землекористування.

Стаття 12. Обов'язки та права підприємств транспорту

Підприємства транспорту зобов'язані забезпечувати: потреби громадян, підприємств і організацій у перевезеннях; обслуговування пасажирів під час довготривалих перевезень доброякісною питною водою, харчуванням, можливість задоволення інших біологічних потреб; якісне і своєчасне перевезення пасажирів та вантажів; виконання державних завдань (контрактів) щодо забезпечення потреб оборони і безпеки України; безпеку перевезень; безпечні умови перевезень; запобігання аваріям і нещасним випадкам, усунення причин виробничого травматизму; охорону навколишнього природного середовища від шкідливого впливу транспорту; права на пільги громадян щодо користування транспортом. Підприємства транспорту мають право: визначати термін і графік перевезень; призначати регулярні та додаткові рейси і маршрути перевезень; пропонувати рівень комфорту на вибір самих пасажирів; вимагати від пасажирів, відправників і одержувачів вантажів виконання вимог цього Закону, кодексів (статутів) окремих видів транспорту та інших нормативних актів України, що регулюють діяльність транспорту.

Стаття 13. Відповідальність підприємств транспорту

Відповідальність підприємств транспорту за невиконання або неналежне виконання зобов'язань щодо перевезення пасажирів, багажу, а також відповідальність перед пасажиром за несвоєчасне подання транспорту визначається кодексами (статутами) окремих видів транспорту та іншими законодавчими актами України. Підприємство транспорту, діяльність якого пов'язана з підвищеною небезпекою, несе матеріальну відповідальність за шкоду, заподіяну внаслідок загибелі або ушкодження здоров'я пасажирів під час користування транспортом, у порядку, встановленому чинним законодавством України. Підприємства транспорту відповідають за втрату, нестачу, псування і пошкодження прийнятих для перевезення вантажу та багажу у розмірі фактичної шкоди, якщо вони не доведуть, що

втрата, нестача, псування або пошкодження сталися не з їх вини. Підприємства транспорту несуть відповідальність за шкоду, заподіяну навколишньому природному середовищу, згідно з чинним законодавством України.

Стаття 14. Охорона вантажів і об'єктів транспорту

Підприємства транспорту забезпечують збереження вантажів та багажу з часу їх прийняття для перевезення і до видачі їх одержувачам, якщо інше не передбачено договором. Охорона вантажів і об'єктів транспорту, а також проведення протипожежної профілактичної роботи та контроль за виконанням встановлених вимог пожежної безпеки, ліквідація пожеж на транспорті здійснюються працівниками підприємств транспорту у встановленому порядку. Перелік вантажів, що підлягають спеціальній охороні та супроводу, затверджується Кабінетом Міністрів України. Порядок охорони та супроводу таких вантажів встановлюється Міністерством транспорту України. Перелік військових вантажів, порядок охорони і супроводу їх караулами встановлюються Міністерством оборони України за погодженням з Міністерством транспорту України. Охорона та супровід небезпечних і цінних вантажів за переліком, затвердженим Кабінетом Міністрів України, забезпечуються відправниками або одержувачами вантажів протягом усього шляху руху. Порядок охорони та супроводу вантажів, що швидко псуються, визначається відправниками (одержувачами) вантажів самостійно і погоджується з Міністерством транспорту України. Охорона громадського порядку, забезпечення особистої безпеки громадян, захист їх прав, свобод і законних інтересів, запобігання правопорушенням та їх припинення, виявлення і розкриття злочинів, розшук осіб, які їх вчинили, захист власності від злочинних посягань, державний пожежний нагляд на транспорті забезпечуються органами Міністерства внутрішніх справ України при сприянні підприємств транспорту.

Стаття 15. Організація роботи транспорту у надзвичайних умовах

Підприємства і організації транспорту вживають невідкладних заходів для ліквідації наслідків стихійного лиха (повінь, пожежа, замети тощо), аварій та катастроф, які призвели до порушення роботи транспорту. Центральні та місцеві органи виконавчої влади і органи місцевого самоврядування, органи внутрішніх справ на транспорті та інші підрозділи Міністерства внутрішніх справ України, Цивільної оборони України, Збройних Сил України подають негайну допомогу у ліквідації наслідків стихійного лиха, аварій та катаст-

роф на транспорті та припиненні протизаконного втручання у діяльність транспорту, яке загрожує безпеці життя або здоров'ю людей, безпеці експлуатації транспортних засобів і збереженню вантажів. (Частина друга статті 15 із змінами, внесеними згідно із Законом N 2171-III () від 21.12.2000) Збитки, заподіяні транспорту внаслідок навмисного блокування транспортних комунікацій та інших незаконних дій, спрямованих на порушення безперешкодної та безперервної роботи транспортних засобів, відшкодовуються транспортним підприємствам, установам і організаціям винними особами у встановленому законом порядку.

Стаття 16. Безпека на транспорті

Підприємства транспорту зобов'язані забезпечувати безпеку життя і здоров'я громадян, безпеку експлуатації транспортних засобів, охорону навколишнього природного середовища. Працівники, які безпосередньо забезпечують безпеку руху транспортних засобів, повинні мати відповідну професійну підготовку і за станом здоров'я бути здатними якісно виконувати свої обов'язки. Ці працівники, а також працівники, які зазнають впливу шкідливих і небезпечних умов праці, повинні проходити у встановленому порядку медичні обстеження. Частина території підприємств, вокзалів, станцій, портів, пристаней, аеродромів і шляхів сполучення, де здійснюється рух транспортних засобів, проводяться маневрові та вантажно-розвантажувальні роботи, є зонами підвищеної небезпеки. Перебування громадян у цих зонах забороняється. Правила перебування в зоні підвищеної небезпеки і виконання в ній робіт встановлюються Міністерством транспорту України з урахуванням пропозицій заінтересованих організацій та за погодженням з місцевими органами влади і самоврядування. Не допускається розміщення об'єктів, пов'язаних з виробництвом, зберіганням, навантажуванням, транспортуванням і розвантажуванням вибухових, легкозаймистих, радіоактивних і отруйних речовин поблизу місць загального користування, споруд, жилих масивів, природних територій та об'єктів, що підлягають особливій охороні. Мінімальна відстань від таких об'єктів визначається відповідними будівельними нормами та правилами, погодженими з Міністерством транспорту України, відповідними законодавчими актами. Переобладнання всіх комунікацій, пов'язане з реконструкцією і ремонтом споруд транспорту, розташованих у смузі відведення шляхів сполучення, здійснюється власниками комунікацій за їх рахунок.

Відповідальність за дотримання встановлених нормативів при будівництві та експлуатації газопроводів, нафтопроводів та інших комунікацій, що перетинають залізничні колії та автомобільні дороги або межують з цими коліями і дорогами, несуть власники таких комунікацій. Підприємства, установи та організації — відправники і одержувачі вибухових, легкозаймистих, радіоактивних, отруйних та інших небезпечних вантажів зобов'язані гарантувати безпеку їх перевезення, мати засоби і мобільні підрозділи для запобігання аварійним ситуаціям під час перевезення таких вантажів або ліквідації наслідків аварії. Нагляд за забезпеченням безпеки руху транспортних засобів здійснюється в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Питання безпеки руху транспортних засобів на території України, пов'язані з діяльністю транспорту інших держав, регулюються на основі норм, прийнятих в Україні, та міжнародних договорів України. Перевезення пасажирів і вантажів повітряним, а в окремих випадках й іншими видами транспорту, підлягають обов'язковому контролю на відповідність їх вимогам безпеки у порядку, визначеному Міністерством транспорту України відповідно до чинного законодавства України.

Стаття 17. Трудові відносини, соціальний захист і дисципліна працівників транспорту

Трудові відносини, соціальний захист і дисципліна працівників транспорту регулюються Кодексом законів про працю України (), іншими законодавчими актами України, статутами (положеннями) про дисципліну працівників окремих видів транспорту, що затверджуються Кабінетом Міністрів України за погодженням з відповідними профспілками.

Стаття 18. Страйки на транспорті

Припинення роботи (страйк) на підприємствах транспорту може бути у разі невиконання адміністрацією підприємства умов тарифних угод, крім випадків, пов'язаних з перевезенням пасажирів, обслуговуванням безперервно діючих виробництв, а також, коли страйк становить загрозу життю і здоров'ю людини.

Стаття 19. Страхування працівників, які здійснюють експлуатацію транспортних засобів, а також пасажирів, багажу і вантажів на транспорті

Умови і порядок страхування працівників, які здійснюють експлуатацію транспортних засобів, пасажирів, багажу і вантажів на транспорті визначаються чинним законодавством України.

Стаття 20. Звітно-обліковий час на транспорті

На підприємствах транспорту, що безпосередньо беруть участь у перевезеннях, встановлюється єдиний звітно-обліковий час — київський.

Розділ II**ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА УКРАЇНИ****Стаття 21.** Єдина транспортна система України

Єдину транспортну систему України становлять: транспорт загального користування (залізничний, морський, річковий, автомобільний і авіаційний, а також міський електротранспорт, у тому числі метрополітен); промисловий залізничний транспорт; відомчий транспорт; трубопровідний транспорт; шляхи сполучення загального користування. Єдина транспортна система повинна відповідати вимогам суспільного виробництва та національної безпеки, мати розгалужену інфраструктуру для надання всього комплексу транспортних послуг, у тому числі для складування і технологічної підготовки вантажів до транспортування, забезпечувати зовнішньоекономічні зв'язки України.

Стаття 22. Залізничний транспорт і його склад

До складу залізничного транспорту входять підприємства залізничного транспорту, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, рухомий склад залізничного транспорту, залізничні шляхи сполучення, а також промислові, будівельні, торговельні та постачальницькі підприємства, навчальні заклади, технічні школи, дитячі дошкільні заклади, заклади охорони здоров'я, фізичної культури та спорту, культури, науково-дослідні, проектно-конструкторські організації, підприємства промислового залізничного транспорту та інші підприємства, установи та організації незалежно від форм власності, що забезпечують його діяльність і розвиток.

Стаття 23. Землі залізничного транспорту

До земель залізничного транспорту належать землі, надані в користування підприємствам і організаціям залізничного транспорту відповідно до чинного законодавства України. До складу цих земель входять землі, які є смугою відведення залізниць, а саме землі, надані під залізничне полотно та його облаштування, станції з усіма будівлями і спорудами енергетичного, локомотивного, вагонного, колійного, вантажного і пасажирського господарства, сигналізації та зв'язку, водопостачання, каналізації, захисні та укріплюючі насад-

ження, службові, культурно-побутові приміщення та інші споруди, необхідні для забезпечення роботи залізничного транспорту. (Частина перша статті 23 в редакції Закону N 507-XIV () від 17.03.99) Уздовж земель залізничного транспорту можуть встановлюватися охоронні зони. (Частина друга статті 23 в редакції Закону N 507-XIV () від 17.03.99) Землі залізничного транспорту повинні утримуватися в належному санітарному стані і використовуватися для вирощування деревини, у тому числі ділової, та кормів для тваринництва.

Стаття 24. Морський транспорт і його склад

До складу морського транспорту входять підприємства морського транспорту, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, порти і пристані, судна, судноремонтні заводи, морські шляхи сполучення, а також підприємства зв'язку, промислові, торговельні, будівельні і постачальницькі підприємства, навчальні заклади, заклади охорони здоров'я, фізичної культури, науково-дослідні, проектно-конструкторські організації та інші підприємства, установи та організації незалежно від форм власності, що забезпечують роботу морського транспорту.

Стаття 25. Землі морського транспорту

До земель морського транспорту належать землі, надані в користування під: морські порти з набережними, майданчиками, причалами, вокзалами, будівлями, спорудами, устаткуванням, об'єктами загальнопортового і комплексного обслуговування флоту; гідротехнічні споруди і засоби навігаційної обстановки, судноремонтні заводи, майстерні, бази, склади, радіоцентри, службові та культурно-побутові приміщення та інші споруди, що обслуговують морський транспорт. До земель морського транспорту не належать території, насипані або намиті в акваторії за кошти портів. Спорудження на підходах до портів (каналів) мостових, кабельних і повітряних переходів, водозабірних та інших об'єктів, а також спорудження радіосистем у зоні радіонавігаційних об'єктів погоджується з адміністрацією портів.

Стаття 26. Технічний нагляд за суднами

Технічний нагляд за суднами та їх класифікація незалежно від форм власності судна і його власника здійснюються класифікаційним товариством, обраним за пропозицією судновласника та за погодженням з Міністерством транспорту України.

Стаття 27. Річковий транспорт і його склад

До складу річкового транспорту входять підприємства річкового транспорту, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів,

порти і пристані, судна, суднобудівно-судноремонтні заводи, ремонтно-експлуатаційні бази, підприємства шляхового господарства, а також підприємства зв'язку, промислові, торговельні, будівельні та постачальницькі підприємства, навчальні заклади, заклади охорони здоров'я, фізичної культури та спорту, культури, проектно-конструкторські організації та інші підприємства, установи і організації незалежно від форм власності, що забезпечують роботу річкового транспорту.

Стаття 28. Землі річкового транспорту

До земель річкового транспорту належать землі, надані в користування під: порти, спеціалізовані причали, пристані і затони з усіма технічними спорудами та устаткуванням, що обслуговують річковий транспорт; пасажирські вокзали, павільйони і причали; судноплавні канали, судноплавні, енергетичні та гідротехнічні споруди, службово-технічні будівлі; берегоукріплювальні споруди і насадження; спеціальні насадження для вирощування деревини, в тому числі ділової; вузли зв'язку, радіоцентри і радіостанції; будівлі, берегові навігаційні знаки та інші споруди для обслуговування водних шляхів, судноремонтні заводи, ремонтно-експлуатаційні бази, майстерні, судноверфі, відстойно-ремонтні пункти, склади, матеріально-технічні бази, інженерні мережі, службові та культурно-побутові приміщення, інші об'єкти, що забезпечують роботу річкового транспорту. Для робіт, пов'язаних із судноплавством і сплавом на внутрішніх водних шляхах, поза населеними пунктами виділяється у встановленому порядку берегова смуга. Землі берегової смуги не вилучаються у землекористувачів і використовуються відповідно до чинного законодавства України.

Стаття 29. Технічний, класифікаційний і судноплавний нагляд за річковими суднами

Технічний, класифікаційний і судноплавний нагляд за річковими суднами здійснюється Українською державною інспекцією Регістру та безпеки судноплавства у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Стаття 30. Автомобільний транспорт і його склад

До складу автомобільного транспорту входять підприємства автомобільного транспорту, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, авторемонтні і шиноремонтні підприємства, рухомий склад автомобільного транспорту, транспортно-експедиційні підприємства, а також автовокзали і автостанції, навчальні заклади,

ремонтно-будівельні організації та соціально-побутові заклади, інші підприємства, установи та організації незалежно від форм власності, що забезпечують роботу автомобільного транспорту.

Стаття 31. Землі автомобільного транспорту та дорожнього господарства

До земель автомобільного транспорту належать землі, надані в користування під споруди і устаткування енергетичного, гаражного та паливно-роздавального господарства, автовокзали, автостанції, лінійні виробничі споруди, службово-технічні будівлі, станції технічного обслуговування, автозаправні станції, автотранспортні, транспортно-експедиційні підприємства, авторемонтні заводи, бази, вантажні двори, майданчики контейнерні та для перечеплення, службові та культурно-побутові приміщення й інші об'єкти, що забезпечують роботу автомобільного транспорту. До земель дорожнього господарства належать землі, надані в користування під проїзну частину, узбіччя, земляне полотно, декоративне озеленення, резерви, кювети, мости, тунелі, транспортні розв'язки, водопропускні споруди, підпірні стінки, смуги відведення і розташовані в їх межах інші дорожні споруди та обладнання. До складу земель дорожнього господарства входять також землі, що знаходяться за межами смуг відведення, якщо на них розміщені споруди, що забезпечують функціонування автомобільних доріг, а саме: паралельні об'їзні дороги, паромні переправи, снігозахисні споруди і насадження, протилавинні та протисельові споруди, вловлюючі з'їзди; майданчики для стоянки транспорту і відпочинку, підприємства та об'єкти служби дорожнього сервісу; будинки (в тому числі жилі) та споруди дорожньої служби з виробничими базами; природоохоронні лісосмуги для захисту доріг і вирощування деревини, в тому числі ділової. Землі, що знаходяться під автомобільними дорогами загального користування та їх спорудами, надаються дорожнім організаціям у користування відповідно до чинного законодавства.

Стаття 32. Авіаційний транспорт і його склад

До складу авіаційного транспорту входять підприємства повітряного транспорту, що здійснюють перевезення пасажирів і вантажів, аерофотозйомки, сільськогосподарські роботи, а також аеропорти, аеродроми, аероклуби, транспортні засоби, системи управління повітряним рухом, навчальні заклади, ремонтні заводи цивільної авіації та інші підприємства, установи та організації незалежно від форм власності, що забезпечують роботу авіаційного транспорту.

Стаття 33. Землі авіаційного транспорту

До земель авіаційного транспорту належать землі, надані в користування під: аеропорти, аеродроми, відокремлені споруди (об'єкти управління повітряним рухом, радіонавігації та посадки, очисні та інші споруди), службово-технічні території з будівлями та спорудами, що забезпечують роботу авіаційного транспорту; вертольотні станції, включаючи вертольотодроми, службово-технічні території з усіма будівлями та спорудами; ремонтні заводи цивільної авіації, аеродроми, вертольотодроми, гідроаеродроми та інші майданчики для експлуатації повітряних суден; службові об'єкти, що забезпечують роботу авіаційного транспорту.

Стаття 34. Міський електротранспорт і його склад

До складу міського електротранспорту входять підприємства міського електротранспорту, що здійснюють перевезення пасажирів та вантажів, рухомий склад, трамвайні і тролейбусні лінії, ремонтно-експлуатаційні депо, службові приміщення, фунікулери, канатні дороги, ескалатори, заводи по ремонту рухомого складу і виготовленню запасних частин, споруди енергетичного господарства та зв'язку, промислові, ремонтно-будівельні, торговельні та постачальницькі організації, навчальні заклади, науково-дослідні та проектно-конструкторські установи, заклади охорони здоров'я, відпочинку, фізичної культури і спорту та інші культурно-побутові заклади і підприємства, установи та організації незалежно від форм власності, що забезпечують роботу міського електротранспорту.

Стаття 35. Землі міського електротранспорту

До земель міського електротранспорту належать землі, надані в користування під відокремлені трамвайні колії та їх облаштування, колії і станції фунікулерів, канатних доріг, ескалаторів, трамвайно-тролейбусних депо, вагоноремонтні заводи, споруди енергетичного і колійного господарства, сигналізації і зв'язку, службові і культурно-побутові приміщення та інші споруди, необхідні для забезпечення роботи міського електротранспорту.

Стаття 36. Відомчий транспорт

До складу відомчого транспорту входять транспортні засоби підприємств, установ та організацій. Підприємства та організації, які мають відомчий транспорт, повинні забезпечувати його розвиток і утримання на рівні, що відповідає вимогам безпеки при наданні транспортних послуг. Відносини підприємств, які мають відомчий транспорт, з підприємствами, установами, організаціями та громадя-

нами, яким вони надають транспортні послуги, та підприємствами транспорту загального користування регулюються кодексами (статутами) окремих видів транспорту.

Стаття 37. Трубопровідний транспорт

Відносини в галузі трубопровідного транспорту регулюються Законом України “Про трубопровідний транспорт” () та іншими нормативно-правовими актами України. (Стаття 37 в редакції Закону N від 19.11.97)

Стаття 38. Використання лісових смуг і земель транспортними підприємствами

Поряд з прямим призначенням лісових смуг, що обслуговуються підприємствами транспорту, в лісопосадках може вирощуватися ділова деревина (хвойні дерева, береза, липа тощо). Підприємства дорожнього господарства повинні проводити на магістральних дорогах з інтенсивним рухом заміну плодкових дерев у лісосмугах на породи дерев промислового призначення для запобігання випадкам отруєння плодами дерев, насиченими шкідливими речовинами вихлопних газів автомобільного транспорту. Керівники підприємств транспорту несуть відповідальність за забруднення земель, прилеглих до транспортних магістралей, бур'янами.

Стаття 39. Взаємодія підприємств різних видів транспорту

Відносини підприємств різних видів транспорту під час перевезень пасажирів та вантажів визначаються кодексами (статутами) окремих видів транспорту, а також укладеними на їх основі договорами (вузловими угодами). Розроблення та укладання вузлових угод здійснюється в порядку, який встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Стаття 40. Координація діяльності всіх видів транспорту

Координація діяльності всіх видів транспорту здійснюється Міністерством транспорту України. Координація діяльності всіх видів транспорту в межах регіонів здійснюється комісіями з координації роботи транспорту, що утворюються органами місцевої влади і самоврядування і діють відповідно до положення, яке затверджується Кабінетом Міністрів України.

Розділ III ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 41. Контроль за додержанням законодавства на транспорті

Контроль за додержанням законодавства на транспорті здійснюють відповідні органи виконавчої влади і органи місцевого самоврядування в межах своїх повноважень.

Стаття 42. Міжнародні договори

Якщо міжнародним договором, укладеним Україною, встановлено інші правила, ніж ті, що містяться у законодавстві України про транспорт, то застосовуються правила відповідного міжнародного договору.

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про внесення змін до Закону України “Про рекламу”

(Відомості Верховної Ради (ВВР), 2004, N 8, ст.62)

Верховна Рада України **п о с т а н о в л я є**:

Внести зміни до Закону України “Про рекламу” (Відомості Верховної Ради України, 1996 р., N 39, ст. 181; 1998 р., N 10, ст. 36; 1999 р., N 34, ст. 274; 2003 р., N 30, ст. 247), виклавши його в такій редакції:

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про рекламу

Цей Закон визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

виробник реклами — особа, яка повністю або частково здійснює виробництво реклами;

внутрішня реклама — реклама, що розміщується всередині будинків і споруд;

зовнішня реклама — реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;

недобросовісна реклама — реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження;

особа — фізична особа, в тому числі суб'єкт підприємницької діяльності, юридична особа будь-якої форми власності, представництво нерезидента в Україні;

порівняльна реклама — реклама, яка містить порівняння з іншими особами та/або товарами іншої особи;

прихована реклама — інформація про особу чи товар у програмі, передачі, публікації, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може вводити в оману осіб щодо дійсної мети таких програм, передач, публікацій;

реклама — інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару;

реклама на транспорті — реклама, що розміщується на території підприємств транспорту загального користування, метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів та споруд підприємств транспорту загального користування і метрополітену;

рекламні засоби — засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача;

рекламодавець — особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження;

розповсюджувач реклами — особа, яка здійснює розповсюдження реклами;

соціальна реклама — інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку;

споживачі реклами — невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама;

спонсорство — добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг;

товар — будь-який предмет господарського обігу, в тому числі продукція, роботи, послуги, цінні папери, об'єкти права інтелектуальної власності.

Стаття 2. Сфера застосування Закону

1. Цей Закон регулює відносини, пов'язані з виробництвом, розповсюдженням та споживанням реклами на території України.

2. Дія цього Закону не поширюється на відносини, пов'язані з розповсюдженням інформації, обов'язковість розміщення та оприлюднення якої визначено іншими законами України.

3. Дія цього Закону не поширюється на оголошення фізичних осіб, не пов'язані з підприємницькою діяльністю.

Стаття 3. Законодавство про рекламу

1. Законодавство України про рекламу складається з цього Закону та інших нормативних актів, які регулюють відносини у сфері реклами.

2. Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством України про рекламу, застосовуються правила міжнародного договору.

Стаття 4. Авторське право та суміжні права щодо реклами

Використання реклами, яка повністю або частково містить об'єкти авторського права та/або суміжних прав, здійснюється відповідно до вимог законодавства України про авторське право та суміжні права.

Стаття 5. Реклама імені або найменування та знака для товарів і послуг спонсорів

1. У теле-, радіопередачах, матеріалах в інших засобах масової інформації, видовищних та інших заходах, які створені і проводяться за участю спонсорів, забороняється наводити будь-яку інформацію рекламного характеру про спонсора та/або його товари, крім імені або найменування та знака для товарів і послуг спонсорів.

2. Не можуть бути спонсорами особи, що виробляють чи розповсюджують товари, реклама яких заборонена законом.

3. Не можуть бути спонсорами особи, що виробляють чи розповсюджують товари, виробництво та/або обіг яких заборонено законом.

4. Програма, передача, підготовлена за підтримки спонсора, повинна бути означена за допомогою титрів чи дикторського тексту на початку та/або наприкінці програми, передачі.

5. Спонсор не має права впливати на зміст та час виходу в ефір програми, передачі або зміст матеріалів друкованого видання, які він спонсорує.

6. Спонсорство програм і передач новин забороняється.

Стаття 6. Мова реклами

Зареєстровані у встановленому порядку знаки для товарів і по-

слуг, логотипи можуть наводитися мовою оригіналу. В такому випадку іншомовний знак для товарів і послуг, логотип повинен дублюватися українською мовою.

Знаки для товарів і послуг, логотипи українських компаній наводяться виключно українською мовою.

Розділ II

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО РЕКЛАМИ

Стаття 7. Принципи реклами

1. Основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди.

2. Реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції.

3. Реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності.

4. Реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди.

Стаття 8. Загальні вимоги до реклами

1. У рекламі забороняється:

поширювати інформацію щодо товарів, виробництво, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом;

вміщувати твердження, які є дискримінаційними за ознаками походження людини, її соціального і майнового стану, расової та національної належності, статі, освіти, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовними ознаками, родом і характером занять, місцем проживання, а також такі, що дискредитують товари інших осіб;

подавати відомості або закликати до дій, які можуть спричинити порушення законодавства, завдають чи можуть завдати шкоди здоров'ю або життю людей та/чи довкіллю, а також спонукають до нехтування засобами безпеки;

використовувати засоби і технології, які діють на підсвідомість споживачів реклами;

наводити твердження, дискримінаційні щодо осіб, які не користуються рекламованим товаром;

використовувати або імітувати зображення Державного Герба України, Державного Прапора України, звучання Державного Гімну

України, зображення державних символів інших держав та міжнародних організацій, а також офіційні назви органів державної влади України, крім випадків, передбачених законом;

рекламувати товари, які підлягають обов'язковій сертифікації або виробництво чи реалізація яких вимагає наявності спеціального дозволу, ліцензії, у разі відсутності відповідного сертифіката, ліцензії;

вміщувати зображення фізичної особи або використовувати її ім'я без згоди цієї особи;

імітувати або копіювати текст, зображення, музичні чи звукові ефекти, що застосовуються в рекламі інших товарів, якщо інше не передбачено законами України у сфері інтелектуальної власності;

рекламувати послуги, пов'язані з концертною, гастрольною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, без інформації про використання чи невикористання фонограм виконавцями музичних творів. Ця інформація повинна займати на афішах, інших рекламних засобах щодо конкретної послуги не менше 5 відсотків загальної площі, обсягу всієї реклами;

розповсюджувати рекламу (включаючи анонси кіно- і телефільмів), яка містить елементи жорстокості, насильства, порнографії, цинізму, приниження людської честі та гідності. Анонси фільмів, які мають обмеження щодо глядацької аудиторії, розміщуються лише у час, відведений для показу таких фільмів.

2. Рекламодавець на вимогу розповсюджувача реклами зобов'язаний надати документи, необхідні для розповсюдження реклами.

3. Реклама про проведення конкурсів, лотерей, розіграшів призів тощо повинна містити інформацію про умови, місце та строки їх проведення. Інформація про будь-які зміни умов, місця та строків проведення конкурсів, лотерей, розіграшів призів тощо має подаватися у тому ж порядку, в якому вона була розповсюджена.

4. Реклама видів діяльності, які відповідно до законодавства потребують спеціального дозволу, ліцензії, повинна містити посилання на номер спеціального дозволу, ліцензії, дату їх видачі та найменування органу, який видав спеціальний дозвіл, ліцензію.

5. Реклама про зниження цін на продукцію, про розпродаж повинна містити відомості про місце, дату початку і закінчення зниження цін на продукцію, розпродаж, а також про співвідношення розміру зниження до попередньої ціни реалізації товару.

6. Гучність звуку реклами, що транслюється по телебаченню і радіо, не повинна перевищувати гучність звуку поточної програми, передачі.

7. Розміщення інформації про виробника товару та/або товар у місцях, де цей товар реалізується чи надається споживачеві, не вважається рекламою.

Стаття 9. Ідентифікація реклами

1. Реклама має бути чітко відокремлена від іншої інформації, незалежно від форм чи способів розповсюдження, таким чином, щоб її можна було ідентифікувати як рекламу.

2. Реклама у теле- і радіопередачах, програмах повинна бути чітко відокремлена від інших програм, передач на їх початку і наприкінці за допомогою аудіо-, відео-, комбінованих засобів, титрів, рекламного логотипу або коментарів ведучих з використанням слова “реклама”.

3. Інформаційний, авторський чи редакційний матеріал, в якому привертається увага до конкретної особи чи товару та який формує або підтримує обізнаність та інтерес глядачів (слухачів, читачів) щодо цих особи чи товару, є рекламою і має бути вміщений під рубрикою “Реклама” чи “На правах реклами”.

4. Логотип телерадіоорганізації, яка здійснює трансляцію програм, передач, не вважається рекламою.

5. Прихована реклама забороняється.

Стаття 10. Недобросовісна реклама

1. Недобросовісна реклама забороняється.

2. Відповідальність за недобросовісну рекламу несе винна особа.

3. Рішення щодо визнання реклами недобросовісною приймають органи державної влади, визначені у статті 26 цього Закону.

Стаття 11. Порівняльна реклама

1. Відносини, які виникають у зв'язку з порівняльною рекламою, регулюються законодавством України про захист від недобросовісної конкуренції.

2. Відповідальність за неправомірне порівняння в рекламі несе рекламодавець.

3. Рішення щодо визнання порівняння в рекламі неправомірним приймають органи державної влади, визначені у статті 26 цього Закону.

Стаття 12. Соціальна реклама

1. Рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка особа.

2. Соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця, на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами.

3. На осіб, які безоплатно виробляють і розповсюджують соціальну рекламу, та на осіб, які передають свої майно і кошти іншим особам для виробництва і розповсюдження соціальної реклами, поширюються пільги, передбачені законодавством України для благодійної діяльності.

4. Засоби масової інформації — розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані розміщувати соціальну рекламу органів державної влади та органів місцевого самоврядування, громадських організацій безкоштовно в обсязі не менше 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами.

5. Засоби масової інформації — розповсюджувачі реклами, що повністю або частково фінансуються з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані надавати пільги при розміщенні соціальної реклами, замовником якої є заклади освіти, культури, охорони здоров'я, які утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, а також благодійні організації.

Стаття 13. Реклама на телебаченні і радіо

1. Час мовлення, відведений на рекламу, не може перевищувати 15 відсотків фактичного обсягу мовлення протягом астрономічної доби телерадіоорганізацією будь-якої форми власності.

Ця вимога не поширюється на телерадіоорганізації, які здійснюють трансляцію на каналах мовлення, призначених виключно для розповсюдження реклами.

2. Частка реклами протягом кожної астрономічної години фактичного мовлення не повинна перевищувати 20 відсотків.

3. Реклама повинна розміщуватися у перервах між програмами, передачами.

При виконанні умов, викладених у частині п'ятій цієї статті, реклама може бути розміщена під час трансляції програми, передачі таким чином, щоб не завдати шкоди цілісності та змісту програми, передачі та правам їх власників.

4. Забороняється переривати з метою розміщення реклами трансляції сесій Верховної Ради України, сесій Верховної Ради Автономної Республіки Крим, офіційних державних заходів і цере-

моній, виступів Президента України, Голови Верховної Ради України, Прем'єр-міністра України, Голови Конституційного Суду України, Голови Верховного Суду України, народних депутатів України, членів Уряду України, а також трансляції релігійних служб, програм, передач для дітей та програм, передач новин.

5. Трансляція концертно-видовищних програм, передач може перериватися рекламою за умови, що між рекламними вставками програма, передача триває не менше 30 хвилин.

Реклама під час трансляції спортивних програм, передач розміщується в перервах між їх частинами.

Під час трансляції кіно- і телефільмів реклама розміщується перед початком фільму та/або після закінчення фільму.

Трансляція кіно- і телефільмів, за умови їх тривалості до 42 хвилин, не може перериватися рекламою або будь-яким редакційним, авторським чи інформаційним матеріалом (включаючи анонси програм, передач).

Трансляція кіно- і телефільмів, за умови їх тривалості від 42 до 70 хвилин, може перериватися рекламою або будь-яким редакційним, авторським чи інформаційним матеріалом (включаючи анонси програм, передач) один раз, за умови їх тривалості від 70 до 90 хвилин — два рази. Трансляція кіно- і телефільмів тривалістю понад 90 хвилин може перериватися рекламою або будь-яким редакційним, авторським чи інформаційним матеріалом (включаючи анонси програм, передач) кожні 30 хвилин за умови, що після останньої перерви фільм продовжується не менше 20 хвилин включно.

6. Для цілей цієї статті не вважаються рекламою:

оприлюднення, виголошення у програмі, передачі імені, найменування спонсора, об'єктів права інтелектуальної власності, що йому належать;

трансляція соціальної реклами, якщо вона розповсюджується телерадіоорганізацією безкоштовно;

анонси власних програм, передач телерадіоорганізації.

7. Відповідальність за виконання вимог щодо порядку розміщення та розповсюдження реклами у програмах, передачах несе телерадіоорганізація.

8. Ведучим, дикторам та іншим учасникам інформаційних та інформаційно-аналітичних програм, передач забороняється наводити споживчі властивості товару та/або вказувати банківські рахун-

ки, контактні телефони, місцєзнаходжєння виробникa товару, цїну товару.

9. Трансляція (ретрансляція) реклами, яка міститься у програмах та передачах іноземних телерадіоорганізацій, що транслюються (ретранслюються) на територію України, дозволяється лише у разі, якщо за трансляцію (ретрансляцію) такої реклами сплачено юридичній особі України, незалежно від способу здійснення такої трансляції (ретрансляції).

Стаття 14. Реклама у друкованих засобах масової інформації

Обсяг реклами у друкованих засобах масової інформації визначається ними самостійно. Друковані засоби масової інформації, що розповсюджуються за передплатою, зобов'язані в умовах передплати зазначити кількість реклами в загальному обсязі видання.

Стаття 15. Реклама послуг, що надаються з використанням електров'язку

1. Реклама послуг, що надаються з використанням електров'язку, в тому числі телефонного, при розповсюдженні її в рекламних засобах має містити точну інформацію про:

- зміст рекламованої послуги;
- вартість рекламованої послуги;
- вікові та інші обмеження, встановлені законодавством і виробником послуги щодо кола споживачів рекламованої послуги;
- платне чи безоплатне використання каналу телефонного зв'язку при наданні рекламованої послуги і вартість однієї хвилини телефонного зв'язку при отриманні послуги у відповідному регіоні;
- повне ім'я, найменування, адресу надавача рекламованої послуги.

Ця інформація подається шрифтом не менше половини розміру шрифту, яким подано номер телефону, що використовується для надання рекламованої послуги.

2. Забороняється розповсюдження реклами з використанням телексного або факсимільного зв'язку.

3. Забороняється використовувати для розповсюдження реклами безплатні номери телефонів: міліції, швидкої медичної допомоги, пожежної охорони та інших аварійних служб.

Стаття 16. Зовнішня реклама

1. Розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, та в порядку, встановленому цими

органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. При видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами втручання у форму та зміст зовнішньої реклами забороняється.

Зовнішня реклама на територіях, будинках та спорудах розміщується за згодою їх власників або уповноважених ними органів (осіб).

Розміщення зовнішньої реклами на територіях та об'єктах поза населеними пунктами провадиться лише за згодою їх власників або уповноважених ними органів (осіб).

Стягнення плати за видачу дозволів забороняється.

2. Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам:

- розміщуватись із дотриманням вимог техніки безпеки та із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків;

- освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;

- фундаменти наземної зовнішньої реклами, що виступають над поверхнею землі, можуть бути декоративно оформлені;

- опори наземної зовнішньої реклами, що розташована вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, повинні мати вертикальну дорожню розмітку, нанесену світлоповертаючими матеріалами, заввишки до 2 метрів від поверхні землі;

- нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;

- у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або огорожами лінію.

3. Забороняється розташовувати засоби зовнішньої реклами:

- на пішохідних доріжках та алеях;

- у населених пунктах на висоті менш ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини;

- поза населеними пунктами на відстані менш ніж 5 метрів від краю проїжджої частини.

4. Розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках та в межах зон охорони пам'яток національного або місцевого значення, в межах об'єктів природно-заповідного фонду дозволяється за погодженням з центральними або місцевими органами виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини.

5. Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений цим Законом, є вичерпним.

Стаття 17. Внутрішня реклама

1. Розміщення внутрішньої реклами погоджується з власником місця її розташування або уповноваженою ним особою. При погодженні розміщення внутрішньої реклами втручання у форму та зміст реклами забороняється.

2. Забороняється розміщення внутрішньої реклами у приміщеннях органів державної влади та органів місцевого самоврядування, дошкільних навчальних закладах, середніх загальноосвітніх школах та спеціалізованих загальноосвітніх закладах освіти.

Ця заборона не поширюється на соціальну рекламу.

Стаття 18. Реклама на транспорті

1. Розміщення реклами на транспорті погоджується лише з власниками об'єктів транспорту або уповноваженими ними органами (особами). При погодженні розміщення реклами на транспорті втручання у форму та зміст реклами забороняється.

2. Розміщення реклами на транспорті повинно відповідати вимогам безпеки та правил дорожнього руху.

3. За умови розміщення реклами на транспорті з дотриманням вимог безпеки і правил дорожнього руху забороняється вимагати від власників транспортних засобів отримання дозволів, погоджень, інших документів щодо розміщення реклами.

4. Забороняється розміщення на транспортних засобах:
реклами, яка повторює чи імітує кольорографічні схеми спеціальних та оперативних транспортних засобів;
реклами із нанесенням світлоповертаючих матеріалів;
реклами, яка супроводжується звуковими чи світловими сигналами.

Забороняється розміщувати рекламу на скляних (прозорих) поверхнях транспортних засобів, за винятком випадків, коли для цього використовуються матеріали, які забезпечують безперешкодний огляд з салону транспортного засобу.

5. Забороняється розповсюдження реклами через радіотранс-

ляційні або інші звукові мережі сповіщення пасажирів у транспортних засобах громадського користування, на станціях метрополітену, вокзалах, в портах та аеропортах, за винятком розповсюдження соціальної реклами.

Стаття 19. Реклама під час демонстрування кіно- та відеofільмів Забороняється переривати для реклами демонстрацію художніх і документальних фільмів у кінотеатрах, відеосалонах та інших місцях, де здійснюється публічний показ кіно-, відео-, слайдфільмів.

Стаття 20. Реклама і діти

1. Забороняється реклама:

- з використанням зображень дітей, які споживають або використовують продукцію, призначену тільки для дорослих чизаборонену законом для придбання або споживання неповнолітніми;
- з інформацією, яка може підірвати авторитет батьків, опікунів, піклувальників, педагогів та довіру до них дітей;
- з вміщенням закликів до дітей придбати продукцію або звернутися до третіх осіб з проханням зробити покупку;
- з використанням зображень справжньої або іграшкової зброї, вибухових пристроїв.

2. Реклама не повинна містити зображення дітей у небезпечних ситуаціях чи за обставин, що у разі їх імітації можуть завдати шкоди дітям або іншим особам, а також інформації, здатної викликати зневажливе ставлення дітей до небезпечних для здоров'я і життя ситуацій.

3. Реклама не повинна завдавати дітям моральної чи фізичної шкоди, викликати у них відчуття неповноцінності.

4. Реклама не повинна вказувати на можливість придбання рекламованого товару, розрахованого переважно на дітей, кожною сім'єю без урахування можливостей її бюджету.

5. Реклама не повинна створювати у дітей враження, що володіння рекламованою продукцією дає їм перевагу над іншими дітьми.

Розділ III

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМУВАННЯ ДЕЯКИХ ВИДІВ ТОВАРУ

Стаття 21. Реклама лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації

1. Дозволяється реклама:

лише таких лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, що в установленому порядку дозволені спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі охорони здоров'я до застосування в Україні;

лише таких лікарських засобів, які відпускаються без припису (рецепту) лікаря, та лише таких медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, застосування яких не потребує спеціальних знань та підготовки.

2. Забороняється реклама лікарських засобів, які вживаються та розповсюджуються тільки за приписом (рецептом) лікаря.

3. Забороняється реклама допінгових речовин та/або методів для їх використання у спорті.

4. Реклама лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації повинна містити:

- об'єктивну інформацію про лікарський засіб і здійснюватися так, щоб було зрозуміло, що наведене повідомлення є рекламою і що рекламований товар є лікарським засобом;

- повну фармакологічну назву лікарського засобу та назву виробника;

- загальні застереження щодо застосування лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації;

- рекомендацію щодо обов'язкового ознайомлення з інструкцією до застосування, що додається до лікарських засобів.

5. Реклама лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації не може містити посилань на терапевтичні ефекти стосовно захворювань, які не піддаються або важко піддаються лікуванню.

6. У рекламі лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації забороняється розміщення:

- відомостей, які можуть справляти враження, що за умови вживання лікарського засобу чи застосування медичної техніки консультація з фахівцем не є необхідною;

- відомостей про те, що лікувальний ефект від вживання лікарського засобу чи застосування медичної техніки є гарантованим;

- зображень зміни людського тіла або його частин внаслідок хвороби, поранень;
- тверджень, що сприяють виникненню або розвитку страху захворіти або погіршити стан свого здоров'я через невикористання лікарських засобів, медичної техніки та медичних послуг, що рекламуються;
- тверджень, що сприяють можливості самостійного встановлення діагнозу для хвороб, патологічних станів людини та їх самостійного лікування з використанням медичних товарів, що рекламуються;
- посилань на лікарські засоби, медичну техніку, методи профілактики, діагностики, лікування і реабілітації як на найбільш ефективні, найбільш безпечні, виняткові щодо відсутності побічних ефектів;
- порівнянь з іншими лікарськими засобами, медичною технікою, методами профілактики, діагностики, лікування і реабілітації з метою посилення рекламного ефекту;
- посилань на конкретні випадки вдалого застосування лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації;
- рекомендацій або посилань на рекомендації медичних працівників, науковців, медичних закладів та організацій щодо рекламованих товару чи послуги;
- спеціальних виявлень подяки, вдячності, листів, уривків з них із рекомендаціями, розповідями про застосування та результати дії рекламованих товару чи послуги від окремих осіб;
- зображень і згадок імен популярних людей, героїв кіно-, теле- та анімаційних фільмів, авторитетних організацій;
- інформації, що може вводити споживача в оману щодо складу, походження, ефективності, патентної захищеності лікарського засобу.

7. У рекламі лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації забороняється участь лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів.

8. Забороняється вміщувати в рекламі лікарських засобів інформацію, яка дозволяє припустити, що лікарський засіб є харчовим, косметичним чи іншим споживчим товаром або що безпечність чи ефективність цього засобу обумовлена його природним походженням.

9. У рекламі косметичних засобів, харчових продуктів, вітамінних та інших харчових добавок забороняється посилення на те, що ці товари мають лікувальні властивості, якщо такі властивості не підтверджені у встановленому законодавством порядку спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з охорони здоров'я.

10. Забороняється реклама лікувальних сеансів, інших заходів з використанням гіпнозу та інших методів безконтактного, психічного або біоенергетичного впливу.

11. Забороняється реклама діагностики або лікування, які не ґрунтуються на безпосередньому контакті лікаря з пацієнтом.

12. Положення цієї статті не поширюються на рекламу лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, яка розміщується у спеціалізованих виданнях, призначених для медичних установ та лікарів, а також яка розповсюджується на семінарах, конференціях, симпозіумах з медичної тематики.

Стаття 22. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби

1. Реклама тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, забороняється: на радіо та телебаченні, на перших і останніх сторінках газет, перших і останніх сторінках обкладинок журналів та інших видань, засобами внутрішньої реклами, реклами на транспорті, за допомогою заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів).

2. Реклама алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, забороняється: на радіо та телебаченні у період з 6 години до 23 години, на перших і останніх сторінках газет, перших і останніх сторінках обкладинок журналів та інших видань, засобами внутрішньої реклами, реклами на транспорті, за допомогою заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів).

3. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби:

- забороняється на товарах та у друкованих виданнях, призначених переважно для осіб віком до 18 років, або у розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань;
- забороняється з використанням осіб віком до 18 років як фотомоделей;
- не повинна містити зображення процесу паління тютюнових виробів або споживання алкогольних напоїв;
- не може розташовуватися ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років;
- не може формувати думку, що паління або вживання алкоголю є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя;
- не повинна створювати враження, що вживання алкогольних напоїв чи паління тютюнових виробів сприятиме розв'язанню особистих проблем;
- не може формувати думку, що алкоголь чи тютюнові вироби мають лікувальні якості або що вони є стимулюючими чи заспокійливими засобами;
- не повинна заохочувати до вживання алкогольних напоїв чи тютюнопаління або негативно розцінювати факт утримування від вживання тютюнових виробів та алкогольних напоїв;
- не може містити зображень лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів;
- не повинна включати зображення популярних осіб або пряме чи опосередковане схвалення популярними особами паління чи вживання алкоголю;
- не повинна створювати враження, що більшість людей палить або вживає алкогольні напої.

4. Спонсорування теле-, радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів з використанням знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, забороняється.

Дозволяється спонсорування теле-, радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів з використанням знаків для товарів та послуг, під якими випускаються алкогольні напої.

5. Реклама тютюнових виробів повинна супроводжуватись інформацією про кількісний вміст у димі однієї сигарети смоли та нікотину.

6. Забороняються такі види діяльності з рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби:

спонсорування заходів, призначених переважно для осіб віком до 18 років, з використанням знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби та алкогольні напої;

розповсюдження та продаж будь-яких товарів з використанням знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби та алкогольні напої, особам віком до 18 років.

7. Реклама тютюнових виробів та алкогольних напоїв, а також знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються дані вироби та напої, повинна супроводжуватися текстами попередження такого змісту: "Куріння може викликати захворювання на рак", "Надмірне споживання алкоголю шкідливе для вашого здоров'я". Кожному попередженню має бути відведено не менше 15 відсотків площі (обсягу) всієї реклами. Колір тексту попередження має бути контрастним щодо кольору фону попередження.

8. Рекламодавці алкогольних напоїв та тютюнових виробів зобов'язані у порядку, передбаченому законами України, спрямовувати на виробництво та розповсюдження соціальної реклами щодо шкоди тютюнопаління та зловживання алкоголем не менше 5 відсотків коштів, витрачених ними на розповсюдження реклами тютюнових виробів та алкогольних напоїв у межах України. Розпорядники цих коштів щоквартально оприлюднюють звіт щодо їх використання.

Стаття 23. Реклама зброї

1. Реклама зброї може здійснюватися тільки у відповідних спеціалізованих виданнях щодо зброї, або безпосередньо у приміщеннях торговельних закладів (підприємств), які реалізують зброю, або на відповідних виставках (заходах).

2. Порядок рекламування бойової зброї, озброєнь і військової техніки, а також зброї, яка відповідно до законодавства може перебувати у власності осіб, встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Стаття 24. Реклама послуг, пов'язаних із залученням коштів населення

1. Реклама послуг (банківських, страхових, інвестиційних тощо), пов'язаних із залученням коштів населення, або осіб, які їх надають, дозволяється лише за наявності спеціального дозволу, ліцензії, що підтверджує право на здійснення такого виду діяльності. Така реклама повинна містити номер дозволу, ліцензії, дату їх видачі та найменування органу, який видав цей дозвіл, ліцензію.

Це положення не застосовується у випадках, коли дається тільки реклама знака для товарів і послуг, назви особи (без реклами послуг).

2. У рекламі таких послуг або осіб, які їх здійснюють, забороняється повідомляти розміри очікуваних дивідендів, а також інформацію про майбутні прибутки, крім фактично виплачених за підсумками не менш як одного року.

Стаття 25. Реклама цінних паперів

1. Рекламою цінних паперів визнається реклама про:

- цінні папери, які емітуються та/або перебувають в обігу;
- учасника ринку цінних паперів та його діяльність;
- угоди з цінними паперами та/або умови цих угод.

Інформація, яка відповідно до чинного законодавства про цінні папери та нормативно-правових актів Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку підлягає обов'язковому оприлюдненню, не вважається рекламою цінних паперів.

2. Рекламодавцями реклами цінних паперів можуть бути лише учасники ринку цінних паперів, передбачені Законом України "Про цінні папери і фондову біржу".

3. Реклама рекламодавців – учасників ринку цінних паперів має містити відомості про наявність спеціального дозволу, ліцензії, що підтверджує право на здійснення відповідного виду діяльності на ринку цінних паперів, із зазначенням номера дозволу, ліцензії, дати їх видачі та найменування органу, який видав цей дозвіл, ліцензію.

Це положення не застосовується у випадках, коли здійснюється реклама знаків для товарів та послуг учасника ринку цінних паперів без реклами послуг щодо цінних паперів.

4. Рекламодавцям реклами цінних паперів при замовленні її виробництва та розповсюдження забороняється:

вказувати розмір доходу, який передбачається одержати за цінними паперами, крім випадків, коли це необхідно вказувати

відповідно до вимог законодавства про цінні папери, та надавати прогнози щодо зростання курсової вартості цінних паперів;

рекламувати цінні папери до публікації інформації про випуск цінних паперів та їх реєстрацію відповідно до законодавства про цінні папери та нормативно-правових актів Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку;

використовувати відомості, які відсутні в інформації про емісію цінних паперів, що зареєстрована у Державній комісії з цінних паперів та фондового ринку.

5. У разі, коли випуск цінних паперів визнано таким, що не відбувся, емітент таких цінних паперів зобов'язаний припинити розповсюдження реклами цих паперів у 3-денний термін з моменту реєстрації в Державній комісії з цінних паперів та фондового ринку звіту про наслідки підписки на цінні папери.

Розділ IV

КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО РЕКЛАМУ

Стаття 26. Контроль за дотриманням законодавства про рекламу

1. Контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснюють у межах своїх повноважень:

спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів — щодо захисту прав споживачів;

Антимонопольний комітет України — щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції;

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення — щодо телерадіоорганізацій усіх форм власності.

2. На вимогу органів виконавчої влади, на які покладено контроль за дотриманням законодавства про рекламу, рекламодавці, виробники та розповсюджувачі реклами зобов'язані надавати документи, усні чи письмові пояснення, відео- та звукозаписи, а також іншу інформацію, необхідну для здійснення ними повноважень щодо контролю.

Органи державної влади зобов'язані повідомляти рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами про розгляд справ про порушення ними законодавства про рекламу не пізніше як за три дні до такого розгляду, а у невідкладних випадках — не пізніше як за один день.

3. Рекламодавці, виробники та розповсюджувачі реклами під час розгляду питання про порушення цього Закону мають право:

- бути присутніми на засіданні органу державної влади під час розгляду питання про порушення ними цього Закону;
- подавати необхідні документи, давати пояснення;
- отримувати копію протоколу засідання та рішення органу державної влади, прийнятого щодо них;
- оскаржувати дії чи бездіяльність виконавчого органу контролю та його посадових осіб до суду.

4. З метою координації діяльності суб'єктів рекламного ринку Кабінет Міністрів України створює Раду з питань реклами, до складу якої входять представники органів державної влади, об'єднань громадян, об'єднань підприємств у галузі реклами. Члени цієї Ради працюють у ній на громадських засадах.

Стаття 27. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу

1. Особи, винні у порушенні законодавства про рекламу, несуть дисциплінарну, цивільно-правову, адміністративну та кримінальну відповідальність відповідно до закону.

2. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу несуть:

1) рекламодавці, винні:

у замовленні реклами продукції, виробництво та/або обіг якої заборонено законом;

у наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;

у замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом;

у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами;

у порушенні порядку розповсюдження реклами, якщо реклама розповсюджується ними самостійно;

2) виробники реклами, винні у порушенні прав третіх осіб при виготовленні реклами;

3) розповсюджувачі реклами, винні в порушенні встановленого законодавством порядку розповсюдження та розміщення реклами.

3. З метою захисту інтересів суспільства, держави, споживачів реклами і учасників рекламного ринку органи державної влади, зазначені у статті 26 цього Закону, можуть звертатися до суду з позовами про заборону відповідної реклами та її публічне спростування.

4. Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі за поданням органів державної влади, зазначених у статті 26 цього Закону, або самостійно у випадках, передбачених цією статтею, крім тих, які віднесено виключно до компетенції Антимонопольного комітету України та які регулюються законодавством з питань авторського права та суміжних прав, накладають штрафи у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, на:

рекламодавців за вчинення дій, передбачених пунктом 1 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами;

виробників реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 2 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості виготовлення реклами;

розповсюджувачів реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 3 частини другої цієї статті, — у розмірі чотирикратної вартості розповсюдження реклами.

Повторне вчинення перелічених порушень протягом року тягне за собою накладення штрафу у подвійному від передбаченого за ці порушення розмірі.

5. Вартість розповсюдженої реклами визначається виходячи з договірної (контрактної) вартості без урахування суми внесених (нарахованих) податків, зборів (обов'язкових платежів), які встановлені Законом України "Про систему оподаткування"

6. За неподання або подання завідомо недостовірної інформації щодо вартості розповсюдженої реклами та/або виготовлення реклами та/або вартості розповсюдження реклами спеціально уповноваженому центральному органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальним органам, необхідної для здійснення ними передбачених цим Законом повноважень, на рекламодавців, виробників реклами та розповсюджувачів реклами накладається штраф у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

7. У разі неможливості встановлення вартості реклами, розповсюдженої з порушенням вимог цього Закону, на рекламодавців та розповсюджувачів реклами рішенням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів накладається штраф у розмірі до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

8. Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу у розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян приймається виключно спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів.

9. Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи можуть вимагати від рекламодавців публікації відомостей, що уточнюють, доповнюють рекламу, та звертатися з позовом до суду щодо протиправних дій рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами.

10. Антимонопольний комітет України накладає стягнення на рекламодавців за порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

11. Рішення у справах про порушення законодавства про рекламу можуть бути оскаржені до суду.

12. Положення цієї статті не обмежують прав споживачів реклами, яким було завдано шкоди недобросовісною та неправомірною порівняльною рекламою, на відшкодування шкоди відповідно до законодавства України.

Стаття 28. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами

1. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами здійснюється добровільно або за рішенням суду.

2. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами здійснюється за рахунок винної особи.

3. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами здійснюється в такому ж порядку, в якому вона була розміщена.

Стаття 29. Права об'єднань громадян, об'єднань підприємств у галузі реклами

Об'єднання громадян та об'єднання підприємств у галузі реклами мають право:

здійснювати незалежну експертизу реклами та нормативно-правових актів з питань реклами щодо відповідності вимогам законодавства України та давати відповідні рекомендації рекламодавцям, виробникам і розповсюджувачам реклами;

звертатися до органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з питань порушення законодавства про рекламу;

звертатися з позовом до суду в інтересах рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами у разі порушення їх прав, передбачених законодавством;

представляти своїх членів в органах державної влади та органах місцевого самоврядування.

Розділ V

ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності з дня його опублікування.

Частина дев'ята статті 13 набирає чинності з 1 січня 2005 року.

2. Частину першу статті 4 Декрету Кабінету Міністрів України від 21 січня 1993 року N 7-93 "Про державне мито" (Відомості Верховної Ради України, 1993 р., N 13, ст. 113, N 26, ст. 281, N 49, ст. 459; 1994 р., N 28, ст. 241, N 29, ст. 257, N 33, ст. 300; 1995 р., N 14, ст. 90; 1996 р., N 9, ст. 43, N 52, ст. 306; 1997 р., N 9, ст. 70, N 18, ст. 131; 2000 р., N 19, ст. 143, N 29, ст. 232, N 46, ст. 398, N 50, ст. 436; 2001 р., N 24, ст. 124; 2002 р., N 6, ст. 43, N 32, ст. 223; 2003 р., N 10-11, ст. 87, N 14, ст. 100) доповнити пунктом 46 такого змісту:

"46) спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи — за позовами, з якими вони звертаються до суду у справах, пов'язаних із порушенням законодавства про рекламу".

3. Кабінету Міністрів України:

до 1 жовтня 2003 року подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо внесення змін до законів України, які впливають із цього Закону;

до 1 січня 2004 року привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

забезпечити приведення міністерствами, іншими центральними органами виконавчої влади їх нормативно-правових актів у відповідність із цим Законом;

розробити нормативно-правові акти, необхідність прийняття яких передбачається цим Законом".

ЗАКОН УКРАЇНИ Про інформацію

Із змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 6 квітня 2000 року N 1642-III

Цей Закон закріплює право громадян України на інформацію, закладає правові основи інформаційної діяльності.

Грунтуючись на Декларації про державний суверенітет України та Акті проголошення її незалежності, Закон стверджує інформаційний суверенітет України і визначає правові форми міжнародного співробітництва в галузі інформації.

Розділ I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення інформації

Під інформацією цей Закон розуміє документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

Стаття 2. Мета і завдання Закону

Закон встановлює загальні правові основи одержання, використання, поширення та зберігання інформації, закріплює право особи на інформацію в усіх сферах суспільного і державного життя України, а також систему інформації, її джерела, визначає статус учасників інформаційних відносин, регулює доступ до інформації та забезпечує її охорону, захищає особу та суспільство від неправдивої інформації.

Стаття 3. Сфера дії Закону

Дія цього Закону поширюється на інформаційні відносини, які виникають у всіх сферах життя і діяльності суспільства і держави при одержанні, використанні, поширенні та зберіганні інформації.

Стаття 4. Законодавство про інформацію

Законодавство України про інформацію складають Конституція України, цей Закон, законодавчі акти про окремі галузі, види, форми і засоби інформації, міжнародні договори та угоди, ратифіковані Україною, та принципи і норми міжнародного права.

Стаття 5. Основні принципи інформаційних відносин

Основними принципами інформаційних відносин є:

- гарантованість права на інформацію;
- відкритість, доступність інформації та свобода її обміну;
- об'єктивність, вірогідність інформації;
- повнота і точність інформації;
- законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Стаття 6. Державна інформаційна політика

Державна інформаційна політика — це сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації.

Головними напрямками і способами державної інформаційної політики є:

- забезпечення доступу громадян до інформації;
- створення національних систем і мереж інформації;
- зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності
- забезпечення ефективного використання інформації;
- сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберіганню національних інформаційних ресурсів;
- створення загальної системи охорони інформації;
- сприяння міжнародному співробітництву в галузі інформації і гарантування інформаційного суверенітету України.

Державну інформаційну політику розробляють і здійснюють органи державної влади загальної компетенції, а також відповідні органи спеціальної компетенції.

Стаття 7. Суб'єкти інформаційних відносин

Суб'єктами інформаційних відносин є:

- громадяни України;
- юридичні особи;
- держава.

Суб'єктами інформаційних відносин відповідно до цього Закону можуть бути також інші держави, їх громадяни та юридичні особи, міжнародні організації та особи без громадянства.

Стаття 8. Об'єкти інформаційних відносин

Об'єктами інформаційних відносин є документована або публічно оголошена інформація про події та явища в галузі

політики, економіки, культури, охорони здоров'я, а також у соціальній, екологічній, міжнародній та інших сферах.

(стаття 8 із змінами, внесеними згідно із Законом України від 06.04.2000 р. N 1642-III)

Стаття 9. Право на інформацію

Всі громадяни України, юридичні особи і державні органи мають право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення та зберігання відомостей, необхідних їм для реалізації ними своїх прав, свобод і законних інтересів, здійснення завдань і функцій.

Реалізація права на інформацію громадянами, юридичними особами і державою не повинна порушувати громадські, політичні, економічні, соціальні, духовні, екологічні та інші права, свободи і законні інтереси інших громадян, права та інтереси юридичних осіб.

Кожному громадянину забезпечується вільний доступ до інформації, яка стосується його особисто, крім випадків, передбачених законами України.

Стаття 10. Гарантії права на інформацію

Право на інформацію забезпечується:

- обов'язком органів державної влади, а також органів місцевого і регіонального самоврядування інформувати про свою діяльність та прийняті рішення;
- створенням у державних органах спеціальних інформаційних служб або систем, що забезпечували б у встановленому порядку доступ до інформації;
- вільним доступом суб'єктів інформаційних відносин до статистичних даних, архівних, бібліотечних і музейних фондів; обмеження цього доступу зумовлюються лише специфікою цінностей та особливими умовами їх схоронності, що визначаються законодавством;
- створенням механізму здійснення права на інформацію;
- здійсненням державного контролю за додержанням законодавства про інформацію;
- встановленням відповідальності за порушення законодавства про інформацію.

Стаття 11. Мова інформації

Мова інформації визначається Законом "Про мови в Україні", іншими законодавчими актами України в цій галузі, міжнародними договорами та угодами, ратифікованими Україною.

Розділ II.

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Стаття 12. Визначення інформаційної діяльності

Інформаційна діяльність — це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

З метою задоволення цих потреб органи державної влади та органи місцевого і регіонального самоврядування створюють інформаційні служби, системи, мережі, бази і банки даних.

Порядок їх створення, структура, права та обов'язки визначаються Кабінетом Міністрів України або іншими органами державної влади, а також органами місцевого і регіонального самоврядування.

Стаття 13. Основні напрями інформаційної діяльності

Основними напрямками інформаційної діяльності є: політичний, економічний, соціальний, духовний, екологічний, науково-технічний, міжнародний тощо.

Держава зобов'язана постійно дбати про своєчасне створення, належне функціонування і розвиток інформаційних систем, мереж, банків і баз даних у всіх напрямках інформаційної діяльності.

Держава гарантує свободу інформаційної діяльності в цих напрямках всім громадянам та юридичним особам в межах їх прав і свобод, функцій і повноважень.

Стаття 14. Основні види інформаційної діяльності

Основними видами інформаційної діяльності є одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Одержання інформації — це набуття, придбання, накопичення відповідно до чинного законодавства України документованої або публічно оголошеної інформації громадянами, юридичними особами або державою.

Використання інформації — це задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Поширення інформації — це розповсюдження, обнародування, реалізація у встановленому законом порядку документованої або публічно оголошеної інформації.

Зберігання інформації — це забезпечення належного стану інформації та її матеріальних носіїв.

Одержання, використання, поширення та зберігання документованої або публічно оголошеної інформації здійснюється у по-

рядку, передбаченому цим Законом та іншими законодавчими актами в галузі інформації.

Стаття 15. Професійна освіта в галузі інформаційної діяльності

В Україні створюються умови для здобуття професійної освіти в галузі інформаційної діяльності через систему її навчальних закладів.

Порядок створення навчальних закладів інформаційного напрямку (журналістики, статистики, бібліотечної та архівної справи, науково-інформаційної діяльності, інформатики, обчислювальної техніки тощо) та принципи їх діяльності визначаються Законом України “Про освіту” та іншими законодавчими актами.

Стаття 16. Організація наукових досліджень в галузі інформаційної діяльності

Для забезпечення успішного функціонування і розвитку національних систем інформації в Україні здійснюються пошукові фундаментальні та прикладні наукові дослідження в галузі інформаційної діяльності.

З цією метою створюються наукові установи, науково-виробничі підрозділи, об'єднання, асоціації, центри нових інформаційних технологій та інші формування, в тому числі за участю зарубіжних партнерів.

Фінансування пошукових і фундаментальних наукових досліджень, наукових програм, проектів державного значення у науково-дослідних установах і навчальних закладах здійснюється за рахунок бюджетних асигнувань, власних коштів та коштів замовників.

Фінансування прикладних досліджень, розробок здійснюється, як правило, на договірній або контрактній основі, а їх результати можуть бути об'єктом товарних відносин.

Розділ III.

ГАЛУЗІ, ВИДИ, ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ТА РЕЖИМ ДОСТУПУ ДО НЕЇ

Стаття 17. Галузі інформації

Галузі інформації – це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про відносно самостійні сфери життя і діяльності суспільства та держави.

Основними галузями інформації є: політична, економічна, духовна, науково-технічна, соціальна, екологічна, міжнародна.

Стаття 18. Види інформації

Основними видами інформації є:

- статистична інформація;
- масова інформація;
- інформація про діяльність державних органів влади та органів місцевого і регіонального самоврядування;
- правова інформація;
- інформація про особу;
- інформація довідково-енциклопедичного характеру;
- соціологічна інформація.

Стаття 19. Статистична інформація

Статистична інформація — це офіційна документована державна інформація, що дає кількісну характеристику подій та явищ, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя України.

Державна статистична інформація підлягає систематичному відкритому публікуванню. Забезпечується відкритий доступ громадян, наукових закладів та інших заінтересованих організацій до неопублікованих статистичних даних, які не підпадають під дію обмежень, встановлених цим Законом.

Система статистичної інформації, її джерела і режим визначаються Законом України “Про державну статистику” та іншими правовими актами в цій галузі.

Стаття 20. Масова інформація та її засоби

Масова інформація — це публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація.

Друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання (преса) — газети, журнали, бюлетені тощо і разові видання з визначеним тиражем.

Аудіовізуальними засобами масової інформації є: радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо.

Порядок створення (заснування) та організації діяльності окремих засобів масової інформації визначаються законодавчими актами про ці засоби.

Стаття 21. Інформація державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування

Інформація державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування — це офіційна документована інформація, яка створюється в процесі поточної діяльності законодавчої, виконавчої

та судової влади, органів місцевого і регіонального самоврядування.

Основними джерелами цієї інформації є: законодавчі акти України, інші акти, що приймаються Верховною Радою та її органами, акти Президента України, підзаконні нормативні акти, ненормативні акти державних органів, акти органів місцевого і регіонального самоврядування.

Інформація державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування доводиться до відома заінтересованих осіб шляхом:

- опублікування її в офіційних друкованих виданнях або поширення інформаційними службами відповідних державних органів і організацій;

- опублікування її в друкованих засобах масової інформації або публічного оголошення через аудіо- та аудіовізуальні засоби масової інформації;

- безпосереднього доведення її до заінтересованих осіб (усно, письмово чи іншими способами);

- надання можливості ознайомлення з архівними матеріалами;

- оголошення її під час публічних виступів посадових осіб.

Джерела і порядок одержання, використання, поширення та зберігання офіційної інформації державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування визначаються законодавчими актами про ці органи.

Законодавчі та інші нормативні акти, що стосуються прав, свобод і законних інтересів громадян, не доведені до публічного відома, не мають юридичної сили.

Стаття 22. Правова інформація

Правова інформація — це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику тощо.

Джерелами правової інформації є Конституція України, інші законодавчі і підзаконні нормативні правові акти, міжнародні договори та угоди, норми і принципи міжнародного права, а також ненормативні правові акти, повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи, інші джерела інформації з правових питань.

З метою забезпечення доступу до законодавчих та інших нормативних актів всім громадянам держава забезпечує видання цих актів

масовими тиражами у найкоротші строки після набрання ними чинності.

Стаття 23. Інформація про особу

Інформація про особу — це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про особу.

Основними даними про особу (персональними даними) є: національність, освіта, сімейний стан, релігійність, стан здоров'я, а також адреса, дата і місце народження.

Джерелами документованої інформації про особу є видані на її ім'я документи, підписані нею документи, а також відомості про особу, зібрані державними органами влади та органами місцевого і регіонального самоврядування в межах своїх повноважень.

Забороняється збирання відомостей про особу без її попередньої згоди, за винятком випадків, передбачених законом.

Кожна особа має право на ознайомлення з інформацією, зібраною про неї.

Інформація про особу охороняється Законом.

Стаття 24. Інформація довідково-енциклопедичного характеру

Інформація довідково-енциклопедичного характеру — це систематизовані, документовані або публічно оголошені відомості про суспільне, державне життя та навколишнє природне середовище.

Основними джерелами цієї інформації є: енциклопедії, словники, довідники, рекламні повідомлення та оголошення, путівники, картографічні матеріали тощо, а також довідки, що даються уповноваженими на те державними органами та органами місцевого і регіонального самоврядування, об'єднаннями громадян, організаціями, їх працівниками та автоматизованими інформаційними системами.

Система цієї інформації, доступ до неї регулюються бібліотечним, архівним та іншим галузевим законодавством.

Стаття 25. Соціологічна інформація

Соціологічна інформація — це документовані або публічно оголошені відомості про ставлення окремих громадян і соціальних груп до суспільних подій та явищ, процесів, фактів.

Основними джерелами соціологічної інформації є документовані або публічно оголошені відомості, в яких відображено результати соціологічних опитувань, спостережень та інших соціологічних досліджень.

Соціологічні дослідження здійснюються державними органами, об'єднаннями громадян, зареєстрованими у встановленому порядку.

Стаття 26. Джерела інформації

Джерелами інформації є передбачені або встановлені Законом носії інформації: документи та інші носії інформації, які являють собою матеріальні об'єкти, що зберігають інформацію, а також повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи.

Стаття 27. Документ в інформаційних відносинах

Документ — це передбачена законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання і поширення інформації шляхом фіксації її на папері, магнітній, кіно -, відео -, фотоплівці або на іншому носіїві.

Первинний документ — це документ, що містить в собі вихідну інформацію.

Вторинний документ — це документ, що являє собою результат аналітико-синтетичної та іншої переробки одного або кількох документів.

Стаття 28. Режим доступу до інформації

Режим доступу до інформації — це передбачений правовими нормами порядок одержання, використання, поширення і зберігання інформації.

За режимом доступу інформація поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом.

Держава здійснює контроль за режимом доступу до інформації.

Завдання контролю за режимом доступу до інформації полягає у забезпеченні додержання вимог законодавства про інформацію всіма державними органами, підприємствами, установами та організаціями, недопущенні необгрунтованого віднесення відомостей до категорії інформації з обмеженим доступом.

Державний контроль за додержанням встановленого режиму здійснюється спеціальними органами, які визначають Верховна Рада України і Кабінет Міністрів України.

У порядку контролю Верховна Рада України може вимагати від урядових установ, міністерств, відомств звіти, які містять відомості про їх діяльність по забезпеченню інформацією заінтересованих осіб (кількість випадків відмови у наданні доступу до інформації із зазначенням мотивів таких відмов; кількість та обгрунтування застосування режиму обмеженого доступу до окремих видів інформації:

кількість скарг на неправомірні дії посадових осіб, які відмовили у доступі до інформації, та вжиті щодо них заходи тощо).

Стаття 29. Доступ до відкритої інформації

Доступ до відкритої інформації забезпечується шляхом:

- систематичної публікації її в офіційних друкованих виданнях (бюлетенях, збірниках);
- поширення її засобами масової комунікації;
- безпосереднього її надання заінтересованим громадянам, державним органам та юридичним особам.

Порядок і умови надання громадянам, державним органам, юридичним особам і представникам громадськості відомостей за запитом встановлюються цим Законом або договорами (угодами), якщо надання інформації здійснюється на договірній основі.

Обмеження права на одержання відкритої інформації забороняється законом.

Переважним правом на одержання інформації користуються громадяни, яким ця інформація необхідна для виконання своїх професійних обов'язків.

Стаття 30. Інформація з обмеженим доступом

Інформація з обмеженим доступом за своїм правовим режимом поділяється на конфіденціальну і таємну.

Конфіденціальна інформація — це відомості, які знаходяться у володінні, користуванні або розпорядженні окремих фізичних чи юридичних осіб і поширюються за їх бажанням відповідно до передбачених ними умов.

Громадяни, юридичні особи, які володіють інформацією професійного, ділового, виробничого, банківського, комерційного та іншого характеру, одержаною на власні кошти, або такою, яка є предметом їх професійного, ділового, виробничого, банківського, комерційного та іншого інтересу і не порушує передбаченої законом таємниці, самостійно визначають режим доступу до неї, включаючи належність її до категорії конфіденціальної, та встановлюють для неї систему (способи) захисту.

Виняток становить інформація комерційного та банківського характеру, а також інформація, правовий режим якої встановлено Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України (з питань статистики, екології, банківських операцій, податків тощо), та інформація, приховування якої являє загрозу життю і здоров'ю людей.

До таємної інформації належить інформація, що містить відомості, які становлять державну та іншу передбачену законом таємницю, розголошення якої завдає шкоди особі, суспільству і державі.

Віднесення інформації до категорії таємних відомостей, які становлять державну таємницю, і доступ до неї громадян здійснюється відповідно до закону про цю інформацію.

Порядок обігу таємної інформації та її захисту визначається відповідними державними органами за умови додержання вимог, встановлених цим Законом.

Порядок і терміни обнародування таємної інформації визначаються відповідним законом.

Стаття 31. Доступ громадян до інформації про них

Громадяни мають право:

- знати у період збирання інформації, які відомості про них і з якою метою збираються, як, ким і з якою метою вони використовуються;
- доступу до інформації про них, заперечувати її правильність, повноту, доречність тощо.

Державні органи та організації, органи місцевого і регіонального самоврядування, інформаційні системи яких вміщують інформацію про громадян, зобов'язані надавати її безперешкодно і безкоштовно на вимогу осіб, яких вона стосується, крім випадків, передбачених законом, а також вживати заходів щодо запобігання несанкціонованому доступу до неї. У разі порушень цих вимог Закон гарантує захист громадян від завданої їм шкоди використанням такої інформації.

Забороняється доступ сторонніх осіб до відомостей про іншу особу, зібраних відповідно до чинного законодавства державними органами, організаціями і посадовими особами.

Зберігання інформації про громадян не повинно тривати довше, ніж це необхідно для законно встановленої мети.

Всі організації, які збирають інформацію про громадян, повинні до початку роботи з нею здійснити у встановленому Кабінетом Міністрів України порядку державну реєстрацію відповідних баз даних.

Необхідна кількість даних про громадян, яку можна одержати законним шляхом, має бути максимально обмеженою і може використовуватися лише для законно встановленої мети.

Відмова в доступі до такої інформації, або приховування її, або незаконні збирання, використання, зберігання чи поширення можуть бути оскаржені до суду.

Стаття 32. Інформаційний запит щодо доступу до офіційних документів і запит щодо надання письмової або усної інформації

Під інформаційним запитом (надалі — запитом) щодо доступу до офіційних документів у цьому Законі розуміється звернення з вимогою про надання можливості ознайомлення з офіційними документами. Запит може бути індивідуальним або колективним. Він подається у письмовій формі.

Громадянин має право звернутися до державних органів і вимагати надання будь-якого офіційного документу, незалежно від того, стосується цей документ його особисто чи ні, крім випадків обмеження доступу, передбачених цим Законом.

Під запитом щодо надання письмової або усної інформації у цьому Законі розуміється звернення з вимогою надати письмову або усну інформацію про діяльність органів законодавчої, виконавчої та судової влади України, їх посадових осіб з окремих питань.

Громадяни України, державні органи, організації і об'єднання громадян (надалі — запитувачі) подають запит відповідному органу законодавчої, виконавчої та судової влади, його посадовим особам.

У запиті повинно бути зазначено прізвище, ім'я та по батькові запитувача, документ, письмова або усна інформація, що його цікавить, та адреса, за якою він бажає одержати відповідь.

Органи законодавчої, виконавчої та судової влади України, їх посадові особи зобов'язані надавати інформацію, що стосується їх діяльності, письмово, усно, по телефону чи використовуючи публічні виступи своїх посадових осіб.

Стаття 33. Термін розгляду запиту щодо доступу до офіційних документів

Термін вивчення запиту на предмет можливості його задоволення не повинен перевищувати десяти календарних днів.

Протягом вказаного терміну державна установа письмово доводить до відома запитувача, що його запит буде задоволено або що запитуваний документ не підлягає наданню для ознайомлення.

Задоволення запиту здійснюється протягом місяця, якщо інше не передбачено законом.

Аналогічний термін розгляду встановлюється і щодо запиту про надання письмової інформації.

Стаття 34. Відмова та відстрочка задоволення запиту щодо доступу до офіційних документів

Відмова в задоволенні запиту доводиться до відома запитувача у письмовій формі з роз'ясненням порядку оскарження прийнятого рішення.

У відмові має бути зазначено:

- 1) посадову особу державної установи, яка відмовляє у задоволенні запиту;
- 2) дату відмови;
- 3) мотивовану підставу відмови.

Відстрочка задоволення запиту допускається в разі, якщо запитуваний документ не може бути надано для ознайомлення у місячний термін. Повідомлення про відстрочку доводиться до відома запитувача у письмовій формі з роз'ясненням порядку оскарження прийнятого рішення.

У повідомленні про відстрочку має бути зазначено:

- 1) посадову особу державної установи, яка відмовляє у задоволенні запиту у визначений місячний термін;
- 2) дату надсилання або видачі повідомлення про відстрочку;
- 3) причини, з яких запитуваний документ не може бути видано у встановлений цим Законом термін;
- 4) термін, у який буде задоволено запит.

Відмова та відстрочка задоволення запиту щодо надання письмової інформації здійснюються в аналогічному порядку.

Стаття 35. Оскарження відмови і відстрочки задоволення запиту щодо доступу до офіційних документів

Відмову або відстрочку задоволення запиту може бути оскаржено.

У разі відмови в наданні документа для ознайомлення або відстрочки задоволення запиту запитувач має право оскаржити відмову або відстрочку до органу вищого рівня.

Якщо на скаргу, подану до органу вищого рівня, дається негативна відповідь, запитувач має право оскаржити цю відмову до суду.

У разі, коли запитувач звернувся до суду, обов'язок доводити законність відмови чи відстрочки задоволення запиту покладається на відповідача — державну установу.

Суд має право для забезпечення повноти та об'єктивності розгляду справи запитати офіційні документи, у можливості ознайомлення з якими було відмовлено, і, вивчивши їх, прийняти рішення

про обґрунтованість (або необґрунтованість) дій посадових осіб державної установи.

Якщо відмову або відстрочку визнано необґрунтованою, суд зобов'язує державну установу надати запитувачу змогу ознайомитися з офіційним документом і постановляє окрему ухвалу щодо посадових осіб, які відмовили заявнику.

Необґрунтована відмова у наданні змоги для ознайомлення з офіційними документами або порушення визначеного терміну її надання без поважних причин тягнуть за собою дисциплінарну або іншу відповідальність посадових осіб державних установ у порядку, встановленому законами України.

Офіційні документи, надані на запити органами законодавчої, виконавчої та судової влади України, можуть публікуватися.

Запитувачі мають право робити виписки з наданих їм для ознайомлення офіційних документів, фотографувати їх, записувати текст на магнітну плівку тощо. Власник документів має право за відповідну плату виготовляти за бажанням запитувача копії запитуваних документів.

Не підлягає оплаті робота по пошуку офіційних документів.

Оскарження відмови і відстрочки задоволення запиту щодо надання письмової інформації здійснюється в аналогічному порядку.

Стаття 36. Порядок відшкодування витрат, пов'язаних із задоволенням запитів щодо доступу до офіційних документів і надання письмової інформації

Запитувачі повинні повністю або частково відшкодувати витрати, пов'язані з виконанням запитів щодо доступу до офіційних документів та наданням письмової інформації.

Порядок оплати копій запитуваних документів встановлюється державними установами.

Кабінет Міністрів України або інші державні установи визначають порядок і розмір оплати робіт по збиранню, пошуку, підготовці, створенню і наданню запитуваної письмової інформації, який не повинен перевищувати реальних витрат, пов'язаних з виконанням запитів.

Стаття 37. Документи та інформація, що не підлягають наданню для ознайомлення за запитом

Не підлягають обов'язковому наданню для ознайомлення за інформаційними запитом офіційні документи, які містять у собі:

- інформацію, визнану у встановленому порядку державною таємницею;

- інформацію про оперативну і слідчу роботу органів прокуратури, МВС, СБУ, роботу органів дізнання та суду у тих випадках, коли її розголошення може зашкодити оперативним заходам, розслідуванню чи дізнанню, порушити право людини на справедливий та об'єктивний судовий розгляд її справи, створити загрозу життю або здоров'ю будь-якої особи;

- інформацію, що стосується особистого життя громадян;

- документи, що становлять внутрівідомчу службову кореспонденцію (доповідні записки, переписка між підрозділами та інше), якщо вони пов'язані з розробкою напряму діяльності установи, процесом прийняття рішень і передують їх прийняттю;

- інформацію, що не підлягає розголошенню згідно з іншими законодавчими або нормативними актами. Установа, до якої звернуто запит, може не надавати для ознайомлення документ, якщо він містить інформацію, яка не підлягає розголошенню на підставі нормативного акта іншої державної установи, а та державна установа, яка розглядає запит, не має права вирішувати питання щодо її розсекречення;

- інформацію фінансових установ, підготовлену для контролю-фінансових відомств.

Стаття 38. Право власності на інформацію

Право власності на інформацію — це врегульовані законом суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження інформацією.

Інформація є об'єктом права власності громадян, організацій (юридичних осіб) і держави. Інформація може бути об'єктом права власності як у повному обсязі, так і об'єктом лише володіння, користування чи розпорядження.

Власник інформації щодо об'єктів своєї власності має право здійснювати будь-які законні дії.

Підставами виникнення права власності на інформацію є:

- створення інформації своїми силами і за свій рахунок;
- договір на створення інформації;
- договір, що містить умови переходу права власності на інформацію до іншої особи.

Інформація, створена кількома громадянами або юридичними особами, є колективною власністю її творців. Порядок і правила користування такою власністю визначаються договором, укладеним між співвласниками.

Інформація, створена організаціями (юридичними особами) або придбана ними іншим законним способом, є власністю цих організацій.

Інформація, створена на кошти державного бюджету, є державною власністю. Інформацію, створену на правах індивідуальної власності, може бути віднесено до державної власності у випадках передачі її на зберігання у відповідні банки даних, фонди або архіви на договірній основі.

Власник інформації має право призначати особу, яка здійснює володіння, використання і розпорядження інформацією, і визначати правила обробки інформації та доступ до неї, а також встановлювати інші умови щодо інформації.

Стаття 39. Інформація як товар

Інформаційна продукція та інформаційні послуги громадян і юридичних осіб, які займаються інформаційною діяльністю, можуть бути об'єктами товарних відносин, що регулюються чинним цивільним та іншим законодавством.

Ціни і ціноутворення на інформаційну продукцію та інформаційні послуги встановлюються договорами, за винятком випадків, передбачених Законом.

Стаття 40. Інформаційна продукція

Інформаційна продукція — це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій.

Стаття 41. Інформаційна послуга

Інформаційна послуга — це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб.

Розділ IV

УЧАСНИКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДНОСИН, ЇХ ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ

Стаття 42. Учасники інформаційних відносин

Учасниками інформаційних відносин є громадяни, юридичні особи або держава, які набувають передбачених законом прав і обов'язків у процесі інформаційної діяльності.

Основними учасниками цих відносин є: автори, споживачі, поширювачі, зберігачі (охоронці) інформації.

Стаття 43. Права учасників інформаційних відносин

Учасники інформаційних відносин мають право одержувати (виробляти, добувати), використовувати, поширювати та зберігати інформацію в будь-якій формі з використанням будь-яких засобів, крім випадків, передбачених законом.

Кожний учасник інформаційних відносин для забезпечення його прав, свобод і законних інтересів має право на одержання інформації про:

- діяльність органів державної влади;
- діяльність народних депутатів;
- діяльність органів місцевого і регіонального самоврядування та місцевої адміністрації;
- те, що стосується його особисто.

Розділ VI.**ФІНАНСУВАННЯ ТА МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНА БАЗА
ТЕЛЕРАДІООРГАНІЗАЦІЙ****Стаття 44.** Фінансування телерадіоорганізацій

Джерелами фінансування телерадіоорганізацій є бюджетні асигнування, абонентна плата, а також кошти, отримані від:

- виробництва і трансляції реклами, видання газет, журналів, інформаційних бюлетенів, книг, відеогазет, створення телерадіопрограм на замовлення;

Абзац третьої частини першої статті 44 виключено.

(згідно із Законом України від 14.02.97 р. N 70/97-ВР)

- діяльності комерційних каналів, а також кабельного, довідкового (телетексту) та інших видів телерадіомовлення;
- виробництва, продажу і прокату касет із записами відео- та аудіопродукції;
- прокату телефільмів, платних спектаклів, концертів, організованих безпосередньо телерадіоорганізацією;
- зовнішньоекономічної діяльності телерадіоорганізації та інших видів діяльності, передбачених статутом;
- внесків засновників, спонсорів, державних органів, благодійних та інших громадських фондів, а також окремих громадян.

Іноземні інвестиції, як джерело фінансування телерадіоорганізацій, допускаються в порядку, встановленому чинним законодавством України з обмеженням, встановленим статтею 13 цього Закону.

Фінансування системи Суспільного телебачення і радіомовлення здійснюється відповідно до Закону України "Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України.

(статтю 44 доповнено частиною третьою згідно із Законом України від 22.10.97 р. N 595/97-ВР)

Стаття 45. Матеріально-технічна база телерадіоорганізації

Матеріально-технічна база телерадіоорганізації, що забезпечує виробництво телерадіопередач та програм і доведення їх до споживачів, може включати до свого складу підприємства та організації (телецентри, телерадіоцентри, технічні центри телебачення і радіомовлення, радіобудинки тощо), а також технічні засоби розповсюдження телерадіопрограм (передавачі, супутникові, кабельні, радіорелейні мережі зв'язку та інші засоби).

Технічні засоби телебачення і радіомовлення, створені (придбані, побудовані) за рахунок державних капіталовкладень, не можуть бути надані в користування недержавним телерадіоорганізаціям без згоди Національної ради.

Плани, програми і схеми розвитку громадського, відомчого та інших видів телебачення і радіомовлення повинні бути узгоджені телерадіоорганізацією з програмою розвитку державного телебачення і радіомовлення на відповідних територіях.

Під час проектування, будівництва і реконструкції об'єктів (будинків, споруд), призначених для проведення громадських заходів (культурно-масових, спортивних, видовищних тощо), мають бути передбачені необхідні технічні вимоги щодо забезпечення телерадіотрансляцій із цих приміщень (освітлення, площа для розміщення телекамер та іншого устаткування і роботи персоналу, засоби зв'язку тощо).

Витрати телерадіоорганізацій на капітальне будівництво об'єктів, призначених для здійснення телерадіомовлення, включаються у собівартість їх продукції.

(стаття 45 із змінами, внесеними згідно із Законом України від 02.06.95 р. N 198/95-ВР)

Розділ VII.

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ

Стаття 46. Відповідальність за порушення законодавства про телебачення і радіомовлення

Порушеннями законодавства України про телебачення і радіомовлення є:

- порушення, передбачені статтею 47 Закону України “Про інформацію”;
 - порушення вимог, встановлених частиною другою статті 2, статтею 8, частиною четвертою статті 20 цього Закону;
 - порушення антимонопольних обмежень, встановлених цим Законом;
 - порушення обмежень, встановлених для іноземних інвесторів;
 - мовлення без ліцензії;
 - одержання ліцензії на використання каналів мовлення шляхом обману;
 - здійснення мовлення з порушенням умов, які вказуються в ліцензії;
 - порушення порядку та строків видачі ліцензії;
 - порушення інтересів та законних прав телерадіоорганізацій, що отримали ліцензію;
 - надання в користування технічних засобів мовлення телерадіоорганізаціям, які не мають ліцензії;
 - повна або часткова передача каналу мовлення в користування іншій юридичній або фізичній особі;
 - порушення вимог щодо обов'язкового повідомлення вихідних даних;
 - створення мереж кабельного (проводового) мовлення без дозволу місцевих органів державної виконавчої влади;
 - незабезпечення телерадіоорганізацією кабельного мовлення трансляції своїм абонентам програм державного мовлення;
 - порушення авторських прав власників телерадіопередач та програм;
 - порушення вимог щодо рекламної діяльності, встановлених чинним законодавством;
- (абзац сімнадцятий частини 1 статті 46 із змінами, внесеними згідно із Законом України від 14.02.97 р. N 70/97-ВР)
- порушення умов спонсорської діяльності;
 - порушення прав творчих працівників телерадіоорганізації;
 - порушення законних прав телеглядачів та радіослухачів;
 - створення перешкод у законній діяльності Національної ради;

• порушення вимог, встановлених статтями 15 і 22 Закону України “Про кінематографію”.

(частину першу статті 46 доповнено абзацом двадцять другим згідно із Законом України від 16.07.99 р. N 998-XIV)

Особи, винні в цих порушеннях, несуть цивільно-правову, адміністративну і кримінальну відповідальність згідно з чинним законодавством України.

Стаття 47. Відшкодування моральної шкоди

Моральна (немайнова) шкода, заподіяна громадянину в результаті розповсюдження телерадіоорганізацією даних, що не відповідають дійсності, принижують честь і гідність громадянина або завдають йому іншої немайнової шкоди, компенсується за рішенням суду цією телерадіоорганізацією, а також винними посадовими особами і громадянами. Розмір відшкодування моральної (немайнової) шкоди в грошовому виразі визначається судом.

Стаття 48. Звільнення від відповідальності за розповсюдження даних, що не відповідають дійсності

Телерадіоорганізація та телерадіопрацівники не несуть відповідальності за розповсюдження по телебаченню і радіо даних, що не відповідають дійсності, у випадках:

а) якщо ці дані містились в офіційних повідомленнях;

б) якщо їх одержано від інформаційних агентств або прес-служб державних органів та органів об'єднань громадян;

в) якщо вони є дослівним цитуванням виступів народних депутатів, а також офіційних виступів посадових осіб державних органів;

г) якщо вони містилися в авторських виступах, які передаються в ефір без попереднього запису.

Розділ VIII.

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ГАЛУЗІ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ

Стаття 49. Міжнародне співробітництво телерадіоорганізацій

Співробітництво телерадіоорганізацій із зарубіжними партнерами здійснюється на підставі ратифікованих Україною міжнародних договорів або прямих договорів.

Якщо міжнародним договором, в якому бере участь Україна, встановлено інші норми, ніж ті, що містяться в цьому Законі, то застосовуються норми міжнародного договору.

Стаття 50. Діяльність представників зарубіжних телерадіоор-

ганізацій на території України

Акредитація зарубіжних кореспондентів телебачення і радіо проводиться Міністерством закордонних справ України.

Правовий стан і професійна діяльність представників зарубіжних телерадіоорганізацій, акредитованих в Україні, регулюються Кабінетом Міністрів України.

Представники зарубіжних телерадіоорганізацій, не акредитовані в Україні у встановленому порядку, здійснюють свою діяльність як співробітники іноземних юридичних осіб.

Розділ IX.

ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

1. На час загальної або часткової мобілізації та/чи воєнного стану в Україні або в окремих її місцевостях встановлюється особливий режим роботи телебачення і радіомовлення, за якого розповсюдження в ефірі теле- і радіопередач (програм) здійснюється лише телерадіоорганізаціями спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань телебачення і радіомовлення з використанням лише каналів підприємств, що віднесені до сфери управління Державного комітету зв'язку України і спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань телебачення і радіомовлення.

Органам виконавчої влади, уповноваженим у справах цивільної оборони, захисту населення і надзвичайних ситуацій, надається право використовувати без перешкод державні телерадіоорганізації і технічні засоби мовлення для передачі інформації, пов'язаної з захистом населення.

2. Дія статей 6, 22, 23, 26 і 38 Закону України "Про телебачення і радіомовлення" під час загальної або часткової мобілізації та/чи воєнного стану тимчасово припиняється.

Порядок мовлення телерадіоорганізацій під час загальної або часткової мобілізації та/чи воєнного стану визначається Кабінетом Міністрів України.

(Закон доповнено новим розділом IX згідно із Законом України від 20.10.98 р. N 193-XIV)

ЗАКОН УКРАЇНИ Про фінансовий лізинг

(Відомості Верховної Ради (ВВР), 1998, N 16, ст.68)
(Із змінами, внесеними згідно із Законом N 394-XIV ()
від 14.01.99, ВВР, 1999, N 9-10, ст.67)
(В редакції Закону N 1381-IV () від 11.12.2003, ВВР, 2004,
N 15, ст.231)

Цей Закон визначає загальні правові та економічні засади фінансового лізингу.

Стаття 1. Визначення фінансового лізингу

1. Фінансовий лізинг (далі — лізинг) — це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу.

2. За договором фінансового лізингу (далі — договір лізингу) лізингодавець зобов'язується набути у власність річ у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений строк не менше одного року за встановлену плату (лізингові платежі).

Стаття 2. Законодавство про фінансовий лізинг

1. Відносини, що виникають у зв'язку з договором фінансового лізингу, регулюються положеннями Цивільного кодексу України () про лізинг, найм (оренду), купівлю-продаж, поставку з урахуванням особливостей, що встановлюються цим Законом.

2. Відносини, що виникають у разі набуття права господарського відання на предмет договору лізингу, регулюються за правилами, встановленими для регулювання відносин, що виникають у разі набуття права власності на предмет договору лізингу, крім права розпорядження предметом лізингу.

Стаття 3. Предмет лізингу

1. Предметом договору лізингу (далі — предмет лізингу) може бути неспоживна річ, визначена індивідуальними ознаками та віднесена відповідно до законодавства до основних фондів.

2. Не можуть бути предметом лізингу земельні ділянки та інші природні об'єкти, єдині майнові комплекси підприємств та їх відокремлені структурні підрозділи (філії, цехи, дільниці).

3. Майно, що перебуває в державній або комунальній власності та щодо якого відсутня заборона передачі в користування та/або володіння, може бути передано в лізинг у порядку, встановленому цим Законом.

Стаття 4. Суб'єкти лізингу

Суб'єктами лізингу можуть бути:

лізингодавець — юридична особа, яка передає право володіння та користування предметом лізингу лізингоодержувачу;

лізингоодержувач — фізична або юридична особа, яка отримує право володіння та користування предметом лізингу від лізингодавця;

продавець (постачальник) — фізична або юридична особа, в якій лізингодавець набуває річ, що в наступному буде передана як предмет лізингу лізингоодержувачу;

інші юридичні або фізичні особи, які є сторонами багатостороннього договору лізингу.

Стаття 5. Сублізинг

1. Сублізинг — це вид піднайму предмета лізингу, у відповідності з яким лізингоодержувач за договором лізингу передає третім особам (лізингоодержувачам за договором сублізингу) у користування за плату на погоджений строк відповідно до умов договору сублізингу предмет лізингу, отриманий раніше від лізингодавця за договором лізингу.

У разі передачі предмета лізингу в сублізинг право вимоги до продавця (постачальника) переходить до лізингоодержувача за договором сублізингу.

2. У разі передачі предмета лізингу в сублізинг обов'язковою умовою договору сублізингу є згода лізингодавця за договором лізингу, що надається в письмовій формі.

3. До договору сублізингу застосовуються положення про договір лізингу, якщо інше не передбачено договором лізингу.

Стаття 6. Договір лізингу

1. Договір лізингу має бути укладений у письмовій формі.

2. Істотними умовами договору лізингу є:

предмет лізингу;

строк, на який лізингоодержувачу надається право користування предметом лізингу (строк лізингу);

розмір лізингових платежів;

інші умови, щодо яких за заявою хоча б однієї із сторін має бути досягнуто згоди.

3. Строк лізингу визначається сторонами договору лізингу відповідно до вимог цього Закону.

Стаття 7. Відмова від договору лізингу

1. Лізингоодержувач має право відмовитися від договору лізингу в односторонньому порядку, письмово повідомивши про це лізингодавця, у разі якщо прострочення передачі предмета лізингу становить більше 30 днів, за умови, що договором лізингу не передбачено іншого строку.

Лізингоодержувач має право вимагати відшкодування збитків, у тому числі повернення платежів, що були сплачені лізингодавцю до такої відмови.

2. Лізингодавець має право відмовитися від договору лізингу та вимагати повернення предмета лізингу від лізингоодержувача у безспірному порядку на підставі виконавчого напису нотаріуса, якщо лізингоодержувач не сплатив лізинговий платіж частково або у повному обсязі та прострочення сплати становить більше 30 днів.

Стягнення за виконавчим написом нотаріуса провадиться в порядку, встановленому Законом України "Про виконавче провадження" ().

3. Відмова від договору лізингу є вчиненою з моменту, коли інша сторона довідалася або могла довідатися про таку відмову.

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

1. У разі переходу права власності на предмет лізингу від лізингодавця до іншої особи відповідні права та обов'язки лізингодавця за договором лізингу переходять до нового власника предмета лізингу.

2. Якщо сторони договору лізингу уклали договір купівлі-продажу предмета лізингу, то право власності на предмет лізингу переходить до лізингоодержувача в разі та з моменту сплати ним визначеної договором ціни, якщо договором не передбачене інше.

3. Предмет лізингу не може бути конфісковано, на нього не може бути накладено арешт у зв'язку з будь-якими діями або бездіяльністю лізингоодержувача.

Стаття 9. Захист прав лізингоодержувача на предмет лізингу

1. Лізингоодержувачу (сублізингоодержувачу) забезпечується захист його прав на предмет лізингу нарівні із захистом, встановленим законодавством щодо захисту прав власника.

2. Лізингоодержувач (сублізингоодержувач) має право вимагати, у тому числі й від лізингодавця, усунення будь-яких порушень його прав на предмет лізингу.

Стаття 10. Права та обов'язки лізингодавця

1. Лізингодавець має право:

- 1) інвестувати на придбання предмета лізингу як власні, так і залучені та позичкові кошти;
- 2) здійснювати перевірки дотримання лізингоодержувачем умов користування предметом лізингу та його утримання;
- 3) відмовитися від договору лізингу у випадках, передбачених договором лізингу або законом;
- 4) вимагати розірвання договору та повернення предмета лізингу у передбачених законом та договором випадках;
- 5) стягувати з лізингоодержувача прострочену заборгованість у безспірному порядку на підставі виконавчого напису нотаріуса;
- 6) вимагати від лізингоодержувача відшкодування збитків відповідно до закону та договору;
- 7) вимагати повернення предмета лізингу та виконання грошових зобов'язань за договором сублізингу безпосередньо йому в разі невиконання чи прострочення виконання грошових зобов'язань лізингоодержувачем за договором лізингу.

2. Лізингодавець зобов'язаний:

- 1) у передбачені договором строки надати лізингоодержувачу предмет лізингу у стані, що відповідає його призначенню та умовам договору;
- 2) попередити лізингоодержувача про відомі йому особливі властивості та недоліки предмета лізингу, що можуть становити небезпеку для життя, здоров'я, майна лізингоодержувача чи інших осіб або призводити до пошкодження самого предмета лізингу під час користування ним;
- 3) відповідно до умов договору своєчасно та у повному обсязі виконувати зобов'язання щодо утримання предмета лізингу;
- 4) відшкодувати лізингоодержувачу витрати на поліпшення предмета лізингу, на його утримання або усунення недоліків у порядку та випадках, передбачених законом та/або договором;
- 5) прийняти предмет лізингу в разі дострокового розірвання договору лізингу або в разі закінчення строку користування предметом лізингу.

3. Лізингодавець може мати інші права та обов'язки відповідно до умов договору лізингу, цього Закону та інших нормативно-правових актів.

Стаття 11. Права та обов'язки лізингоодержувача

1. Лізингоодержувач має право:

1) обирати предмет лізингу та продавця або встановити специфікацію предмета лізингу і доручити вибір лізингодавцю;

2) відмовитися від прийняття предмета лізингу, який не відповідає його призначенню та/або умовам договору, специфікаціям;

3) вимагати розірвання договору лізингу або відмовитися від нього у передбачених законом та договором лізингу випадках;

4) вимагати від лізингодавця відшкодування збитків, завданих невиконанням або неналежним виконанням умов договору лізингу.

2. Лізингоодержувач зобов'язаний:

1) прийняти предмет лізингу та користуватися ним відповідно до його призначення та умов договору;

2) відповідно до умов договору своєчасно та у повному обсязі виконувати зобов'язання щодо утримання предмета лізингу, підтримувати його у справному стані;

3) своєчасно сплачувати лізингові платежі;

4) надавати лізингодавцеві доступ до предмета лізингу і забезпечувати можливість здійснення перевірки умов його використання та утримання;

5) письмово повідомляти лізингодавця, а в гарантійний строк і продавця предмета, про всі випадки виявлення несправностей предмета лізингу, його поломок або збоїв у роботі;

6) письмово повідомляти про порушення строків проведення або не проведення поточного чи сезонного технічного обслуговування та про будь-які інші обставини, що можуть негативно позначитися на стані предмета лізингу, — негайно, але у будь-якому разі не пізніше другого робочого дня після дня настання вищезазначених подій чи фактів, якщо інше не встановлено договором;

7) у разі закінчення строку лізингу, а також у разі дострокового розірвання договору лізингу та в інших випадках дострокового повернення предмета лізингу — повернути предмет лізингу у стані, в якому його було прийнято у володіння, з урахуванням нормального зносу, або у стані, обумовленому договором.

3. Умови ремонту і технічного обслуговування предмета лізингу можуть визначатися окремим договором.

4. Лізингоодержувач може мати інші права та обов'язки відповідно до умов договору лізингу, цього Закону та нормативно-правових актів.

Стаття 12. Реєстрація предмета лізингу

Предмет лізингу підлягає реєстрації у випадках і в порядку, передбачених законом.

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

1. З моменту передачі предмета лізингу у володіння лізингоодержувачу ризик випадкового знищення або випадкового пошкодження предмета лізингу переходить до лізингоодержувача, якщо інше не встановлено договором.

2. Предмет лізингу та/або пов'язані із виконанням лізингових договорів ризики підлягають страхуванню, у разі якщо їх обов'язковість встановлена законом або договором.

Витрати на страхування за договором лізингу несе лізингоодержувач, якщо інше не встановлено договором.

Стаття 14. Утримання предмета лізингу

1. Лізингоодержувач протягом усього часу перебування предмета лізингу в його користуванні повинен підтримувати його у справному стані.

2. Лізингоодержувач протягом строку лізингу несе витрати на утримання предмета лізингу, пов'язані з його експлуатацією, технічним обслуговуванням, ремонтом, якщо інше не встановлено договором або законом.

Стаття 15. Правові наслідки поліпшення лізингоодержувачем предмета лізингу

1. Лізингоодержувач має право поліпшити річ, яка є предметом договору лізингу, лише за згодою лізингодавця.

2. Якщо поліпшення предмета лізингу здійснене без дозволу лізингодавця, лізингоодержувач має право вилучити здійснені ним поліпшення за умови, що такі поліпшення можуть бути відділені від предмета лізингу без шкоди для нього.

3. Якщо поліпшення речі зроблено за згодою лізингодавця, лізингоодержувач має право на відшкодування вартості необхідних витрат або на зарахування їх вартості у рахунок лізингових платежів.

Стаття 16. Лізингові платежі

1. Сплата лізингових платежів здійснюється в порядку, встановленому договором.

2. Лізингові платежі можуть включати:

а) суму, яка відшкодовує частину вартості предмета лізингу;

б) платіж як винагороду лізингодавцю за отримане у лізинг майно;

в) компенсацію відсотків за кредитом;

г) інші витрати лізингодавця, що безпосередньо пов'язані з виконанням договору лізингу.

Стаття 17. Вирішення спорів

1. Спори, що виникають при укладанні та виконанні лізингових договорів, вирішуються відповідно до закону.

2. Спори, що виникають із договорів міжнародного лізингу, вирішуються з урахуванням визначених такими договорами умов розгляду та вирішення порів.

Стаття 18. Амортизаційні відрахування

1. Амортизаційні відрахування на предмет лізингу обчислюються відповідно до законодавства.

2. Договором лізингу відповідно до законодавства може передбачатися прискорена амортизація предмета лізингу.

Стаття 19. Прикінцеві положення

1. Цей Закон набирає чинності з дня його опублікування.

2. Закони та інші нормативно-правові акти, прийняті до набрання чинності цим Законом, діють у частині, що не суперечить цьому Закону.

3. Кабінету Міністрів України в місячний строк після набрання чинності цим Законом:

підготувати та подати до Верховної Ради України пропозиції про внесення змін до законодавчих актів у зв'язку з прийняттям цього Закону;

привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

розробити нормативно-правові акти, передбачені цим Законом;

забезпечити прийняття міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади України нормативно-правових актів, передбачених цим Законом, а також приведення їх нормативно-правових актів у відповідність із цим Законом.

Президент України Л.КУЧМА

м. Київ, 16 грудня 1997 року
N 723/97- ВР

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про освіту

(Відомості Верховної Ради (ВВР), 1991, N 34, ст.451)
(Вводиться в дію Постановою ВР
N 1144-ХІІ () від 04.06.91, ВВР, 1991, N 34, ст.452)

(Із змінами, внесеними згідно з Декретами
N від 26.12.92, ВВР, 1993, N 10, ст. 76
N від 31.12.92, ВВР, 1993, N 11, ст. 93
Законами

N 3180-ХІІ () від 05.05.93, ВВР, 1993, N 26, ст.277
N від 30.06.94, ВВР, 1994, N 29, ст.258
N від 23.09.94, ВВР, 1994, N 41, ст.376
N від 13.10.94, ВВР, 1994, N 45, ст.404
N від 22.12.95, ВВР, 1996, N 3, ст. 11
N від 22.03.96, ВВР, 1996, N 16, ст. 71)

(В редакції Закону N від 23.03.96, ВВР, 1996, N 21, ст. 84)

(Із змінами, внесеними згідно із Законами
N від 17.12.96, ВВР, 1997, N 8, ст. 62
N 178-ХІV () від 14.10.98, ВВР, 1998, N 48, ст.294)

(Додатково див. Закон
N 2120-ІІІ () від 07.12.2000, ВВР, 2001, N 2-3, ст.10)

(Із змінами, внесеними згідно із Законами
N 2628-ІІІ () від 11.07.2001, ВВР, 2001, N 49, ст.259
N 2887-ІІІ () від 13.12.2001, ВВР, 2002, N 11, ст. 80
N 2905-ІІІ () від 20.12.2001, ВВР, 2002, N 12-13, ст.92
N 380-ІV () від 26.12.2002, ВВР, 2003, N 10-11, ст.86
N 1158-ІV () від 11.09.2003, ВВР, 2004, N 8, ст.67
N 1344-ІV () від 27.11.2003, ВВР, 2004, N 17-18, ст.250
N 1377-ІV () від 11.12.2003, ВВР, 2004, N 15, ст.228
N 1694-ІV () від 20.04.2004, ВВР, 2005, N 4, ст.83

N 1801-IV () від 17.06.2004, ВВР, 2004, N 43-44, ст.493

N 2285-IV () від 23.12.2004, ВВР, 2005, N 7-8, ст.162

N 2505-IV () від 25.03.2005, ВВР, 2005, N 17, N 18-19, ст.267

N 3167-IV () від 01.12.2005, ВВР, 2006, N 12, ст.104

N 3235-IV () від 20.12.2005, ВВР, 2006, N 9, N 10-11, ст.96)

(У тексті Закону слова “заклади освіти” в усіх відмінках замінено словами “навчальні заклади” у відповідному відмінку згідно із Законом N 1158-IV () від 11.09.2003)

Освіта — основа інтелектуального, культурного, духовного, соціального, економічного розвитку суспільства і держави.

Метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадян, здатних до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, підвищення освітнього рівня народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими фахівцями.

Освіта в Україні ґрунтується на засадах гуманізму, демократії, національної свідомості, взаємоповаги між націями і народами.

Розділ I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Законодавство України про освіту

Законодавство України про освіту базується на Конституції України () і складається з цього Закону, інших актів законодавства України.

Стаття 2. Завдання законодавства України про освіту

Завданням законодавства України про освіту є регулювання суспільних відносин у галузі навчання, виховання, професійної, наукової, загальнокультурної підготовки громадян України.

Стаття 3. Право громадян України на освіту

1. Громадяни України мають право на безкоштовну освіту в усіх державних навчальних закладах незалежно від статі, раси, національності, соціального і майнового стану, роду та характеру занять, світоглядних переконань, належності до партій, ставлення до релігії, віросповідання, стану здоров'я, місця проживання та інших обставин. Це право забезпечується:

розгалуженою мережею навчальних закладів, заснованих на державній та інших формах власності, наукових установ, закладів післядипломної освіти;

відкритим характером навчальних закладів, створенням умов для вибору профілю навчання і виховання відповідно до здібностей, інтересів громадянина;

різними формами навчання — очною, вечірньою, заочною, екстернатом, а також педагогічним патронажем.

2. Держава здійснює соціальний захист вихованців, учнів, студентів, курсантів, слухачів, стажистів, клінічних ординаторів, аспірантів, докторантів та інших осіб незалежно від форм їх навчання і типів навчальних закладів, де вони навчаються, сприяє здобуттю освіти в домашніх умовах.

3. Для одержання документа про освіту громадяни мають право на державну атестацію.

4. Іноземні громадяни, особи без громадянства здобувають освіту в навчальних закладах України відповідно до чинного законодавства та міжнародних договорів.

Стаття 4. Державна політика в галузі освіти

1. Україна визнає освіту пріоритетною сферою соціально-економічного, духовного і культурного розвитку суспільства.

2. Державна політика в галузі освіти визначається Верховною Радою України відповідно до Конституції України і здійснюється органами державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування.

Стаття 5. Державний контроль за діяльністю навчальних закладів

Державний контроль за діяльністю навчальних закладів незалежно від форм власності здійснюється з метою забезпечення реалізації єдиної державної політики у галузі освіти. Державний контроль проводиться центральними і місцевими органами управління освітою та Державною інспекцією навчальних закладів при Міністерстві освіти України. Положення про центральні державні органи управління освітою, про Державну інспекцію навчальних закладів при Міністерстві освіти України затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Стаття 6. Основні принципи освіти

Основними принципами освіти в Україні є:

доступність для кожного громадянина усіх форм і типів освітніх послуг, що надаються державою;

рівність умов кожної людини для повної реалізації її здібностей, таланту, всебічного розвитку;

гуманізм, демократизм, пріоритетність загальнолюдських духовних цінностей;

органічний зв'язок із світовою та національною історією, культурою, традиціями;

незалежність освіти від політичних партій, громадських і релігійних організацій;

науковий, світський характер освіти;

інтеграція з наукою і виробництвом;

взаємозв'язок з освітою інших країн;

гнучкість і прогностичність системи освіти;

єдність і наступність системи освіти;

безперервність і різноманітність освіти;

поєднання державного управління і громадського самоврядування в освіті.

Стаття 7. Мова освіти

Мова освіти визначається Конституцією України, Законом Української РСР "Про мови в Українській РСР" ().

Стаття 8. Навчально-виховний процес і громадсько-політична діяльність у навчальних закладах

1. Навчально-виховний процес у навчальних закладах є вільним від втручання політичних партій, громадських, релігійних організацій.

2. Залучення учнів, студентів до участі в політичних акціях і релігійних заходах під час навчально-виховного процесу не допускається.

3. Належність особи до будь-якої політичної партії, громадської, релігійної організації, що діють відповідно до Конституції України (), не є перешкодою для її участі в навчально-виховному процесі.

4. Учні, студенти, працівники освіти можуть створювати у навчальних закладах первинні осередки об'єднань громадян, членами яких вони є.

Стаття 9. Навчальні заклади і церква (релігійні організації)

Навчальні заклади в Україні незалежно від форм власності відокремлені від церкви (релігійних організацій), мають світський характер, крім навчальних закладів, заснованих релігійними організаціями.

Стаття 10. Управління освітою

1. В Україні для управління освітою створюються система державних органів управління і органи громадського самоврядування.

2. Органи управління освітою і громадського самоврядування діють у межах повноважень, визначених законодавством.

Стаття 11. Органи управління освітою

До державних органів управління освітою в Україні належать:

Міністерство освіти України;

міністерства і відомства України, яким підпорядковані навчальні заклади;

Вища атестаційна комісія України;

Міністерство освіти Автономної Республіки Крим;

місцеві органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування і підпорядковані їм органи управління освітою.

Стаття 12. Повноваження Міністерства освіти України та міністерств і відомств України, яким підпорядковані навчальні заклади

1. Міністерство освіти України є центральним органом державної виконавчої влади, який здійснює керівництво у сфері освіти.

Міністерство освіти України:

бере участь у визначенні державної політики в галузі освіти, науки, професійної підготовки кадрів, розробляє програми розвитку освіти, державні стандарти освіти;

встановлює державні стандарти знань з кожного предмета;

визначає мінімальні нормативи матеріально-технічного, фінансового забезпечення навчальних закладів;

здійснює навчально-методичне керівництво, контроль за дотриманням державних стандартів освіти, державне інспектування;

забезпечує зв'язок із навчальними закладами, державними органами інших країн з питань, які входять до його компетенції;

проводить акредитацію вищих та професійно-технічних навчальних закладів незалежно від форм власності та підпорядкування, видає їм ліцензії, сертифікати;

формує і розміщує державне замовлення на підготовку спеціалістів з вищою освітою;

розробляє умови прийому до навчальних закладів;

забезпечує випуск підручників, посібників, методичної літератури;

розробляє проекти положень про навчальні заклади, що затверджуються Кабінетом Міністрів України;

організовує атестацію педагогічних і науково-педагогічних працівників щодо присвоєння їм кваліфікаційних категорій, педагогічних та вчених звань;

разом з іншими міністерствами і відомствами, яким підпорядковані навчальні заклади, Міністерством освіти Автономної Республіки Крим реалізує державну політику в галузі освіти, здійснює контроль за її практичним втіленням, дотриманням актів законодавства про освіту в усіх навчальних закладах незалежно від форм власності та підпорядкування;

здійснює керівництво державними навчальними закладами.

Акти Міністерства освіти України, прийняті у межах його повноважень, є обов'язковими для міністерств і відомств, яким підпорядковані навчальні заклади, Міністерства освіти Автономної Республіки Крим, місцевих органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, підпорядкованих їм органів управління освітою, навчальних закладів незалежно від форм власності.

Міністерство освіти України забезпечує організацію роботи з фізичного виховання, фізкультурно-оздоровчої і спортивної роботи в навчальних закладах усіх типів і рівнів акредитації, здійснює науково-методичне забезпечення цієї роботи в ході навчального процесу і в позанавчальний час. (Частина першу статті 12 доповнено абзацом згідно із Законом N 178-XIV () від 14.10.98)

2. Міністерства і відомства, яким підпорядковані навчальні заклади, разом з Міністерством освіти України беруть участь у здійсненні державної політики в галузі освіти, науки, професійної підготовки кадрів, у проведенні державного інспектування та акредитації навчальних закладів, здійснюють контрольні функції по дотриманню вимог щодо якості освіти, забезпечують зв'язок із навчальними закладами та державними органами інших країн з питань, що належать до їх компетенції, організовують впровадження у практику досягнень науки і передового досвіду.

Акти міністерств і відомств, яким підпорядковані навчальні заклади, прийняті у межах їх компетенції, є обов'язковими для місцевих органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, підпорядкованих їм органів управління освітою, навчальних закладів відповідного профілю незалежно від форм власності.

1. Міністерство освіти Автономної Республіки Крим здійснює повноваження керівництва освітою, крім повноважень, віднесених

до компетенції Міністерства освіти України, міністерств і відомств, яким підпорядковані навчальні заклади.

4. Інші повноваження Міністерства освіти України, міністерств і відомств України, яким підпорядковані навчальні заклади, визначаються положеннями про них.

Стаття 13. Повноваження Вищої атестаційної комісії України

Вища атестаційна комісія України організовує і проводить атестацію наукових і науково-педагогічних кадрів, керує роботою по присудженню наукових ступенів, присвоєнню вченого звання старшого наукового співробітника.

Положення про Вищу атестаційну комісію України затверджується Кабінетом Міністрів України.

Стаття 14. Повноваження місцевих органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в галузі освіти

1. Місцеві органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування здійснюють державну політику в галузі освіти і в межах їх компетенції:

встановлюють, не нижче визначених Міністерством освіти України мінімальних нормативів, обсяги бюджетного фінансування навчальних закладів, установ, організацій системи освіти, що є комунальною власністю, та забезпечують фінансування витрат на їх утримання;

забезпечують розвиток мережі навчальних закладів та установ, організацій системи освіти, зміцнення їх матеріальної бази, господарське обслуговування;

здійснюють соціальний захист працівників освіти, дітей, учнівської і студентської молоді, створюють умови для їх виховання, навчання і роботи відповідно до нормативів матеріально-технічного та фінансового забезпечення;

організують облік дітей дошкільного та шкільного віку, контролюють виконання вимог щодо навчання дітей у навчальних закладах;

вирішують у встановленому порядку питання, пов'язані з опікою і піклуванням про неповнолітніх, які залишилися без піклування батьків, дітей-сиріт, захист їх прав, надання матеріальної та іншої допомоги;

створюють належні умови за місцем проживання для виховання дітей, молоді, розвитку здібностей, задоволення їх інтересів;

забезпечують у сільській місцевості регулярне безкоштовне підвезення до місця навчання і додому дітей дошкільного віку, учнів та педагогічних працівників;

організують професійне консультування молоді та продуктивну працю учнів;

визначають потреби, обсяги і розробляють пропозиції щодо державного замовлення на підготовку робітничих кадрів для регіону;

вирішують у встановленому порядку питання, пов'язані з наданням особам, які відбували покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі на певний строк, можливості здобувати загальну середню освіту. (Частина першу статті 14 доповнено абзацом згідно із Законом N 3167-IV () від 01.12.2005)

2. Місцевими органами державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування створюються відповідні органи управління освітою, діяльність яких спрямовується на:

управління навчальними закладами, що є комунальною власністю; організацію навчально-методичного забезпечення навчальних закладів, вдосконалення професійної кваліфікації педагогічних працівників, їх перепідготовку та атестацію у порядку, встановленому Міністерством освіти України;

координацію дій педагогічних, виробничих колективів, сім'ї, громадськості з питань навчання і виховання дітей;

визначення потреб, розроблення пропозицій щодо державного контракту і формування регіонального замовлення на педагогічні кадри, укладання договорів на їх підготовку;

контроль за дотриманням вимог щодо змісту, рівня і обсягу освіти, атестацію навчальних закладів, що є комунальною власністю.

Місцеві органи управління освітою у здійсненні своїх повноважень підпорядковані місцевим органам державної виконавчої влади, органам місцевого самоврядування та відповідним державним органам управління освітою у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Стаття 15. Державні стандарти освіти

1. Державні стандарти освіти встановлюють вимоги до змісту, обсягу і рівня освітньої та фахової підготовки в Україні. Вони є основою оцінки освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівня громадян незалежно від форм одержання освіти.

Державні стандарти освіти розробляються окремо з кожного освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівня і затверджуються Кабінетом Міністрів України. Вони підлягають перегляду та перезатвердженню не рідше як один раз на 10 років.

2. Відповідність освітніх послуг державним стандартам і вимогам визначається засновником навчального закладу, Міністерством

освіти України, Міністерством освіти Автономної Республіки Крим, Міністерствами і відомствами, яким підпорядковані навчальні заклади, місцевими органами управління освітою шляхом ліцензування, інспектування, атестації та акредитації навчальних закладів у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

3. За результатами ліцензування Міністерство освіти України, Міністерство освіти Автономної Республіки Крим, місцеві органи управління освітою у межах своїх повноважень надають навчальним закладам незалежно від форм власності ліцензії на право здійснення освітньої діяльності відповідно до державних вимог із встановленням за певними освітніми або освітньо-кваліфікаційними рівнями обсягів підготовки, які відповідають кадровому, науково-методичному та матеріально-технічному забезпеченню, вносять їх до державного реєстру навчальних закладів.

Невиконання або грубе порушення навчальним закладом умов і правил ліцензійної діяльності, подання та розповсюдження недостовірної інформації щодо її здійснення є підставою для призупинення дії або анулювання ліцензії.

4. За результатами акредитації вищих навчальних закладів, закладів післядипломної освіти Міністерство освіти України разом з міністерствами і відомствами, яким підпорядковані навчальні заклади:

визначає відповідність освітніх послуг державним стандартам певного освітньо-кваліфікаційного рівня за напрямками (спеціальностями), надає право видачі документа про освіту державного зразка;

встановлює рівень акредитації навчального закладу;

надає певну автономію навчального закладу відповідно до отриманого статусу;

інформує громадськість про якість освітньої та наукової діяльності вищих навчальних закладів;

вирішує в установленому порядку питання про реорганізацію вищого навчального закладу з наданням відповідного статусу або його ліквідацію.

5. За результатами атестації дошкільних, середніх, позашкільних та професійно-технічних навчальних закладів Міністерство освіти України, Міністерство освіти Автономної Республіки Крим, місцеві органи управління освітою у межах своїх повноважень:

визначають відповідність освітніх послуг, які надаються навчальними закладами, державним стандартам певного освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівня;

приймають рішення про створення спеціалізованих навчальних закладів: шкіл, колегіумів, ліцеїв, гімназій тощо;

вносять пропозиції Міністерству освіти України про надання відповідного статусу професійно-технічним навчальним закладам;

приймають рішення про створення, реорганізацію або ліквідацію навчальних закладів.

6. За особливі досягнення в роботі навчального закладу Президентом України може бути надано статус національного навчального закладу.

Стаття 16. Органи громадського самоврядування в освіті

1. Органами громадського самоврядування в освіті є:

загальні збори (конференція) колективу навчального закладу;

районна, міська, обласна конференції педагогічних працівників, з'їзд працівників освіти Автономної Республіки Крим;

Всеукраїнський з'їзд працівників освіти.

2. Органи громадського самоврядування в освіті можуть об'єднувати учасників навчально-виховного процесу, спеціалістів певного професійного спрямування.

3. Органи громадського самоврядування в освіті вносять пропозиції щодо формування державної політики в галузі освіти, вирішують у межах своїх повноважень питання навчально-виховної, науково-дослідної, методичної, економічної і фінансово-господарської діяльності навчальних закладів.

Повноваження органів громадського самоврядування в освіті визначає в межах чинного законодавства Міністерство освіти України за участю представників профспілок, всеукраїнських педагогічних (освітянських) об'єднань.

Стаття 17. Самоврядування навчальних закладів

Самоврядування навчальних закладів передбачає їх право на:

самостійне планування роботи, вирішення питань навчально-виховної, науково-дослідної, методичної, економічної і фінансово-господарської діяльності;

участь у формуванні планів прийому учнів, студентів, слухачів з урахуванням державного контракту (замовлення) та угод підприємств, установ, організацій, громадян;

визначення змісту компонента освіти, що надається навчальним закладом понад визначений державою обсяг;

прийняття на роботу педагогічних, науково-педагогічних, інженерно-педагогічних та інших працівників, а також фахівців з інших держав, у тому числі за контрактами;

самостійне використання усіх видів асигнувань, затвердження структури і штатного розпису в межах встановленого фонду заробітної плати;

здійснення громадського контролю за організацією харчування, охорони здоров'я, охорони праці в навчальних закладах.

Стаття 18. Умови створення навчальних закладів

1. Навчальні заклади створюються органами державної виконавчої влади і органами місцевого самоврядування, підприємствами, становами, організаціями незалежно від форм власності, громадянами відповідно до соціально-економічних, національних, культурно-освітніх потреб у них за наявності необхідної матеріально-технічної, науково-методичної бази, педагогічних кадрів.

2. Навчальні заклади, засновані на загальнодержавній або комунальній власності, мають статус державного навчального закладу.

3. Навчальні заклади незалежно від їх статусу і належності забезпечують якість освіти в обсязі вимог державних стандартів освіти.

4. Потреба у вищих навчальних закладах незалежно від форм власності та їх мережа визначаються Кабінетом Міністрів України.

Потреба в професійно-технічних навчальних закладах визначається Кабінетом Міністрів України, а їх мережа — Міністерством освіти України.

Потреба в навчальних закладах, заснованих на комунальній власності, визначається місцевими органами державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування.

Порядок створення, реорганізації та ліквідації навчальних закладів встановлюється Кабінетом Міністрів України.

5. Діяльність навчального закладу розпочинається за наявності ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням послуг для одержання освіти і підготовкою фахівців різних рівнів кваліфікації. Ліцензія видається у порядку, що встановлюється Кабінетом Міністрів України.

6. Навчальні заклади діють на підставі власних статутів, затверджених:

Міністерством освіти України стосовно навчальних закладів, що засновані на загальнодержавній власності і перебувають у його системі;

міністерствами, відомствами України, яким підпорядковані навчальні заклади, засновані на загальнодержавній власності, за погодженням з Міністерством освіти України;

Міністерством освіти України стосовно вищих навчальних закладів, заснованих на інших формах власності;

місцевими органами державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування стосовно державних навчальних закладів, що є комунальною власністю, і навчальних закладів (крім вищих навчальних закладів), заснованих на інших формах власності.

7. Навчальні заклади повинен мати власну назву, в якій обов'язково вказується його тип (дитячий садок, школа, гімназія, лицей, колегіум, коледж, інститут, консерваторія, академія, університет чи інше) та організаційно-правова форма.

Стаття 19. Наукове і методичне забезпечення освіти

Наукове і методичне забезпечення освіти здійснюють Міністерство освіти України, Національна Академія наук України, Академія педагогічних наук України, міністерства і відомства, яким підпорядковані навчальні заклади, Міністерство освіти Автономної Республіки Крим, вищі навчальні заклади, академічні, галузеві науководослідні інститути, заклади післядипломної освіти, інші науково-методичні і методичні установи у взаємодії з відповідними підприємствами, творчими спілками, асоціаціями, товариствами, громадськими науковими організаціями.

Стаття 20. Керівник навчального закладу

1. Навчальний заклад очолює його керівник (завідуючий, директор, ректор, президент тощо).

2. Керівники навчальних закладів, що є загальнодержавною власністю і підпорядковані Міністерству освіти України, обираються за конкурсом і призначаються на посаду Міністерством освіти України шляхом укладання з ними контракту відповідно до порядку, що затверджується Кабінетом Міністрів України.

3. Керівники навчальних закладів, що є загальнодержавною власністю і підпорядковані іншим міністерствам і відомствам України, обираються за конкурсом і призначаються на посаду (за попереднім погодженням з Міністерством освіти України) відповідними міністерствами і відомствами України шляхом укладання з ними контракту.

2. Керівники навчальних закладів, що є комунальною власністю, призначаються Міністерством освіти Автономної Республіки Крим, відповідними обласними, міськими, районними органами управління освітою за попереднім погодженням з місцевими органами державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування.

5. Керівники навчальних закладів, заснованих на інших формах власності, призначаються їх засновниками або уповноваженими ними органами за попереднім погодженням з відповідними органами управління освітою місцевих органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

6. Керівники вищих навчальних закладів щорічно звітують перед загальними зборами (конференцією) колективу навчального закладу.

Стаття 21. Психологічна служба в системі освіти

У системі освіти діє державна психологічна служба.

Психологічне забезпечення навчально-виховного процесу в навчальних закладах здійснюють практичні психологи. За своїм статусом практичні психологи належать до педагогічних працівників.

Стаття 22. Соціально-педагогічний патронаж у системі освіти
Соціально-педагогічний патронаж у системі освіти сприяє взаємодії навчальних закладів, сім'ї і суспільства у вихованні дітей, їх адаптації до умов соціального середовища, забезпечує консультативну допомогу батькам, особам, які їх замінюють. Педагогічний патронаж здійснюється соціальними педагогами. За своїм статусом соціальні педагоги належать до педагогічних працівників.

Стаття 23. Участь діячів науки, культури та представників інших сфер діяльності у навчально-виховній роботі

Діячі науки, культури та представники інших сфер діяльності за рішенням навчального закладу можуть брати участь у навчально-виховній роботі, керівництві учнівськими, студентськими об'єднаннями за інтересами, сприяти інтелектуальному, культурному розвитку учнівської, студентської молоді, подавати консультаційну допомогу педагогам.

Стаття 24. Організація медичного обслуговування у системі освіти

Організація безкоштовного медичного обслуговування в системі освіти забезпечується місцевими органами державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, здійснюється закладами Міністерства охорони здоров'я України, відомчими закладами охорони здоров'я відповідно до чинного законодавства.

Стаття 25. Організація харчування в навчальних закладах

Організація та відповідальність за харчування у державних навчальних закладах покладаються на місцеві органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, міністерства і

відомства України, яким підпорядковані навчальні заклади, керівників навчальних закладів і здійснюються за рахунок бюджетних асигнувань.

Харчування у навчальних закладах інших форм власності організовують засновник і керівник закладу.

Контроль та державний нагляд за якістю харчування покладається на органи охорони здоров'я.

Стаття 26. Забезпечення безпечних і нешкідливих умов навчання, праці та виховання

Забезпечення безпечних і нешкідливих умов навчання, праці та виховання у навчальних закладах покладається на їх власника або уповноважений ним орган, керівника навчального закладу.

Стаття 27. Документи про освіту

Випускнику державного або іншого акредитованого (атестованого) навчального закладу видається відповідний документ про освіту встановленого зразка.

Зразки документів про освіту затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Розділ II СИСТЕМА ОСВІТИ

Стаття 28. Поняття системи освіти

Система освіти складається із навчальних закладів, наукових, науково-методичних і методичних установ, науково-виробничих підприємств, державних і місцевих органів управління освітою та самоврядування в галузі освіти.

Стаття 29. Структура освіти

Структура освіти включає:

- дошкільну освіту;
- загальну середню освіту;
- позашкільну освіту;
- професійно-технічну освіту;
- вищу освіту;
- післядипломну освіту;
- аспірантуру;
- докторантуру;
- самоосвіту.

Стаття 30. Освітні та освітньо-кваліфікаційні рівні

1. В Україні встановлюються такі освітні рівні:

початкова загальна освіта;
базова загальна середня освіта;
повна загальна середня освіта;
професійно-технічна освіта;
базова вища освіта;
повна вища освіта.

2. В Україні встановлюються такі освітньо-кваліфікаційні рівні:
кваліфікований робітник;
молодший спеціаліст;
бакалавр;
спеціаліст, магістр.

Положення про освітні та освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту) затверджується Кабінетом Міністрів України.

Стаття 31. Наукові ступені

1. Науковими ступенями є:
кандидат наук;
доктор наук.

2. Наукові ступені кандидата і доктора наук присуджуються спеціалізованими вченими радами вищих навчальних закладів, наукових установ та організацій у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Стаття 32. Вчені звання

1. Вченими званнями є:
старший науковий співробітник;
доцент;
професор.

2. Вчені звання старший науковий співробітник, доцент, професор присвоюються на основі рішень вчених рад вищих навчальних закладів, наукових установ і організацій у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Стаття 33. Дошкільна освіта

Дошкільна освіта і виховання здійснюються у сім'ї, дошкільних навчальних закладах у взаємодії з сім'єю і мають на меті забезпечення фізичного, психічного здоров'я дітей, їх всебічного розвитку, набуття життєвого досвіду, вироблення умінь, навичок, необхідних для подальшого навчання.

Стаття 34. Дошкільні навчальні заклади

Дошкільними навчальними закладами є:
дошкільні навчальні заклади (ясла);

дошкільні навчальні заклади (ясла-садки);
дошкільні навчальні заклади (дитячі садки);
дошкільні навчальні заклади (ясла-садки) компенсуючого типу;
будинки дитини;
дошкільні навчальні заклади (дитячі будинки) інтернатного типу;

дошкільні навчальні заклади (ясла-садки) сімейного типу;
дошкільні навчальні заклади (ясла-садки) комбінованого типу;
дошкільні навчальні заклади (центри розвитку дитини);
дитячі будинки сімейного типу.

Прийом дітей у дошкільні навчальні заклади проводиться за бажанням батьків або осіб, які їх замінюють.

(Стаття 34 в редакції Закону N 2628-III () від 11.07.2001)

Стаття 35. Загальна середня освіта

1. Загальна середня освіта забезпечує всебічний розвиток дитини як особистості, її нахилів, здібностей, талантів, трудову підготовку, професійне самовизначення, формування загальнолюдської моралі, засвоєння визначеного суспільними, національно-культурними потребами обсягу знань про природу, людину, суспільство і виробництво, екологічне виховання, фізичне вдосконалення.

2. Держава гарантує молоді право на отримання повної загальної середньої освіти і оплачує її здобуття. Повна загальна середня освіта в Україні є обов'язковою і може отримуватись у різних типах навчальних закладів.

3. За рахунок коштів підприємств, установ і організацій, батьків та інших добровільних внесків можуть вводитися додаткові навчальні курси понад обсяг, визначений державним стандартом для відповідного освітнього рівня.

Стаття 36. Середні навчальні заклади

1. Основним видом середніх навчальних закладів є середня загальноосвітня школа трьох ступенів: перший — початкова школа, що забезпечує початкову загальну освіту, другий — основна школа, що забезпечує базову загальну середню освіту, третій — старша школа, що забезпечує повну загальну середню освіту.

2. Школи кожного з трьох ступенів можуть функціонувати разом або самостійно.

3. Навчання у середній загальноосвітній школі починається з шести- або семирічного віку.

4. Школи першого ступеня у сільській місцевості створюються незалежно від наявної кількості учнів. Відкриття таких шкіл, а також самостійних класів у них здійснюється за рішенням місцевих органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

5. За рішенням місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування для задоволення освітніх потреб населення можуть створюватися навчально-виховні комплекси “дошкільний навчальний заклад — загальноосвітній навчальний заклад”, “загальноосвітній навчальний заклад — дошкільний навчальний заклад” або об’єднання з іншими навчальними закладами, а також загальноосвітні навчальні заклади та групи продовженого дня.

(Частина п’ята статті 36 в редакції Закону N 2628-III () від 11.07.2001)

6. Для розвитку здібностей, обдарувань і талантів дітей створюються профільні класи (з поглибленим вивченням окремих предметів або початкової допрофесійної підготовки), спеціалізовані школи, гімназії, ліцеї, колегіуми, а також різні типи навчально-виховних комплексів, об’єднань. Особливо обдарованим дітям держава надає підтримку і заохочення (стипендії, направлення на навчання і стажування до провідних вітчизняних та закордонних освітніх, культурних центрів).

7. Для здобуття загальної середньої освіти можуть створюватися вечірні (змінні) школи, а також класи, групи з очною, заочною формами навчання при загальноосвітніх школах.

8. Бажаючим надається право і створюються умови для прискореного закінчення школи, складання іспитів екстерном.

Стаття 37. Навчальні заклади для громадян, які потребують соціальної допомоги та реабілітації

1. Для дітей, які не мають необхідних умов для виховання і навчання в сім’ї, створюються загальноосвітні школи-інтернати.

2. Для дітей-сиріт і дітей, які залишилися без піклування батьків, створюються школи-інтернати, дитячі будинки, в тому числі сімейного типу, з повним державним утриманням.

3. Для дітей, які потребують тривалого лікування, створюються дошкільні навчальні заклади, загальноосвітні санаторні школи-інтернати, дитячі будинки. Навчальні заняття з такими дітьми проводяться також у лікарнях, санаторіях, вдома.

4. Для осіб, які мають вади у фізичному чи розумовому розвитку і не можуть навчатися в масових навчальних закладах, створю-

ються спеціальні загальноосвітні школи-інтернати, школи, дитячі будинки, дошкільні та інші навчальні заклади з утриманням за рахунок держави.

5. Для дітей і підлітків, які потребують особливих умов виховання, створюються загальноосвітні школи і професійно-технічні училища соціальної реабілітації.

Стаття 38. Позашкільна освіта

1. Позашкільна освіта та виховання є частиною структури освіти і спрямовуються на розвиток здібностей, талантів дітей, учнівської та студентської молоді, задоволення їх інтересів, духовних запитів і потреб у професійному визначенні.

2. Позашкільна освіта та виховання здійснюються навчальними закладами, сім'єю, трудовими колективами, громадськими організаціями, товариствами, фондами і ґрунтуються на принципі добровільності вибору типів закладів, видів діяльності.

3. Держава забезпечує умови для одержання учнями і молоддю позашкільної освіти.

Стаття 39. Позашкільні навчальні заклади

1. До позашкільних навчальних закладів належать: палаци, будинки, центри, станції дитячої, юнацької творчості, учнівські та студентські клуби, дитячо-юнацькі спортивні школи, школи мистецтв, студії, початкові спеціалізовані мистецькі навчальні заклади, бібліотеки, оздоровчі та інші заклади.

2. Для здійснення навчально-виховної роботи позашкільним навчальним закладам надаються спортивні об'єкти, культурні, оздоровчі та інші заклади безкоштовно та на пільгових умовах. Порядок їх надання визначається місцевими органами державної виконавчої влади та органами місцевого самоврядування.

Стаття 40. Професійно-технічна освіта

1. Професійно-технічна освіта забезпечує здобуття громадянами професії відповідно до їх покликань, інтересів, здібностей, а також допрофесійну підготовку, перепідготовку, підвищення їх кваліфікації. (Частина перша статті 40 в редакції Закону N 1158-IV () від 11.09.2003)

2. Професійно-технічна освіта громадян здійснюється на базі повної загальної середньої освіти або базової загальної середньої освіти з наданням можливості здобувати повну загальну середню освіту.

3. Громадяни, які потребують соціальної допомоги і реабілітації, а також громадяни, які навчаються окремим професіям за переліком,

визначеним Кабінетом Міністрів України, можуть отримувати професію не маючи базової загальної середньої освіти.

Стаття 41. Професійно-технічні навчальні заклади
(Назва статті 41 в редакції Закону N 1158-IV () від 11.09.2003)

1. До професійно-технічних навчальних закладів належать:

професійно-технічне училище відповідного профілю;

професійне училище соціальної реабілітації;

вище професійне училище;

професійний ліцей;

професійний ліцей відповідного профілю;

професійно-художнє училище;

художнє професійно-технічне училище;

вище художнє професійно-технічне училище;

училище-агрофірма;

вище училище-агрофірма;

училище-завод;

центр професійно-технічної освіти;

центр професійної освіти;

навчально-виробничий центр;

центр підготовки і перепідготовки робітничих кадрів;

навчально-курсний комбінат;

навчальний центр;

інші типи навчальних закладів, що надають професійно-технічну освіту або здійснюють професійно-технічне навчання.

(Частина перша статті 41 в редакції Закону N 1158-IV () від 11.09.2003)

2. Професійно-технічні навчальні заклади можуть мати денні, вечірні відділення, створювати і входити в різні комплекси, об'єднання.

3. Професійно-технічні навчальні заклади здійснюють підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації громадян за державним замовленням, а також за угодами з підприємствами, об'єднаннями, установами, організаціями, окремими громадянами.

(Частина третя статті 41 із змінами, внесеними згідно із Законом N 1158-IV () від 11.09.2003)

4. Професійно-технічні навчальні заклади можуть мати одне або декілька підприємств (установ, організацій) — замовників підготовки кадрів. Відносини з підприємствами, установами та організаціями-замовниками підготовки кадрів регулюються

відповідно до укладених угод. (Частина четверта статті 41 в редакції Закону N 1158-IV () від 11.09.2003)

5. Учні державних професійно-технічних навчальних закладів із числа дітей-сиріт, дітей, позбавлених батьківського піклування, і дітей, які потребують особливих умов виховання, перебувають на повному утриманні держави, інші учні зазначених навчальних закладів забезпечуються безкоштовним харчуванням і стипендією.

Порядок повного державного утримання та забезпечення учнів державних професійно-технічних навчальних закладів безкоштовним харчуванням і стипендією визначається Кабінетом Міністрів України.

(Частина п'ята статті 41 із змінами, внесеними згідно із Законом N 1158-IV () від 11.09.2003)

6. Випускникам професійно-технічних навчальних закладів відповідно до їх освітньо-кваліфікаційного рівня присвоюється кваліфікація “кваліфікований робітник” з набутої професії відповідного розряду (категорії).

Випускникам вищих професійних училищ та центрів професійно-технічної освіти відповідно до їх освітньо-кваліфікаційного рівня може присвоюватися кваліфікація “молодший спеціаліст” тільки з акредитованого напрямку (спеціальності).

(Частина шоста статті 41 в редакції Закону N 1158-IV () від 11.09.2003)

7. Громадяни можуть також одержати професію, підвищити кваліфікацію, пройти перепідготовку безпосередньо на виробництві.

Стаття 42. Вища освіта

1. Вища освіта забезпечує фундаментальну, наукову, професійну та практичну підготовку, здобуття громадянами освітньо-кваліфікаційних рівнів відповідно до їх покликань, інтересів і здібностей, удосконалення наукової та професійної підготовки, перепідготовку та підвищення їх кваліфікації.

2. Вища освіта здійснюється на базі повної загальної середньої освіти. До вищих навчальних закладів, що здійснюють підготовку молодших спеціалістів, можуть прийматися особи, які мають базову загальну середню освіту.

3. Підготовка фахівців у вищих навчальних закладах може проводитися з відривом (очна), без відриву від виробництва (вечірня, заочна), шляхом поєднання цих форм, а з окремих спеціальностей — екстерном.

Держава створює умови громадянам України для реалізації їх права на здобуття вищої освіти.

Навчання у вищих навчальних закладах державної форми власності оплачується державою, за винятком випадків, передбачених частиною четвертою статті 61 цього Закону, у вищих навчальних закладах інших форм власності — юридичними та фізичними особами.

Прийом громадян до вищих навчальних закладів проводиться на конкурсній основі відповідно до здібностей незалежно від форми власності навчального закладу та джерел оплати за навчання.

Контроль за дотриманням принципів соціальної справедливості та законності при прийомі громадян до вищих навчальних закладів здійснюється органами, уповноваженими цим Законом.

4. Особливо обдарованим студентам забезпечується навчання та стажування за індивідуальними планами, встановлення спеціальних державних стипендій, створення умов для навчання за кордоном.

Стаття 43. Вищі навчальні заклади

1. Вищими навчальними закладами є: технікум (училище), коледж, інститут, консерваторія, академія, університет та інші.

2. Відповідно до статусу вищих навчальних закладів встановлено чотири рівні акредитації:

перший рівень — технікум, училище, інші прирівняні до них вищі навчальні заклади;

другий рівень — коледж, інші прирівняні до нього вищі навчальні заклади;

третій і четвертий рівні (залежно від наслідків акредитації) — інститут, консерваторія, академія, університет.

3. Вищі навчальні заклади здійснюють підготовку фахівців за такими освітньо-кваліфікаційними рівнями:

молодший спеціаліст — забезпечують технікуми, училища, інші вищі навчальні заклади першого рівня акредитації;

бакалавр — забезпечують коледжі, інші вищі навчальні заклади другого рівня акредитації;

спеціаліст, магістр — забезпечують вищі навчальні заклади третього і четвертого рівнів акредитації.

4. Вищі навчальні заклади певного рівня акредитації можуть здійснювати підготовку фахівців за освітньо-кваліфікаційними рівнями, які забезпечують навчальні заклади нижчого рівня акредитації.

5. Вищі навчальні заклади у встановленому порядку можуть створювати різні типи навчально-науково-виробничих комплексів, об'єднань, центрів, інститутів, філій, коледжів, ліцеїв, гімназій.

Стаття 44. Напрями діяльності вищого навчального закладу

1. Основними напрямками діяльності вищого навчального закладу є:

підготовка фахівців різних освітньо-кваліфікаційних рівнів;
підготовка та атестація наукових, науково-педагогічних кадрів;
науково-дослідна робота;
спеціалізація, підвищення кваліфікації, перепідготовка кадрів;
культурно-освітня, методична, видавнича, фінансово-господарська, виробничо-комерційна робота;
здійснення зовнішніх зв'язків.

2. Вищі навчальні заклади здійснюють свою діяльність за державним контрактом (замовленням) та угодами як основною формою регулювання відносин між навчальними закладами та підприємствами, установами, організаціями, громадянами.

Стаття 45. Наукова діяльність у системі вищої освіти

1. Наукова діяльність у системі вищої освіти включає виконання науково-дослідних робіт, підготовку наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації.

Науково-дослідна робота є складовою частиною підготовки фахівців і здійснюється науковими колективами, окремими вченими за договорами, контрактами, замовленнями, програмами, проектами. Для цього створюються наукові, науково-виробничі підрозділи, об'єднання, асоціації, технологічні парки, центри нових інформаційних технологій, науково-технічної творчості та інші формування.

2. Держава визнає пріоритет фундаментальних досліджень, що виконуються у системі освіти.

Стаття 46. Автономія вищого навчального закладу

1. Автономія може надаватися вищому навчальному закладу відповідно до рівня акредитації і передбачає права закладу на:

визначення змісту освіти;
визначення планів прийому студентів, аспірантів, докторантів з урахуванням державного контракту (замовлення) та угод з підприємствами, установами, організаціями, громадянами;
встановлення і присвоєння вчених звань вищого навчального закладу четвертого рівня акредитації;

інші повноваження, що делегують вищому навчальному закладу відповідно до його статусу державні органи управління освітою.

2. Вищий навчальний заклад може делегувати окремі свої повноваження державним органам управління освітою.

Стаття 47. Післядипломна освіта (спеціалізація, стажування, клінічна ординатура, підвищення кваліфікації та перепідготовка кадрів)

1. Післядипломна освіта — спеціалізоване вдосконалення освіти та професійної підготовки особи шляхом поглиблення, розширення й оновлення її професійних знань, умінь та навичок або отримання іншої професії, спеціальності на основі здобутого раніше освітньо-кваліфікаційного рівня та практичного досвіду. (Частина перша статті 47 в редакції Закону N 1158-IV () від 11.09.2003)

(Частина другу статті 47 виключено на підставі Закону N 1158-IV () від 11.09.2003)

3. Форми, терміни і зміст навчання, методичної та науково-дослідної діяльності визначаються закладами післядипломної освіти за погодженням із замовником.

Стаття 48. Заклади післядипломної освіти

1. До закладів післядипломної освіти належать:

академії, інститути (центри) підвищення кваліфікації, перепідготовки, вдосконалення, навчально-курсіві комбінати; підрозділи вищих навчальних закладів (філіали, факультети, відділення та інші);

професійно-технічні навчальні заклади; (Абзац четвертий частини першої статті 48 в редакції Закону N 1158-IV () від 11.09.2003) науково-методичні центри професійно-технічної освіти;

(Частина першу статті 48 доповнено абзацом згідно із Законом N 1158-IV () від 11.09.2003)

відповідні підрозділи в організаціях та на підприємствах.

2. Заклади післядипломної освіти можуть працювати заочною, вечірньою, заочною формами навчання, мати філіали і вести науково-дослідну роботу.

Стаття 49. Самоосвіта громадян

Для самоосвіти громадян державними органами, підприємствами, установами, організаціями, об'єднаннями громадян, громадянами створюються відкриті та народні університети, лекторії, бібліотеки, центри, клуби, теле-, радіонавчальні програми тощо.

Розділ III

УЧАСНИКИ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ

Стаття 50. Учасники навчально-виховного процесу

Учасниками навчально-виховного процесу є:

діти дошкільного віку, вихованці, учні, студенти, курсанти, слухачі, стажисти, клінічні ординатори, аспіранти, докторанти;

(Абзац другий статті 50 в редакції Закону N 2628-III () від 11.07.2001)

керівні, педагогічні, наукові, науково-педагогічні працівники, спеціалісти;

батьки або особи, які їх замінюють, батьки — вихователі дитячих будинків сімейного типу;

представники підприємств, установ, кооперативних, громадських організацій, які беруть участь у навчально-виховній роботі.

Стаття 51. Права вихованців, учнів, студентів, курсантів, слухачів, стажистів, клінічних ординаторів, аспірантів, докторантів

1. Вихованці, учні, студенти, курсанти, слухачі, стажисти, клінічні ординатори, аспіранти, докторанти відповідно мають гарантоване державою право на:

навчання для здобуття певного освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівнів;

вибір навчального закладу, форми навчання, освітньо-професійних та індивідуальних програм, позакласних занять;

додаткову відпустку за місцем роботи, скорочений робочий час та інші пільги, передбачені законодавством для осіб, які поєднують роботу з навчанням;

продовження освіти за професією, спеціальністю на основі одержаного освітньо-кваліфікаційного рівня, здобуття додаткової освіти відповідно до угоди із навчальним закладом;

одержання направлення на навчання, стажування до інших навчальних закладів, у тому числі за кордон;

користування навчальною, науковою, виробничою, культурною, спортивною, побутовою, оздоровчою базою навчального закладу;

доступ до інформації в усіх галузях знань;

участь у науково-дослідній, дослідно-конструкторській та інших видах наукової діяльності, конференціях, олімпіадах, виставках, конкурсах;

особисту або через своїх представників участь у громадському самоврядуванні, в обговоренні, вирішенні питань удосконалення навчально-виховного процесу, науково-дослідної роботи, призначення стипендій, організації дозвілля, побуту тощо;

участь в об'єднаннях громадян;

безпечні і нешкідливі умови навчання та праці;
забезпечення стипендіями, гуртожитками, інтернатами в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України;

трудова діяльність у встановленому порядку в позаурочний час; перерву в навчанні у вищих та професійно-технічних навчальних закладах;

користування послугами закладів охорони здоров'я, засобами лікування, профілактики захворювань та зміцнення здоров'я;

захист від будь-яких форм експлуатації, фізичного та психічного насильства, від дій педагогічних, інших працівників, які порушують права або принижують їх честь і гідність.

2. Відволікання учнів, студентів, курсантів, слухачів, стажистів, клінічних ординаторів, аспірантів, докторантів за рахунок навчального часу на роботу і здійснення заходів, не пов'язаних з процесом навчання, забороняється, крім випадків, передбачених рішенням Кабінету Міністрів України.

Стаття 52. Обов'язки вихованців, учнів, студентів, курсантів, слухачів, стажистів, клінічних ординаторів, аспірантів, докторантів

1. Обов'язками вихованців, учнів, студентів, курсантів, слухачів, стажистів, клінічних ординаторів, аспірантів, докторантів відповідно є: додержання законодавства, моральних, етичних норм;

систематичне та глибоке оволодіння знаннями, практичними навичками, професійною майстерністю, підвищення загального культурного рівня;

додержання статуту, правил внутрішнього розпорядку навчального закладу.

2. Випускники вищих навчальних закладів, які здобули освіту за кошти державного або місцевого бюджетів, направляються на роботу і зобов'язані відпрацювати за направленням і в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

3. Інші обов'язки осіб, що навчаються, можуть встановлюватися законодавством, положеннями про навчальні заклади та їх статутами.

Стаття 53. Додаткові види соціального і матеріального забезпечення вихованців, учнів, студентів, курсантів, слухачів, стажистів, клінічних

ординаторів, аспірантів, докторантів

1. Вихованцям, учням, студентам, курсантам, слухачам, стажистам, клінічним ординаторам, аспірантам, докторантам може надава-

тися додатково соціальна і матеріальна допомога за рахунок місцевих бюджетів, міністерств і відомств, підприємств, установ, організацій, коштів громадян, юридичних і фізичних осіб за межами України, благодійних організацій, а також з інших надходжень.

2. При загальноосвітніх закладах утворюються фонди загально-го обов'язкового навчання для надання матеріальної допомоги учням, їх оздоровлення, проведення культурних заходів, інших передбачених законодавством витрат. Фонди загального обов'язкового навчання утворюються за рахунок коштів місцевих бюджетів у розмірі не меншому трьох відсотків витрат на утримання шкіл, а також за рахунок залучення коштів підприємств, установ, організацій, інших джерел.

3. Для учнів, які проживають у сільській місцевості на відстані понад 3 кілометри від школи, забезпечується безкоштовне регулярне підвезення до школи і зі школи рейсовим транспортом або транспортом підприємств, установ та організацій.

4. На час виробничого навчання, практики учням і студентам забезпечуються робочі місця, безпечні та нешкідливі умови праці.

Порядок оплати виконаної роботи під час виробничого навчання і практики визначається Кабінетом Міністрів України.

П'ятдесят відсотків заробітної плати за виробниче навчання і виробничу практику учнів, слухачів професійно-технічних навчальних закладів направляється на рахунок навчального закладу для здійснення його статутної діяльності, зміцнення навчально-матеріальної бази, на соціальний захист учнів, слухачів, проведення культурно-масової і фізкультурно-спортивної роботи.

(Абзац третій частини четвертої статті 53 в редакції Закону N1158-IV () від 11.09.2003)

Стаття 54. Кадрове забезпечення сфери освіти

1. Педагогічною діяльністю можуть займатися особи з високими моральними якостями, які мають відповідну освіту, професійно-практичну підготовку, фізичний стан яких дозволяє виконувати службові обов'язки.

2. Педагогічну діяльність у навчальних закладах здійснюють педагогічні працівники, у вищих навчальних закладах третього і четвертого рівнів акредитації та закладах післядипломної освіти — науково-педагогічні працівники.

Перелік посад педагогічних та науково-педагогічних працівників встановлюється Кабінетом Міністрів України.

3. Педагогічні та науково-педагогічні працівники приймаються на роботу шляхом укладення трудового договору, в тому числі за контрактом. Прийняття на роботу науково-педагогічних працівників здійснюється на основі конкурсного відбору.

4. Педагогічні працівники підлягають атестації. За результатами атестації визначаються відповідність працівника займаній посаді, рівень його кваліфікації, присвоюються категорії, педагогічні звання. Порядок атестації педагогічних працівників встановлюється Міністерством освіти України.

Перелік категорій і педагогічних звань педагогічних працівників, порядок їх присвоєння визначаються Кабінетом Міністрів України.

Рішення атестаційної комісії є підставою для звільнення педагогічного працівника з роботи у порядку, встановленому законодавством.

Стаття 55. Права педагогічних та науково-педагогічних працівників

1. Педагогічні та науково-педагогічні працівники мають право на:

- захист професійної честі, гідності;
- вільний вибір форм, методів, засобів навчання, виявлення педагогічної ініціативи;
- індивідуальну педагогічну діяльність;
- участь у громадському самоврядуванні;
- користування подовженою оплачуваною відпусткою;
- забезпечення житлом у першочерговому порядку, пільгові кредити для індивідуального і кооперативного будівництва;
- придбання для працюючих у сільській місцевості основних продуктів харчування за цінами, встановленими для працівників сільського господарства;
- одержання службового житла;
- підвищення кваліфікації, перепідготовку, вільний вибір змісту, програм, форм навчання, навчальних закладів, установ та організацій, що здійснюють підвищення кваліфікації і перепідготовку.

2. Відволікання педагогічних та науково-педагогічних працівників від виконання професійних обов'язків не допускається за винятком випадків, передбачених чинним законодавством.

Стаття 56. Обов'язки педагогічних та науково-педагогічних працівників

Педагогічні та науково-педагогічні працівники зобов'язані: постійно підвищувати професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру;

забезпечувати умови для засвоєння вихованцями, учнями, студентами, курсантами, слухачами, стажистами, клінічними ординаторами, аспірантами навчальних програм на рівні обов'язкових вимог щодо змісту, рівня та обсягу освіти, сприяти розвитку здібностей дітей, учнів, студентів;

настановленням і особистим прикладом утверджувати повагу до принципів загальнолюдської моралі: правди, справедливості, відданості, патріотизму, гуманізму, доброти, стриманості, працелюбства, поміркованості, інших добродійностей;

виховувати у дітей та молоді повагу до батьків, жінки, старших за віком, народних традицій та звичаїв, національних, історичних, культурних цінностей України, її державного і соціального устрою, дбайливе ставлення до історико-культурного та природного середовища країни;

готувати учнів та студентів до свідомого життя в дусі взаєморозуміння, миру, злагоди між усіма народами, етнічними, національними, релігійними групами;

додержувати педагогічної етики, моралі, поважати гідність дитини, учня, студента;

захищати дітей, молодь від будь-яких форм фізичного або психічного насильства, запобігати вживанню ними алкоголю, наркотиків, іншим шкідливим звичкам.

Стаття 57. Гарантії держави педагогічним, науково-педагогічним працівникам та іншим категоріям працівників навчальних закладів

1. Держава забезпечує педагогічним та науково-педагогічним працівникам:

належні умови праці, побуту, відпочинку, медичне обслуговування;

підвищення кваліфікації не рідше одного разу на п'ять років; правовий, соціальний, професійний захист;

компенсації, встановлені законодавством, у разі втрати роботи, у зв'язку зі змінами в організації виробництва і праці;

призначення і виплату пенсії відповідно до чинного законодавства;

встановлення підвищених посадових окладів (ставок заробітної плати) за наукові ступені і вчені звання;

виплату педагогічним і науково-педагогічним працівникам надбавок за вислугу років щомісячно у відсотках до посадового окладу (ставки заробітної плати) залежно від стажу педагогічної роботи у таких розмірах: понад 3 роки — 10 відсотків, понад 10 років — 20 відсотків, понад 20 років — 30 відсотків;

(Установити, що у 2001 році положення і норми, передбачені абзацом восьмим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2001 рік згідно із Законом N 2120-III () від 07.12.2000)

(Установити, що у 2002 році положення і норми, передбачені абзацом восьмим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001) надання педагогічним працівникам щорічної грошової винагороди в розмірі до одного посадового окладу (ставки заробітної плати) за сумлінну працю, зразкове виконання службових обов'язків;

(Установити, що у 2002 році положення і норми, передбачені абзацом дев'ятим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001) виплату педагогічним і науково-педагогічним працівникам допомоги на оздоровлення у розмірі місячного посадового окладу (ставки заробітної плати) при наданні щорічної відпустки;

(Установити, що у 2001 році положення і норми, передбачені абзацом десятим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2001 рік згідно із Законом N 2120-III () від 07.12.2000)

(Установити, що у 2002 році положення і норми, передбачені абзацом десятим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001)

(Дію положень і норм абзацу одинадцятого частини першої статті 57 зупинено у 2006 році; оплата праці зазначених працівників здійснюється в межах бюджетних призначень на оплату праці та у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України згідно із Законом N 3235-IV () від 20.12.2005) (Дію абзацу одинадцятого частини першої статті 57 зупинено на 2004 рік згідно із Законом N 1344-IV () від 27.11.2003) (Дію абзацу одинадцятого частини першої статті 57 зупинено на 2003 рік згідно із Законом N 380-IV () від 26.12.2002) (Дію абзацу одинадцятого частини першої статті 57 зупинено на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001) встановлення середніх посадових окладів (ставок заробітної плати) науково-педагогічним працівникам вищих навчальних закладів третього та четвертого рівнів акредитації на рівні подвійної середньої заробітної плати працівників промисловості;

(Установити, що у 2001 році положення і норми, передбачені абзацом одинадцятим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2001 рік згідно із Законом N 2120-III () від 07.12.2000) (Установити, що у 2002 році положення і норми, передбачені абзацом одинадцятим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001) (Установити, що у 2005 році положення і норми, передбачені абзацом одинадцятим частини першої статті 57 діють в межах бюджетних призначень на оплату праці у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України згідно із Законами N 2285-IV () від 23.12.2004, N 2505-IV () від 25.03.2005)

(Дію положень і норм абзацу дванадцятого частини першої статті 57 зупинено у 2006 році; оплата праці зазначених працівників здійснюється в межах бюджетних призначень на оплату праці та у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України згідно із Законом N 3235-IV () від 20.12.2005) (Дію абзацу дванадцятого частини першої статті 57 зупинено на 2004 рік згідно із Законом N 1344-IV () від 27.11.2003) (Дію абзацу дванадцятого частини першої статті 57 зупинено на 2003 рік згідно із Законом N 380-IV () від 26.12.2002) (Дію абзацу дванадцятого частини першої статті 57 зупинено на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001) встановлення се-

редніх посадових окладів (ставок заробітної плати) педагогічним працівникам вищих навчальних закладів першого та другого рівнів акредитації та інших навчальних закладів на рівні не нижчому від середньої заробітної плати працівників промисловості.

(Установити, що у 2001 році положення і норми, передбачені абзацом дванадцятим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2001 рік згідно із Законом N 2120-III () від 07.12.2000)

(Установити, що у 2002 році положення і норми, передбачені абзацом дванадцятим частини першої статті 57 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001)

(Установити, що у 2005 році положення і норми, передбачені абзацом дванадцятим частини першої статті 57 діють в межах бюджетних призначень на оплату праці у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України згідно із Законами N 2285-IV () від 23.12.2004, N 2505-IV () від 25.03.2005) Перегляд заробітної плати педагогічним та науково-педагогічним працівникам провадиться двічі на рік з щоквартальною індексацією з урахуванням рівня інфляції.

Затвердження схеми посадових окладів (ставок заробітної плати) педагогічним, науково-педагогічним працівникам та підвищення (індексація) їх посадових окладів (ставок заробітної плати) проводиться у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

2. Держава забезпечує:

(Дію абзацу другої частини другої статті 57 зупинено на 2004 рік згідно із Законом N 1344-IV () від 27.11.2003) (Дію абзацу другої частини другої статті 57 зупинено на 2003 рік згідно із Законом N 380-IV () від 26.12.2002) (Дію абзацу другої частини другої статті 57 зупинено на 2002 рік згідно із Законом N 2905-III () від 20.12.2001) встановлення доплат спеціалістам, які працюють в системі освіти, до рівня середньомісячної заробітної плати працівників у цілому по народному господарству;

(Установити, що у 2005 році положення і норми, передбачені абзацом другим частини другої статті 57 діють в межах бюджетних призначень на оплату праці у порядку, визначеному Кабінетом

Міністрів України згідно із Законами N 2285-IV () від 23.12.2004, N 2505-IV () від 25.03.2005) встановлення середнього розміру посадових окладів (ставок заробітної плати) обслуговуючому персоналу відповідно до схеми посадових окладів (ставок заробітної плати), що визначені Кабінетом Міністрів України.

Перегляд рівня заробітної плати спеціалістам, які працюють у системі освіти, і обслуговуючому персоналу провадиться двічі на рік з щоквартальною індексацією з урахуванням рівня інфляції.

3. У разі захворювання педагогічного чи науково-педагогічного працівника, яке унеможлиблює виконання ними професійних обов'язків і обмежує перебування в дитячому, учнівському, студентському колективах, або тимчасового переведення за цих чи інших обставин на іншу роботу, за ним зберігається попередній середній заробіток.

У разі хвороби або каліцтва попередній середній заробіток виплачується до відновлення працездатності або встановлення інвалідності.

4. (Дію абзацу першого частини четвертої статті 57 відновлено згідно із Законом N 1801-IV () від 17.06.2004) (Дію абзацу першого частини четвертої статті 57 зупинено на 2004 рік згідно із Законом N 1344-IV () від 27.11.2003) (Дію абзацу першого частини четвертої статті 57 зупинено на 2003 рік згідно із Законом N 380-IV () від 26.12.2002) Педагогічним працівникам, які працюють у сільській місцевості і селищах міського типу, а також пенсіонерам, які раніше працювали педагогічними працівниками в цих населених пунктах і проживають у них, держава відповідно до чинного законодавства забезпечує безплатне користування житлом з опаленням і освітленням у межах встановлених норм.

Вони мають право на безоплатне одержання у власність земельної ділянки в межах земельної частки (паю) члена сільськогосподарського підприємства, сільськогосподарської установи та організації, розташованих на території відповідної ради, із земель сільськогосподарського підприємства, сільськогосподарської установи та організації, що приватизуються, або земель запасу чи резервного фонду, але не більше норм безоплатної передачі земельних ділянок громадянам, встановлених законом для ведення особистого селянського господарства. (Абзац другий частини четвертої статті 57 із змінами, внесеними згідно із Законом N 1377-IV () від 11.12.2003; в редакції Закону N 1694-IV () від 20.04.2004)

Дія абзацу другого цієї частини не поширюється на громадян, які раніше набули право на земельну частку (пай) та земельні ділянки для ведення особистого підсобного господарства чи для ведення особистого селянського господарства, крім випадків успадкування права на земельну частку (пай), земельні ділянки для ведення особистого підсобного господарства чи для ведення особистого селянського господарства відповідно до закону.

(Частину четверту доповнено абзацом згідно із Законом N 1694-IV () від 20.04.2004)

5. Педагогічним та науково-педагогічним працівникам за рахунок власних коштів навчальних закладів може надаватися матеріальна допомога для вирішення соціально-побутових питань.

Стаття 58. Заохочення педагогічних та науково-педагогічних працівників

За особливі трудові заслуги педагогічні та науково-педагогічні працівники можуть бути нагороджені державними нагородами, представлені до присудження державних премій України, відзначені знаками, грамотами, іншими видами морального та матеріального заохочення.

Стаття 59. Відповідальність батьків за розвиток дитини

1. Виховання в сім'ї є першоосновою розвитку дитини як особистості.

2. На кожного з батьків покладається однакова відповідальність за виховання, навчання і розвиток дитини.

3. Батьки та особи, які їх замінюють, зобов'язані:

постійно дбати про фізичне здоров'я, психічний стан дітей, створювати належні умови для розвитку їх природних здібностей;

поважати гідність дитини, виховувати працелюбність, почуття доброти, милосердя, шанобливе ставлення до державної і рідної мови, сім'ї, старших за віком, до народних традицій та звичаїв;

виховувати повагу до національних, історичних, культурних цінностей українського та інших народів, дбайливе ставлення до історико-культурного надбання та навколишнього природного середовища, любов до своєї країни;

сприяти здобуттю дітьми освіти у навчальних закладах або забезпечувати повноцінну домашню освіту відповідно до вимог щодо її змісту, рівня та обсягу;

виховувати повагу до законів, прав, основних свобод людини.

4. Держава надає батькам і особам, які їх замінюють, допомогу у виконанні ними своїх обов'язків, захищає права сім'ї.

Стаття 60. Права батьків

Батьки або особи, які їх замінюють, мають право:
вибирати навчальний заклад для неповнолітніх дітей;
обирати і бути обраними до органів громадського самоврядування навчальних закладів;
звертатися до державних органів управління освітою з питань навчання, виховання дітей;
захищати у відповідних державних органах і суді законні інтереси своїх дітей.

Розділ IV

**ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ,
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНА БАЗА НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

Стаття 61. Фінансово-господарська діяльність навчальних закладів та установ, організацій, підприємств системи освіти

1. Фінансування державних навчальних закладів та установ, організацій, підприємств системи освіти здійснюється за рахунок коштів відповідних бюджетів, коштів галузей народного господарства, державних підприємств і організацій, а також додаткових джерел фінансування.

2. Держава забезпечує бюджетні асигнування на освіту в розмірі не меншому десяти відсотків національного доходу, а також валютні асигнування на основну діяльність.

3. Кошти закладів і установ освіти та науки, які повністю або частково фінансуються з бюджету, одержані від здійснення або на здійснення діяльності, передбаченої їх статутними документами, не вважаються прибутком і не оподатковуються.

4. Додатковими джерелами фінансування є:

кошти, одержані за навчання, підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів відповідно до укладених договорів;

плата за надання додаткових освітніх послуг;

кошти, одержані за науково-дослідні роботи (послуги) та інші роботи, виконані навчальним закладом на замовлення підприємств, установ, організацій та громадян;

доходи від реалізації продукції навчально-виробничих майстерень, підприємств, цехів і господарств, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання;

дотації з місцевих бюджетів;

кредити і позички банків, дивіденди від цінних паперів та доходи від розміщення на депозитних вкладах тимчасово вільних позабюджетних коштів;

валютні надходження;

добровільні грошові внески, матеріальні цінності, одержані від підприємств, установ, організацій, окремих громадян;

інші кошти.

5. Розмір плати за весь строк навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів або за надання додаткових освітніх послуг встановлюється навчальним закладом у грошовій одиниці України — гривні, з урахуванням офіційно визначеного рівня інфляції за попередній календарний рік.

Розмір плати за весь строк навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів або за надання додаткових освітніх послуг встановлюється у договорі, що укладається між навчальним закладом та особою, яка навчатиметься, або юридичною особою, що оплачуватиме навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів або надання додаткових освітніх послуг, і не може змінюватися протягом усього строку навчання. Типовий договір затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі освіти і науки.

Розмір плати за весь строк навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів або за надання додаткових освітніх послуг публікується у загальнодержавних друкованих засобах масової інформації та інформаційних збірниках спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади в галузі освіти і науки.

Кошти, отримані навчальним закладом як плата за навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів або за надання додаткових освітніх послуг, не оподатковуються і не можуть бути вилучені в доход держави або місцевих бюджетів. Зазначені кошти знаходяться у розпорядженні навчального закладу за умови, якщо вони спрямовуються на статутну діяльність навчального закладу.

Плата за навчання, підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів або за надання додаткових освітніх послуг може вноситися за весь строк навчання, підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації кадрів або надання додаткових освітніх послуг повністю одноразово або частками — помісячно, по семестрах, щорічно.

(Статтю 61 доповнено частиною 5 згідно із Законом N 2887-III () від 13.12.2001)

6. Кошти, матеріальні цінності та нематеріальні активи, що надходять безкоштовно у вигляді безповоротної фінансової допомоги або добровільних пожертвувань юридичних і фізичних осіб, у тому числі нерезидентів, закладам і установам освіти та науки, метою діяльності яких не є одержання прибутку, для здійснення освітньої, наукової, оздоровчої, спортивної, культурної діяльності, не вважаються прибутком і не оподатковуються.

7. У разі одержання коштів з інших джерел бюджетні та галузеві асигнування навчальних закладів та установ, організацій системи освіти не зменшуються.

8. Бюджетні асигнування на освіту та позабюджетні кошти не підлягають вилученню та використовуються виключно за призначенням.

Стаття 62. Фінансування наукових досліджень

1. Фінансування фундаментальних та пошукових наукових досліджень, наукових програм, проектів державного значення у вищих навчальних закладах, науково-дослідних установах системи освіти здійснюється на конкурсній основі в обсязі не меншому десяти відсотків державних коштів, що виділяються на утримання вищих навчальних закладів.

2. Фінансування прикладних досліджень, розробок здійснюється за рахунок бюджету та інших джерел, а результати досліджень реалізуються як товар відповідно до чинного законодавства.

Стаття 63. Матеріально-технічна база навчальних закладів та установ, організацій, підприємств системи освіти

1. Матеріально-технічна база навчальних закладів та установ, організацій, підприємств системи освіти включає будівлі, споруди, землю, комунікації, обладнання, транспортні засоби, службове житло та інші цінності. Майно навчальних закладів та установ, організацій, підприємств системи освіти належить їм на правах, визначених чинним законодавством.

2. Земельні ділянки державних навчальних закладів, установ та організацій системи освіти передаються їм у постійне користування відповідно до Земельного кодексу України ().

3. Навчальні заклади самостійно розпоряджаються прибутками від господарської та іншої передбаченої їх статутами діяльності.

4. Основні фонди, оборотні кошти та інше майно державних навчальних закладів, установ, організацій та підприємств системи освіти не підлягають вилученню, крім випадків, передбачених чинним законодавством.

5. Об'єкти освіти і науки, що фінансуються з бюджету, а також підрозділи, технологічно пов'язані з навчальним та науковим процесом, не підлягають приватизації, перепрофілюванню або використанню не за призначенням.

6. Потреби державних навчальних закладів та установ, організацій системи освіти для розвитку їх матеріально-технічної бази задовольняються державою першочергово відповідно до затверджених Кабінетом Міністрів України нормативів.

Розділ V

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

Стаття 64. Міжнародне співробітництво у державній системі освіти

1. Навчальні заклади, наукові, науково-виробничі установи системи освіти, органи державного управління освітою мають право укладати договори про співробітництво, встановлювати прямі зв'язки із навчальними закладами, науковими установами системи освіти зарубіжних країн, міжнародними організаціями, фондами тощо відповідно до чинного законодавства України.

2. Державні навчальні заклади та наукові, науково-виробничі установи державної системи освіти, органи державного управління освітою мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до законодавства на основі договорів, укладених ними з іноземними юридичними, фізичними особами, мати власний валютний рахунок, створювати спільні підприємства.

3. Міністерство освіти України, міністерства і відомства, яким підпорядковані навчальні заклади, Вища атестаційна комісія України разом з іншими державними установами, організаціями проводять роботу, пов'язану з встановленням еквівалентності атестатів і дипломів, міжнародним визнанням навчальних курсів, кваліфікацій, вчених ступенів і звань.

4. (Частина четверта статті 64 втратила чинність в частині звільнення від сплати ввізного мита, митних та акцизних зборів і податку на добавлену вартість з товарів, що ввозяться (пересилаються) на митну територію України на підставі Закону N від 17.12.96) Дер-

жава сприяє міжнародному співробітництву навчальних закладів та органів управління освітою, виділяє їм відповідні валютні асигнування, звільняє від

оподаткування, сплати мита і митного збору за навчальне, наукове та виробниче обладнання та приладдя, що надходять для них з-за кордону для навчальних і наукових цілей.

5. Валютні, матеріальні надходження від зовнішньоекономічної діяльності використовуються державними навчальними закладами, науковими, науково-виробничими установами системи освіти для забезпечення їх власної статутної діяльності згідно з чинним законодавством.

Розділ VI МІЖНАРОДНІ ДОГОВОРИ

Стаття 65. Міжнародні договори

Якщо міжнародним договором України встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством України про освіту, то застосовуються правила міжнародного договору.

Розділ VII ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ОСВІТУ

Стаття 66. Відповідальність за порушення законодавства про освіту

Посадові особи і громадяни, винні в порушенні законодавства про освіту, несуть відповідальність згідно з чинним законодавством України.

Голова Верховної Ради Української РСР Л.КРАВЧУК

м. Київ, 23 травня 1991 року
N 1060-XII

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про вищу освіту

(Відомості Верховної Ради (ВВР), 2002, N 20, ст.134)

- (Із змінами, внесеними згідно із Законами
N 380-IV () від 26.12.2002, ВВР, 2003, N 10-11, ст.86
N 1004-IV () від 19.06.2003, ВВР, 2004, N 2, ст.9
N 1158-IV () від 11.09.2003, ВВР, 2004, N 8, ст.67
N 1344-IV () від 27.11.2003, ВВР, 2004, N 17-18, ст.250)
(Щодо визнання неконституційними окремих положень див.
Рішення Конституційного Суду
N 14-рп/2004 () від 07.07.2004)
(Із змінами, внесеними згідно із Законами
N 2229-IV () від 14.12.2004, ВВР, 2005, N 4, ст.103
N 2505-IV () від 25.03.2005, ВВР, 2005, N 17, N 18-19, ст.267
N 3074-IV () від 04.11.2005, ВВР, 2006, N 5-6, ст.72)

Цей Закон спрямований на врегулювання суспільних відносин у галузі навчання, виховання, професійної підготовки громадян України. Він встановлює правові, організаційні, фінансові та інші засади функціонування системи вищої освіти, створює умови для самореалізації особистості, забезпечення потреб суспільства і держави у кваліфікованих фахівцях.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Основні терміни та їх визначення

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються у такому значенні:

вища освіта — рівень освіти, який здобувається особою у вищому навчальному закладі в результаті послідовного, системного та цілеспрямованого процесу засвоєння змісту навчання, який ґрунтується на повній загальній середній освіті й завершується здобуттям певної кваліфікації за підсумками державної атестації;

зміст вищої освіти — обумовлена цілями та потребами суспільства система знань, умінь і навичок, професійних, світоглядних і громадянських якостей, що має бути сформована в процесі навчання з урахуванням перспектив розвитку суспільства, науки, техніки, технологій, культури та мистецтва;

зміст навчання — структура, зміст і обсяг навчальної інформації, засвоєння якої забезпечує особі можливість здобуття вищої освіти і певної кваліфікації;

державна атестація осіб, які закінчують вищі навчальні заклади — становлення відповідності рівня якості отриманої ними вищої освіти вимогам стандартів вищої освіти по закінченню навчання за напрямом, спеціальністю;

нормативний термін навчання — термін навчання за денною (очною) формою, необхідний для засвоєння особою нормативної та вибіркової частин змісту навчання і встановлений стандартом вищої освіти;

стандарт вищої освіти — сукупність норм, які визначають зміст вищої освіти, зміст навчання, засіб діагностики якості вищої освіти та нормативний термін навчання;

освітній рівень вищої освіти — характеристика вищої освіти за ознаками ступеня сформованості інтелектуальних якостей особи, достатніх для здобуття кваліфікації, яка відповідає певному освітньо-кваліфікаційному рівню;

освітньо-кваліфікаційний рівень вищої освіти — характеристика вищої освіти за ознаками ступеня сформованості знань, умінь та навичок особи, що забезпечують її здатність виконувати завдання та обов'язки (роботи) певного рівня професійної діяльності;

рівень професійної діяльності — характеристика професійної діяльності за ознаками певної сукупності професійних завдань та обов'язків (робіт), які виконує фахівець;

професійна підготовка — здобуття кваліфікації за відповідним напрямом підготовки або спеціальністю;

вищий навчальний заклад — освітній, освітньо-науковий заклад, який заснований і діє відповідно до законодавства про освіту, реалізує відповідно до наданої ліцензії освітньо-професійні програми вищої освіти за певними освітніми та освітньо-кваліфікаційними рівнями, забезпечує навчання, виховання та професійну підготовку осіб відповідно до їх покликання, інтересів, здібностей та нормативних вимог у галузі вищої освіти, а також здійснює наукову та науково-технічну діяльність;

вищий навчальний заклад державної форми власності — вищий навчальний заклад, заснований державою, що фінансується з державного бюджету і підпорядковується відповідному центральному органу виконавчої влади;

вищий навчальний заклад, що перебуває у власності Автономної Республіки Крим, — вищий навчальний заклад, заснований органами влади Автономної Республіки Крим, що фінансується з бюджету Автономної Республіки Крим і підпорядкований органам влади Автономної Республіки Крим;

вищий навчальний заклад комунальної форми власності — вищий навчальний заклад, заснований місцевими органами влади, що фінансується з місцевого бюджету і підпорядкований місцевим органам влади;

вищий навчальний заклад приватної форми власності — вищий навчальний заклад, заснований на приватній власності і підпорядкований власнику (власникам);

освітня діяльність — діяльність, пов'язана з наданням послуг для здобуття вищої освіти, з видачею відповідного документа;

ліцензування — процедура визнання спроможності вищого навчального закладу певного типу розпочати освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації, відповідно до вимог стандартів вищої освіти, а також до державних вимог щодо кадрового, науково-методичного та матеріально-технічного забезпечення;

ліцензований напрям — напрям, за яким вищий навчальний заклад певного типу визнаний спроможним провадити освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації;

ліцензована спеціальність — спеціальність відповідного освітньо — кваліфікаційного рівня, за якою вищий навчальний заклад певного типу визнаний спроможним провадити освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації;

акредитація — процедура надання вищому навчальному закладу певного типу права провадити освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації, відповідно до вимог стандартів вищої освіти, а також до державних вимог щодо кадрового, науково-методичного та матеріально-технічного забезпечення;

рівень акредитації — рівень спроможності вищого навчального закладу певного типу провадити освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації;

акредитований напрям — напрям, за яким вищий навчальний заклад певного типу отримав право провадити освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації;

акредитована спеціальність — спеціальність відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня, за якою вищий навчальний заклад певного типу отримав право провадити освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації;

акредитований вищий навчальний заклад — вищий навчальний заклад, що визнаний спроможним провадити освітню діяльність, пов'язану із здобуттям вищої освіти та кваліфікації, за напрямами і спеціальностями відповідних освітньо-кваліфікаційних рівнів, не менше двох третин з яких є акредитованими;

якість вищої освіти — сукупність якостей особи з вищою освітою, що відображає її професійну компетентність, ціннісну орієнтацію, соціальну спрямованість і обумовлює здатність задовольняти як особисті духовні і матеріальні потреби, так і потреби суспільства;

якість освітньої діяльності — сукупність характеристик системи вищої освіти та її складових, яка визначає її здатність задовольняти встановлені і передбачені потреби окремої особи або(та) суспільства.

Стаття 2. Законодавство України про вищу освіту

Законодавство України про вищу освіту базується на Конституції України () і складається з законів України “Про освіту” (), “Про наукову і науково-технічну діяльність” (), цього Закону та інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до нього.

Якщо міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством про вищу освіту, то застосовуються правила міжнародних договорів.

Стаття 3. Державна політика у галузі вищої освіти

1. Державна політика у галузі вищої освіти визначається Верховною Радою України.

2. Державна політика у галузі вищої освіти ґрунтується на принципах:

доступності та конкурсності здобуття вищої освіти кожним громадянином України;

незалежності здобуття вищої освіти від впливу політичних партій, громадських і релігійних організацій;

інтеграції системи вищої освіти України у світові системи освіти; у вищій освіті при збереженні і розвитку досягнень наукової освіти української вищої школи; у центрі

наступності процесу здобуття вищої освіти;

державної підтримки підготовки фахівців для потреб економіки; А інших напрямів фундаментальних і прикладних наукових досліджень; засновані на відкритості при формуванні структури та обсягів освіти з та професійної підготовки фахівців. і органами

3. Реалізація державної політики у галузі вищої освіти забезпечується шляхом: і власно

збереження і розвитку системи вищої освіти та її функціонування і її якості; і місцеве

підвищення рівня освіченості громадян України. і підвищення їх можливостей для отримання вищої освіти; і освіти — створення та забезпечення рівних умов доступу до і підготовки вищої освіти;

надання цільових, пільгових державних кредитів і грантів для здобуття вищої освіти у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України; і освіти вищої

забезпечення збалансованої структури та обсягів освіти; і діяльності фахівців з вищою освітою, що здійснюється у вищих і, відповідних закладах державної та комунальної форми власності; і коштів відповідних бюджетів, фізичних і юридичних осіб, і званням потреб особи, а також інтересів держави та територіальних громад;

надання особам, які навчаються у вищих навчальних закладах, пільг та соціальних гарантій у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України; і адити соціальних гарантій; і адити соціальних гарантій

належної підтримки підготовки фахівців з числа і відповідних нові спеціальних освітніх технологій. і відповідних навчальних закладів

Стаття 4. Право громадян на вищу освіту і адити соціальних гарантій

1. Громадяни України мають право на здобуття і адити соціальних гарантій

Громадяни України мають право безоплатно здобути і адити соціальних гарантій вищу освіту в державних і комунальних вищих навчальних закладах на конкурсній основі в межах стандартів вищої освіти і адити соціальних гарантій певний освітньо-кваліфікаційний рівень громадянин здобуває і адити соціальних гарантій. Вони вільні у виборі форми здобуття вищої освіти, вищого і адити соціальних гарантій закладу, напряму підготовки і спеціальності. і адити соціальних гарантій

2. Іноземці та особи без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах, мають право на здобуття вищої освіти і адити соціальних гарантій, крім

права на здобуття вищої освіти за рахунок коштів Державного бюджету України, місцевих бюджетів, якщо інше не встановлено міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Стаття 5. Мова (мови) навчання у вищих навчальних закладах

Мова (мови) навчання у вищих навчальних закладах визначається відповідно до Конституції України () та закону України про мови.

Розділ II

СТРУКТУРА ВИЩОЇ ОСВІТИ.

ДОКУМЕНТИ ПРО ВИЩУ ОСВІТУ

Стаття 6. Структура вищої освіти

1. До структури вищої освіти входять освітні й освітньо-кваліфікаційні рівні:

1) освітні рівні:

неповна вища освіта;

базова вища освіта;

повна вища освіта;

2) освітньо-кваліфікаційні рівні:

молодший спеціаліст;

бакалавр;

спеціаліст, магістр.

2. У вищих навчальних закладах підготовка за напрямками і спеціальностями фахівців всіх освітніх та освітньо-кваліфікаційних рівнів здійснюється за відповідними освітньо-професійними програмами ступенево або неперервно залежно від вимог до рівня оволодіння певною сукупністю умінь та навичок, необхідних для майбутньої професійної діяльності.

Стаття 7. Освітні рівні вищої освіти

1. Неповна вища освіта-освітній рівень вищої освіти особи, який характеризує сформованість її інтелектуальних якостей, що визначають розвиток особи як особистості і є достатніми для здобуття нею кваліфікацій за освітньо-кваліфікаційним рівнем молодшого спеціаліста.

2. Базова вища освіта — освітній рівень вищої освіти особи, який характеризує сформованість її інтелектуальних якостей, що визначають розвиток особи як особистості і є достатніми для здобуття нею кваліфікацій за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра.

3. Повна вища освіта — освітній рівень вищої освіти особи, який характеризує сформованість її інтелектуальних якостей, що визначають розвиток особи як особистості і є достатніми для здобуття нею кваліфікацій за освітньо-кваліфікаційним рівнем спеціаліста або магістра.

4. Вищу освіту мають особи, які завершили навчання у вищих навчальних закладах, успішно пройшли державну атестацію відповідно до стандартів вищої освіти і отримали відповідний документ про вищу освіту державного зразка.

Державна атестація осіб, які закінчують вищі навчальні заклади усіх форм власності, здійснюється державною екзаменаційною комісією. Положення про державну екзаменаційну комісію затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Стаття 8. Освітньо-кваліфікаційні рівні вищої освіти

1. Молодший спеціаліст — освітньо-кваліфікаційний рівень вищої освіти особи, яка на основі повної загальної середньої освіти здобула неповну вищу освіту, спеціальні уміння та знання, достатні для здійснення виробничих функцій певного рівня професійної діяльності, що передбачені для первинних посад у певному виді економічної діяльності.

Особам, які завершили навчання в акредитованому вищому професійному училищі, центрі професійно-технічної освіти, може присвоюватись освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста за відповідним напрямом (спеціальністю), з якого також здійснюється підготовка робітників високого рівня кваліфікації. (Частина першу статті 8 доповнено абзацом другим згідно із Законом N 1158-IV () від 11.09.2003)

Особи, які мають базову загальну середню освіту, можуть одночасно навчатися за освітньо-професійною програмою підготовки молодшого спеціаліста і здобувати повну загальну середню освіту.

2. Бакалавр — освітньо-кваліфікаційний рівень вищої освіти особи, яка на основі повної загальної середньої освіти здобула базову вищу освіту, фундаментальні і спеціальні уміння та знання щодо узагальненого об'єкта праці (діяльності), достатні для виконання завдань та обов'язків (робіт) певного рівня професійної діяльності, що передбачені для первинних посад у певному виді економічної діяльності.

Підготовка фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра може здійснюватися на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста.

Особи, які в період навчання за освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра у вищих навчальних закладах другого-четвертого рівнів акредитації припинили подальше навчання, мають право за індивідуальною програмою здобути освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста за однією із спеціальностей, відповідних напряму підготовки бакалавра, у тому самому або іншому акредитованому вищому навчальному закладі.

3. Спеціаліст — освітньо-кваліфікаційний рівень вищої освіти особи, яка на основі освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра здобула повну вищу освіту, спеціальні уміння та знання, достатні для виконання завдань та обов'язків (робіт) певного рівня професійної діяльності, що передбачені для первинних посад у певному виді економічної діяльності.

4. Магістр — освітньо-кваліфікаційний рівень вищої освіти особи, яка на основі освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра здобула повну вищу освіту, спеціальні уміння та знання, достатні для виконання професійних завдань та обов'язків (робіт) інноваційного характеру певного рівня професійної діяльності, що передбачені для первинних посад у певному виді економічної діяльності.

Підготовка фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня магістра може здійснюватися на основі освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста.

Особи, які в період навчання за освітньо-професійною програмою підготовки магістра припинили подальше навчання, мають право за індивідуальною програмою здобути освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста за такою ж або спорідненою спеціальністю у тому самому або іншому акредитованому вищому навчальному закладі.

5. Підготовка фахівців освітньо-кваліфікаційних рівнів спеціаліста та магістра медичного та ветеринарно-медичного спрямувань може здійснюватися на основі повної загальної середньої освіти.

Стаття 9. Документи про вищу освіту

1. Встановлюються такі види документів, які засвідчують здобуття особою вищої освіти та кваліфікації за певними освітньо-кваліфікаційними рівнями:

- диплом молодшого спеціаліста;
- диплом бакалавра;
- диплом спеціаліста;
- диплом магістра.

Зразки документів про вищу освіту затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Вищий навчальний заклад, вище професійне училище, центр професійно-технічної освіти мають право видавати документ про вищу освіту державного зразка тільки з акредитованого напрямку (спеціальності). (Абзац сьомий частини першої статті 9 із змінами, внесеними згідно із Законом N 1158-IV () від 11.09.2003)

Для осіб, які навчалися за кошти державного бюджету, документи про вищу освіту виготовляються та видаються за рахунок коштів Державного бюджету України. (Установити, що у 2004 році положення і норми, передбачені абзацом восьмим частини першої статті 9 реалізуються в розмірах і порядку, визначених Кабінетом Міністрів України, в межах видатків, врахованих у розрахунках до Державного бюджету України та місцевих бюджетів на 2004 рік згідно із Законом N 1344-IV () від 27.11.2003)

2. Особи, відраховані із вищого навчального закладу до завершення навчання за освітньо-професійними програмами, отримують академічні довідки встановленого спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки зразка.

Стаття 10. Післядипломна освіта

1. Післядипломна освіта — спеціалізоване вдосконалення освіти та професійної підготовки особи шляхом поглиблення, розширення і оновлення її професійних знань, умінь і навичок або отримання іншої спеціальності на основі здобутого раніше освітньо-кваліфікаційного рівня та практичного досвіду.

Післядипломна освіта створює умови для безперервності та наступності освіти і включає:

перепідготовку — отримання іншої спеціальності на основі здобутого раніше освітньо-кваліфікаційного рівня та практичного досвіду;

спеціалізацію — набуття особою здатностей виконувати окремі завдання та обов'язки, які мають особливості, в межах спеціальності;

розширення профілю (підвищення кваліфікації) — набуття особою здатностей виконувати додаткові завдання та обов'язки в межах спеціальності;

стажування — набуття особою досвіду виконання завдань та обов'язків певної спеціальності.

Особа, яка пройшла перепідготовку і успішно пройшла державну атестацію, отримує відповідний документ про вищу освіту.

Особа, яка успішно пройшла стажування або спеціалізацію чи розширила профіль (підвищила кваліфікацію), отримує відповідний документ про післядипломну освіту.

Зразки документів про післядипломну освіту затверджуються спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

2. Післядипломна освіта здійснюється вищими навчальними закладами післядипломної освіти або структурними підрозділами вищих навчальних закладів відповідного рівня акредитації, в тому числі на підставі укладених договорів.

Розділ III

СТАНДАРТИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Стаття 11. Система стандартів вищої освіти

1. Систему стандартів вищої освіти складають державний стандарт вищої освіти, галузеві стандарти вищої освіти та стандарти вищої освіти вищих навчальних закладів.

Стандарти вищої освіти є основою оцінки якості вищої освіти та професійної підготовки, а також якості освітньої діяльності вищих навчальних закладів незалежно від їх типів, рівнів акредитації та форм навчання.

2. Державний стандарт вищої освіти містить складові:

перелік кваліфікацій за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями;

перелік напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями;

вимоги до освітніх рівнів вищої освіти;

вимоги до освітньо-кваліфікаційних рівнів вищої освіти.

3. Галузеві стандарти вищої освіти містять складові:

освітньо-кваліфікаційні характеристики випускників вищих навчальних закладів;

освітньо-професійні програми підготовки;

засоби діагностики якості вищої освіти.

4. Стандарти вищої освіти вищих навчальних закладів містять складові:

перелік спеціалізацій за спеціальностями;

варіативні частини освітньо-кваліфікаційних характеристик випускників вищих навчальних закладів;

варіативні частини освітньо-професійних програм підготовки;
варіативні частини засобів діагностики якості вищої освіти;
навчальні плани;
програми навчальних дисциплін.

5. Порядок розроблення стандартів вищої освіти та внесення змін до них, а також здійснення контролю за їх дотриманням визначається Кабінетом Міністрів України.

Стаття 12. Державний стандарт вищої освіти

1. Перелік кваліфікацій за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями містить перелік назв кваліфікацій, які визначаються через професійні назви робіт, що мають виконувати фахівці певного освітньо-кваліфікаційного рівня на первинних посадах.

2. Перелік напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями, містить перелік назв напрямів, що відображають споріднений зміст вищої освіти і професійної підготовки, та перелік назв спеціальностей, що відображають неповторювані узагальнені об'єкти діяльності або виробничі функції та предмети діяльності.

3. Вимоги до освітніх рівнів вищої освіти містять вимоги до рівня сформованості у особи соціальних і громадянських якостей з урахуванням особливостей майбутньої професійної діяльності, а також вимоги до формування у неї патріотизму до України та до знання української мови.

4. Вимоги до освітньо-кваліфікаційних рівнів вищої освіти містять вимоги до професійної підготовки фахівців з урахуванням суспільного поділу праці.

5. Перелік кваліфікацій за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями, вимоги до освітніх та освітньо-кваліфікаційних рівнів вищої освіти затверджуються Кабінетом Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки, погодженим із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі праці та соціальної політики.

Перелік напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями, затверджується Кабінетом Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Стаття 13. Галузеві стандарти вищої освіти

1. Освітньо-кваліфікаційна характеристика випускника вищого навчального закладу відображає цілі вищої освіти та професійної підготовки, визначає місце фахівця в структурі галузей економіки держави і вимоги до його компетентності, інших соціально важливих якостей, систему виробничих функцій і типових завдань діяльності й умінь для їх реалізації.

Освітньо-кваліфікаційні характеристики випускників вищих навчальних закладів затверджуються спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі праці та соціальної політики.

2. Освітньо-професійна програма підготовки визначає нормативний термін та нормативну частину змісту навчання за певним напрямом або спеціальністю відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня, встановлює вимоги до змісту, обсягу та рівня освіти й професійної підготовки фахівця.

Освітньо-професійні програми підготовки затверджуються спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Нормативний термін навчання за освітньо-професійною програмою підготовки встановлюється відповідно до визначеного рівня професійної діяльності.

Нормативний термін навчання за освітньо-професійною програмою підготовки молодшого спеціаліста для осіб, які мають повну загальну середню освіту та освітньо-кваліфікаційний рівень кваліфікованого робітника за спорідненою професією, зменшується на один рік.

Нормативний термін навчання за освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра для осіб, які мають освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста за відповідною до напрямку підготовки бакалавра спеціальністю, може зменшуватися до двох років.

Нормативний термін навчання за освітньо-професійною програмою підготовки магістра для осіб, які мають освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста за відповідною спеціальністю, не може перевищувати одного року.

Нормативний термін навчання фахівців освітньо-кваліфікаційних рівнів спеціаліста та магістра медичного та ветери-

нарно-медичного спрямувань визначається відповідним центральним органом виконавчої влади, який має у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Якщо вищий навчальний заклад має відповідні угоди з навчальними закладами іноземних держав, що передбачають взаємовизнання документів про вищу освіту за умови інших термінів навчання, такі терміни можуть бути встановлені відповідним центральним органом виконавчої влади, який має у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, за погодженням із

спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

3. Засоби діагностики якості вищої освіти визначають стандартизовані методики, які призначені для кількісного та якісного оцінювання досягнутого особою рівня сформованості знань, умінь і навичок, професійних, світоглядних та громадянських якостей.

Засоби діагностики якості вищої освіти використовуються для встановлення відповідності рівня якості вищої освіти вимогам стандартів вищої освіти і затверджуються спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Стаття 14. Стандарти вищої освіти вищих навчальних закладів

1. Вищі навчальні заклади визначають спеціалізації за спеціальностями, за якими здійснюється підготовка фахівців освітньо-кваліфікаційних рівнів молодшого спеціаліста, спеціаліста та магістра. Назви спеціалізацій за спеціальностями відображають відмінності у засобах, умовах та продуктах діяльності в межах спеціальності.

2. Варіативні частини освітньо-кваліфікаційних характеристик випускників вищих навчальних закладів, освітньо-професійних програм підготовки та засобів діагностики якості вищої освіти забезпечують підготовку фахівців за спеціалізаціями за спеціальностями з урахуванням особливостей суспільного поділу праці в Україні та мобільності системи освіти щодо задоволення вимог ринку праці.

Зміст варіативних частин освітньо-кваліфікаційних характеристик випускників вищих навчальних закладів, освітньо-професійних програм підготовки, засобів діагностики якості вищої освіти, навчальних планів, програм навчальних дисциплін визначається вищим навчальним закладом у межах структури та форми, встановлених спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

3. Навчальні плани визначають графік навчального процесу, перелік, послідовність та час вивчення навчальних дисциплін, форми навчальних занять та терміни їх проведення, а також форми проведення підсумкового контролю.

4. Програми навчальних дисциплін визначають їх інформаційний обсяг, рівень сформованості вмінь та знань, перелік рекомендованих підручників, інших методичних та дидактичних матеріалів, критерії успішності навчання та засоби діагностики успішності навчання.

5. Навчальні плани та програми навчальних дисциплін розробляються вищим навчальним закладом відповідно до освітньо-професійних програм підготовки і затверджуються керівником вищого навчального закладу.

Стаття 15. Науково-методичне забезпечення вищої освіти

Науково-методичне забезпечення вищої освіти здійснюється спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки, іншими центральними органами виконавчої влади, що мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, науково-методичними установами та вищими навчальними закладами. Науково-методичне забезпечення вищої освіти включає підготовку навчальної і наукової літератури та забезпечення нею вищих навчальних закладів. Підготовка та забезпечення вищих навчальних закладів навчально-методичною документацією повинна відповідати змісту навчання, визначеному стандартами вищої освіти.

Розділ IV

УПРАВЛІННЯ У ГАЛУЗІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Стаття 16. Система вищої освіти

Систему вищої освіти складають:

вищі навчальні заклади всіх форм власності;

інші юридичні особи, що надають освітні послуги у галузі вищої освіти;

органи, які здійснюють управління у галузі вищої освіти.

Стаття 17. Управління у галузі вищої освіти

Кабінет Міністрів України через систему органів виконавчої влади:

здійснює державну політику у галузі вищої освіти;

організує розроблення та здійснення відповідних загальнодержавних та інших програм;

у межах своїх повноважень видає нормативно-правові акти з питань вищої освіти;

забезпечує контроль за виконанням законодавства про вищу освіту.

Управління у галузі вищої освіти у межах їх компетенції здійснюється:

спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки;

іншими центральними органами виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади;

Вищою атестаційною комісією України;

органами влади Автономної Республіки Крим;

органами місцевого самоврядування;

власниками вищих навчальних закладів;

органами громадського самоврядування.

Стаття 18. Повноваження спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки, інших центральних органів виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади

1. Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у галузі освіти і науки:

здійснює аналітично-прогностичну діяльність у галузі вищої освіти, визначає тенденції її розвитку, вплив демографічної, етнічної, соціально-економічної ситуації, інфраструктури виробничої та невиробничої сфер, ринку праці на стан вищої освіти, формує напрями взаємодії з іншими ланками освіти, стратегічні напрями розвитку вищої освіти відповідно до науково-технічного прогресу та інших факторів, узагальнює світовий і вітчизняний досвід розвитку вищої освіти;

бере участь у формуванні державної політики у галузі вищої освіти, науки, професійної підготовки кадрів;

розробляє програми розвитку вищої освіти, стандарти вищої освіти;

визначає нормативи матеріально-технічного, фінансового забезпечення вищих навчальних закладів;

здійснює навчально-методичне керівництво, контроль за дотриманням вимог стандартів вищої освіти, державне інспектування; здійснює міжнародне співробітництво з питань, що належать до його компетенції;

здійснює ліцензування та акредитацію вищих навчальних закладів незалежно від форм власності та підпорядкування, видає їм ліцензії, сертифікати;

здійснює встановлення відповідності документів про вищу освіту та вчені звання;

формує і розміщує державне замовлення на підготовку фахівців з вищою освітою;

сприяє працевлаштуванню випускників вищих навчальних закладів;

затверджує умови прийому на навчання до вищих навчальних закладів;

затверджує статuti підпорядкованих йому вищих навчальних закладів та вищих навчальних закладів приватної форми власності;

погоджує статuti вищих навчальних закладів державної форми власності, підпорядкованих іншим центральним органам виконавчої влади, вищих навчальних закладів, що перебувають у власності Автономної Республіки Крим, та вищих навчальних закладів комунальної форми власності;

організовує вибори, затверджує та звільняє з посад керівників підпорядкованих йому вищих навчальних закладів;

погоджує затвердження на посаду керівників вищих навчальних закладів комунальної і приватної форм власності;

організовує атестацію педагогічних і науково-педагогічних працівників щодо присвоєння їм кваліфікаційних категорій, педагогічних та вчених звань;

разом з іншими центральними органами виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, органами влади Автономної Республіки Крим, місцевими органами виконавчої влади та органами ісцевого самоврядування, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади комунальної форми власності, забезпечує реалізацію державної олітики у галузі вищої освіти і здійснює контроль за втіленням державної політики у галузі вищої освіти, дотриманням нормативно-правових актів про вищу освіту в усіх вищих навчальних закладах незалежно від форми власності і підпорядкування; здійснює інші повноваження, передбачені законом.

2. Інші центральні органи виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, спільно із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки:

беруть участь у здійсненні державної політики у галузі вищої освіти, науки, професійної підготовки кадрів;

беруть участь у здійсненні ліцензування та акредитації вищих навчальних закладів;

сприяють працевлаштуванню випускників підпорядкованих їм вищих навчальних закладів;

здійснюють контрольні функції за дотриманням вимог щодо якості вищої освіти;

організують вибори, затверджують та звільняють з посади керівників вищих навчальних закладів;

затверджують за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки статuti підпорядкованих їм вищих навчальних закладів;

здійснюють інші повноваження, передбачені законом. Акти спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки, прийняті у межах його повноважень, є обов'язковими для інших центральних органів виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, органів влади Автономної Республіки Крим, місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, вищих навчальних закладів незалежно від форм власності.

Стаття 19. Повноваження Вищої атестаційної комісії України

1. Вища атестаційна комісія України забезпечує виконання державних вимог при атестації наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації.

Вища атестаційна комісія України:

формує мережу спеціалізованих вчених рад та контролює їх діяльність;

формує нормативні та методичні засади діяльності спеціалізованих вчених рад;

розробляє і затверджує вимоги до рівня наукової кваліфікації здобувачів наукових ступенів, вченого звання старшого наукового співробітника та встановлює критерії атестації наукових кадрів вищої кваліфікації;

забезпечує єдність вимог до рівня наукової кваліфікації осіб, які здобувають науковий ступінь кандидата або доктора наук і вчене звання старшого наукового співробітника;

формує мережу експертних рад;

проводить експертизу дисертацій для здобуття наукових сту-

пенів та атестаційних справ для присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника;

затверджує рішення спеціалізованих вчених рад про присудження наукових ступенів і рішення вчених (наукових, науково-технічних, технічних) рад про присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника, а також скасовує їх у разі невиконання державних вимог при атестації наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації;

вирішує в установленому порядку питання переатестації наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації, позбавлення наукових ступенів і вченого звання старшого наукового співробітника, оформлення й видачі дипломів і атестатів, а також розглядає апеляції;

присвоює вчене звання старшого наукового співробітника;

здійснює співробітництво з державними органами інших країн з питань, що належать до компетенції Вищої атестаційної комісії України;

вирішує в установленому порядку питання взаємовизнання документів про присудження наукових ступенів та присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника;

здійснює інші повноваження, передбачені законом.

2. Акти Вищої атестаційної комісії України, прийняті в межах її повноважень, є обов'язковими для міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, установ, в системі яких створено спеціалізовані вчені ради по присудженню наукових ступенів кандидата і доктора наук та діють вчені (наукові, науково-технічні, технічні) ради, що приймають рішення про присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника.

Стаття 20. Повноваження органів влади Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади Органи влади Автономної Республіки Крим, органи місцевого самоврядування, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні

зклади, в межах своєї компетенції:

забезпечують виконання державних програм у галузі вищої освіти;

вивчають потребу у фахівцях на місцях і вносять спеціально уповноваженим центральним органам виконавчої влади у галузі праці та соціальної політики, економіки, освіти і науки та іншим цен-

тральним органам виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, пропозиції щодо обсягів державного замовлення на підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації фахівців;

подають до спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки пропозиції щодо формування мережі вищих навчальних закладів;

затверджують за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки статути підпорядкованих їм вищих навчальних закладів;

сприяють працевлаштуванню випускників підпорядкованих їм вищих навчальних закладів, їх соціальному захисту;

залучають у порядку, передбаченому законом, підприємства, установи, організації (за їх згодою) до вирішення проблем розвитку вищої освіти.

Стаття 21. Повноваження власника (власників) вищого навчального закладу

1. Повноваження власника (власників) щодо управління вищим навчальним закладом визначаються в межах законів статутом вищого навчального закладу. Власник (власники) вищого навчального закладу:

розробляє статут вищого навчального закладу;

організовує ліцензування вищого навчального закладу;

призначає керівника вищого навчального закладу на умовах контракту відповідно до цього Закону;

здійснює контроль за фінансово-господарською діяльністю вищого навчального закладу;

здійснює контроль за дотриманням умов, передбачених рішенням про заснування вищого навчального закладу;

приймає рішення про реорганізацію або ліквідацію вищого навчального закладу;

здійснює інші повноваження, передбачені законом.

2. Власник (власники) здійснює (здійснюють) права, передбачені частиною першою цієї статті, щодо управління вищим навчальним закладом безпосередньо або через уповноважений ним орган (особу).

Власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) може делегувати свої повноваження керівникові або вищому колегіальному органу громадського самоврядування вищого навчального закладу.

Розділ V

ВИЩІ НАВЧАЛЬНІ ЗАКЛАДИ

Стаття 22. Мета і головні завдання діяльності вищого навчального закладу

1. Основною метою діяльності вищого навчального закладу є забезпечення умов, необхідних для отримання особою вищої освіти, підготовка фахівців для потреб України.

2. Головними завданнями вищого навчального закладу є:
здійснення освітньої діяльності певного напрямку, яка забезпечує підготовку фахівців відповідних освітньо-кваліфікаційних рівнів і відповідає стандартам вищої освіти;

здійснення наукової і науково-технічної (для вищих навчальних закладів третього і четвертого рівнів акредитації), творчої, мистецької, культурно-виховної, спортивної та оздоровчої діяльності;

забезпечення виконання державного замовлення та угод на підготовку фахівців з вищою освітою;

здійснення підготовки наукових і науково-педагогічних кадрів та їх атестація в акредитованих вищих навчальних закладах третього та четвертого рівнів акредитації;

вивчення попиту на окремі спеціальності на ринку праці і сприяння працевлаштуванню випускників;

забезпечення культурного і духовного розвитку особистості, виховання осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах, в дусі українського патріотизму і поваги до Конституції України ();

підвищення освітньо-культурного рівня громадян.

Стаття 23. Правовий статус вищого навчального закладу

1. Вищий навчальний заклад є юридичною особою, має відокремлене майно, може від свого імені набувати майнових і особистих немайнових прав і мати обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді.

2. Вищий навчальний заклад згідно із законом може виступати засновником (співзасновником) інших юридичних осіб, що здійснюють свою діяльність відповідно до напрямів навчально-науково-виробничої діяльності вищого навчального закладу.

3. Акредитовані вищі навчальні заклади у встановленому порядку можуть створювати навчальні та навчально-науково-виробничі комплекси, які є добровільними об'єднаннями. Всі учасники комплексу зберігають статус юридичних осіб.

4. У вищих навчальних закладах державної і комунальної форми власності кількість студентів, прийнятих на перший курс на навчан-

ня за державним замовленням, повинна становити не менше ніж 51 відсоток від загальної кількості студентів, прийнятих на навчання на перший курс.

Стаття 24. Рівні акредитації вищих навчальних закладів

Встановлюються такі рівні акредитації вищих навчальних закладів:

вищий навчальний заклад першого рівня акредитації — вищий навчальний заклад, у якому здійснюється підготовка фахівців за спеціальностями освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста;

вищий навчальний заклад другого рівня акредитації — вищий навчальний заклад, у якому здійснюється підготовка фахівців за спеціальностями освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста та за напрямками підготовки освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра;

вищий навчальний заклад третього рівня акредитації — вищий навчальний заклад, у якому здійснюється підготовка фахівців за напрямками освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра, спеціальностями освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста, а також за окремими спеціальностями освітньо-кваліфікаційного рівня магістра;

вищий навчальний заклад четвертого рівня акредитації — вищий навчальний заклад, у якому здійснюється підготовка фахівців за напрямками освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра, спеціальностями освітньо-кваліфікаційних рівнів спеціаліста, магістра.

Стаття 25. Типи вищих навчальних закладів

Відповідно до існуючих напрямів освітньої діяльності в Україні діють вищі навчальні заклади таких типів:

1) університет — багатопрофільний вищий навчальний заклад четвертого рівня акредитації, який провадить освітню діяльність, пов'язану із здобуттям певної вищої освіти та кваліфікації широкого спектра природничих, гуманітарних, технічних, економічних та інших напрямів науки, техніки, культури і мистецтв, проводить фундаментальні та прикладні наукові дослідження, є провідним науково-методичним центром, має розвинуту інфраструктуру навчальних, наукових і науково-виробничих підрозділів, відповідний рівень кадрового і матеріально-технічного забезпечення, сприяє поширенню наукових знань та здійснює культурно-просвітницьку діяльність.

Можуть створюватися класичні та профільні (технічні, технологічні, економічні, педагогічні, медичні, аграрні, мистецькі, культурологічні тощо) університети;

2) академія — вищий навчальний заклад четвертого рівня акредитації, який провадить освітню діяльність, пов'язану із здобуттям певної вищої освіти та кваліфікації у певній галузі науки, виробництва, освіти, культури і мистецтва, проводить фундаментальні та прикладні наукові дослідження, є провідним науково-методичним центром у сфері своєї діяльності і має відповідний рівень кадрового та матеріально-технічного забезпечення;

3) інститут — вищий навчальний заклад третього або четвертого рівня акредитації або структурний підрозділ університету, академії, який провадить освітню діяльність, пов'язану із здобуттям певної вищої освіти та кваліфікації у певній галузі науки, виробництва, освіти, культури і мистецтва, проводить наукову, науково-методичну та науково-виробничу діяльність і має відповідний рівень кадрового та матеріально-технічного забезпечення;

4) консерваторія (музична академія) — вищий навчальний заклад третього або четвертого рівня акредитації, який провадить освітню діяльність, пов'язану із здобуттям певної вищої освіти та кваліфікації у галузі культури і мистецтва — музичних виконавців, композиторів, музикознавців, викладачів музичних дисциплін, проводить наукові дослідження, є провідним центром у сфері своєї діяльності і має відповідний рівень кадрового та матеріально-технічного забезпечення;

5) коледж — вищий навчальний заклад другого рівня акредитації або структурний підрозділ вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації, який провадить освітню діяльність, пов'язану із здобуттям певної вищої освіти та кваліфікації у споріднених напрямках підготовки (якщо є структурним підрозділом вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації або входить до навчального чи навчально-науково-виробничого комплексу) або за кількома спорідненими спеціальностями і має відповідний рівень кадрового та матеріально-технічного забезпечення;

6) технікум (училище) — вищий навчальний заклад першого рівня акредитації або структурний підрозділ вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації, який провадить освітню діяльність, пов'язану із здобуттям певної вищої освіти та кваліфікації за кількома спорідненими спеціальностями, і має відповідний рівень кадрового та матеріально-технічного забезпечення.

Стаття 26. Національний вищий навчальний заклад

Державному вищому навчальному закладу четвертого рівня акредитації відповідно до законодавства може бути надано статус національного.

Національному вищому навчальному закладу за рішенням Кабінету Міністрів України може бути надано повноваження:

укладати державні контракти з виконавцями державного замовлення для потреб вищого навчального закладу;

приймати рішення про створення, реорганізацію, ліквідацію підприємств, установ, організацій, структурних підрозділів вищого навчального закладу;

вносити пропозиції щодо передачі об'єктів вищого навчального закладу до сфери управління інших органів, уповноважених управляти державним майном, у комунальну власність та передачі об'єктів комунальної власності у державну власність і віднесення їх до майна вищого навчального закладу;

виступати орендодавцем нерухомого майна, що належить вищому навчальному закладу;

встановлювати і присвоювати вчені звання доцента чи професора вищого навчального закладу;

визначати та встановлювати власні форми морального та матеріального заохочення працівників вищого навчального закладу.

У своїй діяльності національний вищий навчальний заклад керується цим Законом.

Стаття 27. Створення, реорганізація та ліквідація вищого навчального закладу

1. Створення, реорганізація та ліквідація вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації державної форми власності здійснюється Кабінетом Міністрів України.

Створення, реорганізація та ліквідація вищих навчальних закладів першого і другого рівнів акредитації державної форми власності здійснюється спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки та іншими центральними органами виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади. Створення, реорганізація та ліквідація вищих навчальних закладів, що перебувають у власності Автономної Республіки Крим, здійснюється органами влади Автономної Республіки Крим.

Створення, реорганізація та ліквідація вищих навчальних закладів комунальної форми власності здійснюється органами місцевого самоврядування.

Створення, реорганізація та ліквідація вищих навчальних закладів приватної форми власності здійснюється їх власником (власниками).

2. Вищі навчальні заклади четвертого рівня акредитації відповідно до законодавства іноземних держав та за згодою спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки можуть створювати за кордоном свої структурні підрозділи.

Вищі навчальні заклади іноземних держав можуть з дозволу спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки створювати свої структурні підрозділи на території України.

Створення в Україні вищих навчальних закладів за участю іноземних фізичних та юридичних осіб здійснюється відповідно до міжнародних угод, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

3. Мережа вищих навчальних закладів державної і комунальної форм власності визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до соціально-економічних та культурно-освітніх потреб у них.

4. Вищий навчальний заклад діє на підставі власного статуту.

Статут вищого навчального закладу має містити:

повну назву, юридичну адресу, дату прийняття рішення про створення;

права та обов'язки власника (власників);

обсяг цивільної правоздатності вищого навчального закладу;

обсяг основних засобів (розмір статутного фонду), наданих власником (власниками);

порядок утворення, діяльності та повноваження органів управління вищим навчальним закладом, права та обов'язки керівника;

порядок обрання представників до органів громадського самоврядування;

джерела надходження та порядок використання коштів та іншого майна вищого навчального закладу;

порядок звітності, контролю за здійсненням фінансово-господарської діяльності;

концепцію освітньої діяльності;

порядок внесення змін до статуту вищого навчального закладу;
порядок реорганізації та ліквідації вищого навчального закладу.

Стаття 28. Ліцензування освітньої діяльності, акредитація напрямів, спеціальностей та вищих навчальних закладів

1. Освітня діяльність на території України здійснюється вищими навчальними закладами на підставі ліцензій, які видаються у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

У ліцензіях на освітню діяльність зазначаються назва напряму, спеціальності, освітньо-кваліфікаційний рівень та обсяги підготовки, термін дії ліцензії, а також юридична адреса вищого навчального закладу, його відокремлені структурні підрозділи (філії) та їх юридичні адреси.

Ліцензування освітньої діяльності вищих навчальних закладів здійснюється перед початком підготовки фахівців за напрямом, спеціальністю спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки шляхом проведення ліцензійної експертизи.

Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у галузі освіти і науки на підставі заяви вищого навчального закладу про проведення ліцензійної експертизи у двомісячний термін приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову у її видачі.

Обов'язковою умовою видачі ліцензії вищим навчальним закладам є наявність у них необхідної матеріально-технічної, науково-методичної та інформаційної бази, бібліотеки, науково-педагогічних кадрів за нормативами, що встановлюються спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Вищому навчальному закладу, що успішно пройшов ліцензійну експертизу, видається ліцензія на освітню діяльність, як правило, на термін завершення циклу підготовки фахівців за напрямом, спеціальністю, але не менше ніж на три роки. Продовження терміну дії ліцензії здійснюється у порядку, встановленому для її одержання. З дня прийняття рішення про ліквідацію вищого навчального закладу видана ліцензія втрачає чинність.

Вищі навчальні заклади, що мають ліцензії, вносяться спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки до Державного реєстру вищих навчальних закладів.

2. За результатами акредитації напрямів, спеціальностей та вищих навчальних закладів видаються сертифікати у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

У сертифікаті про акредитацію напряму або спеціальності (або у додатку до нього) зазначаються назва напряму або спеціальності, освітньо-кваліфікаційний рівень та обсяги підготовки, термін дії сертифіката, а також юридична адреса вищого навчального закладу, його відокремлені структурні підрозділи (філії) та їх юридичні адреси.

У сертифікаті про акредитацію вищого навчального закладу (або в додатку до нього) зазначаються назва вищого навчального закладу, рівень акредитації та термін дії сертифіката, а також юридична адреса вищого навчального закладу, його відокремлені структурні підрозділи (філії) та їх юридичні адреси.

Акредитація напряму, спеціальності та вищого навчального закладу здійснюється спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки шляхом проведення акредитаційної експертизи.

Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у галузі освіти і науки на підставі заяви вищого навчального закладу про проведення акредитаційної експертизи приймає рішення про видачу сертифіката про акредитацію напряму, спеціальності та вищого навчального закладу чи про відмову у його видачі.

Вищі навчальні заклади, що успішно пройшли акредитаційну експертизу, отримують сертифікат про акредитацію напряму, спеціальності або вищого навчального закладу, термін дії якого не може перевищувати 10 років. Продовження терміну дії сертифіката здійснюється у порядку, встановленому для його одержання. З дня прийняття рішення про ліквідацію вищого навчального закладу виданий сертифікат втрачає чинність.

3. Форми ліцензій на освітню діяльність та сертифікатів про акредитацію напрямів, спеціальностей та вищих навчальних закладів, порядок їх оформлення, переоформлення, видачі, зберігання та обліку затверджуються спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

4. Ліцензії на освітню діяльність та сертифікати про акредитацію напрямів, спеціальностей та вищих навчальних закладів можуть бути анульовані відповідно до закону.

Рішення спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки з питань ліцензування та акредитації можуть бути оскаржені до суду.

Стаття 29. Принципи управління вищим навчальним закладом

1. Управління вищим навчальним закладом здійснюється на основі принципів:

автономії та самоврядування;

розмежування прав, повноважень та відповідальності власника (власників), органів управління вищою освітою, керівництва вищого навчального закладу та його структурних підрозділів;

поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;

незалежності від політичних партій, громадських та релігійних організацій.

2. Автономія та самоврядування вищого навчального закладу реалізуються відповідно до законодавства і передбачають право:

самостійно визначати форми навчання, форми та види організації навчального процесу;

приймати на роботу педагогічних, науково-педагогічних та інших працівників;

надавати додаткові освітні послуги;

самостійно розробляти та запроваджувати власні програми наукової і науково-виробничої діяльності;

створювати у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, інститути, коледжі, технікуми, факультети, відділення, філії, навчальні, методичні, наукові, науково-дослідні центри та лабораторії, конструкторські та конструкторсько-технологічні бюро, територіально відокремлені та інші структурні підрозділи;

здійснювати видавничу діяльність, розвивати власну поліграфічну базу;

на підставі відповідних угод провадити спільну діяльність з іншими вищими навчальними закладами, підприємствами, установами та організаціями;

брати участь у роботі міжнародних організацій;

запроваджувати власну символіку та атрибутику;

звертатися з ініціативою до органів управління вищою освітою про внесення змін до чинних або розроблення нових нормативно-правових актів у галузі вищої освіти, а також брати участь у роботі над проектами щодо їх удосконалення;

користуватися земельними ділянками в порядку, встановленому Земельним кодексом України.

Стаття 30. Структурні підрозділи вищого навчального закладу

1. Структурні підрозділи вищого навчального закладу створю-

ються відповідно до законодавства. Структурні підрозділи можуть мати окремі права юридичної особи.

2. Структурними підрозділами вищого навчального закладу третього і четвертого рівнів акредитації є кафедри, факультети, інститути, філії, бібліотека тощо.

Кафедра — базовий структурний підрозділ вищого навчального закладу (його філій, інститутів, факультетів), що проводить навчально-виховну і методичну діяльність з однієї або кількох споріднених спеціальностей, спеціалізацій чи навчальних дисциплін і здійснює наукову, науково-дослідну та науково-технічну діяльність за певним напрямом. Кафедра створюється рішенням Вченої ради вищого навчального закладу за умови, якщо до її складу входить не менше ніж п'ять науково-педагогічних працівників, для яких кафедра є основним місцем роботи, і не менше ніж три з яких мають науковий ступінь або вчене звання.

Керівництво кафедрою здійснює завідуючий кафедрою, який обирається на цю посаду за конкурсом Вченою радою вищого навчального закладу строком на п'ять років (для національного вищого навчального закладу — строком на сім років). Із завідуючим кафедрою укладається контракт.

Факультет — основний організаційний і навчально-науковий структурний підрозділ вищого навчального закладу третього та четвертого рівнів акредитації, що об'єднує відповідні кафедри і лабораторії. Факультет створюється рішенням Вченої ради вищого навчального закладу за умови, якщо до його складу входить не менше ніж три кафедри і на ньому навчається не менше ніж 200 студентів денної (очної) форми навчання.

Рішення про створення факультету поза місцем розташування вищого навчального закладу державної форми власності приймається спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки, іншими центральними органами виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади.

3. Структурними підрозділами вищого навчального закладу першого та другого рівнів акредитації є відділення і предметні (циклові) комісії.

Відділення — структурний підрозділ, що об'єднує навчальні групи з однієї або кількох спеціальностей, методичні, навчально-виробничі та інші підрозділи. Відділення створюється рішенням керівни-

ка вищого навчального закладу, якщо на ньому навчається не менше ніж 150 студентів.

Предметна (циклова) комісія — структурний навчально-методичний підрозділ, що проводить виховну, навчальну та методичну роботу з однієї або кількох споріднених навчальних дисциплін. Предметна (циклова) комісія створюється рішенням керівника вищого навчального закладу за умови, якщо до її складу входить не менше ніж три педагогічних працівники.

4. Філія — відокремлений структурний підрозділ, що створюється з метою забезпечення потреб у фахівцях місцевого ринку праці та наближення місця навчання студентів до їх місця проживання.

Філію очолює директор, який призначається у порядку, встановленому статутом вищого навчального закладу.

5. Структурними підрозділами вищого навчального закладу четвертого рівня акредитації можуть бути наукові, навчально-наукові, науково-дослідні та науково-виробничі інститути. Керівництво інститутом здійснює директор, який обирається на посаду за конкурсом строком на п'ять років.

Можуть створюватися:

навчально-науково-виробничі центри (комплекси, інститути), що об'єднують споріднені факультети, коледжі, технікуми, наукові, науково-дослідні, науково-виробничі й проектні інститути, дослідні станції, кафедри, наукові лабораторії, конструкторські бюро, навчально-дослідні господарства, навчально-виробничі комбінати, експериментальні заводи, фабрики, фірми, клінічні бази установ медичної освіти, полігони, технопарки, інші підрозділи;

навчально-наукові центри (комплекси, інститути), що об'єднують споріднені факультети, кафедри, наукові лабораторії, центри, інші підрозділи, що забезпечують підготовку фахівців з певних спеціальностей (напрямів підготовки) та проводять наукові дослідження з певного напрямку;

науково-дослідні центри (комплекси, інститути), що об'єднують споріднені наукові лабораторії, центри, інші підрозділи за певним напрямом науково-дослідної роботи.

6. Вищий навчальний заклад повинен мати у своєму складі бібліотеку, яку очолює директор (завідуючий).

Директор бібліотеки вищого навчального закладу третього і четвертого рівнів акредитації обирається Вченою радою вищого на-

вчального закладу строком на п'ять років (для національного вищого навчального закладу – строком на сім років).

7. Вищий навчальний заклад може мати у своєму складі підготовчі відділення (підрозділи), підрозділи перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, лабораторії, навчально-методичні кабінети, комп'ютерні та інформаційні центри, навчально-виробничі та творчі майстерні, навчально-дослідні господарства, виробничі структури, видавництва, спортивні комплекси, заклади культурно-побутового призначення та інші підрозділи, діяльність яких не заборонена законодавством.

Стаття 31. Забезпечення державою діяльності вищих навчальних закладів

Держава в особі відповідних органів державної влади забезпечує діяльність вищих навчальних закладів шляхом:

- визначення перспектив та напрямів розвитку вищої освіти;
- створення нормативно-правової бази їх діяльності;
- затвердження державного та галузевих стандартів вищої освіти;
- здійснення ліцензування освітньої діяльності та акредитації напрямів, спеціальностей та вищих навчальних закладів;

- надання законами особам, які навчаються у вищих навчальних закладах, а також педагогічним, науково-педагогічним та іншим категоріям працівників акредитованого вищого навчального закладу, гарантій;

- встановлення для педагогічних і науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів посадових окладів, а також додаткових доплат, диференційованих відповідно до їх наукових ступенів, вчених і педагогічних звань, кваліфікаційних категорій та стажу роботи;

- визначення обсягів фінансування вищих навчальних закладів з Державного бюджету України, встановлення нормативів матеріально-технічного, фінансового та іншого забезпечення вищих навчальних закладів однакових для вищих навчальних закладів одного статусу (в тому числі статусу національного), рівня акредитації та типу;

- охорони здоров'я працівників та осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах.

Розділ VI

УПРАВЛІННЯ ВИЩИМ НАВЧАЛЬНИМ ЗАКЛАДОМ

Стаття 32. Керівник вищого навчального закладу

1. Безпосереднє управління діяльністю вищого навчального закладу здійснює його керівник — ректор (президент), начальник, директор тощо.

2. Керівник вищого навчального закладу в межах наданих йому повноважень:

вирішує питання діяльності вищого навчального закладу, затверджує його структуру і штатний розпис;

видає накази і розпорядження, обов'язкові для виконання всіма працівниками і структурними підрозділами вищого навчального закладу;

представляє вищий навчальний заклад у державних та інших органах, відповідає за результати його діяльності перед органом управління, у підпорядкуванні якого перебуває вищий навчальний заклад;

є розпорядником майна і коштів;

виконує кошторис, укладає угоди, дає доручення, відкриває банківські рахунки;

приймає на роботу та звільняє з роботи працівників;

забезпечує охорону праці, дотримання законності та порядку;

визначає функціональні обов'язки працівників;

формує контингент осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі;

відраховує та поновлює на навчання осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі;

контролює виконання навчальних планів і програм;

контролює дотримання всіма підрозділами штатно-фінансової дисципліни;

забезпечує дотримання службової та державної таємниці;

здійснює контроль за якістю роботи викладачів, організацією навчально-виховної та культурно-масової роботи, станом фізичного виховання і здоров'я, організовує побутове обслуговування учасників навчально-виховного процесу та інших працівників вищого навчального закладу;

разом із профспілковими організаціями подає на затвердження вищому колегіальному органу громадського самоврядування вищого навчального закладу правила внутрішнього розпорядку та колективний договір і після затвердження підписує його.

Керівник вищого навчального закладу відповідає за провадження освітньої діяльності у вищому навчальному закладі, за результа-

ти фінансово-господарської діяльності, стан і збереження будівель та іншого майна.

Для вирішення основних питань діяльності відповідно до статуту керівник вищого навчального закладу створює робочі та дорадчі органи, а також визначає їх повноваження.

Керівник вищого навчального закладу щорічно звітує перед власником (власниками) або уповноваженим ним (ними) органом (особою) та вищим колегіальним органом громадського самоврядування вищого навчального закладу.

Керівник вищого навчального закладу відповідно до статуту може делегувати частину своїх повноважень своїм заступникам та керівникам структурних підрозділів.

3. При виході на пенсію з посади керівника вищого навчального закладу керівник, який пропрацював на цій посаді не менше двох термінів підряд, може бути призначений на посаду почесного ректора (президента), начальника, директора тощо вищого навчального закладу із виплатою грошового утримання за рахунок навчального закладу в розмірі заробітної плати, яку він отримував перед виходом на пенсію.

Призначення почесного ректора (президента), начальника, директора тощо вищого навчального закладу здійснюється у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Умови призначення та виплати грошового утримання визначаються у статуті вищого навчального закладу.

Стаття 33. Керівник факультету, відділення

1. Керівництво факультетом здійснює декан. Декан факультету може делегувати частину своїх повноважень своїм заступникам.

Декан видає розпорядження, що стосуються діяльності факультету. Розпорядження декана є обов'язковими для виконання всіма працівниками факультету і можуть бути скасовані керівником вищого навчального закладу. Керівник вищого навчального закладу відміняє розпорядження декана, які суперечать закону, статутіві вищого навчального закладу чи завдають шкоди інтересам вищого навчального закладу.

2. Керівництво відділенням здійснює завідуючий. Завідуючий відділенням призначається на посаду керівником вищого навчального закладу з числа педагогічних працівників, які мають повну вищу освіту і досвід навчально-методичної роботи.

Завідуючий відділенням забезпечує організацію навчально-виховного процесу, виконання навчальних планів і програм, здійснює

контроль за якістю викладання навчальних предметів, навчально-методичною діяльністю викладачів.

Стаття 34. Вчені ради

1. Вчена рада вищого навчального закладу є колегіальним органом вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації і утворюється строком до п'яти років (для національного вищого навчального закладу — строком до семи років).

До компетенції Вченої ради вищого навчального закладу належать:

подання до вищого колегіального органу громадського самоврядування проекту статуту, а також змін і доповнень до нього;

ухвалення фінансових плану і звіту вищого навчального закладу;

подання пропозицій керівнику вищого навчального закладу щодо призначення та звільнення з посади директора бібліотеки, а також призначення та звільнення з посади проректорів (заступників керівника), директорів інститутів та головного бухгалтера;

обрання на посаду таємним голосуванням завідуючих кафедрами і професорів;

ухвалення навчальних програм та навчальних планів;

ухвалення рішень з питань організації навчально-виховного процесу;

ухвалення основних напрямів наукових досліджень;

оцінка науково-педагогічної діяльності структурних підрозділів;

приймає рішення щодо кандидатур для присвоєння вчених звань доцента, професора, старшого наукового співробітника.

Вчена рада вищого навчального закладу розглядає й інші питання діяльності вищого навчального закладу відповідно до статуту вищого навчального закладу.

Вчену раду вищого навчального закладу очолює її голова — керівник вищого навчального закладу. До складу Вченої ради вищого навчального закладу входять за посадами заступники керівника вищого навчального закладу, декани, головний бухгалтер, керівники органів самоврядування вищого навчального закладу, а також виборні представники, які представляють науково-педагогічних працівників і обираються з числа завідуючих кафедрами, професорів, докторів наук; виборні представники, які представляють інших працівників вищого навчального закладу і які працюють у

ньому на постійній основі, відповідно до квот, визначених у статуті вищого навчального закладу. При цьому не менш як 75 відсотків загальної чисельності її складу мають становити науково-педагогічні працівники вищого навчального закладу.

Виборні представники обираються вищим колегіальним органом громадського самоврядування вищого навчального закладу за поданням структурних підрозділів, в яких вони працюють.

Рішення Вченої ради вищого навчального закладу вводяться в дію рішеннями керівника вищого навчального закладу.

2. Вчена рада факультету є колегіальним органом факультету вищого навчального закладу третього і четвертого рівнів акредитації.

Вчену раду факультету очолює її голова — декан факультету. До складу вченої ради факультету входять за посадами заступники декана, завідувачі кафедрами, керівники органів самоврядування факультету, а також виборні представники, які представляють науково-педагогічних працівників і обираються з числа професорів, докторів наук, виборні представники, які представляють інших працівників факультету і які працюють у ньому на постійній основі, відповідно до квот, визначених у статуті вищого навчального закладу. При цьому не менш як 75 відсотків загальної чисельності її складу мають становити науково-педагогічні працівники факультету.

Виборні представники обираються органом громадського самоврядування факультету за поданням структурних підрозділів, в яких вони працюють.

До компетенції вченої ради факультету належать:

- визначення загальних напрямів наукової діяльності факультету;
- обрання на посаду таємним голосуванням асистентів, викладачів, старших викладачів, доцентів, декана;
- ухвалення навчальних програм та навчальних планів;
- вирішення питань організації навчально-виховного процесу на факультеті;

ухвалення фінансових плану і звіту факультету.

Рішення вченої ради факультету вводяться в дію рішеннями декана факультету. Рішення вченої ради факультету може бути скасовано Вченою радою вищого навчального закладу.

3. У вищому навчальному закладі третього або четвертого рівня акредитації можуть бути створені вчені ради інших структурних підрозділів. Їх повноваження визначаються керівником вищого навчального закладу.

Стаття 35. Наглядова рада

1. У національному вищому навчальному закладі в обов'язковому порядку створюється Наглядова рада.

Наглядова рада розглядає шляхи перспективного розвитку вищого навчального закладу, надає допомогу його керівництву в реалізації державної політики у галузі вищої освіти і науки, здійснює громадський контроль за діяльністю керівництва вищого навчального закладу, забезпечує ефективну взаємодію вищого навчального закладу з органами державного управління, науковою громадськістю, суспільно-політичними та комерційними організаціями в інтересах розвитку вищої освіти.

2. Склад Наглядової ради національного вищого навчального закладу затверджується центральним органом виконавчої влади, у підпорядкуванні якого він перебуває. Положення про Наглядову раду національного вищого навчального закладу затверджує голова Наглядової ради за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

(Абзац перший частини другої статті 35 із змінами, внесеними згідно із Законом N 3074-IV () від 04.11.2005)

Термін повноваження Наглядової ради становить не менше ніж три роки, але не більше ніж п'ять років.

3. Наглядова рада може бути створена також у вищому навчальному закладі третього або четвертого рівня акредитації за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки або іншим центральним органом виконавчої влади, у підпорядкуванні якого знаходиться вищий навчальний заклад.

Стаття 36. Робочі та дорадчі органи

1. Для вирішення поточних питань діяльності вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації створюються робочі органи:

- ректорат;
- деканати;
- приймальна комісія.

Положення про робочі органи затверджуються наказом керівника вищого навчального закладу відповідно до статуту вищого навчального закладу.

2. Для вирішення поточних питань діяльності вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації створюються робочі органи:

адміністративна рада;
приймальна комісія.

Дорадчим органом вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації є Педагогічна рада.

Педагогічну раду очолює керівник вищого навчального закладу. До складу Педагогічної ради входять заступники директора, завідувачі відділеннями, завідувачий бібліотекою, голови предметних (циклових) комісій, педагогічні працівники, головний бухгалтер.

Положення про робочі та дорадчі органи затверджуються наказом керівника вищого навчального закладу відповідно до статуту вищого навчального закладу.

Стаття 37. Органи громадського самоврядування у вищих навчальних закладах

1. Вищим колегіальним органом громадського самоврядування вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації є загальні збори (конференція) трудового колективу.

Порядок скликання вищого колегіального органу громадського самоврядування та його роботи визначається статутом вищого навчального закладу.

У вищому колегіальному органі громадського самоврядування повинні бути представлені всі групи працівників вищого навчального закладу. Не менше ніж 75 відсотків загальної чисельності делегатів (членів) виборного органу повинні становити педагогічні або науково-педагогічні працівники вищого навчального закладу.

Вищий колегіальний орган громадського самоврядування скликається не рідше ніж один раз на рік.

Вищий колегіальний орган громадського самоврядування: за поданням Вченої ради вищого навчального закладу приймає статут вищого навчального закладу, а також вносить зміни до нього;

обирає претендента на посаду керівника вищого навчального закладу шляхом таємного голосування і подає свої пропозиції власнику (власникам) або уповноваженому ним (ними) органу (особі);

щорічно заслуховує звіт керівника вищого навчального закладу та оцінює його діяльність;

обирає комісію з трудових спорів відповідно до Кодексу законів про працю України;

за мотивованим поданням Наглядової ради або Вченої ради вищого навчального закладу розглядає питання про дострокове припинення повноважень керівника вищого навчального закладу;

затверджує правила внутрішнього розпорядку вищого навчального закладу;

затверджує положення про органи студентського самоврядування;

розглядає інші питання діяльності вищого навчального закладу.

Органом громадського самоврядування факультету у вищому навчальному закладі третього або четвертого рівня акредитації є збори (конференція) трудового колективу факультету.

Порядок скликання органу громадського самоврядування факультету та його роботи визначається статутом вищого навчального закладу.

В органі громадського самоврядування факультету повинні бути представлені всі групи працівників факультету. Не менш як 75 відсотків загальної чисельності делегатів (членів) виборного органу повинні становити педагогічні або науково-педагогічні працівники факультету.

Орган громадського самоврядування факультету скликається не рідше ніж один раз на рік.

Орган громадського самоврядування факультету:

дає оцінку діяльності керівника факультету;

затверджує річний звіт про діяльність факультету;

вносить пропозиції керівнику вищого навчального закладу про відкликання з посади керівника факультету;

обирає виборних представників до вченої ради факультету;

обирає кандидатури до вищого колегіального органу громадського самоврядування вищого навчального закладу;

обирає кандидатури до Вченої ради вищого навчального закладу.

2. Вищим колегіальним органом громадського самоврядування вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації є загальні збори (конференція) трудового колективу.

Вищий колегіальний орган громадського самоврядування скликається не рідше ніж один раз на рік.

Вищий колегіальний орган громадського самоврядування:

приймає статут вищого навчального закладу, а також вносить зміни до нього;

обирає претендентів на посаду керівника вищого навчального закладу;

вносить подання власнику (власникам) про дострокове звільнення керівника вищого навчального закладу;

щорічно заслуховує звіт керівника вищого навчального закладу та оцінює його діяльність;

обирає виборних представників до складу конкурсної комісії під час обрання керівника вищого навчального закладу;

обирає комісію із трудових спорів відповідно до Кодексу законів про працю України;

затверджує правила внутрішнього розпорядку вищого навчального закладу;

затверджує положення про органи студентського самоврядування;

розглядає інші питання діяльності вищого навчального закладу.

Стаття 38. Студентське самоврядування

1. У вищих навчальних закладах створюються органи студентського самоврядування. Органи студентського самоврядування сприяють гармонійному розвитку особистості студента, формуванню у нього навичок майбутнього організатора, керівника. Органи студентського самоврядування вирішують питання, що належать до їх компетенції.

Рішення органів студентського самоврядування мають дорадчий характер.

2. У своїй діяльності органи студентського самоврядування керуються законодавством, рішеннями спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки та відповідного центрального органу виконавчої влади, в підпорядкуванні якого знаходиться вищий навчальний заклад, статутом вищого навчального закладу.

3. Основними завданнями органів студентського самоврядування є:

забезпечення і захист прав та інтересів студентів, зокрема стосовно організації навчального процесу;

забезпечення виконання студентами своїх обов'язків;

сприяння навчальній, науковій та творчій діяльності студентів;

сприяння створенню відповідних умов для проживання і відпочинку студентів;

сприяння діяльності студентських гуртків, товариств, об'єднань, клубів за інтересами;

організація співробітництва зі студентами інших вищих навчальних закладів і молодіжними організаціями;

сприяння працевлаштуванню випускників;

участь у вирішенні питань міжнародного обміну студентами.

4. Студентське самоврядування здійснюється на рівні студентської групи, факультету, гуртожитку, вищого навчального закладу. Залежно від контингенту студентів, типу та специфіки вищого навчального закладу студентське самоврядування може здійснюватися на рівні курсу, спеціальності, студентського містечка, структурних підрозділів вищого навчального закладу.

5. Вищим органом студентського самоврядування є загальні збори (конференція) студентів вищого навчального закладу, які: ухвалюють Положення про студентське самоврядування; обирають виконавчі органи студентського самоврядування та заслуховують їх звіти;

визначають структуру, повноваження та порядок обрання виконавчих органів студентського самоврядування.

6. Органи студентського самоврядування можуть мати різноманітні форми (сенат, парламент, старостат, студентська навчальна (наукова) частина, студентські деканати, ради тощо).

Стаття 39. Обрання, затвердження та звільнення з посади керівника вищого навчального закладу

1. Кандидат на посаду керівника вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації повинен бути громадянином України, вільно володіти українською мовою, мати вчене звання професора, науковий ступінь доктора або кандидата наук і стаж науково-педагогічної діяльності не менше ніж десять років.

(Положення абзацу другого частини першої статті 39 втратило чинність, як таке, що визнане неконституційним на підставі Рішення Конституційного Суду N 14-рп/2004 () від 07.07.2004)

Граничний вік кандидата на посаду керівника вищого навчального закладу не може перевищувати шістьдесят п'ять років.

Конкурс на заміщення посади керівника вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації оголошується власником (власниками) або уповноваженим ним (ними) органом (особою) кожні п'ять років (посади керівника національного вищого навчального закладу — кожні сім років). Власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) приймає пропозиції щодо претендентів на посаду керівника вищого навчального закладу і вносить кандидатури претендентів, які відповідають вимогам цього Закону, до вищого колегіального органу громадського самоврядування вищого навчального закладу для голосування.

Вищий колегіальний орган громадського самоврядування обирає і рекомендує власнику (власникам) або уповноваженому ним (ними) органу (особі) кандидатури претендентів на посаду керівника вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації, які набрали не менше ніж 30 відсотків голосів від статутного складу вищого колегіального органу громадського самоврядування вищого навчального закладу під час голосування. Кожен член виборного органу може голосувати лише за одну кандидатуру. Власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) зобов'язаний (зобов'язана) призначити одну з рекомендованих кандидатур строком до п'яти років (для національного вищого навчального закладу — строком до семи років) на умовах контракту.

У разі, якщо жоден з претендентів на посаду керівника вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації не набрав у першому турі потрібної кількості голосів (30 відсотків від статутного складу вищого колегіального органу громадського самоврядування вищого навчального закладу), проводиться другий тур виборів. До голосування у другому турі допускається не більше двох кандидатів з числа тих, хто набрав у першому турі найбільшу кількість голосів. Якщо у другому турі виборів жоден з кандидатів на посаду керівника не набрав 30 відсотків голосів від статутного складу вищого колегіального органу громадського самоврядування, конкурс оголошується повторно.

Якщо в результаті повторного конкурсу жоден з кандидатів не набрав 30 відсотків голосів від статутного складу вищого колегіального органу громадського самоврядування, власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) до проведення нових виборів призначає на умовах контракту виконуючого обов'язки керівника вищого навчального закладу на строк не більше ніж два роки.

Якщо вищим колегіальним органом громадського самоврядування вищого навчального закладу подана власнику (власникам) або уповноваженому ним (ними) органу (особі) на затвердження одна кандидатура, яка набрала більше 30 відсотків голосів виборців, власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) може не призначити рекомендовану кандидатуру, у зв'язку з чим він подає вищому колегіальному органу громадського самоврядування вищого навчального закладу мотивоване заперечення (в тому числі у разі порушення визначеної цим Законом процедури проведення конкурсу).

Вищий колегіальний орган громадського самоврядування вищого навчального закладу розглядає заперечення власника (власників) або уповноваженого ним (ними) органу (особи) і виносить своє рішення.

У іншому випадку відбувається повторне висунення кандидатур на посаду керівника вищого навчального закладу. Якщо вищий колегіальний орган громадського самоврядування при повторному голосуванні підтверджує двома третинами голосів від свого статутного складу своє рішення щодо рекомендованої власнику (власникам) або уповноваженому ним (ними) органу (особі) кандидатури керівника вищого навчального закладу, власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) зобов'язаний (зобов'язана) призначити цю кандидатуру на посаду керівника вищого навчального закладу.

Керівник вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації може бути звільнений з посади власником (власниками) або уповноваженим ним (ними) органом (особою) на підставах, визначених трудовим законодавством, а також за порушення статуту вищого навчального закладу та умов контракту.

Керівник вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації може бути звільнений з посади у зв'язку із прийняттям рішення про його відкликання органом, який його обрав на посаду.

Клопотання про відкликання керівника може бути внесено до вищого колегіального органу громадського самоврядування вищого навчального закладу не менше як половиною статутного складу Вченої ради вищого навчального закладу. Рішення про відкликання керівника вищого навчального закладу третього або четвертого рівня акредитації приймається двома третинами голосів за присутності не менше як двох третин статутного складу вищого колегіального органу громадського самоврядування вищого навчального закладу.

2. Кандидат на посаду керівника вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації повинен бути громадянином України, вільно володіти українською мовою, мати вищу освіту, відповідну підготовку та стаж педагогічної роботи у вищих навчальних закладах відповідного профілю не менше ніж п'ять років.

Конкурс на заміщення посади керівника вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації оголошується власни-

ком (власниками) або уповноваженим ним (ними) органом (особою) кожні п'ять років. Власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) приймає пропозиції щодо претендентів на посаду керівника, які відповідають вимогам цього Закону, і вносить кандидатури претендентів до вищого органу громадського самоврядування для голосування.

Вищий орган громадського самоврядування вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації за результатами голосування може рекомендувати власнику (власникам) або уповноваженому ним (ними) органу (особі) на посаду керівника вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації кандидатури претендентів, які набрали більше однієї третини голосів під час голосування, або двох претендентів, які набрали найбільшу кількість голосів під час голосування. Кожен член виборного органу може голосувати лише за одну кандидатуру. Власник (власники) або уповноважений ним (ними) орган (особа) зобов'язаний (зобов'язана) призначити на умовах контракту одну з рекомендованих кандидатур.

Керівник вищого навчального закладу першого або другого рівня акредитації може бути звільнений з посади власником (власниками) або уповноваженим ним (ними) органом (особою) на підставах, визначених трудовим законодавством, а також за порушення статуту вищого навчального закладу та умов контракту.

3. Власник (власники) новоутвореного вищого навчального закладу або уповноважений ним (ними) орган (особа) призначає на умовах контракту виконуючого обов'язки керівника вищого навчального закладу на термін до проведення виборів керівника вищого навчального закладу, але не більше ніж на два роки.

Стаття 40. Обрання на посаду та звільнення з посади керівника факультету

1. Вчена рада факультету обирає і рекомендує керівнику вищого навчального закладу кандидатуру на посаду керівника факультету з числа науково-педагогічних працівників факультету, які мають вчене звання доцента, професора і науковий ступінь.

Граничний вік кандидата на посаду керівника факультету не може перевищувати шістдесят років.

Керівник вищого навчального закладу призначає керівника факультету строком на п'ять років (для національного вищого навчального закладу — строком на сім років). Керівник факультету виконує

свої повноваження на постійній основі. Інші питання щодо порядку обрання керівника факультету визначаються статутом вищого навчального закладу.

У вищих навчальних закладах мистецького профілю можуть встановлюватися додаткові вимоги щодо кандидатів на посаду керівника факультету.

Заступники керівника факультету призначаються керівником вищого навчального закладу за пропозицією вченої ради факультету.

2. Керівник факультету може бути звільнений з посади на підставах, визначених трудовим законодавством, а також за порушення статуту вищого навчального закладу та умов контракту.

Керівник факультету може бути звільнений з посади керівником вищого навчального закладу на підставі рішення Вченої ради вищого навчального закладу.

3. Керівник факультету може бути звільнений з посади керівником вищого навчального закладу на підставі подання органу громадського самоврядування факультету. Пропозиція про звільнення керівника факультету вноситься до органу громадського самоврядування факультету не менш як половиною статутного складу вченої ради факультету. Пропозиція про звільнення керівника факультету приймається не менше ніж двома третинами голосів статутного складу органу громадського самоврядування факультету.

4. Керівник вищого навчального закладу, в якому створено новий факультет, призначає на умовах контракту виконуючого обов'язки керівника цього факультету на термін до проведення виборів керівника факультету, але не більше ніж на один рік.

Розділ VII

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ

Стаття 41. Навчально-виховний процес

Навчально-виховний процес забезпечує можливість:

здобуття особою знань, умінь і навичок у гуманітарній, соціальній, науково-природничій і технічній сферах;

інтелектуального, морального, духовного, естетичного і фізичного розвитку особи, що сприяє формуванню знаючої, вмілої та вихованої особистості.

Стаття 42. Форми навчання у вищих навчальних закладах

Навчання у вищих навчальних закладах здійснюється за такими формами:

денна (очна);
вечірня;
заочна, дистанційна;
екстернатна.

Форми навчання можуть бути поєднані. Терміни навчання за відповідними формами визначаються можливостями виконання освітньо-професійних програм підготовки фахівців певного освітньо-кваліфікаційного рівня.

Екстернатна форма навчання — особлива форма навчання, що передбачає самостійне вивчення навчальних дисциплін, складання у вищому навчальному закладі заліків, екзаменів та проходження інших форм підсумкового контролю, передбачених навчальним планом.

Стаття 43. Форми організації навчального процесу

Навчальний процес у вищих навчальних закладах здійснюється у таких формах:

навчальні заняття;
самостійна робота;
практична підготовка;
контрольні заходи.

Основними видами навчальних занять у вищих навчальних закладах є:

лекція;
лабораторне, практичне, семінарське, індивідуальне заняття;
консультація.

Вищим навчальним закладом може бути встановлено інші види навчальних занять.

Стаття 44. Умови прийому на навчання до вищого навчального закладу

1. Прийом осіб на навчання до вищих навчальних закладів здійснюється на конкурсній основі відповідно до їх здібностей незалежно від форми власності навчального закладу та джерел його фінансування.

2. Умови конкурсу мають забезпечувати дотримання прав громадян у галузі освіти.

3. Поза конкурсом, а також за цільовими направленнями до вищих навчальних закладів державної та комунальної форм власності особи зараховуються у випадках і у порядку, передбачених законодавчими актами.

4. Прийом на навчання до вищого навчального закладу для підготовки фахівців усіх освітньо-кваліфікаційних рівнів проводиться відповідно до умов прийому на навчання до вищих навчальних закладів.

Правила прийому на навчання до вищого навчального закладу затверджуються його керівником за погодженням із спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Стаття 45. Відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах

1. Особи, які навчаються у вищих навчальних закладах, можуть бути відраховані з вищого навчального закладу:

- за власним бажанням;
- за невиконання навчального плану;
- за порушення умов контракту;
- в інших випадках, передбачених законами.

2. Особи, які навчаються у вищих навчальних закладах, можуть переривати навчання у зв'язку із обставинами, які унеможливають виконання навчального плану (за станом здоров'я, призовом на строкову військову службу у разі втрати права на відстрочку від неї, навчанням чи стажуванням в освітніх і наукових установах іноземних держав тощо). Особам, які перервали навчання у вищих навчальних закладах, надається академічна відпустка.

3. Поновлення на навчання осіб, які відраховані з вищих навчальних закладів, здійснюється під час канікул.

4. Особи, які навчаються у вищих навчальних закладах, можуть бути переведені з:

одного вищого навчального закладу до іншого вищого навчального закладу;

одного напрямку підготовки на інший напрям підготовки в межах однієї галузі знань;

однієї спеціальності на іншу спеціальність в межах одного напрямку підготовки.

Порядок переведення осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах, визначається спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Розділ VIII

УЧАСНИКИ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ

Стаття 46. Учасники навчально-виховного процесу

Учасниками навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах є:

педагогічні і науково-педагогічні працівники;
особи, які навчаються у вищих навчальних закладах;
працівники вищих навчальних закладів (категорійні спеціалісти, старші лаборанти, завідувачі навчальними лабораторіями, методисти та інші).

Стаття 47. Педагогічні і науково-педагогічні працівники

Педагогічні працівники — особи, які за основним місцем роботи у вищих навчальних закладах першого і другого рівнів акредитації професійно займаються педагогічною діяльністю.

Науково-педагогічні працівники — особи, які за основним місцем роботи у вищих навчальних закладах третього і четвертого рівнів акредитації професійно займаються педагогічною діяльністю у поєднанні з науковою та науково-технічною діяльністю.

Наукова та науково-технічна діяльність науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів третього і четвертого рівнів акредитації регулюється Законом України “Про наукову і науково-технічну діяльність” ().

Стаття 48. Основні посади педагогічних і науково-педагогічних працівників

1. Посади педагогічних і науково-педагогічних працівників можуть обіймати особи з повною вищою освітою, які пройшли спеціальну педагогічну підготовку.

2. Основними посадами педагогічних працівників вищих навчальних закладів першого і другого рівнів акредитації є:

викладач;
старший викладач;
голова предметної (циклової) комісії;
завідуючий відділенням;
заступник директора;
директор.

Основними посадами науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів третього і четвертого рівнів акредитації є:

асистент;
викладач;

старший викладач;
директор бібліотеки;
науковий працівник бібліотеки;
доцент;
професор;
завідуючий кафедрою;
декан;
проректор;
ректор.

3. На посади науково-педагогічних працівників обираються за конкурсом, як правило, особи, які мають наукові ступені або вчені звання, а також випускники магістратури, аспірантури та докторантури.

Статутом вищого навчального закладу може бути встановлено додаткові вимоги до осіб, які приймаються на посади науково-педагогічних працівників.

4. Педагогічні працівники призначаються на посаду керівником вищого навчального закладу. Педагогічні працівники кожні п'ять років проходять атестацію. За результатами атестації визначається відповідність працівників займаній посаді, присвоюються категорії, педагогічні звання.

Позитивне рішення атестаційної комісії може бути підставою для підвищення за посадою, а негативне — підставою для звільнення педагогічного працівника з посади у порядку, встановленому законодавством.

Порядок атестації педагогічних працівників встановлюється спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Перелік кваліфікаційних категорій і педагогічних звань педагогічних працівників, порядок їх присвоєння визначаються Кабінетом Міністрів України.

Стаття 49. Робочий час педагогічних та науково-педагогічних працівників

1. Робочий час педагогічного та науково-педагогічного працівника визначається Кодексом законів про працю України.

Час виконання навчальних, методичних, наукових, організаційних та інших трудових обов'язків у поточному навчальному році не повинен перевищувати річний робочий час.

Максимальне навчальне навантаження науково-педагогічних працівників не може перевищувати 900 годин на навчальний рік.

Максимальне навчальне навантаження педагогічних працівників не може перевищувати 720 годин на навчальний рік.

2. Види навчальних занять, що входять до навчального навантаження педагогічного та науково-педагогічного працівника відповідно до його посади, встановлюються вищим навчальним закладом в індивідуальному плані працівника.

3. Залучення педагогічних та науково-педагогічних працівників до роботи, не обумовленої трудовим договором, може здійснюватися лише за його згодою або у випадках, передбачених законом.

4. Відволікання педагогічних та науково-педагогічних працівників від виконання професійних обов'язків не допускається, за винятком випадків, передбачених законом.

Стаття 50. Права педагогічних та науково-педагогічних працівників

Педагогічні та науково-педагогічні працівники відповідно до закону мають право на:

захист професійної честі та гідності;

вільний вибір методів та засобів навчання в межах затверджених навчальних планів;

проведення наукової роботи у вищих навчальних закладах всіх рівнів акредитації;

індивідуальну педагогічну діяльність;

участь у громадському самоврядуванні;

участь у об'єднаннях громадян;

забезпечення житлом;

отримання пільгових кредитів для індивідуального і кооперативного житлового будівництва;

одержання службового житла;

одержання державних стипендій.

Педагогічні та науково-педагогічні працівники мають і інші права, передбачені законами та статутом вищого навчального закладу.

Стаття 51. Обов'язки педагогічних та науково-педагогічних працівників

Педагогічні та науково-педагогічні працівники зобов'язані:

постійно підвищувати професійний рівень, педагогічну майстерність, наукову кваліфікацію (для науково-педагогічних працівників);

забезпечувати високий науково-теоретичний і методичний рівень викладання дисциплін у повному обсязі освітньої програми відповідної спеціальності;

додержуватися норм педагогічної етики, моралі, поважати гідність осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах, прививати їм любов до України, виховувати їх в душі українського патріотизму і поваги до Конституції України ();

додержуватися законів, статуту та правил внутрішнього розпорядку вищого навчального закладу.

Стаття 52. Підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників

Педагогічні та науково-педагогічні працівники підвищують кваліфікацію та проходять стажування у відповідних наукових і освітньо-наукових установах як в Україні, так і за її межами.

Вищий навчальний заклад забезпечує підвищення кваліфікації та стажування педагогічних та науково-педагогічних працівників не рідше ніж один раз на п'ять років із збереженням середньої заробітної плати.

Стаття 53. Особи, які навчаються у вищих навчальних закладах

Особами, які навчаються у вищих навчальних закладах, є студенти (слухачі), курсанти, екстерни, асистенти-стажисти, інтерни, клінічні ординатори, здобувачі, аспіранти (ад'юнкти) та докторанти.

Студент (слухач) — особа, яка в установленому порядку зарахована до вищого навчального закладу і навчається за денною (очною), вечірньою або заочною, дистанційною формами навчання з метою здобуття певних освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівнів.

Курсант — особа, яка в установленому порядку зарахована до військового вищого навчального закладу і навчається з метою здобуття певних освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівнів.

Екстерн — особа, яка в установленому порядку зарахована до вищого навчального закладу, має відповідний освітній, освітньо-кваліфікаційний рівень і навчається за екстернатною формою навчання з метою здобуття певних освітнього та освітньо-кваліфікаційного рівнів.

Асистент-стажист — особа, яка має повну вищу освіту і освітньо-кваліфікаційний рівень магістра або спеціаліста, навчається в асистентурі-стажуванні вищих навчальних закладів мистецького профілю з метою удосконалення творчої майстерності.

Інтерн — особа, яка має повну вищу освіту і освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста медичного або фармацевтичного спрямування, навчається з метою отримання кваліфікації лікаря або провізора певної спеціальності відповідно до переліку лікарських або провізорських посад.

Клінічний ординатор — особа, яка має повну вищу освіту і освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста або магістра медичного спрямування та кваліфікацію лікаря певної спеціальності відповідно до переліку лікарських посад, навчається з метою поглиблення професійних знань, підвищення рівнів умінь та навичок лікаря-спеціаліста.

Здобувач — особа, яка прикріплена до аспірантури або докторантури вищого навчального закладу або наукової установи і готує дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата наук без навчання в аспірантурі, або особа, яка має науковий ступінь кандидата наук і готує дисертацію на здобуття наукового ступеня доктора наук без перебування в докторантурі.

Аспірант (ад'юнкт) — особа, яка має повну вищу освіту і освітньо-кваліфікаційний рівень магістра або спеціаліста, навчається в аспірантурі (ад'юнктурі) вищого навчального закладу або наукової установи для підготовки дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук.

Докторант — особа, яка має науковий ступінь кандидата наук і зарахована до докторантури для підготовки дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук.

Стаття 54. Права осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах

1. Особи, які навчаються у вищих навчальних закладах, мають право на:

вибір форми навчання;

безпечні і нешкідливі умови навчання, праці та побуту;

трудова діяльність у позанавчальний час;

додаткову оплачувану відпустку у зв'язку з навчанням за основним місцем роботи, скорочений робочий час та інші пільги, передбачені законодавством для осіб, які поєднують роботу з навчанням;

користування навчальною, науковою, виробничою, культурною, спортивною, побутовою, оздоровчою базою вищого навчального закладу;

участь у науково-дослідних, дослідно-конструкторських роботах, конференціях, симпозіумах, виставках, конкурсах, представлення своїх робіт для публікацій;

участь в обговоренні та вирішенні питань удосконалення навчально-виховного процесу, науково-дослідної роботи, призначення стипендій, організації дозвілля, побуту, оздоровлення;

надання пропозицій щодо умов і розмірів плати за навчання;
участь у об'єднаннях громадян;

обрання навчальних дисциплін за спеціальністю в межах, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки та робочим навчальним планом;

участь у формуванні індивідуального навчального плану;

моральне та (або) матеріальне заохочення за успіхи у навчанні та активну участь у науково-дослідній роботі;

захист від будь-яких форм експлуатації, фізичного та психічного насильства;

безкоштовне користування у вищих навчальних закладах бібліотеками, інформаційними фондами, послугами навчальних, наукових, медичних та інших підрозділів вищого навчального закладу;

канікулярну відпустку тривалістю не менше ніж вісім календарних тижнів.

2. Студенти вищих навчальних закладів, які навчаються за денною (очною) формою навчання, мають право на пільговий проїзд у транспорті, а також на забезпечення гуртожитком у порядках, встановлених Кабінетом Міністрів України.

Студенти вищих навчальних закладів мають право на отримання стипендій, призначених юридичними та фізичними особами, які направили їх на навчання, а також інших стипендій відповідно до законодавства.

Стаття 55. Обов'язки осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах

Особи, які навчаються у вищих навчальних закладах, зобов'язані:

додержуватися законів, статуту та правил внутрішнього розпорядку вищого навчального закладу;

виконувати графік навчального процесу та вимоги навчального плану.

Стаття 56. Працевлаштування випускників вищих навчальних закладів

Випускники вищих навчальних закладів вільні у виборі місця роботи.

Випускник вищого навчального закладу, який навчався за державним замовленням і якому присвоєно кваліфікацію фахівця з вищою освітою певного освітньо-кваліфікаційного рівня, працевлаштовується на підставі направлення на роботу відповідно до угоди, ук-

ладеної між замовником, керівником вищого навчального закладу та випускником.

Якщо випускник вищого навчального закладу навчався за кошти третьої особи, його працевлаштування здійснюється відповідно до укладеної між ними угоди.

Стаття 57. Гарантії педагогічним, науково-педагогічним та іншим категоріям працівників вищих навчальних закладів

1. Педагогічним, науково-педагогічним та іншим категоріям працівників вищих навчальних закладів відповідно:

створюються належні умови праці, підвищення кваліфікації, побуту, відпочинку та медичного обслуговування;

виплачуються у разі втрати роботи компенсації відповідно до Закону України “Про зайнятість населення” ();

забезпечується зарахування до науково-педагогічного стажу робіт за сумісництвом у разі виконання навчальних обов'язків не менше ніж 180 годин на рік;

надаються гарантії та встановлюються заохочення, передбачені статтями 57 і 58 Закону України “Про освіту” ().

2. Вищий навчальний заклад відповідно до статуту визначає форму і систему доплат, надбавок, премій та інші умови матеріального стимулювання педагогічним, науково-педагогічним та іншим категоріям працівників вищих навчальних закладів.

Розділ ІХ

ПІДГОТОВКА НАУКОВИХ І НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Стаття 58. Аспірантура (ад'юнктура), асистентура-стажування та докторантура

1. Основними формами підготовки наукових і науково-педагогічних працівників вищої кваліфікації є аспірантура (ад'юнктура) і докторантура.

2. Аспірантура (ад'юнктура) і докторантура створюють умови для безперервної освіти, підвищення науково-педагогічної і наукової кваліфікації громадян і здобуття наукового ступеня кандидата або доктора наук.

3. Асистентура-стажування відкривається при вищих навчальних закладах мистецького профілю і є основною формою підготовки науково-педагогічних, творчих і виконавських кадрів зі спеціальностей мистецьких напрямів.

4. Підготовка кандидатів і докторів наук здійснюється вищими навчальними закладами третього і четвертого рівнів акредитації, науково-дослідними установами та їх відокремленими підрозділами.

5. Порядок підготовки наукових і науково-педагогічних кадрів визначається Кабінетом Міністрів України.

Стаття 59. Наукові ступені і вчені звання

1. Науковими ступенями є:

кандидат наук;

доктор наук.

Наукові ступені присуджують спеціалізовані вчені ради на підставі прилюдного захисту дисертацій. Рішення спеціалізованих вчених рад про присудження наукових ступенів затверджуються Вищою атестаційною комісією України.

2. Вченими званнями є:

старший науковий співробітник;

доцент;

професор.

Вчене звання старшого наукового співробітника на основі рішення Вченої (наукової, науково-технічної, технічної) ради, яка діє в системі міністерства, іншого центрального органу виконавчої влади або установи, присвоює Вища атестаційна комісія України у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Вчене звання доцента або професора на основі рішення Вченої (наукової, науково-технічної, технічної) ради, яка діє в системі міністерства, іншого центрального органу виконавчої влади або установи, присвоює спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у галузі освіти і науки у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Зразки документів про присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань затверджуються Кабінетом Міністрів України.

3. Присудження наукового ступеня або присвоєння вченого звання особі є визнанням рівня її наукової кваліфікації.

Стаття 60. Спеціалізовані вчені ради

1. Спеціалізовані вчені ради є основною ланкою в системі атестації наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації.

Спеціалізовані вчені ради утворюються за рішенням Вищої атестаційної комісії України у вищих навчальних закладах третього та четвертого рівнів акредитації, у інших установах, які проводять наукові, науково-технічні дослідження, а також мають високий рівень

кадрового та матеріально-технічного забезпечення для підготовки наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації.

2. До складу спеціалізованих вчених рад для захисту дисертацій включаються вчені, які мають науковий ступінь доктора наук.

До складу спеціалізованих вчених рад для захисту кандидатських дисертацій також можуть бути включені вчені, які мають науковий ступінь кандидата наук.

3. Порядок створення і діяльності спеціалізованих вчених рад визначається Вищою атестаційною комісією України.

Розділ X

НАУКОВА І НАУКОВО-ТЕХНІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Стаття 61. Мета і завдання наукової і науково-технічної діяльності у вищих навчальних закладах

1. Наукова і науково-технічна діяльність у вищих навчальних закладах є невід'ємною складовою освітньої діяльності і здійснюється з метою інтеграції наукової, навчальної і виробничої діяльності в системі вищої освіти.

2. Наукова і науково-технічна діяльність вищих навчальних закладів забезпечується через:

органічну єдність змісту освіти і програм наукової діяльності;

спрямування фундаментальних, прикладних досліджень і розробок на створення і впровадження нових конкурентоздатних техніки, технологій та матеріалів;

створення стандартів вищої освіти, підручників та навчальних посібників з урахуванням досягнень науки і техніки;

розвиток різних форм наукової співпраці (в тому числі міжнародної) з установами і організаціями, що не входять до системи вищої освіти, для розв'язання складних наукових проблем, впровадження результатів наукових досліджень і розробок;

безпосередню участь учасників навчально-виховного процесу в науково-дослідних і дослідно-конструкторських роботах, що проводяться у вищому навчальному закладі;

планування проведення і виконання науково-педагогічними працівниками наукових досліджень у межах основного робочого часу;

залучення до навчально-виховного процесу провідних учених і науковців, працівників вищих навчальних закладів та інших наукових установ і організацій;

організацію наукових, науково-практичних, науково-методичних семінарів, конференцій, олімпіад, конкурсів, науково-дослідних, курсових, дипломних та інших робіт учасників навчально-виховного процесу.

Стаття 62. Організація і управління науковою і науково-технічною діяльністю

1. Наукова і науково-технічна діяльність у вищих навчальних закладах провадиться і фінансується відповідно до цього Закону, законів України “Про освіту” () та “Про наукову і науково-технічну діяльність” ().

2. Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у галузі освіти і науки:

розробляє згідно з законодавством пропозиції щодо обсягів бюджетного фінансування наукової та науково-технічної діяльності вищих навчальних закладів, інших підприємств, установ і організацій, що діють у системі вищої освіти, а також обсягів капітального будівництва зазначених підприємств, установ і організацій;

здійснює управління у галузі наукової і науково-технічної діяльності, зокрема через державне замовлення, а також організує і забезпечує проведення наукової роботи як невід’ємної складової освітнього процесу у вищих навчальних закладах.

3. Наукові дослідження, що проводяться за рахунок коштів державного бюджету, фінансуються спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки та (або) центральними органами виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади, незалежно від фінансування освітньої діяльності. В першочерговому порядку фінансуються фундаментальні та пошукові дослідження, а також науково-дослідні роботи, що виконуються в рамках пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки.

До виконання наукових і науково-технічних робіт у вищому навчальному закладі можуть залучатися наукові, педагогічні і науково-педагогічні працівники, інші працівники вищих навчальних закладів, особи, які навчаються у вищому навчальному закладі, а також фахівці інших організацій.

4. Наукова і науково-технічна діяльність у вищому навчальному закладі може також здійснюватися на підставі договору.

5. Вищий навчальний заклад третього або четвертого рівня акредитації, що провадить наукову діяльність, проходить державну атес-

тацію відповідно до статті 11 Закону України “Про наукову і науково-технічну діяльність” ().

Розділ XI

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Стаття 63. Правовий режим майна вищих навчальних закладів

1. За вищим навчальним закладом з метою забезпечення діяльності, передбаченої його статутом, і відповідно до закону та його організаційно-правової форми власником (власниками) закріплюються на правах оперативного управління або передаються у власність будівлі, споруди, майнові комплекси, обладнання, а також інше необхідне майно.

2. Майно, що закріплене за вищим навчальним закладом державної або комунальної форми власності, а також доходи від використання цього майна належать вищому навчальному закладу на правах оперативного управління. Майно, що знаходиться у державній і комунальній власності і передане в оперативне управління вищим навчальним закладам державної і комунальної форм власності, не підлягає вилученню або передачі будь-яким підприємствам, установам, організаціям, крім випадків, передбачених законодавством.

Майно вищих навчальних закладів державної та комунальної форм власності, що забезпечує їх статутну діяльність, не може бути предметом застави.

Держава в особі відповідних органів державної влади встановлює пільги в оподаткуванні, сплаті платежів, митних зборів для вищих навчальних закладів.

3. Вищий навчальний заклад державної та комунальної форм власності самостійно розпоряджається доходами та іншими надходженнями, одержаними від надання дозволених законодавством платних послуг. Таке розпорядження включає в себе право відкривати поточні та депозитні рахунки в банках, збереження коштів на депозитних рахунках банків, право придбання майна та його використання на підставі договорів тощо.

4. Повноваження власника (власників) щодо розпорядження державним майном у системі вищої освіти реалізуються відповідно до законів.

5. Вищий навчальний заклад у межах, визначених законами, та відповідно до статуту має право:

отримувати кошти і матеріальні цінності (будинки, споруди, обладнання, транспортні засоби тощо) від органів державної влади, підприємств, установ, організацій (в тому числі благодійних) та фізичних осіб;

провадити фінансово-господарську діяльність в Україні та за її межами;

створювати власні або використовувати за договором інші матеріально-технічні бази для проведення навчально-виробничої практики осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах, а також для власної господарської діяльності;

розвивати власну соціально-побутову базу, мережу спортивно-оздоровчих, лікувально-профілактичних та культурних закладів;

здійснювати капітальне будівництво, реконструкцію, капітальний і поточний ремонт основних фондів на умовах підряду або господарським способом;

спрямовувати кошти на будівництво або благоустрій соціально-побутових об'єктів, а також на соціальну підтримку педагогічних, науково-педагогічних та інших категорій працівників вищих навчальних закладів та осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах;

відкривати рахунки у національній та іноземній валюті у банках відповідно до законодавства про банківську діяльність;

користуватися банківськими кредитами.

Стаття 64. Фінансування вищих навчальних закладів

1. Фінансування вищих навчальних закладів державної форми власності здійснюється за рахунок коштів державного бюджету, призначених для фінансування спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки, інших центральних органів виконавчої влади, які мають у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації, виконавчі органи відповідних рад можуть фінансувати вищі навчальні заклади державної форми власності відповідно до програм соціально-економічного розвитку регіонів. (Абзац перший частини першої статті 64 із змінами, внесеними згідно із Законом N 2229-IV () від 14.12.2004)

Розміри бюджетних призначень на підготовку фахівців з вищою освітою, а також підготовку наукових і науково-педагогічних працівників через аспірантуру і докторантуру визначаються у законі про державний бюджет. (Абзац другий частини першої статті 64 в редакції Закону N 2229-IV () від 14.12.2004)

Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у галузі освіти і науки та інші центральні органи виконавчої влади беруть участь у встановленні нормативів матеріально-технічного, фінансового та іншого забезпечення вищих навчальних закладів (штатна чисельність співробітників, співвідношення кількості студентів і викладачів, навчальне навантаження викладачів, розміри земельних ділянок, фінансування наукових досліджень, утримання навчальних аудиторій і лабораторій, бібліотек та фондів наукової і навчальної літератури, фінансування капітального будівництва, ремонту і утримання будівель і спортивно-оздоровчих споруд, придбання технічних засобів навчання та методичного забезпечення навчального процесу тощо), диференційованих залежно від статусу, рівня акредитації, типу вищого навчального закладу, напрямів і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців, та наукових напрямів підготовки наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації.

Фінансування за рахунок видатків Державного бюджету України підготовки фахівців з вищою освітою за напрямками і спеціальностями відповідних освітньо-кваліфікаційних рівнів у вищих навчальних закладах державної форми власності здійснюється в обсягах, необхідних для забезпечення на кожні десять тисяч населення навчання не менше як ста студентів у вищих навчальних закладах першого і другого рівнів акредитації та ста вісімдесяти студентів у вищих навчальних закладах третього і четвертого рівнів акредитації.

2. Фінансування вищих навчальних закладів, що перебувають у власності Автономної Республіки Крим, та вищих навчальних закладів комунальної форми власності здійснюється за рахунок коштів відповідних бюджетів.

3. Фінансування вищих навчальних закладів приватної форми власності здійснюється їх власниками.

4. Для фінансування вищих навчальних закладів можуть залучатися додаткові джерела фінансування, не заборонені законодавством.

Залучені кошти спрямовуються на здійснення статутної діяльності вищого навчального закладу у порядку і на умовах, визначених законодавством та його статутом.

5. Вищі навчальні заклади державної форми власності, вищі навчальні заклади, що перебувають у власності Автономної Республіки Крим, та вищі навчальні заклади комунальної форми влас-

ності використовують кошти відповідних бюджетів, а також додаткових джерел фінансування, не заборонених законодавством, на оплату праці та матеріальне стимулювання своїх працівників.

6. Розмір плати за весь строк навчання або за надання додаткових освітніх послуг встановлюється вищим навчальним закладом у грошовій одиниці України — гривні, з урахуванням офіційно визначеного рівня інфляції за попередній календарний рік.

Розмір плати за весь строк навчання або за надання додаткових освітніх послуг встановлюється у договорі, що укладається між вищим навчальним закладом та особою, яка навчатиметься, або юридичною особою, що оплачуватиме навчання або надання додаткових освітніх послуг, і не може змінюватися протягом усього строку навчання. Типовий договір затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Розмір плати за весь строк навчання або за надання додаткових освітніх послуг публікується у загальнодержавних друкованих засобах масової інформації та інформаційних збірниках спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки.

Плата за навчання або за надання додаткових освітніх послуг може вноситися за весь строк навчання або надання додаткових освітніх послуг повністю одноразово або частками — помісячно, по семестрах, щорічно.

Особи, які успішно навчаються у вищих навчальних закладах державної або комунальної форми власності за денною (очною) формою навчання за кошти державного або місцевого бюджету, забезпечуються стипендіями у розмірі не менше ніж два неоподатковуваних мінімуми доходів громадян. Порядок призначення і виплати стипендій встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Педагогічним та науково-педагогічним працівникам вищих навчальних закладів встановлюються доплати за науковий ступінь кандидата наук або доктора наук у розмірах відповідно 15 та 20 відсотків посадового окладу, якщо наявність наукового ступеня не передбачена кваліфікаційними вимогами за посадою, яку обіймає працівник.

7. Законом встановлюються джерела, обсяги та види надходжень, які не є об'єктом оподаткування для вищих навчальних закладів всіх форм власності, а також встановлюються пільги щодо сплати податків і зборів для вищих навчальних закладів та осіб, які надають їм благодійну допомогу.

8. Показники державного замовлення на підготовку фахівців з вищою освітою формуються за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі економіки на підставі узгодженого подання спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки (іншого центрального органу виконавчої влади, який має у своєму підпорядкуванні вищі навчальні заклади) та спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі праці та соціальної політики.

Показники державного замовлення на підготовку наукових і науково-педагогічних кадрів формуються за науковими напрямками спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі економіки за поданням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у галузі освіти і науки, інших центральних органів виконавчої влади, які здійснюють підготовку наукових та науково-педагогічних кадрів.

Стаття 65. Платні послуги у галузі вищої освіти та пов'язаних з нею інших галузях діяльності

Вищий навчальний заклад відповідно до свого статуту може надавати фізичним та юридичним особам платні послуги у галузі вищої освіти та пов'язаних з нею інших галузях діяльності за умови забезпечення провадження освітньої діяльності.

Перелік видів платних послуг у галузі вищої освіти та пов'язаних з нею інших галузях діяльності, що можуть надаватися вищими навчальними закладами державної або комунальної форми власності, визначається Кабінетом Міністрів України.

Вищий навчальний заклад не може надавати платні послуги у галузі вищої освіти та пов'язаних з нею інших галузях діяльності на заміну або в рамках освітньої діяльності, що фінансується за рахунок коштів державного та місцевого бюджетів.

Розділ XII

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

Стаття 66. Державна політика у галузі міжнародного співробітництва у галузі вищої освіти

Держава сприяє міжнародному співробітництву у галузі вищої освіти і здійснює заходи щодо розвитку та зміцнення взаємовигідного міжнародного співробітництва у галузі вищої освіти в рамках двосторонніх і багатосторонніх міжнародних договорів і угод.

Держава створює умови для міжнародного співробітництва вищих навчальних закладів усіх форм власності, наукових, проектних, виробничих, клінічних, медико-профілактичних, культурно-освітніх організацій та установ, які забезпечують функціонування та розвиток системи вищої освіти, органів управління вищою освітою, шляхом бюджетного фінансування, надання пільг по сплаті податків та зборів (обов'язкових платежів), пов'язаних із закупівлею та ввезенням на митну територію України навчального, наукового та виробничого обладнання, приладдя та матеріалів, для здійснення освітньої, наукової та науково-технічної діяльності.

Стаття 67. Основні напрями міжнародного співробітництва у галузі вищої освіти

1. Вищі навчальні заклади мають право здійснювати міжнародне співробітництво, укладати договори про співробітництво, встановлювати прямі зв'язки з вищими навчальними закладами іноземних держав, міжнародними організаціями, фондами тощо відповідно до законодавства.

2. Головними напрямками міжнародного співробітництва вищих навчальних закладів є:

участь у програмах двостороннього та багатостороннього міждержавного обміну студентами, аспірантами, педагогічними, науково-педагогічними та науковими працівниками;

проведення спільних наукових досліджень;

організація міжнародних конференцій, симпозіумів, конгресів та інших заходів;

участь у міжнародних освітніх та наукових програмах;

спільна видавнича діяльність;

надання послуг, пов'язаних із здобуттям вищої та післядипломної освіти, іноземним громадянам в Україні;

відрядження за кордон науково-педагогічних кадрів для викладацької та наукової роботи відповідно до міжнародних договорів України, а також прямих договорів вищих навчальних закладів з іноземними партнерами.

Стаття 68. Зовнішньоекономічна діяльність у галузі вищої освіти

1. Зовнішньоекономічна діяльність вищого навчального закладу здійснюється відповідно до законодавства шляхом укладення договорів з іноземними юридичними та фізичними особами.

2. Основними видами зовнішньоекономічної діяльності вищого навчального закладу є:

організація фахової підготовки і стажування студентів;
провадження освітньої діяльності, пов'язаної з навчанням іноземних студентів, а також підготовка наукових кадрів для іноземних держав;

проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт за замовленням іноземних юридичних та фізичних осіб;

створення спільних з іноземними партнерами підприємств, центрів, лабораторій, технопарків тощо.

3. Валютні та матеріальні надходження від зовнішньоекономічної діяльності вищого навчального закладу використовуються для забезпечення виконання статутних завдань.

Розділ XIII

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ВИЩУ ОСВІТУ

Стаття 69. Відповідальність за порушення законодавства про вищу освіту

1. Особи, винні у порушенні законодавства про вищу освіту, несуть відповідальність відповідно до закону.

2. Шкода, заподіяна учасниками навчально-виховного процесу вищому навчальному закладу, а також шкода, заподіяна вищим навчальним закладом учасникам навчально-виховного процесу, відшкодовуються відповідно до законодавства.

3. Невиконання вищим навчальним закладом головних завдань діяльності, вимог стандартів вищої освіти є підставою для позбавлення його ліцензій.

Розділ XIV

ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності з дня його опублікування.

Положення частини четвертої статті 23 набирають чинності з дня прийняття рішення про набір студентів 2009 року. (Абзац другий пункту 1 розділу XIV із змінами, внесеними згідно із Законами N 1004-IV () від 19.06.2003, N 2505-IV () від 25.03.2005)

Положення абзаців першого і другого частини першої та абзацу першого частини другої статті 39, абзаців першого та другого частини першої статті 40 цього Закону щодо вимог до кандидатур на посади керівника вищого навчального закладу та керівника факультету поширюються на осіб, які будуть обиратися на зазначені посади з дня набрання чинності цим Законом.

Положення абзацу четвертого частини першої статті 64 набиратимуть чинності з 1 січня 2005 року.

Закони та інші нормативно-правові акти, прийняті до набрання чинності цим Законом, застосовуються у частині, що не суперечить цьому Закону.

2. Кабінету Міністрів України:

у шестимісячний термін з дня набрання чинності цим Законом підготувати та подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо приведення законів у відповідність із цим Законом;

у шестимісячний термін з дня набрання чинності цим Законом забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом;

у тримісячний термін з дня набрання чинності цим Законом привести свої нормативно-правові акти, а також забезпечити приведення нормативно-правових актів міністерств та інших центральних органів виконавчої влади у відповідність із цим Законом;

у проектах законів про Державний бюджет України на 2003 рік та наступні роки передбачати поступове збільшення бюджетних асигнувань для реалізації положень абзацу четвертого частини першої статті 64 цього Закону.

3. У Законі України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності” () (Відомості Верховної Ради України, 2000 р., N 36, ст. 299; 2001 р., N 11, ст. 45, N 49, ст. 259; 2002 р., N 1, ст. 1):

частину другу статті 2 після слів “ядерної енергії” доповнити словами “ліцензування у сфері освіти”;

пункт 40 статті 9 виключити.

Президент України Л.КУЧМА

м. Київ, 17 січня 2002 року
N 2984-III

НАЦІОНАЛЬНА ДОКТРИНА розвитку освіти

I. Загальні положення

Освіта — основа розвитку особистості, суспільства, нації та держави, запорука майбутнього України. Вона є визначальним чинником політичної, соціально-економічної, культурної та наукової життєдіяльності суспільства. Освіта відтворює і нарощує інтелектуальний, духовний та економічний потенціал суспільства.

Освіта є стратегічним ресурсом поліпшення добробуту людей, забезпечення національних інтересів, зміцнення авторитету і конкурентоспроможності держави на міжнародній арені.

За роки незалежності на основі Конституції України визначено пріоритети розвитку освіти, створено відповідну правову базу, здійснюється практичне реформування галузі згідно з Державною національною програмою “Освіта” (“Україна XXI століття”).

Водночас стан справ у галузі освіти, темпи та глибина перетворень не повною мірою задовольняють потреби особистості, суспільства і держави. Глобалізація, зміна технологій, перехід до постіндустріального, інформаційного суспільства, утвердження пріоритетів сталого розвитку, інші властиві сучасній цивілізації риси зумовлюють розвиток людини як головну мету, ключовий показник і основний важіль сучасного прогресу, потребу в радикальній модернізації галузі, ставлять перед державою, суспільством завдання забезпечити пріоритетність розвитку освіти і науки, першочерговість розв’язання їх нагальних проблем.

Актуальним завданням є забезпечення доступності здобуття якісної освіти протягом життя для всіх громадян та подальше утвердження її національного характеру. Мають постійно оновлюватися зміст освіти та організація навчально-виховного процесу відповідно до демократичних цінностей, ринкових засад економіки, сучасних науково-технічних досягнень. Критичним залишається стан фінансування освіти і науки, недостатнім є рівень оплати праці працівників освіти і науки.

Потребують державної підтримки дошкільна, загальна середня освіта у сільській місцевості, професійно-технічна освіта, навчання

здібних та обдарованих учнів і студентів, а також дітей з особливостями психічного і фізичного розвитку.

Необхідно істотно зміцнити навчально-матеріальну базу, здійснити комп'ютеризацію навчальних закладів, впровадити інформаційні технології, забезпечити ефективну підготовку та підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників, запровадити нові економічні та управлінські механізми розвитку освіти. Усі ці проблеми потребують першочергового розв'язання.

В Україні повинні забезпечуватися прискорений, випереджальний інноваційний розвиток освіти, а також створюватися умови для розвитку, самоствердження та самореалізації особистості протягом життя.

Національна доктрина розвитку освіти (далі — Національна доктрина) визначає систему концептуальних ідей та поглядів на стратегію і основні напрями розвитку освіти у першій чверті XXI століття.

II. Мета і пріоритетні напрями розвитку освіти

1. Мета державної політики щодо розвитку освіти полягає у створенні умов для розвитку особистості і творчої самореалізації кожного громадянина України, вихованні покоління людей, здатних ефективно працювати і навчатися протягом життя, оберігати й примножувати цінності національної культури та громадянського суспільства, розвивати і зміцнювати суверенну, незалежну, демократичну, соціальну та правову державу як невід'ємну складову європейської та світової спільноти.

2. Пріоритетними напрямами державної політики щодо розвитку освіти є:

- особистісна орієнтація освіти;
- формування національних і загальнолюдських цінностей;
- створення для громадян рівних можливостей у здобутті освіти;
- постійне підвищення якості освіти, оновлення її змісту та форм організації навчально-виховного процесу;
- розвиток системи безперервної освіти та навчання протягом життя;
- пропаганда здорового способу життя;
- розширення україномовного освітнього простору;
- забезпечення освітніх потреб національних меншин;

- забезпечення економічних і соціальних гарантій для професійної самореалізації педагогічних, науково-педагогічних працівників, підвищення їх соціального статусу;
- розвиток дошкільної, позашкільної, загальної середньої освіти у сільській місцевості та професійно-технічної освіти;
- органічне поєднання освіти і науки, розвиток педагогічної та психологічної науки, дистанційної освіти;
- запровадження освітніх інновацій, інформаційних технологій;
- створення індустрії сучасних засобів навчання і виховання, повне забезпечення ними навчальних закладів;
- створення ринку освітніх послуг та його науково-методичного забезпечення;
- інтеграція вітчизняної освіти до європейського та світового освітніх просторів.

3. Держава повинна забезпечувати:

- виховання особистості, яка усвідомлює свою належність до Українського народу, сучасної європейської цивілізації, орієнтується в реаліях і перспективах соціокультурної динаміки, підготовлена до життя і праці у світі, що змінюється;
- збереження та збагачення українських культурно-історичних традицій, виховання шанобливого ставлення до національних святинь, української мови, а також до історії та культури всіх корінних народів і національних меншин, які проживають в Україні, формування культури міжетнічних і міжособистісних відносин;
- виховання людини демократичного світогляду, яка дотримується громадянських прав і свобод, з повагою ставиться до традицій, культури, віросповідання та мови спілкування народів світу;
- формування у дітей та молоді сучасного світогляду, розвиток творчих здібностей і навичок самостійного наукового пізнання, самоосвіти і самореалізації особистості;
- підготовку кваліфікованих кадрів, здатних до творчої праці, професійного розвитку, освоєння та впровадження наукоємних та інформаційних технологій, конкурентоспроможних на ринку праці;
- створення умов для розвитку обдарованих дітей та молоді;
- підтримку дітей та молоді з особливостями психічного і фізичного розвитку;
- стимулювання у молоді прагнення до здорового способу життя;

- розвиток дитячого та юнацького спорту, туризму;
- етичне, естетичне виховання;
- екологічну, правову, економічну освіту;
- наступність і безперервність освіти;
- інноваційний характер навчально-виховної діяльності;
- різноманітність типів навчальних закладів, варіативність навчальних програм, індивідуалізацію навчання та виховання;
- моніторинг освітнього процесу, зростання якості освітніх послуг;
- створення умов для ефективної професійної діяльності педагогічних, науково-педагогічних працівників відповідно до їх ролі у суспільстві.

III. Національний характер освіти і національне виховання

4. Освіта має гуманістичний характер і ґрунтується на культурно-історичних цінностях Українського народу, його традиціях і духовності.

Освіта утверджує національну ідею, сприяє національній самоідентифікації, розвитку культури Українського народу, оволодінню цінностями світової культури, загальнолюдськими надбаннями.

5. Національне виховання є одним із головних пріоритетів, органічною складовою освіти. Його основна мета – виховання свідомого громадянина, патріота, набуття молоддю соціального досвіду, високої культури міжнаціональних взаємовідносин, формування у молоді потреби та уміння жити в громадянському суспільстві, духовності та фізичної досконалості, моральної, художньо-естетичної, трудової, екологічної культури.

6. Національне виховання спрямовується на залучення громадян до глибинних пластів національної культури і духовності, формування у дітей та молоді національних світоглядних позицій, ідей, поглядів і переконань на основі цінностей вітчизняної та світової культури.

Головними складовими національного виховання є громадянське та патріотичне виховання.

7. Національне виховання має здійснюватися на всіх етапах навчання дітей та молоді, забезпечувати всебічний розвиток, гармонійність і цілісність особистості, розвиток її здібностей та обдарувань, збагачення на цій основі інтелектуального потенціалу народу, його духовності й культури, виховання громадянина, здатного до са-

мостійного мислення, суспільного вибору і діяльності, спрямованої на процвітання України.

IV. Стратегія мовної освіти

8. У державі створюється система безперервної мовної освіти, що забезпечує обов'язкове оволодіння громадянами України державною мовою, можливість опановувати рідну (національну) і практично володіти хоча б однією іноземною мовою. Освіта сприяє розвитку високої мовної культури громадян, вихованню поваги до державної мови та мов національних меншин України, толерантності у ставленні до носіїв різних мов і культур.

Реалізація мовної стратегії здійснюється шляхом комплексного і послідовного впровадження просвітницьких, нормативно-правових, науково-методичних, роз'яснювальних заходів.

Забезпечується право національних меншин на задоволення освітніх потреб рідною мовою, збереження та розвиток етнокультури, її підтримку та захист державою. У навчальних закладах, в яких навчання ведеться мовами національних меншин, створюються умови для належного опанування державної мови.

V. Освіта — рушійна сила розвитку громадянського суспільства

9. В умовах становлення в Україні громадянського суспільства, правової держави, демократичної політичної системи освіта має стати найважливішим чинником гуманізації суспільно-економічних відносин, формування нових життєвих орієнтирів особистості.

Передумовою утвердження розвинутого громадянського суспільства є підготовка освічених, моральних, мобільних, конструктивних і практичних людей, здатних до співпраці, міжкультурної взаємодії, які мають глибоке почуття відповідальності за долю країни, її соціально-економічне процвітання.

Освіта має активно сприяти формуванню нової ціннісної системи суспільства — відкритої, варіативної, духовно та культурно наповненої, толерантної, здатної забезпечити становлення громадянина і патріота, консолідувати суспільство на засадах пріоритету прав особистості, зменшення соціальної нерівності.

Держава сприяє становленню демократичної системи навчання та виховання.

10. Державна політика в галузі освіти спрямовується на посилення ролі органів місцевого самоврядування, активізацію участі батьків, піклувальних рад, меценатів, громадських організацій,

фондів, засобів масової інформації у навчально-виховній, науково-методичній, економічній діяльності навчальних закладів, прогнозуванні їх розвитку, оцінці якості освітніх послуг.

VI. Освіта і фізичне виховання — основа для забезпечення здоров'я громадян

11. Пріоритетним завданням системи освіти є виховання людини в душі відповідального ставлення до власного здоров'я і здоров'я оточуючих як до найвищої індивідуальної і суспільної цінності. Це здійснюється шляхом розвитку валеологічної освіти, повноцінного медичного обслуговування, оптимізації режиму навчально-виховного процесу, створення екологічно сприятливого життєвого простору.

Держава разом із громадськістю сприяє збереженню здоров'я учасників навчально-виховного процесу, залученню їх до занять фізичною культурою і спортом, недопущенню будь-яких форм насильства в навчальних закладах, а також проведенню та впровадженню в практику результатів міжгалузевих наукових досліджень з проблем зміцнення здоров'я, організації медичної допомоги дітям, учням і студентам, якісному медичному обслуговуванню працівників освіти, пропаганді здорового способу життя та вихованню культури поведінки населення.

12. В усіх ланках системи освіти шляхом використання засобів фізичного виховання та фізкультурно-оздоровчої роботи закладаються основи для забезпечення і розвитку фізичного, психічного, соціального та духовного здоров'я кожного члена суспільства.

Для досягнення цієї мети необхідно забезпечити:

- комплексний підхід до гармонійного формування всіх складових здоров'я;
- удосконалення фізичної та психологічної підготовки до активного життя і професійної діяльності на принципах, що забезпечують оздоровчу спрямованість та індивідуальність підходів;
- використання різноманітних форм рухової активності та інших засобів фізичного удосконалення.

Виконання зазначених завдань дасть змогу досягти істотного зниження захворюваності дітей, підлітків, молоді та інших категорій населення, підвищити рівень профілактичної роботи, стимулювати у людей різного віку прагнення до здорового способу життя, зменшити вплив шкідливих звичок на здоров'я дітей та молоді.

13. Фізичне виховання як невід'ємна складова освіти забезпечує можливість набуття кожною людиною необхідних науково обґрун-

тованих знань про здоров'я і засоби його зміцнення, про шляхи і методи протидії хворобам, про методики досягнення високої працездатності та тривалої творчої активності. В системі освіти держава забезпечує розвиток масового спорту як важливої складової виховання молоді.

VII. Рівний доступ до здобуття якісної освіти

14. Для всіх громадян України незалежно від національності, статі, соціального походження та майнового стану, віросповідання, місця проживання та стану здоров'я забезпечується рівний доступ до якісної освіти. Реалізація зазначеного права передбачає прозорість, наступність системи освіти всіх рівнів, гнучке врахування демографічних, соціальних, економічних змін.

Мережа навчальних закладів повинна задовольняти освітні потреби кожної людини відповідно до її інтересів, здібностей та потреб суспільства.

15. Модернізація системи освіти спрямована на забезпечення її якості відповідно до новітніх досягнень науки, культури і соціальної практики.

Якість освіти є національним пріоритетом і передумовою національної безпеки держави, додержання міжнародних норм і вимог законодавства України щодо реалізації права громадян на освіту.

На забезпечення якості освіти спрямовуються матеріальні, фінансові, кадрові та наукові ресурси суспільства і держави. Висока якість освіти передбачає взаємозв'язок освіти і науки, педагогічної теорії та практики.

Якість освіти визначається на основі державних стандартів освіти та оцінки громадськістю освітніх послуг.

Держава постійно здійснює моніторинг якості освіти, забезпечує його прозорість, сприяє розвитку громадського контролю.

16. Рівний доступ до здобуття освіти забезпечується шляхом:

а) у дошкільній освіті:

- створення умов для здобуття безоплатної дошкільної освіти у державних та комунальних навчальних закладах;
- збереження та зміцнення фізичного і психічного здоров'я дитини, розвитку її творчих здібностей, реалізації потенційних можливостей особистості;
- розвитку матеріально-технічної бази дошкільних навчальних закладів;

- створення широкої мережі дошкільних навчальних закладів різних типів, профілів та форм власності;
- надання державою дотацій на утримання дітей у дошкільних навчальних закладах;

- запровадження соціально-педагогічного патронату сім'ї;

б) у загальній середній освіті:

- обов'язкового здобуття повної загальної середньої освіти в обсягах, визначених Державним стандартом загальної середньої освіти;

- збереження та розвитку єдиного освітнього простору;
- оптимізації структури освітньої мережі для забезпечення навчання в одну зміну, створення умов для профільного, екстернатного і дистанційного навчання;

- здійснення профільного професійного навчання учнів старших класів загальноосвітніх навчальних закладів, у тому числі на базі професійно-технічних навчальних закладів;

- посилення відповідальності сім'ї, місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування за порушення прав дитини щодо обов'язковості навчання;

- надання адресної допомоги соціально незахищеним дітям;
- створення умов для здобуття якісної освіти незалежно від місця проживання;

в) в освіті дітей з особливостями психічного і фізичного розвитку:

- створення для всіх дітей зазначеної категорії умов для здобуття безоплатної освіти в державних і комунальних навчальних закладах;

- своєчасного виявлення та проведення діагностики дітей з особливостями психічного і фізичного розвитку, врахування цих даних під час формування мережі закладів корекційної та реабілітаційної допомоги;

- забезпечення варіативності здобуття якісної базової або повної загальної середньої освіти відповідно до здібностей та індивідуальних можливостей дітей, зорієнтованої на їх інтеграцію у соціально-економічне середовище;

- створення системи допомоги батькам у навчанні та вихованні дітей з особливостями психічного і фізичного розвитку;

- розгортання регіональної мережі спеціальних навчальних закладів усіх рівнів освіти для громадян з особливостями психічно-

го і фізичного розвитку, забезпечення їх інтеграції у загальний освітній простір;

г) у позашкільній освіті:

- забезпечення доступності освіти у державних та комунальних позашкільних навчальних закладах;
- розвитку цілісної міжгалузевої багаторівневої системи позашкільних закладів різних типів і профілів для забезпечення розвитку здібностей і таланту обдарованих дітей та молоді, а також задоволення потреб населення у додаткових культурно-освітніх, дослідницьких, спортивно-оздоровчих та інших послугах;
- оновлення змісту й методичного забезпечення, індивідуалізації та диференціації навчання обдарованої молоді;
- створення системи підготовки та підвищення кваліфікації педагогічних та керівних кадрів для позашкільної освіти і виховання;

д) у професійно-технічній освіті:

- надання можливості безоплатної первинної професійної підготовки у державних та комунальних професійно-технічних навчальних закладах;
 - розвитку мережі професійно-технічних навчальних закладів різних типів, професійних спрямувань та форм власності з урахуванням демографічних прогнозів, регіональної специфіки та потреб ринку праці;
 - поєднання професійно-технічної та повної загальної середньої освіти, забезпечення варіативності та гнучкості освітньо-професійних програм з урахуванням змін на ринку праці та попиту на нові професії;
 - створення умов для надання професійно-технічними навчальними закладами освітніх та інших послуг населенню, зокрема здобуття або підвищення робітничої кваліфікації, а також перепідготовки незайнятого населення;
 - розвитку співпраці з підприємствами, установами, організаціями — замовниками підготовки кадрів, державною службою зайнятості;
 - участі роботодавців у забезпеченні функціонування та розвитку професійно-технічної освіти;
 - оновлення матеріально-технічної бази та впровадження інформаційних технологій;
- е) у вищій освіті:**
- запровадження ефективної системи інформування громадськості про можливості здобуття вищої освіти;

- створення умов для здобуття безоплатної вищої освіти на конкурсних засадах у державних і комунальних навчальних закладах;
- удосконалення правових засад здобуття освіти за рахунок бюджетів усіх рівнів та коштів юридичних і фізичних осіб;
- розширення можливостей здобуття вищої освіти шляхом індивідуального кредитування;
- створення умов для здобуття вищої освіти дітьми-сиротами, дітьми, позбавленими батьківського піклування, та дітьми-інвалідами;
- забезпечення високої якості вищої освіти та професійної мобільності випускників вищих навчальних закладів на ринку праці шляхом інтеграції вищих навчальних закладів різних рівнів акредитації, наукових установ та підприємств, запровадження гнучких освітніх програм та інформаційних технологій навчання;
- додержання засад демократичності, прозорості та гласності у формуванні контингенту студентів, у тому числі шляхом об'єктивного тестування; створення умов для забезпечення навчання відповідно до потреб особистості та ринку праці.

VIII. Безперервність освіти, навчання протягом життя

17. Державна політика стосовно безперервної освіти проводить-ся з урахуванням світових тенденцій розвитку освіти протягом життя, соціально-економічних, технологічних та соціокультурних змін.

Безперервність освіти реалізується шляхом:

- забезпечення наступності змісту та координації навчально-виховної діяльності на різних ступенях освіти, що функціонують як продовження попередніх і передбачають підготовку громадян для можливого переходу на наступні ступені;
- формування потреби та здатності особистості до самоосвіти;
- оптимізації системи перепідготовки працівників і підвищення їх кваліфікації, модернізації системи післядипломної освіти на основі відповідних державних стандартів;
- створення інтегрованих навчальних планів і програм;
- формування та розвитку навчальних науково-виробничих комплексів ступеневої підготовки фахівців;
- запровадження та розвитку дистанційної освіти;
- організації навчання відповідно до потреб особистості і ринку праці на базі професійно-технічних та вищих навчальних закладів, закладів післядипломної освіти, а також використання інших форм навчання;

- забезпечення зв'язку між загальною середньою, професійно-технічною, вищою та післядипломною освітою.

18. Держава прогнозує обсяги та визначає напрями професійної підготовки у навчальних закладах різних типів і форм власності, створює умови для професійного навчання незайнятого населення з урахуванням змін на ринку праці.

ІХ. Інформаційні технології в освіті

19. Пріоритетом розвитку освіти є впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що забезпечують дальше удосконалення навчально-виховного процесу, доступність та ефективність освіти, підготовку молодого покоління до життєдіяльності в інформаційному суспільстві.

Це досягається шляхом:

- забезпечення поступової інформатизації системи освіти, спрямованої на задоволення освітніх інформаційних і комунікаційних потреб учасників навчально-виховного процесу;

- запровадження дистанційного навчання із застосуванням у навчальному процесі та бібліотечній справі інформаційно-комунікаційних технологій поряд з традиційними засобами;

- розроблення індивідуальних модульних навчальних програм різних рівнів складності залежно від конкретних потреб, а також випуску електронних підручників;

- створення індустрії сучасних засобів навчання, що відповідають світовому науково-технічному рівню і є важливою передумовою реалізації ефективних стратегій досягнення цілей освіти.

20. Держава підтримує процес інформатизації освіти, застосування інформаційно-комунікаційних технологій у системі освіти; сприяє забезпеченню навчальних закладів комп'ютерами, сучасними засобами навчання, створенню глобальних інформаційно-освітніх мереж; забезпечує розвиток усеохоплюючої системи моніторингу якості освіти всіх рівнів.

Х. Управління освітою

21. Сучасна система управління сферою освіти розвивається як державно-громадська. Вона має враховувати регіональні особливості, тенденції до зростання автономії навчальних закладів, конкурентоспроможності освітніх послуг.

Першочерговими завданнями є налагодження високопрофесійного наукового, аналітичного, інформаційного супроводу управлінських рішень, подолання розрізненості адміністративних даних.

22. Нова модель системи управління сферою освіти має бути відкритою і демократичною. У ній передбачається забезпечення державного управління з урахуванням громадської думки, внаслідок чого змінюються навантаження, функції, структура і стиль центрального та регіонального управління освітою.

23. Модернізація управління освітою передбачає:

- оптимізацію державних управлінських структур, децентралізацію управління;
- перерозподіл функцій та повноважень між центральними і місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування та навчальними закладами;
- перехід до програмно-цільового управління;
- поєднання державного і громадського контролю;
- запровадження нової етики управлінської діяльності, що базується на принципах взаємоповаги, позитивної мотивації;
- прозорість розроблення, експертизи, апробації та затвердження нормативно-правових документів;
- створення систем моніторингу ефективності управлінських рішень, їх впливу на якість освітніх послуг на всіх рівнях;
- організацію експериментальної перевірки та експертизи освітніх інновацій;
- впровадження новітніх інформативно-управлінських і комп'ютерних технологій;
- демократизацію процедури призначення керівників навчальних закладів, їх атестації;
- удосконалення механізму ліцензування, атестації та акредитації навчальних закладів;
- підвищення компетентності управлінців усіх рівнів;
- більш широке залучення до управлінської діяльності талановитої молоді, жінок, а також виховання лідерів у сфері освіти.

XI. Економіка освіти

24. Сучасна економіка освіти повинна створити сталі передумови для розвитку всіх напрямів галузі з метою формування високого освітнього рівня Українського народу.

Досягнення цієї мети передбачає виконання таких завдань:

- визначення фінансування освіти як пріоритетного напрямку видатків бюджетів усіх рівнів;
- формування багатоканальної системи фінансового забезпечення освіти;

- фінансування державою здобуття дошкільної, повної загальної середньої та професійно-технічної освіти в державних і комунальних навчальних закладах у обсязі, визначеному державними стандартами;

- стимулювання інвестицій юридичних і фізичних осіб у розвиток освіти;

- створення сучасної системи нормування та оплати праці у галузі освіти;

- визначення пріоритетних напрямів фінансування освіти і концентрація фінансових ресурсів для їх реалізації;

- забезпечення ефективного використання коштів на функціонування та розвиток освіти.

25. Обсяги фінансування освіти і науки мають задовольняти потреби особистості й суспільства в якійсній освіті. Держава поступово збільшуватиме видатки на освіту та доводитиме їх до середніх показників європейських держав.

Ефективність використання фінансових ресурсів, спрямованих в освіту, забезпечуватиметься на основі встановлення та неухильного дотримання таких базових принципів її фінансування:

- поступовий перехід до формування видатків державного та місцевих бюджетів на освіту на основі встановлених нормативів;

- чітке розмежування бюджетного та позабюджетного фінансування діяльності навчальних закладів;

- забезпечення підзвітності та прозорості використання коштів;

- забезпечення формування державного замовлення на підготовку фахівців у професійно-технічних та вищих навчальних закладах різних форм власності на конкурсній основі з урахуванням якості освітніх послуг;

- здійснення економічної діяльності навчальними закладами на засадах неприбутковості.

26. Основними джерелами фінансового забезпечення освіти є:

- кошти державного та місцевих бюджетів;

- кошти юридичних і фізичних осіб, громадських організацій та фондів, у тому числі благодійні внески і пожертвування;

- кошти від надання навчальними закладами додаткових освітніх та інших послуг;

- гранти;

- кредити на розвиток навчальних закладів усіх рівнів та здобуття освіти;

- кошти від здійснення навчальними закладами економічної діяльності, регламентованої державою.

27. Основними заходами, спрямованими на удосконалення економічної моделі освіти, мають стати:

- поліпшення технології формування видатків державного та місцевих бюджетів на освіту, удосконалення системи кількісних та якісних показників для нормування зазначених видатків;

- розроблення диференційованих стандартів інфраструктурного забезпечення навчальних закладів різних типів;

- розроблення та запровадження диференційованих нормативів витрат на здійснення діяльності навчальними закладами;

- запровадження змішаного фінансування інноваційних проєктів у галузі освіти, зокрема розроблення та запровадження механізму пільгового оподаткування доходів фізичних осіб, які спрямовують власні кошти на оплату навчання;

- удосконалення правового підґрунтя для приватного фінансування діяльності навчальних закладів;

- проведення органами управління освітою (державними та місцевими) моніторингу інвестування навчальних закладів;

- запровадження спільного державного та громадського контролю за формуванням і виконанням бюджетів навчальних закладів;

- застосування енерго- і теплозберігаючих технологій, ощадливе використання та розподіл ресурсів, що спрямовуються на освіту;

- модернізація мережі навчальних закладів.

XII. Освіта і наука

28. Поєднання освіти і науки є умовою модернізації системи освіти, головним чинником її дальшого розвитку, що забезпечується:

- постійним збільшенням обсягів фінансування науки відповідно до потреб її випереджального розвитку;

- фундаменталізацією освіти, інтенсифікацією наукових досліджень у вищих навчальних закладах, науково-дослідних установах Академії педагогічних наук України;

- розвитком освіти на основі новітніх наукових і технологічних досягнень;

- інноваційною освітньою діяльністю у навчальних закладах усіх типів, рівнів акредитації та форм власності;

- правовим захистом освітніх інновацій та результатів науково-педагогічної діяльності як інтелектуальної власності;

- запровадженням наукової експертизи державних стандартів освіти, підручників, інноваційних систем навчання та виховання;
- залученням до наукової діяльності обдарованої учнівської та студентської молоді, педагогічних працівників;
- поглибленням співпраці та кооперації навчальних закладів і наукових установ, широким залученням до навчально-виховного процесу та дослідницької роботи в навчальних закладах учених Національної академії наук України та галузевих академій;
- створенням науково-інформаційного простору, насамперед для дітей та молоді, використанням для цього нових комунікаційно-інформаційних засобів;
- запровадженням цільових програм, що сприяють інтеграції освіти і науки;
- випереджальним розвитком педагогічної та психологічної науки, віднесенням їх до пріоритетних напрямів розвитку науки в Україні.

ХІІІ. Підготовка педагогічних і науково-педагогічних працівників

29. Підготовка педагогічних і науково-педагогічних працівників, їх професійне вдосконалення — важлива умова модернізації освіти. Для підтримки педагогічних і науково-педагогічних працівників, підвищення їх відповідальності за якість професійної діяльності держава забезпечує:

- розроблення та вдосконалення нормативно-правової бази професійної діяльності педагогічних і науково-педагогічних працівників;
- прогнозування та задоволення потреб суспільства у зазначених працівниках;
- розвиток конкурентоспроможної системи навчальних закладів, в яких проводиться підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників;
- розроблення та запровадження державних стандартів педагогічної освіти різних освітньо-кваліфікаційних рівнів і державних стандартів післядипломної педагогічної освіти;
- оволодіння педагогічними працівниками сучасними інформаційними технологіями;
- періодичне оновлення і взаємоузгодження змісту підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації педагогічних працівників;

- впровадження системи цільового державного фінансування підготовки педагогічних і науково-педагогічних працівників та їх професійного вдосконалення;

- поліпшення системи стимулювання професійного зростання педагогічних і науково-педагогічних працівників, можливість вивчення іноземних мов.

30. Держава забезпечує умови для підвищення престижу та соціального статусу педагогічних і науково-педагогічних працівників, створює систему професійного відбору молоді до вищих педагогічних навчальних закладів.

XIV. Соціальні гарантії учасників навчального процесу

31. Забезпечення умов для педагогічної, науково-педагогічної та наукової діяльності педагогічних і науково-педагогічних працівників, умов для навчання учнів і студентів, а також соціального захисту учасників навчально-виховного процесу є найважливішим напрямом державної політики у галузі освіти. Громадянам, які навчаються, гарантується:

- захист життя, збереження здоров'я, фізичне виховання;
- регулярне безоплатне підвезення у сільській місцевості до місця навчання і додому дітей дошкільного віку, учнів та педагогічних працівників;
- пільговий проїзд студентів у громадському транспорті;
- надання адресної допомоги, академічних і соціальних стипендій;
- здійснення заходів щодо профілактики бездоглядності і впропорунень серед дітей, учнівської та студентської молоді, їх соціальної реабілітації у суспільстві;
- працевлаштування випускників, які навчалися за державним замовленням.

32. Держава поступово підвищує соціальні витрати на систему освіти, проведення активної соціальної політики.

Бюджетні ресурси спрямовуються на забезпечення першочергових соціальних видатків: на виплату заробітної плати та пенсій педагогічним і науково-педагогічним працівникам, стипендій, а також на соціальну підтримку учнів і студентів.

Держава сприяє розширенню застосування договірної регулювання умов оплати праці, додаткових соціальних гарантій на підставі положень генеральної, галузевої, регіональної угод, колективних договорів.

33. Держава, виходячи з можливостей бюджету і реальної економічної ситуації, сприяє забезпеченню для педагогічних і науково-педагогічних працівників:

- ефективного медичного обслуговування;
- встановлення і дотримання науково обґрунтованих норм навчального навантаження, тривалості робочого часу та основної щорічної відпустки;
- періодичного стажування у наукових центрах, навчальних закладах та на виробництві;
- диференціації оплати праці відповідно до рівня професіоналізму, кваліфікаційної категорії та педагогічного звання, наукового ступеня та вченого звання;
- встановлення педагогічним працівникам фіксованих доплат для придбання навчальної та науково-методичної літератури;
- виплати одноразової допомоги педагогічним працівникам, які призначаються на посаду вперше.

34. Держава створює умови для встановлення педагогічним працівникам пенсійного забезпечення на рівні 80–90 відсотків їх заробітної плати.

XV. Міжнародне співробітництво та інтеграція у галузі освіти

35. Стратегічним завданням державної освітньої політики є вихід освіти, набутої в Україні, на ринок світових освітніх послуг, поглиблення міжнародного співробітництва, розширення участі навчальних закладів, учених, педагогів і вчителів, учнів, студентів у проектах міжнародних організацій та співтовариств.

Держава сприяє розвитку співробітництва навчальних закладів на дво- і багатосторонній основі з міжнародними організаціями та установами (ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ, Європейським Союзом, Радою Європи), Світовим банком, зарубіжними освітянськими фондами, іншими міжнародними організаціями.

36. Інтеграція вітчизняної освіти у міжнародний освітній простір базується на таких засадах:

- пріоритет національних інтересів;
- збереження та розвиток інтелектуального потенціалу нації;
- миротворча спрямованість міжнародного співробітництва;
- системний і взаємовигідний характер співробітництва;
- толерантність в оцінюванні здобутків освітніх систем зарубіжних країн та адаптації цих здобутків до потреб національної системи освіти.

37. Основними шляхами моніторингу та використання зарубіжного досвіду в галузі освіти є:

- проведення спільних наукових досліджень, співробітництво з міжнародними фондами;
- проведення міжнародних наукових конференцій, семінарів, симпозіумів; сприяння участі педагогічних та науково-педагогічних працівників у відповідних заходах за кордоном;
- освітні і наукові обміни, стажування та навчання за кордоном учнів, студентів, педагогічних і науково-педагогічних працівників;
- аналіз, відбір, видання та розповсюдження кращих зразків зарубіжної наукової і навчальної літератури.

38. Центральні та місцеві органи управління освітою, Академія педагогічних наук України, а також навчальні заклади всіх рівнів сприяють міжнародній мобільності учасників навчально-виховного процесу, забезпечують розвиток системи підготовки фахівців для зарубіжних країн на компенсаційних засадах, створюють філії вищих навчальних закладів України, їх підготовчих факультетів і відділень за кордоном; забезпечують визнання за кордоном документів про освіту, що видаються в Україні.

Для досягнення цієї мети необхідно забезпечити:

- розроблення та реалізацію державної програми підготовки і закріплення кваліфікованих кадрів для розширення міжнародного співробітництва у галузі освіти, організацію їх постійного навчання та підвищення кваліфікації;
- виконання цільових інноваційних програм, спрямованих на розширення участі України у співробітництві на міжнародному ринку освітніх послуг;
- фінансову та консультаційну підтримку.

39. Освіта в Україні є відкритим соціальним інститутом. Суб'єкти системи освіти співпрацюють з міжнародними інституціями та організаціями, які для здійснення своєї діяльності покликані залучати педагогів, дітей та молодь з метою набуття ними соціальної компетентності й досвіду у питаннях взаєморозуміння, толерантності, побудови спільного європейського дому, культурного різноманіття і водночас для збереження та примноження власних культурних надбань.

Беручи участь у проектах і програмах Ради Європи, ЮНЕСКО, Європейського Союзу, ЮНІСЕФ та інших міжнародних ор-

ганізацій, суб'єкти національної системи освіти не тільки отримуватимуть доступ до інформації про шляхи, засоби і методи розвитку гуманітарної сфери, але й зможуть демонструвати і пропонувати на міжнародному ринку освітні технології та власні напрацювання.

40. Держава сприяє залученню додаткових ресурсів для створення нових потужних каналів інформаційного обміну з усіма країнами світу, розширенню інформаційної бази національної системи освіти, забезпеченню можливості використання світових банків інформації.

41. Як важливий засіб утвердження авторитету України на міжнародній арені, розвитку міжнародного співробітництва та залучення додаткових джерел фінансування освіти держава розглядає можливість збільшення обсягів підготовки спеціалістів з числа іноземців та осіб без громадянства.

XVI. Очікувані результати

42. Реалізація Національної доктрини забезпечить перехід до нового типу гуманістично-інноваційної освіти, що сприятиме істотному зростанню інтелектуального, культурного, духовно-морального потенціалу особистості та суспільства. В результаті цього відбудуться потужні позитивні зміни у системі матеріального виробництва та духовного відродження, структурі політичних відносин, побуті і культурі.

Зростуть самостійність і самодостатність особистості, її творча активність, що зміцнить демократичні основи громадянського суспільства і прискорить його розвиток.

Активізуються процеси національної самоідентифікації особистості, підвищиться її громадянський авторитет, а також статус громадянина України у міжнародному соціокультурному середовищі.

Освіта, здобута в Україні, стане конкурентоспроможною в європейському та світовому освітньому просторі, а людина – захищеною і мобільною на ринку праці.

Зростаючий освітній потенціал суспільства забезпечить впровадження новітніх виробничих та інформаційних технологій, що дасть змогу протягом наступних 10–15 років скоротити відставання у темпах розвитку, а надалі істотно наблизитися до рівня і способу організації життєдіяльності розвинутих країн світу.

Випереджальний розвиток освіти забезпечить рівень життя, гідний людини XXI століття.

Українські Інтернет-ресурси з питань функціонування основних складових ринку послуг

(Для самостійного пошуку і опрацювання інформації)

Інформаційні послуги				
1	Центр навчальної літератури	Підготовка та друк навчальної літератури	http://www.cul.com.ua	Видавництво "Центр навчальної літератури"
2	Світовий український інформаційний центр	Світовий український інформаційний центр	http://infoworld.com.ua	Світовий український інформаційний центр
3	Інформаційно-пошуковий реєстр книг	Інформаційно-пошуковий реєстр книг	http://kips.com.ua	Інформаційно-пошуковий реєстр книг
4	"Енциклопедія"	Статистична інформація	http://www.chaf.ru/~yui ua	"Енциклопедія", статистична інформація
5	Каталог книг	Каталог книг	http://www.korneichuk.kiev.ua	Каталог книг
6	"Бібліотека для студентів"	Література для студентів	http://www.media-library.narod.ru	"Бібліотека для студентів", література для студентів
7	Публічні бібліотеки Києва	Публічні бібліотеки Києва	http://www.kyivlibs.org.ua	Публічні бібліотеки Києва
8	Українська бібліотека	Українська бібліотека	http://www.ukrop.com/lib.org	Українська бібліотека
9	Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського	Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського	http://www.nbu.gov.ua	Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського
10	Національна парламентська бібліотека	Національна парламентська бібліотека	http://alpha.rada.kiev.ua	Національна парламентська бібліотека
11	Національна парламентська бібліотека України	Національна парламентська бібліотека України	http://www.nplu.kiev.ua	Національна парламентська бібліотека України
12	Бібліотека Верховної Ради України	Бібліотека Верховної Ради України	http://www.rada.kiev.ua/LIBRARY	Бібліотека Верховної Ради України
13	Велика економічна бібліотека	Велика економічна бібліотека	http://www.economics.com.ua	Велика економічна бібліотека
14	ДНТБ	Державна науково-технічна бібліотека України	http://www.gntb.n-t.org	Державна науково-технічна бібліотека України (ДНТБ)
15	Міська спеціалізована молодіжна бібліотека	Міська спеціалізована молодіжна бібліотека	http://www.youthlib.kiev.ua	Міська спеціалізована молодіжна бібліотека

16	Державна бібліотека України для юнацтва	Державна бібліотека України для юнацтва	http://www.4uth.gov.ua	Державна бібліотека України для юнацтва
17	Кримська республіканська універсальна наукова бібліотека ім. І.Я. Франко	Кримська республіканська універсальна наукова бібліотека ім. І.Я. Франко	http://www.franko.crimea.ua	Кримська республіканська універсальна наукова бібліотека ім. І.Я. Франко
18	Бібліотека української літератури у Москві	Бібліотека української літератури у Москві	http://webcenter.ru/~libukk	Бібліотека української літератури у Москві
19	Центральна просвітницька бібліотека Інституту змісту та методів навчання Міністерства освіти і науки України	Центральна просвітницька бібліотека Інституту змісту та методів навчання Міністерства освіти і науки України	http://www.edu-ua.net/library	Центральна просвітницька бібліотека Інституту змісту та методів навчання Міністерства освіти і науки України
20	Статистичні данні по бібліотекам України	Статистичні данні по бібліотекам України	http://www.nbu.gov.ua/texts/polit/bibstat.htm	Статистичні данні по бібліотекам України
21	“Українська бібліотечка”	Електронна бібліотека	http://library.org.ua	“Українська бібліотечка”, електронна бібліотека
22	Електронна бібліотека України	Електронна бібліотека України	http://www.lib.com.ua	Електронна бібліотека України
23	“Ирбис”	Електронна бібліотека	http://irbis.crimea.ua	“Ирбис”, електронна бібліотека
24	Електронна бібліотека	Електронна бібліотека	http://scbooks.chat.ru	Електронна бібліотека
25	Електронна бібліотека	Електронна бібліотека	http://www.geocities.com/ukrexlibris	Електронна бібліотека
26	Асоціація бібліотек України	Асоціація бібліотек України	http://www.nbu.gov.ua/abu	Асоціація бібліотек України
27	Українська бібліотечна асоціація	Українська бібліотечна асоціація	http://www.uba.org.ua	Українська бібліотечна асоціація
28	Книжкова палата України	Книжкова палата України	http://www.ukrbook.net	Книжкова палата України
29	Великий енциклопедичний довідник	Великий енциклопедичний довідник	http://www.dic.academic.ru/misc/enc3p.nsf/dlist2	Великий енциклопедичний довідник
30	Толковий довідник іноземних слів	Толковий довідник іноземних слів	http://www.pcdigest.net/ures/book/sis.shtml	Толковий довідник іноземних слів
31	“Мир слова русского”	Довідники, афоризми, література	http://www.rusword.com.ua	“Мир слова русского”, довідники, афоризми, література

32	“Весна”	Україно-білорусько-польсько-російсько-англійський толковий довідник, граматика української мови	http://www.slovyk.org	“Весна”, україно-білорусько-польсько-російсько-англійський толковий довідник, граматика української мови
33	Українські онлайнві довідники	Лінгвістичні мовні ресурси	http://www.lingresua.tripod.com	Українські онлайнві довідники, лінгвістичні мовні ресурси
34	Довідники і енциклопедії онлайн	Довідники і енциклопедії онлайн	http://www.dic.academic.ru	Довідники і енциклопедії онлайн
35	Словник термінів в галузі інформаційних технологій	Словник термінів в галузі інформаційних технологій	http://www.glossary.h1.ru	Словник термінів в галузі інформаційних технологій
36	Народна бібліотека	Народна бібліотека	http://www.biglib.com.ua	Народна бібліотека
37	Best Book's	Бібліотека	http://bestbooks.com.ua	Бібліотека Best Book's
38	Bookshop	Віртуальний магазин з реальними книжками	http://www.bookshop.kiev.ua	Віртуальний Інтернет-магазин з реальними книжками
39	Книга	Книги	http://www.kniga.com.ua	“Книга”, книжковий Інтернет-магазин
40	Фолио	Книжки видавництва “Фолио”	http://bookpost.com.ua	“Фолио”, Інтернет-магазин видавництва
41	iBook	Комп'ютерна література	http://ibook.com.ua	“iBook”, Інтернет-магазин комп'ютерної літератури
42	Диалектика	Комп'ютерна література	http://www.dialektika.kiev.ua	“Диалектика”, комп'ютерне видавництво
43	Видавництво “Азимут”	Видавництво книг, посібників, брошур, журналів, довідників, каталогів	http://www.azimut-ukraine.kiev.ua	“Азимут”, видавництво: видання книг, посібників, брошур, журналів, довідників, каталогів
44	Bibliomag	Книги	http://www.bibliomag.com.ua	Книжковий-Інтернет магазин
45	Книгоноша	Українські книги	http://www.greenpes.com	“Книгоноша”, Інтернет-магазин української книги
46	Kniga farlep	Книги	http://www.kniga.farlep.net	Книжковий-Інтернет магазин
47	Просвіта	Навчальні посібники	http://www.prosvita.kiev.ua	“Просвіта”, видання навчальних посібників
48	Навчальна книга	Навчальна література	http://www.studybook.com.ua	“Навчальна книга”, мережа магазинів

49	Віртуальне видавництво	Книги	http://www.tochka.com.ua	“Точка”, віртуальне видавництво
50	Видавництво “Знання”	Підготовка та публікація підручників, навчальних посібників і розповсюдження літератури	http://www.znannia.com.ua	“Знання”, видавництво: підготовка та публікація підручників, навчальних посібників і розповсюдження літератури
51	Книжковий бум	Книги	http://www.akademkniga.ru	“Книжковий бум”, книжковий магазин
52	Видавництво “Тандем”	Навчальні посібники для студентів вчзів	http://tandem.com.ua	“Тандем”, видавництво: навчальні посібники для студентів вчзів
53	“Мир книг”	Бібліотека	http://bookworld.com.ua	Бібліотека “Мир книг”
54	Бібліотека громадянської освіти	Бібліотека громадянської освіти	http://www.tu.edu.te.ua/irex	Бібліотека громадянської освіти
55	Мережева бібліотека української літератури	Мережева бібліотека української літератури	http://www.ukrlib.km.ru	Мережева бібліотека української літератури
56	Український літературний портал	Український літературний портал	http://www.proza.com.ua	Український літературний портал
57	Електронна наукова бібліотека	Електронна наукова бібліотека	http://www.money.ukrbiz.net	Електронна наукова бібліотека
58	Бібліотека в Інтернеті	Популярна література online	http://reebooks.h1.ru	Бібліотека в Інтернеті, популярна література online
59	Наукова бібліотека	Наукова бібліотека ім. Максимовича	http://lib-gw.univ.kiev.ua	Наукова бібліотека ім. Максимовича
60	Українська національна інформаційна агенція	Українська національна інформаційна агенція	http://uamedia.visti.net/dinau	Українська національна інформаційна агенція
61	Українська інформаційна агенція	Українська інформаційна агенція	http://www.info.dinau.com	Українська інформаційна агенція
62	Ресурси українського Інтернету	Ресурси українського Інтернету	http://www.ipages.com.ua	Ресурси українського Інтернету
63	Освітня інформаційно-пошукова система	Освітня інформаційно-пошукова система	http://www.ekniga.com.ua	Освітня інформаційно-пошукова система
64	“МЕТА-Україна”	Українська пошукова система	http://meta.ua	“МЕТА-Україна”, українська пошукова система
65	Dir.com.ua	Пошукова система	http://dir.com.ua	Dir.com.ua, пошукова система
66	UAport	Інформаційний портал	http://uaport.net	Uaport, інформаційний портал

Фінансові послуги				
1	Фінансовий моніторинг	Фінансово-економічний моніторинг	http://fin.org.ua	Фінансово-економічний моніторинг
2	“Бізнес-центр”	Моніторинг фінансових ринків	http://www.bc.rql.kiev.ua	“Бізнес-центр”, моніторинг фінансових ринків
3	Фонд гарантування вкладів фізичних осіб	Гарантування вкладів фізичних осіб	http://www.fg.org.ua	Фонд гарантування вкладів фізичних осіб
4	Програма “Фінансист”	Проведення фінансового аналізу стану та результатів діяльності підприємств	http://www.finprog.narod.ru	Програма “Фінансист”, проведення фінансового аналізу стану та результатів діяльності підприємств
5	Фінансовий сервер	Фінансовий сервер	http://www.finance.com.ua	Фінансовий сервер
6	Асоціація українських банків	Асоціація українських банків	http://www.aub.com.ua	Асоціація українських банків
7	В І Н	Довідник банків України	http://bin.com.ua/archive/banks	В І Н, довідник банків України
8	“Автоматизовані інформаційні системи”	Створення інформаційних систем в галузі банківської і фінансової діяльності	http://cads.da.ru	“Автоматизовані інформаційні системи”, створення інформаційних систем в галузі банківської і фінансової діяльності
9	UABankir	Каталог банків в Інтернеті	http://www.uabankir.com	Каталог банків в Інтернеті
10	Національний банк України	Національний банк України	http://www.bank.gov.ua	Національний банк України
11	Фінансовий та банківський гід	Фінансовий та банківський гід	http://users.i.com.ua/~russo	Фінансовий та банківський гід
12	Quote Speed	Фінансово-інформаційна система	http://www.tenfore.ukrpack.net	Quote Speed, фінансово-інформаційна система
13	“Культура фінансів”	Незалежний центр фінансового консультування “Культура фінансів”	http://www.cultfin.com.ua	Незалежний центр фінансового консультування “Культура фінансів”
14	“Риск”	Фінансове консультування приватних осіб	http://risk.com.ua	“Риск”, фінансове консультування приватних осіб
15	Фінансово-економічний моніторинг	Фінансово-економічний моніторинг	http://fin.org.ua	Фінансово-економічний моніторинг
16	“Український фінансовий сервер”	Інформаційне агенція	http://www.ufs.kiev.ua	“Український фінансовий сервер”, інформаційна агенція

Консалтингові послуги				
1	Національна консалтингова група	Національна консалтингова група	http://consult-group.narod.ru	Національна консалтингова група
2	Action Data Group	Консалтинг та дослідження	http://www.actiondatagroup.com	"Action Data Group", консалтингова і дослідницька фірма (США)
3	Астарта-Танит	Інвестиції і консалтинг	http://www.astarta-tanit.com.ua	"Астарта-Танит", інвестиційно-консалтингова група
4	Агенція фондового ринку України	Консалтингова та видавнича діяльність на ринку цінних паперів	http://www.smau.com.ua	Агенція фондового ринку України, консалтингова та видавнича діяльність на ринку цінних паперів
5	"Серго-Гама-лізинг"	Підготовка і організація фінансування інвестиційних проєктів	http://www.sg-leasing.com.ua	"Серго-Гама-лізинг", підготовка і організація фінансування інвестиційних проєктів
6	Центр європейської інтеграції	Центр європейської інтеграції	http://www.cei.lviv.ua	Центр європейської інтеграції
7	Національна асоціація кредитних союзів України	Національна асоціація кредитних союзів України	http://unascu.org.ua	Національна асоціація кредитних союзів України
8	AVentures	Дослідження стану, перспектив розвитку та інвестиційного потенціалу українського ринку інформаційних і комунікаційних технологій	http://www.aventures.biz	Компанія AVentures, дослідження стану, перспектив розвитку та інвестиційного потенціалу українського ринку інформаційних і комунікаційних технологій
9	"Merchant Consult Group"	Консалтинг, інвестиційний аналіз, бізнес-планування	http://merchantconsult.com	"Merchant Consult Group", консалтинг, інвестиційний аналіз, бізнес-планування
10	"Центр реалізації проєктів"	Консалтингова компанія	http://www.business.odessa.ua	"Центр реалізації проєктів", консалтингова компанія
11	Інвестиційно-консалтинговий центр ринкових досліджень	Інвестиційно-консалтинговий центр ринкових досліджень	http://www.mscentre.com.ua	Інвестиційно-консалтинговий центр ринкових досліджень
12	"Олимп"	Інвестиційна діяльність, розробка бізнес-планів, консалтинг	http://www.olimp-ig.com.ua	Інвестиційна група "Олимп", інвестиційна діяльність, розробка бізнес-планів, консалтинг
13	"Бізнес-Сервіс"	Консалтинговий центр	http://www.b-service.com.ua	Консалтинговий центр

14	Apple Consulting	Професійні послуги з управлінського консультування	http://www.applecons.com.ua	Компанія Apple Consulting, Професійні послуги з управлінського консультування
15	Українська асоціація менеджмент-консультантів (УАМК)	Менеджмент, сервіс, консалтинг	http://www.uams.com.ua/mcs	Українська асоціація менеджмент-консультантів (УАМК), менеджмент, сервіс, консалтинг
16	"MaLeC"	Широкий спектр послуг у сфері бізнес-консалтингу	http://www.males.com.ua	Центр науково-прикладних навчальних технологій "MaLeC", широкий спектр послуг у сфері бізнес-консалтингу
17	"Фактор"	Видавничо-консалтингова корпорація	http://www.factor.ua	"Фактор", видавничо-консалтингова корпорація
18	Bon-project	Тренінгове агенство, консалтинг, коучинг	http://www.bon-project.com	Bon-project, тренінгове агенство, консалтинг, коучинг
19	"Право Фінанси Консалтинг"	Правовий, фінансовий управлінський консалтинг	http://www.lfc.com.ua	"Право Фінанси Консалтинг", правовий, фінансовий управлінський консалтинг
20	Агенція веб-консалтингу	Онлайніві бізнес-консультації	http://www.consult.mksat.net	Агенція веб-консалтингу, онлайніві бізнес-консультації
Рекламні послуги				
1	Всеукраїнський PR-портал	Всеукраїнський PR-портал	http://propr.com.ua	Всеукраїнський PR-портал
2	"Маркетинг & реклама"	Теорія і практичні поради	http://barhan.poltava.ua/marek	"Маркетинг & реклама", теорія і практичні поради
3	Київський міжнародний фестиваль реклами	Київський міжнародний фестиваль реклами	http://www.adcoalition.org.ua/festival	Київський міжнародний фестиваль реклами
4	Телефонна служба реклами	Телефонна служба реклами	http://www.061info.crimea.com	Телефонна служба реклами
5	Реклама, об'яви, в ЗМІ Білорусії, Росії, України	Реклама, об'яви, в ЗМІ Білорусії, Росії, України	http://www.press2003.narod.ru	Реклама, об'яви, в ЗМІ Білорусії, Росії, України
6	"Поток-центр"	Професійна реклама поштою	http://www.potok.kiev.ua	Професійна реклама поштою
7	"Рекламний простір"	Український рекламний портал	http://www.urp.kiev.ua	Український рекламний портал "Рекламний простір"
8	M.A.DE	Всеукраїнський інформаційно-аналітичний журнал	http://www.made.com.ua	M.A.DE, Всеукраїнський інформаційно-аналітичний журнал в галузі маркетинга і реклами

9	Каталог "Рекламні акції і скидки"	Каталог "Рекламні акції і скидки"	http://www.discount.net.ua	Каталог "Рекламні акції і скидки"
10	Pro-reklama	Надання інформаційних послуг в рекламній галузі	http://www.pro-reklama.com	Портал Pro-reklama, надання інформаційних послуг в рекламній галузі
11	Каталог елітних рекламних площадок	Каталог елітних рекламних площадок України в Інтернеті	http://www.raskrutka.kiev.ua	Каталог елітних рекламних площадок України в Інтернеті
12	Наружна реклама в Україні	Наружна реклама в Україні	http://www.sign.com.ua	Наружна реклама в Україні
13	"РеклаМастер"	Український рекламний портал	http://www.reklamaster.com	"РеклаМастер", український рекламний портал
14	"Рекламанія"	Рекламний інформаційний портал	http://www.reklamania.com.ua	"Рекламанія", рекламний інформаційний портал
15	"Рекламіст"	Рекламні площадки українського Інтернету	http://www.uareklama.da.ru	"Рекламіст", рекламні площадки українського Інтернету
16	Портал "Реклама в Україні"	Портал "Реклама в Україні"	http://www.advertising.com.ua	Портал "Реклама в Україні"
Туристичні послуги				
1	Молодіжний туризм	Молодіжний туризм	http://www.hostels.org.ua	Молодіжний туризм
2	"STI-Україна"	Молодіжні та студентські тарифи на авіабілет	http://www.sti.com.ua	"STI-Україна", молодіжні та студентські тарифи на авіабілет
3	Карта України	Карта України	http://www.infoukes.com/ua-maps	Карта України
4	Карта Києва	Карта Києва	http://www.ukrainianpages.com.ua/map	Карта Києва
5	"КиївГид.com"	Екскурсія Києвом	http://kievgid.com	"КиївГид.com", екскурсія Києвом
6	Українська інформаційна туристична система	Українська інформаційна туристична система	http://www.utis.com.ua	Українська інформаційна туристична система
7	Український туристичний портал	Український туристичний портал	http://www.uatourist.com	Український туристичний портал
8	"ТурКанал.ком"	Український туристичний сервер	http://www.turkanal.com	Український туристичний сервер
9	Заповідники України	Заповідники України	http://www.aboutukraine.com/reserves	Заповідники України
10	Eco Tourism	Екологічний туризм	http://ecodreams.cjb.net	Eco Tourism, екологічний туризм
11	"Туризм сільський зелений"	Науково-популярний журнал	http://www.greentour.com.ua/journal	"Туризм сільський зелений", науково-популярний журнал
12	"Вільні мандрівки Україною"	Мандрівки "автостопом"	http://mainroad.org.ua	"Вільні мандрівки Україною", мандрівки "автостопом"

13	"Мир туризму"	Оперативна розсилка новин туризму	http://mir-turizma.sitecity.ru	"Мир туризму", оперативна розсилка новин туризму
14	"Туризм и развлечения"	Інтернет-версія газети	http://www.tourgazeta.com.ua	"Туризм и развлечения", Інтернет-версія газети
15	"Синдбад -путешественник"	Рекламно-інформаційний журнал	http://www.s-traveler.com.ua	"Синдбад -путешественник", рекламно-інформаційний журнал
16	Каталог готелів України	Каталог готелів України	http://www.ukrainehotels.biz	Каталог готелів України
17	Всі готелі України	Всі готелі України	http://www.ukraine-hotel.com	Всі готелі України
18	All-hotels	Онлайн-служба бронювання готелів України	http://www.all-hotels.com.ua	All-hotels, оналайн-служба бронювання готелів України
19	ArkTur	Онлайн-служба бронювання готелів України	http://www.arktur.kiev.ua	ArkTur, оналайн-служба бронювання готелів України
20	Асоціація санаторіїв і курортів України	Санаторії і курорти України	http://www.asku.com.ua	Асоціація санаторіїв і курортів України
21	"Топ-тур"	Каталог готелів і оздоровчих установ України	http://www.samtour.com.ua	Каталог готелів і оздоровчих установ України
22	Від Крима до Карпат	Інформаційний каталог готелів і оздоровчих установ	http://www.kurort-info.com	Інформаційний каталог готелів і оздоровчих установ від Крима до Карпат
23	Атлас Крима	Санаторії і пансіонати Крима	http://crimea.webservis.ru	Туристичний сервер Криму, санаторії і пансіонати Крима
24	"Туризм для всіх"	Дешевий відпочинок в Криму	http://op-op-op.narod.ru	"Туризм для всіх", дешевий відпочинок в Криму
25	Місто-курорт Євпаторія	Санаторії і дома відпочинку	http://evp.crimea.ua	Місто-курорт Євпаторія, санаторії і дома відпочинку
26	"Гостям Севастополя"	Пансіонати, дома відпочинку, приватний сектор	http://gostyam.sebastopol.ua	"Гостям Севастополя", пансіонати, дома відпочинку, приватний сектор
27	Туристичний сервер Криму	Санаторії і пансіонати Крима	http://www.turizm.crimea.ua	Туристичний сервер Криму, санаторії і пансіонати Крима
28	"Все про Крим"	Санаторії, оздоровчі заклади, готелі півострова	http://www.vse-v-krim.narod.ru	"Все про Крим", санаторії, оздоровчі заклади, готелі півострова
29	"Ялта"	Інформаційний каталог	http://www.yalta.crimea.ua	"Ялта", інформаційний каталог
30	Оренда квартир в центрі Ялти	Оренда квартир в центрі Ялти	http://yaltapartment.narod.ru	Оренда квартир в центрі Ялти

31	"ЮБК"	Кримське санаторно-курортне об'єднання	http://www.ubk-crimea.com	"ЮБК", кримське санаторно-курортне об'єднання
32	Готелі Крима	Будь-які варіанти відпочинку в Криму	http://travels.crimea.ua	Готелі Крима, будь-які варіанти відпочинку в Криму
33	Туристичний сервер Севастополя	Туристичний сервер Севастополя	http://travels.tour.sebastopol.ua	Туристичний сервер Севастополя
34	Готелі Одеси і області	Готелі Одеси і області	http://odessahotel.km.ru	Готелі Одеси і області
35	Курортні підприємства Затоки, Сергіївки, Кароліно Бугаза	Курортні підприємства Затоки, Сергіївки, Кароліно Бугаза	http://mope.odessa.net	Курортні підприємства Затоки, Сергіївки, Кароліно Бугаза
36	Курорт "Коблево"	Пансіонати, дома відпочинку	http://www.koblevo.com	Курорт "Коблево", пансіонати, дома відпочинку
37	"НЕВТЕС"	Закрите акціонерне товариство	http://www.nevtes.com.ua	Закрите акціонерне товариство "НЕВТЕС", відділ туризму та міжнародних зв'язків
38	"Трускавецькурорт"	Санаторії Трускавця	http://www.truskavec.com.ua	"Трускавецькурорт", санаторії Трускавця
39	Курорт "Трускавець"	Каталог санаторіїв	http://truskavetsinfo.com	Курорт "Трускавець", каталог санаторіїв
40	Курорт Миргород	Курорт Миргород	http://www.mirgorod2000.narod.ru	Курорт Миргород
41	"Куяльник"	Санаторій-курорт	http://www.kuyalnik.com	"Куяльник", санаторій-курорт
42	Хмельник	Місто-курорт	http://www.hmel.vinnitsa.com	Хмельник, місто-курорт
43	Курорти Слобожанщини	Курорти Слобожанщини	http://www.zdravnica.nord.net.ua	Курорти Слобожанщини
44	Закарпаття	Відпочинок, лікування, туризм	http://www.verhovina.com.ua	Закарпаття, відпочинок, лікування, туризм
45	Природні і лікувальні ресурси Закарпаття	Природні і лікувальні ресурси Закарпаття	http://www.recres.uzhgorod.ua	Природні і лікувальні ресурси Закарпаття
46	"Закарпаткурорт"	Закарпатське об'єднання санаторно-курортних установ профспілок	http://www.sankur.uzhgorod.ua	Закарпатське об'єднання санаторно-курортних установ профспілок "Закарпаткурорт"
Транспортні послуги				
1	Lardi	Транспортно-інформаційна система	http://system.lardi-trans.com	Lardi, транспортно-інформаційна система

2	Залізнична інформаційно-довідкова система	Залізнична інформаційно-довідкова система	http://www.tmssoft-ltd.com	Залізнична інформаційно-довідкова система
3	"Твій потяг"	Залізничний розклад СНД	http://www.poezda.net	"Твій потяг", залізничний розклад СНД
4	Автобусний розклад України	Автобусний розклад України	http://www.bus.com.ua	Автобусний розклад України
5	Пасажирські перевезення по Україні	Пасажирські перевезення по Україні	http://www.autobus2000.narod.ru	Пасажирські перевезення по Україні
6	Київський метрополітен	Київський метрополітен	http://www.metro.kiev.ua	Київський метрополітен
7	"Авіація"	Інформаційний сайт: авіакомпанії, агентства, орзклад	http://www.lesiv.atas.ru	"Авіація", інформаційний сайт: авіакомпанії, агентства, орзклад
8	Український авіаційний портал	Український авіаційний портал	http://www.aviation.com.ua	Український авіаційний портал
9	Amadeus	Бронювання авіабілетів	http://www.amadeus.net.ua	Amadeus, бронювання авіабілетів
10	Aviabile.net	Пошук авіабілетів	http://www.aviabile.net	Aviabile.net, пошук авіабілетів
11	Кур'єрська авіапошта України	Пошук авіабілетів	http://www.airmail.kiev.ua	Aviabile.net, пошук авіабілетів
12	UATRANS.INFO	Транспортно-інформаційна система	http://www.uatrans.info	UATRANS.INFO, транспортно-інформаційна система
13	Транспортна інформаційно-довідкова система	Транспортна інформаційно-довідкова система	http://www.cargoinfo.com.ua	Транспортна інформаційно-довідкова система
14	Всі маршрутки Києва	Всі маршрутки Києва	http://www.marshrutka.boom.ru	Всі маршрутки Києва
15	ИТС	Інформаційно-транспортна система	http://www.info-trans.com.ua	ИТС, інформаційно-транспортна система
16	"Моряк України"	Інформаційний сайт	http://www.mehanik.h1.ru	"Моряк України", інформаційний сайт
Страхові послуги				
1	Страхування і автострахування в Україні	Страхування і автострахування в Україні	http://www.abtoctraxobka.kiev.ua	Страхування і автострахування в Україні
2	Ліга страхових організацій України	Ліга страхових організацій України	http://uainsur.com	Ліга страхових організацій України
3	Ліцензування страхової діяльності	Ліцензування страхової діяльності	http://www.insurance-licensing.by.ru	Ліцензування страхової діяльності
4	"Гарант-авто"	Страхова компанія	http://www.garant-auto.com	"Гарант-авто", страхова компанія
5	УТИСО	АО "Українська транспортна страхова компанія" (УТИСО)	http://www.utico.itt.net.ua	АО "Українська транспортна страхова компанія" (УТИСО)

6	“Авіагарант”	Страхова компанія	http://aviagarant.com	“Авіагарант”, страхова компанія
7	“Залізничні шляхи”	Страхова компанія	http://www.zshlyahy.com.ua	“Залізничні шляхи”, страхова компанія
8	Українська страхова група	Українська страхова група	http://www.uig.kiev.ua	Українська страхова група
9	Міжнародний ялтинський форум учасників страхового ринку	Міжнародний ялтинський форум учасників страхового ринку	http://www.insurance-forum.com.ua	Міжнародний ялтинський форум учасників страхового ринку
10	Страховий ринок в Україні	Страховий ринок в Україні	http://www.insurance.com.ua	Страховий ринок в Україні
Освітні послуги				
1	Київський національний університет ім. Т.Г.Шевченка	Київський національний університет ім. Т.Г.Шевченка	http://www.univ.kiev.ua	Київський національний університет ім. Т.Г.Шевченка
2	Інститут міжнародних відношень	Київський національний університет ім. Т.Г.Шевченка	http://www.iir.kiev.ua	Київський національний університет ім. Т.Г.Шевченка, інститут міжнародних відношень
3	Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана	Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана	http://www.kneu.kiev.ua	Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана
4	ЕКОМЕН	Київський економічний інститут менеджменту	http://www.ecomen.com.ua	Київський економічний інститут менеджменту (ЕКОМЕН)
5	“Студент”	Каталог вїзів України	http://www.student.lookmy.info	“Студент”, каталог вїзів України
6	Вищі навчальні заклади Києва	Правила прийому, програми вступних іспитів	http://i.com.ua/~edukiev	Вищі навчальні заклади Києва, правила прийому, програми вступних іспитів
7	Всеукраїнська студентська рада при Президенті України	Всеукраїнська студентська рада при Президенті України	http://www.studrada.org.ua	Всеукраїнська студентська рада при Президенті України
8	Український студентський союз	Український студентський союз	http://www.uss.org.ua	Український студентський союз
9	Український центр молодіжної освіти	Український центр молодіжної освіти	http://cmo.narod.ru	Український центр молодіжної освіти
10	Блок української молоді	Блок української молоді	http://www.bum.org.ua	Блок української молоді
11	“Центр молодіжної освіти”	Молодіжна громадська організація	http://www.cmo.narod.ru	“Центр молодіжної освіти”, молодіжна громадська організація

12	"Академія"	Міжвузівська газета	http://www.geocities.com/lecturers02	"Академія", міжвузівська газета
13	Уроки державної мови	Уроки державної мови	http://mova.kreschatic.kiev.ua	Уроки державної мови
14	"Я розмовляю українською мовою"	Українська мова, довідник "Антисуржик"	http://www.arkas-proswita.iatp.org.ua	"Я розмовляю українською мовою", українська мова, довідник "Антисуржик"
15	"Українські неологізми"	Проблеми засвоєння нових термінів українською мовою	http://www.words.volyn.net	"Українські неологізми",
16	Центр освіти	Центр освіти	http://nco.narod.ru	Центр освіти
17	IATP	Програма розширення доступу і навчання в Інтернеті	http://www.iatp.kharkov.ua	IATP, програма розширення доступу і навчання в Інтернеті
18	"Новое поколение"	Сайт для старшокласників, абітурієнтів і студентів	http://www.www-helen.narod.ru	"Новое поколение", сайт для старшокласників, абітурієнтів і студентів
19	"ДНІТ"	Республіканський навчально-науковий центр	http://www.dcnit.com.ua	Республіканський навчально-науковий центр "ДНІТ"
20	"Все возможно"	Бібліотека, каталог безкоштовних програм, форум	http://www.mechta.kiev.ua	"Все возможно", бібліотека, каталог безкоштовних програм, форум
21	Ідеї для власної справи	Ідеї для власної справи	http://idea.pi.net.ua	Ідеї для власної справи
22	Sabit	Спеціальна американська програма ділового стажування	http://www.sabitprogram.org	Sabit, спеціальна американська програма ділового стажування
23	Програма наукових обмінів	Програма наукових обмінів США ім. Флубрайта	http://www.fulbright.org.ua	Програма наукових обмінів США ім. Флубрайта
24	Civic Education Project	Освітній проєкт	http://www.ccp.org.hu/countries/bum/index.html	Civic Education Project, освітній проєкт
25	Au-pair	Молодіжні програми за кордоном	http://www.au-pair.com.ua	Au-pair, молодіжні програми за кордоном
26	"Знание-центр"	Навчальна група, освіта за кордоном	http://www.znaniye.ru	"Знание-центр", навчальна група, освіта за кордоном
27	Освіта за кордоном	Освіта за кордоном, Англія, Німеччина, Мальта	http://www.i-mba.ru	Освіта за кордоном, Англія, Німеччина, Мальта
28	Stream UK	Освіта в Англії	http://www.obuchenie.net	Stream UK, освіта в Англії

29	“Європейські університети”	Міжнародний іміджевий каталог	http://www.unisvit.com.ua	“Європейські університети”, міжнародний іміджевий каталог
30	Вища освіта в Західній Європі	Вища освіта в Західній Європі	http://www.centre.chv.ukrpack.net	Вища освіта в Західній Європі
31	Освіта в Канаді	Освіта в Канаді	http://www.msconsulting.ca	Освіта в Канаді
32	Асоціація українських студентів в США	Асоціація українських студентів в США	http://www.ukrainianschoiarschips.org	Асоціація українських студентів в США
33	Все про навчання і освіту за кордоном	Все про навчання і освіту за кордоном	http://www.estudy.ru	Все про навчання і освіту за кордоном
34	Система освіти країн світу	Путівник міжнародною освітою	http://www.studyabroad.ru	Система освіти країн світу, путівник міжнародною освітою
35	Одержання другої освіти за кордоном	Одержання другої освіти за кордоном	http://www.stud.agava.ru	Одержання другої освіти за кордоном
36	“Коледж “БАКАЛЯР””	Закрите акціонерне товариство “Коледж “БАКАЛЯР””	http://www.nevtes.com.ua/bakalyar	Закрите акціонерне товариство “Коледж “БАКАЛЯР””
37	“Школяр-абітурієнт-студент”	Інформація для екзаменів, білети, відповіді, програми навчання	http://www.abiturients.narod.ru	Все про навчання і освіту за кордоном, інформація для екзаменів, білети, відповіді, програми навчання
38	Міжнародна наукова студентська Інтернет-конференція	Міжнародна наукова студентська Інтернет- конференція	http://www.kneu.kiev.ua/conf.html	Міжнародна наукова студентська Інтернет- конференція
39	Student.ru	Студентські історії, юмор	http://www.stydent.h1.ru	Student.ru, студентські історії, юмор
40	Студентський портал	Реферати, електронна бібліотека, каталог освітніх ресурсів	http://www.students.net.ua	Студентський портал, реферати, електронна бібліотека, каталог освітніх ресурсів
41	Студентський портал	Внз, викладачі, реферати	http://www.univer-life.com	Студентський портал, внз, викладачі, реферати
42	Євразійська асоціація дистанційної освіти	Євразійська асоціація дистанційної освіти	http://www.sky.net.ua/yp/8/4/2/3.html	Євразійська асоціація дистанційної освіти
43	Дистанційна освіта в Україні і інших країнах	Дистанційна освіта в Україні і інших країнах	http://www.cde.kpi.kharkov.ua/ISRp.htm	Дистанційна освіта в Україні і інших країнах
44	Дистанційна освіта в Україні	Дистанційна освіта в Україні	http://www.e-learn.narod.ru	Дистанційна освіта в Україні

45	Український центр дистанційної освіти	Український центр дистанційної освіти	http://www.udec.ntu-kpi.kiev.ua	Український центр дистанційної освіти
46	UDL	Українська система дистанційного навчання	http://www.udl.org.ua	UDL, українська система дистанційного навчання
47	Uninet	Центр впровадження систем електронного навчання	http://www.distancelearning.com.ua	Uninet, центр впровадження систем електронного навчання
48	Kseny-soft	Платформа дистанційного навчання	http://www.kseny.com	Kseny-soft, платформа дистанційного навчання
49	Система дистанційної освіти і перевірки знань	Система дистанційної освіти і перевірки знань	http://www.fd-apbu.narod.ru	Система дистанційної освіти і перевірки знань
50	Система дистанційного навчання через Інтернет	Система дистанційного навчання через Інтернет	http://www.sic.kiv.ua	Система дистанційного навчання через Інтернет
51	"Навчання і доступ в Інтернет"	Дистанційне навчання	http://www.dl.iatp.org.ua	"Навчання і доступ в Інтернет", дистанційне навчання
52	"Дистанційне навчання"	Огляд технологій	http://www.lrn.iatp.org.ua	"Дистанційне навчання", огляд технологій
53	Дистанційні навчальні програми	Інтернет-перекладачі	http://www.intercult.ru/english	Дистанційні навчальні програми, Інтернет-перекладачі
54	"МультиЛекс"	Онлайн-перекладачі	http://www.multilex.meta.ua	Онлайн-перекладачі "МультиЛекс" на "Меті"
55	Електронні перекладачі	Програми перекладачі, електронні словники	http://www.lingvobit.ru	Електронні перекладачі, програми перекладачі, електронні словники
Інжинирингові послуги				
1	"Строй-Інфо"	Каталог товарів та фірм-операторів будівельного ринку України	http://www.bud.com.ua	"Строй-Інфо", каталог товарів та фірм-операторів будівельного ринку України
2	V.V. GROUP	Архітектура і дизайн інтер'єрів	http://www.vvgroup.com.ua	V.V. GROUP, архітектура і дизайн інтер'єрів
3	"Укрмашпромпроект"	Проектування жилих будівель, об'єктів культури, охорони здоров'я, спортивних споруд	http://www.umpp.com	"Укрмашпромпроект", проектування жилих будівель, об'єктів культури, охорони здоров'я, спортивних споруд

4	"Ультра"	Пректування і будівництво дерев'яних домів	http://www.ultraloghomes.com.ua	"Ультра", пректування і будівництво дерев'яних домів
5	Український будівельний сервер	Український будівельний сервер	http://www.stroiserver.com.ua	Український будівельний сервер
6	"Стройзона"	Актуальна інформація про будівельний ринок, каталог товарів та послуг	http://www.stroyzona.com	"Стройзона", актуальна інформація про будівельний ринок, каталог товарів та послуг
7	Stroyrec	Будівельно-інформаційний портал	http://www.stroyrec.com.ua	Stroyrec, будівельно-інформаційний портал
8	"Рада"	Проектування і реконструкція об'єктів	http://www.pprada.ukrbiz.net	"Рада", проектування і реконструкція об'єктів
9	"ЛИК"	Інжинірингова компанія	http://www.lic.com.ua	"ЛИК", інжинірингова компанія

Рекомендована література

3. *Аванесов Ю.А., Клочко А.Н., Васькин Е.В.* Основы коммерции. На рынке товаров и услуг. Учебник для вузов – М.: Финансы и статистика, 1995. – 176 с.

4. *Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є.* Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання, 2002. – 480 с.

5. *Александрова А.Ю.* Международный туризм. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 325 с.

6. *Артюх Т.М.* Страхові послуги. – Київ: КНЕУ, 2000.

7. *Асатуров А.К.* Экономическая природа образовательной услуги и формы ее реализации в рыночных отношениях. – СПб., 1996.

8. *Балабанов И.Т., Балабанов А.И.* Экономика туризма. Учеб. пос. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и напр. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

9. *Балабанов И.Т.* Финансовый менеджмент. – М., 1998.

10. *Безуглова М. А.* Транспортные услуги в международной торговле. – Мурманск, 2001.

11. *Бейдик О.О.* Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2001. – 395 с.

12. *Белов Г.В.* Товары и услуги на потребительском рынке. – ИКЦ Академкнига. – М., 2003.

13. *Бердников А.Н.* Организация технического обслуживания машин, оборудования и приборов в зарубежных странах. – М., 1987.

14. *Блюменау Д.И.* Информация и информационный сервис. – Л.: Наука, 1989.

15. *Газман В.Д.* Рынок лизинговых услуг. – М., 1998.

16. *Гвозденко А. А.* Основы страхования. – М., 1998.

17. *Гуляев В.Г.* Туризм. Экономика и социальное развитие. – М.: ФиС, 2003. – 304 с.

18. *Гойко Л.М.* Организация финансового рынка. — Киев, 1996.
19. *Данилова Е.В.* ВТО: регулирование торговли услугами. — ИКЦ Академкнига. — М., 2003.
20. *Даниэльс Д., Хардеба Ли Х.* Международный бизнес. — М., 1994.
21. *Дейян А.* Реклама. — М., 1993.
22. *Добровольська А. Б.* Формування ринку міжнародного туризму в Україні і організаційні пріоритети його розвитку. — Київ, 1997.
23. *Дюмулен И.И.* Международная торговля услугами. — М, 2003.
24. *Егоров Е. В., Романов А. В., Романова В. А.* Маркетинг банковских услуг: Учеб. пособие / Московский гос. ун-т им. М.В.Ломоносова. Экономический факультет / В.А. Романова (сост.). — М.: ТЕИС, 1999. — 102 с.
25. *Жуков С.В.* Развивающиеся страны: сфера услуг и экономический рост. — М.: Наука, 1991.
26. *Журавлев Ю. М.* Страхование во внешнеэкономических связях. — М: Анкил, 1993.
27. *Заблюцька Р.О.* Світовий ринок послуг: Підручник. — К.: Знання, 2004. — 280 с.
28. *Зайончик Л. Г., Усаченко А. С.* Рынок транспортных услуг.- Киев, 1994.
29. *Иванова Т.Е., Платова Т.В.* Основы информационного маркетинга. — Ярославль, 1990.
30. *Квартальнов В. А.* Иностраный туризм. — М: Финансы и статистика, 1999.
31. *Киреев А.* Международная экономика. В 2-х ч. — М.: Международные отношения, 1998. — Ч. I: Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. Учебное пособие для вузов. — 416 с.
32. *Киреев А.* Международная экономика. В 2-х ч. — М.: Международные отношения, 1999.-Ч.II:Международная макроэкономика:открытая экономика и макроэкономическое программирование. Учебник для вузов. — 488 с.

33. *Кириллов А.* Реклама в туризме. Учебно-метод. пособие. — СПб.: Лекс Стар, 2002. — 110 с.
34. *Коноплев В.Т.* Международный маркетинг. — Донецк, 1998.
35. *Козье Д.* Электронная коммерция. — М., 1999.
36. *Корюкова А.А.* Информационный рынок: продукция, услуги, цены и ценообразование. — М., 1992.
37. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. — М.; СПб.; К., 1999.
38. *Красавина Л.М.* Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. — М., 1994.
39. *Крамаренко В.И.* Экономика и менеджмент сферы услуг: (вопросы теории и методологии)./ Крымский медицинский ин-т им. С.И.Георгиевского. — Симферополь: Таврида, 1997. — 206 с.
40. *Мазаракі А.А., Ващенко Н.П.* Світовий ринок товарів і послуг. — Київ, 1996.
41. *Маркова В. Д.* Маркетинг услуг.- М.: Финансы и статистика, 1996. — 127 с.
42. *Международная торговля: финансовые операции, страхование и другие услуги: Пер.с англ. / М.А. Гольцберг (ред.), А.В. Воронова (ред.). — К.: Торг.-изд. бюро ВНУ, 1994. — 480с.*
43. *Міжнародна економіка.* (за ред.Румянцева А.П.). — К.: Знання прес. — 2006.
44. *Міжнародна торгівля: Навчальний посібник./Румянцев А.П., Башинська Г.І., Корнілова І.М., Коваленко Ю.О. — К.: Центр навч. літератури.—2004.-376 с.*
45. *Могилевкин И. М.* Морское судоходство в мировой экономике и международных отношениях. — М, 1992.
46. *Наймушин А. Д.* Основы организации рекламы. — М., 1992.
47. *Никифорова Н.В.* Услуги в системе мировой торговли. — М., 1990.
48. *Осадець С.С.* Страхування. — Київ: КНЕУ, 2002.
49. *Папирян Г. А.* Международные экономические отношения. Маркетинг в туризме. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 156 с.

50. *Папирян Г. А.* Международные экономические отношения. Экономика
51. *Портер Майкл Э.* Конкуренция: Пер. с англ. — СПб.: Издательский дом “Вильямс”, 2003. — 495 с.
52. *Предик Г.А.* Ринок інформаційних послуг. — Донецьк, 1998.
53. *Рожков Л.Я.* Международное рекламное дело. — М., 1994.
54. *Румянцев А.П., Коваленко Ю.О.* Міжнародна торгівля послугами: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури. — 2003. — 112 с.
55. *Румянцев А.П., Коваленко Ю.О.* Організація міжнародної торгівлі послугами: Навчальний посібник. — К.: Таксон. — 2003. — 109 с.
56. *Румянцев А.П., Румянцева Н.С.* Зовнішньоекономічна діяльність. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 377 с.
57. *Рэдхэд К., Хьюс С.* Управление финансовыми рисками: Пер. с англ. — М.: Инфра-М, 1996. — 287 с.
58. *Сапрунова В.* Туризм: эволюция, структура маркетинг. — М., 1997.
59. *Світовий ринок товарів та послуг: товарна структура:* Навч. посібник./ Мазаракі А. А., Вашенко Н. П., Воронова Є. М., Гребельник О. П., Гоголан І. К./ Інститут змісту та методів навчання; Київський держ. торговельно- економічний ун-т / А. А. Мазаракі (загал.ред.). — К., 1996. — 80 с.
60. *Синецкий Б.И.* Внешнеэкономические операции: организация и техника. — М., 1989.
61. *Соколенко С. И.* Глобальные рынки XXI столетия: Перспективы Украины. — К.: Логос, 1998. — 568с.
62. *Соколенко С.И.* Современные мировые рынки и Украина. — К.: Демос, 1995. — 354 с.
63. *Стонер Джеймс А. Ф., Долан Едвін Г.* Вступ у бізнес: Пер. з англ. / Й.С. Завадський (ред.і вступ.ст.). — К.: Видавництво Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу, 2000. — 750 с.

64. *Фінанси підприємств: Підручник.* / Поддєрьогін А.М., Буряк Л.Д., Нам Г.Г., Павліковський А. М., Павловська О. В. / Київський національний економічний ун-т / А.М. Поддєрьогін (керівник авт.кол.і наук.ред.). — 2.вид., перероб. та доп. — К., 1999. — 384 с.

65. *Фолсом Ральф Х., Гордон Майкл Воллес, Спаногл Джон А.* Міжнародні торгові угоди: Стислий виклад / Н. Зубар (пер.). — Х.: ОКО, 1997. — 398 с.

66. *Фомичев Е.И.* Международная торговля. — М.: ИН-ФРА-М, 1998. — 446 с.

67. *Ходаківська В.П., Данілов О.Д.* Ринок фінансових послуг. — Ірпінь, 2001.

68. *Ходаківська В.П., Беляєв В.В.* Ринок фінансових послуг: теорія і практика. — Київ, 2002.

69. *Хомік Ю.О.* Туризм як провідний напрям розвитку ринку послуг в Україні. // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — вип. 38, частина 2. — К., 2002.

70. *Цены и ценообразование: учебник для вузов.* Под ред. Есипова В.Е. — СПб.: Лекс Стар, 1999. — 280 с.

71. *Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В.* Міжнародна торгівля. — Київ: КНЕУ, 2001.

72. *Чудновский А. Д.* Туризм и гостиничное хозяйство. — М., 2000.

73. *Чубукова О. Ю.* Економіка інформації: ринок продуктів та послуг. — Київ: Нора-Прінт, 2001.

74. *Шмагина В. В., Харичков С. К.* Рекреация и туризм в системе современных приоритетов социально- экономического развития. / НАН Украины; Институт проблем рынка и экономико- экологических исследований. — О., 2000. — 70 с.

75. *Шуляк П. Н.* Ценообразование: Учеб.-практ. пособие — 3. изд., перераб. и доп. — М. : Издательский Дом “Дашков и Ко”, 2000. — 191 с.

76. *Щетинин В.П.* Экономика образования. — М., 1998.

77. *Appleyard J., Field G.* International Economics. 2nd edition. — N.Y.: Irwin, 1996. — 480 p.

78. *Bull A. The Economics of Travel and Tourism.*- London: Pitman, 1991.-256 p.

79. *Compendium of Tourism Statistics.* — WTO. — 2003 Edition.

80. *Compendium of Tourism Statistics.* — WTO. — 2004 Edition.

81. *Compendium of Tourism Statistics.* — WTO. — 2005 Edition.

82. *GATS.*— WTO. — 2004.

83. *Either W. Modern International Economics.*3rd edition. — N.Y.: WW Norton & Co., 1995. — 398 p.

84. *Global Economic Prospects 2005: Trade, Regionalism and Development 2005.* World Bank's annual Report for 2005. — World Bank, 2004.

85. *Global Economic Prospects 2004: Realizing the Development Promise of Doha Agenda.* World Bank's annual Report . — World Bank, 2004.

86. *Husted S., Melvin M. International Economics.* 3rd edition. — N.Y.: Harper Cjllins Colleague Hublisher, 1995. -- 424 p.

87. *International Tourism: The Great Turning Point.* Vol. III. — World Tourism Organization, 2004. — 444 p.

88. *International Trade Statistics.* — WTO, 2004.

89. *International Trade Statistics.* — WTO, 2003.

90. *International Trade Statistics.* — WTO, 2002.

91. *Liberalising International Transactions in Services: Handbook.* UNCTAD, World Bank. — Geneva, 1994.

92. *Manual on Statistics on International Trade in Services.* International Trade Statistics. — WTO, 2005.

93. *Recent and selected medium-term trade developments.* World Trade Report. — WTO, 2005.

94. *Sustainable Development of Ecotourism — A Compilation of Good Practices in SMEs.* — World Tourism Organization, 2003. — 305 p.

95. *World Development Report.* — Wash. DC. World Bank, 2001.

96. *World Development Indicators.* Economy.— World Bank,

2004.

97. *World Development Indicators. Economy.*— World Bank,

2005.

98. *World Tourism Barometer.* — World Tourism Organization. — Madrid, 2005.- June edition.

99. *WTO. Annual Report.* — 2004.

100. *WTO. Annual Report.* — 2001.

ЗМІСТ

Вступ	3
Частина I. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ТА СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ	5
Глава 1. Теоретичні основи аналізу світового ринку послуг	5
1.1. Методологія аналізу світового ринку послуг	5
1.2. Класифікація послуг	16
1.3. Особливості міжнародної конкуренції в сфері послуг	19
1.4. Регулювання світової торгівлі послугами	22
Питання для обговорення	25
Питання для самостійного вивчення	26
Тестові завдання	26
Завдання для самостійної перевірки	29
Глава 2. Міжнародний ринок транспортних послуг	31
2.1. Особливості надання транспортних послуг	31
2.2. Характеристика транспортних перевезень різними видами транспорту	35
2.3. Сучасні тенденції розвитку міжнародного транспорту	40
2.4. Транспортна логістика	44
Питання для обговорення	45
Питання для самостійного вивчення	45
Тестові завдання	45
Глава 3. Ринок міжнародних туристичних послуг	49
3.1. Туризм як провідний напрям розвитку ринку послуг	49
3.2. Конкуренція в сфері туристичного бізнесу	57

3.3. Ціноутворення в галузі туристичного бізнесу	64
Питання для обговорення	75
Питання для самостійного вивчення	75
Тестові завдання	75
Глава 4. Світовий ринок страхових послуг	77
4.1. Сутність та особливості надання страхових послуг	77
4.2. Страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності	81
4.3. Пріоритетні напрями транспортного страхування в міжнародній сфері	86
Питання для обговорення	89
Питання для самостійного вивчення	89
Тестові завдання	90
Глава 5. Міжнародний ринок інформаційних послуг	93
5.1. Поняття ринку інформаційних послуг	93
5.2. Сучасні тенденції розвитку сфери інформації	96
5.3. Особливості функціонування світового інформаційного ринку	97
Питання для обговорення	101
Питання для самостійного вивчення	101
Тестові завдання	101
Глава 6. Ринок міжнародних рекламних послуг	102
6.1. Економічний зміст рекламних послуг	102
6.2. Основні риси ефективного рекламного оголошення	108
6.3. Організація міжнародних рекламних кампаній	112
6.4. Особливості регулювання рекламної діяльності на інтернаціональному рівні	114
Питання для обговорення	116
Питання для самостійного вивчення	116
Тестові завдання	116

Глава 7. Світовий ринок освітніх послуг	118
7.1. Економіка освіти в системі економічних наук ..	118
7.2. Освіта як пріоритетна галузь економіки	119
7.3. Характерні риси функціонування ринку освітніх послуг у міжнародній сфері	121
Питання для обговорення	127
Питання для самостійного вивчення	127
Тестові завдання	127
Глава 8. Міжнародний ринок інжинірингових послуг ..	128
8.1. Особливості надання інжинірингових послуг ..	128
8.2. Особливості міжнародних договорів про надання інжинірингових послуг	134
8.3. Методи визначення інтернаціональної вартості інжинірингових послуг	137
Питання для обговорення	140
Питання для самостійного вивчення	140
Тестові завдання	140
Глава 9. Світовий ринок фінансових послуг	142
9.1. Особливості функціонування ринку міжнародних фінансових послуг	142
9.2. Лізинг як різновид фінансових послуг у міжнародному бізнесі	145
Питання для обговорення	151
Питання для самостійного вивчення	151
Тестові завдання	151
Частина II. ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ..	153
Глава 10. Проблеми та перспективи розвитку ринку транспортних послуг в Україні	153
Глава 11. Особливості розвитку туристичного бізнесу в Україні	159

Глава 12. Ринок консалтингових послуг в Україні	175
Глава 13. Пропозиція міжнародних інформаційних послуг в Україні	181
Контрольна робота	186
Заключення	197
ДОДАТКИ	199
<i>Додаток 1.</i> Класифікація послуг згідно угоди ГАТС	199
<i>Додаток 2.</i> Закон України “Про туризм”	206
<i>Додаток 3.</i> Закон України “Про транспорт”	238
<i>Додаток 4.</i> Закон України “Про рекламу”	254
<i>Додаток 5.</i> Закон України “Про інформацію”	277
<i>Додаток 6.</i> Закон України “Про фінансовий лізинг”	298
<i>Додаток 7.</i> Закон України “Про освіту”	305
<i>Додаток 8.</i> Закон України “Про вищу освіту”	343
<i>Додаток 9.</i> Національна доктрина розвитку освіти	406
<i>Додаток 10.</i> Українські Інтернет-ресурси з питань функціонування основних складових ринку послуг	425
Рекомендована література	441

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко

СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ

Навчальний посібник

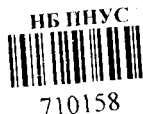
Керівник видавничих проектів *Б. А. Сладкевич*
Друкується в авторській редакції
Верстка *О.А. Клевова*
Дизайн обкладинки *Б. В. Борисов*

Підп. до друку 17.07.2006. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум.друк.арк. 28,5.

Видавництво "Центр навчальної літератури"
вул. Електриків, 23
м. Київ, 04176

т. тел. 451-65-95, 425-04-47, 425-20-63, 428-72-81,
428-72-83

68-00 (безкоштовно в межах України)
e-mail: office@uabook.com
сайт: WWW.CUL.COM.UA



Свідоцтво ДК №2458 від 30.03.2006

Віддруковано з готових діапозитивів замовника
в ОП "Житомирська облдрукарня". Зам. 383.