

платежів і платежів за користування гарантіями;

3) надання гарантії та поруки за кредитами суб'єктів малого й середнього підприємництва;

4) надання кредитів, зокрема мікрокредитів, для започаткування й ведення власної справи;

5) надання позик на придбання й впровадження нових технологій;

6) компенсація видатків на розвиток кооперації між суб'єктами малого й середнього підприємництва та великими підприємствами;

7) фінансова підтримка впровадження енергозберігаючих та екологічно чистих технологій;

8) інші види не забороненої законодавством фінансової державної підтримки.

Крім того, Законом України "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні" визначені наступні позиції:

- фонди підтримки підприємництва (фонди підтримки підприємництва - неприбуткові організації, основними функціями яких є сприяння реалізації державної політики у сфері розвитку малого й середнього підприємництва шляхом залучення та ефективного використання фінансових ресурсів, фінансування цільових програм і проектів);

- інформаційна державна підтримка;

- консультаційна державна підтримка;

- державна підтримка суб'єктів малого й середнього підприємництва у сфері інновацій, науки та промислового виробництва;

- державна підтримка суб'єктів малого й середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність;

- державна підтримка суб'єктів малого й середнього підприємництва у сфері підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації управлінських кадрів і кадрів ведення бізнесу.

Література

1. Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 р. №4618-IV // Відомості Верховної Ради України. - 2013. - №3. - ст.23.

2. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України від 19.10.2000 р. №2063 - III (втратив чинність) // Відомості Верховної Ради України. - 2000. - №51-52. - ст.447.

3. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. №436-IV // Відомості Верховної Ради України. - №18, №19-29, №21-22. - ст.144.

Кострицький І.Л.

кандидат юридичних наук,

доцент, завідувач кафедри господарського

права та процесу ОДУВС

Надійшла до редакції: 11.05.2013

УДК 347.1

ГЕОГРАФІЧНІ ЗАЗНАЧЕННЯ ЯК ЗАСОБИ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ, ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Кузьменко Т. С.

Одним із засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг є географічне зазначення. Воно має значення для об'єкта інтелектуальної власності, коли на особливі властивості, якості товару впливають природні умови або людський фактор чи їх поєднання.

Географічні зазначення є засобами індивідуалізації товарів. На міжнародному рівні вже склалася й діє досить розгалужена й ефективна система правової охорони географічних зазначень. Ці питання, зокрема, регулюються підписаною в рамках Світової Організації Торгівлі Угодою про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (Угода ТРІПС) [1], Паризькою конвенцією про охорону промислової власності від 20 березня 1883 р. [2], Мадридською угодою про недопущення випадків неправдивих або оманливих зазначень джерела походження товарів від 1891 р. [3], Лісабонською угодою про охорону назв місця походження та їх міжнародну реєстрацію від 31 жовтня 1958 р. [4].

Використання джерел походження товару є важливим інструментом покупця про походження продуктів з визначеною якістю. Зазначення походження товару

можуть бути використані для промислових і сільськогосподарських товарів для зазначення джерела походження товарів і послуг. Одна із цілей використання складається в сприянні торгівлі шляхом інформування продуктів, що повинно бути доступним для використання всіма виробниками в цьому районі [5, 54]. За рахунок своєї індивідуалізуючої функції географічне зазначення повинно виділяти з маси однорідних товарів товари, що володіють, порівняно з іншими товарами, особливими властивостями [6, 521].

Традиційна державна підтримка сільськогосподарських виробників багатьох країн з розвинутою ринковою економікою привела до створення й становлення всієї сучасної системи охорони та захисту найменувань місць походження товарів. З іншого боку, у країнах з невисоким рівнем сільськогосподарського виробництва охорона найменувань місць походження товарів виглядає щонайменше передчасною. У багатьох країнах важко встановити товари, місце походження яких вказує на їх особливу якість. Якщо ця продукція призначена переважно для внутрішнього споживання й не є конкуренто-

© Т.С. Кузьменко, 2013

спроможною на зовнішніх ринках як за якісними, так і за ціновими характеристиками, охорона найменувань місць їх походження не є актуальною, виглядає надуманою і є зайвою. Отже, охорона найменування місця походження товарів здійснюється переважно в інтересах зарубіжних виробників сільськогосподарської та іншої подібної продукції. Це не дивно, оскільки вся сучасна система інтелектуальної власності країн з перехідною економікою спочатку створювалася під диктовку західних фахівців для захисту інтересів своїх країн [7, 257].

Зазначення походження товарів може мати словесну, зображувальну форму, виступати у вигляді національного символу, географічної карти тощо. Водночас зазначення походження товарів слід відрізнити від загальнозживаних позначень товарів певного виду, не пов'язаних з конкретною місцевістю їх виготовлення, незважаючи на те, що вони містять назви географічних об'єктів (наприклад, київський торт, кримське вино) [8, 174].

В Україні питання набуття, здійснення й захисту права інтелектуальної власності на географічні зазначення регулюються Главою 45 ЦК України та Законом України "Про охорону прав на зазначення походження товарів" [9]. В Україні сьогодні десятки зазначень походження товарів зареєстровано як словесні або комбіновані знаки для товарів і послуг. Серед них, зокрема, назви мінеральних вод "Трускавецька", "Нафтуся", "Миргородська", "Моршинська", "Нарзан". Деякі з них навіть внесені до відповідних Державних стандартів України. Причому товарних знаків "Нафтуся" зареєстровано вже декілька на ім'я виробників, які не мають жодного відношення до трускавецької "Нафтусі". Неконтрольоване використання цих позначень призводить до розмивання, втрати репутації, довіри до цього унікального національного надбання. Адаже географічні зазначення слугують захисту нематеріальних цінностей, таких як ринкова диференціація, репутація й стандарти якості. Вони є також носіями культурної ідентичності нації, регіону [11, 174].

Видами географічного зазначення є найменування місця походження товарів і зазначення походження товарів.

Найменування місця походження товарів - це географічна назва країни, регіону, району або місцевості, яка використовується для позначення товару, який походить звідтіля, якість і особливі властивості якого виключно або суттєво зумовлені географічним середовищем місця його походження, яке може складатися з природного чи людського факторів, або з них обох.

Ознаки найменування місця походження товарів надається через його ознаки, а саме:

назва географічного об'єкта;

взаємозв'язок цього найменування зі специфічними товарами, такими що виділяються з маси однорідних товарів, з особливими, унікальними властивостями;

взаємозв'язок цього найменування зі специфічними природними умовами певного географічного об'єкта та/або з якими-небудь особливими людськими факторами, які властиві тільки цьому географічному об'єкту;

залежність особливих властивостей товару від зазначених специфічних природних умов та/або людського фактора [6, 522].

Зазначення місця походження - це зазначення, яке може набувати будь-якої форми, і яке використовується для позначення товарів, що мають лише особливу репутацію, зумовлену місцем їх походження.

Зазначення походження товару зазвичай представ-

ляють у вигляді назви країни, географічного регіону, місцевості або об'єкта (зокрема історичного). Наприклад, позначення "Зроблено в СРСР" або "Made in China" вказують на країну, в якій ці товари виробляються.

Разом з назвами можуть використовуватися зображення відповідних географічних об'єктів. Наприклад, товари, вироблені в гірських місцевостях, часто відзначають не тільки назвами, але й зображеннями гірських та інших об'єктів. На упаковки й на самі товари часто наносяться позначення, що вказують на їх походження [7, 256].

У чинному законодавстві термін "зазначення походження товару" охоплює терміни "просте зазначення походження товару" та "кваліфіковане зазначення походження товару", який, у свою чергу, об'єднує терміни "назва місця походження товару" та "географічне зазначення походження товару".

Просте зазначення походження товару - це будь-яке словесне чи зображувальне (графічне) позначення, що прямо чи опосередковано вказує на географічне місце походження товару, правова охорона якому надається на підставі його використання.

Кваліфіковане зазначення походження товару включає такі поняття, як "назва місця походження товару" і "географічне зазначення походження товару". Правова охорона кваліфікованому місцю походження товару надається на підставі реєстрації права інтелектуальної власності на нього, що діє безстроково від дати його реєстрації.

Назва місця походження товару - це назва географічного місця, яка вживається як позначення в назві товару, що походить із зазначеного географічного місця й має особливі властивості, виключно або головним чином зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами або поєднанням цих природних умов із характерним для цього географічного місця людським фактором.

Основна ідея полягає в тім, що визначені продукти зобов'язані своїми особливими властивостями місцю походження товару. Під природними умовами, що впливають на товар і доповнюють його характерними рисами, розуміється: специфічний клімат, склад ґрунту, рельєф місцевості, висота над рівнем моря, склад, температура води тощо. Іншими словами, значна частина найменувань місць походження має відношення до товарів, властивості яких одночасно залежать від природних умов і технологічних особливостей виготовлення.

Географічне зазначення походження товару - це назва географічного місця, яка вживається як позначення в назві товару, що походить із цього географічного місця й має певні якості, репутацію або інші характеристики, здебільшого зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами чи людським фактором або поєднанням цих природних умов і людського фактора.

Приклади географічних зазначень походження товарів: "вологодське масло", "петриківський розпис", "тульський пряник". Тобто назву походження товарів придумала людина [5, 55].

Відповідно до даних офіційного веб-порталу Державного департаменту інтелектуальної власності (зараз - Державної служби України) станом на 01.02.2010 р. в Україні зареєстровані наступні кваліфіковані зазначення походження товарів: "Миргородська" (дата реєстрації 15.03.2007 р. - мінеральна вода); "Солянка долина"

(дата реєстрації 15.03.2007 р. - десертне марочне вино); “Східницька” (дата реєстрації 15.03.2007 р. - мінеральна вода); “Ессентуки” (дата реєстрації 25.02.2008 р. - мінеральна вода); “Нагутская” (дата реєстрації 25.02.2008 р. - мінеральна вода); “Славяновская” (дата реєстрації 25.02.2008 р. - мінеральна вода); “Новий світ” (дата реєстрації 10.09.2009 р. - вина ігристі); “Поляна Квасова” (дата реєстрації 10.09.2009 р. - мінеральна природна вода); “Менська Остреч” (дата реєстрації 10.09.2009 р. - мінеральна природна вода); “Царичанська” (дата реєстрації 12.10.2009 р. - мінеральна природна вода) [12].

Назва місця походження товару, незважаючи на схожість із торговельною маркою, має низку специфічних критеріїв, які й зумовили необхідність вирізнення її як самостійного об'єкта права інтелектуальної власності. Передусім назва місця походження товару має містити пряму чи опосередковану вказівку на те, що цей товар походить із географічного місця з офіційно визначеними межами (країна, регіон як частина країни, населений пункт тощо). Назвою місця походження товару може бути історична назва географічного місця, якщо з цією назвою асоціюється конкретна країна, місцевість або населений пункт. В окремих випадках назвою місця походження товару може бути визнано також позначення, яке хоча й не належить прямо до назв географічних місць, але набуло географічного сенсу.

Отже, спосіб вказівки на місце походження товару може бути будь-яким, важливо лише, аби позначення асоціювалося в споживачів з певною назвою місця походження товару. Якщо таких асоціацій не виникає, право інтелектуальної власності на позначення як назву місця походження товару не може бути зареєстровано [13, 330-331].

Зазначення походження товарів слід відрізнити від загальноживаних позначень товарів певного виду, не пов'язаних з конкретною місцевістю їх виготовлення, незважаючи на те, що вони містять назви географічних об'єктів (наприклад, київський торт, кримське вино, швейцарський сир, ризьке пиво) [8, 174].

Другим критерієм охороноздатності назви місця походження товару як специфічного об'єкта права інтелектуальної власності є той факт, що товар, позначений цією назвою, повинен мати відповідні властивості, які певною мірою або головним чином зумовлені характеристиками для цього географічного місця природними умовами чи поєднанням цих умов з характерним для цього географічного місця людським фактором. При цьому виробництво або видобування й переробка товару, позначеного цією назвою, мають здійснюватися в межах цього географічного місця. Якщо властивості і якість товарів не пов'язані з місцем їх виробництва, такі позначення товарів, навіть якщо вони збігаються з назвами географічних місць, назвами місця походження товару визнаватися не можуть. Специфічні властивості, які вправі очікувати споживачі від товару, позначеного його прив'язкою до певного географічного місця, повинні мати стабільний, стійкий і відомий характер [13, 330-331].

Відомість товару набувається за рахунок використання індивідуалізуючого позначення. Відомість позначення повинна мати місце щодо товару, який володіє особливими властивостями. Особливість властивостей не означає їх кращу, у порівнянні з іншими товарами, якість. Властивості повинні бути іншими, не такими, як у всіх інших аналогічних товарів, при цьому вони повинні запам'ятовуватися, інакше вони не будуть особливими,

а будуть звичайними, традиційними. Слід також мати на увазі, що особливими властивості товару можуть бути тільки за умови їх стабільності. Якщо та чи інша властивість (смак, запах тощо) з'явилася у товару тільки один раз, то навряд чи можливо стверджувати, що товар володіє певними властивостями. У такому разі особлива властивість - не правило, а виключення [6, 522-523].

Як правило, властивості зумовлюються особливими природними умовами географічного середовища (краснодарський чай, ніжинські огірки тощо) і (або) професійним досвідом і традиціями виробництва осіб, які виготовляють товари і проживають у цій місцевості (наприклад, хохломський чи петриківський розпис) [13, 330-331].

Слід відзначити залежність властивостей товару від природних умов і людського фактору. Поділ таких факторів на дві групи є умовним. Переважно на формування властивостей товару впливають одночасно і природні умови, і людський фактор. До природних умов можна віднести наступні: кількість сонячних днів у році або в період дозрівання врожаю, ступінь вологості, склад ґрунту, середньорічна температура тощо. Наприклад, це мінеральні води Боржомі, чай з Цейлону.

До людських факторів слід віднести виробничі навички й традиції, технологічні особливості процесу виробництва товару, кваліфікація осіб, які виробляють той чи інший товар, особливості національної культури [6, 523]. Наприклад, це палехські шкатулки, ростовські підноси.

Назва місця походження товару стає самостійним об'єктом правової охорони тільки тоді, коли право інтелектуальної власності на неї у встановленому законом порядку зареєстровано. У цій своїй якості назва місця походження товару нічим не відрізняється від інших об'єктів права інтелектуальної власності, права на які набуваються користувачами тільки з моменту їх державної реєстрації.

Проаналізувавши норми чинного Закону України “Про охорону прав на зазначення походження товарів” [9], можна дійти висновку, що право інтелектуальної власності на географічне зазначення надається за умов, якщо:

- воно є назвою географічного місця, з якого цей товар походить;
- воно вживається як назва такого товару чи як складова частина цієї назви;
- у позначеному цією назвою географічному місці об'єктивно існують характерні природні умови та/або людський фактор, що надають товару особливих властивостей або певних якостей;
- позначений цією назвою товар має відповідні властивості або певні якості, що виключно або здебільшого зумовлені характерними для певного географічного місця природними умовами чи поєднанням цих умов з характерним для цього географічного місця людським фактором;
- виробництво (видобування) й переробка позначеного цією назвою товару чи його складової частини здійснюється в межах зазначеного географічного місця. Для набуття права інтелектуальної власності на географічне зазначення особа, яка має на це право, подає заявку на реєстрацію цього права до Держслужби інтелектуальної власності Міністерства економічного розвитку й торгівлі, де проводиться експертиза заявки, за результатами якої заявнику видають свідоцтво про реєстрацію права інтелектуальної власності на географічне зазначення. Як уже зазначалося, право інтелектуальної власності на географічне зазначення виникає з дати його державної

реєстрації [13, 440-441].

В юридичній літературі розрізняють наступні види найменувань міст зазначень товарів. Залежно від обставин, що були причиною для специфічних властивостей товару: які склалися під впливом природних умов; які склалися під впливом людського фактору; комбінований вид: які склалися під впливом природних і людських факторів. Залежно від території розповсюдження: національні; міжнародні (інтернаціональні) [14, 110-111].

В Італії існує поділ найменувань місць походжень товару залежно від наявності або відсутності ступеня контролю з боку відповідних державних органів за якістю товарів: звичайні (властиво формування природних специфічних властивостей товару, що індивідуалізується тільки під впливом природного середовища чи подібних факторів); регламентовані (властиво попередня регламентація специфічних властивостей товару, при цьому контролюється фінальна стадія виробництва або здійснюється контроль безпосередньо перед продажем); такі, що контролюються (гарантовані) (властивий контроль на всіх етапах виробництва товару, що ним індивідуалізується, що робить такі найменування особливо цінними). Також найменування місця походження товару може бути офіційним чи неофіційним, повним або скороченим, сучасним або історичним [15, 715-716].

Основними функціями найменування місця походження товару (географічного зазначення) є такі: розпізнавальна (полягає у виокремленні товару серед маси однорідних товарів як такого, що має особливу якість, специфічні властивості); якісна або гарантійна (полягає в гарантуванні особливої якості, специфічних властивостей товару і є умовою надання географічному зазначенню правової охорони); інформаційна (проявляється в правдивій вказівці на місце виготовлення товару); захисна (полягає в охороні від підробок, оскільки ніхто, крім законного користувача, не має права користуватися географічним зазначенням).

Серед основних відмінностей між цими засобами індивідуалізації слід відмітити те, що стосовно торговельної марки право на використання та право на розпорядження можуть належати одній особі, тоді як стосовно географічного зазначення ці права ніколи не можуть належати одній особі.

Географічне зазначення часто включається в якості як охоронювального, так і неохоронювального елемента до торговельної марки. Воно може бути зареєстроване як торговельна марка або її частина, якщо майбутній власник торговельної марки має право на використання географічного зазначення. Прикладами можуть бути використання в якості торговельної марки або її частини географічного зазначення, яке сприймається як фантастичне щодо певного товару, використання в якості торговельної марки або її частини маловідомих назв географічних місцевостей з доданням або зміною суфіксів, префіксів і закінчень, використання назви відомої географічної місцевості у формі прикметника для певного товару, коли таке використання географічного зазначення є охоронювальним елементом торговельної марки, використання географічного зазначення у виді прикметника як неохоронювального елемента торговельної марки [16, 16].

Отже, у законодавстві України серед географічних зазначень розрізняють найменування місця походження та зазначення походження товарів. Такий поділ має дуже велике практичне значення, адже найменування місця

походження товарів є найбільш цінними географічними зазначеннями, тому їм повинна надаватися більш посилена правова охорона, ніж зазначенням походження товарів. Географічне зазначення може набувати словесної форми та форми знаку, символу, малюнку; може використовуватися або не використовуватися як назва товару. Найменування місця походження може вказувати на особливі властивості, що зумовлюються природним та/або людським факторами місця походження товару.

Література

1. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності: Угода Світової організації торгівлі від 15.04.1994 р. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Електронна база даних "Нормативні акти України".
2. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20.03.1883 року // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Електронна база даних "Нормативні акти України".
3. Мадридська угода про санкції за неправдиві та неправильні позначення походження виробів від 14.04.1981 р. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Електронна база даних "Нормативні акти України".
4. Лісабонська угода про захист зазначень місця походження виробів та їх міжнародної реєстрації від 31.10.1958 р. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Електронна база даних "Нормативні акти України".
5. Солощук М. Право інтелектуальної власності на засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг / М. Солощук, М. Капінос, Е. Лерантович // Інтелектуальна власність. - 2008. - № 7. - С. 48-57.
6. Комментарий к Четвертой части Гражданского кодекса Российской Федерации (постатейный). Правовое регулирование отношений в сфере интеллектуальной собственности. С постатейными материалами и практическими разъяснениями / [О.В. Добрынин, Д.Д. Косунова, А.Ю. Ларин и др.]; под ред. И.А. Близнаца, А.Ю. Ларина. - М.: Книжный мир, 2008. - 576 с.
7. Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности: учеб. / С.А. Судариков - М.: Проспект, 2009. - 368 с.
8. Баллизевич В.Д. Интеллектуальна власність: Підручник / В.Д. Баллизевич - К.: Знання, 2006. - 431 с.
9. Про охорону прав на зазначення походження товарів: Закон України від 16.06.2009 р. № 752-ХІV // Відомості Верховної Ради України. - 1999. - № 32 від 13.08.99 р. - Ст. 267.
10. Про затвердження Правил складання, подання та проведення експертизи заявки на реєстрацію кваліфікованого зазначення походження товару та/або права на використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару: Наказ Міністерства освіти і науки України від 17.08.2001 р.
11. Актуальні проблеми правового регулювання розвитку підприємницької діяльності в Україні: Монографія / [Г.О. Андрощук, В.М. Алексєєв, О.В. Безух та ін.]; за ред. члена-кореспондента АПРН України, д.ю.н. Н.М. Мироненко. - Київ - Тернопіль: підручники і посібники, 2008. - 368 с.
12. Офіційний веб-портал Державного департаменту інтелектуальної власності. - [Електронний ресурс]: <http://www.sdip.gov.ua/ua/vidpoxtov.html>
13. Право інтелектуальної власності: Науково-практичний коментар до Цивільного кодексу України / [М.В. Паладій, Н.М. Мироненко, В.О. Жаров та ін.]; за заг. ред. М.В. Паладія, Н.М. Мироненко, В.О. Жарова. - К.: Парламентське видавництво, 2006. - 432 с.

14. Гульбин Ю.Т. Исключительные права на средства индивидуализации товаров - товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров: гражданско-правовой аспект / Ю.Т. Гульбин - М.: Статут, 2007. - 284 с.

15. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (постатейный). Часть четвертая / [Э.П. Гаврилов, О.А. Городов, С.П. Гришаев и др.]. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. - 784 с.

16. Клименко Л. Проблемы использования географиче-

ческих названий в маркировке товара / Л. Клименко // Право и экономика. - 1999. - № 9. - С. 16.

Кузьменко Т.С.
кандидат юридичних наук,
доцент Миколаївського
Аграрного національного університету
Надійшла до редакції: 15.06.2013

УДК 351.086:346

ФОРМИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Нікуліна Н. А.

Питання форм господарсько-правової відповідальності на сьогодні є одним з найбільш дискусійних у теорії господарського права. В юридичній літературі немає єдиного підходу щодо визначення кількості й видів форм господарсько-правової відповідальності. Залежно від певних ознак розрізняють кілька класифікацій форм відповідальності, а саме: залежно від характеру та спрямованості впливу; механізму реалізації фактичних підстав застосування та інші [1, 325]. Однак на законодавчому рівні, а саме в Господарському кодексі України, існує чотири форми господарсько-правової відповідальності. Зазначені форми законодавець визначає як санкції, а саме: відшкодування збитків, сплата штрафних санкцій, оперативно-господарські санкції, адміністративно-господарські санкції. Тому доцільною буде характеристика саме форм господарсько-правової відповідальності, що зазначені у вказаному нормативно-правовому акті.

Метою статті є розгляд і характеристика окремих видів форм відповідальності суб'єктів господарювання, їх особливостей, а також дослідження правового регулювання окремих форм господарсько-правової відповідальності.

Окремі питання форм відповідальності суб'єктів господарської діяльності були предметом розгляду таких вчених, як В. К. Мамутова, В. С. Щербіна, Д. В. Задихайло, В. В. Онопенко та інших.

Відповідно до статті 224 Господарського кодексу України учасник господарських правовідносин, який порушив господарське зобов'язання або установлені вимоги щодо здійснення господарської діяльності, повинен відшкодувати завдані цим збитки суб'єкту, права або законні інтереси якого порушено. Поняття відшкодування збитків Господарський кодекс України не містить, хоча вказує на їхній склад. Так, згідно з Господарським кодексом України до збитків відносяться: витрати, зроблені управненою стороною, втрата або пошкодження її майна, а також недержані нею доходи, які управнена сторона одержала б у разі належного виконання зобов'язання або додержання правил здійснення господарської діяльності другою стороною [2].

Крім Господарського кодексу України, відшкодування збитків регулюється Цивільним кодексом України. Так, відповідно до статті 22 Цивільного кодексу України збитки можна поділити на 2 групи: реальні збитки (втрати, яких особа зазнала у зв'язку зі знищенням або пошкодженням речі, а також втрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права) та упущена вигода (доходи, які особа могла б реально одержати за звичайних обставин, якби її право не було порушено) [3]. Із зазначеного простежується

деяка відмінність між складом збитків, що визначені в Господарському кодексі України та складом збитків, що визначені в Цивільному кодексі України. Для запобігання розбіжностей і протиріч при застосуванні зазначеної форми господарсько-правової відповідальності є необхідним врегулювання та удосконалення єдиного визначення.

Відшкодування збитків застосовується як при горизонтальних правовідносинах (між рівноправними суб'єктами господарських правовідносин, наприклад, при наданні певних послуг), так і при вертикальних господарських правовідносинах (між суб'єктом господарювання та органом влади, що наділений господарською компетенцією). Також до особливостей зазначеної форми можна віднести те, що зазначена форма передбачена законом. Отже, у разі завдання збитків у результаті невиконання або неналежного виконання господарського зобов'язання передбачається законом і не потребує спеціального зазначення у договорі. Так, у статті 216 частині 3 Господарського кодексу України передбачено, що потерпіла сторона має право на відшкодування збитків незалежно від того, чи є застереження про це в договорі.

На практиці встановлення розмірів реальних збитків є одним з найбільш складних етапів процесу розрахунку через невизначеність критеріїв розрахунку втраченої вигоди. Так, відповідно до частини 3 статті 225 Господарського кодексу України при визначенні збитків враховуються ціни, що існували за місцем виконання зобов'язання на день задоволення боржником вимоги сторони в добровільному порядку, а в разі, якщо вимогу не задоволено в добровільному порядку - на день подання до суду відповідного позову про стягнення збитків. Отже, першим критерієм розрахунку втраченої вигоди може бути розмір збитків, які підлягають відшкодуванню й були визначені з урахуванням цін, що покладено в основу конкретного бухгалтерського розрахунку. Другим критерієм, який можна покласти в основу системи розрахунку втраченої вигоди, може бути розмір розрахованих розумних витрат, які кредитор повинен був понести, якби зобов'язання було виконано.

Порядок визначення розміру збитків може визначатись і до їх виникнення, безпосередньо сторонами господарського договору за взаємною згодою в твердій сумі, що підлягає відшкодуванню, чи відсоткових ставках залежно від обсягу невиконання зобов'язання чи строків порушення зобов'язання.

Але доведення сторонами господарських зобов'язань розмірів збитків залишається однією з прогалин при вирішенні господарських спорів. Наприклад, якщо сторони не врахували всіх необхідних фактів при встановленні попереднього розрахунку, тоді збитки будуть