

ПРИВАТНЕ ПРАВО

Банасевич І.І.

ГАРМОНІЗАЦІЯ ПРИВАТНО-ПРАВОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА У СФЕРІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДИСТАНЦІЙНИМИ КОНТРАКТАМИ

34.05:347.45.47

<https://doi.org/10.15330/apiclu.51.3-14>

Ратифікувавши Угоду про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони, ратифіковану Верховною Радою України у вересні 2014 року (далі – Угода про асоціацію), Україна взяла на себе зобов'язання забезпечувати поступову адаптацію законодавства України до законодавства ЄС відповідно до напрямів, які визначені в Угоді. Одним із таких напрямів є напрям забезпечення високого рівня захисту прав споживачів та досягнення сумісності між системами захисту прав споживачів України та ЄС, а також гармонізація правового регулювання відносин у сфері електронної комерції.

Необхідно зазначити, що різні аспекти захисту прав споживачів були предметом дослідження окремих дисертацій, зокрема безпосередньо статусу споживача у контексті адаптації законодавства України до права ЄС присвячена дисертація О. Ю. Черняк «Цивільно-правовий статус споживача у контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» [1].

Однак у сучасній цивілістичній доктрині залишається відкритим питання захисту прав споживачів за дистанційними контрактами, особливо щодо гармонізації вітчизняного законодавства до права ЄС. Відтак постає необхідність комплексного аналізу цивільного законодавства України щодо захисту прав споживачів у сфері електронної комерції на предмет його відповідності європейським стандартам. Що і є **метою** даного дослідження.

Вищезгадана Угода про асоціацію [2] в Додатку XXXIX до Глави 20 «Захист прав споживачів» Розділу V «Економічне та га-

лузеве співробітництво» передбачає, що впродовж 3 років з дати набрання нею чинності в українське законодавство повинні бути впроваджені положення Директиви Ради №85/577/ЄС від 20 грудня 1985 року про захист споживачів щодо контрактів, які укладені поза діловими приміщеннями та Директиви №97/7/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 20 травня 1997 року про захист споживачів стосовно дистанційних контрактів. Однак обидва документи були змінені Директивою 2011/83/ЄС про права споживачів від 25 жовтня 2011 року [3]. Як зазначено у п.2 Преамбули Директиви 2011/83/ЄС положення Директиви 85/577/ЄС та Директиви 97/7/ЄС були переглянуті у зв'язку із здобутим досвідом з метою спрощення і актуалізації норм, які підлягають застосуванню, усунення суперечностей і ліквідації небажаних прогалів у законодавстві. В результаті такого перегляду виникла необхідність у заміні двох Директив 85/577/ЄС та 97/7/ЄС єдиною Директивою 2011/83/ЄС про права споживачів. Директива 2011/83/ЄС містить стандартні норми щодо основних аспектів контрактів, які укладаються поза службовими приміщеннями, і дистанційних контрактів відходячи від принципу мінімальної гармонізації, який втілений у двох попередніх Директивах, але в той же час дає можливість державам-членам ЄС залишати в силі або приймати національні норми щодо визначених аспектів.

Даючи загальну характеристику зазначеній Директиві 2011/83/ЄС, доцільно відзначити, що зміни, які закріплюються у ній, полегшують укладення договорів на відстані між підприємцями і споживачами на аналогічних принципах по всій території ЄС. Однак, на відміну від українського законодавства, що регулює відносини у сфері укладення та виконання дистанційних контрактів, у Директиві передбачено значно ширший обсяг інформації, яка повинна бути надана споживачу перед укладенням договору та забезпечує ефективніший захист споживача у випадку його розірвання.

Основу правового регулювання відносин у сфері захисту прав споживачів за дистанційними договорами в Україні утворюють два нормативно-правових акти: Закон України «Про захист прав споживачів» [4] та Закон України «Про електронну комерцію» [5].

У статтях 12 та 13 Закону України «Про захист прав споживачів» встановлено права споживача в разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями та в разі укладення договору на відстані. Слід зауважити, що зазначені норми були включені до Закону у 2005 році саме в результаті необхідності приведення законодавства у сфері захисту прав споживачів до міжнародних стандартів, в тому числі Директив Ради та ЄС.

Введення в дію зазначених норм Закону України «Про захист прав споживачів» істотно сприяло підвищенню рівня захисту прав споживачів у сфері укладення та виконання дистанційних контрактів. Зокрема, у ст. 13 передбачено обов'язкову інформацію, яку повинен надати продавець (виконавець) споживачеві перед укладенням договору на відстані, а саме: найменування продавця (виконавця), його місцезнаходження та порядок прийняття претензії; основні характеристики продукції; ціну, включаючи плату за доставку, та умови оплати; гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції; інші умови поставки або виконання договору; мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки продукції або послуг; вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу; період прийняття пропозицій; порядок розірвання договору.

Ст. 13 Закону України «Про захист прав споживачів» передбачає також право споживача розірвати укладений на відстані договір шляхом повідомлення продавця (виконавця) про це протягом чотирнадцяти днів з моменту підтвердження інформації або з моменту одержання товару чи першої поставки товару, або з моменту укладення такого договору.

Право на розірвання дистанційного контракту посідає особливе місце у праві ЄС і є дієвим способом захисту прав споживача. Як наголошується у Директиві 97/7/ЄС від 20 травня 1997 року про захист споживачів стосовно дистанційних контрактів [6] право на розірвання дистанційного контракту має бути більш, ніж формальним, витрати, якщо такі є, понесені споживачем при реалізації цього права, повинні бути обмежені до прямих витрат за повернення товарів. Окремо акцентується увага на тому, що це право має бути без шкоди для прав споживача, які регулюються національним законодавством, що, зокрема, стосу-

ється отримання пошкодженої продукції та послуг, або продукції та послуг, що не відповідають опису, наданому у пропозиції такої продукції та послуг.

Ст.6 Директиви 97/7/ЄС «Право виходу з контракту» та ст. 9 Директиви 2011/83/ЄС «Право на розірвання контракту» передбачають порядок реалізації споживачем права на розірвання дистанційного контракту. Однак, Директива 2011/83/ЄС встановлює більш сприятливий порядок для споживача, ніж Директива 97/7/ЄС, тим паче, що дія останньої фактично скасовується Директивою 2011/83/ЄС.

Так, відповідно до ст.9 Директиви 2011/83/ЄС споживачеві надається 14-денний строк для розірвання дистанційних контрактів або контрактів укладених поза торговельними або офісними приміщеннями без зазначення причин.

У разі реалізації споживачем права на розірвання дистанційного контракту, продавець зобов'язаний повернути усі отримані від споживача платежі, в тому числі, якщо це застосовується, витрати на доставку, не пізніше 14 днів з моменту отримання повідомлення про намір споживача розірвати контракт. Продавець зобов'язаний здійснити повернення використовуючи аналогічні платіжні засоби, які використовував споживач, за винятком випадків, коли споживач дасть згоду прийняти інші платіжні засоби та понесене у зв'язку із цим додаткові витрати. Однак, продавець не зобов'язаний відшкодовувати додаткові витрати, якщо споживач обрав інший спосіб доставки.

Витрати, пов'язані із повернення товарів, несе споживач, за винятком випадків, коли продавець погодився нести такі витрати або випадків, коли продавець не надав споживачеві інформацію щодо необхідності нести прямі витрати. Якщо мова йде про контракти укладені поза торговельними або офісними приміщеннями з обов'язком доставки товару в момент укладення контракту, продавець повертає товар за власний рахунок, якщо в наслідок своїх властивостей такий товар не може бути повернуто поштою.

Як бачимо, Директиви Європейського парламенту та Ради на відміну від законодавства України передбачають детальний порядок реалізації споживачем свого права на розірвання дистанційного контракту. На нашу думку, до ст. 13 Закону України «Про захист прав споживачів» необхідно внести зміни та включити по-

ложення, які б регламентували реалізацію споживачем свого права на розірвання договору, укладеного на відстані.

Звісно, що Законом України «Про захист прав споживачів» передбачені випадки, коли споживач не має права на розірвання договору укладеного на відстані. Зокрема, якщо: надання послуги або поставка товару електронними засобами зв'язку за згодою споживача відбулися до закінчення строку розірвання договору, визначеного у ч. 4 ст. 13, про що споживачеві було повідомлено у підтвердженні інформації; ціна товару або послуги залежить від котировок на фінансовому ринку, тобто поза контролем продавця; договір стосується виготовлення або переробки товару на замовлення споживача, тобто якщо товар не може бути проданий іншим особам або може бути проданий лише з істотними фінансовими втратами для продавця (виконавця); споживач відкрив аудіо- чи відеокасету або носій комп'ютерного забезпечення, які постачаються запечатаними; договір стосується доставки періодичних видань; договір стосується лотерей чи інших азартних ігор. Якщо інше не передбачено договором, укладеним на відстані, продавець повинен поставити споживачеві товар протягом прийнятого строку, але не пізніше тридцяти днів з моменту одержання згоди споживача на укладення договору.

Слід зазначити, що введення в дію аналізованих положень Закону України «Про захист прав споживачів» щодо договорів укладених на відстані – це істотний поступ у сфері гармонізації українського законодавства до права ЄС, а також, безумовно, у сфері захисту прав споживача як сторони дистанційного контракту. Із прийняттям зазначених змін у вітчизняне законодавство було імплементовано норми Директиви 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» від 20 травня 1997 року.

Однак, впровадження новітніх технологій урізноманітнює способи отримання споживачами інформації про пропозиції у будь-якому місці та розміщення ними замовлень. Окрім того, положення, передбачені статтями 12 та 13 Закону України «Про захист прав споживачів» не враховували усіх можливостей транскордонної дистанційної торгівлі, що спричинило необхідність прийняття Закону України «Про електронну комерцію». Прийняття даного нормативно-правового акту зумовлено саме осо-

бливістю дистанційної торгівлі, яка полягає в тому, що споживач фактично не має можливості побачити продукт або підтвердити сутність надаваних послуг до укладення контракту.

Слід зазначити, що у Законі України «Про електронну комерцію» імплементовано головним чином положення Директиви 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції на внутрішньому ринку» (Директива про електронну комерцію) від 8 червня 2000 р. [7], яка посідає центральне місце у праві ЄС щодо врегулювання відносин у сфері електронної комерції. Маючи характер рамкової, вона об'єднала в собі норми з різних питань, вирішення яких назріло в ЄС на час її прийняття. Головною метою Директиви 2000/31/ЄС є усунення юридичних перешкод, які виникають при заснуванні провайдерів Інтернет-послуг в ЄС та наданні ними послуг у межах спільного ринку, за яких електронна комерція в ЄС могла б стало розвиватися. Директива 2000/31/ЄС застосовується «горизонтально» й торкається всіх галузей права – чи то публічного, чи то приватного – що стосуються надання інформаційних послуг.

Із введенням в дію Закону України «Про електронну комерцію» на законодавчому рівні запроваджено низку визначень, що застосовуватимуться у сфері правових відносин із електронними правочинами, а саме: «електронна комерція», «електронна торгівля», «електронна форма представлення інформації», «електронне повідомлення», «електронний правочин», «інтернет-магазин» тощо (ст. 1 Закону України «Про електронну комерцію»).

Учасниками відносин у сфері електронної комерції визнано суб'єктів електронної комерції, постачальників послуг проміжного характеру в інформаційній сфері (інтернет-провайдери, оператори послуг платіжної інфраструктури, реєстратори доменних імен), органів державної влади та місцевого самоврядування в частині виконання ними своїх функцій (ст. 6 Закону України «Про електронну комерцію»).

Закон встановлює обов'язок для продавця, який поширив інформацію про товар, роботу, послугу, розкривати та забезпечити прямий, простий, стабільний доступ до інформації про повне його найменування та місцезнаходження, відомості про ліцензію, у разі її обов'язковості, інформацію щодо включення у вартість

товару, роботи, послуги податків, вартість доставки (ст. 7 Закону України «Про електронну комерцію»). Це виглядає позитивною новацією та заслуговує підтримки. Адже досить часто в електронному бізнесі на сайті немає елементарно телефонних номерів. І коли відбувається порушення якихось прав користувача, перед тим, як звертатися у відповідні органи, можна було б врегулювати ситуацію шляхом переговорів, але часто власники веб-ресурсів не дають такої можливості.

Позитивним є також визначення правового статусу постачальника послуг проміжного характеру у сфері електронної комерції, який не визнається стороною електронного правочину, предметом якого виступають товари, роботи або послуги, інші ніж послуги проміжного характеру в інформаційній сфері (реєстрація доменних імен або IP-адрес, присвоєння інших мережевих ідентифікаторів, фіксація часу відправлення/надходження електронного повідомлення, надання доступу до мережі Інтернет та інших інформаційно-телекомунікаційних систем тощо). Такий учасник відносин е-торгівлі не несе відповідальності за зміст переданої чи отриманої інформації та за шкоду, завдану внаслідок використання результатів таких послуг, за умови, що він не є ініціатором передачі такої інформації, не обирає її одержувача та не може змінити її зміст. У разі якщо ж постачальник послуг проміжного характеру в інформаційній сфері є ініціатором передачі інформації, обирає її одержувача та може змінити її зміст, він зобов'язаний забезпечити прямий, простий, стабільний доступ інших учасників відносин у сфері електронної комерції до такої інформації: повне найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи - підприємця; місцезнаходження юридичної особи або місце реєстрації та місце фактичного проживання фізичної особи - підприємця; адреса електронної пошти; ідентифікаційний код юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків фізичної особи - підприємця, або серія та номер паспорта для фізичної особи - підприємця, яка через свої релігійні переконання відмовилася від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомила про це відповідний орган державної податкової служби і має відмітку в паспорті; відомості про ліцензію (серія,

номер, строк дії та дата видачі); інші відомості, що відповідно до законодавства підлягають оприлюдненню.

Однак, у літературі справедливо зауважується про те, що у Законі України «Про електронну комерцію» замовчуються вимоги щодо Інтернет-магазину, з яким, власне, і мають справу покупці (потенційні покупці) [8, с. 85-89]. Основний недолік полягає в тому, що Інтернет-магазин визнається як засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину, а не як учасник правовідносин е-торгівлі із обов'язком зазначати про себе відповідну інформацію.

До позитивних характеристик Закону України «Про електронну комерцію» можна віднести також те, що у ньому електронний правочин за правовими наслідками прирівнюється до договору, який укладено в письмовій формі (ст. ст. 5, 11 Закону України «Про електронну комерцію»). При цьому законодавець підкреслив, що правочин не може бути визнано недійсним у зв'язку з його вчиненням в електронній формі, якщо інше не передбачено законом.

Відповідно до ст. 10 Закону України «Про електронну комерцію» інформування потенційних покупців про товари і послуги може здійснюватися з допомогою комерційних електронних повідомлень. Основною умовою поширення комерційних електронних повідомлень є згода споживача на їх отримання. Без такої згоди комерційне електронне повідомлення може бути направлено споживачеві тільки за умови наявності у нього можливості відмовитися від подальшого отримання таких повідомлень від такого продавця.

Пропозиція укласти електронну угоду, в тому числі адресована невизначеному колу осіб, повинна містити всі істотні умови, встановлені законодавством для відповідного виду договору (ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію»). Крім істотних умов, встановлених Цивільним кодексом України, договір в електронній комерції може містити наступні умови, як порядок його укладення; технічні засоби ідентифікації сторони; порядок внесення змін до помилково відправленого прийняття пропозиції укласти електронний договір (клієнт обрав не той товар тощо); спосіб зберігання та пред'явлення електронних документів і умо-

ви доступу до них; умови виготовлення та отримання паперових копій електронних документів.

Слід зазначити, що таке диспозитивне формулювання перелічених вище умов не відповідає Директиві 2000/31/ЄС про електронну комерцію, оскільки у ст. 10 Директиви передбачено обов'язок постачальника послуг чітко, повно та однозначно надати одержувачу послуг таку інформацію: а) різні технічні заходи на шляху до укладення контракту; б) чи буде укладений контракт, прийнятий постачальником послуг, та чи буде він доступним; в) технічні засоби ідентифікації та виправлення помилок вводу до розміщення запиту; г) мови, запропоновані для укладення контракту. Вочевидь, таку неузгодженість слід усунути шляхом встановлення обов'язкових вимоги до інформації, що має надаватися постачальником послуг одержувачу у відповідності з Директивою, а не диспозитивний перелік вимог до електронного договору.

У ст. 11 Закону України «Про електронну комерцію» встановлено, що покупець повинен отримати підтвердження електронної угоди у вигляді електронного документа, квитанції, товарного або касового чека, талона або іншого документа. Підтвердження вчинення електронного правочину повинно містити такі відомості, як: ім'я продавця, його адреса і порядок прийняття претензій щодо товару, гарантійні зобов'язання та ін.

Прогресивним та таким, що відповідає нормам права ЄС є положення ст. 14 Закону України «Про електронну комерцію», яким заборонено використання та витребування персональних даних сторонами електронного правочину з іншою метою, ніж вчинення електронного правочину, якщо інше не встановлено законом або за домовленістю сторін. Тобто якщо при оформленні товару на сайті інтернет-магазину покупець зазначив номер свого мобільного телефону, після чого йому почали телефонувати сторонні особи, то цей магазин несе відповідальність за розголошення персональних даних.

Як бачимо, створення та впровадження ефективної системи захисту прав споживачів в Україні на засадах ЄС з урахуванням кращих практик країн ЄС можливе лише шляхом застосування комплексного підходу до вирішення питань захисту прав споживачів, що передбачає розвиток та взаємодію всіх складових сис-

теми захисту прав споживачів в Україні, зокрема правового забезпечення, державного захисту прав споживачів, ринкового та громадського захисту прав споживачів.

1. Черняк О.Ю. *Цивільно-правовий статус споживача у контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 / НДІ приватного права і підприємництва ім. Ф.Г. Бурчака НАПрН України. Київ, 2011. 230 с.*
2. *Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Закон України від 16.09.2014 р. № 1678-VII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1678-18> (дата звернення: 10.03.2019).*
3. *Директива Європейського парламенту і Ради ЄС про права споживачів №2011/83/ЄС від 25.10.2011 р. URL: <http://ozpp.ru/international/directivy-es-po-zpp> (дата звернення: 10.03.2019).*
4. *Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 року №1023-XII. Дата оновлення: 01.01.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 10.03.2019).*
5. *Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 року №675-VIII. Дата оновлення: 26.04.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 10.03.2019).*
6. *Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах: Директива Європейського парламенту та Ради 97/7/ЄС від 20.05.1997 року. Дата оновлення: 23.09.2002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_245 (Дата звернення: 10.03.2019).*
7. *Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції на внутрішньому ринку: Директива Європейського парламенту та Ради 2000/31/ЄС від 08 червня 2000 р. Дата оновлення: 08.06.2000. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_224 (Дата звернення: 10.03.2019).*
8. *Вінник О.М. Договірні відносини у сфері електронної торгівлі: проблема захисту прав покупців/споживачів. Договір як універсальна форма правового регулювання: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 16 березня 2018 р.). Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника», 2018. С. 85-89.*

Банасевич І.І. Гармонізація приватно-правового законодавства у сфері захисту прав споживачів за дистанційними контрактами.

Наукова стаття присвячена дослідженню стану правового регулювання захисту прав споживачів за дистанційними контрактами в Україні та його відповідності праву ЄС. При цьому автор аналізує міжнародно-правові документи, чинне законодавство України та погляди інших дослідників названої проблеми. У статті автором виявлено ряд недоліків у правовому регулюванні захисту прав споживачів за дистанційними контрактами в українському законодавстві. Зроблено висновок про те, що створення та впровадження ефективної системи захисту прав споживачів в Україні на засадах права ЄС можливе лише шляхом взаємодії всіх складових системи захисту прав споживачів.

Ключові слова: споживач, права споживача, дистанційний контракт, електронна комерція, електронний правочин.

Банасевич И.И. Гармонизация частноправового законодательства в сфере защиты прав потребителей по дистанционным контрактам.

Научная статья посвящена исследованию состояния правового регулирования защиты прав потребителей по дистанционным контрактам в Украине и его соответствия праву ЕС. При этом автор анализирует международно-правовые документы, действующее законодательство Украины и взгляды других исследователей названной проблемы. В статье автором выявлен ряд недостатков в правовом регулировании защиты прав потребителей по дистанционным контрактам в украинском законодательстве. Сделан вывод о том, что создание и внедрение эффективной системы защиты прав потребителей в Украине на основе права ЕС возможно только путем взаимодействия всех составляющих системы защиты прав потребителей. Ключевые слова: потребитель, права потребителя, дистанционный контракт, электронная коммерция, электронная сделка.

Banasevych I.I. Harmonization of private law in the field of consumer protection under remote contracts

The scientific article is devoted to the study of the state of legal regulation of consumer protection under distance contracts in Ukraine and its compliance with EU law. At the same time, the author analyzes the international legal documents, the current legislation of Ukraine and the views of other researchers of this problem. The author has identified a number of shortcomings in the legal regulation of consumer protection under distance contracts in Ukrainian legislation.

In particular, the Law of Ukraine «On E-commerce» obscures the requirements for an online store, which are actually dealt with by buyers (potential buyers). The main disadvantage is that an online store is recognized as a means of presenting or selling a product, work or service through an electronic transaction and not as a party to an e-commerce relationship with the obligation to provide relevant information. The problems of concluding and executing electronic transactions are also considered. Attention is drawn to the fact that the dispositive wording of the essential terms of electronic transaction in domestic law does not comply with the Directive 2000/31 / EC on e-commerce. This inconsistency can be remedied by imposing a mandatory

information requirement to be provided by the service provider to the recipient in accordance with the Directive, rather than a dispositive list of electronic contract requirements.

Progressive and in line with EU law is the provision of the Law on e-Commerce of Ukraine, which prohibits the use and demand of personal data by parties to an electronic transaction for a purpose other than committing the transaction.

It is concluded that the creation and implementation of an effective system of consumer protection in Ukraine based on EU law is possible only through the interaction of all components of the system of consumer protection.

Keywords: consumer, consumer rights, remote contract, e-commerce, e-commerce.

Богагчук М.О.

ПОНЯТТЯ ТА ОЗНАКИ НАУКОВОГО ПАРКУ: ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ

УДК 347

<https://doi.org/10.15330/apiclu.51.14-22>

Постановка проблеми. У сучасних реаліях наука, науково-технічний потенціал держави стають основними чинниками їх економічного розвитку та добробуту населення. Конкуренція на світовому ринку показує, що більш успішними виявляються країни, які не просто володіють потужним науково-технічним потенціалом, але і вміють найбільш ефективно його використовувати, тобто трансформувати нові наукові ідеї і відкриття у комерційну продукцію, з меншими витратами проходити цикл наука-виробництво-збут. Досвід індустріально розвинених країн показує, що ефективним інструментом, що дозволяє вирішувати ці завдання, є наукові парки [1].

Наукові парки сприяють переходу до нового технологічного та наукового укладу, прискорюють процес комерціалізації досягнень інноваційної сфери, сприяють більшій ефективності функціонування підприємств малого та середнього бізнесу.

Цілі, для яких створюються наукові парки, можливості, які вони надають, та роль, яку вони відіграють у суспільних відносинах, свідчать про великий потенціал таких суб'єктів для розвитку держави, що доводить і досвід провідних країн світу. Це дає нам підстави стверджувати, що така форма науки, освіти і бізнесу становить один з найефективніших способів досягнення Україною зазначеної мети.