

УДК 346.544.4:004

DOI <https://doi.org/10.32849/2663-5313/2019.10.10>**Анастасія Жорняк,**

аспірантка кафедри господарського права

Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,

юрисконсульт ППФ «Юрбізнесцентр»

ІНФОРМАЦІЙНА ПОСЛУГА У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ПОНЯТТЯ ТА ОЗНАКИ

Стаття присвячена дослідженню широкого кола питань, які стосуються надання інформаційних послуг у сфері господарювання. В умовах активного процесу становлення інформаційного суспільства інформація набуває дуже великого значення у підприємницькій діяльності. Ринок інформаційних послуг в Україні розширюється швидкими темпами і стає вагомим сегментом економіки країни. Високий рівень реалізації інформаційних продуктів досягається в основному за рахунок підприємств і установ, які бажають виробляти конкурентоспроможну продукцію, примножувати свій прибуток і займати лідируючі позиції у певному сегменті виробництва. Саме тому інформація набуває великого значення в підприємницькій діяльності, виступаючи самостійним об'єктом господарського обороту і важливою передумовою успішного ведення справ суб'єктами господарювання. Господарський кодекс України (далі – ГК України) визначає особливості правового регулювання окремих видів послуг, проте не містить загального визначення інформаційних послуг як об'єктів господарських правовідносин, не встановлює загальних засад їх господарсько-договірного регулювання, що й зумовило дослідження вказаної проблематики. Автором проаналізовано етимологію поняття інформації в загальному та правовому значенні, розкрито поняття інформації як об'єкта господарського обороту та визначено її основні ознаки. Крім цього, у статті аналізуються та узагальнюються напрацювання вчених щодо визначення понять інформаційного продукту, інформаційної послуги та виокремлюються їх основні ознаки. Проводиться порівняння інформаційного продукту та інформаційної послуги на основі їхніх сутнісних ознак, та пропонується власне визначення зазначених правових категорій. Окрема увага приділяється аналізу чинного законодавства України та останніх наукових розробок у сфері надання інформаційних послуг, а також формулюються пропозиції щодо внесення змін до ГК України.

Ключові слова: інформація, відомості, дані, інформаційний ринок, товар, послуга, інформаційні потреби, інформаційний продукт, інформаційна послуга.

Постановка проблеми. В умовах стрімкого розвитку ринкових відносин, інформатизації суспільства та науково-технічного прогресу роль інформації з кожним днем зростає, пропонуються нові товари та послуги у цій сфері, помітно розширюються межі функціонування інформаційного сектору економіки країни. У зв'язку із зазначеними процесами посилюється роль правового регулювання діяльності суб'єктів господарювання у сфері надання інформаційних послуг. В аспекті вищевказаних чинників виникає необхідність визначити поняття і зміст інформації як особливого об'єкта господарського обороту, інформаційних продуктів та послуг.

Аналіз останніх досліджень. Вивчення питань інформації як об'єкта договірних відносин займалися вчені: О. Кохановська [1], В. Цимбалюк [2], Б. Гоголь [3] та інші. Окремі аспекти правових відносин у сфері надання інформаційних послуг досліджували Ю. Бурило [4], В. Брижко [5], П. Лютикова [6], А. Ісманжанов [7], С. Коновалова

[8], О. Теряник [9], С. Дригайло [10], Л. аннікова [11] та інші. Однак натепер не встановлено єдиного поняття інформаційного продукту, є різні позиції науковців із приводу визначення змісту інформаційних послуг та не досить досліджено співвідношення між цими двома категоріями.

Метою цієї статті є дослідження інформації як об'єкта господарського обороту, а також визначення поняття та сутнісних ознак інформаційної послуги у сфері господарських відносин.

Виклад основного матеріалу. Загальна декларація прав людини у 1948 році вперше проголосила на міжнародному рівні свободу на отримання і розповсюдження інформації будь-якими засобами і незалежно від кордонів конкретної країни [12].

Міжнародним пактом про громадянські та політичні права у 1966 році дану норму було розширено і встановлено, що це право включає в себе свободу шукати, одержувати і поширювати будь-яку інформацію,

незалежно від державних кордонів, усно, письмово чи за допомогою друку або художніх форм вираження чи іншими способами на свій вибір [13].

У Конституції України також задекларовано право на інформацію: «Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір» [14]. О. Кохановська розглядає інформацію як благо особливого роду, що нерозривно пов'язане з життям, з його виникненням і закінченням, що проявляється як особисте немайнове благо, як результат впливу на людину і інших суб'єктів та об'єкти права, як результат інтелектуальної творчої діяльності й як відомості про осіб, події та явища, предмети, об'єкти і процеси незалежно від форми їх представлення [1, с. 85].

У Законі України «Про інформацію» законодавець закріпив поняття інформації, під яким слід розуміти будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [15]. Однак, що таке «дані» та «відомості» і яка між ними різниця, Закон не визначає. Звідси виникає питання: що саме ми можемо вважати даними або відомостями, чи належать до цих категорій жести або думка людини. Крім цього, у законодавчому визначенні поняття «інформація» має бути закріплена вимога, яка стоюється змісту, значення, сенсу відомостей і даних. Так, наприклад, не може вважатися інформацією лист аркушу, на якому безсистемно і без будь-якого значення для суб'єкта сприйняття надруковано письмові символи. І тут доречно згадати відомого давньогрецького мислителя Платона, який говорив про те, що все, що існує в земному світі, має свою ідею, сенс. Ідеєю інформації для нього була безбарвна, безформна і невідчутна суть, по суті своїй існуюча, зрима тільки для керманіча душі – розуму. Звідси можна зробити висновок, що *інформація може існувати тільки за умови поєднання змісту (ідеї, сенсу) та форми (даних та/або відомостей)* [16].

У юридичній науці спостерігається множинність підходів до трактування поняття «інформація». Так, у доктрині цивільного права інформація, будучи об'єктом цивільних прав, може виступати як особисте немайнове благо, як об'єкт виключних прав інтелектуальної власності, як об'єкт правочинів (інформаційний продукт, товар, послуга). У контексті останнього підвиду Цивільний кодекс України (далі – ЦК України) відносить інформацію до об'єктів права власності і наділяє її ознаками правового режиму речі (майна). Відповідно до ст. 179 ЦК України

рiччю є предмет матеріального світу, щодо якого можуть виникати цивільні права та обов'язки [17]. Це означає, що інформація як об'єкт права власності може виступати лише в матеріалізованій товарній формі.

У зв'язку зі стрімким розвитком ринку інформаційних товарів та послуг інформація набуває вагомого значення й у підприємницькій діяльності. Залежно від виду господарських відносин вона може набувати різних рис. Так, у ГК України під господарською діяльністю розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність. Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями. Сферу господарських відносин становлять господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські відносини. Однак інформація як об'єкт договірних відносин може виступати лише у господарсько-виробничій формі діяльності суб'єктів господарювання, тобто у разі безпосереднього здійснення господарської діяльності з виробництва продуктів, надання послуг та виконання робіт [18]. Саме у рамках вказаних господарських правовідносин інформація набуває форми товару (продукту праці, виготовленого з метою обміну або продажу, а не для особистого споживання), у зв'язку з чим набуває таких властивостей, як корисність та мінова вартість. Для того щоб інформація становила комерційний інтерес для суб'єктів господарської діяльності, вона повинна відповідати декільком критеріям: по-перше, мати цінність, тобто містити відомості, які є корисними і необхідними для замовника і, відповідно, за які він готовий сплатити кошти; по-друге, така інформація не має бути загальнодоступною, що і тягне за собою потребу звернення останнього до виконавця інформаційної послуги; по-третє, здатність таких відомостей задовольнити інформаційні потреби споживача, адже інакше відносини втрачають сенс. Крім цього, подекуди необхідною умовою може бути наявність професійної підготовки, спеціальних знань, дозволів у суб'єктів, які надають інформаційні послуги.

Виходячи з наведеного, *інформація як об'єкт господарського обороту – це відомості та/або дані, які містяться на матеріальних та/або віртуальних носіях та передаються суб'єктами в процесі здійснення господарської діяльності.*

Для того, аби інформація виступала повноцінним об'єктом відносин у сфері надання інформаційних послуг, вона має набувати певної форми. Так, Закон України «Про національну програму інформатизації» закріплює поняття інформаційної послуги як дії суб'єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами [19]. Термінологічно поняття «інформаційний продукт» в системі законодавства України визначено занадто стисло і неповно. У Законі України «Про Національну програму інформатизації» під інформаційним продуктом (продукцією) розуміється документована інформація, яка підготовлена і призначена для задоволення потреб користувачів [19]. Наказом Державного комітету зв'язку та інформатизації № 97 від 06.06.2003 встановлено, що інформаційний продукт – цифрові дані, призначені для задоволення інформаційних потреб користувача, у тому числі програмний продукт [20]. Закон України «Про інформацію» містить дещо ширше за попередні визначення, а саме: інформаційна продукція – матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин [15]. Таким чином, у законодавстві України одночасно існують абсолютно протилежні і такі, що не відповідають сучасним потребам правового регулювання, дефініції. Звідси виникає необхідність вдосконалення та оновлення категоріального апарату відносин у сфері інформаційних послуг. В. Брижко визначає інформаційний продукт як результат розумової (інтелектуальної) або техніко-технологічної діяльності в інформаційній сфері, який має завершену для використання організаційно-функціональну форму матеріального втілення (книги, документи, фільми, інформаційні технології, інформаційні ресурси, бази даних, сайти) та призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин [5, с. 7].

Що стосується співвідношення цих двох понять, то існує позиція, відповідно до якої інформаційні продукти та послуги розглядаються як тотожні поняття, що пояснюється специфічними ознаками самого інформаційного продукту. Зокрема, О. Теряник до таких ознак відносить: неможливість зносу та фізичного знищення інформаційного продукту, при цьому можливість його «морального старіння», легке тиражування, одночасне відтворення у кількох процесах. На думку науковця, інформаційні послуги не мають поки свого чіткого статусу у сфері послуг через неможливість розмежувати та виділити інформаційну послугу в чистому виді, оскільки інформаційний продукт

є матеріально-речовою формою інформаційної послуги, і у споживачів отримання інформаційної послуги найчастіше асоціюється з придбанням інформаційного продукту [9, с. 67]. Однак із такою позицією погодитись важко, оскільки інформаційна послуга і продукція – це якісно різні за своєю природою поняття. Перша передбачає різного роду діяльність, об'єктом якої виступає інформація, у свою чергу інформаційний продукт у широкому значенні являє собою об'єкт, який містить інформацію.

На нашу думку, у сфері комерційних господарсько-договірних відносин інформаційний продукт можна визначити як *об'єктивно відображену на будь-яких носіях інформацію, яка формується та передається в процесі надання інформаційної послуги за запитом та з метою задоволення інформаційних потреб споживача.*

Визначення поняття інформаційної послуги є дещо складнішим. Відомий американський вчений-економіст Ф. Махлуп розглядав поняття інформаційних послуг у широкому значенні, розуміючи під цим терміном виробництво знань, яке полягає в будь-якій діяльності людини, спрямованій на створення, зміну або підтвердження у власному або чужому розумі осмисленого розуміння або визнання певних фактів [21, с. 59]. Звичайно, таке окреслення інформаційних послуг є занадто широким для правового регулювання суспільних відносин і має скоріше значення у філософському аспекті цього питання, аніж у теоретико-практичному.

Варто зазначити, що послуга як самостійна категорія вивчається дотепер, однак більшість науковців визначають її як певну дію або діяльність, результат якої споживається в процесі виконання. На думку Н. Федосенка, під час надання послуг продається не сам результат, а діяльність, яка до нього привела. При цьому результат у такому разі має нематеріальний характер, а сама послуга виступає об'єктом зобов'язальних відносин [22, с. 28].

Як зазначила В. Мілаш, послуги можуть бути поєднані зі створенням матеріального компонента (наприклад, виготовлення рекламних щитів за договором про надання рекламних послуг або виготовлення пломби за договором про надання медичних послуг), який, проте, не являє собою самостійну цінність, а є складником послуги [23, с. 75]. Таке твердження видається справедливим, особливо в контексті питання сутності інформаційних послуг. Так, хоча інформація як об'єкт інформаційних послуг і виступає певним об'єктивно відображеним результатом

надання вказаної послуги (інформаційним продуктом), однак вона не має самостійного значення і розглядається як невідривний від інформаційної діяльності виконавця елемент.

Логічно припустити, що поняття інформаційної послуги має бути синтезом змісту таких категорій, як «послуга» та «інформація», враховуючи при цьому всі особливості регулювання означених правовідносин. Л. Саннікова визначає інформаційні послуги як зміну стану інформації, яка полягає у зборі відомостей, їх обробці (систематизації, аналізі і т. д.), а також передачі їх замовнику [11, с. 45]. Ю. Бурило під інформаційними послугами розуміє надання споживачеві певного контенту [4, с. 37]. Однак такі дефініції не є повними, адже вони не охоплюють цілий комплекс послуг, які надаються сучасними підприємствами. Так, наприклад, інформаційні послуги, які надаються інтернет-провайдером, пошуковими електронними системами (Google, Яндекс, Ukr.net), інформаційними базами (Ліга:Закон, Прецедент) і т. д. не забезпечують споживачів інформаційними продуктами, а лише надають доступ до них. Цікавою є позиція П. Лютикової, яка під поняттям «інформаційна послуга» розуміє корисний ефект від здійснення виконавцем на замовлення замовника певних дій, а саме пошуку інформації, обробки її таким чином, щоб зробити останню доступною для розуміння замовника [6, с. 93]. Однак із таким твердженням важко погодитись, оскільки корисний ефект є однією з ознак інформаційної послуги, але аж ніяк не її сутністю. Крім цього, зміст деяких інформаційних послуг виходить за рамки пошуку та обробки інформації для замовника, передбачаючи можливість створення, систематизації, аналізу, поширення, надання доступу до таких об'єктів.

Висновки

З огляду на вищевказане, інформаційна послуга є специфічним об'єктом господарських відносин. До її основних ознак можна віднести такі: оплатність, корисний ефект, нерозривний зв'язок з інформацією (інформаційним продуктом), наявність мети – задоволення інформаційних потреб споживачів, сутність якої полягає у забезпеченні споживачів інформаційними продуктами (інформацією), що передбачає виконання широкого спектру за своїм характером дій виконавця (надавача послуг).

Проведене дослідження дає змогу визначити *інформаційну послугу у сфері господарювання як діяльність учасників господарських відносин зі створення, обробки, аналізу,*

зберігання, розповсюдження, передачі або забезпечення доступу до інформаційного продукту (інформації) з метою задоволення інформаційних потреб споживачів.

На нашу думку, з метою адекватного регулювання інформаційних відносин у сфері господарювання запропоновану дефініцію доцільно внести в ГК України, виділивши, таким чином, окремий вид господарських договорів із надання інформаційних послуг.

Зважаючи на стрімку актуалізацію та попит на інформаційні послуги у сфері господарських правовідносин, а також з метою створення ефективного правового механізму їх регулювання вважаємо за необхідне подальше дослідження окресленої проблеми.

Список використаної літератури:

1. Кохановська О. Інформація у договірних відносинах. *Право України*. 2012. № 9. С. 85–94.
2. Цимбалюк В. Інформація як об'єкт культурного усвідомлення та пізнання в суспільних відносинах. *Правова інформатика*. 2004. № 2. С. 22–27.
3. Гоголь Б. Співвідношення права на інформацію та виключних прав автора. *Юридична наука*. 2011. № 4–5. С. 44–47.
4. Бурило Ю. Види господарських інформаційних відносин. *Інформація і право*. 2013. № 1 (7). С. 35–44.
5. Брижко В. Інформаційний продукт як об'єкт права власності. *Інформація і право*. 2017. № 4 (23). С. 5–15.
6. Лютикова П. Поняття та види договорів на надання інформаційних послуг. *Право України*. 2008. № 7. С. 91–94.
7. Исманжанов А. Правовое значение категории «информационный продукт» в современном информационном законодательстве. *Актуальные проблемы экономики и права*. 2008. № 1. С. 158–164.
8. Коновалова С. Проблеми формування ринку інформації в Україні. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2014. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3473> (дата звернення: 05.07.2019).
9. Теряник О. Особливості формування та дослідження регіонального ринку інформаційних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. С. 66–69.
10. Дригайло С. Бібліотечно-інформаційні продукти і послуги для користувачів наукових бібліотек. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2010. № 4. С. 79–86.
11. Саннікова Л. Услуги в гражданском праве России : монография. Москва : Волтерс Клувер, 2006. 160 с.
12. Загальна декларація прав людини : прийнята і проголошена резолюцією 217 А (III) Генеральної Асамблеї ООН від 10 грудня 1948 р. // *База даних «Законодавство України»*. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення: 04.05.2019).

13. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права : ратифіковано Указом Президії Верховної Ради Української РСР № 2148-VIII (2148-08) від 19.10.1973 // *База даних «Законодавство України»*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043 (дата звернення: 04.05.2019).

14. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР / *Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.

15. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XII / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 04.05.2019).

16. Платон : сочинення : в 6 т. / перевод с древнегреч. А. Лосева. Москва : «Мысль», 1968. Т. 3.

17. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144.

18. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 120.

19. Про національну програму інформатизації : Закон України від 4 лютого 1998 р. № 74/98-ВР /

Верховна Рада України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр> (дата звернення: 04.05.2019).

20. Про затвердження Методики визначення належності бюджетних програм до сфери інформатизації : наказ Державного комітету зв'язку та інформатизації від 6 червня 2003 р. № 97. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0512-03> (дата звернення: 12.05.2019).

21. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / пер. с англ. И. И. Дьюмулена и др. Москва: Прогресс, 1966. 461 с.

22. Федосенко Н. До питання про місце договору з надання послуг у ході виконання маркетингових досліджень у системі цивільно-правових договорів. *Підприємництво, господарство і право*. 2005. № 5. С. 27–29.

23. Мілаш В. До питання про об'єкт договору про надання послуг. *Вісник господарського судочинства*. 2008. № 4. С. 74-79.

24. Сидтикова Л. Современное состояние и нормативно-правовое регулирование отношений в сфере оказания информационных услуг. *Научно-практическое и информационное издание «Гражданское право»*. 2009. № 3. С. 42-51.

The article is devoted to the study of a wide range of issues related to the provision of information services in the field of business. In the context of an active process of becoming an information society, information becomes extremely important in entrepreneurial activity. The information services market in Ukraine is expanding at a rapid pace and is becoming a significant segment of the country's economy. The high level of information products sales occurs mainly at the expense of enterprises and institutions wishing to produce competitive products, increase their profits and occupy a leading position in a certain segment of production. That is why information becomes essential in entrepreneurial activity, acting as an independent object of business turnover and an important prerequisite for successful business management by business entities. The Economic Code of Ukraine defines the peculiarities of the legal regulation of certain types of services, but does not contain a general definition of information services as objects of economic relations, does not establish the general principles of their economic and contractual regulation, which led to the study of these issues. The author has analyzed the etymology of the concept of information in general and legal sense, revealed the concept of information as an object of economic turnover and identified its main features. In addition, the article analyzes and summarizes the achievements of scientists in the context of defining the concept of information product, information service, and highlights their main features. The information product and information service are compared on the basis of their essential features and the proper definition of the specified legal categories is offered. Special attention is paid to the analysis of the current legislation of Ukraine and the latest scientific developments in the field of information services, as well as proposals for amendments to the Civil Code of Ukraine are formulated.

Key words: information, data, information market, product, service, information needs, information product, information service.