

Інформація за іншими предметними напрямками досліджень за спеціалізаціями в галузі знань 08 – “Право”

УДК 346.544.4:004

ЖОРНЯК А.В., аспірантка кафедри господарського права
Національного юридичного університету ім. Ярослава Мудрого.

**ПРО ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ
У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Анотація. В останні роки в Україні спостерігається тенденція до збільшення частки ринку інформаційних послуг в економіці країни. Це пов'язано не тільки зі збільшенням об'єму наданих інформаційних послуг (кількісний показник), але й з появою нових видів таких послуг (якісний показник). Розвиток інформаційного суспільства, впровадження інформаційних технологій в усі сфери діяльності суб'єктів господарювання вимагає від законодавця адекватного правового регулювання окреслених відносин з метою ефективного захисту прав та інтересів кожного учасника ринку інформаційних послуг. Зважаючи на зазначене, логічно-структурне впорядкування (класифікація) інформаційних відносин має важливе значення в процесі їх законодавчої та доктринальної регламентації. Автором проаналізовано наявні у правовій науці підходи до диференціації інформаційних послуг та запропонована власна класифікація окресленої сфери послуг.

Ключові слова: види інформаційних послуг, класифікація, господарські відносини, інформація, суб'єкт господарювання, детермінуюча ознака.

Summary. In recent years, there has been a tendency in Ukraine to increase the market share of information services in the country's economy. This is due not only to the increase in the volume of information services provided (quantitative indicator), but also to the emergence of new types of such services (qualitative indicator). The rapid development of the information society, the introduction of information technology in all spheres of activity of business entities requires the legislator to adequately regulate the outlined relations in order to effectively protect the rights and interests of each participant in the information services market. In view of the above, logical and structural organization (classification) of information relations is important in the process of their legislative and doctrinal regulation. The author analyzes the approaches to the differentiation of information services available in legal science and proposes her own classification of the defined sphere of services.

Keywords: types of information services, classification, economic relations, information, entity, determinant.

Аннотация. В последние годы в Украине наблюдается тенденция к увеличению доли рынка информационных услуг в экономике страны. Это связано не только с увеличением объема предоставляемых информационных услуг (количественный показатель), но и с появлением новых видов таких услуг (качественный показатель). Развитие информационного общества, внедрение информационных технологий во все сферы деятельности субъектов хозяйствования требует от законодателя адекватного правового регулирования указанных отношений с целью эффективной защиты прав и интересов каждого участника рынка информационных услуг. Таким образом, логически-структурное упорядочение (классификация) информационных отношений в части предоставления услуг имеет важное значение в процессе их законодательного и доктринального регулирования. Автором проанализированы имеющиеся в правовой науке подходы к дифференциации информационных услуг, а так же предложена собственная классификация данной сферы услуг.

Ключевые слова: виды информационных услуг, классификация, хозяйственные отношения, информация, субъект хозяйствования, детерминирующий признак.

Постановка проблеми. На сьогодні в законодавстві України та правовій науці не існує єдиної класифікації інформаційних послуг, яка б могла структурувати суспільні відносини в цій сфері, а також регламентувати діяльність суб'єктів господарювання в межах окресленої проблематики. Справедливо зазначити, що відносини у сфері надання інформаційних послуг є багатограними та динамічними, що обумовлює існування багатьох критеріїв та ознак для класифікації. Крім цього, на доктринальному рівні спостерігається множинність підходів до зазначеного питання, на підставі чого виникає потреба в їх аналітичному осмисленні та узагальненні. Зростання актуальності вказаної теми обумовило підвищення інтересу до вивчення інформаційних послуг у різних галузях науки.

Результати аналізу наукових публікацій. Окремі види інформаційних послуг досліджувалися такими вченими-юристами, як Ю.П. Бурило [1], В.С. Мілаш [2], Р.В. Ваксман [3], В.М. Брижко [4], А.С. Пешковою [5], Л.В. Санніковою [6], Л.Б. Ситдиковою [7], В.М. Когут [8]. Значний вклад у вирішення питання класифікації інформаційних послуг здійснили вчені-економісти С.Ю. Демін [9], С.Д. Подпругін, В.Л. Тамбовцев [10]. Водночас в юридичній науці на сьогодні не вироблено єдиного підходу до класифікації інформаційних послуг, не достатньо вивчені їх окремі види, що загалом негативно впливає й суттєво віддаляє створення законодавцем ефективного механізму правового регулювання відносин у сфері надання інформаційних послуг.

Метою статті є оцінка аналізу відносин, які виникають у процесі надання інформаційних послуг, їх упорядкування та логічне структурування (класифікація) для створення належних умов щодо здійснення подальшого теоретичного дослідження та правового регулювання.

Виклад основних положень. В умовах стрімкого поширення глобалізаційних процесів одним із пріоритетних напрямків для України є розвиток інформаційного суспільства, цифровізація економіки та впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери життєдіяльності населення, суб'єктів господарювання, особи та держави.

Досвід багатьох держав свідчить, що інформаційні технології стали рушійною силою в розвитку соціально-економічного сектору, прискорили перехід до постіндустріального типу економіки, а також розширили сферу послуг та нематеріального виробництва економічних благ.

На сьогодні інформаційні послуги, як важливий елемент інформаційної економіки та сектор ринку послуг, що постійно зростає, потребують адекватного правового регулювання та системного упорядкування. Одним із способів організації такої складної системи суспільних відносин є класифікація, під якою розуміють підпорядкованість понять певній ознаці та встановлення взаємозв'язків між ними.

Дослідження питання видів інформаційних послуг у сфері господарювання доречно розпочати з аналізу чинної статистичної класифікації видів економічної діяльності в окреслених правовідносинах.

У Наказі Держспоживстандарту від 11.10.10 р. № 457, яким затверджено Національний класифікатор України, зокрема у розділі "Інформація та телекомунікації", серед інших виокремлюється такий вид економічної діяльності як надання інформаційних послуг, з диференціацією на підвиди, а саме: оброблення даних, розміщення інформації на вебвузлах і пов'язана з ними діяльність, веб-портали, діяльність інформаційних агентств, надання інших інформаційних послуг [11].

Оскільки інформаційна послуга як теоретико-правова категорія є поняттям більш широким, вона може охоплювати наступні види економічної діяльності: діяльність у

сфері права, діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту; консультування з питань оподаткування, консультування з питань керування, рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку, надання послуг перекладу, діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність, освіта, охорона здоров'я. Характер діяльності суб'єктів господарювання в окреслених сферах, як правило, полягає у створенні, обробці та наданні певного обсягу інформації замовнику, а тому може розглядатися як різновид інформаційних послуг.

Така легальна статистична диференціація, на жаль, не в повному обсязі окреслює інформаційні послуги, як окремий вид інформаційної економічної діяльності, який, фактично, вже встиг сформуватися, а тому не відповідає потребам сучасного ринку інформаційних послуг і надалі потребує розширення та удосконалення.

Як зазначає В.С. Мілаш, видоутворювальною ознакою інформаційних послуг є сама інформація, яка одночасно є і об'єктом впливу виконавця послуг, дії якого спрямовані на зміну її стану, і результатом їх надання, який отримує матеріальне втілення у планах, звітах, пропозиціях тощо [2, с. 72].

Дійсно, в умовах активного виробництва та використання інформаційних продуктів у процесі господарської діяльності, інформація набуває домінуючого та визначального значення. Тому необхідним є врахування її правової природи та юридичних властивостей які можуть впливати на регулювання окреслених відносин. У цьому контексті цікавим питанням є правовий режим інформації, як об'єкта відносин у сфері надання інформаційних послуг. Так А. Дідук зазначає, що "під правовим режимом інформації, конфіденційної інформації (комерційної таємниці та ноу-хау) слід розуміти "врахування" законодавцем природних властивостей та ознак, які їм притаманні" [12]. Насправді ж у законодавстві України вказаного терміна не існує, а Закон України "Про інформацію" оперує поняттям "режим доступу" на підставі якого виділяє відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом, де остання в господарському обігу виступає як конфіденційна інформація (комерційна таємниця) [13].

Особливість режиму доступу до вказаної конфіденційної інформації полягає в її комерційній цінності, не загальновідомості, обмеженні доступу до неї третіх осіб, що тягне за собою певні правові наслідки та обумовлює різні правові режими інформації.

З огляду на викладене, на нашу думку, інформаційні послуги можна розрізнити в залежності від режиму доступу до інформації, яка становить інформаційний продукт у конкретних відносинах, а саме: *інформаційні послуги, які містять лише відкриту інформацію та інформаційні послуги, які містять у собі інформацію з обмеженим доступом.*

Важко не погодитись з вченими, які визначають інформаційну послугу, як об'єкт та інституційний елемент інформаційного ринку. Зважаючи на те, що в економічній науці існують розробки з поділу інформаційного ринку на сектори, логічно припустити, що така обставина може виступити детермінуючою ознакою при класифікації інформаційних послуг.

Так В.Л. Тамбовцев запропонував п'ять макросекторів інформаційного ринку:

- науково-технічна продукція; об'єднує проектні розробки з подальшим розподілом у галузевому розрізі, технологічні, у тому числі методичного характеру, з аналогічним розподілом, власне наукові розробки, що слугують своєрідним "напівфабрикатом" для попередніх груп інформаційних продуктів, з аналогічним галузевим розподілом;

- об'єкти художньої культури; до них належать текстова (книжково-журнальна), візуальна (кіно, відео, театральна-видовищна, живописна) та аудіопродукція;

- управлінські дані й повідомлення; у даний сектор включено: політичну й господарську інформацію, статистичні дані, дані про ринкову ситуацію, рекламні повідомлення, оцінки і рекомендації прийняття рішень (ділові консультації);

- побутова інформація; об'єднує повідомлення загальноорієнтаційного характеру, відомості про споживчий ринок і відомості про ринок праці;

- послуги освіти; включають дошкільне, шкільне, позашкільне, післяшкільне, середнє спеціальне і післявузівське (перепідготовка і підвищення кваліфікації) навчання [10].

На підставі вищенаведеного, на нашу думку, доцільно розрізняти інформаційні послуги в залежності від сектору інформаційного ринку, в межах якого вони надаються.

Крім цього, на сьогодні, на теоретичному рівні існують різні підходи щодо віднесення тих чи інших видів діяльності, пов'язаних з інформацією, до інформаційних послуг, особливо це стосується передачі (транслявання) інформації. Так, на думку Л. Ситдикової, послуги зв'язку не можна відносити до інформаційних послуг, так як відсутня її функціональна ознака – інформаційний запит, а послуги зв'язку є лише засобом передачі інформації [7, с. 42].

Дослідник Ю.П. Бурило за об'єктом впливу виділяє інформаційні та інформаційно-інфраструктурні послуги. Якщо для інформаційних робіт і послуг таким об'єктом є змістовна інформація – “контент”, то для інформаційно-інфраструктурних – елементи інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури. У зв'язку з цим відрізняються між собою інформаційні і телекомунікаційні послуги. Тоді як інформаційні послуги, як правило, передбачають надання споживачеві певного контенту, телекомунікаційні послуги як різновид інформаційно-інфраструктурних послуг насамперед забезпечують доступ до телекомунікаційної мережі (інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури) [1, с. 38].

На думку Пешкової А.С., при забезпеченні телефонного зв'язку оператор не надає власне інформаційних послуг, оскільки при цьому він не надає інформацію [5, с. 57].

Отже, як бачимо, *не всі послуги, які належать до інформаційної сфери є інформаційними*. На нашу думку, детермінуючою ознакою в даному випадку слід вважати інформацію (інформаційний продукт), яка постає безпосереднім об'єктом впливу в процесі надання інформаційної послуги. Враховуючи стрімкий розвиток інформаційних технологій, а також з метою уникнення підміни понять, було б доречно, поряд з інформаційними послугами, виокремити *послуги, що надаються у межах інформаційної сфери*. До останніх можна віднести широке коло послуг у сфері зв'язку, телекомунікацій, послуг доступу до мережі Інтернет, хостингу, поштового зв'язку та інші. Такі послуги безпосередньо не стосуються інформаційного продукту, мають “обслуговуючий” характер та є допоміжними і часто передують самим інформаційним послугам. Так, наприклад, самі по собі провайдерські послуги, які полягають у наданні доступу споживачам до мережі Інтернет, не пов'язані з інформаційними продуктами, однак вони створюють необхідну передумову для отримання електронних інформаційних послуг.

Інформаційна послуга, як правило, становить собою послідовний процес із забезпечення споживачів інформаційними продуктами, який вимагає від виконавця вчинення ряду пов'язаних між собою дій. Так, наприклад, О. Тур визначає консультаційну послугу, як інтелектуальну діяльність неуречевленого характеру, яка здійснена професійним консультантом на оплатній чи безоплатній основі, в процесі якої консультант надає замовнику інформацію у вигляді порад, рекомендацій, висновків із питань, визначених замовником у різноманітних сферах діяльності в матеріалізованій

формі, доступній для об'єктивного сприйняття [14, с. 16]. Із зазначеного випливає, що консультаційна послуга, як різновид інформаційної, може передбачати спочатку пошук, збір, аналіз, обробку, і як результат цього процесу – передачу інформаційного продукту споживачеві в зрозумілій для нього формі.

Інформаційно-аналітична правова система “Ліга:Закон” також передбачає надання інформаційних послуг шляхом відкриття доступу до свого інформаційного ресурсу, у межах якого споживачі самі здійснюють пошук інформації в залежності від їхніх інформаційних потреб.

Ще більш різноманітними з точки зору інформаційних процесів є інформаційні послуги у сфері рекламної діяльності. Так, на думку Т. Партин, рекламна діяльність – діяльність суб'єктів господарювання, пов'язана з визначенням потреби створення й розміщення реклами задля досягнення стратегічних і поточних завдань їхнього розвитку. Рекламна діяльність охоплює сукупність процесів дослідження ринку збуту й визначення потреби в рекламі, дослідження ринку рекламних засобів та рекламної аудиторії, формування стратегії та програми рекламної діяльності, створення рекламного продукту, його публікації чи показу в засобах масової інформації, дослідження ефективності здійснення рекламних акцій та рекламної діяльності загалом [15].

Б. Обритько вважає, що рекламна діяльність є комплексом організаційних і технічних рекламних заходів, спрямованих на створення і підтримку необхідного рівня продажу продукції, швидке реагування на зміну ринкової кон'юнктури, прийняття необхідних заходів для нейтралізації діяльності конкурентів, забезпечення позитивного іміджу фірми і її торгової марки [16, с. 12-13].

На думку Р. Ваксман, “рекламна діяльність є невід'ємною складовою функціонування будь-якого товарного ринку, самостійним видом комерційної господарської діяльності (підприємницької), яка здійснюється на конкурентних засадах та полягає у проектуванні, виготовленні та розміщенні замовленого або наданого контрагентом рекламного продукту й розповсюдженні з метою впливу на реципієнтів-споживачів задля активізації збуту відповідних товарів та послуг, а також інформування їх щодо суспільно значущих фактів та подій” [3, с. 18].

Як бачимо, інформаційні послуги становлять собою множинність процесів, що ускладнює класифікацію інформаційних послуг за функціональною ознакою, і, відповідно, виокремлення конкретної детермінуючої дії інформаційного процесу.

З цього приводу можна погодитися з думкою Л.В. Саннікової про те, що така дія, як передача інформації споживачеві є завершальним етапом інформаційної послуги [6, с. 102]. Тобто їй передують одна або декілька дій, спрямованих на забезпечення споживача необхідною інформацією, а сама по собі передача інформаційного продукту споживачеві не є видоутворювальною ознакою. Таким чином, *за характером ключової дії*, що здійснює виконавець, доречно виокремити інформаційні послуги: зі збору (включає пошук та передачу), обробки та аналізу (інформація надається самим споживачем, однак потребує опрацювання та передачі виконавцем), надання доступу (споживач отримує можливість самостійно здійснювати пошук у відповідних інформаційних базах, платформах і т.д.). Такий поділ є досить умовним, оскільки будь-яка інформаційна послуга включає в себе декілька процесів, що взаємопов'язані між собою.

Вартими уваги є дослідження у цій сфері економістів С.Ю. Деміна та С.Д. Подпругіна. Науковці класифікують інформаційні послуги за видами потреб, що задовольняються, на наступні: послуги зі збору інформації (консалтингові послуги),

послуги з пошуку інформації (пошукові системи в мережі Інтернет), послуги з передачі інформації (телекомунікаційні мережі) послуги з обробки інформації (проектні послуги), послуги зі зберігання інформації (запис інформації на різних носіях, у тому числі оптичних), послуги з надання інформації (послуги віддалених баз даних), послуги з поширення інформації (рекламна діяльність).

Крім цього, дослідники диференціюють інформаційні послуги за формою їх надання і виділяють: інформаційні послуги, які потребують участі споживача та інформаційні послуги, які не потребують участі споживача. [9, с. 54] Проте учені не уточнюють форми та змісту такої участі споживача в інформаційній послугі. Звідси виникає питання чи може інформаційний запит споживача вважатися участю в наданні послуги? Чи передбачає така участь вчинення певних дій з боку споживача в процесі надання йому інформаційної послуги? На нашу думку, вказана класифікація є спірною, оскільки будь-яка інформаційна послуга здійснюється за запитом і з метою задоволення інформаційних потреб споживача, що тягне за собою необхідність його безпосередньої участі хоча б на початковому етапі. Тобто, фактично, споживач виступає ініціатором та обов'язковим учасником процесу надання будь-якої інформаційної послуги.

Окремої уваги, на нашу думку, заслуговує диференціація інформаційних послуг *залежно від засобів комунікації*, що використовуються в процесі їх надання споживачу. Так у контексті вказаної ознаки можна виділити інформаційні послуги які надаються за допомогою телефонного, поштового, факсового зв'язку, особистого звернення, електронних мереж.

Розвиток інформаційних технологій надав можливість обміну інформацією між суб'єктами у віртуальному просторі в режимі он-лайн. Зважаючи на стрімку "діджиталізацію" всіх галузей суспільного виробництва, поділ інформаційних послуг залежно від способу їх надання є цілком виправданим. Більше того, впродовж останніх років у законодавстві та науці все частіше зустрічається поняття електронної інформаційної послуги.

Так В.М. Когут визначає електронну послугу як будь-яку надану інформаційну або іншу послугу, яка виникає в процесі інформаційної діяльності за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій та охоплює усі сфери діяльності, а також є одним з результатів діяльності державних службовців і обов'язково пов'язана з системою електронного уряду. [8]

Закон України "Про електронну комерцію" від 03.09.15 р. визначає інформаційні електронні послуги як платні або безоплатні послуги щодо оброблення та зберігання інформації, що надаються дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем за індивідуальним запитом їх одержувача [17].

Зазначене дає нам підставу для виділення за способом передачі інформації підвиду інформаційних послуг, а саме: інформаційних *електронних послуг*, які надаються із залученням засобів інформаційних технологій, наприклад, за допомогою мережі Інтернет або інших інформаційно-телекомунікаційних інструментів.

У дослідженні відносин в сфері інформаційних послуг, окремої уваги заслуговує "Порядок надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи "Електронний Уряд", затверджений Наказом Державного комітету зв'язку та інформатизації України від 15.08.03 р. № 149, який визначає процедуру надання органами виконавчої влади інформаційних та інших послуг громадянам і юридичним особам з використанням електронної інформаційної системи "Електронний Уряд". Зокрема, розрізняються чотири види електронного надання інформаційної послуги:

- інформування (надання безпосередньо інформації про державні (адміністративні) послуги);
- одностороння взаємодія (забезпечена можливість користувачу отримати електронну форму документа);
- двостороння взаємодія (забезпечена можливість обробки електронної форми документа, включаючи ідентифікацію);
- проведення трансакцій (електронна реалізація можливостей прийняття рішень та їх доставка).

Наразі Кабінет Міністрів України надає громадянам та бізнесу 119 електронних послуг. Серед тих послуг, які вже доступні он-лайн, є:

- послуги у соціальній сфері: оформлення допомоги при народженні дитини, житлової субсидії, низка послуг Пенсійного фонду України;
- послуги для бізнесу: реєстрація бізнесу, оформлення ліцензій та дозволів, отримання виписок і довідок он-лайн;
- послуги у будівельній сфері, завдяки чому вже 80 % будівництва в Україні можна починати та вводити в експлуатацію он-лайн (стосується класу СС1). У цій сфері введено першу повністю автоматичну електронну послугу, без жодного контакту з чиновниками – початок будівельних робіт для класу СС1;
- послуги у сфері безпеки та суду, завдяки яким можна он-лайн отримати довідки про несудимість, відсутність корупційних правопорушень, подати заяву до суду;
- послуги для автовласників: зокрема, електронний кабінет водія – зручний онлайн-інструмент, який дозволяє кожному автовласнику отримувати інформацію про свій транспортний засіб, водійські посвідчення, штрафи, записуватися в е-чергу для візитів до сервісних центрів МВС тощо;
- послуги у транспортній сфері: зокрема, електронний кабінет перевізника, який дозволяє автоперевізникам оформити, розширити, звузити, анулювати ліцензії на перевезення пасажирів та вантажів, а також – зручно та оперативно вносити зміни до відомостей про свої підприємства [18].

Наведені різновиди інформаційних послуг надаються у процесі позадоговірних відносин та у межах адміністративних повноважень органів державної влади та місцевого самоврядування.

У зв'язку зі стрімким поширенням використання інформаційних технологій як одного із основних засобів комунікації між суб'єктами, відбувається прямо пропорційне збільшення обсягів і кількості електронних інформаційних послуг, серед яких виникають якісно нові послуги, а також вже наявні інформаційні послуги трансформуються в електронні інформаційні послуги. Звідси, на нашу думку, виникає підміна двох різних понять, які несуть у собі різне значення. Так серед електронних інформаційних послуг необхідно вирізнити ті, які за своєю природою можуть надаватися *лише із використанням засобів телекомунікаційного зв'язку, а значення "електронні" є їх якісною характеристикою, поза межами якої вони існувати не можуть, наприклад* телемедицина, послуги з програмування, створення вебсайту, SMM – маркетинг у соціальних мережах і т.д.

Іншу групу інформаційних електронних послуг становлять ті послуги, у процесі надання яких електронний зв'язок використовується як один із способів передачі інформації, з метою швидкості, зручності, виключення корупційного чинника, економії матеріальних ресурсів і т.д. Такі інформаційні послуги надаються в умовах безпосередньої комунікації суб'єктів без використання телекомунікаційних технологій, однак у зв'язку зі стрімким поширенням і здатністю спрощення певних процесів

останніх, трансформуються в електронні інформаційні послуги. У цьому випадку така характеристика як “електронні” інформаційні послуги вказує на спосіб передачі інформації.

На сьогоднішній день особливої актуальності у рамках договірних господарсько-виробничих відносин набирають послуги електронного банкінгу, електронного маркетингу, дистанційні освітні послуги, послуги зі створення вебсайту і т.д., тому вказана диференціація інформаційних послуг у сучасних умовах є необхідною та виправданою.

Зважаючи на те, що предметом дослідження цієї статті є класифікація інформаційних послуг у сфері господарювання, це потребує врахування особливостей господарських правовідносин. Йдеться, зокрема, про специфічний суб'єктний склад, який чітко окреслений у законодавстві.

Так у Господарському кодексі України зазначається, що учасниками відносин у сфері господарювання, серед інших, є суб'єкти господарювання. Договірна форма інформаційних послуг у сфері господарювання може виникати лише в межах господарсько-виробничих відносин, тобто таких, що виникають між суб'єктами господарювання при безпосередньому здійсненні господарської діяльності. З цього випливає, що лише суб'єкти господарювання можуть виступати сторонами в процесі надання інформаційних послуг в окресленій галузі правовідносин.

Слід зазначити, що питанню суб'єктного складу відносин у сфері надання інформаційних послуг у правовій науці приділялося замало уваги. Більшість вчених, спираючись на загальні положення про надання послуг, традиційно виділяють двох суб'єктів: замовник (споживач) з одного боку, та виконавець (послугонадавач) – з іншого. Однак, аналізуючи сучасний ринок інформаційних послуг, можна стверджувати про наявність ще одного суб'єкта окреслених відносин – інформаційного посередника. Особливої актуальності набуло це питання у сфері електронної комерції, оскільки на сьогодні національні ринки послуг вже не можуть функціонувати повноцінно без залучення інструментів електронної комунікації (Інтернет-технології, електронні платіжні системи, електронний документообіг).

Так В.В. Рєзнікова відносить комерційних посередників до інфраструктури товарного ринку і визначає зміст їх діяльності як здійснення будь-яких правомірних дій юридичного та/або фактичного характеру в інтересах та за рахунок іншого суб'єкта господарювання (замовника) [19, с. 298].

Необхідність інформаційного посередництва викликана, з одного боку, потребою ефективної реалізації послуг на ринку товарів. Так посередник, використовуючи свої професійні зв'язки, ділову репутацію, досвід може більш економічно вигідно для виробника послуг здійснити їх збут, аніж він здійснював це самостійно. З іншого боку, цифровізація ринку послуг та поширення електронної комерції обумовлює інформаційне посередництво для створення фактичних умов надання інформаційних послуг.

Зокрема, А.В. Чучковська метою інформаційного посередництва у сфері електронної комерції визначає забезпечення процесу обміну електронними документами, зберігання їх чи надання інших послуги щодо цих документів [20, с. 10].

Таким чином, у структурі ринку інформаційних послуг серед суб'єктів можемо виділити інформаційного посередника, як одну зі сторін окреслених відносин, що сприяє створенню передумов та ефективному збуту послуг.

Вищезазначене дає нам право виокремити вид інформаційних послуг у сфері господарювання *в залежності від суб'єктного складу* – інформаційна послуга за участю

інформаційного посередника (посередників) та без такої участі. Вказана класифікація дозволяє розширити та деталізувати правовий статус суб'єктів відносин у сфері надання інформаційних послуг, а також удосконалити їх правове регулювання.

Висновки.

Аналіз господарського законодавства України та наявних наукових підходів до окресленої проблематики дозволив виокремити інформаційні послуги, з-поміж послуг у сфері інформаційних відносин, а також класифікувати їх за режимом доступу до інформації, суб'єктивним складом та характером ключової дії виконавця, що дозволить забезпечити якісний механізм правового регулювання договірних відносин у сфері надання інформаційних послуг, з урахуванням їх особливостей.

Подальші наукові дослідження з окресленої тематики передбачають детальне дослідження правового статусу суб'єктного складу та окремих видів інформаційних послуг у сфері господарювання.

Використана література

1. Бурило Ю.П. Види господарських інформаційних відносин. *Інформація і право*. № 1(7)/2013. С. 35-44.
2. Мілаш В.С. Правові аспекти моделювання договірних відносин, пов'язаних із проведенням маркетингових досліджень. *Вісник господарського судочинства*. 2013. № 1. С. 72.
3. Ваксман Р.В. Проблеми господарсько-правового забезпечення надання рекламних послуг. *Форум права*. 2015. № 3. С. 16-20.
4. Брижко В.М. Інформаційний продукт як об'єкт права власності. *Інформація і право*. № 4(23)/2017. С. 5-15.
5. Пешкова А.С. До визначення поняття телекомунікаційної послуги. *Юридична Україна*. 2008. № 9. С. 54-58.
6. Санникова Л.В. Услуги в гражданском праве России: монография. Москва: Издательство Волтерс Клувер, 2006. 160 с.
7. Сидтикова Л.Б. Современное состояние и нормативно-правовое регулирование отношений в сфере оказания информационных услуг. *Научно-практическое и информационное издание "Гражданское право"*. 2009. № 3. С. 42-51.
8. Когут В.М. Про використання електронних засобів інформації у вітчизняному та зарубіжному законодавстві. URL: <https://www.science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2017/mau/2466/vnulpurn201581311.pdf> (дата звернення 17.02.2020).
9. Демин С.Ю., Подпругин С.Д. Рынок информационных продуктов и услуг: сущность, эволюция, специфика. Иркутск, 2007. 176 с.
10. Тамбовцев В.Л. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации. Москва: Издательство МГУ, 1993. 127 с.
11. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності 009:2010: Наказ Держспоживстандарту від 11.10.10 р. № 457. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/rada/show/tu/vb457609-10/sp:side:max25> (дата звернення 12.02.2020).
12. Дідук А.Г. Правовий режим інформації, конфіденційної інформації (комерційної таємниці та ноу-хау): проблеми. 2013. URL: <https://www.dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/16424/1.pdf> (дата звернення 05.02.2020).
13. Про інформацію: Закон України від 02.10.92 р. № 2657-ХІІ. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення 14.01.2020).
14. Тур О. Консультаційна послуга як юридична категорія. *Підприємництво, господарство і право*. 2015. № 7. С. 64.
15. Партин Т.І. Рекламна діяльність та її інформаційне забезпечення. URL: <http://www.epa.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33907/1/42227-230.pdf> (дата звернення 15.02.2020).
16. Обрытько Б.А. Рекламный менеджмент: конспект лекций. Киев: МАУП, 2000. 180 с.

17. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.15 р. № 675-VIII. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення 04.02.2020).

18. Порядок надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи “Електронний Уряд”: Наказ Державного комітету зв’язку та інформатизації України від 15.08.03 р. № 149. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1065-03> (дата звернення 12.02.2020).

19. Рєзнікова В.В. Правове регулювання посередництва у сфері господарювання (теоретичні аспекти): монографія. Київ: Видавництво Хмельницького університету управління та права, 2010. 706 с.

20. Чучковська А.В. Правове регулювання електронної комерції в Україні: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 223 с.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~