

УДК 346.54

DOI <https://doi.org/10.32850/LB2414-4207.2020.16.20>

## РИНОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: ПОНЯТТЯ, ОЗНАКИ Й ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

**Водорезова Сусанна Робертівна,**  
молодший науковий співробітник  
(Науково-дослідний інститут правового  
забезпечення інноваційного розвитку  
Національної академії правових наук  
України, м. Харків, Україна)

Стаття присвячена дослідженню загальнотеоретичних проблем щодо особливостей правового регулювання ринку інформаційних послуг. Сьогодні ми не уявляємо свого життя без інформаційних технологій, майже кожна компанія в діяльності застосовує продукти ІТ-компаній чи користується їхніми послугами. В умовах активного процесу становлення інформаційного суспільства інформація набуває дуже великого значення в підприємницькій діяльності. Ринок інформаційних послуг в Україні розширюється швидкими темпами, стає вагомим сегментом економіки країни. У статті визначено поняття, розглянуто сутність ринку інформаційних послуг, розкрито його двоїстий характер. Крім того, аналізуються й узагальнюються напрацювання вчених щодо визначення поняття послуг, інформаційного ринку, інформаційної послуги та виокремлюються її основні ознаки. Визначено ключові ознаки ринку інформаційних послуг, які можна поділити на дві групи: базові – ті ознаки, що притаманні будь-якому ринку, специфічні – ті, які характеризують саме ринок інформаційних послуг. До базових ознак можна зарахувати, наприклад, такі: конкурентний характер; інтеграцію конкуруючих суб'єктів ринку. До специфічних ознак можна зарахувати, наприклад, такі: (а) становить собою взаємоузгоджену систему економічних, правових та організаційних відносин; (б) відносини на цьому ринку виникають між надавачами інформаційних послуг і їх споживачами з приводу формування й реалізації таких послуг; (в) метою створення та забезпечення функціонування ринку інформаційних послуг є задоволення інформаційних потреб споживача; (г) превалювання технологічного складника при створенні й реалізації (продажу) інформаційних послуг на ринку; (д) наявність специфічного об'єкта ринку інформаційних послуг – товари у вигляді інформаційних продуктів і послуг.

Підкреслено, що нині в Україні ринок інформаційних послуг перебуває на етапі становлення. Окрема увага приділяється аналізу чинного законодавства України та останніх наукових розробок у сфері ринку інформаційних послуг. З огляду на це, виникає нагальна необхідність прийняття чітких та однозначних законодавчих приписів, за допомогою яких буде регламентовано діяльність ринку інформаційних послуг.

**Ключові слова:** інформація, інформаційна послуга, інформаційний ринок, інформаційний продукт, інформаційні потреби.

**INFORMATION SERVICES MARKET:  
CONCEPTS, FEATURES AND PECULIARITIES OF LEGAL REGULATION**

**Vodoriezova Susanna Robertivna,**  
Junior Researcher  
(Scientific and Research Institute of  
Providing Legal Framework for the  
Innovative Development of National  
Academy of Law Sciences of Ukraine,  
Kharkiv, Ukraine)

The article is devoted to the research of general theoretical problems concerning the peculiarities of legal regulation of the information services market. Today we can not imagine our lives without information technology, almost every company uses the products of IT companies or uses their services. In the conditions of active process of formation of information society the information acquires very big value in business activity. The market of information services in Ukraine is expanding rapidly and is becoming an important segment of the country's economy. The article defines the concept, considers the essence of the market of information services, and reveals its dual nature. In addition, the author analyzes and summarizes the work of scientists to define the concept of services, information market, information service and highlights its main features. The key features of the information services market are identified, which can be divided into two groups: basic – those features that are inherent in any market and specific – those that characterize the information services market. The basic features include, for example, the following: competitive nature; integration of competing market participants. Specific features include, for example: (a) a mutually agreed system of economic, legal and organizational relations; (b) the relationship in this market arises between information service providers and their consumers regarding the formation and implementation of such services; (c) the purpose of creating and ensuring the functioning of the information services market is to meet the information needs of the consumer; (d) the prevalence of the technological component in the creation and sale (sale) of information services on the market; (e) the presence of a specific object of the market of information services – goods in the form of information products and services.

It is emphasized that the market of information services in Ukraine is currently being formed. Special attention is paid to the analysis of the current legislation of Ukraine and the latest scientific developments in the field of information services market. In view of this, there is an urgent need to adopt clear and unambiguous legislation, which will regulate the market of information services.

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

Інформаційна функція держави в умовах стрімкої цифровізації набуває все більшого значення. З виникненням нових інформаційних технологій сфера інформаційних послуг значно розширилася. Найважливішим джерелом інформації стали бази даних, що містять різноманітну інформацію (наприклад, науково-технічну, торгово-комерційну, бібліографічну, статистичну та професійну). Разом із тим варто зазначити, що інформація є одним із найскладніших суспільних явищ, тому не дивно, що процес її правового регулювання досить складний. В Україні на теперішній час ринок інформаційних послуг практично не врегульований. Законодавчо закріплені лише деякі фрагменти такого ринку. Зокрема, ідеться про визначення таких категорій,

як «інформація», «інформаційна послуга». Водночас такий стан правового регулювання інформаційної сфери не можна вважати задовільним.

Інформаційні послуги, ринок таких послуг та особливості правового регулювання цих відносно нових явищ були предметом дослідження таких науковців, як А.С. Жорняк, І.М. Корабейников, К.Г. Скрипкін, О.А. Теряник, І.О. Ушакова та ін. Проте, з огляду на стрімкий розвиток інформаційних процесів і діджиталізацію всіх сфер суспільного життя, вищевказана тематика потребує подальшого аналізу. Отже, метою статті є надання характеристики ринку інформаційних послуг.

Сучасні економічні умови передбачають своєрідне поєднання діяльності суб'єктів господарювання та інтенсивного функціонування ринку інформаційних технологій. При цьому зазначимо, що ринок інформаційних технологій є одним із позитивних прикладів розвитку конкуренції, оскільки інформаційні технології розвиваються не за рахунок збільшення учасників ринку, а здебільшого за рахунок технологічного розвитку галузі.

Показово, що чинне законодавство України не містить визначення поняття «ринок інформаційних послуг». Однак у ст. 1 Закону України «Про науково-технічну інформацію» закріплено визначення категорії «інформаційний ринок» – це система економічних, організаційних і правових відносин щодо продажу й купівлі інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг [19]. На нашу думку, інформаційний ринок є більш широкою категорією, ніж ринок інформаційних послуг. Фактично ринок інформаційних послуг – складник інформаційного ринку. Разом із тим, регламентуючи поняття інформаційного ринку (як родово), законодавець установлює певні орієнтири для подальшого регулювання й складників такого ринку.

Нині й у наукових колах відсутній однотайний підхід до визначення категорії «ринок інформаційних послуг», його ознак і складників. Так, деякі науковці не надають визначення вищевказаної категорії. Проте вони акцентують увагу на тому, що сучасний інформаційний ринок можна розділити на три взаємодіючих сфери: 1) ринок інформації та інформаційних послуг і продуктів; 2) ринок електронних угод; 3) ринок електронних комунікацій. При цьому кожна із зазначених сфер налічує власні сектори. Наприклад, сфера ринку інформації та інформаційних послуг і продуктів має чотири сектори, серед яких – сектор ділової інформації; сектор інформації для спеціалістів; сектор масової та споживчої інформації; сектор соціально-політичної інформації. Перший сектор – ділової інформації, охоплює: (а) біржову й фінансову інформацію: котирування цінних паперів, валютних курсах, ринку товарів і капіталів, інвестицій, цін, що надаються біржами, спеціальними службами біржової й фінансової інформації, брокерськими компаніями, банками; (б) економічну та соціальну статистичну інформацію, надану у вигляді рядів динаміки, прогнозних моделей та оцінок, підготовлених державними органами, а також компаніями, які займаються дослідженнями, розробками й консалтингом у галузі ринків попиту; (в) комерційну інформацію – у компаніях, фірмах, корпораціях, напрямках їхньої роботи, продукції, цінах, зв'язках, угодах, керівників; (г) ділові новини в галузі економіки й бізнесу, що надаються спеціальними інформаційними службами. На наш погляд, такий поділ інформаційного ринку на сектори є вельми умовним. Разом із цим такий розподіл дає змогу певним чином структурувати ринок, виходячи з тих завдань, які ставлять перед собою користувачі інформаційного ринку.

Зокрема, до завдань інформаційного ринку можна зарахувати вирішення таких завдань: (1) введення в оборот усіх інформаційних ресурсів країни; (2) підвищення якості інформації та послуг; (3) пробудження інтересу до інформації, підвищення культури її споживання; (4) створення інформаційних передумов для успішного

розвитку ринкових відносин у всіх сферах економіки й соціального життя; (5) об'єднання зусиль органів науково-технічної інформації для зміцнення економіки окремих регіонів і для економічної інтеграції країни загалом; (6) створення матеріальної бази для технічного оснащення науково-інформаційної діяльності, забезпечення надійного соціального захисту всіх категорій інформаційних працівників; (7) забезпечення захисту права власності на інформаційну продукцію її виробників [2, с. 51–52].

І.М. Корабейніков визначає ринок інформаційних послуг як еволюціонуючу систему економічних, організаційних, інформаційних, технологічних і правових відносин з приводу формування й реалізації інформаційних послуг, засновану на процесах обміну інформацією та знаннями, пов'язану у своїх трансформаціях із рівнем постіндустріального розвитку економіки й зумовлює модернізацію відносин на інших ринках і прискорення науково-технічного прогресу [5]. Т.А. Макареня зазначає, що ринок інформаційних продуктів і послуг (інформаційний ринок) – система економічних, правових та організаційних відносин з торгівлі продуктами інтелектуальної праці на комерційній основі. При цьому природа обміну, який відбувається на такому ринку, полягає в тому, що предметом ринкових відносин зазвичай є інформаційні ресурси [6].

На думку Ю.М. Арського й Р.С. Гиляревського, інформаційний ринок – це система економічних, правових і соціально-психологічних відносин, що протікають в умовах різноманіття форм власності й конкуренції та виникають у процесі обміну інформаційними продуктами й послугами між творцем (або продавцем) і споживачем у зв'язку із задоволенням інформаційних потреб [1, с. 32]. Н.О. Стебіхова та О.В. Гудкова розглядають ринок інформаційних послуг як структуру, яка пронизує всі сфери економіки та змінює її, наприклад, інтернет-торгівля призвела до зникнення меж між оптовою та роздрібною торгівлею. Це призвело до того, що роздрібні магазини встановлюють ціни, виходячи з вартості товару в Інтернеті, а не з обсягу доходу, який планується. Саме такий підхід є дієвим конкурентним чинником, який дає змогу формувати добросовісну поведінку всіх учасників ринку. Якщо буде надана послуга або товар поганої якості, то через засоби інформаційного майданчика про це дізнаються всі користувачі Інтернет-ресурсу [15, с. 45–47]. Безспірно, в умовах цифровізації економіки та суспільства всі сфери суспільного життя зазнають певних змін і розвиваються вже в новому форматі. При цьому варто погодитися з міркуваннями В.В. Іванової, що роль інформаційного ринку в задоволенні інформаційних потреб споживача зумовлена не тільки тим, що інформація визнана товаром і може бути реалізована на ринку, зокрема, як інформаційний продукт, а й широким використанням при цьому інших об'єктів інформаційного ринку: комп'ютерно-комунікаційного обладнання, інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), відповідного програмного забезпечення. І більшість інформаційних продуктів (комп'ютерно-комунікаційне обладнання, програмне забезпечення, бази даних, інформаційні технології) та послуг є виключно об'єктами інформаційного ринку [4, с. 117].

О.А. Теряник пропонує розглядати ринок інформаційних послуг у двох аспектах: широкому та вузькому. У широкому розумінні ринок інформаційних послуг характеризується як економічний простір, де реалізуються інтереси виробників і споживачів цих послуг; цей простір формується з метою створення й реалізації (продажу) таких послуг на основі технологічної взаємодії, у якій рішення щодо розподілу ресурсів та обсягів виробництва приймаються на основі тарифів, що утворюються в результаті обміну між виробниками, користувачами, працівниками та власниками факторів виробництва. За вузького підходу, ринок інформаційних послуг – це сукупність економічних, організаційних, правових відносин з продажу й купівлі інформаційних продуктів і послуг, які складаються між постачальниками та споживачами [16].

Дещо інакше пропонує визначати ринок інформаційних послуг В.О. Ярковой. На переконання дослідника, такий ринок становить невід'ємну частину єдиного інформаційного поля, об'єктами якого є товари у вигляді інформаційних продуктів, інформаційних послуг, науково-технічної, проектно-конструкторської й техніко-технологічної продукції [17, с. 56–57]. Як бачимо, у наведеному визначенні науковець намагається розкрити інформаційний ринок через позначення об'єкта ринку. На наш погляд, до цього варто вкрай ретельно підійти, аби чітко окреслити, що саме є об'єктом такого ринку й за допомогою яких категорій такий об'єкт характеризувати.

На підставі проведеного аналізу констатуємо, що ринок інформаційних послуг характеризується певною дуальністю. Зокрема, ідеться про те, що, з одного боку, він поєднує в собі риси «класичного» ринку, а з іншого – характеризується виключною специфічністю. Це дає змогу виокремити дві групи ознак ринку інформаційних послуг: базові (притаманні будь-якому ринку) та специфічні (характеризують саме ринок інформаційних послуг). До базових ознак можна зарахувати, наприклад, такі: конкурентний характер; інтеграцію конкуруючих суб'єктів ринку тощо. Специфічними ознаками є такі: являє собою взаємоузгоджену систему економічних, правових та організаційних відносин; відносини на цьому ринку виникають між надавачами інформаційних послуг і їх споживачами з приводу формування та реалізації таких послуг; метою створення й забезпечення функціонування ринку інформаційних послуг є задоволення інформаційних потреб споживача; превалювання технологічного складника при створенні й реалізації (продажу) інформаційних послуг на ринку; наявність специфічного об'єкта ринку інформаційних послуг – товарів у вигляді інформаційних продуктів і послуг.

Далі ми зупинимось на аналізі безпосереднього об'єкта у сфері надання інформаційних послуг. Ми акцентуємо на цьому увагу тому, що нині існує потреба в чіткому визначенні (і навіть розмежуванні) таких термінів, як «товар», «послуга», «робота». Знову-таки підкреслимо, що чинне законодавство України не містить чіткого закріплення вищевказаних категорій, їх визначення в нормативно-правових актах різне. Проілюструємо це на певних прикладах. Так, «послуга» визначається як:

- діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб [11, ст. 1];
- результат економічної діяльності, яка не створює товар, але продається та купується під час торговельних операцій [13];
- будь-яка діяльність (крім виробництва товарів і виконання робіт) [9, ч. 2 п. 1];
- надання інформації (відомостей) і/або документів в електронному вигляді [10, п. 3] тощо.

Схожа ситуація має місце й при характеристиці інформаційної послуги як базового елемента ринку інформаційних послуг. Зокрема, ч. 1 ст. 23 Закону України «Про інформацію» містить визначення інформаційної продукції та інформаційної послуги. Інформаційна продукція становить матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин. Інформаційною послугою є діяльність з надання інформаційної продукції споживачам з метою задоволення їхніх потреб [12]. Майже аналогічним є підхід до визначення інформаційної послуги в Законі України «Про національну програму інформатизації»: це дії суб'єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами [18]. Водночас указаний нормативно-правовий акт має інше визначення інформаційного продукту (продукції) – це документована інформація, яка підготовлена та призначена для задоволення потреб користувачів. На наше переконання,

закріплення одних і тих самих категорій по-різному, у різних законодавчих актах жодним чином не сприяє підвищенню якості такого законодавства й не створює позитивних умов для правозастосування.

На переконання А.В. Жорняк, інформаційна послуга у сфері господарювання являє собою діяльність учасників господарських відносин зі створення, обробки, аналізу, зберігання, розповсюдження, передачі або забезпечення доступу до інформаційного продукту (інформації) з метою задоволення інформаційних потреб споживачів [3, с. 64]. Такий підхід до визначення інформаційної послуги передбачає виокремлення відповідних її стадій.

В.С. Мілаш, розкриваючи сутність категорії «послуга», акцентує увагу на вкрай важливому аспекті, який притаманний й інформаційним послугам. Так, учена вказує на можливість поєднання послуг 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 [7, с. 75]. Як убачається, розглядаючи сутність інформаційних послуг, важливо враховувати, що їх об'єктом є інформація, але вона не має самостійного значення й розглядається як невідривний від інформаційної діяльності виконавця елемент.

Синтезуючи наведені законодавчі та доктринальні визначення інформаційних послуг, можна виділити такі їх ознаки:

- (1) нерозривний зв'язок з інформацією та інформаційним продуктом;
- (2) метою надання є задоволення інформаційних потреб споживачів через надання останнім інформації та інформаційних продуктів;
- (3) надання цієї послуги передбачає виконання широкого спектру за своїм характером дій виконавця;
- (4) етапи – створення, обробка, аналіз, зберігання, розповсюдження, передача (забезпечення доступу до інформаційного продукту);
- (5) платність або безоплатність – залежно від виду послуг, які надаються, і діяльності надавача послуг (комерційна чи не комерційна);
- (6) специфічний склад учасників, зокрема ними є замовник, виконавець, інформаційний посередник;
- (7) доступ до інформаційних продуктів і послуг забезпечується за допомогою так званої «технічної оболонки» через певну технічну систему.

Нам імпонує підхід К.Г. Скрипкіна, який проводить логічний взаємозв'язок між інформаційними продуктами, послугами та ринком. Так, науковець наголошує: інформаційний продукт – не просто інформація, а документована інформація, підготовлена відповідно до потреб користувача і представлена у вигляді товару. Якщо продукт як такий споживачеві не передається, а замість цього надається доступ до нього, ми будемо говорити про інформаційну послугу. Щоб створити продукт або послугу, потрібно документувати інформацію, довести її до користувача й представити йому. Це забезпечується шляхом функціонуючої й взаємоузгодженої системи економічних, правових та організаційних відносин, які й утворюють інформаційний ринок [14, с. 22]. За такого підходу простежується перехід одного «компонента» в інший і їх, з одного боку, автономність, а з іншого – взаємозалежність.

Отже, ринок інформаційних послуг являє собою взаємоузгоджену систему економічних, правових та організаційних відносин, які виникають між надавачами інформаційних послуг і їх споживачами з приводу формування й реалізації таких послуг з використанням новітніх технічних підходів і характеризується певною номенклатурою послуг, умовами та механізмами їх надання.

При цьому ознаки ринку інформаційних послуг можна поділити на дві групи: базові – ті ознаки, що притаманні будь-якому ринку, специфічні – ті, які характеризують саме ринок інформаційних послуг. До базових ознак можна зарахувати, наприклад, такі: конкурентний характер; інтеграцію конкуруючих суб'єктів ринку тощо. Специфічними ознаками є: (а) становить взаємоузгоджену систему економічних, правових та організаційних відносин; (б) відносини на цьому ринку виникають між надавачами інформаційних послуг і їх споживачами з приводу формування та реалізації таких послуг; (в) метою створення й забезпечення функціонування ринку інформаційних послуг є задоволення інформаційних потреб споживача; (г) превалювання технологічного складника при створенні й реалізації (продажу) інформаційних послуг на ринку; (д) наявність специфічного об'єкта ринку інформаційних послуг – товарів у вигляді інформаційних продуктів і послуг.

Зазначимо, що нині в Україні ринок інформаційних послуг перебуває на етапі становлення. Для активізації процесів на такому ринку як частини ринку інформаційно-комунікаційних технологій необхідна підтримка держави. Передусім ідеться про прийняття чітких та однозначних законодавчих приписів, за допомогою яких буде регламентовано діяльність ринку інформаційних технологій, послуг. Також на сучасному етапі варто всіляко стимулювати розвиток інформаційної діяльності.

### Список використаних джерел:

1. Арский Ю.М., Гиляревский Р.С., Клещев Н.Т. Информационное пространство новых независимых государств. Москва : ВИНТИ РАН, 2000. 200 с.
2. Галковская Ю.Н. Информационный рынок и его правовое обеспечение : учебно-методический комплекс / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. Минск : БГУКИ, 2017. 146 с.
3. Жорняк А. Інформаційна послуга у сфері господарювання: поняття та ознаки. *Підприємництво, господарство і право*. 2019. № 10. С. 61–65.
4. Иванова В.В. Особливості взаємозв'язку інформаційного ринку та економіки, заснованої на знаннях. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2011. № 2.
5. Корабейников И.Н. Региональный рынок информационных услуг: теоретические основы развития. Работа выполнена в рамках Гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук. Проект № МК-2939.2011.6. 2011.
6. Макареня Т.А., Лашко А.В. Рыночно-экономические основы становления и развития информационных услуг как части виртуального рынка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynochno-ekonomicheskie-osnovy- stanovleniya-i-razvitiya-informatsionnyh-uslug-kak-chasti-virtualnogo-rynka>.
7. Мілаш В. До питання про об'єкт договору про надання послуг. *Вісник господарського судочинства*. 2008. № 4. С. 74–79.
8. Порядок надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи «Електронний уряд», затв. Наказом Державного комітету зв'язку та інформатизації України від 15.08.2003 № 149. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1066-03#Text>.
9. Про затвердження Положення про порядок відбору осіб, які можуть виконувати роботи (надавати послуги) неплатоспроможним банкам або банкам, що ліквідуються, Фондом гарантування вкладів фізичних осіб : Рішення Виконавчої дирекції Фонду гарантування вкладів фізичних осіб від 28.03. 2016 № 434. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0612-16#Text>.
10. Про затвердження Порядку функціонування Електронного кабінету, затв. Наказом Міністерства розвитку громад та територій від 02.12.2019 № 285. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1238-19#Text>.

11. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.
12. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2657-12>.
13. Про технічні регламенти та процедури оцінки відповідності : Закон України від 15.01.2015 № 124-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19#Text>.
14. Скрипкин К.Г. Экономика информационных продуктов и услуг : учебник. Москва, 2019. 192 с.
15. Стебихова Н.А., Гудкова О.В. Цифровые технологии в жизни граждан России. *Вызовы цифровой экономики: условия, ключевые институты, инфраструктура* : сборник статей I Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 2018. С. 45–47.
16. Теряник О.А. Особливості формування та дослідження регіонального ринку інформаційних послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/7\\_2015/15.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/15.pdf).
17. Ярковой В.А. Основные направления развития информационных услуг в Российской Федерации. *Экономическое возрождение России*. 2010. № 3 (25). С. 56–61.
18. Про національну програму інформатизації : Закон України від 04.02.1998 № 74/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text>.
19. Про науково-технічну інформацію : Закон України від 25.06.1993 № 3322-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3322-12#Text>.