

### ПРОБЛЕМИ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ ЗА ПЕРЕМІЩЕННЯМ ЧЕРЕЗ МИТНИЙ КОРДОН УКРАЇНИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

Створення на рубежі 90-х років ХХ ст. новітніх інформаційних технологій привело до виникнення мережі каналів електронної інформації, яка переміщується не тільки в межах однієї країни але й через кордони багатьох держав світу. У зв'язку з цим виникають питання, по-перше, визначення, чи є інформаційний продукт товаром, який повинен при переміщенні через митний кордон України підлягати декларуванню з подальшим відповідним митним оформленням. І по-друге, як забезпечити митний контроль за переміщенням мережами зв'язку Інтернет інформаційного продукту, який містить у собі матеріал, заборонений до такого переміщення через митний кордон України. Дана проблема залишається не врегульованою як з боку міжнародного права, так і з митного, цивільного, інформаційного.

Над теоретичними і практичними аспектами проблем правового регулювання відносин у сфері обігу інформації в Україні працюють такі вчені, як: П.Д. Біленчук, В.Д. Гавловський, М.В. Гуцалюк, Р.О. Калюжний, В.С. Цимбалюк та інші.

Більшість вчених у галузі інформаційних технологій вважають, що «інформаційне суспільство» не має політичних, соціальних і економічних кордонів. Але ж саме розуміння інформації відповідно до понять сучасної кібернетики й інформатики дозволяє поставити її за ступнем важливості для сучасного суспільства на третє місце після матерії та енергії [1, с. 24-25].

Ця концепція будується на підставі емпіричного аналізу і розглядає інформацію як інформаційну сферу, як новий економічний, культурний і політичний капітал, що може бути використаним як з комерційною, соціально-культурною, так і з кримінальною метою.

Взагалі, на думку автора, це питання є більш широким, ніж мета даного дослідження. У цьому дослідженні нас більше цікавить проблема переміщення інформаційного продукту в митних цілях. Таке переміщення може здійснюватися засобами мережі Інтернет за допомогою оптико-волоконного зв'язку або за допомогою супутникових систем засобів зв'язку. Звертаючись до норм чинного Митного кодексу України, аналізуючи зміст ст. 110 «Засоби та способи переміщення товарів», ми не бачимо фіксації зазначених форм переміщення такого товару, як інформаційний продукт [2, ст. 288].

Можна дійти такого висновку, що Митний кодекс не відносить передачу інформаційної продукції зазначених каналів зв'язку до способів переміщення товарів. У свою ж чергу, п. 2. ст. 1 Митного кодексу розуміє під «ввезенням товарів та транспортних засобів на митну територію України або вивезенням їх за межі митної території України сукупність дій, пов'язаних із переміщенням товарів і транспортних засобів через митний кордон у відповідному напрямку»

[2, ст. 288]. Що, на нашу думку, є більш ширшим поняттям, під яке має підпадати переміщення інформаційного продукту?

Важливою обставиною трактування даного питання є визначення поняття інформаційної продукції або інформаційної послуги як матеріальної субстанції процесу купівлі-продажу товарів (послуг), що є об'єктом зовнішньоекономічного, митного і податкового державного регулювання.

Закон України «Про інформацію» під інформацією розуміє «документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі» [3, ст. 650]. Як ми бачимо, головними складовими частинами даного визначення є форма поданої інформації. Вона може бути документованою або публічно оприлюдненою. Поняття документованої форми інформації розкриває ст. 27 даного Закону: «Документ – це передбачена законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання і поширення інформації шляхом фіксації її на папері, магнітній, кіно-, відео-, фотоплівці або на іншому носії» [3, ст. 650].

У свою чергу, слід відзначити, що публічне оголошення інформації може відбуватися також за допомогою засобів мережі Інтернет. Але все ж таки нас цікавить сутність інформації як товару, що переміщується через митний кордон України.

Митний кодекс України в п. 39 ст. 1 розуміє під «товаром будь-яке рухоме майно (у тому числі валютні цінності, культурні цінності), електричну, теплову та інші види енергії, а також транспортні засоби, за винятком транспортних засобів, що використовуються виключно для перевезення пасажирів і товарів через митний кордон України», що, на наш погляд, не відбиває всієї повноти та сукупності матеріальних цінностей, які можуть переміщуватися через митний кордон, а також не відображають повного розуміння інформаційного продукту як товару [2, ст. 288]. Напрошується висновок про наявність певної правової прогалини в митному праві, що повинна бути врегульована найближчим часом шляхом внесення змін до Митного кодексу України.

Аналізуючи положення Закону України «Про інформацію», можна дійти висновку, що інформаційна продукція в розумінні ст. 40 «це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій», а інформаційна послуга згідно зі ст. 41 «це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб» [3, ст. 650]. У свою чергу, ст. 39 вказаного Закону містить норму, що «інформаційна продукція та інформаційні послуги громадян і юридичних осіб, які займаються інформаційною діяльністю, можуть бути об'єктами товарних відносин, що регулюються чинним цивільним та іншим законодавством» [3, ст. 650].

Виходячи з цього, можна припустити, що інформаційна продукція та інформаційна послуга може бути товаром, який при переміщенні повинен підлягати митному контролю та оформленню, а також обкладенню митом. Законодавець оговорює як умову визнання інформаційної продукції товаром його матеріальну

форму вираження у вигляді дискети, інформаційного диску, флеш-пам'яті та інших технічних носіїв інформації. Що, на наш погляд, дещо звучує сучасне розуміння інформаційної продукції як товару, бо інформаційний продукт або послуга після переміщення каналами електронного зв'язку через митний кордон стає звичайним об'єктом купівлі-продажу, який пропонується провайдером споживачам за певну плату.

Цей висновок дає можливість стверджувати, що існує сфера суспільних відносин, які не регулюються чинним митним законодавством України. Аналіз практики митного регулювання України, а також країн СНД дозволяє дійти висновку, що подібна проблема також існує в цих країнах і залишається на сьогоднішній день не вирішеною.

Вивчаючи зміст листа Федеральної митної служби РФ від 17.03.06 р. № 15-14/8524 «Про митне оформлення інформацій, що передається по мережам «Інтернет» [4, с. 7], можна дійти висновку, що відмовою митних органів РФ у здійсненні митного оформлення інформації, яка надходить по мережам Інтернет, є та обставина, що інформація при переміщенні повинна мати документальне вираження, тобто бути зафіксованою на матеріальному носії з реквізитами, які дозволяють її ідентифікувати. На підставі цього ФМС РФ доходить висновку, що однією з характерних визначаючих інформацію як товару є її фіксація на матеріальному носії, що, як вже зазначалося, є досить спірним тлумаченням з точки зору цивільного та інформаційного права. На підставі вищевикладеного роз'яснення поняття інформації як товару ФМС РФ не визначає її як об'єкт переміщення через митний кордон країни, що також, на думку автора, не є об'єктивним.

Здається, точка зору, яка була викладена в листі ФМС РФ, поки що є загальною для більшості митних служб країн СНД, у тому числі і для ДМСУ.

Причина подібної позиції, на погляд автора роботи, полягає в такому: по-перше, у розумінні сукупності мережі Інтернет як унікального матеріального явища, яка на сьогоднішній день не перебуває у власності якоїсь конкретної особи, приватної компанії, державної або громадської організації або навіть окремої держави. По-друге, у відсутності чіткого міжнародного нормативно-правового регулювання її діяльності (у тому числі й митного), а також сформованого на їх засадах національного законодавства, що робить цю мережу неконтрольованою.

Затягнувшись процес правового регламентування діяльності мережі Інтернет можна пояснити цілою низкою обставин, таких, як: відносна «молодість» існування інформаційної мережі; ще недостатня її поширеність серед населення країн світу (взагалі мережами Інтернет у світі користується майже один мільярд осіб, а в Україні – один мільйон) [5]; складність і значна вартість робіт з організації державного контролю за переміщенням подібної інформації, а також не виключена «зацікавленість» у такому стані речей урядів окремих високоіндустріально розвинутих країн, певних політичних сил, а також фінансово-промислових кіл та організованої злочинності.

Необхідність здійснення правової регламентації порядку здійснення митного контролю та митного оформлення інформаційної продукції, яка переміщується

мережами Інтернет, викликається, на наш погляд, такими факторами: по-перше, у контексті глобалізації економічних процесів та розвитку інформаційних технологій мережа Інтернет буде продовжувати розвиватися швидкими темпами, що, у свою чергу, безумовно приведе до масового переміщення товарів у вигляді інформаційної продукції; по-друге, зростання міжнародного екстремізму, комп'ютерної злочинності та переміщення інформації аморального змісту поставить перед країнами необхідність у організації національних форм контролю (в тому числі й митного) за небезпечною інформаційною продукцією. До речі, КНР вже сьогодні демонструє правову та технічну спроможність до реалізації подібних державних проєктів. По-третє, швидке зростання технічної оснащеності правоохоронних органів, у тому числі й митних (наприклад, створення регіональної інформаційної митниці, а також плани із створення до кінця 2007 року у складі ДМСУ Регіональної електронної митниці), надасть можливість державним органам здійснювати організаційно-технічне забезпечення реалізації контрольних функцій у цій сфері.

На думку автора, вже найближчим часом необхідно розпочати підготовчий процес до здійснення митного контролю та оформлення інформаційної продукції або інформаційних послуг як товарів, що переміщуються засобами мережі Інтернет, оптико-волоконного та супутникового зв'язку.

Для цього необхідно вжити таких заходів.

1. Розробити сучасне нормативно-правове забезпечення врегулювання зазначених суспільних відносин із залученням до цього провідних фахівців митного, інформаційного та міжнародного права.

2. Внести доповнення до проєкту «Концепції модернізації митної служби України» такого змісту: «Створити у складі Регіональної електронної митниці підрозділ технічної підтримки контролю за переміщенням засобами каналів інформаційного зв'язку, інформаційної продукції та інформаційних послуг як товару для подальшого здійснення щодо них митного контролю та митного оформлення, а також блокування забороненої до ввезення в Україну інформації».

3. Розробити на підставі нормативно-правових актів технологічні схеми здійснення митного контролю та оформлення інформаційної продукції і інформаційних послуг при переміщенні їх як товару через митний кордон України.

4. Розробити та внести до Української класифікації товарів ЗЕД товарні коди інформаційної продукції і інформаційних послуг, а також законодавчо затвердити ставки мита, що повинні застосовуватися при їх митному оформленні.

5. Внести зміни до пункту 39 ст. 1 Митного кодексу України, який дає визначення товару такого змісту: «Товаром є будь-яке рухоме майно (у тому числі валютні цінності, культурні цінності, інформаційна продукція та інформаційні послуги), електрична, тепла та інші види енергії, а також транспортні засоби, за винятком транспортних засобів, що використовуються виключно для перевезення пасажирів і товарів через митний кордон України».

На наш погляд, запропоновані заходи повинні бути реалізовані державою та її митними органами у стислі терміни, бо ігнорування вищевикладених обста-

вин або вичікування, коли цю проблему вирішать першими інші країни, може призвести до відставання України в загальносвітових процесах розвитку інформаційних систем та засобів їх контролю.

### Література

1. Андреев В.В., Пак П.Н., Хорст В.П. Расследование преступлений в сфере компьютерной информации. – М.: Юрлитинформ, 2001. – 150 с.
2. Митний кодекс України від 11 липня 2002 року № 92-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 38-39. – Ст. 288.
3. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
4. Про митне оформлення інформацій, що передається по мережам «Інтернет»: Лист Федеральної митної служби РФ від 17.03.2006 р. № 15-14 /8524 // Митна газ. – 2006. – № 7. – С. 7.
5. Спиридонов В. Украинская индустрия ПО: достижения, проблемы, перспективы // <http://www.bezpeka.com>.

УДК 351.82:346

*О.П. Рябченко*

## ДЖЕРЕЛА АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН

Як і держава в цілому, сфера господарської діяльності зазнає системних трансформацій, що, у свою чергу, обумовлює зміну змісту і характеру правового регулювання. Так, перетворення відносин власності відбувається поряд із змінами у державному управлінні в напрямі його наближення до потреб населення, поступового розвитку публічно-сервісної діяльності державних установ, розвитком інституту адміністративного договору та необхідністю його поширення задля врегулювання певних сфер управлінської діяльності.

Раніше проведені автором дослідження [1] дозволили виділити чотири групи відносин у сфері господарювання, які можуть бути предметом адміністративно-правового регулювання: 1) пов'язані з упорядкуванням господарської діяльності з метою забезпечення прав і інтересів громадян: реєстрація, ліцензування, патентування, стандартизація, сертифікація; 2) пов'язані із захистом прав усіх суб'єктів права власності й господарювання, соціальною спрямованістю економіки: квотування, державне регулювання цін і тарифів, застосування нормативів і лімітів, антимонопольне регулювання; 3) у сфері контрольної діяльності; 4) у сфері адміністративної юрисдикції.

На підставі цієї систематизації можна виділити напрями адміністративно-правового регулювання відносин у сфері господарської діяльності: 1) стратегічний напрям; 2) впорядкування відносин власності шляхом антимонопольного регулювання, закріплення статусу суб'єктів державної власності (наприклад, казенні підприємства); 3) визначення статусу кожного державного органу в процесі керівництва економікою; 4) регулювання зовнішньоекономічних відносин;