9. Атаманова Ю.Є. Основні проблеми системного господарсько-правового регулювання відносин в інноваційній сфері: автореф. дис... д-ра юрид. наук : 12.00.04 / Ю.Є. Атаманова ; Нац. юрид. акад. України ім. Я.Мудрого. — Х., 2009. — 37 с. — укр.

----------***----------

Єфремова К.В.
к.ю.н., с.н.с., завідувач наукового відділу правового забезпечення функціонування національної інноваційної системи НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку НАПрН України

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО ТА ОСНОВИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ І РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ В ЯПОНІЇ

Початок історії інформаційно-телекомунікаційних послуг в Японії можна віднести до 1854 р., коли командор Метью Перрі привіз в країну телеграфні машини. Саме технології телеграфних послуг були одними з тих, які стали інтенсивно розвиватися в країні. Послуга комерційного телеграфу стала пропонуватися вже з 1869 р. Зараз телекомунікаційний ринок – один із найважливіших секторів структурних реформ держави. Найбільша зміна пов'язана з лібералізацією та приватизацією в телекомунікаційному секторі. Нові закони, прийняті в 1984 р., ліквідували монополію найбільшої телекомунікаційної компанії NTT (Nippon Telegraph and Telephone). Початок лібералізації (1985-1986 рр.) супроводжувався приватизацією, в результаті якої NTT була перетворена на приватну компанію. З цього часу встановилися заходи і правила регулювання добросовісної конкуренції у телекомунікаційній сфері.

Японська телекомунікаційна індустрія знаходиться під особливим контролем міністерства спільних справ і комунікацій, яке несе

відповідальність за регулювання діяльності учасників телекомунікаційної сфери. Закон про комерційну діяльності у сфері телекомунікацій 1984 р. всебічно регулює практику ведення зазначеної діяльності.

Бурхливий розвиток процесів глобалізації, що почався у 80-ті роки, коли посилення конкурентної боротьби за ринки збуту змусило багато японських компаній певною мірою змінити структуру організації, переглянути пріоритети розвитку і провести перебудову господарської діяльності закритого типу організації бізнесу до більш відкритого типу, характерного для економічної організації провідних країн Заходу.

На сучасному етапі характерна особливість японської електронної комерції полягає в тому, що вона розвивається в першу чергу за рахунок перенесення старими компаніями своєї діяльності в режим «on-line». На противагу цьому в США розвиток йде завдяки появі «новачків». Наприклад, американська «Амазон» з самого початку не була компанією, яка займалася продажем літератури. Але швидко досягла успіху на цьому ринку, надавши споживачам нові зручні можливості у придбанні товару за низькою ціною. В Японії через існуючу системи дистрибуції і перепродажу книжкової продукції канали продажу стали розширюватися за рахунок того, що такі великі книжкові магазини, як «Марудзен» і «Яесу», перенесли свою діяльність у режим «on-line».

Завдяки віртуалізації господарської діяльності виникла проблема електронної безпеки у веденні бізнесу в глобальному масштабі. По-перше, це пов'язано з так званим «невидимим аспектом» Інтернету. Наприклад, сторони, що вступають у ділові відносини через Інтернет, не завжди можуть бути впевнені в тому, що отримані дані дійсно виходять від особи, з якою вони мають намір вступити в господарські відносини. По-друге, дані можуть бути фальсифіковані у процесі передачі інформації. Більш того, легко надати завідомо недостовірну інформацію.

В Японії робота по створенню законодавчої бази щодо регулювання електронної комерції почалася в 1996 р. зі створення Групи з вивчення законодавчої системи для електронної комерції при міністерстві юстиції. Такі закони, як Цивільний кодекс, Комерційний кодекс, Цивільний процесуальний кодекс можуть лише частково застосовуватися в електронній комерції, оскільки вони не були спеціально створені для того, щоб забезпечити її розвиток. За останні 10 років проведена велика робота, як на урядовому, так і на корпоративному рівні, обговорювалися питання, пов'язані з необхідністю введення нового законодавства або зміни старого. Так, у світлі програми створення електронного уряду та втілення її в життя розроблено концепцію і технологію «електронного підпису», що дозволяє перевірити джерело інформації, шляхом «електронної верифікації», здатної підтвердити суб’єкта відправлення даних. Конкретним результатом цієї роботи стало прийняття 19 квітня 2000 р. поправок до Закону про реєстрацію торгівлі, що встановлюють основні критерії концепції «електронного підпису».

Іншим важливим кроком, законодавчого сприяння розвитку електронного бізнесу в Японії, стало прийняття 12 липня 2000 р. Закону про договір з покупцем. Суть якого полягає в тому, що у разі надання інформації, що не відповідає дійсності, договір купівлі-продажу може бути розірвано.В умовах відкритої міжнародної конкуренції японські компанії змушені розширювати взаємодію з зовнішнім світом, що в свою чергу підвищує вимоги до побудови прозорої системи управління бізнесом. Якщо компанії зацікавлені в залученні іноземних інвесторів або у продажу своєї продукції в усьому світі, їм необхідно надавати достатню кількість інформації не тільки японською, але й англійською мовою, причому вони повинні робити це оперативно. З 1322 компаній, зареєстрованих на Токійській біржі, лише 778 надають інформацію англійською мовою в Інтернеті. Тому зараз інформацію про товари, роботи і послуги

англійською мовою, швидше, можна розглядати тільки як додаток до японської версії, хоча бувають випадки, коли дані, що надаються в англійському варіанті, неможливо знайти в японською мовою.

Наприклад, у «Мацусіта денкі коге» (її англійська назва «National Panasonic») головний портал Інтернет-сторінки йде англійською мовою, а вже потім — японський варіант. Однак, як і раніше, багато компаній орієнтуються тільки на домашній ринок, і тому для них надання інформації англійською мовою не є пріоритетним.

Навіть така прогресивна компанія як «Мацуї Сек'юрітіз» дає інформацію тільки на японській мові. Вона однією з перших серед японських компаній стала надавати брокерські послуги в режимі «on-line» через торговельну систему «Нетсток» у 1998 р. Разом з тим, незважаючи на те що компанія не встановлює обмежень, пов'язаних з національною приналежністю потенційних клієнтів, вона вимагає від них знання японської мови, пояснюючи це, як написано на сайті, неможливістю надання інформації на інших мовах у повному обсязі. Це може бути пов'язано з проблемою вартості підтримки англійської сайту в реальному часі і браком японських фахівців зі знанням англійської мови у фінансовій галузі.

Наявність англійського сайту стала невід'ємним елементом іміджу сучасних компаній. Хорошими прикладами сайтів, що надають інформацію англійською мовою про японську економіку, політику та фінансові компанії є «АйБиДжэй сек'юрітіз» (IBJ Securities RESEACH&LINKSM) і «Дзехогэн».

Електронний бізнес 10 років тому тільки почав зароджуватися в Японії, але його розвиток є своєрідним індикатором, що показує, наскільки глибокі зміни відбуваються в сучасній Японії. З правової точки зору, незважаючи на проблему інформаційної безпеки і різні підходи у регулювання електронної комерції, а також мовний бар'єр, розвиток

електронної торгівлі відбувається дуже стрімко. Першочерговим постає питання: чи японські компанії та приватні особи будуть здатні реагувати на ті зміни в усталених «традиційних відносинах», які потенційно несе в собі інтернетизація і глобалізація економіки, зокрема які виявляються в розвитку електронного бізнесу.

----------***----------

К. В. ЮДКОВА,
аспирант НИИ ИП НАПрН Украины,
преподаватель кафедры
информационного права
и права интеллектуальной
собственности НТУУ «КПИ»

НФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК НФРАСТРУКТУРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Терминологическая однозначность, единство и конкретизация значений в юриспруденции в отдельных случаях может иметь решающее значение в процессе принятия решений об избрании типа правового регулирования соответствующих общественных отношений. Однако, не меньшее значение приобретает правильность отнесения определенного объекта к тому или иному виду, соответствующей группы по имеющимся родовым признакам. Правильная классификация объектов позволяет субъекту познания верно определить основные, константные и неосновные признаки, установить необходимую степень, вид и форму правового регулирования.

Информационные системы относятся к объектам, которые сейчас не имеют четкого и однозначного определения не только на нормативном уровне, но и специалистами в научной среде.

Система - порядок, обусловленный правильным, планомерным расположением и взаимной связью частей любых элементов.