



УДК 347.781.51

ВЕБСАЙТ ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ПОНЯТТЯ І СКЛАДНИЙ ОБ'ЄКТ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Гой Василь Васильович,

кандидат економічних наук,

директор Інституту оцінки та судових експертиз, Львів, Україна;

e-mail: vasssgoi@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-1822-4478

Анотація. Метою статті є дослідження вебсайта як економічного поняття, також як складного об'єкта інтелектуальної власності. Описується історія виникнення одного з основних елементів цифрової економіки вебсайта як економічного поняття. Наголошено, що всі вебсайти мають програмне забезпечення, адресу в Інтернеті з відповідним інформаційним заповненням. Установлено, що вебсайт є продуктом трудової діяльності людей різних спеціальностей, тобто економічним поняттям. Створення вебсайта — спільна робота різних фахівців. Усі вони мають авторські права на свою частину створеного інтелектуального продукту. А вебсайт є складним об'єктом інтелектуальної власності, який має певний правовий режим та проблеми його ідентифікації. Виходячи з природи та змісту, є підстави розглядати не елементарний вебсайт як складний об'єкт, який за цих умов розвитку інноваційних технологій, у тому числі цифрових, надає найповніший обсяг інтелектуальних прав як особі, яка організувала створення складного об'єкта, так і авторам результатів інтелектуальної діяльності, що входять до його складу. Обґрунтовано, що нині недоцільно виділяти будь-які підстави для надання вебсайтові режиму особливого об'єкта авторських прав. Загалом, таке регулювання найоптимальніше, хоча вимагає подальшого дослідження в розвитку законодавства у сфері складних об'єктів. Перспективи подальших досліджень полягають у ґрунтовних розвідках правового режиму вебсайтів як об'єктів інтелектуальної власності з метою вироблення концепції найбільш оптимального юридичного регулювання останніх. Аналіз можливості використання методичних підходів і методів оцінки інтелектуальної власності для визначення вартості вебсайтів, розроблення методики оцінки вартості вебсайта як складного об'єкта інтелектуальної власності, економіко-математична модель узгодження результатів оцінки вебсайта різними методичними підходами, рекомендації щодо передавання і захисту прав на вебсайт як складний об'єкт інтелектуальної власності.

Ключові слова: інтернет, вебмайстер, економічне поняття, цифрова економіка, інтелектуальна власність.

Формул: 0; рис.: 0; табл.: 0; бібл.: 5.

WEBSITE AS AN ECONOMIC CONCEPT AND A COMPLEX OBJECT OF INTELLECTUAL RIGHT PROPERTY

Goi Vasyl,

Ph. D. in Economics,

Director of Institute of Valuation and Forensic Science, Lviv, Ukraine;

e-mail: vasssgoi@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-1822-4478

Abstract. The aim of the article is to study the website as an economic concept, as well as a complex object of intellectual property. The article describes the history of one of the main elements of the digital economy of the website as an economic concept. It is emphasized that all websites have software, an address on the Internet with the appropriate information content. It is established that the website is a product of employment of people of different specialties, ie is an economic concept. Creating a website is a joint effort of different specialists. They all own the copyright of their part of the created intellectual product. And a website is a complex intellectual property that has a certain legal regime and problems of its identification. Based on the nature and content, there is reason to consider a non-elementary website as a complex object, which in these conditions of development of innovative technologies, including digital, gives the fullest intellectual rights to the person who organized the complex object and authors the results of intellectual activity that are part of it. It is argued that it is currently impractical to single out any grounds for granting a website a special copyright object. In general, such regulation is the best, although it requires further research in the development of legislation in the field of complex objects. Prospects for further research lie in a thorough study of the legal regime of websites as objects of intellectual property in order to develop a concept of the most optimal legal regulation of the latter. Analysis of the possibility of using methodological approaches and methods of intellectual property valuation to determine the value

of websites, development of methods of valuing the website as a complex object of intellectual property, economic and mathematical model of coordination of website valuation results with different methodological approaches, recommendations on transfer and protection of rights website as a complex object of intellectual property.

Keywords: internet, website, webmaster, economic concept, digital economy, intellectual property.

JEL Classification G20, H19, I21, I22, I29

Formulas: 0; fig.: 0; tabl.: 0; bibl.: 5.

Вступ. З огляду на вдосконалення цифрових технологій протягом останніх років відбувається збільшення кількості нових моделей бізнесу, їх використання сприяє підвищенню продуктивності праці до 40 %. Нині цифрові технології, адаптовані на базі нових розробок комп'ютерної техніки, набувають панівного значення в міжнародній конкурентоспроможності як окремих компаній, так і країн загалом, змушених формувати інфраструктуру і правове середовище для цифровізації. Економіці для зростання і розвитку дедалі частіше потрібні технології, що дозволяють обробляти постійно зростаючі обсяги інформації та забезпечують функціонування соціально-економічних систем, що ускладнюються [1]. Здебільшого всі вебсайти є об'єктами інтелектуальної власності їхніх творців і на них поширюється відповідно до чинного законодавства охорона прав власності. Особливості вебсайта як складного об'єкта інтелектуальної власності та методи їхнього правового регулювання розглядають спільно економісти та юристи. Постійний розвиток сфери цифрових технологій змінює умови відносин учасників і вимагає коригувальних втручань у їхні правові відносини.

Отже, метою статті є дослідження вебсайта як економічного поняття, також як складного об'єкта інтелектуальної власності.

Аналіз досліджень і постановка завдання. Щоб досягти успіху в умовах швидкої зміни економічної ситуації в бізнесі, компанія повинна мати можливість швидкого реагування та пристосування до умов, що змінилися. Для цього їй потрібна розвинена інформаційна система, яка б правильно і своєчасно відображала зміни зовнішнього середовища, могла передбачати можливі альтернативні наслідки різних стратегій, оперативно інформувала про зміни, тактичні та стратегічні ініціативи компанії. Одним із варіантів такої інформаційної системи є вебсайт компанії, або вебпредставництво останньої. Щоб коректно охарактеризувати економічні сутності вебсайтів, розглянемо їхню класифікацію за наявними типами [2]. Приміром, для створення вебпредставництва, що потрібне для презентації компанії якнайбільшого кола користувачів Інтернету, мета створення якого полягає в тому, щоб зацікавити потенційного клієнта, донести позитивну інформацію про компанію, а саме надати точну інформацію про компанію, влучно презентувати стиль компанії та зацікавити потенційних клієнтів.

Відповідно у процесі створення вебпредставництва компанії важливим є не лише матеріал для наповнення

сайта, а й точне визначення його структури, дизайну, а також відповідність результату очікуванням замовника. Опис допомагає сформувати уявлення про об'єкт, що створюється, та точно і ґрунтовно визначити завдання, які повинні бути вирішені при створенні програмного продукту, а також, яке технічне обслуговування необхідно для повноцінної роботи сайта. Щоб створити вебсайт із цікавим контентом, потрібно систематизувати інформацію для створення уявлення про те, що являє собою програмний продукт, який розробляється. Причини і цілі для створення сайта такого типу визначають самі компанії під свої завдання, це можуть бути представницькі цілі (подання інформації, формування торгової марки, бренду в мережі «Інтернет», елемент стилю організації, як візитка, наприклад, яка є невід'ємною частиною будь-якої компанії, вплив на думку клієнтів про компанію). Так, у процесі роботи в одній сфері діяльності та існуванні компаній-конкурентів, які не мають сайта або мають не дуже вдалі сайти, потрібно реалізувати створення такого сайта, за наявності якого можна буде домінувати над усіма своїми конкурентами на ринку, і клієнти, орієнтуючись на сайт, будуть звертатися саме до цього підприємства [4].

Сайти завжди створюють для споживачів того чи іншого продукту і відрізняються лише за функційними можливостями та увагою до останнього. Це можуть бути, наприклад, випадкові відвідувачі сайта, клієнти, партнери, потенційні клієнти, дилери, дистриб'ютори. За допомогою сайта досягається інформування людей про спеціальні пропозиції, знижки на товари, новини, гуртові та роздрібні ціни, каталоги продукції, відбувається взаємодія з іншими регіонами чи країнами. Тому й створюють спеціальний сайт, орієнтований на інформацію для конкретних користувачів. Відвідувачі сайта, у свою чергу, можуть залишати відгуки про роботу компанії, співробітників, про те, наскільки їм зручна спільна співпраця.

Також доцільною є автоматизація всіх процесів, що виконувалися вручну, у цьому разі існує обмеження лише за трьома параметрами: фантазія, бюджет і доцільність автоматизації. Пунктів можливо скласти безліч, наприклад: створення вебсайта для внутрішніх потреб компанії з бібліотекою документів, електронна телефонна книга, книга відгуків і пропозицій, форум, база даних клієнтів, постановка завдань, автоматичне повідомлення про поставлене завдання, заповнення електронного каталогу автоматично, автоматично оброблювані зображення, публікація статей



автоматично, календар подій, при суміщенні програми з ІС можна постійно оновлювати ціни, кількість, наявність товарів натисканням однієї кнопки. Такий тип сайту об'єднує як представницькі цілі, так і рекламу, автоматизацію зокрема. Вимірність ефективності роботи сайту, використання нових технологій у цій сфері, параметр, відповідають на запитання щодо доцільності функціонування вебпредставництва. Маловитратним, але вигідним є використання статистичних систем, які враховують кількість відвідувачів як усього сайту, так і окремих вебсторінок, що дає уявлення про вигоду використання рекламних інструментів. Завдяки останнім можна прослідкувати, наскільки поставлені завдання виконуються вебпредставництвом. Якісний сайт потрібно ретельно продумати, щоб користувачеві було легко розуміти структуру та інструменти сайту за його меню і навігацією. Навігація повинна враховувати всі розділи сайту і забезпечувати зручність роботи з кожною сторінкою. У тексті сайту не повинно бути граматичних помилок і має бути хороша літературна стилістика. Щоб користувачі постійно поверталися до сайту, потрібні постійне оновлення і доповнення інформації, що на ньому розміщується. Сайт повинен бути розроблений таким чином, щоб програмне забезпечення функціонувало без помилок і збоїв, а користувачі, звернувшись на сайт із проханням чи питанням, отримати своєчасну відповідь. При копіюванні чужої інформації та дизайну бажано завжди узгоджувати з авторами розміщення на сайті матеріалу, що сподобався, із зазначенням джерела, автора і посилання на його ресурс. Розташування сайту відіграє важливу роль, адже він створений компанією як корпоративний або інформаційний, має мати власне доменне ім'я, оскільки розміщення сайту на безплатних серверах свідчатиме про невисокий професійний рівень компанії. Для полегшення користувачам пошуку потрібної інформації сайти, розміщені у всесвітній павутині, класифікуються за цільовим призначенням, тематикою, організацією інформації, належністю.

Згідно з інформацією, наведеною на офіційному вебсайті «We Are Social» і платформи Hootsuite, представлених у звіті Global Digital за 2019 рік, загальна кількість користувачів Інтернету у світі досягла 4,3 млрд, що становить приблизно 57 % населення планети. Однак, попри такі вражаючі цифри, багато правових проблем, що виникають у зв'язку з розвитком мережі «Інтернет», залишаються невирішеними вже кілька десятиліть. Зокрема, однією з таких проблем є визначення цивільно-правового режиму вебсайту і його охарактеризування як об'єкта інтелектуальних прав [1]. Численні дискусії та наукові дослідження про правову природу вебсайту стосувалися можливого віднесення досліджуваного елемента мережі «Інтернет» до вже наявних об'єктів інтелектуального права (зокрема, до програм для ЕОМ і баз даних)

або надання вебсайту режиму нового, унікального об'єкта інтелектуальних прав. Попри те, що визнання вебсайту складовим об'єктом інтелектуальної праці є прогресивним кроком законодавця, що забезпечує правовий механізм захисту контенту сайту, у доктрині існує думка, що регулювання сучасних інтернет-сайтів слід визнати фрагментарним, оскільки воно не охоплює повною мірою складну технічну природу і багаторівневу інформаційну структуру сайтів.

Підтримуючи вищенаведену позицію, додатковим аргументом є те, що: кваліфікація вебсайту як складного об'єкта інтелектуальної праці хороняє лише один з елементів його компонентної структури — помітний користувачеві контент у частині його творчого підбору і розташування, але не включає два інші рівні та складний зв'язок між ними. Відповідно до цього кваліфікація вебсайту як складного інтелектуального об'єкта дозволить виділити організатора створення сайту і концентрувати майнові права на досліджуваній об'єкт, але повністю не охопить технічну природу сайтів і не дасть відповіді на запитання: кого можна визнати авторами вебсайту загалом та які результати інтелектуальної діяльності однозначно входять до складу вебсайту. Для відповіді на запитання, чи потрібно надавати вебсайту особливе регулювання як самостійного об'єкта інтелектуальних прав, не обмежуючись його характеристикою як складного об'єкта, можна звернутися до зарубіжної практики, оскільки зарубіжна доктрина і законодавче регулювання майже весь час вітчизняної практики слугують джерелами можливих відповідей на поставлені запитання.

Проте у визначенні правової природи вебсайту ситуація залишається неоднозначною. Так, у законодавстві США, Франції та Німеччини відсутнє ретельне регулювання вебсайту, його визначення як унікального об'єкта інтелектуальних прав, правових характеристик тощо [5]. З позиції охорони сайту авторським правом зарубіжна практика також розглядає два аспекти: самостійну охорону окремих складових елементів сайту або охорону об'єкта як творчого підбору контенту на сайті, а не в сукупності його елементів. Таким чином, закордонне законодавство щодо правового режиму вебсайтів розглядає два ключові компоненти: захист окремих компонентів вебсайту, або охорону творчого підбору і розташування матеріалів на сайті. Американська практика у деяких випадках уникає кваліфікації вебсайту як об'єкта авторських прав, розглядаючи його унікальним носієм чужих об'єктів авторських прав. Безумовно, вебсайт не може бути матеріальним носієм, оскільки існує електронна форма, але це не означає, що вебсайт не може бути об'єктом інтелектуальних прав. З технічного погляду, залежно від форми і змісту вебсайти можуть бути як елементарними, що складаються з однієї інтернет-сторінки, так і складними [2].

Ураховуючи, що чинне законодавство розглядає вебсайт лише як складний об'єкт, можна зробити висновок про те, що за відсутності творчого підбору та розташування матеріалів на сайті виникають нетворчі вебсайти, які авторським правом не охороняються. Для наочності уявімо максимально простий вебсайт, що складається з однієї інтернет-сторінки, де відображається тільки текст, що охороняється авторським правом. Чи потрібна охорона авторським правом такого вебсайта, чи він є об'єктом авторського права, що не охороняється, а лише формою представлення об'єкта, що існує в електронній формі? На це та інші запитання існують різні варіанти відповідей, відповідно до площини вивчення досліджуваного явища та особливостей правового регулювання в певній державі. Значна кількість сучасних вебсайтів переважно складні, що викликає питання щодо їхньої кваліфікації як складних об'єктів інтелектуальних прав. За відсутності творчого наповнення в підборі контенту вебсайт не підлягає охороні авторським правом.

Отже, вебсайт (загалом), з одного боку, не є результатом інтелектуальної діяльності, що окремо охороняється, а з другого — є певною формою представлення результатів інтелектуальної діяльності, що існують в електронній формі, у мережі «Інтернет». З позиції регулювання внутрішніх відносин, що стосуються створення сайта, придбання організатором створення сайта прав на результати інтелектуальної діяльності, що входять до складу сайта, є кваліфікація вебсайта як складного об'єкта інтелектуальних прав. Складна, багатокomпонентна структура вебсайта створює ризик для організатора прогавити будь-який компонент з огляду під час створення сайта. Останнє може спричинити відсутність необхідної концентрації майнових прав і неможливість легального використання об'єкта загалом.

Ураховуючи той факт, що законодавче регулювання передбачає розглядати вебсайт (загалом) на рівні з базами даних як один із видів складового твору (тобто як рівнопорядкові явища одного родового позначення), цей шлях є менш здійсненним у порівнянні з варіантом віднесення сайтів до мультимедійного продукту. Є три типи складових, які притаманні вебсайтам: 1) програмні засоби; 2) адреса в мережі «Інтернет»; 3) інформаційне наповнення. Програмне забезпечення сайта забезпечує функціонування окремого сайта і завантажується на сервер хостінг-провайдера разом із усім вмістом сайта. Це програмне забезпечення частіше за все є власністю вебмайстрів, що створювали сайт. Авторські права на нього в більшості випадків не належать власникові сайта. Крім того, таке програмне забезпечення може бути не унікальним, а використовуватись вебмайстрами для створення інших сайтів.

Унікальною адресою сайта в мережі «Інтернет» є доменне ім'я. Доменне ім'я може частково або

повністю повторювати назву вебсайта або назву фізичної чи юридичної особи, що є його власником. Доменне ім'я (зрозуміло, із певними обмеженнями) може бути зареєстровано як торговельна марка на ім'я; власника сайта. Інформаційне наповнення є унікальною складовою сайта. Саме інформаційним наповненням сайти привертають увагу відвідувачів, і саме воно є найціннішим для власника сайта. Наповнення сайта складається з текстових, графічних і аудіовізуальних матеріалів. Усі вони є об'єктами авторського права, а це означає, що авторські права на них можуть бути зареєстровані окремо. Крім того, майнові і немайнові права на кожний із цих об'єктів можуть належати різним особам. Кожна з цих складових може розглядатись як окремий об'єкт щодо інтелектуальної власності. Крім того, власниками прав інтелектуальної власності на ці складові можуть бути зовсім різні особи. Виходячи з цього визначальними завданнями розвідки є: дати визначення вебсайтові як складному об'єктові інтелектуальної власності, проаналізувати його правовий режим і вивчити проблеми його ідентифікації, облікового відображення і введення в господарський обіг.

Результати дослідження. У створенні вебсайта беруть участь менеджер проекту, вебдизайнер, верстальник, вебпрограміст, контент-менеджер, спеціаліст із контекстної реклами, SEO-фахівець. Таким чином вебсайт — це товар, створений колективом фахівців, що має трудову і ринкову вартість, тобто належить до економічних понять. Товар — це продукт праці, здатний задовольняти будь-яку людську потребу і призначений для обміну. Вебсайт є результатом інтелектуальної діяльності, може мати різні форми вираження, кожна з яких визначає правовий режим цього об'єкта.

Проблематика правової природи вебсайта відображена в дослідженнях, які були особливо актуальними на початку 2000-х років, у ситуації майже повної відсутності законодавчого регулювання вебсайтів цивільним законодавством. Залежно від сукупності елементів, що становлять його зміст, може бути елементарним, тобто відображає лише один контент, що охороняється авторським правом. У такому разі він постає як електронна форма твору, яка не потребує додаткової правової охорони. Іншими словами, в елементарному вебсайті немає творчої складової і він не кваліфікується як самостійний об'єкт інтелектуальної власності, виключне право на нього відсутнє. Вебсайт, що включає на своєму верхньому рівні дизайн сайта, доступний користувачеві, сукупність матеріалів за наявності їхнього творчого підбору або розташування може бути кваліфікований як вид складового твору, інтелектуальні права на який належать його упорядникам (розробникам). Усі ці ознаки характерні для такого виду інтелектуальної власності, як складний об'єкт.



Тому, виходячи з природи і змісту, є підстави розглядати не елементарний вебсайт як складний об'єкт, який за цих умов розвитку інноваційних технологій, у тому числі цифрових, надає найповніший обсяг інтелектуальних прав як особі, яка організувала створення складного об'єкта, так і авторам результатів інтелектуальної діяльності, що входять до його складу. Отож, нині недоцільно виділяти будь-які підстави для надання вебсайтові режиму особливого об'єкта авторських прав. Загалом, таке регулювання найоптимальніше, хоча вимагає подальшого дослідження в розвитку законодавства у сфері складних об'єктів. Щодо вебсайтів, то залишається багато невирішених запитань. З урахуванням вищеописаної інформації, з практичного погляду через те, що визнання вебсайта складним об'єктом інтелектуальних прав неоднозначне з позиції судової практики, єдиним варіантом ефективного передання прав на зазначені об'єкти є докладне перерахування всіх складових компонентів вебсайта, визначення можливого правового режиму їхньої охорони і передання прав на них.

Висновки. Сукупність суспільних відносин, що виникають у процесі господарської діяльності людини в галузі науки, виробництва, розподілу, обміну, споживання і накопичення матеріальних благ,

а також управління цими процесами належить до економічної. Установлено, що вебсайт є продуктом трудової діяльності людей різних спеціальностей, тобто є економічним поняттям. Усі ці ознаки характерні для такого виду інтелектуальної власності, як складний об'єкт. Звісно ж, варто підкреслити, що кваліфікація вебсайта як складного об'єкта чи компоненту складного об'єкта, повною мірою охоплює природу сайтів і дозволяє кваліфікувати вебсайт загалом, у всій сукупності його складових як особливий об'єкт авторських прав.

Перспективи дальших досліджень полягають у ґрунтовних розвідках правового режиму вебсайтів як об'єктів інтелектуальної власності з метою вироблення концепції найбільш оптимального юридичного регулювання останніх. Аналіз можливості використання методичних підходів і методів оцінки інтелектуальної власності для визначення вартості вебсайтів, розроблення методики оцінки вартості вебсайта як складного об'єкта інтелектуальної власності (у т. ч. інтегральний показник), економіко-математична модель узгодження результатів оцінки вебсайта різними методичними підходами, рекомендації щодо передання та захисту прав на вебсайт як складний об'єкт інтелектуальної власності.

Література

1. Digital 2019: global internet use accelerates. *Wearesocial.com*. 2019. URL : <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/01/digital-in-2019-global-internet-use-accelerates>.
2. Drahos P. The injustice of intellectual property. *Intellectual Property Forum: Journal of the Intellectual and Industrial Property Society of Australia and New Zealand*. 2017. № 110. P. 56—57.
3. Masiak C., Fisch C., Block J. H. What drives the intellectual property output of high-tech firms? Regional- and firm-level factors. *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*. Springer International Publishing. 2018. P. 157—175.
4. Mrad F. The effects of intellectual property rights protection in the technology transfer context on economic growth: the case of developing countries. *Journal of Innovation Economics Management*. 2017. № 2. P. 33—57.
5. Wang W. Data analysis of intellectual property policy system based on Internet of Things. *Enterprise Information Systems*. 2020. Vol. 14. № 9—10. P. 1475—1493.

References

1. Digital in 2019: Global internet use accelerates. (2019). *Wearesocial.com*. Retrieved from <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/01/digital-in-2019-global-internet-use-accelerates>.
2. Drahos, P. (2017). The injustice of intellectual property. *Intellectual Property Forum: Journal of the Intellectual and Industrial Property Society of Australia and New Zealand*, 110, 56—57.
3. Masiak, C., Fisch, C., & Block, J. H. (2018). What drives the intellectual property output of high-tech firms? Regional- and firm-level factors. *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*. Springer International Publishing.
4. Wang, W. (2020). Data analysis of intellectual property policy system based on Internet of Things. *Enterprise Information Systems*, 14 (9—10), 1475—1493.
5. Mrad, F. (2017). The effects of intellectual property rights protection in the technology transfer context on economic growth: the case of developing countries. *Journal of Innovation Economics Management*, 2, 33—57.