

Е. А. ЗВЕРЕВА

**ПРАВОВОЙ РЕЖИМ  
ИНФОРМАЦИИ В ОТНОШЕНИЯХ  
С УЧАСТИЕМ СУБЪЕКТОВ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Москва  
ЮСТИЦИНФОРМ  
2008

**Зверева, Е. А.**

З-63 Правовой режим информации в отношениях с участием субъектов предпринимательской деятельности / Е. А. Зверева. — М. : Юстицинформ, 2008. — 400 с.

ISBN 978-5-7205-0931-6.

В системе правоотношений, связанных с современным бизнесом, важное место занимают гражданско-правовые отношения, возникающие в связи с оказанием информационных услуг субъектам предпринимательской деятельности.

В данном монографическом исследовании анализируется правовая конструкция консалтингового, маркетингового и рекламного договоров.

Исходя из смешанного характера этих договоров, автор выявляет в них элементы договоров, предусмотренных Гражданским кодексом Российской Федерации, а также анализирует предмет и цели конкретного типа (вида) договора с учетом специальных сведений из истории консалтинга, маркетинга, рекламы.

Теоретические выводы и практические рекомендации автора могут быть использованы как при заключении договоров соответствующего типа (вида), так и при разрешении споров, связанных с неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств по этим договорам.

Книга адресована субъектам предпринимательской деятельности, студентам и аспирантам юридических специальностей, научным работникам и практикующим юристам.

УДК 347  
ББК 67.404.3

ISBN 978-5-7205-0931-6

© ЗАО «Юридический Дом «Юстицинформ», 2008

Информация всегда играла важную роль в жизни человеческого общества, являясь основой его духовного развития, и любая социальная деятельность есть процесс сбора и обработки информации. В качестве накопленных человечеством знаний информация является гуманитарной ценностью, которая служит формированию человеческой культуры и нравственности, образованию и воспитанию подрастающих поколений.

Научно-технический и социальный прогресс, развитие инновационных технологий привели к возрастанию массива информации, получившему название «информационный взрыв». Наступила эпоха «информационного общества», в котором большинство работающих непосредственно связаны с поиском новых знаний, с получением, накоплением и распространением информации. Возрос интерес к информатизации всех сторон общественной жизни, расширились возможности дистанционного образования, сфера активного использования глобальной компьютерной сети «Интернет».

Экономический потенциал современного государства определяется уровнем развития информационной инфраструктуры. Информация рассматривается как экономическая категория, объект товарно-денежных отношений, товар, который имеет, потребительную и меновую стоимость. Для определения общественного информационного богатства возникло понятие «информационный капитал», используемое в целях денежного отражения затрат и выгод, связанных с производством, хранением, обработкой, передачей и получением информационных ресурсов как запасов, источников информации.

В коммерческом обороте появились производители и потребители информации. Информация как таковая стала приобретаться на основе возмездных гражданско-правовых договоров для использования в процессе осуществления предпринимательской дея-

Deming W.E. Quality, Productivity and Competitive Position / Massachusetts: Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study, 1982.

Hax Arnoldo & Nicolas S. Strategic Management: An Integrative Perspective // Englewood Cliffs, N.-Y.: Prantice-Hill, 1984, chaps 7—9.

Garvin D. Managing Quaity. Free Press, 1988.

Grant H. Performance management in professional firms: a case study // Менеджмент в России и за рубежом: Все о теории и практике управления бизнесом, финансами, кадрами. 1999. № 6. P. 93—97.

Greenly G. Strategic Management. Hemel Hempstead: Prentis-Hall, 1989.

Kubr M. How to Select and Use Consultants. A Client's Guide. Geneva: ILO, 1993.

Lawson R.C. Advertising law. L.: MacDonald&Evans, 1978.

Lumpking B. Operations Management // DMS Distance Learning Workbook, Thaness Valley University, 1992.

Oakland J.S. Total Quality Management. Heinemann, 1989.

Palmer, D. EDI The nuts and the bolts // EDI technology / Ed. M. Giffins. L., 1989.

Tull, Donald S., Hawkins, Del I. Marketing research: Measurement and method: A text with cases. 2-nd ed. New York; London: Macmillan, [1980]. XII, 796 p.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>3</b>
<b>Глава I. ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ИНФОРМАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ И СПЕЦИФИКА ИХ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....</b>	<b>8</b>
<b>§1. Информационные отношения как предмет информационного права .....</b>	<b>8</b>
1.1. Понятие информационного права и особенности информационных отношений.....	8
1.2. Принципы правового регулирования информационных отношений с участием предпринимателей.....	19
1.3. Методы правового регулирования информационных отношений в сфере предпринимательской деятельности .....	24
1.4. Субъектный состав, объект и содержание информационных отношений в сфере предпринимательской деятельности .....	26
1.5. Виды информационных отношений с участием субъектов предпринимательской деятельности .....	38
<b>§2. Эволюция российского законодательства, регулирующего отношения в сфере информационного обеспечения предпринимательской деятельности .....</b>	<b>42</b>
2.1. Система источников информационного права .....	42
2.2. Международно-правовые акты, регламентирующие информационное обеспечение предпринимательской деятельности .....	44
2.3. Правовые акты, принятые в рамках Содружества Независимых Государств (СНГ) .....	51

2.4. Конституция Российской Федерации как важнейший источник информационного права .....	53
2.5. Гражданский кодекс Российской Федерации в системе информационного законодательства .....	55
2.6. Роль специальных законов в правовом регулировании информационного обеспечения .....	57
2.7. Нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, регламентирующие информационные отношения.....	66
2.8. Нормативные акты федеральных органов государственной власти и иные источники информационного права .....	67
2.9. Перспективы развития законодательства, регулирующего информационное обеспечение предпринимательской деятельности .....	70
<b>Выводы .....</b>	<b>73</b>
<b>Глава II. ИНФОРМАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ ЮРИДИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ .....</b>	<b>75</b>
<b>§1. Природа информации, ее свойства и формы существования....</b>	<b>75</b>
1.1. Понятие информации .....	75
1.2. Естественнаучные методы раскрытия сущности информации .....	78
1.3. Философские подходы к определению информации .....	86
1.4. Основные признаки (свойства) и функции информации.....	89
1.5. Информация как экономическая категория и ее значение в современном мире .....	94
1.6. Способность информации служить объектом правовых отношений .....	97
<b>§2. Информация в системе объектов юридических отношений ...</b>	<b>100</b>
2.1. Легальное определение информации .....	100
2.2. Соотношение категории информации с понятиями «информационные ресурсы (продукты, услуги)» .....	102
2.3. Специфика информации как объекта права .....	106

2.4. Критерии отграничения информации от иных объектов права .....	109
2.5. Информация как объект имущественных отношений и особая разновидность имущества .....	134
<b>§3. Критерии установления правового режима информации .....</b>	<b>136</b>
3.1. Понятие правового режима информации .....	136
3.2. Категория доступа к информации .....	139
3.3. Режим тайны, его виды и разновидности .....	142
3.4. Оборотоспособность информации .....	148
3.5. Классификация информации .....	150
<b>§4. Особенности правового режима отдельных видов информации. ....</b>	<b>158</b>
4.1. Информация свободного доступа .....	158
4.2. Коммерческая тайна .....	159
4.3. Служебная тайна .....	165
4.4. Профессиональная тайна .....	169
4.4.1. Банковская тайна.....	171
4.4.2. Адвокатская тайна .....	174
4.4.3. Нотариальная тайна.....	176
4.4.4. Врачебная (медицинская) тайна .....	178
4.5. Персональные данные и другая информация, составляющая тайну частной жизни .....	181
4.6. Государственная тайна .....	187
<b>§5. Роль документа как формы существования информации в юридических отношениях .....</b>	<b>192</b>
5.1. Понятие документа как материального носителя информации.....	192
5.2. Функции документа.....	197
5.3. Общие требования к документам.....	199
5.4. Официальные документы.....	200
5.5. Нормативные правовые акты: действие во времени .....	202

5.6. Понятия «оригинал», «экземпляр» и «копия» документа ....	211
5.7. Форма бумажного документа .....	216
5.8. Природа электронного документа .....	218
5.9. Проблема бездокументарных ценных бумаг .....	233
<b>Выводы .....</b>	<b>236</b>

### Глава III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

#### **ИНФОРМАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ С УЧАСТИЕМ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... 240**

##### **§1. Субъекты информационного обеспечения в сфере предпринимательской деятельности..... 240**

1.1. Профессиональные участники информационных отношений в сфере предпринимательской деятельности ...	241
1.2. Особенности правосубъектности иностранцев в сфере информационного обеспечения .....	245
1.3. Правовой статус обладателей и пользователей информации .....	246
1.4. Лицензирование отдельных видов деятельности в сфере информационного обеспечения .....	250

##### **§2. Система законодательных гарантий, разрешений, предписаний и запретов в области информационного обеспечения .....**

2.1. Конституционные гарантии информационного обеспечения .....	251
2.2. Конституционные ограничения информационных прав ....	254
2.3. Законодательные разрешения, предписания и запреты, адресованные участникам информационных отношений .....	257

##### **§3. Информационные права и обязанности субъектов юридических отношений с участием предпринимателей .....**

3.1. Природа субъективных прав и обязанностей возникающих по поводу информации .....	259
---	-----

3.2. Система информационных прав и обязанностей .....	266
3.3. Права и обязанности, связанные с предоставлением и получением информации в отношениях между государственными органами и субъектами предпринимательской деятельности .....	274
3.4. Информационные права и обязанности участников корпоративных отношений .....	280
3.5. Права потребителей на получение полной и достоверной информации о товарах (работах, услугах) и их производителях .....	282
3.6. Информационные права и обязанности в трудовых отношениях.....	288
3.7. Право на тайну и обязанность ее сохранения .....	291
<b>Выводы .....</b>	<b>295</b>

### **Глава IV. ПРАВОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ОТНОШЕНИЯХ С УЧАСТИЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ .....**

#### **§1. Договоры о передаче информации, составляющей секрет производства (ноу-хау) .....**

1.1. Предмет договора о передаче секрета производства (ноу-хау) .....	296
1.2. Условия договоров, опосредующих передачу прав на секрет производства .....	301
1.3. Исполнение договорных обязательств .....	306

#### **§2. Особенности договоров возмездного оказания консультационных услуг .....**

2.1. Общая характеристика договора .....	309
2.2. Условия договора .....	313
2.3. Исполнение обязательств.....	314

#### **§3. Юридическая природа маркетингового договора .....**

3.1. Понятие договора маркетинга .....	320
--	-----

## Оглавление

3.2. Признаки маркетингового договора .....	322
3.3. Порядок заключения и содержание договора .....	324
3.4. Особенности исполнения обязательств, возникших из маркетингового договора .....	326
<b>§4. Специфика рекламных договоров .....</b>	<b>330</b>
4.1. Понятие рекламы.....	330
4.2. Признаки рекламы .....	334
4.3. Виды рекламы .....	338
4.4. Субъекты рекламной деятельности .....	341
4.5. Система договоров, опосредующих рекламную деятельность .....	346
4.6. Права и обязанности участников рекламной деятельности .....	350
4.7. Исполнение обязательств по оказанию рекламных услуг....	354
<b>Выводы .....</b>	<b>356</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЯ.....</b>	<b>358</b>

**Зверева Елена Арсеньевна**

## **ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ИНФОРМАЦИИ В ОТНОШЕНИЯХ С УЧАСТИЕМ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **ИЗДАТЕЛЬСТВО «ЮСТИЦИНФОРМ»**

(юридическая, экономическая и другая деловая литература;  
журналы «Право и экономика»,  
«Вестник Арбитражного суда города Москвы»)

Главный редактор

*В.А. Вайпан*

Зам. главного редактора

*О.И. Кудрявцева, М.В. Позднякова*

Компьютерная верстка

*К.М. Садретдинова*

Санитарно-эпидемиологическое заключение  
№ 77.ФЦ.15.953.П.000117.06.03 от 25.06.2003

Подписано в печать 25.04.2008. Бумага офсетная.  
Формат 60х90/16. Гарнитура «Ньютон». Печать офсетная. Печ.л. 25.  
Тираж 300 экз. Заказ №

С полным ассортиментом продукции Юстицинформ  
вы можете ознакомиться на сайте издательства в разделе «Прайс-лист»  
<http://www.jusinf.ru>

### **ЗАО «Юридический Дом «Юстицинформ»**

117218, г. Москва, ул. Б. Черёмушkinsкая, 34.

Тел.: (495) 232-1242, 129-0511

E-mail: pravoecon@jusinf.ru

sbyt@jusinf.ru (по вопросам маркетинга и приобретения книг)

WWW: <http://www.jusinf.ru>

Отпечатано в Орехово-Зуевской типографии  
Московская обл., г. Орехово-Зуево, ул. Дзержинского, 1