



<https://doi.org/10.15407/econlaw.2019.02.025>

УДК 346.1

**В.В. РЄЗНІКОВА**, д-р юрид. наук, проф.,  
завідувачка кафедри господарського права юридичного факультету  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна  
 [orcid.org/0000-0003-0149-0710](https://orcid.org/0000-0003-0149-0710)

**І.М. КРАВЕЦЬ**, канд. юрид. наук, доц.,  
доц. кафедри господарського права юридичного факультету  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна  
 [orcid.org/0000-0002-7523-5045](https://orcid.org/0000-0002-7523-5045)

## КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ: ГОСПОДАРСЬКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

**Ключові слова:** товар, товари, види товарів, класифікація товарів, вимоги до класифікації товарів, значення класифікації товарів, правова природа товарів.

*Статтю присвячено класифікації товарів, що перебувають у господарському обороті. Визначено вимоги до класифікації товарів та її значення у сучасних ринкових умовах господарювання. За правовою природою виконано поділ товарів на декілька груп: «товари — майно» (у цій групі особливу увагу приділено підакцизним товарам); «інформація, яка не є об'єктом права інтелектуальної власності»; «товари — послуги»; «товари — результати робіт» (у цій групі особливу увагу приділено розмежуванню понять робота та послуги). За споживчою вартістю та за призначенням товари поділено на: товари виробничого призначення; народного споживання; загального призначення. Кожну з виділених груп докладно розглянуто. Запропоновано детальну класифікацію товарів і за іншими можливими критеріями.*

**Вступ.** Класифікація товарів за різними критеріями може застосовуватися на різних рівнях (макро-, мезо-, мікрорівні) та з різною метою. У сучасних ринкових умовах господарювання вона повинна відповідати таким вимогам: гарантувати повноту охоплення всіх видів товарів, що виробляються та перебувають у обігу; забезпечувати гнучкість класифікації, сутність якої полягає в тому, щоб у перелік товарів можна було за потреби включати нові найменування, не порушуючи загальної системи, враховувати можливі майбутні зміни у номенклатурі та асортименті товарів<sup>1</sup>; сприяти усебічному дослідженню властивостей товарів; сприяти принципам кодування й утворенню короткого шифру товару.

<sup>1</sup> *Товарний асортимент* — група товарів, тісно пов'язаних між собою схожістю функціонування та обороту. Якщо ж, наприклад, підприємство випускає кілька асортиментних груп товарів, то мова йде про товарну номенклатуру. *Товарна номенклатура* — сукупність усіх асортиментних груп і товарних одиниць, пропонує покупцям продавцем. Кількість асортиментних груп, що випускаються підприємством, свідчить про широту товарної номенклатури. Чим їх більше, тим ширша номенклатура товарів, що випускаються. Чим більша кількість товарних одиниць входить в асортиментну групу, тим насиченіша товарна номенклатура.

Основне значення класифікації полягає в тому, що вона дає можливість оцінити раціональність асортименту окремих товарних груп, його відповідність споживчому попиту, планувати розвиток асортименту. Вона допомагає ретельно досліджувати, виявляти та узагальнювати споживчі властивості однорідних груп товарів, розробляти групові методи дослідження та оцінки рівня якості товарів. Це, в свою чергу, сприяє якнайефективнішому правовому регулюванню (з урахуванням специфіки відповідних груп товарів) обігу зазначених товарів.

Загалом класифікація товарів посідає особливе місце в науковій літературі. Як правило, товари, поділяють на дві групи: 1) товари, які використовуються на виробничі потреби (товари виробничого або промислового призначення); 2) товари, основною метою яких є задоволення певної особистої потреби споживачів (споживчі товари, товари широкого вжитку) [1, с. 17]. З такою класифікацією товарів на ринку солідарна більшість авторів: Ф. Котлер, Д. Армстронг [2], Н. Нагапет'янц, Т. Григорчук [3], О. Карпенко, Ю. Верига [4] та ін. У господарсько-правовій літературі питання правової природи та класифікації товарів приділяли значну увагу В.С. Мілаш [5], В.В. Резнікова [6], М.М. Кузьміна [7] та ін.

**Класифікація товарів за їх правовою природою.** За правовою природою товари поділяються на декілька груп [5, с. 10–14].

1. **Товари — майно.** За останні десятиріччя концепція майна зазнала істотних змін і модернізації. Як зазначав Р. Саватьє, трансформація реальних явищ у відповідні поняття не є постійною. Ідея про те, що майном у дійсності є права, не увійшла ще в юридичну свідомість [8, с. 57]. Поняття майна, яке в умовах ринкової економіки набуває властивостей товару, і майнових відносин, розвивається із розвитком і трансформацією економічних відносин. До майна відносять тепер і всі види енергії, сировину, «ідеальні» майнові об'єкти фінансової власності (у тому числі «грошові папери» (облігації, векселі, чеки тощо), документи, що засвідчують право участі у різноманітних товариствах (акції, частки, паї)) тощо.

У законодавстві України термін «майно» використовується у різних значеннях. Наприклад, це конкретна річ чи сукупність речей. Саме про таке майно йдеться у нормах, які визначають предмет договорів купівлі-продажу,

оренди, дарування конкретній особі. Цей термін охоплює сукупність прав, які належать конкретній особі, а також позначає сукупність майнових прав та обов'язків. Мають місце істотні відмінності у тлумаченні поняття «майно» в національному праві України (у цьому випадку цивільно-правове та господарсько-правове визначення поняття «майно» істотно різні) від усталених у практиці Європейського Суду з прав людини (ЄСПЛ). Якщо традиційно інститут права власності в Україні, як і загалом у країнах континентальної системи права, розглядається як правовий масив, що регламентує права стосовно *речей як об'єктів матеріального світу* й цим практично обмежується, то в контексті ст. 1 Першого протоколу до Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод від 20.03.1952 [9], ратифікованого Законом України від 17.07.1997 [10], *майно — це низка інтересів економічного характеру.*

**Цивільно-правовий підхід.** Узагальнене визначення поняття «майно», яке може бути використане у будь-якій сфері суспільних відносин, викладено у ч. 1 ст. 190 Цивільного кодексу України (далі ЦК України) [11]. Майном як особливим об'єктом вважається окрема річ, сукупність речей, а також майнові права та обов'язки. У цьому визначенні річ — «предмет матеріального світу, щодо якого можуть виникати цивільні права та обов'язки» (ч. 1 ст. 179 ЦК України). У главі 54 ЦК України, якою регулюються питання купівлі-продажу, законодавець застосовує поняття «товар» у значенні, тотожному поняттю «майно».

У літературі як основну ваду зазначеного підходу вказують те, що поняття майнових прав і їх вичерпний перелік у ЦК України не визначені. Аналіз змісту ЦК України засвідчує відсутність переліку об'єктивних властивостей майна як товару та умов його обороту на ринку, на якому будь-який економічний інтерес або актив, що дає змогу отримувати прибуток (додаткове майно), є майном (економічним благом). Отже, твердження, що ЦК України спроможний забезпечити адекватне регулювання сучасних приватних економічних відносин, є помилковим. Тому й виникає різниця між європейським та вітчизняним тлумаченням змісту поняття майна [12, с. 56–57]. Особливістю товару є те, що це не просто майно, а майно, призначене та використову-

ване з метою отримання прибутку (додаткового майна), воно має подвійну економічну природу. Це породжує низку деформацій у відносинах між постачальником (продавцем) і покупцем, що безпосередньо пов'язані з ринком та економічною конкуренцією, створюють додаткові об'єкти правовідносин (прибуток та інші економічні блага для суб'єктів господарювання), можливість регулярної реалізації товару та його географію, споживчу якість і взаємозамінність товару, уявлення споживача про товар, безпеку для споживачів і навколишнього середовища, інші умови обороту товарів на ринку, які разом впливають на ціну товару й можуть спотворювати її справедливність, потребують іншого режиму правового регулювання.

*Господарсько-правовий підхід.* Майно у сфері господарювання має певні особливості: до його складу включається специфічний об'єкт — нематеріальні активи, і не входять майнові обов'язки. Відповідно до П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 18.01.1999 [13], п. 1.2. Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку нематеріальних активів, затверджених наказом Міністерства фінансів України від 16.11.2009 [14], нематеріальними активами вважають немонетарні активи, які не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані (незалежно від строку їхнього корисного використання (експлуатації)). Немонетарними активами вважають усі активи, крім грошових коштів, їх еквівалентів та дебіторської заборгованості у фіксованій (або визначеній) сумі грошей. Згідно з ч. 1 ст. 1 Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006, під нематеріальними активами розуміють «об'єкт (об'єкти) права інтелектуальної власності, а також інші аналогічні права, визнані в порядку, встановленому законодавством, об'єктом права власності»; вони мають вартісний характер; їх виробляють та використовують у діяльності суб'єктів господарювання; їх відображають у балансі суб'єктів господарювання або в інших формах обліку майна, передбачених законом [15]. Отже, ч. 1 ст. 139 Господарського Кодексу України визначає майно як сукупність речей та інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне визначення, виробляються чи викорис-

товуються у діяльності суб'єктів господарювання та відображаються в їхньому балансі або враховуються в інших передбачених законом формах обліку майна цих суб'єктів [16]. Складовою майна суб'єктів господарювання визнають товари у вигляді виробленої продукції (товарних запасів), виконаних робіт та послуг.

*Підхід, сформований практикою Європейського Суду з прав людини (ЄСПЛ).* Розглянемо співвідношення понять «майно» у національному законодавстві України та «економічний актив» у практиці ЄСПЛ. Поняття «майно» ЄСПЛ визначає як таке, що має автономний характер та не обмежується речами, що знаходяться у власності, і не залежить від формальної кваліфікації у національному законодавстві України. Відповідно, поняття «економічний актив» у практиці ЄСПЛ є ширшим за поняття «майно» у розумінні національного законодавства України та охоплює низку об'єктів, які не кваліфікуються як об'єкти речового права у національному законодавстві (зокрема обґрунтовані очікування, повноваження щодо виконання судових рішень, гудвіл, внески до фінансово-кредитних установ тощо). У зв'язку з цим Д.В. Новіков обґрунтував висновок про можливість розуміння власності у широкому (економічному) значенні, до складу якої входять будь-які матеріальні і нематеріальні блага, здатні бути об'єктами економічного та іншого товарообігу, та у вузькому (юридичному) значенні, до складу якого виходять лише ті блага (речі, майно), на які поширюються норми інституту права власності, передбачені, зокрема, у розд. 1 кн. 3 ЦК України «Право власності» та в ст. 17 Хартії основних прав Європейського Союзу [17, с. 5].

Алгоритмом розгляду справи в ЄСПЛ передбачено насамперед з'ясування питання про застосовність тієї статті Європейської конвенції з прав людини, про порушення якої твердять заявники. Як правило, у процесі розгляду цього питання постає інше: чи стосується справа «майна» в розумінні ст. 1 Першого протоколу до Конвенції [18; 19]? І вже після визнання застосування цієї статті у конкретній справі ЄСПЛ з'ясовує: чи мало місце втручання в право заявника мирно володіти своїм майном, а також чи було воно виправданим, тобто законним, таким, що відповідало легітимній меті, та пропорційним. ЄСПЛ розглядав справи щодо порушення права власності,

у яких об'єктами спору були: усе «власне» майно особи, тобто наявне майно (*existing possessions*) [20]; нерухомість, зокрема маєтки, земельна ділянка та будинок, будинки та інша нерухомість [21]; рухоме майно [22]; кошти, належні заявникам на підставі судових рішень, які є остаточними та підлягають виконанню [23]; «активи», які можуть виникнути, зокрема, на підставі позову про відшкодування шкоди, яка виникає після її заподіяння [24]; приватновласницькі інтереси, визнані відповідно до національного права [25]; акції компаній; гудвіл (*goodwill*) — накопичені нематеріальні активи підприємства, що включають його найменування, репутацію, ділові зв'язки (у тому числі клієнтуру), товарні знаки тощо; власність фірми [26]; інше «майно», що становить «економічну цінність», зокрема необхідні для здійснення підприємницької діяльності дозволи та ліцензії [27]. Загалом, як і поняття «цивільних прав і обов'язків», концепція «майна» в розумінні ст. 1 Першого протоколу до Конвенції має автономне значення, тобто не обмежується власністю на матеріальні речі та не залежить від формальної класифікації у внутрішньому праві: певні інші права та інтереси, що становлять активи, також можна вважати «правом власності», і, відповідно, «майном» [28]. Отже, з'ясуовуючи зміст поняття «майно», недостатньо керуватися національним законодавством держав — учасниць Конвенції. Щоб вирішити питання щодо застосування ст. 1 Першого протоколу до Конвенції до конкретної справи, ЄСПЛ повинен з'ясувати, чи обставини справи загалом надають заявнику право на самостійний інтерес, що захищається цією статтею [29]. Аналізуючи практику розгляду ЄСПЛ справ щодо порушення права володіння майном, можна зробити висновок, що поняття «майно», як і «власність» має досить широке тлумачення й охоплює цілу низку економічних інтересів (активів) — як матеріальних, так і нематеріальних.

У групі «товари — майно» особливе місце займають **підакцизні товари**. Для того, щоб товар (продукцію) ідентифікувати як підакцизний, його потрібно класифікувати згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД). УКТЗЕД — це систематизований перелік товарів, який включає код товару, його найменування, оди-

ницю виміру та обліку і складається з: 1) набору кодів товарів; 2) описів товарів, які відповідають цим кодам; 3) правил і пояснень класифікування товарів за тими чи іншими кодами. В УКТЗЕД товари систематизовано за розділами, групами, товарними позиціями, товарними підпозиціями. Суть класифікації товарів полягає у тому, що кожному товару, який переміщують через кордон, надають десятизнаковий код. Для докладнішої товарної класифікації використовують сьомий, восьмий, дев'ятий та десятий знаки цифрового коду. Структура десятизнакового цифрового кодового позначення товарів в УКТЗЕД така: код групи (перші два знаки), товарної позиції (перші чотири знаки), товарної підпозиції (перші шість знаків), товарної категорії (перші вісім знаків), товарної підкатегорії (десять знаків) [30]. Це дає змогу однозначно ідентифікувати товар, визначити ставку мита та заходи контролю, які потрібно застосувати. Окрім цього, код спрощує ведення митної статистики: кожному коду товару відповідає певна ставка мита. УКТЗЕД разом зі ставками мит складають Митний тариф України, затверджений Законом України «Про Митний тариф України» [31]. З метою забезпечення єдиного тлумачення і застосування УКТЗЕД в Україні запроваджено Пояснення до УКТЗЕД, затверджені наказом ДФС України від 09.06.2015 № 401 «Про затвердження Пояснень до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності» [32]. *Правильне визначення коду товару має велике значення, оскільки від цього безпосередньо залежить розмір ставки акцизного податку*. Перелік підакцизних товарів та їхні коди згідно з УКТЗЕД наведено у ст. 215 Податкового кодексу України (далі ПК України) [33]. Пп. 14.1.145 п. 14.1 ст. 14 ПК України визначено, що *підакцизні товари (продукція)* — це товари за кодами згідно з УКТЗЕД, на які Кодексом встановлено ставки акцизного податку. До підакцизних товарів належать: спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво; тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну; нафтопродукти, скраплений газ; автомобілі легкові, кузови до них, причепа та напівпричепа, мотоцикли. Перелік підакцизних товарів визначено п. 215.1 ст. 215 ПК України. Платниками акцизного податку є: особа, яка виробляє підакцизні товари (продукцію) на митній тери-

торії України, у тому числі з давальницької сировини; особа — суб'єкт господарювання, яка ввозить підакцизні товари (продукцію) на митну територію України; фізична особа — резидент або нерезидент, яка ввозить підакцизні товари (продукцію) на митну територію України в обсягах, що підлягають оподаткуванню, відповідно до митного законодавства; особа, яка реалізує конфісковані підакцизні товари (продукцію), підакцизні товари (продукцію), визнані безхазяйними, підакцизні товари (продукцію), за якими не звернувся власник до кінця строку зберігання, та підакцизні товари (продукцію), що за правом успадкування чи на інших законних підставах переходять у власність держави, якщо ці товари (продукція) підлягають реалізації (продажу) в установленому законодавством порядку; особа, яка реалізує або передає у володіння, користування чи розпорядження підакцизні товари (продукцію), що були ввезені на митну територію України зі звільненням від оподаткування до закінчення строку, визначеного законом; особа, на яку покладається дотримання вимог митних режимів, що передбачають звільнення від оподаткування, у разі порушення таких вимог; особа, на яку покладається виконання умов щодо цільового використання підакцизних товарів (продукції), на які встановлено ставку податку 0 грн за 1 літр 100 % спирту, 0 євро за 1000 кг нафтопродуктів у разі порушення таких умов; особа, на яку у разі здійснення операцій із підакцизними товарами (продукцією), які не підлягають оподаткуванню або звільняються від оподаткування, покладається виконання умов щодо цільового використання підакцизних товарів (продукції) у разі порушення таких умов; замовники, за дорученням яких виробляються підакцизні товари (продукція) з давальницької сировини, сплачують податок виробнику. Перелік платників акцизного податку визначений ст. 212 ПК України.

Класифікація товарів справляє безпосередній вплив на визначення конкретної ставки мита у процесі заходів митно-тарифного регулювання. В умовах зростання товарного різноманіття на світових ринках оптимально диференційована товарна номенклатура є основою митного тарифу та визначає його регулювальний потенціал [34]. Перші рекомендації з приводу уніфікації товарних номенклатур

різних країн із метою узагальнення статистики у сфері міжнародної торгівлі були зроблені в рамках Міжнародного статистичного конгресу 1853 р. у м. Брюссель. Але лише 1913 р. за ініціативи Економічної ради Ліги Націй було створено першу товарну номенклатуру. Недостатня деталізація вказаної номенклатури призвела до її перегляду та створення у 1938 р. нової, що отримала назву Мінімального переліку товарів для статистики світової торгівлі. До 1990-х років найпоширенішими у системі митного регулювання міжнародних торговельних відносин стали Єдина товарна номенклатура зовнішньої торгівлі країн-членів РЕВ, Стандартна міжнародна торговельна класифікація ООН та номенклатура Ради митного співробітництва, або Брюссельська митна номенклатура, яка склала основу побудови Комбінованої номенклатури Європейської економічної співдружності (1988) і Гармонізованої системи опису і кодування товарів (ГСОКТ). Розробка ГСОКТ почалась у 1970 р. і тривала більше 10 років. Такий термін був зумовлений багатогранністю поставлених у межах створюваного документа завдань. Нова номенклатура мала бути придатною як для митних, так і для статистичних цілей, максимально деталізованою та зіставною у рамках міжнародних торговельних відносин [35, с. 444—449]. У червні 1983 р. було завершено створення ГСОКТ. У національну систему зовнішньоекономічної діяльності ГСОКТ було введено Указом Президента від 17.05.2002 № 466/2002 «Про приєднання до Міжнародної конвенції про гармонізовану систему опису та кодування товарів» [36]. Застосовують ГСОКТ на сьогодні у майже 200 країнах світу. Країни, що ввели норми ГСОКТ у національне законодавство, не беруть на себе жодних зобов'язань щодо ставок мита, але зобов'язуються не змінювати класифікацію та код товарів на рівні перших шести знаків. Загалом, товарна номенклатура, яка застосовується переважно для митно-тарифного регулювання, має досить універсальний характер і використовується не лише для стягнення мита, а й для ведення статистики зовнішньої торгівлі; визначення кола товарів, на які поширюються певні обмеження чи субсидії; визначення номенклатури підакцизних товарів чи товарів, до яких надаються пільги в оподаткуванні ПДВ; визначення правил походження чи публікації пропозицій публічних закупівель [37, с. 56].

Для уникнення випадків неправильної класифікації товарів у зовнішньоекономічних операціях ГСОКТ і УКТЗЕД складається із трьох функціональних компонентів: текстового опису угруповань та їх цифрового позначення (коду) — безпосередньої номенклатури товарів; приміток до розділів і груп товарної номенклатури; основних правил інтерпретації класифікації товарів. Текстовому опису УКТЗЕД відповідають шість рівнів деталізації: розділи, групи, позиції, підпозиції, категорії, підкатегорії, що ґрунтуються на конкретних характеристиках товарів, суттєвих для зовнішньоторговельних відносин, і спрямовані від загального до конкретного. Об'єктом класифікації в УКТЗЕД є вся множина товарів, що перемішуються в міжнародній торгівлі, а формування товарних груп відбувається за принципом: від сировини та напівфабрикатів до готових виробів. Формування товарних позицій і підпозицій часто відбувається за власною послідовністю ознак [38]. Згідно із взятими Україною на себе зобов'язаннями за Міжнародною конвенцією про гармонізовану систему опису та кодування товарів, на рівні шести знаків товарного коду УКТЗЕД повністю відповідає ГСОКТ, на рівні восьми знаків — Комбінованій номенклатурі Європейського Союзу. Дві останні цифри коду введені для визначення національних особливостей класифікації товарів.

**2. Інформація, яка не є об'єктом права інтелектуальної власності** (яка, зокрема, набуває матеріального втілення у маркетингових і бізнес-планах, інвестиційних проектах, висновках експертів, проектних пропозиціях, звітах тощо).

У більшості випадків така інформація є товаром (благом) за договорами про надання інформаційних послуг. Інформаційні послуги (англ. *information services*) — це послуги, орієнтовані на задоволення інформаційних потреб користувачів, а також дії суб'єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами (Закон України від 04.02.1998 № 74/98-ВР «Про Національну програму інформатизації» [39]). Це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності з доведення інформаційної продукції до споживачів із метою задоволення їх інформаційних потреб. Водночас це здійснення певного технологічного процесу науково-інформаційної ді-

яльності й доведення отриманого кінцевого результату до споживачів задля задоволення їхніх інформаційних потреб (Наказ Держкомстату та Міннауки України від 07.08.1998 № 272/219 «Про затвердження типових форм первинного обліку науково-інформаційної діяльності та Інструкції про порядок їх використання і застосування» [40]), дії суб'єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами, у тому числі фінансовими, маркетинговими, транспортними, освітянськими, телемедицині тощо (Наказ Держкомзв'язку та інформатизації від 06.06.2003 № 97 «Про затвердження Методики визначення належності бюджетних програм до сфери інформатизації» [41]).

Результатом інформаційної діяльності є інформаційний продукт, який з'являється на ринку у вигляді інформаційних товарів і послуг. Унаслідок застосування інформаційних технологій до інформаційних ресурсів створюється певна нова інформація або інформація в новій формі. Це продукція інформаційних систем та інформаційних технологій, яка називається інформаційними продуктами і послугами. Тлумачення терміна «інформаційний продукт» не є однозначним. Це знову ж таки пояснюється складністю, новизною і недостатнім опрацюванням економічних аспектів інформатизації та інформаційного виробництва як складової суспільного виробництва. Відповідно до ст. 23 Закону України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ «Про інформацію», інформаційна продукція — матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин. Інформаційною послугою є діяльність із надання інформаційної продукції споживачам з метою задоволення їхніх потреб [42]. Інформаційна продукція та інформаційні послуги є об'єктами правових відносин, що регулюються законодавством України. З позицій виробника інформаційний продукт — це сукупність даних, сформована виробником для поширення у речовинній або нематеріальній формі. Базою для створення інформаційних продуктів є інформаційні ресурси. Поняття «інформаційний ресурс» — нова економічна категорія. Інформаційні ресурси — це весь обсяг знань, відчужених від їхніх творців, зафіксованих на матеріальних носіях і призначених для суспільного вико-

ристання. До інформаційних ресурсів України входить вся належна їй інформація, незалежно від змісту, форм, часу і місця створення.

Інформаційний продукт може розповсюджуватися у такі самі способи, як і будь-який інший матеріальний продукт, — за допомогою послуг.

Інформаційна послуга — це отримання і надання у розпорядження користувача інформаційних продуктів. Із позицій виробника інформаційна послуга охоплює дії суб'єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами. У вузькому значенні інформаційну послугу часто трактують як послугу, отримувану за допомогою комп'ютерів, хоча насправді це поняття є набагато ширшим. Інформаційну сутність мають і інші послуги, зокрема консалтингові, маркетингові, аудиторські тощо. Інформаційна складова цих послуг полягає в тому, що саме інформація є одночасно об'єктом впливу виконавця послуг (діяльність виконавця спрямована на зміну стану інформації — збір, систематизація, аналіз) та має ефектом результативності (результатом діяльності виконавця є новий інформаційний продукт, який набуває споживчої та мінової вартості).

Інформаційна сутність консалтингових послуг впливає із самого значення слова «консалтинг» (від англ. *consult* — консультиватися, отримувати пораду спеціаліста), яке дає підстави розглядати терміни «консультаційні послуги» та «консалтингові послуги» як синоніми. Економісти визначають консалтинг як професійну діяльність, що здійснюється професійними консультантами та спрямована на обслуговування потреб комерційних і некомерційних організацій у консультаціях, навчанні, дослідницьких роботах з проблем їх функціонування та розвитку. В економічному контексті поняттям «консультаційні (консалтингові) послуги» охоплено певні види професійних послуг: аудиторські, маркетингові, юридичні тощо. Вважаємо, що *консалтинг (консалтингова діяльність)* — це вид господарської діяльності, що полягає у наданні суб'єктом господарювання (консультантом) консалтингових послуг фізичній або юридичній особі (замовнику) на підставі договору щодо кола питань, стосовно яких у діяльності замовника виникає нагальна потреба і які потребують спеціальних знань. Європейський показник консуль-

тантів з менеджменту містить вісім груп і об'єднує понад вісімдесят консалтингових послуг. До груп консалтингових послуг належить: управління (послуги, пов'язані з управлінням бізнесом); адміністрування (послуги, пов'язані з оцінкою ефективності технічного забезпечення роботи); фінансове управління (послуги, пов'язані з оцінкою фінансово-економічної складової ведення бізнесу); управління персоналом (послуги з роботи з кадрами); маркетинг (послуги, що забезпечують відносини з громадськістю, позиціонування на ринку та вирішення питань збуту); виробництво (послуги, пов'язані з промисловим інжинірингом та матеріальним забезпеченням бізнесу); інформаційні технології (питання впровадження інформаційних технологій у господарську діяльність); спеціалізовані (послуги, що не увійшли до інших груп: навчальне консультивання, екологічний, інформаційний та юридичний консалтинг). Наведена класифікація охоплює лише основні напрями, тому говорити про те, що інших видів консалтингу не існує, не можна [43]. В основу вироблення класифікації консалтингу можна покласти критерій часу і виділити: разовий (проектний), коротко- та довгостроковий і абонементний консалтинг. Залежно від предмета консалтингу можна виокремити консалтингові послуги у сфері економіки, права, управління та інновацій, у виробничій, культурній, інформаційній сфері тощо.

Згідно зі ст. 1 Закону України від 21.12.2017 № 2258-VIII «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», аудиторські послуги — це аудит, огляд фінансової звітності, консолідованої фінансової звітності, виконання завдань з іншого надання впевненості та інші професійні послуги, що надаються відповідно до міжнародних стандартів аудиту [44]. Аудиторські послуги можуть надаватися у формі аудиторських перевірок (аудиту) та пов'язаних із ними експертиз, консультацій з питань бухгалтерського обліку, фінансової звітності, оподаткування, аналізу фінансово-господарської діяльності та інших видів економіко-правового забезпечення підприємницької діяльності фізичних та юридичних осіб. Результатом надання аудиторських послуг у формі аудиту є інформація про стан бухгалтерського обліку і фінансової звітності замовника, їхню достовірність, повноту і відповідність чинно-

му законодавству та нормативам, а щодо аудиторських послуг у формі консультацій — інформація як професійна порада з питань бухгалтерського обліку, звітності, оподаткування тощо. Виконання аудитором (аудиторською фірмою) договору засвідчується актом приймання-передачі аудиторського звіту або іншого офіційного документа як засобу фіксації інформації, що є результатом надання аудиторських послуг (відповідно, об'єктом договору). Аудиторський звіт — документ, підготовлений суб'єктом аудиторської діяльності за результатами аудиту фінансової звітності (консолідованої фінансової звітності) відповідно до міжнародних стандартів аудиту. В юридичній літературі *послуги у сфері аудиту* визначені як комплекс послуг, що можуть бути надані винятково аудиторськими фірмами та незалежними аудиторами у вигляді виконання завдань із надання впевненості та супутніх послуг [45, с. 3].

Специфічним видом аудиторської діяльності є еколого-аудиторська діяльність, правову основу провадження якої визначає Закон України від 24.06.2004 № 1862-IV «Про екологічний аудит» [46]. Результатом проведення екологічного аудиту є інформація про фактичний стан об'єкта екологічного аудиту, включаючи оцінку ефективності та достатності його природоохоронної діяльності, систем управління навколишнім середовищем, стану природоохоронного обладнання та споруд, зокрема, час установлення, амортизація, придатність, про збитки, заподіяні навколишньому природному середовищу, стан статистичної та іншої звітності з охорони навколишнього природного середовища на предмет відповідності її фактичним економічним показникам. Інформація, що є об'єктом даного договору, надається замовникові послуг економічного аудиту у формі звіту як засобу її фіксації. Організаційно-правові засади здійснення екологічного аудиту в Україні регулюють Закони України «Про екологічний аудит» і «Про охорону навколишнього природного середовища» [47], ДСТУ ISO 19011:2003 «Настанови щодо здійснення аудитів систем управління якістю і (або) екологічного управління» (втрапив чинність) [48], ДСТУ ISO 14001:1997 «Система управління навколишнім середовищем» [49]. У Законі України «Про екологічний аудит» зазначено, що екологічний аудит може бути внутрішнім і зовнішнім. Внутрішній еколо-

гічний аудит об'єкта проводиться на замовлення його власника, органу державної влади, уповноваженого на управління ним, для власних потреб. Зовнішній екологічний аудит здійснюється на замовлення інших заінтересованих суб'єктів (місцеві органи влади, громадські організації та ін.).

Поняття «маркетингові послуги» (або «маркетингові дослідження») можна зустріти у низці нормативно-правових актів, проте в жодному з цих актів не розкрито його зміст. Аналіз деяких нормативно-правових актів щодо питань інноваційної діяльності, зокрема Закону України від 04.07.2002 № 40-IV «Про інноваційну діяльність» [50], Закону України від 08.09.2011 № 3715-VI «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [51] та ін., дає підстави вважати, що зміст маркетингових послуг утворюють дії щодо збору, обробки та систематизації певної інформації з використанням наукових прийомів і методів. Результатом таких послуг може бути інформація, приміром, про доцільність чи недоцільність упровадження у певне виробництво конкретної технології. До маркетингових послуг належать і послуги: з розміщення продукції в місцях продажу; вивчення, дослідження та аналізу споживчого попиту; унесення продукції (робіт, послуг) до інформаційних баз продажу; збирання та поширення інформації про продукцію (роботи, послуги). Маркетингові дослідження — це вивчення питань, які стосуються маркетингу. Метою такого вивчення є отримання маркетингової інформації у вигляді характеристики ринку, висновків і рекомендацій для подальшого упровадження в господарську діяльність і, відповідно, досягнення поставлених цілей і завдань.

На договірній основі здійснюється практична діяльність професійних оцінювачів (суб'єктів господарювання) з оцінки майна. За результатами надання послуг з оцінки майна складається звіт, що містить інформацію про оцінку майна, вимоги до змісту та оформлення якого встановлюються Законом України від 12.07.2001 № 2658-III «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [52], положеннями (національними стандартами) з оцінки майна.

3. **Товари — послуги.** Державним класифікатором продукції та послуг (ДКПП) [53], який є систематизованим зведенням назв угруповань



продукції та послуг, кодування яких побудовано на ієрархічній системі класифікації (розроблено відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 04.05.1993 № 326 «Про Концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку і статистики» [54]), *послуга* визначена як наслідок взаємодії між постачальником та споживачем і внутрішньої діяльності постачальника для задоволення потреб споживача. Таке визначення ґрунтується на визнанні послуги результатом діяльності її виконавця без проведення розмежування між послугами та роботами. ЦК України (розд. III, присвячений об'єктам цивільних прав) хоча й виходить із доцільності розмежування цих понять, однак не розкриває їх змісту. Він зараховує до системи об'єктів цивільних прав, поряд із іншими об'єктами, результати робіт та послуги, проте залишає відкритим питання про іпостась, у якій останні входять до цієї системи. Нагадаємо, що об'єктами суб'єктивних прав є явища (матеріальні або нематеріальні субстанції) та процеси об'єктивної дійсності, які становлять блага, що здатні задовольняти потреби носіїв цих суб'єктивних прав. Економісти виходять із наявності чотирьох умов для набуття явищами та процесами об'єктивної дійсності, в усьому різноманітті форм їхнього існування, характеру блага: 1) потреби учасників суспільних відносин у них; 2) властивостей, що дають змогу поставити їх у причинний зв'язок із задоволенням цієї потреби; 3) пізнання учасниками суспільних відносин причинно-наслідкового зв'язку; 4) дійсної можливості їх застосування для задоволення таких потреб. Об'єктами суб'єктивних прав є тільки блага, що є предметом потреб, на підставі яких сформувався інтереси учасників суспільних відносин, реалізація їх забезпечена правом (саме наділення учасників суспільних відносин суб'єктивними правами є формою визнання їхніх інтересів, сформованих унаслідок таких потреб).

Попри дискусію щодо сутності послуг, їх місця в нормативному регулюванні, у економічній, цивілістичній та господарсько-правовій доктрині від 1970-х рр. досі відсутнє як адекватне легальне, так і єдине (уніфіковане) доктринальне визначення поняття «послуга». Вважаємо, що для цілей господарського обороту є прийнятним запропоноване В.В. Рез-

ніковою визначення поняття *послуги* як юридичної та / або фактичної дії (сукупності дій) суб'єкта господарювання — послугонадавача, яка не пов'язана зі створенням упредметного результату (матеріального блага), результатом якої є певний корисний ефект (відповідне нематеріальне благо), що є матеріально невідчутним (не передбачає переходу права власності); має споживчу вартість; задовольняє потреби іншого учасника господарських відносин — послугоотримувача; є невіддільним від самої дії (сукупності дій) та невичерпним; не може зберігатись; має диференційовану якість, споживається у процесі надання самої послуги [55—57].

Послугі властиві:

1. Корисний ефект — її особлива споживча вартість, здатність задовольняти потреби окремих суб'єктів (послугоотримувачів). Він може виявлятися або в результаті, або в дії. Ефект (результат) виявляється внаслідок надання послуги. Раніше, в умовах ненасиченого ринку, виробник, продавець, послугонадавач не турбувалися про те, чи повною мірою за допомогою товару та / або послуги задовольняються потреби покупців, послугоодержувачів. Будь-який товар, що хоч якимось чином задовольняв потреби, користувався попитом. Однак із насиченням сучасного ринку товарами, послугами, з розвитком конкуренції, помітним стало загострення конкурентної боротьби за право задовольняти ту чи іншу потребу. Товаровиробники та послугоодержувачі стверджують, що продають вже не товар (у т. ч. послугу), а можливість задоволення потреб. Кожна послуга спрямована на задоволення конкретних потреб. Корисний ефект послуги, таким чином, полягає у її властивості задовольняти потреби.

2. Невіддільність від джерела (синхронність надання й отримання послуги). Послуга має споживатися в процесі її надання, у разі здійснення певних дій чи бездіяльності. На відміну від послуги, для більшості товарів процеси вироблення і споживання незалежні. Прийняття послуги замовником і процес її надання виконавцем відбуваються одночасно. Отримати послугу до моменту, з якого почався процес її надання, неможливо, так само як і прийняти послугу після того, як її було надано. Лише в деяких випадках ефект від послуги може настати після певного періоду з моменту

її надання. Послугу, на відміну від товару як речі матеріального світу, не можна виробити на майбутнє, складувати, зберігати. Якщо попит на послуги стає більшим за пропозицію, то цього не можна виправити, змінити, на відміну від сфери торгівлі матеріальними цінностями. Одночасність надання послуги та її споживання зумовлюють іншу ознаку послуги — неможливість її зберігання. Послуга не передбачає заволодіння будь-чим. Відсутність уречевленого результату послуги можна вважати основним кваліфікаційним критерієм розмежування таких об'єктів господарського обороту, як робота та послуга.

3. Непомітність, невідчутність (її не можна взяти в руки, зберігати, транспортувати, складувати). Послугу не можна: транспортувати як будь-який інший товар, оскільки вона нематеріальна; зберігати з метою її подальшої реалізації чи використання; накопичувати як будь-який інший товар споживання чи якусь річ. Невідчутність, непомітність послуги полягає у тому, що споживання послуги не передбачає права власності на неї, на відміну від товару в розумінні його як матеріальної субстанції (речей). Вона має «цільове призначення», оскільки замовник використовує лише одну з правомочностей власника — користування. Особливої значущості ця ознака набуває тоді, коли послуга розглядається саме як дія (діяльність). Невідчутність послуги розкривається не через відсутність якого-небудь конкретного результату, а через відсутність у послугоотримувача можливості наперед його побачити, спробувати, перевірити, відчутти до моменту набуття.

4. Нематеріальність — проявляється в тому, що її не можна продемонструвати послугоотримувачеві до моменту надання послуги. Товар, коли ним є певна річ, матеріальна цінність, можна оглянути, оцінити, порівняти із конкурентним товаром до моменту його придбання. Послугоотримувач не має такої можливості.

Треба розрізнити послугу як діяльність та засоби здійснення діяльності. Засобами здійснення діяльності є інструменти, що використовуються у процесі виконання діяльності, — надання послуги. Носії інформації будуть у таких правовідносинах лише засобами здійснення діяльності, інструментами, що використовуються суб'єктом у процесі її надання. З економічної точки зору носії інформації

та / або певний письмовий, паперовий носій сам собою, у відриві від інформації, яку він несе, не має споживчої вартості. Споживчою вартістю наділені послуги, а спосіб їх вираження (усний, письмовий, електронний) не змінює економічної сутності договірних відносин. Процес створення особою споживчої вартості послуги досить складний, оскільки він може супроводжуватися елементами, що мають і матеріальну форму. Однак економічну цінність (інтерес) для замовника становить не матеріальний носій, а записана на ньому інформація.

5. Якість, диференційованість якості послуги (залежить від кваліфікації виконавця). Йдеться про те, що якщо кінцевий результат (коли такий існує) і не настав, то це не свідчить про неякісність надання послуги. Якість послуги характеризується непостійністю, диференційованістю або взагалі відсутністю як такої. Якість результату надання послуги виконавець такої послуги не може наперед гарантувати (в основі такої презумпції лежить суб'єктивний фактор).

Це загальне правило з господарсько-правової точки зору, як і презумпція негарантованості результату надання послуги, мають свої вади, оскільки остання не відповідає генеральній меті всієї господарської діяльності, коли послуга надається суб'єктам господарювання у процесі провадження діяльності її професійними виконавцями. Для осіб, які надають послуги у процесі господарювання, потрібно встановити суворіші приписи (професійні надавачі послуг не тільки повинні гарантувати досягнення обумовленого зобов'язанням результату, а й нести господарсько-правову відповідальність за недосягнення заздалегідь обумовленого сторонами результату, що базується на презумпції їх вини у разі недосягнення результату, тобто відповідальність виконавця — суб'єкта господарювання — повинна наставати, якщо він не доведе, що ним було ужито всіх залежних від нього заходів для недопущення правопорушення, яким є відсутність гарантованого результату послуги).

Категорія «якість послуги» не отримала розгорнутого тлумачення чи визначення ні в економічній, ні в юридичній літературі. Незаперечним залишається той факт, що і у сфері господарського обороту, коли послуга надається професійним виконавцем, у рамках під-

приємництва, її якість все ж буде диференціюватись залежно від причин як суб'єктивного (ділових зв'язків, професійного досвіду виконавця послуги тощо), так і об'єктивного характеру. Недоліком чинного господарського законодавства є відсутність нормативного визначення поняття «якість послуги». Правило про якість послуги можна сформулювати в такий спосіб: якість послуги має відповідати умовам договору або положенням нормативних актів, а за їх відсутності — звичаям ділового обороту або інших висунутих вимог. Такі властивості послуг, як їхня невідчутність і неможливість зберігатись, прямо пов'язані з економічною природою послуг і тим фактом, що якість послуги є нестабільною, диференційованою, залежить від процесу її надання та сприйняття, споживання. Управління якістю послуг є одним із найгірше розроблених розділів теорії управління якістю у сфері господарського обороту. Усталена світова практика управління якістю до недавнього часу була зорієнтована виключно на такий об'єкт господарського обороту як продукція, хоч міжнародні стандарти досить широко регламентують поняття продукції як результату діяльності та / або процесів. Для мінімізації ризику замовника, зумовленого непостійністю якості послуги, суб'єкти господарювання, що здійснюють постійну господарську діяльність у сфері послуг (надання послуг є основним видом їх діяльності), запроваджують стандарти обслуговування, покликані гарантувати встановлений рівень якості. Нерозробленість наукової проблеми управління якістю послуг призвела до того, що в законодавчих конструкціях проблемі якості послуг приділено мало уваги. У гл. 63 ЦК України «Послуги. Загальні положення» немає жодної згадки про якість надання послуг. Зважаючи на невідчутність послуги, мінливість її якості, неможливість оцінки якості послуги до моменту її надання, актуальним є питання щодо ризику замовника, а також розгляд способів, шляхів мінімізації цього ризику.

6. Ексклюзивність — будь-яку послугу надає конкретний виконавець (частину діяльності, яку можна виконувати за допомогою певного механізму, варто розглядати лише як певний етап, що не можна відокремити від діяльності виконавця). Послуга тісно пов'язана з конкретним суб'єктом правовідносин — вико-

навцем, а оскільки всі виконавці є різними, характеризуються різними суб'єктивними ознаками, то властивість невіддільності обумовлює специфічну ознаку послуги — її ексклюзивність, яка трактується іноді як мінливість, змінність послуги, зумовлена тим, що вона не постійна й залежить від того, хто, коли, де і як її надав. На послугу, окрім виконавця, безпосередньо впливає і послугоодержувач: він її індивідуалізує, спрямовує, подає в обіг і впливає своїми якостями на її результат. Від ступеня засвоєння послуги послугоодержувачем залежить рівень ефекту, який вона спричиняє, породжує. Це означає, що послугоодержувач може впливати на корисність послуги. Корисні властивості послуги можуть себе виявити тільки через особу, якій її надано, впливаючи на її матеріальний, правовий чи інший стан.

7. Неможливість зберігання послуги з метою подальшої її реалізації чи використання.

8. Невичерпність (незалежно від кількості разів її надання, її власні кількісні характеристики не змінюються).

Отже, результатом послуги є певний корисний ефект, відповідне нематеріальне благо, що характеризується матеріальною непомітністю (тобто невідчутністю, оскільки споживання послуги не передбачає переходу права власності на неї), має споживчу вартість і задовольняє потреби послугоотримувача, є невіддільним від свого джерела (самої діяльності), характеризується невичерпністю та неможливістю зберігання, якість якого є диференційованою і який споживається в момент здійснення такої діяльності (тобто у процесі надання самої послуги) [6, 58]. Специфічні характеристики послуги дають змогу співвіднести її з товаром. В економіко-правових дослідженнях сутність такого виду діяльності на ринку як надання послуг визначається переважно як дії, вигода, яку може отримати споживач. Послуги є об'єктом купівлі-продажу, не мають матеріального вираження, їх придбання не призводить до привласнення будь-чого. Надання послуги є видом господарської діяльності, що задовольняє потреби. Послуга — це не що інше як різновид товару (специфічний товар), виробництво, призначене для задоволення потреб споживачів. За умов розвитку ринкової економіки послуги купуються на основі вільного вибору, стають товаром: їх виробництво і споживання часто співпада-

ють за місцем, часом; вони як частина сфери нематеріального виробництва беруть участь паралельно з продукцією матеріальної сфери у сукупному процесі суспільного виробництва. Послуги може бути визначено також як діяльність підприємств (організацій) і окремих осіб, що спрямована на задоволення певних потреб індивідів, колективів, суспільства. Поняття послуги треба розглядати не лише з точки зору споживчої вартості, а й вартості як специфічної складової виробничих відносин із урахуванням форми власності на засоби виробництва. В.В. Резнікова пропонує розрізняти послугу як форму результату трудової діяльності, щодо якої у суспільстві виникають виробничі відносини, та як форму виробничих відносин [6]. Працею в послугах не створюються речі, але її результатом все ж є споживча вартість. У разі реалізації послуги виникає економічний зв'язок між виробником і споживачем. Послуга стає суспільною споживчою вартістю, характеризує відносини в суспільстві зі створення і надання певних благ. Властивості послуги як товару дають підстави говорити і про її мінову вартість. Товар — це продукт праці, виготовлений із метою обміну або продажу, а не для особистого споживання. Товаром може бути як речовий продукт, так і послуга або інформація, а також робоча сила (праця), земля, капітал тощо, які хоч і не є продуктами праці, але в умовах розширеного товарного виробництва, коли воно стає загальним, перетворюються на товари. Будь-який товар має дві властивості: задовольняти якусь потребу суб'єкта і обмінюватися на інші товари. Перша з них називається корисністю, або споживчою вартістю товару, друга — міною вартістю, яка є формою глибшої суті — цінності або вартості товару. Отже, послуга — це товар, але товар особливий. Під економічною сутністю послуги розуміють продукт корисної діяльності, спрямованої на задоволення певних потреб людини і суспільства. Послуга — це один із видів товару, який, на відміну від товару як матеріальної субстанції, є корисним споживачеві як діяльність. Товаром є те, що може задовольнити будь-яку потребу суспільства загалом, групи суб'єктів або конкретної особи і пропонується до продажу на ринку. Товар може бути як матеріальним, так і нематеріальним (послуги). Найкращим товаром є той, який може якнай-

повніше задовольнити будь-яку необхідність за прийнятною ціною. Послуга — це будь-яка дія чи благо, що вчинюється однією стороною на користь іншої сторони або надається їй і (на відміну від товару в матеріальній формі) має специфічні, тільки їй притаманні риси. Особливістю послуги як товару є те, що вона споживається не як річ, а як діяльність (дія). Послуга передається споживачеві не з рук в руки, як передається матеріальна річ, а через певні невлімовимі дії. Споживання послуги збігається з процесом її створення. Це дає підстави визначати сутність послуги як суспільно необхідного господарського процесу. Саме тому у сфері політичної економії, філософії пропонують поряд із матеріальним виділяти нематеріальне (духовне) виробництво, результатом якого є ідеальний продукт (у тому числі і послуга), який потрібно розглядати як звичайний товар. Як і будь-яка інша діяльність, послуга має власну структуру, що завжди містить такі компоненти: потреба; мета; мотив діяльності; сам процес діяльності; предмет, на який вона націлена; засоби, спрямовані на досягнення мети; результат діяльності. Послуга в економічному, філософському розумінні є ширшою категорією ніж її юридичне розуміння. Необхідно розрізняти економічні відносини з надання послуг та їхнє правове вираження. Послуга — це специфічний товар вартісного характеру, що має цінову визначеність, а діяльність із надання послуг є такою, що здійснюється у сфері суспільного виробництва. Оскільки послуга має всі властивості товару, є предметом господарського обороту, то і суспільні відносини з надання послуги мають майновий характер. Учасники господарських відносин, зацікавлені в отриманні послуг, перетворюють це господарсько-правове відношення на вартісно-майнове, погоджуючись на зустрічне надання. Отже, послуга наділена усіма властивостями товару.

Розвиток сфери торгівлі послугами відбувається зараз за декількома напрямками: 1) виникнення абсолютно нових послуг; 2) активне уособлення та виділення у самостійні галузі послуг, які раніше мали внутрішньофірмовий допоміжний характер (маркетингові послуги, реклама, аудит, бухгалтерські та юридичні послуги й інші різновиди послуг, що стали самостійними сферами бізнесу) [59, с. 8—9]; 3) включення послуг до предметів інших до-

говорів, де вони стають додатковим товаром, який надається покупцеві.

4. **Товари — результати робіт.** Відповідно до ст. 177 ЦК України, самостійними об'єктами цивільних прав є «результати робіт» та «послуги». Аналіз зазначеної норми дає можливість дійти висновку про рівне, а не залежне чи підпорядковане становище цих двох об'єктів один щодо одного (не заперечується ця теза і тим фактом, що «підряд» і «послуги» регулюються окремими главами (гл. 61, 63) ЦК України). Водночас деякі законодавчі акти змішують категорії робіт та послуг, не надаючи належного значення різниці у їхній природі. Так, Закон України від 01.07.2004 № 1955-IV «Про транспортно-експедиторську діяльність» визначає транспортно-експедиторські послуги як роботи, безпосередньо пов'язані з організацією та забезпеченням перевезень експортного, імпорного, транзитного або іншого вантажу за договором транспортного експедирування [60]. Відносини підрядного типу, тобто пов'язані з виконанням робіт, завжди спрямовані на створення економічного результату, віддільного від процесу роботи та вираженого в матеріальній формі. Згідно з ч. 2 ст. 837 ЦК України, договір підряду може укладатися на виготовлення, обробку, переробку, ремонт речі або на виконання іншої роботи з переданням її результату замовникові. У договорі про надання послуг посилення на результат відсутнє, його предметом вважається саме діяльність, благо, яке не має матеріального змісту, а тому є невіддільним від діяльності. Відповідно до ч. 1 ст. 901 ЦК України, за договором про надання послуг одна сторона (виконавець) зобов'язується за завданням другої сторони (замовника) надати послугу, яка споживається у процесі вчинення певної дії або здійснення певної діяльності.

Основний критерій відмінності роботи від послуги, на який найчастіше звертають увагу в юридичній літературі, — майновий результат роботи і відсутність такого у послуги. У літературі відмічено різні підходи до констатації відсутності у послуги майнового результату: 1) послуга не призводить до задоволення будь-чим; 2) послуга не має такого результату, що упредметнюється; 3) послуга не має матеріального результату, матеріального вираження. Такий вислів як «відсутність упредметненого результату» є досить умовним, оскільки не

можна провести розмежування між «упредметненим результатом» та «результатом у нематеріальній формі».

Розмежують поняття робіт і послуг, відносячи до послуг такі види корисної діяльності, котрі не створюють матеріальних цінностей, відчутного, реально виробленого продукту, наводячи при цьому, як правило, таку аргументацію [61]: 1) роботи та послуги — самостійні об'єкти (здебільшого сфери майнових відносин), що є також варіантами дій у зобов'язальних правовідносинах; 2) матеріальним благом може бути не лише річ, але й діяльність зі створення або покращення речей, і навіть діяльність із надання іншим матеріальних послуг, — тому до цієї групи об'єктів віднесено і послуги, що не супроводжуються створенням речей, однак створюють певний корисний ефект матеріального, хоч і не обов'язково речового характеру; 3) отриманий результат дій може полягати не лише у їхніх речових, матеріальних результатах, але й у них самих, — дії, результат яких є невіддільним від самої діяльності і споживається у процесі цієї діяльності, названі послугами, а послуги, в свою чергу, — це самостійний і такий, що все частіше зустрічається, об'єкт правовідносин; 4) дії розглядаються як родові поняття, що охоплює роботи і послуги, при цьому послуга — це діяльність, не пов'язана зі створенням матеріальних благ і така, що не має уречевленого результату. Окрім цього, до матеріальних благ відносять не лише речі, а й певного роду корисну діяльність (одиночні дії) зі створення, покращення речей, надання послуг. Такі дії відносять до категорії майнових благ, оскільки вони, як і речі, здатні знаходити своє втілення у певному вартісному вираженні. Роботи і послуги — це дії, зміст котрих не є пов'язаним із переданням речей. Як властивість дій названо дві ознаки: 1) принципова неможливість їхнього знаходження у господарському обороті, оскільки дії (як роботи, так і послуги) є товарами, тобто продуктами актів поведінки, призначеними для вільного еквівалентного обміну; 2) такі об'єкти допущені законом до участі в господарському обороті. Але відзначається, що послуга є складнішим за роботи явищем, оскільки наділена певною метою та визначеним корисним ефектом, від робіт може бути відмежована шляхом аналізу і характеристики ознак, якими наділена. Результат роботи по-

винен існувати окремо від виконавця і замовника роботи, що його можна було передати від виконавця замовникові. На відміну від роботи результат послуги не можна передати, він є невідокремлюваним від самих дій або діяльності виконавця. Послуга являє собою результат безпосередньої взаємодії виконавця послуги та послугоотримувача. У зв'язку з цим надання послуг носить індивідуальний суб'єктний характер.

Отже, критерій відмінності роботи від послуги — майновий результат роботи і відсутність такого у послуги. Предметом договору про надання послуг, на відміну від договору про виконання робіт (договору підряду), є не упредметнений результат діяльності (робіт), а саме діяльність (дії) як такі, що зазвичай мають нематеріальний характер, невіддільні від джерела або одержувача та характеризуються одночасністю їхнього надання та споживання. Відносини ж підрядного типу, тобто відносини, пов'язані із виконанням робіт, завжди спрямовані на створення економічного результату, віддільного від процесу роботи та вираженого в матеріальній формі. Наділення статусом об'єкта суб'єктивних прав результатів робіт зумовлено тим, що саме ними, а не роботами як комплектом певних взаємопов'язаних дій (видом діяльності) задовольняються потреби управнених суб'єктів, відповідно реалізуються сформовані на їх основі законні інтереси. Уречевлений результат робіт (створення нових об'єктів цивільних та / або господарських прав, чия якісна зміна у стані наявних об'єктів шляхом відновлення та / або покращення їх споживчих характеристик) є «віддільним» від самих робіт та «споживається» після їх виконання.

#### **Класифікація товарів за споживчою вартістю та за призначенням.**

За споживчою вартістю та за призначенням товари поділяються на три групи:

а) *товари виробничого призначення* — призначені для задоволення виробничих потреб (до цієї групи належать сировина, напівфабрикати, комплектувальні вироби тощо);

б) *товари народного споживання* — призначені для задоволення побутових, особистих потреб;

в) *товари загального призначення* (об'єкти життєзабезпечення) — мають загальну споживчу вартість для всіх покупців, тобто пот-

ребу у них відчують усі суб'єкти, незалежно від сфер їхньої життєдіяльності.

У свою чергу, *загальна споживча вартість* — це здатність товару задовольняти попит, викликаний найтипівішими господарськими (або споживчими) потребами, що виникають у різних галузях суспільного виробництва (або у більшості громадян). *Спеціальна споживча вартість* — здатність товару задовольняти попит, зумовлений або господарськими потребами, що виникають у суб'єктів, які займаються певним різновидом господарської діяльності (наприклад спеціальне виробниче обладнання), або винятково у одній категорії громадян (інвалідів, осіб, які страждають на певні захворювання).

Загалом класифікація товарів за їхнім призначенням посідає особливе місце в науковій літературі. Згідно з нею, товари, як правило, поділяють на дві групи: 1) товари, що використовують на виробничі потреби (товари виробничого та промислового призначення); 2) товари, основною метою яких є задоволення певної особистої потреби споживачів (споживчі товари, товари широкого ужитку) [1].

Окремо в літературі класифікують (поділяють на групи) товари виробничого призначення та широкого ужитку [62].

До *товарів виробничого (промислового) призначення* належать: 1) продукція будівництва; важке і легке обладнання; деталі і складальні вузли; сировина; оброблені матеріали; обладнання для технічного обслуговування, ремонту та експлуатації; послуги; 2) матеріали і деталі; сировина; напівфабрикати; комплектувальні вироби; капітальне майно; стаціонарні споруди; допоміжне обладнання; допоміжні матеріали та послуги; ділові послуги з технічного обслуговування, ремонту та консалтингу; 3) вихідні (сировинні товари, виробничі матеріали, вироби та комплектувальні матеріали); основні (споруди, підприємства, капітальне основне і допоміжне обладнання); супутні матеріали, необхідні для експлуатації основного обладнання та машин, для їх ремонту та технічного обслуговування, консультативні послуги; промислове обладнання; промислові товари; промислове забезпечення; промислові послуги, супутні товари промислового призначення. Вказані товари виробничого (промислового) призначення поділяють на такі основні групи:

- *капітальне майно* — використовують у процесі виробництва як засоби праці. Ця група охоплює: будівлі і споруди, основне обладнання, допоміжне обладнання;

- *сировина і матеріали* — використовують у процесі виробництва як предмети праці. До них належать: природна і сільськогосподарська сировина; основні матеріали (наприклад, залізо, пряжа, цемент тощо); допоміжні матеріали (для технічного обслуговування і ремонту тощо); комплектувальні вироби, які входять у кінцевий продукт як його складові;

- *ділові послуги*. Поділяються на: послуги з технічного обслуговування та ремонту; послуги консультативного характеру (юридичні консультації, аудиторські послуги, маркетингові дослідження тощо).

Специфіку кожної класифікаційної групи треба враховувати у процесі визначення стратегії і тактики просування відповідного товару на ринку.

*Товари виробничого (промислового) призначення* залежно від ступеня їхньої участі у процесі виробництва поділяють також на дві глобальні групи:

- *засоби праці* — за допомогою яких здійснюється процес виробництва інших товарів, вони протягом тривалого часу зберігають свою споживчу вартість;

- *предмети праці* — цілком використовуються у виробництві протягом календарного року, переносячи свою вартість у готову продукцію.

*Товари широкого вжитку* поділяються на такі основні види залежно від поведінки споживачів:

- *товари повсякденного попиту* (основні товари (постійного попиту), імпульсивної чи екстреної купівлі) — їх купують часто, без особливих роздумів та з мінімальними зусиллями щодо порівняння їх між собою. Це хліб, цукор, молоко, мило тощо;

- *товари попереднього вибору* (схожі товари, несхожі товари) — їх покупець ретельно вибирає, порівнює між собою за показниками якості, ціни, зовнішнього оформлення тощо. До них належать одяг, взуття, посуд тощо;

- *товари пасивного попиту* (невідомі та маловідомі товари, потреба щодо купівлі яких ще не сформована) — про них покупець нічого не знає, а якщо щось і знає, то найчастіше не думає про придбання. Це, приміром, страхові послуги, для реалізації яких потрібні значні зусилля

з боку продавців. Принципові товарні новинки, такі, якими свого часу були мікрохвильові печі, перебувають у стані пасивного попиту доти, доки інтенсивна реклама не ознайомить споживачів із вигодами їх використання.

- *товари особливого попиту* (з унікальними характеристиками, відомих торгових марок) — престижні та дорогі товари, предмети розкоші, до придбання яких покупці ладні докласти додаткових зусиль. Такими вважають автомобілі, ювелірні вироби, предмети антикваріату тощо.

Наведена класифікація товарів широкого вжитку має важливе практичне значення, оскільки допомагає суб'єктам господарювання — торговцям вибирати оптимальну стратегію просування цих товарів на ринку з урахуванням специфіки процесу вирішення споживачем стосовно їхньої купівлі. Неабияке значення має наведена класифікація і для формування асортиментної політики суб'єктом господарювання (як виробником, так і торговцем). Товарний асортимент — це сукупність асортиментних груп товарів, що їх пропонує підприємство. Асортиментна група — сукупність асортиментних позицій товарів даного функціонального призначення. Товарний асортимент характеризується: шириною, яку визначає кількість асортиментних груп; глибиною, яка відображає кількість позицій у кожній асортиментній групі; насиченістю, яка визначена загальною кількістю запропонованих товарів; зіставністю, яка відображає, наскільки тісно пов'язані між собою окремі асортиментні групи з огляду на кінцеве споживання, канали розподілу, діапазон цін тощо. У ході формування асортиментної політики суб'єкту господарювання потрібно знайти відповіді на багато запитань, зокрема: скільки і яких товарів виробляти; які з наявних товарів доцільно зняти з виробництва внаслідок їхнього морального старіння; які товари варто залишити в асортименті після певної модернізації та удосконалення; які варто увести до асортименту; модифікуючи старі чи розробляючи нові товари, на яких їхніх характеристиках краще зосередитись, удосконалювати технічні параметри чи ні, урізноманітнювати функціональність виробів чи ні, поліпшувати естетичні параметри, дизайн чи ні; що краще: розширити чи звужити товарний асортимент, чи може, поглибити його? Однозначних від-

повідей на ці питання не існує, оскільки кожний суб'єкт господарювання повинен здійснювати ретельний техніко-економічний аналіз, обґрунтовуючи свою асортиментну політику. Враховувати треба чимало факторів. Формуючи асортиментну політику, суб'єкт господарювання неминуче повинен працювати над оновленням асортименту й виведенням на ринок нових товарів.

**Висновки.** Наведених і розглянутих критеріїв, що є загальноживаними та усталеними в економіко-правовій літературі, недостатньо для того, аби вважати питання класифікації товарів у господарському обороті повністю розкритим.

Класифікація товарів, на нашу думку, можлива і за іншими критеріями, зокрема:

- *за терміном (строком) використання / ступенем довговічності* (товари короткострокового використання, товари довгострокового (тривалого) використання). *Товари короткострокового використання* — це товари, що швидко псуються та, відповідно, мають невеликий термін придатності, що обчислюється годинами, днями, тижнями або місяцями). *Товари тривалого використання* — це товари, що довгий час зберігають свою споживчу вартість, і термін придатності яких може бути необмеженим або обчислюватися роками;

- *за тактикою та стратегією просування на ринку* (стандартизовані та диференційовані). Під *стандартизованим товаром* розуміють товар, пропонується різними підприємствами, але такий, що сприймається покупцями як однорідний у всіх випадках. Наприклад, сільськогосподарська продукція: картопля, огірки, томати тощо. Покупців у даному випадку не цікавить, яке сільськогосподарське підприємство виростило цю продукцію. Товари, що продають на біржах: бавовна, сира нафта, метал, цінні папери, валюта тощо також є стандартизованими. Під *диференційованим товаром* розуміють товар, пропонується різними підприємствами, і такий, який покупці сприймають як різний у кожного продавця. Більшість із диференційованих товарів продають як фірмові — диференційовані товари стандартної якості, що у стандартних кількостях і упаковці продаються під певним найменуванням на значному сегменті ринку. Але треба наголосити, що лише від покупця залежить, чи сприймає він даний товар як

стандартизований чи диференційований. Кожне підприємство може шляхом створення нових модифікацій продукції, наділення її новими якостями спробувати диференціювати свій товар із метою набуття міцніших позицій на ринку;

- *за видом споживання* (продовольчі, непродовольчі). *Продовольчі товари* — харчові продукти в натуральному або переробленому вигляді, призначені для вживання людиною як їжі, бутильована питна вода, алкогольна продукція (у тому числі пиво), безалкогольні напої, жувальна гумка, а також біологічно активні добавки. *Непродовольчі товари* — продукти виробничого процесу, призначені для продажу громадянам або суб'єктам господарської діяльності, але не з метою вживання в їжу людиною та / або тваринами;

- *за способом продажу* (в оптовій чи роздрібній торгівлі). Оптова торгівля товарами може здійснюватись через оптові бази, товарні склади, склади-холодильники, склади-магазини. Вона, як правило, є проміжною ланкою між виробником продукції і роздрібною торгівлею. Роздрібна торгівля товарами здійснюється через магазини (продовольчі, непродовольчі, спеціалізовані, універмаги, універсами, торгові комплекси тощо), дрібно-роздрібну мережу (палатки, кіоски, ятки, павільйони, торгові автомати), пересувну мережу (автомагазини, авторозвозки, лавки-автопричепи, візки, розноски, столики). У роздрібній торгівлі товари реалізуються, як правило, кінцевому споживачеві — населенню. Дохід за кожного зі способів продажу формується за рахунок установленої націнки на товари. Ціна товару складається: в оптовій торгівлі — з оптової ціни промислового підприємства (як сформована із собівартості та прибутку підприємства) та оптово-збутової націнки; у роздрібній торгівлі — з ціни оптової торгівлі (або підприємства) і торгової націнки;

- *за походженням товару* (вітчизняного чи іноземного виробництва);

- *за каналами збуту* (товари, реалізовані через торгові мережі, на біржах, на організованих чи неформальних ринках);

- *за значущістю для національного господарства* (товари із високою, середньою, низькою валовою доданою вартістю);

- *за ступенем ліквідності* (високо-, середньо-, низьколіквідні, неліквідні);



- за відображенням у балансі (балансові, позабалансові);

- за результатами коригування вартості (товари, придбані зі знижкою; товари, продані зі знижкою; уцінені товари; дооцінені товари). Знижкою є тимчасове зменшення ціни товару для його покупців. Вживати слово «знижка» (наприклад на ціннику, у вітрині магазину, рекламній листівці тощо) суб'єктам господарювання дозволено тільки за виконання таких умов: знижки застосовуються до товарів, які безпосередньо реалізуються таким суб'єктом господарювання; знижки застосовуються протягом певного періоду; нова ціна товару (зі знижкою) менша від ціни, за якою такий товар продавався до встановлення знижки, як правило, надаються всім покупцям на весь товар або на певні групи товару протягом певного періоду. Ефективність продажу товарів зі знижкою ціни досягається унаслідок збільшення реалізації даного товару за зниження ціни та збільшення реалізації інших товарів від залучення додаткових покупців до підприємства. Тимчасове зниження ціни на товар має свої переваги і недоліки. Деякі підприємства досить часто застосовують цей вид стимулювання. На їхню думку, набагато вигідніше піти назустріч економічно виправданим побажанням споживача, ніж відповідати на всі нові запити індивідуума відносно якості і різноманітності продукції. Недоліком цього виду стимулювання є те, що він не призводить до створення кола надійної, постійної клієнтури, а змушує покупця «кидатися» від однієї марки товару до іншої, відповідно до пропонуваного знижень ціни. Перевага такого заходу полягає в можливості заздалегідь точно оцінити вартість операції, швидко організувати її в найпростіших формах, максимально скоротити її терміни відповідно до мети. Цей вид стимулювання продажу є безцінним інструментом у тих випадках, коли потрібно негайно відреагувати на дії конкурентів чи внести корективи у політику цін даного торгового підприємства. Продаж за зниженими цінами особливо ефективний тоді, коли ціна відіграє вирішальну роль у виборі того чи іншого товару (наприклад продуктів повсякденного попиту: цукру, олії тощо). Споживачеві адресуються відповідні рекламні-інформаційні повідомлення з метою спонукання його до купівлі у конкретного підприємства. Під час

організації продажу товарів зі знижкою ціни особлива увага повинна приділятися економічному обґрунтуванню розміру знижки, а також проведенню рекламної кампанії. Втрати доходів від зниження ціни і витрати на проведення рекламної кампанії повинні перекиватися додатковими доходами від збільшення обсягів реалізації товарів зі знижкою та збільшення реалізації інших товарів. *Переоцінка товарів* припускає зміну початкової ціни товару в бік зменшення — *уцінки*, або збільшення — *дооцінки*. Товари відображають у бухгалтерському обліку і звітності за найменшою із двох оцінок: за первісною вартістю або за чистою вартістю реалізації. За чистою вартістю реалізації, якщо на дату балансу їхня ціна зменшилася, або вони зіпсовані, застаріли, або в інший спосіб втратили початково очікувану вигоду. Отже, для визначення чистої вартості реалізації виникає потреба в уцінці товару. Їй підлягають товари широкого споживання, які залежалися і на які немає попиту споживача, а також товари, що втратили свою первинну якість. Уцінку проводять незалежно від причин, за результатами інвентаризації. У разі, коли торговець — платник податку — вирішує переоцінити товари згідно з правилами бухгалтерського обліку, то результати в цілях податкового обліку не змінюють балансової вартості товарів та валових доходів і витрат;

- за ступенем лімітування (нормовані, ненормовані);
- за одиницями вимірювання (абсолютні, відносні);
- за показниками (натуральні, вартісні, у днях обігу);
- за призначенням на підприємстві (поточні, сезонного чи довгострокового зберігання, цільового призначення);
- за місцезнаходженням (товари у підприємствах торгівлі, у промисловості, у дорозі або на складах торговельних підприємств, на митниці, на відповідальному зберіганні);
- за строками (на початок та на кінець періоду);
- за товарними групами (вхідні та вихідні);
- за рівнем ринкової новизни (традиційні, удосконалені, модифіковані, товари з ринковою новизною, принципово нові товари);
- за методами збуту (товари, розповсюджені із застосуванням методів прямого чи непрямого збуту, комбінованими методами).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Мардус Н.Ю. Формування класифікації товарів із позиції макроекономіки. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Т. 29, № 1. С. 16—20.
2. Котлер Г., Армстронг Дж., Сондерс В. Вонг. Основы маркетинга. Москва, Санкт-Петербург, Киев: Вильямс, 1999. 1055 с.
3. Григорчук Т.В. Маркетинг. Київ: Університет «Україна», 2007. Ч. 2. 380 с.
4. Хоменко Н.В., Карпенко О.В., Верига Ю.А. Товарні запаси: проблеми обліку, контролю та звітності. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 153 с.
5. Мілаш В.С. Господарське право: курс лекцій: у 2-х частинах. Ч. 2. Харків: Право, 2008. 336 с.
6. Резнікова В.В. Правове регулювання посередництва у сфері господарювання (теоретичні аспекти). Хмельницький: Вид-во ХУУП, 2010. 706 с.
7. Кузьміна М.М. Господарсько-правові засоби забезпечення якості продукції. Харків: ФІНН, 2010. 184 с.
8. Саватьє Р. Теория обязательств: юридический и экономический очерк. Пер. с фр. Р.О. Халфиной. Москва: Прогресс, 1972. 440 с.
9. Протокол до Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод від 20.03.1952. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_535](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_535) (дата звернення: 06.02.2019).
10. Про ратифікацію Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року, Першого протоколу та протоколів № 2, 4, 7 та 11 до Конвенції: Закон України від 17.07.1997 № 475/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/475/97-вр> (дата звернення: 06.02.2019).
11. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/435-15> (дата звернення: 06.02.2019).
12. Безух О.В. Товар і майнові відносини в умовах економічної конкуренції. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 4. С. 54—58.
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: затверджено наказом М-ва фінансів України від 18.10.1999 № 242. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99> (дата звернення: 06.02.2019).
14. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів: затв. наказом М-ва фінансів України від 16.11.2009 № 1327. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/en/v1327201-09> (дата звернення: 06.02.2019).
15. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України від 14.09.2006 № 143-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-16> (дата звернення: 06.02.2019).
16. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15> (дата звернення: 06.02.2019).
17. Новіков Д.В. Захист права власності Європейським судом з прав людини: досвід для правової системи та судової практики України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Київ, 2018. 18 с.
18. Фулей Т.І. Застосування Європейської конвенції з прав людини при здійсненні правосуддя в Україні: навч.-метод. посібн. для суддів. Київ: Гештальд Консалтинг Груп, 2009. 200 с.
19. Ліщина І., Фулей Т., Хембах Х. Застосування Європейської Конвенції з прав людини при розгляді в судах господарських справ. Київ: Істина, 2011. 208 с.
20. Рішення у справі «Маркс проти Бельгії» (Marckx v. Belgium) від 27.04.1979. URL: <https://taxlink.ua/ua/court/sprava-marks-proti-belgii/> (дата звернення: 06.02.2019).
21. Рішення у справі «Спорронг і Лоннрот проти Швеції» (Sporrong and Lonroth v. Sweden) від 23.09.1982. URL: <http://european-court.ru/resheniya-evropejskogo-suda-na-russkom-yazyke/sporrong-i-lonnot-protiv-shvecii-postanovlenie-evropejskogo-suda/> (дата звернення: 06.02.2019).
22. Рішення у справі «Новоселецький проти України» (Novoseletskiy v. Ukraine) від 22.01.2005. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980\\_238](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980_238) (дата звернення: 06.02.2019).
23. Рішення у справі «Бурдов проти Росії» (Burdov v. Russia) від 07.05.2002. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980\\_045](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980_045) (дата звернення: 06.02.2019).
24. Рішення у справі «Прессос Компанія Нав'єра С.А.» (Pressos Compania Naviera S. A.) та інші проти Бельгії» від 28.10.1995. URL: <http://www.echr.ru/documents/doc/2461490/2461490.htm> (дата звернення: 06.02.2019).
25. Рішення у справі «Бейелер проти Італії» (Beyeler v. Italy) від 05.01.2000. URL: <https://plone.unige.ch/art-adr/cases-affaires/portrait-of-a-young-peasant-2013-beyeler-v-italy/judgment-of-the-echr-beyeler-v-italy-2000/view> (дата звернення: 06.02.2019).
26. Рішення у справі «Ван Марле та інші проти Нідерландів» (Van Marle And Others v. The Netherlands) від 03.06.1986. URL: <https://www.legal-tools.org/en/browse/record/64244a/> (дата звернення: 06.02.2019).
27. Рішення у справі «Тре Тракторер Актіболаг» проти Швеції» (Tre Traktörer Aktiebolag v. Sweden) від 07.07.1989. URL: <https://swarb.co.uk/tre-traktorer-aktiebolag-v-sweden-echr-7-jul-1989/> (дата звернення: 06.02.2019).
28. Рішення у справі «Ятрідіс проти Греції» (Iatridis v. Greece) від 25.03.1999. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980\\_363](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980_363) (дата звернення: 06.02.2019).
29. Рішення у справі «Бейелер проти Італії» (Beyeler v. Italy) від 05.01.2000. URL: <https://plone.unige.ch/art-adr/cases-affaires/portrait-of-a-young-peasant-2013-beyeler-v-italy/judgment-of-the-echr-beyeler-v-italy-2000/view> (дата звернення: 06.02.2019).

30. Методичні рекомендації щодо класифікації товарів згідно вимог УКТЗЕД. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/klasifikatsiya-tovariv/63159.html> (дата звернення: 07.02.2019).
31. Про Митний тариф України: Закон України від 19.09.2013 № 584-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584-18> (дата звернення: 07.02.2019).
32. Пояснення до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності: затв. наказом ДФС України від 09.06.2015 № 401. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0401872-15#n5> (дата звернення: 07.02.2019).
33. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17> (дата звернення: 07.02.2019).
34. Войтов С. Класифікація товарів як інструмент митно-тарифного регулювання: аспект визначення і контролю. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 9. С. 42—48.
35. Гребельник О.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Київ: ЦУЛ, 2005. 696 с.
36. Про приєднання до Міжнародної конвенції про гармонізовану систему опису та кодування товарів: Указ Президента України від 17.05.2002 № 466/2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/466/2002> (дата звернення: 07.02.2019).
37. Лукс М. Посібник з митного права Європейського співтовариства. Брюссель, 2002. 479 с.
38. Флоринський О. Правильна класифікація товару як один з основних інструментів реалізації митно-тарифного регулювання. *Вісник Академії митної служби України*. 1999. № 4. С. 69—73.
39. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 04.02.1998 № 74/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр> (дата звернення: 07.02.2019).
40. Про затвердження типових форм первинного обліку науково-інформаційної діяльності та Інструкції про порядок їх використання і застосування: наказ Держкомстату та Міннауки України від 07.08.1998 № 272/219. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0712-98> (дата звернення: 07.02.2019).
41. Методика визначення належності бюджетних програм до сфери інформатизації: затв. наказом Держкомзв'язку та інформатизації від 06.06.2003 № 97. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0512-03> (дата звернення: 07.02.2019).
42. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 07.02.2019).
43. Вергуненко Н.В. Особливості сучасної видової структури європейського ринку консалтингових послуг. *Економічний простір*. 2013. № 71. С. 5—14.
44. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення: 07.02.2019).
45. Горяєва О.С. Правове регулювання здійснення аудиторської діяльності в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.04. Київ, 2014. 19 с.
46. Про екологічний аудит: Закон України від 24.06.2004 № 1862-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1862-15> (дата звернення: 07.02.2019).
47. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25.06.1991 № 1264-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12> (дата звернення: 07.02.2019).
48. ДСТУ ISO 19011:2003 «Настанови щодо здійснення аудитів систем управління якістю і (або) екологічного управління». Держспоживстандарт України. Київ, 2004. 24 с. (втратив чинність).
49. ДСТУ ISO 14001:1997 «Система управління навколишнім середовищем». URL: [www.iso14000ukraine.org.ua](http://www.iso14000ukraine.org.ua) (дата звернення: 07.02.2019).
50. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 06.02.2019).
51. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17> (дата звернення: 07.02.2019).
52. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України від 12.07.2001 № 2658-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> (дата звернення: 08.03.2019).
53. Державний класифікатор продукції та послуг ДК 016:2010: прийнято та надано чинності наказом Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v457a609-10> (дата звернення: 10.02.2019).
54. Про концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку і статистики: постанова Кабінету Міністрів України від 04.05.1993 № 326. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/326-93-п> (дата звернення: 07.03.2019).
55. Резнікова В.В. Послуга та суміжні правові категорії. *Університетські наукові записки*. 2009. № 2. С. 105—115.
56. Резнікова В.В. Послуга як юридична категорія договірного права. *Юридична Україна*. 2007. № 12. С. 65—74.
57. Резнікова В.В. Послуга як правова категорія та ознака посередницьких договорів. *Університетські наукові записки*. 2007. № 4. С. 234—240.
58. Резнікова В.В. Послуга: господарсько-правовий аспект регулювання. *Університетські наукові записки: часопис Хмельницького університету управління та права*. 2009. № 1. С. 155—160.
59. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. Москва: Экономика, 2003. 320 с.
60. Про транспортно-експедиторську діяльність: Закон України від 01.07.2004 № 1955-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1955-15> (дата звернення: 07.03.2019).

61. Резнікова В.В. Співвідношення понять «послуга» та «роботи», «договір про надання послуг» та «договір під-ряду». *Вісник господарського судочинства*. 2012. № 3. С. 85—92.
62. Бугаєнко С.А. Особливості класифікації властивостей і характеристик товару промислового призначення і широкого споживання підприємств харчової промисловості. *Бізнес-навігатор*. 2014. № 2 (34). С. 74—79.

Надійшла 10.03.2019

## REFERENCES

1. Mardus N.Iu. Formuvannya klasyfikatsii tovariv iz pozytsii makroekonomiky. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnia*. 2018. Vol. 29. No. 1. P. 16-20 [in Ukrainian].
2. Kotler G., Armstrong Dzh., Sonders V. Vong. *Osnovy marketinga*. Moscow, Sankt-Peterburg, Kyiv: Vil'jams, 1999. 1055 p. [in Russian].
3. Hryhorchuk T.V. *Marketynh*. Kyiv: Universytet "Ukraina", 2007. Ch. 2. 380 p. [in Ukrainian].
4. Khomenko N.V., Karpenko O.V., Veryha Yu.A. *Tovarni zapasy: problemy obliku, kontroliu ta zvitnosti*. Poltava: RVV PUSKU, 2008. 153 p. [in Ukrainian].
5. Milash V.S. *Hospodarske pravo: kurs lektsii: u 2-kh chastynakh*. Ch. 2. Kharkiv: Pravo, 2008. 336 p. [in Ukrainian].
6. Rieznikova V.V. *Pravove rehuliuвання poserednytstva u sferi hospodariuvannya (teoretychni aspekty)*. Khmelnytskyi: Vyd-vo KhUUP, 2010. 706 p. [in Ukrainian].
7. Kuzmina M.M. *Hospodarsko-pravovi zasoby zabezpechennia yakosti produktsii*. Kharkiv: FINN, 2010. 184 p. [in Ukrainian].
8. Savat'e R. *Teoriya objazatel'stv: juridicheskij i jekonomicheskij ocherk*. Per. s fr. R.O. Halfinoj. Moscow: Progress, 1972. 440 p. [in Russian].
9. *Protokol do Konventsii pro zakhyst prav liudyny i osnovopolozhnykh svobod vid 20.03.1952*. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_535](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_535) [in Ukrainian].
10. *Pro ratyfikatsiiu Konventsii pro zakhyst prav liudyny i osnovopolozhnykh svobod 1950 roku, Pershoho protokolu ta protokoliv No. 2, 4, 7 ta 11 do Konventsii: Zakon Ukrainy vid 17.07.1997 No. 475/97-VR*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/475/97-vr> [in Ukrainian].
11. *Tsyvilnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 16.01.2003 No. 435-IV*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/435-15> [in Ukrainian].
12. Bezukh O.V. *Tovar i mainovi vidnosyny v umovakh ekonomichnoi konkurentsii. Pidpriemnytstvo, gospodarstvo i pravo*. 2017. No. 4. P. 54-58 [in Ukrainian].
13. *Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 8 "Nematerialni aktyvy": zatverdzheno nakazom M-va finansiv Ukrainy vid 18.10.1999 No. 242*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99> [in Ukrainian].
14. *Metodychni rekomendatsii z bukhhalterskoho obliku nematerialnykh aktyviv: zatv. nakazom M-va finansiv Ukrainy vid 16.11.2009 No. 1327*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/en/v1327201-09> [in Ukrainian].
15. *Pro derzhavne rehuliuвання diialnosti u sferi transferu tekhnolohii: Zakon Ukrainy vid 14.09.2006 No. 143-V*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-16> [in Ukrainian].
16. *Hospodarskyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 16.01.2003 No. 436-IV*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15> [in Ukrainian].
17. Novikov D.V. *Zakhyst prava vlasnosti Yevropeiskym sudomy z prav liudyny: dosvid dlia pravovoi systemy ta sudovoi praktyky Ukrainy: avtoref. dys. ... kand. yuryd. nauk: 12.00.03*. Kyiv, 2018. 18 p. [in Ukrainian].
18. Fulei T.I. *Zastosuvannya Yevropeiskoi konventsii z prav liudyny pry zdiisnenni pravosuddia v Ukraini: navch.-metod. posibn. dlia suddiv*. Kyiv: Heshtald Konsaltinh Hrup, 2009. 200 p. [in Ukrainian].
19. Lishchyna I., Fulei T., Khembakh Kh. *Zastosuvannya Yevropeiskoi Konventsii z prav liudyny pry rozghliadi v sudakh hospodarskykh sprav*. Kyiv: Istyna, 2011. 208 p. [in Ukrainian].
20. *Rishennia u spravi "Marks proty Belhii" (Marckx v. Belgium) vid 27.04.1979*. URL: <https://taxlink.ua/ua/court/sprava-marks-proti-belgii/> [in Ukrainian].
21. *Rishennia u spravi "Sporrong i Lonnröth proty Shvetsii" (Sporrong and Lonnröth v. Sweden) vid 23.09.1982*. URL: <http://european-court.eu/resheniya-evropejskogo-suda-na-russkom-yazyke/sporrong-i-lonnrot-protiv-shvecii-postanovlenie-evropejskogo-suda/> [in Ukrainian].
22. *Rishennia u spravi "Novoseletskiy proty Ukrainy" (Novoseletskiy v. Ukraine) vid 22.01.2005*. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980\\_238](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980_238) [in Ukrainian].
23. *Rishennia u spravi "Burdov proty Rosii" (Burdov v. Russia) vid 07.05.2002*. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980\\_045](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980_045) [in Ukrainian].
24. *Rishennia u spravi "Pressos Kompaniia Naviera S.A." (Pressos Compania Naviera S. A.) ta inshi proty Belhii" vid 28.10.1995*. URL: <http://www.echr.europa.org/documents/doc/2461490/2461490.htm> [in Ukrainian].
25. *Rishennia u spravi "Beiielieer proty Italii" (Beyeler v. Italy) vid 05.01.2000*. URL: <https://plone.unige.ch/art-adr/cases-affaires/portrait-of-a-young-peasant-2013-beyeler-v-italy/judgment-of-the-echr-beyeler-v-italy-2000/view> [in Ukrainian].
26. *Rishennia u spravi "Van Marle ta inshi proty Niderlandiv" (Van Marle And Others v. The Netherlands) vid 03.06.1986*. URL: <https://www.legal-tools.org/en/browse/record/64244a/> [in Ukrainian].

27. Rishennia u spravi "Tre Traktorer Aktibolah" proty Shvetsii" (Tre Traktörer Aktiebolag v. Sweden) vid 07.07.1989. URL: <https://swarb.co.uk/tre-traktorer-aktiebolag-v-sweden-echr-7-jul-1989/> [in Ukrainian].
28. Rishennia u spravi "Iatridis proty Hretsii" (Iatridis v. Greece) vid 25.03.1999. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980\\_363](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/980_363) [in Ukrainian].
29. Rishennia u spravi "Beieliier proty Italii" (Beyeler v. Italy) vid 05.01.2000. URL: <https://plone.unige.ch/art-adr/cases-affaires/portrait-of-a-young-peasant-2013-beyeler-v-italy/judgment-of-the-echr-beyeler-v-italy-2000/view> [in Ukrainian].
30. Metodychni rekomendatsii shchodo klasyfikatsii tovariv zghidno vymoh UKTZED. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/klasifikatsiya-tovariv/63159.html> [in Ukrainian].
31. Pro Mytnyi taryf Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 19.09.2013 No. 584-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584-18> [in Ukrainian].
32. Poiasnennia do Ukrainsoi klasyfikatsii tovariv zovnishnoekonomichnoi diialnosti: zatv. nakazom DFS Ukrainy vid 09.06.2015 No. 401. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0401872-15#n5> [in Ukrainian].
33. Podatkovy kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 No. 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17> [in Ukrainian].
34. Voitov S. Klasyfikatsiia tovariv yak instrument mytno-taryfnogo rehuliuвання: aspekt vyznachennia i kontroliu. *Aktualni problemy ekonomiky*. 2013. No. 9. P. 42-48 [in Ukrainian].
35. Hrebelyuk O.P. Mytne rehuliuвання zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Kyiv: TsUL, 2005. 696 p. [in Ukrainian].
36. Pro pryiednannia do Mizhnarodnoi konvetsii pro harmonizovanu systemu opysu ta koduvannia tovariv: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 17.05.2002 No. 466/2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/466/2002> [in Ukrainian].
37. Luks M. Posibnyk z mytnoho prava Yevropeiskoho spivtovarystva. Briussel, 2002. 479 p. [in Ukrainian].
38. Florynskyi O. Pravylna klasyfikatsiia tovaru yak odyn z osnovnykh instrumentiv realizatsii mytno-taryfnogo rehuliuвання. *Visnyk Akademii mytnoi sluzhby Ukrainy*. 1999. No. 4. P. 69-73 [in Ukrainian].
39. Pro Natsionalnu prohramu informatyzatsii : Zakon Ukrainy vid 04.02.1998 No. 74/98-VR. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-vr> [in Ukrainian].
40. Pro zatverdzhennia typovykh form pervynnoho obliku naukovo-informatsiinoi diialnosti ta Instruksii pro poriadok yikh vykorystannia i zastosuvannia: nakaz Derzhkomstatu ta Minnauky Ukrainy vid 07.08.1998 No. 272/219. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0712-98> [in Ukrainian].
41. Metodyka vyznachennia nalezhnosti biudzhethnykh prohram do sfery informatyzatsii : zatv. nakazom Derzhkom-zviazku ta informatyzatsii vid 06.06.2003 No. 97. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0512-03> [in Ukrainian].
42. Pro informatsiu : Zakon Ukrainy vid 02.10.1992 No. 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> [in Ukrainian].
43. Verhunenکو N.V. Osoblyvosti suchasnoi vydovoї struktury yevropeiskoho rynku konsal'tynhovykh posluh. *Ekonomichnyi prostir*. 2013. No. 71. P. 5-14 [in Ukrainian].
44. Pro audyt finansovoї zvitnosti ta audytorsku diialnist: Zakon Ukrainy vid 21.12.2017 No. 2258-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> [in Ukrainian].
45. Horiaieva O.S. Pravove rehuliuвання zdiisnennia audytorskoї diialnosti v Ukraini: avtoref. dys. ... kand. yuryd. nauk: 12.00.04. Kyiv, 2014. 19 p. [in Ukrainian].
46. Pro ekolohichni audyt : Zakon Ukrainy vid 24.06.2004 No. 1862-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1862-15> [in Ukrainian].
47. Pro okhoronu navkolyshnoho pryrodnoho seredovyshcha: Zakon Ukrainy vid 25.06.1991 No. 1264-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12> [in Ukrainian].
48. DSTU ISO 19011:2003 "Nastanovy shchodo zdiisnennia audytiv system upravlinnia yakistiu i (abo) ekolohichnoho upravlinnia". Derzhspozhyvstandart Ukrainy. Kyiv, 2004. 24 p. (vtratyv chynnien') [in Ukrainian].
49. DSTU ISO 14001:1997 "Systema upravlinnia navkolyshnim seredovyshchem". URL: [www.iso14000ukraine.org.ua](http://www.iso14000ukraine.org.ua) [in Ukrainian].
50. Pro innovatsiinu diialnist: Zakon Ukrainy vid 04.07.2002 No. 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> [in Ukrainian].
51. Pro priorytetni napriamy innovatsiinoi diialnosti v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 08.09.2011 No. 3715-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17> [in Ukrainian].
52. Pro otsinku maina, mainovykh prav ta profesiinu otsinochnu diialnist v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 12.07.2001 No. 2658-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> [in Ukrainian].
53. Derzhavnyi klasyfikator produktsii ta posluh DK 016:2010: pryiniato ta nadano chynnosti nakazom Derzhspozhyvstandartu Ukrainy vid 11.10.2010 No. 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v457a609-10> [in Ukrainian].
54. Pro kontseptsiu pobudovy natsionalnoi statystyky Ukrainy ta Derzhavnu prohramu perekhodu na mizhnarodnu systemu obliku i statystyky: postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 04.05.1993 No. 326. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/326-93-p> [in Ukrainian].
55. Rieznikova V.V. Posluha ta sumizhni pravovi katehorii. *Universytetski naukovyi zapysky*. 2009. No. 2. P. 105-115 [in Ukrainian].

56. Rieznikova V.V. Posluha yak yurydychna katehoriia dohovirnoho prava. *Yurydychna Ukraina*. 2007. No. 12. P. 65-74 [in Ukrainian].
57. Rieznikova V.V. Posluha yak pravova katehoriia ta oznaka poserednytskykh dohovoriv. *Universytetski naukovy zapysky*. 2007. No. 4. P. 234-240 [in Ukrainian].
58. Rieznikova V.V. Posluha: hospodarsko-pravovy aspekt rehulivannia. *Universytetski naukovy zapysky: chasopys Khmelnytskoho universytetu upravlinnia ta prava*. 2009. No. 1. P. 155-160 [in Ukrainian].
59. Djumulen I.I. Mezhdunarodnaja torgovlja uslugami. Moskva: Jekonomika, 2003. 320 p. [in Russian].
60. Pro transportno-ekspedytorsku diialnist: Zakon Ukrainy vid 01.07.2004 No. 1955-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1955-15> [in Ukrainian].
61. Rieznikova V.V. Spivvidnoshennia poniat "posluha" ta "roboty", "dohovir pro nadannia posluh" ta "dohovir pidriadu". *Visnyk hospodarskoho sudochynstva*. 2012. No. 3. P. 85-92 [in Ukrainian].
62. Buhaenko S.A. Osoblyvosti klasyfikatsii vlastyvostei i kharakterystyk tovaru promyslovoho pryznachennia i shyrokooho spozhyvannia pidpriemstv kharchovoï promyslovosti. *Biznes-navihator*. 2014. No. 2. P. 74-79 [in Ukrainian].

Received 10.03.2019

*В.В. Резникова, И.М. Кравец*

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина

#### КЛАССИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ: ХОЗЯЙСТВЕННО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Статья посвящена классификации товаров, находящихся в хозяйственном обороте. Определены требования к классификации товаров и ее значение в современных рыночных условиях хозяйствования. Согласно правовой природе выполнено разделение товаров на несколько групп: «товары — имущество» (в этой группе особое внимание уделено подакцизным товарам); «информация, не являющаяся объектом прав интеллектуальной собственности»; «товары — услуги»; «товары — результаты работ» (в этой группе особое внимание уделено разграничению понятий работ и услуг). По потребительской стоимости и по назначению товары разделены на: товары производственного назначения; товары народного потребления; товары общего назначения. Каждая из выделенных групп рассмотрена детально. Предложена подробная классификация товаров и по другим возможным критериям.

**Ключевые слова:** товар, товары, виды товаров, классификация товаров, требования к классификации товаров, значение классификации товаров, правовая природа товаров.

*V.V. Reznikova*

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

[orcid.org/0000-0003-0149-0710](https://orcid.org/0000-0003-0149-0710)

*I.M. Kravets*

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

[orcid.org/0000-0002-7523-5045](https://orcid.org/0000-0002-7523-5045)

#### CLASSIFICATION OF GOODS: ECONOMIC AND LEGAL ASPECT

The article is devoted to the classification of goods that are in economic circulation. The requirements for the classification of goods and their significance in modern market conditions of management are determined, which makes it possible to assess the rationality of the assortment of individual commodity groups, its conformity with consumer demand, and to plan the development of the range. By legal nature, the division of goods into several groups has been completed: "goods — property" (in this group particular attention is paid to excisable goods); "Information that is not subject to intellectual property rights"; "Goods — services"; "Goods — results of work".

Different approaches to the term "property" in the national legislation are analyzed: civil law, economic law, and also the approach developed by the practice of the European Court of Human Rights. With regard to information that is not the subject of intellectual property rights, it can be concluded that the information is materially embodied in business plans, marketing plans, investment projects, expert opinions, project proposals, reports, etc. The features of the services are distinguished in the article: the beneficial effect; inseparability from the source; unobservable, indescribable; immateriality; quality, differentiation of service quality; exclusivity; the impossibility of storing the service for the purpose of its further realization or use; inexhaustibility (regardless of the number of times it is provided, its own quantitative characteristics do not change). The article defines the criterion of the difference of work from the service.

At the consumer's cost and purpose, the goods are divided into: goods of production purpose; consumer goods; general purpose goods. Each of the selected groups is considered in detail. A detailed classification of goods and other possible criteria are proposed: on terms (terms) of use / degree of durability, in terms of tactics and strategy of promotion on the market, by type of consumption, by way of sale, by origin of goods, by channels of marketing — by significance for the national economy, on the degree of liquidity, etc.

**Keywords:** goods, types of goods, classification of goods, requirements for the classification of goods, value of the classification of goods, legal nature of goods.