

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного приватного, комерційного та цивільного
права

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТУ В
ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Студента 2 курсу, 6 групи,
спеціальності 081 «Право»
спеціалізації «Комерційне
право»

Заболотного Сергія
Олександровича

Науковий керівник
кандидат юридичних наук,
доцент

Гончаренко
Олена Миколаївна

Гарант освітньої програми,
доктор юридичних наук,
доцент

Мазаракі Наталія
Анатоліївна

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
1.1 Поняття та види правовідносин суб'єктів господарювання, пов'язаних з використанням Інтернету	7
1.2 Електронний правочин як об'єкт правового регулювання	11
1.3 Джерела правового регулювання використання Інтернету в діяльності суб'єктів господарювання	13
РОЗДІЛ 2. РЕЖИМ КОМЕРЦІЙНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ, ДОСТУП ДО ЯКОЇ ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТУ	
2.1. Особливості правового регулювання поширення реклами за допомогою Інтернету.....	19
2.2. Проблеми захисту об'єктів інтелектуальної власності в Інтернеті	24
2.3. Забезпечення конфіденційності комерційної інформації в Інтернеті	32
РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТУ В ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИНАХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
3.1. Застосування Інтернет-технологій при укладенні договорів.....	41
3.2. Аналіз судової практики щодо чинності електронних правочинів	45
3.3. Проблеми виконання електронних правочинів	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

ВСТУП

Актуальність та ступінь вивченості теми. На сучасному етапі інформаційна мережа Інтернет використовується у всіх сферах життєдіяльності. Не є виключенням також підприємницька (комерційна) діяльність. При здійсненні цієї діяльності у мережі Інтернет використовуються нова договірна форма – електронний правочин (електронний договір).

Проблемам правового регулювання використання Інтернету в підприємницькій діяльності в Україні присвячено чимало робіт вітчизняних учених, з-поміж яких: О.Є.Аврамова, Ю. С. Атаманова, Н.В. Блажівська, Ю.О.Борисова, Р.В.Ваксман, О.М. Вінник, В.М. Желіховський, Т.М.Гринько, О.М. Гудзь, О.В. Дубовик, О.Мільченко, Л.А. Микитенко, Л.Л.Нескороджена, А.В. Чучковська та інші. Стрімкий розвиток інформаційних технологій, можливості глобальної мережі свідчать про необхідність вдосконалення правового регулювання укладення електронних правочинів.

На початку 2000-х років були прийняті закони України "Про електронний цифровий підпис" від 22 травня 2003 р. № 852-IV [25] і "Про електронні документи та електронний документообіг" від 22.05. 2003 р. № 851-IV [24], які встановлювали занадто жорсткі вимоги до оформлення електронних документів, чим більшою мірою ускладнювали електронний документообіг, аніж полегшували його.

У відповідності до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [45], національне законодавство було приведено до основних положень Директиви Європейського парламенту та Ради 2000/31/ЄС про деякі аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції, на внутрішньому ринку (Директива про електронну комерцію) [8]. Зокрема, 03.09. 2015 р. було прийнято Закон України "Про електронну комерцію" № 675-VIII [26], який запровадив низку нових законодавчих дефініцій і унормував порядок

укладення електронних договорів. Важливою подією стало також прийняття Закону України "Про внесення змін до деяких законів України щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг" від 03.11. 2016 р. № 1724-VIII [19], який, зокрема, спрощує процедуру укладення зовнішньоекономічних контрактів за допомогою засобів електронного зв'язку. Проте лишається не вирішеними ряд питань пов'язаних з укладенням і оформленням електронних правочинів. Зокрема, мова йде про особливості використання електронного підпису та проблеми захисту інформації щодо підприємницької діяльності в мережі Інтернет.

Усе вищезазначене зумовлює актуальність теми даного дослідження.

Мета випускної кваліфікаційної роботи – комплексний правовий аналіз правового регулювання використання Інтернету в підприємницькій діяльності в Україні.

Завдання дослідження:

- розкрити поняття та розглянути види правовідносин суб'єктів господарювання, пов'язаних з використанням Інтернету в Україні,
- проаналізувати електронний правочин як об'єкт правового регулювання,
- розглянути джерела правового регулювання використання Інтернету в діяльності суб'єктів господарювання в Україні,
- визначити особливості правового регулювання поширення реклами за допомогою Інтернету в Україні,
- виокремити проблеми правового захисту об'єктів інтелектуальної власності в Інтернеті в Україні на сучасному етапі,
- проаналізувати особливості забезпечення конфіденційності комерційної інформації в Інтернеті в Україні на сучасному етапі,
- дослідити порядок та умови застосування Інтернет-технологій при укладенні договорів в Україні на сучасному етапі,
- провести аналіз судової практики щодо чинності електронних правочинів в Україні на сучасному етапі,

- висвітлити проблеми виконання електронних правочинів в Україні на сучасному етапі та запропонувати шляхи їх подолання.

Об'єкт дослідження – суспільні відносини щодо використання Інтернету у господарській діяльності.

Предмет дослідження – правове регулювання використання Інтернету в підприємницькій діяльності.

Методи дослідження. У роботі використаний комплекс філософських, загальнонаукових і спеціальних методів. Так, застосування методів класифікації й систематизації дозволило узагальнити законодавчу, нормативну документацію і наукову літературу за темою дослідження. Використання методів критичного дослідження дозволило аргументувати власну позицію щодо загальних засад правового регулювання використання Інтернету в підприємницькій діяльності в Україні та стосовно напрямів його удосконалення на сучасному етапі. Крім того, в роботі використані методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції, аналогії, єдності історичного та логічного, органічної єдності теорії та практики з метою всебічного дослідження правового регулювання використання Інтернету в підприємницькій діяльності в Україні.

Наукова цінність полягає у подальшій розробці доктринальних положень по темі роботи. Зокрема, елементи наукової новизни містяться у пропозиціях щодо внесення змін у нормативно-правові акти, зокрема з приводу визначення способів та методів захисту прав інтелектуальної власності в Інтернеті, механізму ідентифікації особи, яка порушує право в Інтернеті.

Практична цінність. Практична цінність випускної кваліфікаційної роботи складається з того, що теоретичні положення, сформульовані на підставі дослідження та практичні рекомендації, сприятимуть удосконаленню практики правового забезпечення використання Інтернету в цілому. Також дослідження є узагальненням нормативного регулювання

електронного правочину в Україні та може слугувати основою для подальшої розробки питання.

Публікації. За підсумками кваліфікаційної випускної роботи опубліковані такі наукові статті:

Заболотний С.О. Електронний правочин – як об'єкт правового регулювання. Правове забезпечення підприємницької діяльності: зб.наук.ст.студ. / відп.ред.О.О.Бакалінська, О.М.Гончаренко, Ю.В.Тищенко. - Київ: Київ.нац.торг-екон.ут.-т, 2019.-Ч.1.-196 с. – С. 23-27 [80].

Структура та обсяг роботи. Структура дослідження обумовлена метою, завданнями та обраним предметом дослідження. ВКР складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій та списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 67 сторінок, із яких основна частина роботи займає 45 сторінок. Список використаних джерел складається із 101 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття та види правовідносин суб'єктів господарювання, пов'язаних з використанням Інтернету

Правові відносини – це індивідуальний публічний зв'язок між особами, який виникає на основі норм права, що характеризується наявністю суб'єктивних прав та обов'язків і гарантується примусовою силою держави.

О.Ф. Скакун відносить до загальної характеристики правових відносин:

- 1) різноманітні суспільні відносини та соціальний зв'язок;
- 2) результат свідомої поведінки людей;
- 3) вольове ставлення;
- 4) відносини, що виникають, змінюються та припиняються на підставі норм права у разі виникнення передбачених підстав;
- 5) мають двосторонній характер;
- 6) охороняється державою [93, с.201].

У свою чергу, інформаційні відносини виникають у виробництві, передачі та розповсюдженні, пошуку, отриманні та споживанні інформації, інформаційних ресурсів, інформаційних продуктів та / або інформаційних послуг і характеризуються наступним: суб'єкти, які вступають у правові відносини при здійсненні інформаційних процесів; поведінка (дія, бездіяльність) суб'єктів при здійсненні ними інформаційних правовідносин, зокрема, придбання ексклюзивних прав, передача прав власності, продаж та придбання інформаційних об'єктів, дублювання та розповсюдження цих об'єктів; об'єкти, у зв'язку з якими суб'єкти вступають у правовідносини; права та обов'язки та відповідальність при здійсненні інформаційних процесів.

Інтернет-відносини – це конкретні відносини, що виникають під впливом норм міжнародного та інших галузей права, міжнародних договорів, рішень судів на поведінку людей та організацій (суб'єктів), специфікою яких

є те, що для уповноважених суб'єктів права виникають (тобто правові та передбачені різними державами відкривають можливість діяти віртуально у віртуальному просторі), і в той же час на інших суб'єктів покладено обов'язки, що вимагають певної поведінки, зазначеної в джерелах Інтернету.

Є. П. Литвинов визначає такі відносини, як особливі відносини, що виникають під впливом норм міжнародного та інших галузей права, міжнародних договорів, рішень судів на поведінку людей та організацій (утворень) [87, с.147].

Перелік відносин, що виникають із мережі, є досить загальним, але очевидно, що вони неоднорідні за своєю правовою природою, тому дуже важко знайти чіткі критерії, які дозволяли б їх класифікувати. Єдиним об'єднуючим фактором є віртуальне середовище виникнення, зміни та припинення цих відносин у всіх сферах, пов'язаних з обміном інформацією, не залишаючи осторонь систему організації та ділової активності, яка визначається як "електронна комерція".

Існують різні підходи до визначення електронної комерції серед науковців.

Так, В. Желіховський пропонує визначення електронної комерції як системи взаємовідносин у сфері обміну даними (електронними документами) та інформацією між суб'єктами господарювання, що використовують глобальний Інтернет [78, с.14].

На думку А. Чучковської, електронна комерція – це система взаємопов'язаних правовідносин у сфері вчинення операцій шляхом обміну електронними документами, які здійснюються за допомогою використання телекомунікаційних мереж [97, с.9-10].

За словами Ю. Борисової, під електронною комерцією слід розуміти всю сукупність дій фізичних та юридичних осіб щодо вчинення "електронних" операцій (укладення договорів) та спрямованих на отримання фінансової вигоди. Автор стверджує, що поняття "електронна комерція" є більш широким, ніж її вузьке визначення як підприємницької діяльності [72, с.94].

Т. Тардаскіна, Ю. Терешко та Є. Стрельчук зазначають, що електронна комерція (e-sottegse) - це вид електронної комерційної діяльності з використанням інформаційно-комунікаційних технологій [95, с.116-117].

На думку А. Маєвської, електронна комерція – це широкий спектр інтерактивних методів ведення діяльності з надання товарів та послуг споживачам [88, с.198].

У 2015 р. був прийнятий Закон України "Про електронну комерцію". Згідно із даним Законом, "електронна комерція – це акт особи набувати, змінювати чи припиняти цивільні права та обов'язки за допомогою використання інформаційних та телекомунікаційних систем".

Загалом, щоб визначити поняття "електронна комерція" та пояснити її сутність, ми можемо виділити два переважні підходи: 1) щодо підприємницької (комерційної) діяльності, яка є видом економічної діяльності; 2) стосовно спеціальних правових відносин – відносин електронної комерції. При цьому останні здебільшого трактуються як складне явище, яке вимагає регулювання норм різних галузей права (економічного, цивільного, адміністративного тощо).

Що стосується особливостей електронної комерції, то вчені загалом солідарні тим, що цей вид діяльності характеризується ознаками підприємницької (комерційної) діяльності з єдиним застереженням, що цей вид діяльності здійснюється через Інтернет.

Поряд з цим у бізнес-секторі з'явився ще один термін – "Інтернет-комерція". Деякі вчені розглядають це як набір інструментів і методів, що дозволяють використовувати Інтернет-технології для вирішення економічних проблем. Інші вчені визначають поняття "Інтернет-комерція" як укладення шляхом обміну електронними документами купівлі-продажу, постачання, дистрибуційних угод, факторингу, лізингу, дизайну, консалтингу, страхування, банківських послуг, перевезень тощо. Дослідники також пропонують розглядати "Інтернет-комерцію" як форму доставки товару, при якій підбір та замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а

платежі між покупцем та продавцем здійснюються за допомогою електронних документів та / або електронних платіжних засобів. У будь-якому випадку термін "електронна комерція" охоплює як торгівлю товарами, так і послугами, що призводить до швидкого збільшення кількості ділових та цивільних договорів, укладених через телекомунікаційні мережі.

На думку О.М. Вінник, електронний бізнес у найчистішому вигляді ще не став переважаючим, але його елементи пронизують майже всю ділову активність та функціонування його суб'єктів, що знайшло своє відображення в нормативно-правових актах [74, с.164], серед яких Закон України "Про електронну комерцію", який встановлює порядок здійснення електронних операцій з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, а також акти, прийняті до Закону, зокрема, статті 73, 75, 77, 78, 79, 90 Господарського кодексу України (далі – ГК України) [9], п. 2 ст.20, статті 35-36 Закону України "Про акціонерні товариства" [17], статті 1 та 10 Закону України "Про публічні закупівлі" [41], статті 1-11 Закону України "Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні" [20].

Можна виділити наступні види ділових відносин в Інтернеті: за темою: 1) відносини, пов'язані з функціонуванням та доступом до Інтернету; 2) відносини, що виникають у сфері електронної комерції (електронний бізнес); 3) відносини щодо використання прав інтелектуальної власності у бізнесі в Інтернеті; 4) відносини, що виникають стосовно захисту конфіденційної інформації в Інтернеті, забезпечення цілісності систем, інформаційної безпеки, запобігання розголошенню комерційної таємниці; за місцем існування можна виділити: а) повністю віртуальні правовідносини; б) частково віртуальні правовідносини.

А. І. Фомін відокремлює ділові Інтернет-відносини конкретного виду – взаємні правовідносини двох або більше суб'єктів щодо майнових чи немайнових вигод, породжених обставинами, що виникають та існують в Інтернеті (віртуальний простір, кіберпростір), опосередкований електронним обміном інформацією та характеризується наднаціональним характером,

рівністю та самостійністю волі підданих та розподіляє їх на: а) комерційні правовідносини (суб'єктами таких правовідносин є суб'єкти господарювання, які використовують пільги, придбані для ведення бізнесу та інших видів діяльності, не пов'язаних з особистим, побутовим та сімейним споживанням); б) комерційні та споживчі правовідносини (у таких правовідносинах, з одного боку, суб'єкт господарювання отримує комерційні вигоди, а з іншого – споживач набуває товарів для особистого, сімейного, побутового та інших подібних цілей); в) некомерційні правовідносини – у таких правовідносинах суб'єкти господарювання здійснюють діяльність, спрямовану на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети отримання прибутку [96, с.75-76].

1.2. Електронний правочин як об'єкт правового регулювання

Поняття «електронний документ» у правовому полі України з'явилося ще у 2003 р. з прийняттям Закону України "Про електронні документи та електронний документообіг" та Закону України "Про електронний цифровий підпис".

Відповідно до ст. 5 Закону № 851 "електронний документ – документ, інформація якого записується у вигляді електронних даних, включаючи необхідні реквізити документа" [24].

Як справедливо зазначає П. Подрецький, поділ операцій, здійснених в Інтернеті, впливає із практики обороту. Зокрема, виділяють електронні трансакції та електронні договори [101, с.256-257].

Ще однією новелою застосування електронного документа було прийняття Закону України "Про електронну комерцію". Цей Закон регулює правові відносини у сфері електронної комерції під час вчинення електронних правочинів. Крім того, відповідно до даного Закону стало можливим укладення електронного договору та використання при цьому

електронного цифрового підпису. Єдиною особливістю електронного договору є те, що він вчиняється в електронній формі.

Сьогодні існують різні погляди на правовий статус договорів, укладених в Інтернеті. Так, деякі вчені поділяють підхід, прийнятий у багатьох зарубіжних країнах, згідно з яким електронна форма угоди є окремою формою угоди. На думку представників іншої позиції, транзакція, здійснена за допомогою електронних комунікацій, є типом написання.

Так, І. Спасибо-Фатєєва та О. Гудзь вважають, що віднесення транзакцій, здійснених електронними засобами, до письмових засобів, слід розуміти як подання інформації (зміст угоди) на інших носіях, крім паперових, але з фіксацією волі (думки, наміри) сторін через логічно впорядковані знаки [94, с.34; 76, с. 35].

Н. Блажівська визначає електронну транзакцію як транзакцію, здійснену електронними засобами зв'язку, суть якої полягає в обміні сторонами за допомогою засобів електронного волевиявлення [70, с.66].

На доктринальному рівні сформувалися також різні підходи як щодо розуміння поняття "електронний договір (контракт)", так і стосовно класифікації таких договорів.

Найчастіше в літературі існує класифікація, заснована на критеріях поділу залежно від сторін, способу вчинення угоди та відокремлення характерних послуг.

Проте є й інші вимоги, які призводять до вилучення певних груп договорів із сфери дії закону. Умовно їх можна поділити на ті, які: 1) представлені до предметного складу, 2) стосуються предмета (об'єкта) укладеного договору, 3) пов'язані з нотаріальним посвідченням або державною реєстрацією відповідно до закону (однак залежно від предмета договору, їх можна віднести до другої групи).

Дані договори можна розподілити за наступними ознаками: а) однією із сторін є фізична особа, яка не зареєстрована як підприємець і продає чи пропонує на продаж товари, виконує роботи, надає послуги з використанням

інформаційних та телекомунікаційних систем; б) однією із сторін є орган державної влади або органом місцевого самоврядування в частині виконання функцій держави або місцевого самоврядування або договір укладається відповідно до Закону України "Про публічні закупівлі"; в) виконання зобов'язання забезпечується особою, яка уклала договір поруки чи іншу форму майнового забезпечення, за умови, що він діє для цілей, що виходять за межі його ділової чи незалежної професійної діяльності; г) договори, що регулюють сімейні відносини.

Крім того, контракти, укладені в Інтернеті, можна розділити на два види: договори, укладені через Інтернет як засіб комунікації, тобто як факс-аналог тощо; договори, укладені в Інтернеті як правовий простір.

Поділ трансакцій в Інтернеті також може бути прямим і непрямим.

Прямі електронні трансакції – позначають предмет, який має електронну форму вираження (наприклад, комп'ютерна програма, електронна база даних). Прямі електронні трансакції відбуваються також у випадку надання он-лайн послуг (наприклад, електронного банкінгу).

Непрямі електронні трансакції – здійснюються за допомогою електронних засобів зв'язку, але здійснюються у традиційній формі.

Слід зазначити, що не будь-яка угода є основою для виникнення відносин у сфері електронної комерції, а лише ті, що є діловими та споживчими договорами.

Таким чином, лише така стадія угоди є електронною, коли її виконання буде здійснено традиційним способом.

1.3. Джерела правового регулювання використання Інтернету в діяльності суб'єктів господарювання

Перший крок у розвитку міжнародного права щодо регулювання електронної комерції був прийнятий Постановою Генеральної Асамблеї ООН 30.01. 1997 р. Типовий закон про електронну комерцію (так званий

Типовий закон ЮНСІТРАЛ). Цей документ сформував правову базу для діяльності у сфері електронної комерції, а також визначив основні поняття, що застосовуються у цій галузі, такі як електронний документ, електронний документообіг, електронний підпис, автор електронного документа, інформаційна система та інші. Водночас він визнав юридичну та доказову силу документів в електронній формі та встановив вимоги до електронного підпису як засобу підтвердження справжності та цілісності електронного документа [4].

Удосконалюючи положення Типового закону про електронну комерцію, держави-члени ООН розробили Міжнародну конвенцію про електронні угоди [2], якою було встановлено основні правила встановлення порядку укладення електронних угод та їх виконання. Конвенція має на меті перевести міжнародні відносини електронної комерції на якісно інший, вищий рівень розвитку.

Іншим, не менш важливим, документом, що формує європейське законодавство про електронну комерцію, є Директива ЄС про систему електронного підпису, що застосовується в Співтоваристві, прийнята в грудні 1999 р. Цей документ найбільш повно регулював взаємозв'язок у сфері електронного підпису. Загалом електронний підпис відіграє ключову роль у укладанні угоди в Інтернеті, оскільки її справжність повинна бути належним чином перевірена. Так, можливо підписати договір в Інтернеті, застосувавши електронний підпис, який ідентифікує підписанта та захищає документ від підробки [7].

У нашій країні початок правового регулювання діяльності у галузі високих технологій було встановлено у 1998 р. з прийняттям Верховною Радою України Закону України "Про Національну програму інформатизації" [39].

Одночасно було затверджено Концепцію національної програми інформатизації та прийнято Закон України "Про затвердження завдань Національної програми інформатизації на 1998-2000 роки".

Наступним важливим кроком був Указ Президента № 928 від 31.07. 2000 р. "Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні" [31], а також затвердження Правил організації захисту електронних банківських документів [48], які діють із терміном "документи електронного банку" без розкриття цього терміну.

22.05. 2003 р. Верховна Рада України прийняла Закон України "Про електронні документи та електронний документообіг", який визначає поняття електронного документообігу та електронного документообігу, встановлює глобальні тенденції до визнання законної сили електронного документа, конкретизує права та обов'язки суб'єктів електронного документообігу, їх відповідальність тощо, а також було прийнято Закон України "Про електронний цифровий підпис".

Сьогодні до найважливіших нормативно-правових актів інформаційної діяльності в Україні належать Конституція України [1] та Цивільний кодекс України [14], які визначають принципи отримання, використання, поширення, зберігання інформації та захисту прав суб'єктів інформаційних відносин.

ЦК України визнає можливість укладання угод в електронному вигляді, розглядаючи це як рівнозначне письмовій формі.

Іншим актом, який регулює питання електронної комерції, є ГК України. Цей акт чітко не визначає сучасні інформаційні технології як засіб укладання договорів. Стаття 181 ГК України дозволяє укласти бізнес шляхом обміну факсами, телеграмами, телефонами тощо, а також шляхом підтвердження прийняття замовлень.

У зв'язку з Законом про електронну комерцію до усталеного поняття "операції", описаного в ст. 202 ЦК України додає кваліфікуючу особливість електронної трансакції, яка також робить її електронною: реалізується за допомогою інформаційних та телекомунікаційних систем. Крім того, Закон встановлює важливі правила щодо специфіки укладення електронного

договору, насамперед, містить вимоги до змісту пропозиції (необхідність викладати істотні умови договору та іншу необхідну інформацію) та закріплює способи визначення форм пропозиції (шляхом надсилання комерційного електронного повідомлення, розміщення пропозиції (пропозиції) в Інтернеті чи інших інформаційно-телекомунікаційних системах).

Також, першорядне значення для розвитку відносин, що виникають у Інтернет мають Закони України "Про науково-технічну інформацію" [38], "Про Національну програму інформатизації", "Про електронний цифровий підпис" та "Про електронну комерцію".

Також інформаційні відносини регулюють закони України "Про інформацію" [36], "Про телебачення та радіомовлення" [43], "Про друковані ЗМІ в Україні" [23], "Про інформаційні агентства" [35], "Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації" [40], "Про телекомунікації" [44], "Про доступ до публічної інформації" [22] та ін.

Нормативними актами України, які безпосередньо визначають напрями регулювання Інтернет-відносин в нашій країні сьогодні, є Укази Президента України "Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної Інтернет-мережі інформації та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні" та "Про заходи щодо захисту інформаційних ресурсів держави" [32].

Питання захисту інформації в Інтернеті регулюється Законом "Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах" [28], а також Указом Президента України "Про Положення про порядок здійснення криптографічного захисту інформації в Україні" [46]. Захист споживачів у сфері електронної комерції регулюється Законом "Про захист прав споживачів" [30]. Зазначений Закон передбачає, зокрема, концепцію договору на відстань, тобто телекомунікаційними мережами, на які

посилаються телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, включаючи Інтернет.

Таким чином, в останні роки відносини з Інтернетом стали важливою ланкою в зв'язках з громадськістю.

З урахуванням думок науковців, Інтернет-відносини можливо визначити як специфічні відносини, які виникають внаслідок впливу інформаційної, міжнародної та інших галузей права на поведінку людей у цьому середовищі. Це соціальні та соціальні відносини, що регулюються нормами міжнародного та національного права, що виникають із матеріальних та нематеріальних об'єктів, залучених до складу структури, системи функціонування та інформаційного наповнення мережі.

Аналіз точок зору вчених дозволив до ключових положень, що визначають особливості характеру взаємовідносин в Інтернеті, віднести наступні: а) неможливість визначити місцеперебування партії; б) відсутність ідентифікації учасника не в мережі, а безпосередньо окремої людини, в) неможливість чітко визначити дієздатність особи, г) у випадку злочину, вчиненого в Інтернеті, – складність доведення його складу, ґ) складність застосування територіальних критеріїв до діяльності в мережі Інтернет, та д) конкретний суб'єктивний склад відносин.

Ми погоджуємося із думкою багатьох науковців, що однією з основних тенденцій розвитку сучасного суспільства є широке залучення Інтернет-інформаційної мережі майже у всі сфери життя, зокрема у сфері підприємницької (комерційної) діяльності.

Предметом комерційних правовідносин в Інтернеті може бути будь-який суб'єкт комерційного права, що має доступ до Інтернету. Під час прямого здійснення бізнесу з електронною комерцією між суб'єктами господарювання виникають майнові та інші відносини, більшість з яких набувають договірних форм.

Зроблено висновок, що будь-які відносини, що виникають внаслідок використання Інтернету, підлягають правовому регулюванню як на

внутрішньому, так і на міжнародному рівні. На міжнародному рівні це Типовий закон про електронну комерцію, Директива ЄС про правові рамки Співдружності щодо використання електронних підписів. На національному рівні це Конституція України, ГК України та ЦК України, Закони України "Про електронний цифровий підпис", "Про електронну комерцію", інші закони та Укази Президента України в цій галузі.

РОЗДІЛ 2

РЕЖИМ КОМЕРЦІЙНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ, ДОСТУП ДО ЯКОЇ ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТУ

2.1. Особливості правового регулювання поширення реклами за допомогою Інтернету

Реклама – це інформація, що поширюється будь-якими способами, у будь-якій формі та будь-якими способами, адресована невизначеній кількості осіб та спрямована на привернення уваги об'єкта реклами, формування чи підтримку інтересу до неї та її просування на ринку. З цього визначення ми можемо дійти природного висновку, що реклама – це специфічний вид інформації.

Відповідно до ст. 1 Закону України "Про рекламу", Інтернет-реклама – це реклама, розміщена в Інтернеті, головним чином на налагоджених і популярних веб-сайтах; презентація товарів, послуг або бізнесу в мережі, адресована масовому клієнту [42].

Оскільки Інтернет-реклама – це особливий вид інформації, вона має всі ознаки останньої. Ключова різниця між рекламою в Інтернеті від будь-якої іншої – можливість відстежувати рекламні контакти. Завдяки можливості відстежувати реакції та дії користувачів мережі, рекламодавець може швидко вносити зміни до дійсної рекламної кампанії. Як зазначає Т.М. Гринько Інтернет-реклама сьогодні має ряд переваг на відміну від звичайної реклами, носить переконливий характер, проте має і свої недоліки [75, с.57].

Інтернет-реклама зазвичай має дворівневий характер: зовнішня реклама, розміщена рекламодавцем із видавцями, є рекламним засобом. Види цієї реклами: банери, текстові блоки, беріки, міні-сайти, проміжні рекламні файли. Така реклама зазвичай має посилання безпосередньо на сайт рекламодавця [84, с.129].

О. Мільченко визначає, що за орієнтацією на прибуток відкрізняють Інтернет-рекламу від некомерційної реклами. Під комерційною рекламою доцільно розуміти, що створюється та розподіляється з метою отримання прибутку. Відповідно, некомерційна реклама не передбачає для цієї мети. Некомерційна реклама може бути додатково підрозділена на підвиди – соціальні, політичні тощо, кожен з яких має свої специфічні характеристики.

За способом передачі інформації, Інтернет-реклама поділяється на відео, текстову, звукову, графічну, інтерактивну та комбіновану. За критерієм концентрації на всіх або окремих групах населення необхідно розрізняти масову та вибірну рекламу. В межах території розповсюдження доцільно розрізняти локальну, регіональну, національну, міжнародну та глобальну рекламу [89, с.30-31].

Інтернет-реклама може бути відкритою або прихованою методом подання рекламної інформації. Відкрита реклама характеризується тим, що сприймаючи інформацію, можна зрозуміти, що відповідне повідомлення – це реклама. Прихована реклама – інформація про особу чи продукт у програмі, передачі, публікації, якщо така інформація підпорядкована рекламним цілям та може ввести в оману осіб щодо справжньої мети таких програм, передач, публікації заборонена законодавством України (ст. 1 Закону України "Про рекламу").

Також можна розділити Інтернет-рекламу на законну та незаконну. Ю.Шишка зазначає Інтернет-реклама, яка повністю відповідає всім нормативним вимогам чинного законодавства, є законною. Незаконна Інтернет-реклама, відповідно, порушує правила Запобігання та припинення недобросовісної реклами є одним із багатьох важливих напрямків правового регулювання реклами [99, с.134-135].

Як зазначає Р. В. Ваксман сайти в соціальних мережах зазвичай містять правила користування сторінками користувачами. Умови окремих сайтів містять положення, зокрема, щодо регулювання розповсюдження реклами та інших комерційних практик, що проводяться на сайті, включаючи розіграші,

конкурси та подарунки. Наприклад, LinkedIn забороняє користувачам поширювати будь-які небажані чи несанкціоновані рекламні повідомлення чи матеріали. Twitter забороняє використовувати сайт для розповсюдження масових небажаних повідомлень ("спаму"). Facebook містить правила, які конкретно регулюють адміністрацію та рекламу акцій на сайті [73, с.334].

На жаль, однак користувачі соцмереж, що базуються на території колишнього Радянського Союзу, фактично не захищені, оскільки правила таких сайтів, хоча частково містять такі попередження, насправді ускладнюються процесом захисту користувача від спаму та недобросовісної реклами. Український сегмент Інтернету визначений у частині ієрархічного адресного простору, який має унікальну назву – UA Domain, яка його ідентифікує. У цьому сегменті реклама в Інтернеті регулюється чинним Законом України "Про рекламу", опосередковано Законом України "Про телекомунікації" та постановою Кабінету Міністрів України від 11.04.2012 р. № 295 "Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг". Але цей рівень регулювання має деякі недоліки, оскільки ідентифікувати особу, яка незаконно поширює рекламу в Інтернеті, майже неможливо [47].

Окремим об'єктом адміністративного регулювання реклами в Інтернеті є власна рекламна діяльність. Закон України про рекламу визначає основні принципи реклами, але не визначає це поняття. На думку Л. А. Микитенко, відсутність визначення рекламної діяльності у вітчизняних нормативних актах пояснюється поєднанням двох різних понять – "реклама" та "рекламна діяльність" – в цілому [90, с. 21].

Отже, рекламу в Інтернеті можна визначити як онлайн-процес застосування роботи до інформації про людину чи продукт, призначений генерувати або підтримувати поінформованість та зацікавленість користувачів Інтернету та їх інтерес до такої людини чи продукту.

Основою нормативно-правової частини механізму регулювання рекламної діяльності в Україні є Конституція України, а саме, положення про

права громадян держави щодо об'єктивної інформації, свободи творчості, володіння результатами своєї інтелектуальної та творчої діяльності щодо використання державної мови тощо (статті 10, 54, 144 та ін.). Як на ділову рекламну діяльність впливають кодекси та закони, які спрямовані на ділову діяльність загалом, а саме Податковий кодекс України [13], ГК України, ЦК України, закони України "Про інвестиційну діяльність" [34], "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [18] тощо.

Аналіз судової практики щодо регулювання Інтернет-реклами показує, що найбільш частим спірним питанням є питання про те, чи була відповідна інформація рекламною чи ні. Так, справа № 2а-407/10/2670 від 23.03. 2010 року в Окружному адміністративному суді Києва була присвячена факту поширення онлайн-служб зайнятості в Греції та Сполучених Штатах Америки без встановленої законом ліцензії. Суд не погодився з аргументом відповідача, що надана інформація – це не реклама, а спроба вивчення ринку та попиту [64].

Натомість апеляційний адміністративний суд м. Севастополя 26.02.2013 р. у справі №2а-12741/12/0170/1 помилився, на нашу думку, що інформація розміщена на сайті www.medoffgold.com.ua | index. php "була не маркетинговою послугою, а маркетинговою послугою [65]. Позиція суду в аналізованій справі нелогічна, оскільки, як зазначається в енциклопедичній літературі, реклама є однією з перших і основних форм маркетингу.

Особливу актуальність має специфічна проблема правового регулювання використання електронної пошти в аспекті спаму – масове розповсюдження комерційної реклами в мережі. Відповідно до Законів України "Про рекламу", поширення спаму порушує низку основних положень законодавства про рекламу. Зокрема, спам у деяких випадках можна кваліфікувати як недобросовісну рекламу, яка відповідно до ст. 10 Закону України "Про рекламу" не допускається.

О. Кіпа переконаний, що посилання електронних листів (спаму) всупереч волі одержувача, вираженому в конкретних діях, має бути

законодавчо забороненою, оскільки це очевидно байдужість спамера до прав іншої людини. Навіть якщо розсилка не суперечить волі користувача, тобто, не висловлюючи незадоволення (наприклад, вперше), масова розсилка, яка уповільнює Інтернет-трафік, забирає години або призводить до інших негативних наслідків, також є незаконною. Спамер повинен відповідати за кількість надісланої інформації та за шкоду, заподіяну їй спамом [83, с. 348].

Як зазначає З.В. Кузнєцова, що за порушення закону про рекламу, включаючи Інтернет, передбачена юридична відповідальність, а саме: цивільна, адміністративна, кримінальна [85, с.12].

Однак слід зазначити, що сьогодні в Україні не існує реального механізму, який би відповідав за розсилку спаму, і в юридичній практиці немає відповідних прецедентів.

Слід сказати, що сьогодні в жодній країні світу не існує кодифікованого закону про Інтернет. Ця юридична невизначеність, з одного боку, надає розповсюдникам реклами в Інтернеті додаткові можливості для зловживань та обходу, але міжнародні організації рекомендують бути обережними при розробці рекламних повідомлень, які можуть бути доступні клієнтам у різних країнах. Міжнародно-правове співтовариство віддає перевагу національному регулюванню правових відносин у сфері реклами в Інтернеті [100].

Правове регулювання реклами, у тому числі показ, в Інтернеті здійснюється на підставі положень Закону України "Про рекламу". Однак через специфіку Інтернет-простору існує чітка потреба у чіткому законодавчому визначенні правил реклами в Інтернеті, щоб уникнути непорозумінь серед усіх учасників рекламного ринку та запобігти поширенню несправедливих, неточних, приховану або заборонену рекламу.

Ми вважаємо, що зазначені проблеми підтверджують тезу про необхідність включення до структури Закону "Про рекламу" незалежної групи правил правового регулювання реклами в Інтернеті чи навіть прийняття окремих правових актів, який регулюватиме надання послуг, які він перебуває в Інтернеті.

2.2. Проблеми захисту об'єктів інтелектуальної власності в Інтернеті

В інформаційному суспільстві значно поширюється можливість поширення результатів інтелектуальної творчої діяльності через Інтернет, а також легалізація останніх тощо. У той же час збільшується ризик порушення прав інтелектуальної власності, ускладнюється встановлення порушників, притягнення їх до відповідальності, захист інтересів правовласників. Соціальні мережі – це місце масового порушення прав інтелектуальної власності: авторських прав, прав на торговельну марку тощо.

В Україні існує близько десяти спеціальних законів та понад двадцять багатосторонніх міжнародних договорів, спрямованих на захист прав інтелектуальної власності, однак ще не розроблено жодного правового акта, який би передбачав способи та методи захисту прав інтелектуальної власності в Інтернеті. Захист інтелектуальної власності в Інтернеті стає все складнішим, оскільки існуючі правові інструменти не відповідають дійсності, і єдиний механізм захисту – судовий процес – не завжди ефективний.

На думку, Є.Ю. Захарова, область захисту авторських прав в Інтернеті є досить специфічною, оскільки використання сторонніх контентів відбувається практично для кожного, хто має доступ до Інтернету. Обидві сторони потребують захисту: автори – за те, що вони не отримували винагород за створену інтелектуальну власність; та користувачів через використання неправомірно розміщеного контенту, за використання якого потрібно платити [79, с.18].

В Україні авторське право регулюється ЦК України та Законом України "Про авторське право та суміжні права" [16]. Так, ст. 50 даного Закону чітко визначено, які дії є порушенням авторського права та суміжних прав, у тому числі в електронних мережах, і дає підстави для судового захисту. Здійснення будь-якою особою дій, які порушують особисті немайнові права суб'єктів авторського права та (або) суміжних прав, піратства (публікація,

відтворення, ввезення на митну територію України, вивезення з митної території України та розповсюдження підроблені копії творів (включаючи комп'ютерні програми та бази даних), фонограми, відеограми та програми організацій мовлення); плагіат – публікація (публікація), повністю або частково, чужої праці під іменем людини, яка не є автором твору; публічне повідомлення про об'єкти авторського права, з яких було видалено або змінено інформацію щодо управління авторським правом без дозволу автора, насамперед в електронній формі. Проблема полягає в тому, що дії, передбачені ст. 50 цього закону свідомо чи несвідомо виконують майже всі користувачі Інтернету. Якщо ж автор запідозрив факт порушення його авторських прав в Інтернеті, то відповідно до свого конституційного права та відповідно до ст. 52 Закону України "Про авторське право та суміжні права" має право звернутися до суду та вимагати відшкодування за незаконне використання об'єкта інтелектуальної діяльності або втрату матеріальних прибутків, якщо такі є.

Зазвичай найпоширенішим видом порушення прав інтелектуальної власності в Інтернеті є плагіат – публікація (публікація) повністю чи частково чужої роботи під іменем людини, яка не є автором цієї праці. Плагіат як порушення прав інтелектуальної власності – це віднесення авторства до об'єкта інтелектуальної власності або його захисної частини, що передбачає вчинення навмисних проступків, спрямованих на формування будь-яким способом віднесення авторства до об'єкта творчої участі інтелектуальної власності. у його створенні.

До ознак, що розкривають суть плагіату як порушення прав інтелектуальної власності, належать: атрибуція авторства (ключова ознака плагіату); умисне зловживання об'єктом інтелектуальної власності або його охоронюваною частиною; публікація об'єкта, створеного внаслідок плагіату.

Плагіат стосується літературних творів, статей, фотографічних, музичних, кінематографічних творів, творів мистецтва, наукових праць, дисертацій тощо. Ще одним порушенням прав інтелектуальної власності в

мережі є порушення авторських прав на комп'ютерні програми, а саме розповсюдження підроблених примірників програм [92, с.174].

М. В. Гура вбачає необхідність посилити правовий захист прав авторів Інтернет-сайту на національному рівні, насамперед, шляхом визначення правового режиму Інтернет-сайту у ЦК України та Законі України "Про авторські та суміжні права" та розробка Типових угод щодо створення та розміщення веб-сайтів. Крім того, на його думку, необхідно вдосконалити норми, що встановлюють особливості правового захисту авторських прав Інтернет-сайту, а також застосування стягнення грошової компенсації та моральної шкоди у разі їх комісія [77, с.12-13].

Ю.Капіца, О. Рассомахіна зазначають, що найпростіший засіб авторського права в мережі – використовувати знак авторського права (знак авторського права), який складається з трьох елементів: марка, прізвище та ініціали особи чи організації, яка проводить роботу, рік першої публікації. Але тепер кожен може поставити такий знак під статтею чи фотографією, але насправді це може не автор. Цей вид авторського права в деякому сенсі просто вказує на те, що особа, яка опублікувала матеріал, вважає себе автором, але зазвичай немає підтвердження достовірності цієї інформації. Для того, щоб оформити копію знаку авторського права, необхідно здійснити певну процедуру його встановлення, яка полягає у заповненні форми реквізитів авторського права та підписанні електронного документа автора цифровим підписом автора [82, с.16].

Як зазначає А. Бойченко що, крім того, зараз існує велика кількість технічних засобів захисту інтелектуальної власності, які умовно можна розділити на кілька груп, кожна з яких має специфічні особливості. Перший підхід – обмежена функціональність. При такому підході власник авторських прав надає користувачеві копію твору, яка має функціональні обмеження. У більшості випадків такий підхід застосовується до програмних продуктів, які, у свою чергу, мають широкі функціональні можливості, але в повній мірі можуть їх використовувати лише ті, хто придбав продукт. "Обмежена

функціональність" також включає демо-версії літературних творів, пробні відео-уроки тощо. Іншим випадком обмеженої функціональності є низька якість показу творів для користувачів, які не набули права користуватися ним [71, с.33].

Наступний підхід - "бомба годинника". У цьому підході власник авторських прав поширює функціонально цінну інтелектуальну власність, але встановлює дату чи кількість використання, після яких доступ до власності буде неможливим. Цей механізм також найчастіше застосовується до програмних продуктів.

Захист від копіювання також є способом захисту прав інтелектуальної власності. При такому підході власник авторських прав обмежує кількість разів копіювання файлів на комп'ютері або взагалі не дозволяє копіювати. Цей підхід є найбільш актуальним для текстових ресурсів, таких як статті, дослідження, твори мистецтва та зображення, які можуть бути як фотографіями, так і творами мистецтва.

Іншим засобом захисту є криптографічні конверти – програмне забезпечення, яке шифрує, працює так, що до них можна отримати доступ лише за допомогою відповідного ключа до шифру, який, у свою чергу, можна придбати у власника авторських прав або його представника.

Вищезазначені засоби захисту є найважливішими для захисту робіт будь-якого характеру в мережі Інтернет. Є також інструменти, які не захищать інтелектуальну власність від розповсюдження чи копіювання, але зможуть довести авторство у міру необхідності: цифрові сертифікати, підписи, які вже широко використовуються в різних областях для ідентифікації особи, яка створила або надіслала файл.

Власники ексклюзивних прав, інтереси та права яких порушуються в Інтернеті, мають можливість або звернутися до суду і в ході судового провадження вимагати від суду запитати у відповідача інформацію про реєстратора, або подати заяву до правоохоронних органів із відповідною заявою.

Проте сам факт подання позову є одним із головних проблемних аспектів захисту авторських прав в Інтернеті.

Найчастіше відповідачем у таких випадках є власники веб-сайтів або провайдери, які розміщують або дозволяють незаконний вміст у вигляді захищеної авторським правом інтелектуальної власності на своєму сервері. Але все це можливо лише за наявності інформації про фізичну чи юридичну особу, яка здійснює моніторинг домену чи сервера, оскільки практика показує, що такі дані майже в кожному випадку невідомі, що ускладнює можливість подання претензії та можливість стягнення збитків. Якщо до набрання чинності законом України "Про захист персональних даних" [29] фізичної особи, якій зареєстровано доменне ім'я, можна було ідентифікувати за допомогою WHOIS (хоча дані часто неточні), то з 2011 року абсолютно вся інформація про власника домену (фізичну особу) закрита.

Як зазначає Ю.Є. Атаманова усі прохання до провайдера надати будь-яку інформацію про реєстранта наразі не вдається, будь-які дії щодо провайдера домену готові вжити лише на вимогу суду чи правоохоронних органів [68, с.7].

Якщо ми говоримо про сайти з піратським аудіо та відео контентом, серйозна проблема полягає в тому, що переважна більшість таких ресурсів мають іноземну реєстрацію. Хоча багато піратів навіть перенесли свої сервери в Україну, значна кількість сайтів та доменів зареєстрована поза нею. У таких ситуаціях необхідно звертатися до судів країни, де зареєстрований відповідач, тобто реєстратор. Природно, не всі власники виключних прав в Україні можуть дозволити ініціювати такі судові процеси в зарубіжних країнах.

Слід також зазначити, що ще одним важливим аспектом є цифрова форма об'єктів, які розміщуються в мережі. Процес оцифрування як в Україні, так і в інших розвинених країнах є теоретичним чи концептуальним. У кожному правовому акті, як в державі, так і в міжнародному, де знайдено поняття оцифрування, вказується майже одна і та ж його інтерпретація, як і в

узгоджених твердженнях про ст.1 (4) Договору про авторське право Всесвітньої організації інтелектуальної власності [5] та ст.ст.7, 11, 16 Договору Всесвітньої організації інтелектуальної власності на виступи та фонограми [6] оцифровуються, а не відтворюються. Крім того, Зелена книга, прийнята Комісією Європейського співтовариства 19.07. 1995 р. , яка була врахована при розробці вищезгаданих Договорів, також визначає, що термін "відтворення" також повинен застосовуватися у випадку цифрові технології. Тому у вітчизняному законодавстві, зокрема в Законі України "Про авторське право та суміжні права", процес оцифрування аналогічно називають однією формою відтворення твору.

Ще одна притаманна проблема захисту авторських прав в Інтернеті – це діяльність постачальників послуг із надання послуг користувачам.

Так, на початку травня 2012 р. торговий представник США перемістив Україну зі списку спостереження до списку пріоритетних спостережень. І останнє, але не менш важливе, історія закриття та відновлення обміну файлами EX.UA зіграла певну роль у цьому рішенні .

Цей випадок, однак, суперечить домінуючій думці Європи про те, що постачальники не несуть відповідальності за дії осіб, яким вони надають послуги. Однак Директива Європейського Парламенту та Ради Європи "Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції, на внутрішньому ринку" ("Директива про електронну комерцію") від 08.06. 2000 р., а саме, ст. 15 розд. 4, містить уточнюючу інформацію про звільнення постачальників від відповідальності. На думку О.Є. Аврамової та О.І.Разіної, звільнення від відповідальності можливе, якщо постачальник не мав інформації про порушення закону користувачем, а в разі отримання таких даних вживає оперативних заходів щодо усунення або припинення доступу до такої інформації [66, с.27-28].

Закон України звільняє постачальників інформації від відповідальності за вміст інформації, що використовується на серверах та розміщення їх клієнтів, що передбачено ч. 4 ст. 40 Закону України "Про телекомунікації",

регулювання відносин "постачальник – клієнт" та "постачальник – правовласник" в Україні знаходиться на рівні договору та вимоги. У той же час правовий статус провайдерів, зокрема у галузі захисту авторських прав та суміжних прав, може бути більш визначений і визначений законодавцем. Це неофіційний законопроект, розроблений Міністерством освіти і науки України та Державною службою інтелектуальної власності України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо авторського права та суміжних прав в Інтернеті" від 19.08.2013 р. № 6523 [49].

Як зазначає Г.Нагорняк, окрім величезної кількості порушень авторських прав, питання про порушення інтелектуальних прав на торговельні марки (торговельні марки) на товари та послуги є актуальним також для Інтернету. Більшість цих порушень, безумовно, пояснюються використанням сторонніх торгових марок у доменах. Зважаючи на те, що реєстрація доменів (крім доменів .ua) в Україні не вимагає наявності реєстратора виключних прав інтелектуальної власності, не важко зареєструвати домен, використовуючи чужу торговельну марку чи подібну. Цим активно користується велика кількість фізичних реєстрантів. У той же час, ні адміністратор, ні реєстратор доменних імен, знову ж таки, не несуть відповідальності за такі реєстрації доменів, посилаючись на те, що вони не мають ні можливості, ні повноважень здійснювати перевірку порушень третіх осіб [91].

На сайтах соціальних мереж зазвичай є умови, які забороняють зловживання торговельною маркою та порушення авторських прав. Окремі веб-сайти Twitter також мають політику щодо підтвердження ідентичності бізнесу та знаменитостей. У зв'язку з цим компанії повинні розглянути питання про бронювання на різних сайтах соціальних мереж із іменами користувачів, які відповідають або дуже нагадують їх торгові назви та торгові марки.

Останні зміни до законодавства свідчать про позитивні зрушення у вирішенні прав інтелектуальної власності в мережі. Це веб-блокчейн, який

законодавчо закріплений Законом України "Про державну підтримку кінематографії в Україні" [21], яким внесено зміни до відповідних законодавчих актів: Закону України "Про авторське право та суміжні права", Кодекс України про адміністративні правопорушення України [11], Закон України "Про кінематографію" [37], Цивільний процесуальний кодекс України [15], Господарський процесуальний кодекс України [10] тощо.

Таким чином, у випадку порушення авторських прав в мережі можуть застосовуватися ті ж засоби захисту, що і у випадку їх порушення в реальному середовищі, а положення ст. 52-1 Закону фіксують особливості захисту у випадку порушення авторських прав та / або суміжних прав у цифровому середовищі. Використання процедури Повідомлення про зняття в нашій країні підкріплене відповідальністю за порушення авторських прав в Інтернеті та за допомогою онлайн-тролінгу.

На думку Н.Н. Лебедева суть процедури Takedown Notice полягає в можливості звернення до особи, чиї права порушено, до конкретного постачальника з вимогою заблокувати доступ до незаконно розміщеного контенту протягом 48 годин [86, с.78-79].

Однак, окрім переваг вищезгаданої новинки (визначення суб'єктів, яким може знадобитися подати заяву про виправні дії, чітке регулювання дії та часові рамки для розгляду заявки), вона містить також ряд дефектів, які ускладнити процедуру. Так, була введена монополія адвоката на здійснення такої процедури, встановлено закритий перелік об'єктів: порядок захисту авторських та (або) суміжних прав поширюється на відносини, пов'язані з використанням аудіовізуальних творів, музичних творів, комп'ютера програми, відеограми, фонограми, трансляції (програми) організацій мовлення. Зовні знаходяться інші об'єкти, перелік яких закріплений у ст. 8 цього ж Закону, у разі їх неправильного використання в мережі: фотографії, літературні твори різних жанрів, бази даних тощо. Тому процедура потребує вдосконалення.

2.3. Забезпечення конфіденційності комерційної інформації в Інтернеті

У зв'язку з використанням інформації та електронних комерційних засобів електронної комерції в цій галузі широко поширені загрози безпеці та конфіденційності: комп'ютерні шахрайства, комп'ютерні віруси, хакерство комп'ютерів, комп'ютерні атаки, неточність інформації про товар та інформацію про місцезнаходження продавця, продавця та покупця, неспроможність або затримка передачі повідомлення, передача даних неправильному адресату, розголошення конфіденційності даних тощо. Тому питання правового захисту конфіденційності персональних даних є актуальним для електронної комерції; повнота та точність інформації; захист організаційних даних; захист прав інтелектуальної власності. Відсутність належного правового регулювання цих проблем може розглядатися як юридичний ризик для безпеки Інтернет-підприємництва.

Відповідно до ст. 11 Закону України "Про інформацію", згідно з яким конфіденційна інформація про фізичну особу включає дані про її громадянство, освіту, сімейний стан, релігійні переконання, стан здоров'я, а також адресу, дату та місце народження. Частина 2 ст. 21 цього ж Закону передбачає, що інформація про фізичну особу є конфіденційною, а також інформація, яка обмежується фізичною особою або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень.

Конфіденційна інформація може поширюватися на запит (згода) відповідної особи у визначеному нею порядку відповідно до передбачених нею умов, а також в інших випадках, визначених законом (ч. 2 ст. 30 Закону України "Про інформацію").

Ч. 4 ст. 28 цього Закону передбачено, що класифікувати його як інформацію з обмеженим доступом необґрунтовано. Конфіденційна інформація має такі типи: секрет конфіденційності (включаючи особисту та сімейну таємницю), комерційну таємницю, професійну та ділову таємницю.

За даними ЦК України, комерційною таємницею є визнана інформація, яка класифікується в тому сенсі, що вона невідома повністю або в якійсь формі та сукупності її складових і не є легкодоступною для осіб, які зазвичай мають справу з типом інформації, до якої вона відноситься, тому має комерційну цінність і є предметом заходів, відповідних за існуючих обставин для збереження своєї таємниці, прийнятих особою, яка законно контролює інформацію. Комерційна таємниця може бути інформацією технічного, організаційного, комерційного, виробничого чи іншого характеру, крім тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці (ст. 505 ЦК України). Також питання конфіденційності та безпеки регулюються положеннями Закону України "Про захист інформації в інформаційних та телекомунікаційних системах", до сфери застосування яких належать відносини у сфері захисту інформації в галузі інформації, телекомунікацій та інформації і телекомунікаційні системи. Крім того, Кодекс про адміністративні правопорушення України передбачає штрафні санкції за недобросовісну конкуренцію.

О.С.Яворська, Л.Л. Тарасенко, В.М.Мартин, Ю.Я.Самагальська зазначають що стаття 164-3. "Недобросовісна конкуренція" вказаного Кодексу визначає, що отримання, використання, розголошення комерційної таємниці, а також конфіденційна інформація з метою пошкодження ділової репутації чи майна іншого підприємця тягне за собою штраф від дев'яти до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [81, с.65-66].

Кримінальний кодекс України (далі – КК України) також передбачає низку карних заходів за порушення комерційної таємниці, зокрема за незаконний збір з метою використання інформації, що становить комерційну або банківську таємницю [12].

Важливим є огляд способів захисту конфіденційної особистої інформації в Інтернеті. Однією з них є угода про конфіденційність. Це нове для сучасного суспільства, хоча деякі його положення містяться у численних цивільно-правових договорах. Сьогодні така діяльність обмежується

загальними принципами договірної права (ст. 6 КК України). Однак вітчизняний цивільно-правовий досвід цих договорів є досить незначним. Про це свідчить неприєднання угод про конфіденційність на законодавчому рівні.

Перший ризик безпеки – розголошення комерційної таємниці. Це можна зробити двома способами: особами, які звернулися до таємниці та оприлюднили її, та особами, які її присвоїли незаконно (промисловий шпигунство).

У разі шпигунства є можливість застосувати норму КК України, яка передбачає "несанкціоноване втручання в роботу електронних комп'ютерів (комп'ютерів), автоматизованих систем, комп'ютерних мереж або телекомунікаційних мереж, що призвело до витоку, втрата, підробка, блокування інформації, спотворення процесу обробки інформації або з порушенням встановленого порядку її спрямування".

Для переслідування комерційної інформації потрібно буде довести наявність злочину несанкціонованого втручання в роботу електронних комп'ютерів (комп'ютерів), автоматизованих систем, комп'ютерних мереж або телекомунікаційних мереж, основною метою яких був конфіскація, знищення, підробляючи, блокуючи інформацію, спотворюючи процес обробки інформації або порушуючи встановлений порядок маршрутизації.

Зі сказаного можна зробити висновок, що для мінімізації ризиків комерційної таємниці за допомогою промислового шпигунства необхідно застосовувати високоякісні технологічні методи захисту такої інформації. Проте, законодавчих механізмів їх мінімізації ще не існує.

О.І. Шалева зазначає що додатковою небезпекою у вигляді розголошення персональних даних осіб. Це призводить до одночасного існування двох видів ризиків та необхідності належного механізму захисту такої інформації. Це ще складніше у випадках розголошення комерційної таємниці особами, які мають до неї доступ. Вони стають предметом відповідальності, коли вони є предметом договірних відносин про

нерозголошення. Такими особами потенційно можуть бути особи, які перебувають у трудових відносинах з власником комерційної таємниці, та особи, які вступають з ним у договірні відносини, супроводжуючись необхідністю доступу до інформації, що становить комерційну таємницю [98, с.89-90].

Отже, якщо ми говоримо про внутрішні ризики розголошення комерційної таємниці особами, які мають доступ до неї, способом мінімізувати їх є укладення з працівником договору про нерозголошення. Зазначена угода передбачає зобов'язання особи не розголошувати або використовувати комерційну таємницю і містить правила щодо притягнення такої особи до відповідальності, якщо таке розголошення або використання відбулося. У разі ведення Інтернет-бізнесу та надання для продажу цінної інформації, яка супроводжується необхідністю використання захищеної комерційної таємниці, доцільно укласти опціонну угоду. Це мінімізує ризик заподіяння шкоди людині, розкриваючи комерційну таємницю. Суть цієї угоди полягає в тому, що покупець набуває додаткової інформації про товар, за оплату якого за умов конфіденційності, яка може включати інформацію, що становить комерційну інформацію.

У грудні 2018 р. Антимонопольний комітет України прийняв безпрецедентне рішення №30-рр / тк про порушення Товариством з обмеженою відповідальністю "Ергон-Електрик" (далі – відповідач) законодавства про захист від несправедливого конкуренція у вигляді недобросовісного використання комерційних та штраф у розмірі 360 тис. гривень (далі – рішення). Фактично, це перше в історії Антимонопольного комітету України рішення щодо вирішення питання кваліфікації дій суб'єкта господарювання за ст. 19 Закону України "Про захист від недобросовісної конкуренції" [27].

Відповідно до зазначеної статті, неправомірним використанням комерційної таємниці вважається введення у виробництво або врахування під час планування або здійснення господарської діяльності без дозволу

уповноваженої особи, яка відповідно до законодавства України, є комерційною таємницею. Аналізуючи зміст відповідного рішення, ми з'ясували, що відповідач у своїй господарській діяльності без його дозволу використовував інформацію, що становить комерційну таємницю його конкурента, а саме ТОВ "ТБК Вектор-ВС" (далі – Компанія). Зокрема, така інформація включала повний перелік постачальників та клієнтів компанії, ціну закупівлі та продажу електричної продукції. Можливість відповідача отримувати конфіденційну інформацію, надану відповідачем, виникла з того, що безпосередні природні засновники відповідача раніше працювали та займали керівні посади в Компанії (керівник зовнішньоекономічної діяльності, головний інженер). Таким чином, в силу обов'язків цих осіб Товариство фактично надало їм доступ до інформації, що становить комерційну таємницю.

Однак, працюючи в Компанії протягом декількох років та отримуючи інформацію, яка становить конфіденційну інформацію, особи, які знайшли відповідача, вирішили звільнити та згодом зареєстрували відповідача. Під час роботи та виконання особами-засновниками службових обов'язків відповідача в Компанії вони підписали документ під назвою "Угода про зобов'язання зберігати конфіденційність інформації товариства". Така угода класифікувала конфіденційну інформацію у повний перелік постачальників та покупців Компанії, ціни купівлі-продажу продукції та забороняла розголошення, передачу чи неправомірне використання відповідної інформації, в тому числі протягом 3 років з дня її виходу від Компанії. Тим не менш, особи-засновники відповідача майже одразу після звільнення з Компанії почали використовувати таку інформацію у діяльності відповідача.

Як підтвердження, Компанія повідомила Антимонопольний комітет України, що з моменту діяльності відповідача вона почала продавати електротехнічну продукцію 39 із 138 суб'єктів господарювання, з якими

Товариство знаходилось у договірних відносинах на момент звільнення осіб-засновників відповідача.

Крім того, Антимонопольний комітет України отримав додаткову інформацію про те, що були виявлені електронні документи та графічні файли щодо комп'ютера підсудного, які були вилучені під час обшуку приміщення офісу підсудного (в контексті кримінального провадження, яке провадилось паралельно зі справою Антимонопольного комітету України), ведення господарської діяльності Компанії (зокрема, укладених договорів та документів із зазначенням постачальників та активних покупців продукції).

Також, згідно з інформацією, наданою відповідачем під час розслідування справи Антимонопольним комітетом України, протягом 1 місяця після звільнення осіб-засновників відповідача з Компанії відповідач уклав низку договорів з контрагентами Компанії, пропонуючи їм більш вигідні умови співпраці, що призвело до втрати підрядників та заподіяння збитків Компанії. Фактично, контрагенти Компанії почали відмовлятися від подальшої співпраці на користь відповідача, що також спричинило шкоду Компанії через неможливість реалізувати товарні залишки через втрату офіційного статусу дистриб'ютора одного чи іншого контрагента.

Таким чином, на підставі вищезазначених фактів Антимонопольний комітет України дійшов висновку, що відповідач використовував інформацію, яка складає комерційну таємницю Компанії під час планування та здійснення її ділової діяльності [67].

Важливо, що для безпеки Інтернет-бізнесу необхідно також враховувати ризики, що виникають у посередників, а не лише сторін договірних відносин. Такими посередниками є як мінімум Інтернет-провайдер та банківська установа, через яку здійснюється оплата.

Враховуючи, що швидкість та можливість укладати угоди залежать від посередників, необхідно перерозподілити ризики, якщо з їхньої вини одна із сторін не виконала своїх зобов'язань перед другою стороною вчасно. Проблема з перерозподілом таких ризиків полягає в тому, що укладати

індивідуальну угоду з Інтернет-провайдером або банківською установою практично неможливо. Для цього ми пропонуємо до п. 4. ст. 9 Закону України "Про електронну комерцію" додати норму, яка допоможе перерозподілити ризики.

Таким чином, аналіз думок науковців дозволив визначити Інтернет-рекламу, як процес спілкування в інтерактивному середовищі, який впливає на масову чи індивідуальну свідомість споживачів, викликає зміни в поведінці покупців та призводить до придбання продуктів, послуг чи ідей потенційним та існуючим клієнтам.

Інтернет-реклама – це найновіший вид реклами, який сьогодні дозволяє вирішити майже всі завдання, що стоять перед комерційним веб-сайтом.

Погодчуючись з думками учених, пропоную власну класифікацію Інтернет-реклами: банер, контекстна реклама, спам, реклама в соціальних мережах. Всі підвиди Інтернет-реклами об'єднані конкретним способом і місцем розповсюдження рекламної інформації – в Інтернеті.

Визначено, що однією з особливостей правового регулювання суспільних відносин щодо реклами в Інтернеті є те, що норми законодавства про захист прав споживачів у деяких випадках виключають застосування положень Закону України "Про рекламу" при поширенні інформації в Інтернеті про товари, що підпадають під визначення реклами в Інтернеті, якщо така інформація розміщена на веб-сайті продавця, а сам товар не заборонений до продажу на території України.

Наразі в Україні не прийнято спеціальний правовий акт, що регулює порядок надання телекомунікаційних послуг в Інтернеті. Тому за відсутності правового регулювання цього механізму виникають об'єктивні труднощі з кваліфікацією фактично створених відносин як реклами. На нашу думку, це зумовлює необхідність прийняття нормативно-правового акта, що регулює порядок надання телекомунікаційних послуг в Інтернеті.

Заходи щодо регулювання реклами в Інтернеті на державному рівні повинні сприяти розвитку та вдосконаленню нормативно-правової складової складного механізму державного регулювання реклами в Україні.

Проаналізувавши та дослідивши проблеми захисту авторських прав в Інтернеті, ми дійшли висновку, що в цій галузі існує дуже велика кількість невирішених проблем, починаючи від ідентифікації особи, яка порушує право в Інтернеті, до подання та доведення порушників правосуддя та відшкодування в них моральної, матеріальної та компенсаційної шкоди.

Не менш важливим проблемним правовим аспектом є спеціальна форма розміщення об'єктів, захищених авторським правом, в Інтернеті, тобто оцифрування інформації через процес "обробки" чи "відтворення", що ускладнює правовий захист об'єктів авторського права.

Незважаючи на велику кількість технічних засобів захисту прав інтелектуальної власності в Інтернеті, жоден з них не може гарантувати абсолютної надійності, оскільки це можна усунути іншим технічним засобом.

Встановлено, що на сьогодні найбільш застосовними механізмами захисту прав інтелектуальної власності в Інтернеті є: судовий захист, адміністративно-правовий захист та самозахист.

Але набуття захисту прав інтелектуальної власності, порушених у мережі, сьогодні має багато проблем у судах, таких як відсутність належного правового регулювання відносин, труднощі ідентифікації правопорушника та визнання його винним; проблема представлення належних доказів.

Основною проблемою законодавства України, що захищає права інтелектуальної власності, визначено невідповідність сучасним реаліям. Встановлено, що законодавство України про охорону таких об'єктів практично не містить необхідних правових інструментів для їх захисту в режимі он-лайн.

Запропонований проект змін до різних законів спрямований на регулювання сфери, а не на вирішення проблеми. Тому, з огляду на викладене, вважаємо за очевидно, що законодавча база, що існує в Україні

щодо захисту прав інтелектуальної власності в Інтернеті, застаріла і зовсім не відповідає швидкому розвитку інформаційних технологій. Відповідно, необхідно якнайшвидше внести зміни до чинного вітчизняного законодавства.

Конфіденційною інформацією називається будь-яка інформація з обмеженим доступом, яка не має державної таємниці. Конфіденційна інформація найчастіше захищається як комерційна таємниця, а також ділова чи особиста інформація (списки клієнтів) як один із об'єктів комерційної таємниці.

Погоджуючись з думками науковців, вважаємо актуальним питанням для електронної комерції питання правового захисту конфіденційності персональних даних, повноти та точності інформації.

Встановлено, що забезпечення конфіденційності даних та формування інформаційної безпеки в процесі Інтернет-підприємництва сьогодні здійснюється шляхом укладання договорів шляхом використання інформаційно-телекомунікаційних систем. Така форма рівнозначна укладенню письмового договору.

Захист конфіденційної інформації, що становить комерційну таємницю, може забезпечуватися сукупністю правових, фізичних, технічних та психологічних заходів, наприклад: розробка інструкцій / правил щодо захисту комерційної таємниці; записи осіб, які отримали доступ до комерційно конфіденційної інформації та / або осіб, яким така інформація була надана або передана; регулювання відносин щодо використання інформації про комерційну таємницю працівниками на основі трудових договорів та контрагентів на основі цивільно-правових договорів.

Враховуючи специфічний характер об'єкта охорони, ми вважаємо за доцільне укладати договори про нерозголошення та договори опціону, які мінімізують ризики неможливості визнати особу винною у завданні шкоди праву власника та його належному відшкодуванню.

РОЗДІЛ 3

ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТУ В ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИНАХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

3.1. Застосування Інтернет-технологій при укладенні договорів

Згідно ч. 1 ст. 1 Закону України "Про електронну комерцію" предметом її регулювання є правовідносини, що виникають у сфері електронної комерції під час здійснення електронних операцій і супроводжуються укладенням е-правочину (електронного договору - домовленості двох або більше сторін, спрямовану на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, оформлену в електронній формі.

Можливість укладення договорів в електронній формі передбачена, зокрема, ч. 1 ст. 205 ЦК України, де електронна форма є підвидом письмової. Відповідно до ч. 1 ст. 207 ЦК України правочин вважається таким, що вчинений у письмовій формі, якщо його зміст зафіксований в одному або кількох документах (у тому числі електронних), у листах, телеграмах, якими обмінялися сторони.

03.11. 2016 р. Президент України підписав Закон № 4496, який дозволяє підписувати договори електронною поштою, підписуючи їх в електронному вигляді та виставляючи рахунки-фактури. Підписаний документ вносить зміни до ст. 6 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" [33] та викладений таким чином : "У випадку експорту послуг (крім транспорту) зовнішньоекономічна угода (контракт) може бути укладена шляхом прийняття публічної пропозиції на договір (пропозиції) або шляхом обміну електронними повідомленнями чи іншим чином, зокрема – шляхом виставлення рахунків, у тому числі в електронній формі, за надані послуги".

Оскільки електронний правочин є видовим поняттям стосовно родового – правочин, то він повинен відповідати загальним вимогам, додержання яких є необхідним для чинності правочину.

Відповідно до ст. 638 ЦК України "догoвiр укладається, якщо сторони у належній формi погодилися на всi iстотнi умови догoвору". У цьому випадку, вiдповiдно до ст. 640 ЦК України моментом, з якого догoвiр вважається укладеним, є момент "отримання особою, яка надiслала пропозицiю укласти догoвiр, вiдповiдi про прийняття цiєї пропозицiї". Пропозицiя укласти догoвiр називається пропозицiєю i "повинна мiстити iстотнi умови догoвору та виражати намир особи, яка його склала, бути пов'язаною його прийняттям" (ст. 641 ЦК України). Вiдповiдь на прийняття пропозицiї називається акцептом, який повинен бути повним та безумовним (ст. 642 ЦК України).

Електронний догoвiр не є винятком у цьому планi. Вiн також укладається у два етапи: подання пропозицiї та її прийняття, прийняття (ч.3 ст. 11 Закону України "Про електронну комерцiю"). Укладенню догoвору може передувати одержання споживачем комерцiйного електронного пoвiдомлення, метою якого є пряме або опосередковане просування товарiв, робiт чи послуг, або дiлова репутацiя особи, яка здiйснює бiзнес чи незалежну професiйна дiяльнiсть.

Вiдправляючи комерцiйнi електроннi пoвiдомлення, потенцiйнi покупцi (замовники, споживачi) можуть бути поiнформованi про товари, роботи, послуги. Якщо такi пoвiдомлення мiстять догoвiрнi пропозицiї та призначенi для невизначеної кiлькостi осiб, вони можуть розглядатися як електроннi пoвiдомлення рекламного характеру, хоча такi пoвiдомлення можуть надсилатися до певного списку адресатiв, але вони не прив'язанi до конкретного акцептора. У деяких випадках комерцiйне пoвiдомлення електронної пошти може мiститися у публiчному розмiщеннi.

Тим часом iснує iнша думка, що це рiзнi речi. Так, Ю. Е. Атаманова вказує, що випадки, коли пропозицiю про укладення електронної угоди слiд вiдрiзняти вiд електронних комерцiйних комунiкацiй [69, с.87-88].

Вiдповiдно до загального правила ЦК України, угода укладається, якщо сторони у належній формi погодилися на всi iстотнi умови угоди (ч. 1 ст. 638), а саме: змiст зафiксований в одному або кiлькох електронних

документах (листах); воля сторін на його вчинення виражена за допомогою електронного засобу зв'язку; підписаний сторонами у порядку, визначеному чинним законодавством.

Окрім істотних умов, електронний договір може передбачати й інші додаткові умови, приблизний перелік яких надається законодавцем, більшість з яких обумовлена методом самого договору – електронними засобами. Зокрема, договір може містити умови, що містяться в іншому електронному документі, пересилаючи його (надсилаючи).

Наслідком недотримання вимог є те, що договір вважатиметься укладеним в усній формі. Також можлива недійсність такого правочину (якщо його недійсність через недотримання форми встановлена законом).

Можливі способи укласти контракти Інтернетом – це обмін електронною поштою та заповнення веб-форм. У цьому випадку акцепт зазвичай здійснюється в тій же формі, що і пропозиція, або у формі, зазначеній у самій пропозиції (зокрема, заповнення у відповідь на публічну пропозицію певних форм на веб-сторінках, що характерно для укладення договору через Інтернет-магазини).

Обов'язковою вимогою для того щоб е-договір визнавався укладеним в електронній (письмовій) формі, є підписання таких договорів сторонами, якими можуть бути суб'єкти електронної комерції: суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що реалізує товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем; особа, яка придбаває, замовляє, використовує зазначені товари, роботи, послуги шляхом вчинення електронного правочину. Також стороною е-договору в е-комерції може бути фізична особа, яка не зареєстрована як ФОП та реалізує або пропонує до реалізації товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, якщо сторони е-правочину прямо домовилися про застосування положень Закону України "Про електронну комерцію" до правочину.

Прийняття переконливими діями є досить усталеною практикою укладання договорів купівлі-продажу, які передбачають онлайн-оплату товарів. Однак якщо така оплата не була здійснена протягом періоду прийняття, пропозиція вважається неприйнятною, а у випадку, коли інші умови та / або вся інформація, зазначена у пропозиції, не були виконані, такі дії не будуть розглядатися. прийняття та оплату як неналежне повернення особі, яка їх здійснила.

Електронне приймання також повинно відповідати певним вимогам, щоб їх враховувати. Таке прийняття може бути надано шляхом: надіслання електронного повідомлення особі, яка зробила пропозицію укласти електронний договір, підписаний у порядку, передбаченому ст. 12 Закону України "Про електронну комерцію"; заповнення анкети (форми) про прийняття такої пропозиції в електронній формі, яка підписується у порядку, передбаченому ст. 12 Закону України "Про електронну комерцію"; вчинення дій, що вважаються пропозицією укласти електронний договір, якщо зміст таких дій чітко роз'яснено продавцю (наприклад, здійснення платежу).

Стаття 12 Закону України "Про електронну комерцію" регламентує порядок підписання електронного договору. Так, моментом підписання електронного договору є використання: електронного підпису або електронного цифрового підпису відповідно до Закону про Електронний цифровий підпис, за умови використання засобу електронного цифрового підпису всіма сторонами електронного правочину; електронного підпису одноразовим ідентифікатором; аналога власноручного підпису (факсимільного відтворення підпису за допомогою засобів механічного або іншого копіювання, іншого аналога власноручного підпису) за письмовою згодою сторін. Цей підпис накладається за допомогою особистого ключа, спеціального коду, відомого лише особі, яка підписала документ. У свою чергу, справжність підпису перевіряється за допомогою відкритого ключа, коду перевірки, доступного для інших суб'єктів електронного документа [25].

3.2. Аналіз судової практики щодо чинності електронних правочинів

Вітчизняна судова практика, у тому числі вищих судових інстанцій, містить багато прикладів щодо вирішення спорів з приводу укладення електронних договорів та проблем їх виконання.

Насамперед, слід зазначити, що українськими судами електронні договори визнають правочином, тобто прирівнює його до договору, що укладений у письмовій формі.

Вітчизняними судами визнано, що спосіб вчинення правочину не повинен визначати його зміст, а тому це не є підставою для визнання електронного договору недійсним, проте особливість правової природи електронних правочинів полягає у формі його вчинення.

Дане положення підтверджується, зокрема, нормами ч. 1 ст. 8 Конвенції ООН про використання електронних повідомлень у міжнародних договорах: "повідомлення або договір не можуть бути позбавлені дійсності або позовної сили лише на тій підставі, що вони складені у формі електронного повідомлення" [3], ст. 5 Типового закону про електронну торгівлю Комісії ООН з права міжнародної торгівлі: "Інформація не може бути позбавлена юридичної сили, дійсності або позовного захисту лише на тій підставі, що вона складена у формі повідомлення даних", нормами ч. 1 ст. 8 Закону України "Про електронні документи та електронний документообіг"; "юридична сила електронного документа не може бути заперечена виключно через те, що він має електронну форму".

Далі, судова практика визнає одним із засобів, що підтверджує дійсність електронного правочину, його засвідчення електронним підписом (рішення Вищого господарського суду по справі № 910/361/14 від 09.11.2017 р. [62]). Проте необхідно враховувати, що юридична сила електронного документа, у тому числі й електронного правочину, може посвідчуватись не тільки наявністю електронного підпису. Так, наприклад, у банківській практиці й на

ринку цінних паперів суб'єкти часто використовують інші аналоги власноручного підпису для посвідчення електронного документа і надання йому юридичної сили. Тим більш, що судова практика вже містить подібний підхід.

Так, у Постанові Донецького апеляційного господарського суду від 15.10.2013 р. у справі №908/2373/13 зазначено, що відповідач з метою підтвердження своєї правової позиції у спорі надав суду акт відкриття і перегляду електронної пошти та диск з технічною відеофіксацією цього процесу за допомогою програми захвату екрану робочого стола у процесі відкриття електронної пошти з фіксацією подальшого відкриття змісту отриманого документа формату PDF. Зазначене було взято судом до уваги. Дана позиція у подальшому була підтримана ВГС України (Постанова ВГС України від 14.01.2014р.) [63]. Водночас судовою практикою скріншоти як докази надіслання електронних повідомлень далеко не завжди (Постанова ВГС України від 17.01.2017 р. у справі №924/473/16 [61]).

Наступна група судових рішень стосується визнання дійсності електронних правочинів, укладених електронною поштою. Як правило, на практиці сторони по договору обмінюються документами по договору шляхом листування електронною поштою. Отже, ці документи визнаються належними доказами дійсності електронного договору. Такий висновок робиться вітчизняними судами з наступної причини: e-mail адреси працівників, які ведуть листування електронною поштою щодо договору, обмінюються документами по договору чітко ідентифікуються за іменами та доменом для поштових адрес, що належить компанії – стороні по договору. Так, у якості належних доказів Постановою ВГС України від 22.08.2012 р. у справі №5015/5742/11, Постановою ВГС України від 19.10.2016 р. у справі №914/1233/15 [55; 54] визнано листування електронною поштою щодо узгодження всіх істотних умов договору сторонами. У Постанові ВГС України від 04.04.2016 р. у справі №904/10393/14 [57] належними доказами визнано документи, підписані уповноваженими особами від імені сторін

електронного договору. Постановою ВГС України від 31.03.2016 р. у справі №922/5636/15 [58] відзначено, що договір укладено з дотриманням вимоги діючого законодавства, у спрощений спосіб, шляхом обміну електронними листами, сторонами досягнуто згоди по всіх його істотних умовах щодо складу, вартості, обсягу робіт/послуг/товару, строків виконання тощо і відсутні неузгодженість та/або невизначеність щодо вказаних умов. А Постанова ВГС України від 27.06.2012 р. у справі №2/5005/10055/2011 [60] визнала у якості належних доказів скановані копії підписаних та скріплених печаткою сторін документів, якими обмінялися сторони договору за попередньою їх узгодженістю шляхом листування електронною поштою.

Проте не завжди вітчизняна судова практика дорівнює договір, укладений електронною поштою, до чинного правочину. Зокрема, такими не визнаються електронні договори, якщо електронне листування сторін не містить остаточної та однозначної узгодженості всіх істотних умов договору, якщо на текстах документів відсутні електронні підписи сторін (Постанова ВГС України від 28.04.2015 р. у справі №912/3329/14 [51]), якщо не встановлено факт ведення переписки особою, що є законним представником відповідної сторони, тобто уповноваженої на укладення договору, що вказані в електронних документах реквізити є дійсними та відповідають офіційним реквізитам сторони (Постанова ВГС України від 22.09.2016 р. у справі №910/30056/15 [52]), якщо не можливо встановити, чи дійсно електронні поштові адреси належать сторонам договору (Постанова ВГС України від 27.07.2016 р. у справі №914/3549/15 [53]), якщо довести факт отримання іншою стороною тексту договору неможливо з причини проблеми встановлення факту, що файл, вкладений в електронний лист, містить остаточно узгоджений текст договору (Постанова ВГС України від 05.12.2016 р. у справі №904/118/16 [56], Постанова ВГС України від 17.01.2017 р. у справі №924/473/16) [59].

За аналізом судової практики можливо зробити висновок, що електронний договір може бути як предметом розгляду у суді, так й

відповідним належним доказом по справі, що розглядається, у разі, якщо у ньому збережено усі умови, що вимагаються законом, а також він має обов'язкові реквізити у вигляді електронного (електронного цифрового) підпису сторін. Загалом слід визнати, що судова практика з питань визнання електронних документів як доказів у цивільних та господарських справах, ще не є поширеною, оскільки суб'єкти даних правовідносин віддають перевагу укладенню документів на паперових носіях з проставленням на них «мокрих» підписів та печаток. Причиною даної ситуації є, насамперед, недосконалість українського законодавства з питань електронного документообігу.

3.3. Проблеми виконання електронних правочинів

Розвиток ринкової економіки та науково-технічний прогрес призвели до того, що правочини, які вчиняються з використанням електронних засобів зв'язку, стають повсякденним явищем у нашому житті. Переваги у вчиненні правочинів за допомогою електронних засобів зв'язку очевидні: швидкий, оперативний обмін інформацією, зручність зберігання, оброблення, відправлення документів.

До загальних проблем, що перешкоджають ширшому розповсюдженню електронної комерції, у науковій літературі відносять: низький рівень використання електронної комерції споживачами і постачальниками послуг; проблеми захисту даних; наявність правових проблем і проблем відповідальності; високу вартість комп'ютерних і мережних технологій; неадекватність якості телекомунікаційного сервісу для електронної комерції. Використання мережі Інтернет і Інтернет-технологій, привносить у реалізацію суспільних і договірних відносин певні особливості, які вимагають врахування при правовому регулюванні. Насамперед, це: невизначеність місцеположення сторін правочину; невизначеність часу відправлення та одержання інформаційних матеріалів; певна анонімність

автора інформаційних матеріалів; невизначеність відносно вірогідності отриманої інформації.

Для правочину, сторони якого належать до юрисдикцій різних держав, є дуже важливим питання вибору права, яке має бути застосоване до зобов'язань сторін. У сучасному глобалізованому світі юридична адреса може бути в одній країні, реальна діяльність здійснюватися в іншій, а інформаційні матеріали за допомогою мережі Інтернет передаватися із третьої. Невизначеність часу відправлення та одержання інформаційних матеріалів. Із визначенням конкретного часу пов'язане встановлення фактів, що мають важливе значення для сторін правочину: правоздатність і дієздатність сторони, момент виникнення прав або зобов'язань, чинні на конкретний момент часу норми права тощо. Стандартні програмні засоби, що реалізують функцію електронної пошти, не дозволяють гарантовано визначати час (момент) відправлення або одержання інформаційних матеріалів за допомогою мережі Інтернет. Однак існують спеціалізовані програмні засоби, які не тільки гарантовано доставляють інформаційні матеріали, й в якості службової інформації дозволяють генерувати квитанції про час відправлення або одержання інформаційних матеріалів. Але навіть вони не гарантують безспірності у визначенні фактичного часу відправлення та одержання інформаційних матеріалів. Переслані за допомогою телекомунікацій інформаційні матеріали вимагають ідентифікації автора. Крім того, крім зловмисних намірів, інформаційні матеріали, які пересилаються, можуть бути перекручені внаслідок передачі через технічні канали телекомунікацій. Всі ці проблеми вимагають особливого врахування при правовому регулюванні.

В Україні протягом останніх декількох років відбулися суттєві зміни у сфері регулювання електронної комерції і електронного документообігу. Ці зміни були спрямовані на спрощення процедур укладення електронних договорів і зняття адміністративних бар'єрів.

Таким чином, встановлено, що прийняття спеціального закону "Про електронну комерцію", наявність норм у ЦК України про визнання угод, укладених завдяки інформаційно-телекомунікаційним системам угодами, укладеними письмовим способом, а також детальна регламентація статусу електронного документа та електронно-цифрового підпису в межах окремих законів, створило передумови для можливості здійснення Інтернет-комерції і укладення електронних угод.

Електронний договір визначається законом як угода двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, що виконуються в електронному вигляді (тобто дистанційно та з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем), яка укладається та виконується у порядку, передбаченому ЦК України і ГК України, а також іншими актами законодавства.

Зроблено висновок, що електронний договір вважається укладеним з моменту отримання особою, яка подала пропозицію, або прийняття іншою стороною. Прийом може бути наданий у формах 1) передача учаснику торгів електронною поштою; 2) заповнення анкети; 3) вчинення дій, які вважаються прийняттями, якщо зміст таких дій чітко роз'яснюється в інформаційній системі, в яку розміщується пропозиція, і ці пояснення логічно пов'язані з нею. Перша та друга з цих форм приймання повинні бути підписані шляхом: електронного підпису або електронного цифрового підпису відповідно до Закону України "Про електронний цифровий підпис" (за умови використання засобами електронного цифрового підпису усіма сторонами електронний договір); електронний підпис з одноразовим ідентифікатором (дані в електронній формі в буквено-цифровій послідовності, які необхідно вводити "щоразу при введенні в інформаційну систему підприємства електронної комерції"); аналог рукописного підпису (факсимільне відтворення підпису за допомогою механічного чи іншого копіювання, інший аналог рукописного підпису) – за письмовою згодою сторін.

Органи суду нарешті почали визнавати електронні угоди і постановляти рішення про захист прав у ситуаціях їх порушення через невиконання чи неналежне виконання таких договорів. Проте і зараз виникають питання, пов'язані із тим, що можна визнавати доказом в електронній формі, а що ні в судовій практиці України.

Зауважимо, що визнання чи невизнання електронного документа доказом у справі може стати підґрунтям до прийняття конкретного судового рішення, не завжди вигідного суб'єкту Інтернет-підприємства.

Зважаючи на відсутність чіткої регламентації і різні думки суддів з приводу цього, нами запропоновано включати норму щодо визнання електронної переписки та іншої електронної документації в процесі виконання договору належним доказом вже у саму первинну електронну угоду.

Також пропонується залучати нотаріальне посвідчення паперової версії скріншот екрану, на якому відображалась суть електронної переписки між контрагентами з метою мінімізації ризику невизнання отримання ним передбачених договором електронних документів, звітів тощо.

Аналіз розвитку правочинів, їхнього вдосконалення та трансформації внаслідок розвитку інформаційних технологій дає можливість говорити про те, що досягнення сьогодення як забезпечення можливості в рамках правового поля вчиняти правочини в електронній формі, без укладення паперових договорів, присутності сторін під час його укладення тощо є лише "перехідним" етапом і дає підґрунтя для формування правочинів "нового типу" (так званих "розумних" контрактів, "смарт-контрактів"). Їх можна назвати «перспективними» правочинами.

З метою подолання проблем виконання електронних правочинів пропонуємо вдосконалити національне законодавство, яке регламентує використання електронних документів і цифрового підпису в цивільних правовідносинах шляхом приведення його у відповідність до міжнародних норм.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Результатом проведеного дослідження правового регулювання використання Інтернету в підприємницькій діяльності стали такі висновки та пропозиції.

1. Інтернет-відносини визначено як тип соціальних відносин, які виникають, змінюються та припиняються в кіберпросторі, регулюються нормами міжнародного та національного права, що виникають із матеріальних та нематеріальних об'єктів, залучених до складу структури, системи функціонування та інформаційного наповнення мережі Інтернет. До видів правовідносин суб'єктів господарювання, пов'язаних з використанням Інтернету в Україні, віднесено наступні: "електронну комерцію" (електронний бізнес) - електронна торгівля товарами та послугами, ділові Інтернет-відносини - укладення електронних документів, зокрема, господарських договорів.

2. Під електронним правочином потрібно розуміти дію однієї або двох і більше осіб, спрямовану на набуття, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, що передбачає вільне і таке, що відповідає внутрішній волі учасника волевиявлення, здійснюване за допомогою електронних засобів комунікації. Виділяють наступні види електронних правочинів: електронні трансакції, електронний договір.

3. Відносини, які виникають внаслідок використання Інтернету, регулюються міжнародними договорами та національними нормативно-правовими актами. До міжнародних правових актів, які регулюють використання Інтернету в діяльності суб'єктів господарювання в Україні, слід віднести: Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну комерцію, Конвенцію ООН про використання електронних повідомлень у міжнародних договорах, Міжнародну конвенцію про електронні угоди." На національному рівні ці відносини регулюються Конституцією України, нормами Господарського та Цивільного кодексів України, законами та підзаконними

нормативно-правовими актами (укази Президента України, постанови Національного банку України тощо) у цій сфері.

4. Інтернет-рекламу визначено як рекламу, розміщену в мережі Інтернет, спрямовано публічно на презентацію товарів, послуг або бізнесу для масових клієнтів.

Одним із багатьох важливих напрямків правового регулювання реклами в Україні є запобігання та припинення недобросовісної реклами. Зокрема, заборонена законодавством України прихована реклама.

5. До проблем правового захисту об'єктів інтелектуальної власності в мережі Інтернет в Україні на сучасному етапі відноситься : відсутність правового акта, який би передбачав способи та методи захисту прав інтелектуальної власності в Інтернеті; відшкодування моральної, матеріальної та компенсаційної шкоди; проблемність представлення належних доказів порушення права в Інтернеті , низький рівень захисту прав інтелектуальної власності.

6. Комерційною інформацією є визнана інформація технічного, організаційного, комерційного, виробничого чи іншого характеру, яка має комерційну цінність і є предметом заходів, прийнятих особою для збереження своєї таємниці та яка законно контролює інформацію. Реалізація захисту конфіденційності комерційної інформації в мережі Інтернет в Україні здійснюється сукупністю правових, фізичних, технічних та психологічних заходів.

7. Способами захисту конфіденційності комерційної інформації в мережі Інтернет: укладення угоди про конфіденційність, укладення опційної угоди, використання високоякісних технологічних методів захисту такої інформації. З'ясовано, що законодавчих механізмів захисту конфіденційності комерційної інформації в мережі Інтернет в Україні ще не вироблено.

8. Аналіз судової практики дозволив дійти висновку, що електронні угоди (електронні договори) визнаються правочинами і прирівнюються до письмових договорів. Це може бути зроблено у вигляді роздруківок

скріншотів з екрана або відкриття електронного листа з проведенням відеофіксації цього процесу та надання відповідного відеозапису суду.

Належним доказом в електронній формі можливо визнавати електронну переписку сторін договору, первинну електронну угоду та іншу електронну документацію, яка виникала в процесі виконання договору. Судова практика щодо е-договорів перебуває на стадії становлення.

9. Визначено наступні проблеми, що перешкоджають розповсюдженню електронної комерції: проблеми захисту даних; наявність правових проблем і проблем відповідальності; високу вартість комп'ютерних і мережних технологій; неадекватність якості телекомунікаційного сервісу для електронної комерції, проблеми виконання електронних правочинів (пов'язана із технічними особливостями вчинення правочинів за допомогою засобів електронного зв'язку).

До пропозицій викладених у роботі слід віднести такі:

1. Пропонується доповнити ст.12 Закону України «Про електронну комерцію» частиною 2 щодо порядку використання електронного цифрового підпису з метою забезпечення можливості та надійності укладення електронних договорів усіма зазначеними у законодавстві способами викласти у такій редакції: «Використання електронного цифрового підпису не змінює порядку підписання договорів та інших документів, встановленого законом для вчинення правочинів у письмовій формі.

Нотаріальні дії із засвідчення справжності електронного цифрового підпису на електронних документах вчиняються відповідно до порядку, встановленого законом».

2. З метою мінімізації ризику невизнання отримання сторонами передбачених договором електронних документів, звітів тощо, а також надання цим електронним доказам правової сили, запропоновано залучати до справи нотаріальне посвідчення паперової версії скріншот екрану, на якому відображалась би суть електронної переписки між контрагентами. Пропонується внесення змін до глави 12 «Посвідчення фактів» Закону України «Про нотаріат», яку слід доповнити ст.84-1 «Посвідчення електронних доказів» та викласти у такій редакції: «Нотаріус може посвідчити наявність інформації на конкретну дату і час в мережі, сторінку, поштову скриньку. Нотаріус робить і роздруковує скріншот екрану. Посвідчувальний напис робиться на паперовому носії».

3. Пропонується внести зміни до Законів України з питань електронного документообігу (ст.13 «Про електронні документи та електронний документообіг», ст. 11, 12, 14, 16, 18 «Про електронну комерцію»), а саме: запровадити для сторін цивільних або господарських відносин, які бажають укласти договори в електронній формі або вести листування з реалізації договору електронну платформу. На даній платформі учасники електронного договору можуть зареєструватися як суб'єкти відносин та отримати електронні цифрові підписи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.
2. Міжнародна конвенція про електронні угоди від 30.01. 1999 р. URL: <http://www.yozons.com/linkedDocs/UETA.pdf>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.
3. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про використання електронних повідомлень у міжнародних договорах від 23.11.2005 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_e71. Дата звернення 25 вересня 2019 року.
4. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998 URL: http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/05-89450_Ebook.pdf. Дата звернення 25 вересня 2019 року.
5. Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право від 20.12.1996 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_770. Дата звернення 25 вересня 2019 року.
6. Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про виконання і фонограми від 20.12.1996р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_769. Дата звернення 25 вересня 2019 року.
7. Про систему електронних підписів, що застосовується в межах Співтовариства: Директива ЄС від 13 12. 1999 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_240. Дата звернення 25 вересня 2019 року.
8. Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку («Директива про електронну

комерцію») : Директива Європейського парламенту та Ради Європи від 08.06.2000 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_224. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

9. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18. Ст. 144.

10. Господарський процесуальний кодекс від 06.11.1991 р. № 1798-XII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1798-12>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

11. Кодекс України про адміністративні правопорушення України від 07.12.1984 р. № 8073-X URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

12. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

13. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

14. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 435–IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40. Ст. 356.

15. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. №1618-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

16. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23.12.1993р. №3792-XII. Відомості Верховної Ради України. 1994. №13. Ст.64.

17. Про акціонерні товариства : Закон України від 17.09.2008 р. №514-VI // Відомості Верховної Ради України. 2008. № 50–51. Ст. 384.

18. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. №996-XIY URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

19. Про внесення змін до деяких законів України щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг : Закон України від 03.11.2016 р. № 4496 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1724-19>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

20. Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні : Закон України від 30.10.1996р. № 448/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

21. Про державну підтримку кінематографії в Україні : Закон України від 23.03.2017 р. № 1977-VIII URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

22. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 р. №2939-VI. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 32. Ст. 314.

23. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України від 16.11.1993 р. № 2782-XII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

24. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 р. №851-ІУ. Офіційний вісн. України. 2003. № 25.

25. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22.05.2003 р. №852-ІУ. Офіційний вісник України. 2003. № 25.

26. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. №675-УІІІ // Відомості Верховної Ради України. 2015. № 45. Ст. 410.

27. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

28. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах : Закон України від 05.07.1994 р. № 80/94-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

29. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-УІ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17?lang=uk>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

30. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05. 1991 р. № 1023-ХІІ. Відомості Верховної Ради України. 2006. № 7. Ст. 84.

31. Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпеченню широкого доступу до цієї мережі в Україні : Указ Президента України від 31.07.2000 р. № 928/2000. Офіц. вісн. України. 2000. № 31. Ст. 1300.

32. Про заходи щодо захисту інформаційних ресурсів держави : Указ Президента України від 10.04. 2000 р. №582/2000 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/582/2000>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

33. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. №923-УІ. Відомості Верховної Ради УРСР. 1991. № 29. Ст. 377.

34. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-ХІІ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

35. Про інформаційні агентства : Закон України від 28.02.1995 р. № 74/95-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

36. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. Ст. 650.

37. Про кінематографію : Закон України від 13.01.1998р. № 9/98-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

38. Про науково-технічну інформацію : Закон України від 25.06. 1993 р. № 3322-ХІІ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3322-12>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

39. Про національну програму інформатизації : Закон України від 04.02.1998 р. № 74/98-ВР URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

40. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації : Закон України від 23.09.1997 р. № 539/97-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

41. Про публічні закупівлі : Закон України від 25.12.2015р. №922-УІІ // Відомості Верховної Ради України. 2016. № 9. Ст. 89.

42. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

43. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21.12.1994р. № 3759-ІІІ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

44. Про телекомунікації : Закон України від 18.11.2004 р. №1280-ІV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

45. Угода про асоціацію між Україною, з одного боку, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншого боку від 27.06.2014 р. № 984_011 URL: https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

46. Про Положення про порядок здійснення криптографічного захисту інформації в Україні : Указ Президента України від 22.05.1998 р. № 505/98 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/505/98>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

47. Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг : Постанова Кабінету Міністрів України від 11.04.2012 р. №295. URL:

<https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/295-2012-%D0%BF>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

48. Правила організації захисту електронних банківських документів з використанням засобів захисту інформації Національного банку України : Постанова Правління Національного банку України від 26.11.2015 р. № 829 URL: <https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/v0829500-15/paran10#n160>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

49. Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо захисту авторського права і суміжних прав у мережі Інтернет»/ від 19.08.2013р.№6523.URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT0607.html. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

50. Постанова Вищого господарського суду України від 15.01.2013 р. у справі №5008/419/2012 Офіційний сайт ВГСУ. URL: http://vgsu.arbitr.gov.ua/docs/28_3956279.html . Дата звернення 25 вересня 2019 року. справі №908/2373/

51. Постанова Вищого господарського суду України від 28.04.2015 р. у справі №912/3329/14 URL: https://protocol.ua/ua/postanova_vgsu_vid_28_04_2015_roku_u_spravi_912_3329_14/. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

52. Постанова Вищого господарського суду України від 22.09.2016 р. у справі №910/30056/15. URL: https://protocol.ua/ua/postanova_vgsu_vid_22_09_2016_roku_u_spravi_910_30056_15/. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

53. Постанова Вищого господарського суду України від 27.07.2016 р. у справі №914/3549/15. URL: <https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/court-document/59378577/>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

54. Постанова Вищого господарського суду України від 22.08.2012 р. у справі №5015/5742/11. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/H022269>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

55. Постанова Вищого господарського суду від 19.10.2016 р. у справі №914/1233/15. URL: https://protocol.ua/ua/postanova_vgsu_vid_10_01_2017_roku_u_spravi_914_4372_15/. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

56. Постанова Вищого господарського суду України від 05.12.2016 р. у справі №904/118/16. URL: https://protocol.ua/ru/postanova_vgsu_vid_05_12_2016_roku_u_spravi_904_118_16/. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

57. Постанова Вищого господарського суду України від 04.04.2016 р. у справі №904/10393/14. URL: https://protocol.ua/ua/postanova_vgsu_vid_04_04_2016_roku_u_spravi_904_10393_14/. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

58. Постанова Вищого господарського суду України від 31.03.2016 р. у справі №922/5636/15. URL: https://protocol.ua/ua/postanova_vgsu_vid_31_03_2016_roku_u_spravi_922_5636_15/. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

59. Постанова Вищого господарського суду України від 17.01.2017 р. у справі №924/473/16. URL: https://protocol.ua/ua/postanova_vgsu_vid_17_01_2017_roku_u_spravi_924_473_16/. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

60. Постанова Вищого господарського суду України від 27.06.2012 р. у справі №2/5005/10055/2011 Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/24967754> Дата звернення 25 вересня 2019 року.

61. Постанова Вищого господарського суду України від 17.01.2017 р. у справі №924/473/16 Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: https://protocol.ua/ua/postanova_vgsu_vid_17_01_2017_roku_u_spravi_924_473_16/ Дата звернення 25 вересня 2019 року.

62. Рішення Вищого господарського суду України від 09.11.2017 р. у справі № 910/361/14. URL:

[https://protocol.ua/ru/vgsu_vikoristannya_elektronnogo_tsifrovogo_pidpisu_ne_z_minyue_poryadku_pidpisannya_dogovoriv_vstanovlenogo_zakonom_dlya_vchine_nnya_pravochiniv_u_pismoviy_formi_zokrema_i_dogovoriv_bankivskogo_obslug_ovuvannya_\(sprava_910_361_14_09_11_17\)](https://protocol.ua/ru/vgsu_vikoristannya_elektronnogo_tsifrovogo_pidpisu_ne_z_minyue_poryadku_pidpisannya_dogovoriv_vstanovlenogo_zakonom_dlya_vchine_nnya_pravochiniv_u_pismoviy_formi_zokrema_i_dogovoriv_bankivskogo_obslug_ovuvannya_(sprava_910_361_14_09_11_17)). Дата звернення 25 вересня 2019 року.

63. Постанова Донецького апеляційного господарського суду від 15.10.2013 р. у справі №908/2373/13. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/V099501>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

64. Постанова Окружного адміністративного суду м. Києва від 23.03.2010 р. у справі № 2а-407/10/2670 Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/9649397>. Дата звернення 25 вересня 2019 року. № 2а-407/10/2670

65. Постанова апеляційного адміністративного суду м. Севастополя від 26.02.2013 р. у справі №2а-12741/12/0170/1 Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <https://zakononline.com.ua/court-decisions/show/30374156>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

66. Аврамова О.Є., Разіна О.І. Проблеми захисту авторських прав в інтернеті. Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. Харків : НТУ «ХП», 2013. № 6(980). С. 26-29.

67. Авторське право у сфері функціонування всесвітньої інформаційної мережі Інтернет URL: <http://ua.textreferat.com/referat-7487-16.html> (дата звернення: 17.08.2019).

68. Атаманова Ю.Є. Захист прав інтелектуальної власності у мережі Інтернет: світовий досвід та вітчизняні перспективи. Право та інновації. 2014. № 3. С.7.

69. Атаманова Ю. Є. Публічна оферта як елемент укладення електронних правочинів. Правове забезпечення розвитку національної інноваційної системи в умовах глобалізації : матеріали Всеукр. наук.-практ.

конф. (Харків, Київ, 11 груд. 2015 р.) / редкол.: С. М. Прилипка [та ін.]. Харків : Право, 2015. С.86-89.

70. Блажівська Н. Електронний правочин. Юридичний журнал. 2007. № 1. С. 63–70.

71. Бойченко А. Захист авторського права і суміжних прав в Інтернеті. Інтелектуальна власність. 2012. № 5. С.31-37.

72. Борисова Ю. До проблеми входження «електронної» форми правочину в традиційну класифікацію форм правочину. Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Юридичні науки. Київ : ВПЦ «Київський ун-т», 2011. Вип. 88. С. 93–95.

73. Ваксман Р. В. Окремі проблеми правового регулювання рекламної діяльності у мережі Інтернет. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». 2013. №2 (13). С.334-335.

74. Вінник О. М. Правові засади електронного бізнесу. ІТ право: проблеми і перспективи розвитку в Україні: зб. матеріалів наук.-практ. конф. Львів : НУ «Львів. політехніка», 2016. С. 162–166.

75. Гринько Т.М. Правові аспекти регулювання рекламної діяльності в мережі Інтернет на території України. Управління розвитком. 2014. № 6. С. 57–59.

76. Гудзь О. Еволюція форм правочинів: від усної – до «електронної». Юридичний журнал. 2006. №1. С. 32-37.

77. Гура В. С. Цивільно-правова охорона Інтернет-сайту. Київ, 2006. 20 с.

78. Желіховський В. М. Правові засади електронної комерції в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право. Київ, 2007. 20 с.

79. Захаров Є.Ю. Захист прав людини в Інтернеті: Нis et nunc. Свобода висловлювань і приватність. 2010. № 3. С. 17–19.

80. Заболотний С.О. Електронний правочин – як об'єкт правового

регулювання. Правове забезпечення підприємницької діяльності : зб.наук.ст.студ. / відп.ред.О.О.Бакалінська, О.М.Гончаренко, Ю.В.Тищенко. Київ : Київ.нац.торг-екон.ун.-т, 2019. Ч.1. 196 с. С. 23-27.

81. ІТ ПРАВО / Яворська О.С., Тарасенко Л.Л., Мартин В.М., Самагальська Ю.Я. та ін. / За заг. ред. О.С. Яворської. Львів : Видавництво «Левада», 2017. 470 с.

82. Капіца Ю., Рассомахіна О. Спеціальні механізми захисту авторського права і суміжних прав в Інтернеті. Інтелектуальна власність. 2012. № 4. С.12-19.

83. Кіпа О.О. Правопорушення в мережі Інтернет. Часопис Київського університету права. 2010. № 4. С. 346–350.

84. Кир'якова В. В. Нормативно-правовий аспект державного регулювання реклами в Інтернет-середовищі. Інвестиції : практика та досвід. 2013. № 1. С.128-132.

85. Кузнецова З.В. Управління у сфері рекламної діяльності: організаційно-правовий аспект: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право»; Нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2003. 19 с.

86. Лебедева Н. Н. Особливості правового регулювання інтелектуальної власності в Інтернеті. Київ : Наука, 2017. 115 с.

87. Литвинов Є. П. Правовідносини в Інтернет-праві. Часопис Київ. ун-ту права. 2013. № 3. С. 145–149.

88. Маєвська А.А. Електронна комерція і право : Навчально-методичний посібник. Харків, 2010. 256 с.

89. Мільченко О. Реклама в Інтернет-мережі. Юридична газета. 2012. № 1 – 2 (295). С. 30–31.

90. Микитенко Л. А. Адміністративно-правове регулювання рекламної діяльності в Україні: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07. Київ, 2008. 201 с.

91. Нагорняк Г., Нагорняк І., Оксентюк З. Стан та проблеми захисту інформаційних продуктів як об'єктів авторського права у мережі Інтернет. Соціально-економічні проблеми і держава. 2012. Вип. 2 (7). С. 209-217 URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12nhsumi.pdf>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

92. Проблемні питання визначення правової природи і структури правовідносин інтелектуальної власності, що виникають у мережі Інтернет / О. І. Харитоновна, Г. О. Ульянова, А. В. Кирилюк, Ю. Ю. Симонян, Н. П. Бааджи, Д. Д. Позова, Г. І. Григор'янц, Л. І. Булова, І. В. Мартинюк. Наукові праці Національного університету «Одеська юридична академія». Т. 17 / голов. ред. М. В. Афанасьєва; МОН України, НУ «ОЮА». Одеса : Юрид. л-ра, 2015. С. 159-200.

93. Скакун О.Ф. Теорія держави і права : Підручник / Пер. з рос. Харків : Консум, 2001. 656 с.

94. Спасибо-Фатєєва І. Актуальні питання форми правочинів (теоретико-практичний аспект). Підприємництво, господарство і право. 2002. №8. С. 31-35.

95. Тардаскіна Т. М., Стрельчук А. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 244 с.

96. Фомін А. І. Поняття, елементи та особливості господарських Інтернет-правовідносин. Наук. вісн. Міжнар. гуманітар. ун-ту. Серія «Юриспруденція». 2012. № 3. С. 73–78.

97. Чучковська А. Форма господарських договорів, що вчиняються через мережі електров'язку, зокрема через Інтернет. Підприємництво, господарство і право. 2003. №12. С. 8-11.

98. Шалева О.І. Електронна комерція : Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

99. Шишка Ю. До питання про об'єкти адміністративно-правового регулювання у сфері рекламної діяльності в мережі Інтернет. Підприємництво, господарство і право. 2017. №5. С.133-137.

100. Masons P. Online Advert ising URL: <http://www.out-law.com/page-5604>. Дата звернення 25 вересня 2019 року.

101. Podrecki P. Prawo Internetu / P.Podrecki, Warszawa 2004. 642 s.