

Казеєва Юлія Вікторівна,
студентка 1-го курсу магістратури
факультету цивільної та господарської юстиції
Національного університету «Одеська юридична академія»
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Берназ-Лукавецька О.М.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРЕДСТАВЛЕНОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ УКЛАДАННІ ДОГОВОРІВ

Зі стрімким розвитком сучасних технологій все більш поширеною стає форма укладання договорів за допомогою інформаційно-комунікаційних систем, що має на меті більш швидке досягнення згоди між учасниками договірних правовідносин, а також спрощення процедури укладання самих договорів з можливістю уникнення при цьому бюрократичних перешкод.

Відповідно до ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію» електронна форма представлення інформації визначається як спосіб документування інформації, що означає створення, запис, передачу або збереження інформації у цифровій чи іншій нематеріальній формі за допомогою електронних, магнітних, електромагнітних, оптичних або інших засобів, здатних до відтворення, передачі чи зберігання інформації. Таке визначення вживається у широкому розумінні, що включає в себе безліч форм безпаперового представлення інформації, наприклад, не лише через сучасне комп'ютерне обладнання, а також за допомогою телефаксу, телексу та й інших більш застарілих форм. Таке поняття не є тотожним поняттю «електронна форма вчинення правочинів», що застосовується у статтях 205 і 207 Цивільного Кодексу України. Із буквального аналізу цих статей випливає, що електронна форма вчинення правочину є різновидом письмової форми, оскільки вона згадується поряд з останньою в дужках. [3, с.236] Проте форма вчинення правочину відповідно до ч.2 ст.207 ЦК України вважається письмовою при наявності підпису сторони (сторін). Отже, електронна форма фіксація прирівнюється до електронної (письмової) форми вчинення правочину, якщо вона містить підпис, що передбачається законодавством чи письмовою угодою між сторонами згідно з ч.3 ст.207). У разі відсутності такого підпису вважається, що правочин вчинений в усній формі, а електронна форма фіксації підтверджує факт його вчинення та погодження умов, що матимуть доказову силу у вазі виникнення спору.

При укладанні договорів із застосуванням такої форми необхідно звернути увагу на співвідношення публічної пропозиції (оферти) та реклами.

Повідомлення про товари, роботи, послуги тощо, що розміщується на веб-сторінці є доступними невизначеному колу осіб, а отже в деяких випадках це може мати несприятливі наслідки для продавця у разі відсутності у нього достатньої кількості товару. Наразі це питання врегульовується неоднозначно. В ЦК України за загальним правилом оферта має бути звернена до конкретно визначеної особи. Проте з цього правила є винятки, по-перше, коли в рекламі або пропозиції, що адресуються невизначеному колу осіб прямо зазначається, що це є офертою, по-друге, стосується договору купівлі-продажу, при укладанні якого вважається, що товар, який розміщується на вітрині, або інформація про нього міститься у каталозі, рекламі та інших засобах, є публічною пропозицією укласти договір. Проте в ч. 2 ст. 8 і ч. 4 ст. 11 ЗУ «Про електронну комерцію» вказується, що інформація, яка розміщена постачальником товарів (робіт, послуг тощо) у мережі Інтернет вважається офертою, а не просто запрошенням робити оферти. Отже, публічна оферта наявна в кожному випадку розміщення повідомлення, яке містить істотні умови майбутнього договору, на веб-сторінці.

Вираження стороною акцепту пропозиції укласти договір має свої особливості при застосуванні електронної форми. Так як, може бути виражена у різний спосіб, наприклад, заповнення анкети, формуляра, простим кліком. Відповідно до ч. 2 ст. 642 ЦК України відповідь про прийняття пропозиції полягає в здійсненні конклюдентних дій (відвантаження товару, надання послуг, оплата та інше) в зазначений строк. Згідно з ч. 6 ст. 11 ЗУ «Про електронну комерцію» відповідь особи, якій адресовується пропозиція укласти електронний договір, про її прийняття (акцепт) може бути надана шляхом вчинення дій, що вважаються прийняттям пропозиції укласти електронний договір, якщо зміст таких дій чітко роз'яснено в інформаційній системі, в якій розміщено таку пропозицію, і ці роз'яснення логічно пов'язані з нею.

Моментом укладання договору відповідно до ч. 1 ст. 640 ЦК є отримання особою, яка направила пропозицію, відповіді про її прийняття. У випадках використання електронної форми фіксації при укладенні договору постає питання: коли саме вважатиметься, що акцепт, виражений в електронній формі та відправлений із використанням електронних засобів, буде одержано оферентом? Комісія ЮНІСТРАЛ дала роз'яснення, що моментом отримання електронного повідомлення, що містить акцепт, вважається момент, коли в адресата створюється можливість вилучення такого повідомлення за вказаною ним електронною адресою. Комісія наголосила, що нею було свідомо обрано такий підхід, який не запроваджує додаткових і більш обтяжливих правил щодо визначення моменту отримання електронних повідомлень порівняно з

повідомленнями у традиційній паперовій формі. Зважаючи на те, що й при одержанні паперових повідомлень залишається ризик неможливості їх прочитання і сприйняття адресатом повідомлення, аналогічний ризик є природним і допустимим при одержанні електронних повідомлень. [2, с. 69-70]. Аналогічний підхід відображено в ЗУ «Про електронну комерцію, відповідно до ч. 2 ст. 16, якщо інше не передбачено законом або договором, електронний документ (повідомлення) вважається отриманим суб'єктом електронної комерції у момент, коли такий документ (повідомлення) отриманий інформаційно-телекомунікаційною системою суб'єкта.

За своєю природою не всі договори є консенсуальними. В ЦК України поіншому сформовано правило для реальних: відповідно до акта цивільного законодавства для укладення договору необхідні також передання майна або

вчинення іншої дії, договір є укладеним з моменту передання відповідного майна або вчинення певної дії (ч. 2 ст. 640 ЦК). Слушним є те, що у ч. 4 ст. 13 ЗУ «Про електронну комерцію» зазначається правило, за яким усі електронні договори фактично перетворюються на реальні та полягає у тому, якщо особа, отримавши пропозицію укласти електронний договір (оферту), впродовж строку для надання відповіді не здійснила оплату відповідно до зазначених у пропозиції умов, така пропозиція вважається неприйнятою. Звісно, таке правило не відповідає ані самій ідеї, що покладена в основу розмежування реальних і консенсуальних договорів, ані усталеній практиці укладення електронних договорів [3, с.241].

Підсумовуючи сказане, необхідно зазначити, що укладення договорів за допомогою електронної форми фіксації набуває більшої популярності. Тому належне забезпечення правового регулювання цієї галузі є важливим. В цьому напрямку в Україні було розроблено і прийнято низку нормативно-правових актів, що дозволяють впорядкувати відносини, які виникають при укладанні таких договорів. Однак правове регулювання цієї сфери залишається ще досить суперечливим та існує потреба у приведенні законодавства, яке регулює відносини між суб'єктами електронної комерції, у відповідність з міжнародною практикою.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Цивільний кодекс України : від 16 січня 2003 р. / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст.356.. – режим доступу <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
2. Про електронну комерцію: Закон України від 3 вересня 2015 р. / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 45, ст.410.. – режим доступу <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

3. Філатова Н. Ю. Особливості укладення договорів з використанням електронної форми представлення інформації / Н. Ю. Філатова // Проблеми вдосконалення приватноправових механізмів набуття, передачі, здійснення та захисту суб'єктивних цивільних прав : матеріали «круглого столу», присвяч. пам'яті проф. Ч. Н. Азімова, м. Харків, 16 груд. 2016 р. – Харків, 2017. – С. 235–243.
4. Пояснительная записка Секретариата ЮНСИТРАЛ к Конвенции Организации Объединенных Наций об использовании электронных сообщений в международных договорах. – режим доступа http://www.uncitral.org/pdf/russian/texts/electcom/06-57454_Ebook.pdf.

*Карпенко Вікторія Ігорівна, Карпенко Денис Ігорович,
студенти 5-го курсу факультету цивільної та господарської юстиції
Національного університету «Одеська юридична академія»
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Берназ-Лукавецька О.М.*

ЩО ТАКЕ КІБЕРСКВОТЕР ТА ЯК ЗАХИСТИТИ СЕБЕ ВІД НЬОГО У ЦИФРОВІЙ ДОБІ СЬОГОДЕННЯ?

На сьогоднішній момент немає точного визначення такого поняття як кіберсквотер, однак кожен з нас з ним зустрічається в день майже тисячу разів, отже, що це і як з ним боротися?

Якщо розглянути етимологію слова кіберсквотинг, то частка «сквотинг» (англ. squatting), за даними Оксфордського словника, буквально означає «іти й жити у порожній будівлі без дозволу її власника». На законодавчому рівні поняття «кіберсквотинг» не є визначеним. Одним із перших правових актів, який врегулював деякі аспекти кіберсквотингу, був Закон США «Про захист споживачів від кіберсквотингу» (англ. Anticybersquatting Consumer Protection Act, 1999) [1]. В законі немає поняття «кіберсквотингу», але є роз'яснення того, що особа, яка почала використання чужого доменного імені, а саме не належне їй право, то ця особа буде притягнена до цивільної відповідальності власником торговельної марки, власником персонального імені, яким було надано правову охорону як і знаку. Однак міститься вказівка на, те що особа яку буде притягнено до відповідальності повинна мати недобросовісний умисел своїх дій на отримання прибутку від самого початку використання чужого ім'я, але якщо особа не могла навіть здогадуватися про існування такого імені, то вона може бути звільнена від відповідальності, якщо доведе відсутність у своїх діях умислу в судовому порядку, однак це не стосується уже давно відомих брендів, які визнані у всьому світі, відповідно відповідальність за їх використання