

МЕШКОВ ВЛАДИСЛАВ ВЛАДИСЛАВОВИЧ

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
аспірант кафедри цивільного права*

ОКРЕМІ ВИДИ ДОГОВОРІВ ПРО НАДАННЯ ІНТЕРНЕТ-ПОСЛУГ

У сучасному світі інформаційно-телекомунікаційна мережа Інтернет стала одним з найпопулярніших способів доведення інформації до широкого кола осіб. В умовах ринкової конкуренції практично неможливо уявити ведення бізнесу без сучасних ІТтехнологій. Можливість миттєвого і бюджетного розміщення інформації та надання її необмеженому числу користувачів, що знаходяться в різних місцях, зробили мережу Інтернет майданчиком, вкрай привабливим для здійснення підприємницької діяльності у вигляді надання різних видів послуг.

Предметом дослідження наданих тез є окрема група договорів про надання Інтернет-послуг, а саме договори про надання Інтернет-послуг, виконання яких можливе лише за допомогою мережі Інтернет.

Договори про надання Інтернет-послуг за функціональними властивостями можна розділити на наступні види: договори про надання рекламних Інтернет-послуг; договори спрямовані на надання маркетингових Інтернет-послуг; договір про надання інформаційних Інтернет-послуг; договори про надання інформаційних Інтернет-послуг; договори про надання дистанційних освітніх послуг (Prometheus, It Labs, Телепортус і та інш.); договори он-лайн консультування; договори реєстрації доменних імен; договори підтримки веб-сервера; договори про надання послуг електронної пошти; договори про надання послуг інтрнет-банкінгу та інш. Всі зазначені види договорів мають певну індивідуальність, але, в той же час, мають загальні риси, які властиві договорам на надання Інтернет-послуг.

Договори про надання рекламних Інтернет-послуг. Надання рекламних послуг регулюється насамперед, Законом України «Про рекламу» [1], Законом України «Про захист прав споживачів» [2], Закон України «Про захист економічної конкуренції» [3]. Надання рекламних Інтернет-послуг також регулюється Законом України «Про телекомунікації» [4], на окремі види зазначених договорів (наприклад, контекстна реклама) поширює дію Закон України «Про захист персональних даних» [5].

Договори про надання рекламних Інтернет-послуг не мають спеціального правового регулювання, проте оскільки вони відносяться до договорів про надання послуг, на зазначений вид договорів поширюється загальні правила Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) [6] про договори про надання послуг, а також загальні положення договірнього та зобов'язального права.

Істотними умовами, необхідними для укладення договору про надання рекламних Інтернет-послуг, є умови про предмет, термін та ціну. Предметом договору про надання рекламних Інтернет-послуг можуть виступати послуги зі створення, налаштування і чи ведення рекламної

кампанії. Перелік таких послуг обов'язково повинен бути зазначений безпосередньо в договорі або в додатку до нього. Договором також можуть бути передбачені певні вимоги щодо рекламних матеріалів, в тому числі і по їх змістовому наповненню. Строк договору про надання рекламних послуг визначається періодом часу, протягом якого повинні надаватися рекламні послуги. Ціна договору складається з вартості рекламних послуг і вартості рекламного бюджету.

Договори про надання дистанційних освітніх послуг. Правове регулювання укладення та виконання договорів про надання дистанційних освітніх послуг (договорів на он-лайн навчання) здійснюється на основі Конституції України [7], ЦК України, Закону України «Про освіту» [8], Закону України «Про захист прав споживачів», Указу Президента України «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» [9], Наказу МОН України «Про затвердження Положення про дистанційне навчання» [10], Наказу МОН України «Про внесення змін до Положення про електронні освітні ресурси» [11].

Предметом договору є надання освітніх послуг у вигляді дистанційних курсів навчання в рамках програми обраного курсу, тривалість і ціна навчання, визначаються за угодою сторін. Проблемним питанням договору освітніх Інтернет-послуг є ідентифікація замовника-контрагента. У випадку з освітніми послугами більшість відомих засобів ідентифікації не вирішує зазначеної проблеми. Наприклад, коли користувач умисно передає належні йому способи ідентифікації іншій особі з метою фальсифікації результатів дистанційних тестів, або несанкціонованого отримання освітніх Інтернет-послуг. У зв'язку з цим в договорах на надання освітніх Інтернет-послуг повинні бути зафіксовані специфічні правила попередження передачі замовником належних йому способів ідентифікації іншим особам і відповідальність за вказані дії.

Договори про надання маркетингових Інтернет-послуг. Перш ніж розкрити особливості договорів про надання маркетингових послуг, слід звернутися до визначення категорії «Інтернет-маркетинг». Ми поділяємо думку А.В. Юрасова, який визначає Інтернет-маркетинг як сукупність методів Інтернет-комерції, спрямованих на збільшення економічної ефективності сайтів і містять Інтернет-рекламу та інші форми залучення відвідувачів; методи утримання відвідувачів на сайті; забезпечення покупки ними товарів або послуг, пропонуєваних на сайті, якщо такі є; або виконання інших дій (реєстрації, підписки на новини і т.п.); методи створення постійної аудиторії сайту та/або мережевого співтовариства [12, с. 15].

Незважаючи на те, що договори про надання маркетингових Інтернет-послуг є ключовими для ринкової економіки наразі в Україні не існує чіткої розробленої концепції правового регулювання маркетингової діяльності, в той же час, діяльність з надання маркетингових послуг регулюється Законом України «Про захист економічної конкуренції», Законом України «Про Антимонопольний комітет України» [13], Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [14], Законом України «Про захист прав споживачів», Законом України «Про захист

персональних даних». Звернемо увагу на те, що ЦК України зазначені види договорів прямо не регулює.

До істотних умов договорів про надання маркетингових Інтернет-послуг слід віднести умови про предмет, ціну і строк виконання.

Предметом договору про надання маркетингових Інтернет-послуг є просування товарів і послуг через онлайн-сервіси. Залежно від розміру бізнесу і займаної ніші, замовник може замовити як послугу комплексного Інтернет-маркетингу (який включає в себе управління репутацією компанії в ЗМІ і соціальних медіа, а також формування пошукової видачі по брендовим запитам), так і укласти окремі види маркетингових договорів (SEO-просування, SMM-просування, E-mail – розсилки, настройка контекстної реклами і т.д.)

Ціна договору визначається за згодою сторін. Виходячи їх специфіки предмета договору, як правило, вартість надання вказаних видів послуг оплачуються з певною періодичністю, а не одноразово. Істотною умовою договору про надання маркетингових Інтернет-послуг так само є строк, який може встановлюватися як певною датою, або договір може містити проміжні терміни.

Досліджуючи предмет договору маркетингових Інтернет-послуг, слід звернути увагу на правомірність методів, які використовує виконавець, зокрема, їх відповідність нормам Конституції, ЦК України, Закону України «Про захист персональних даних».

Таким чином, ми можемо дійти певних висновків: договори про надання Інтернет-послуг, виконання яких можливе лише за допомогою мережі Інтернет відносяться до категорії публічних непоіменованих договорів, їх укладання відбувається в електронній формі. Законодавче регулювання розглянутих видів договорів на рівні спеціальних норм практично відсутнє, однак такий договір, укладений в електронній формі, в більшості випадків знаходиться в юрисдикційному полі держави, в якій зареєстрований аферент. Проблемним питанням є так само ідентифікація сторони-замовника договору, яку складно визначити, в таких випадках застосовується принцип презумпції правосуб'єктності сторони договору. Місцем виконання договору завжди є віртуальний простір Інтернету без прив'язки до географічного місця перебування замовника.

Список використаної літератури:

1. Про рекламу : закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр> (дата звернення : 08.04.2020)
2. Про захист прав споживачів : закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення : 08.04.2020)
3. Про захист економічної конкуренції : закон України від 11.01.2001 № 2210-III. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (дата звернення : 08.04.2020)
4. Про телекомунікації : закон України від 18.11.2003 № 1280-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15> (дата звернення : 08.04.2020)

5. Про захист персональних даних : закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17> (дата звернення : 08.04.2020)
6. Цивільний Кодекс України : закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення 08.04.2020)
7. Конституція України : закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 08.04.2020)
8. Про освіту : закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 08.04.2020)
9. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року : указ Президента України від 25.06.2013 р. № 344/2013. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/344/2013> (дата звернення: 08.04.2020)
10. Про затвердження Положення про дистанційне навчання : наказ МОН України від 25.04.2013 р. № 466. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0703-13> (дата звернення: 08.04.2020)
11. Про внесення змін до Положення про електронні освітні ресурси : наказ МОН України від 29.05.2019 р. № 749. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0666-19> (дата звернення: 08.04.2020).
12. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции : учебник. М. : Горячая линия – Телеком, 2008. 480 с.
13. Про Антимонопольний комітет України : закон України від 26.11.1993 № 3659-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12> (дата звернення: 08.04.2020)
14. Про захист від недобросовісної конкуренції : закон України від 07.06.1996 № 236/96-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр> (дата звернення: 08.04.2020)

Ключові слова: договір, інтернет-послуги, рекламні інтернет-послуги, мережа інтернет, маркетингові інтернет послуги, онлайн-сервіси.

Ключевые слова: договор, интернет-услуги, рекламные интернет-услуги, сеть интернет, маркетинговые интернет услуги, онлайн-сервисы.

Key words: contract, internet services, internet advertising services, internet network, internet marketing services, online services.

ПЕСТРУЄВ ДМИТРО МИКОЛАЙОВИЧ

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
аспірант кафедри цивільного права*

ВЕДЕННЯ ЧУЖИХ СПРАВ БЕЗ ДОРУЧЕННЯ В ПОЛЬСЬКОМУ КОДЕКСІ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ 1933 РОКУ

Кодекс зобов'язань Польщі 1933 року є цікавим документом з точки зору становлення інституту ведення чужих справ без доручення у польському цивільному праві.

Інституція negotiorum gestio врегульована у статтях 115-121 Кодексу зобов'язань, і розділі II – «Виникнення зобов'язань з інших джерел».