

Отже, все наведене засвідчує нагальну необхідність проведення більш дієвих, виважених кроків на шляху правового забезпечення створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Мілевська Т. С. Моделі інноваційного розвитку економіки / Т. С. Мілевська // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2012. – № 7. – С. 45–49.
2. Осьмірко І. В. Система фінансового забезпечення інноваційного розвитку: поняття, структура та принципи функціонування // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2012. – № 7. – С. 47–49.
3. Про вищу освіту: Закон України від 1 червня 2014 року // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print1444306418038017>.
4. Дмитрик О. О. Деякі проблеми реалізації положень Закону України « Про вищу освіту» щодо фінансової автономії вищих навчальних закладів // Актуальні напрями правового забезпечення інноваційної та інвестиційної політики в Україні: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 14 листоп. 2014 р. / редкол.: С. М. Прилипо, Ю. Є. Атаманова, С. В. Глібо. – Х.: Право, 2014. – С. 128–130.
5. Бюджетний кодекс України: Закон від 08.07.2010 № 2456-VI // Відом. Верх. Ради України. – 2010. – № 50–51. – Ст. 572.
6. Про затвердження Порядку розміщення вищими і професійно-технічними навчальними закладами на вкладних (депозитних) рахунках в установах банків державного сектору економіки тимчасово вільних бюджетних коштів, отриманих за надання платних послуг: Постанова Кабінету Міністрів України від 26 серпня 2015 року № 657 // Офіц. вісн. України. – 2015. – № 72. – Ст. 2360.

*Дмитрик Ольга Олександрівна – доктор юридичних наук, професор кафедри фінансового права, Національного юридичного університету ім. Ярослава Мудрого*

К. В. Єфремова

## ЩОДО РОЗМЕЖУВАННЯ ПОНЯТЬ «КОМЕРЦІЙНЕ ЕЛЕКТРОННЕ ПОВІДОМЛЕННЯ» І «СПАМ»

Сьогодні використання Інтернет-мережі, газет, радіо та телебачення для пропозиції укласти договір є дуже поширеним. Така тенденція свід-

чить про зростання значимості оферти для розвитку договірних відносин. Із прийняттям 03.09.2015 року Закону України «Про електронну комерцію» №675-VIII (далі – Закон) лист, який підприємство відправляє своїм клієнтам шляхом email-розсилки із метою продажу товару (роботи/послуги), офіційно називається комерційним електронним повідомленням. Його визначення закріплено у п. 10 ч. 1 ст. 3 Закону як електронне повідомлення у будь-якій формі, метою якого є пряме чи опосередковане просування товарів, робіт чи послуг або ділової репутації особи, яка провадить господарську або незалежну професійну діяльність.

Як зазначає Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію») від 8 червня 2000 року (далі – Директива про електронну комерцію) комерційні повідомлення є важливими для фінансування інформаційних послуг та для розвитку широкого спектру нових безкоштовних послуг.

Розсилка комерційних повідомлень електронною поштою без згоди одержувача може бути небажаною для споживачів та постачальників інформаційних послуг і може завадити стабільному функціонуванню інтерактивних мереж. Відповідно до ч. 2 ст. 10 Закону комерційні електронні повідомлення поширюються лише на підставі згоди на отримання таких повідомлень, наданої особою, якій такі повідомлення адресовані. Комерційне електронне повідомлення може надсилатися особі без її згоди лише за умови, що вона може відмовитися від подальшого отримання таких повідомлень.

Питання узгодження одержувачем певних форм комерційних повідомлень, що розсилаються без його згоди, не регулюються Директивою про електронну комерцію, але воно передбачалось Директивою «Про систему електронних підписів, що застосовується в межах Співтовариства» 97/7/ЄС та Директивою «Стосовно обробки персональних даних і захисту права на невтручання в особисте життя в телекомунікаційному секторі» 97/66/ЄС.

У тих державах-членах, які дозволяють розсилку комерційних повідомлень без згоди одержувача електронною поштою, має стимулюватись та полегшуватись запровадження відповідної системи фільтрації повідомлень; крім того, у будь-якому випадку комерційні повідомлення, що розсилаються без згоди одержувача, мають чітко ідентифікуватись як такі з метою посилення прозорості та полегшення функціонування такої системи фільтрації; добровільна доставка комерційних повідомлень електронною поштою не повинна завдавати додаткових витрат для одержувача.

Пунктом 31 Директиви про електронну комерцію передбачено, що держави-члени, які дозволяють розсилку постачальником послуг, заснованим на їх території, комерційних повідомлень без згоди одержувача електронною поштою, мають забезпечити регулярні консультації постачальників послуг між собою та поважання ними списків відмов, в яких фізичні особи, які не бажають отримувати такі комерційні повідомлення, можуть зареєструватись.

Поняття «спам» стало вживаним з 1993 року, коли рекламні компанії стали публікувати в групах новин Usenet, дискусійних листах, гостьових книгах повідомлення, що не мають відношення до заданої тематики, або повідомлення, які є прямою рекламою. Однак, ані у міжнародному, ані в національному законодавстві не визначено вказане поняття, що ускладнює ідентифікацію та кваліфікацію діянь, що охоплюються поняттям «розсилання спаму».

Водночас, поруч із поняттям «спам» використовуються також поняття «електронні комерційні повідомлення» та «реклама». На жаль, питання розмежування названих понять не знайшло відображення ані у законодавця, ані в наукових колах.

Так, Директива № 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію») (далі – Директива № 2000/31/ЄС) від 08.06.2000 р. у п.18 визначає, що послуги, що передаються від одного місця до іншого, такі як надання відео послуг за запитом, або відправлення комерційних повідомлень за допомогою електронної пошти, є інформаційними послугами. Але електронні повідомлення, які надсилаються без запиту, до інформаційних послуг не відносяться.

Крім того, комерційні повідомлення не належать до контрактів, оскільки не відповідають вимогам п. 1 ст.4 Директиви № 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» від 20.05.1997 року, тому що в більшості випадків у них не зазначається інформація про: а) особу чи назву постачальника та, у випадку укладення контрактів, що передбачають попередню оплату, його адресу; б) основні характеристики товарів чи послуг; в) ціну товарів чи послуг, включаючи усі податки; г) витрати на доставку, якщо такі є; г) домовленості про оплату, доставку чи виконання; д) наявність права виходу з контракту, окрім випадків, про які йдеться у зазначеній статті; е) витрати на використання засобів дистанційного з'язку, якщо вони від-

різняються від початкових розцінок; є) період часу, протягом якого пропозиція чи ціна залишається чинною; ж) якщо необхідно, мінімальний термін дії контракту у випадку, якщо контракти на постачання продукції чи послуг виконуються постійно чи періодично.

Водночас, розсилання масових електронних комерційних повідомлень може мати і негативні наслідки. Так, результатом вказаних вище дій може бути блокування роботи електронних інформаційно-телекомунікаційних систем.

Пункт 30 Директиви №2000/31/ЄС передбачає, що розсилка комерційних повідомлень без згоди одержувача електронною поштою може бути небажаною для споживачів та постачальників інформаційних послуг і може завадити стабільному функціонуванню інтерактивних мереж; питання узгодження одержувачем певних форм комерційних повідомлень, що розсилаються без його згоди, не регулюються цією Директивою, але воно передбачалось Директивою 97/7/ЄС та Директивою 97/66/ЄС, в тих державах-членах, які дозволяють розсилку комерційних повідомлень без згоди одержувача електронною поштою, має стимулюватись та полегшуватись запровадження відповідної системи фільтрації повідомлень; крім того, в будь-якому випадку комерційні повідомлення, що розсилаються без згоди одержувача, мають чітко ідентифікуватись як такі з метою посилення прозорості та полегшення функціонування такої системи фільтрації; добровільна доставка комерційних повідомлень електронною поштою не повинна завдавати додаткових витрат для одержувача.

В такому випадку постає цілий ряд запитань: чи вважати електронні повідомлення, в яких міститься реклама, комерційними? за яким критерієм відносити рекламні повідомлення до спаму? в якому випадку розсилання спаму вважати протиправним?

Електронними повідомленнями рекламного характеру слід вважати ті, що містять пропозиції щодо укладення договору та розраховані на невизначене коло осіб. Хоча такі повідомлення і можуть розсилатися конкретному переліку адресатів, однак такі повідомлення не мають прив'язки до конкретно визначеного акцептанта.

Однак у випадках, коли розсилання електронних повідомлень (в тому числі і рекламного характеру) призводить до блокування та/або порушення роботи інформаційно-телекомунікаційних систем, треба говорити саме про розсилання «шкідливого» спаму або спам-атаки.

В одному з випадків механізм вказаної протиправної діяльності полягає в багаторазовому одночасному надсиланні протоколів запитів до

одного серверу (клієнта), що призводить до фактичного припинення функціонування шлюзів серверу. В іншому – відбувається заповнення вільного простору пам'яті (буферу) ПЕОМ. Крім того, внаслідок розсилання спаму можливе ураження ПЕОМ користувачів шкідливим програмним забезпеченням («вірусами»).

Таким чином, розсилання спаму може призводити до блокування роботи інформаційно-телекомунікаційних систем. У такому випадку, у зазначених діях наявні ознаки кримінального правопорушення, передбаченого ст. 363<sup>1</sup> КК України «Перешкоджання роботі електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), автоматизованих систем, комп'ютерних мереж чи мереж електров'язку шляхом масового розповсюдження повідомлень електров'язку».

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 №675-VIII // Відом. Верхов. Ради України. – 2015 – №45 – Ст. 410.
2. Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку: Директива Європейського парламенту та Ради №2000/31/ЄС від 08.06.2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994\\_224/page?text=%EE%F2%F0%E8%EC%E0%ED%ED%FF](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994_224/page?text=%EE%F2%F0%E8%EC%E0%ED%ED%FF).

*Сфремова Катерина Вікторівна – к.ю.н., завідувачка наукового відділу правового забезпечення функціонування національної інноваційної системи НДІ ПЗІР НАПрН України*

С. М. Іванов, В. В. Карасюк, С. В. Глинянський

## **РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ УНІВЕРСИТЕТУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОГНІТИВНОСТІ НА ОСНОВІ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ**

На жаль, інформаційний вибух сучасності не супроводжується відповідним прирощенням знань. Інформаційні технології дозволяють взаємодіяти в межах всього світу і фрілансінг набуває все більшого поширення. З іншого боку, однорідність технологій породжує ілюзію, що