

Анна ДОЛІНСЬКА<sup>1</sup>

## ІНТЕРНЕТ-КОРИСТУВАЧ: ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ (ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ)

*Розглядаються питання поняття та видів інтернет-користувачів. За допомогою техніко-юридичних засобів запропоновано власне визначення інтернет-користувача. Під поняттям «інтернет-користувач» ми пропонуємо розуміти учасника інтернет-відносин (як фізичну, так і юридична особу), який використовує можливості інформаційного середовища задля задоволення своїх потреб у реалізації товарів, робіт та послуг. Наголошено, що у національному законодавстві відсутнє нормативно-правове регулювання питань поняття та видів інтернет-користувачів. Здійснено аналіз та сформульовано види інтернет-користувачів. Інтернет-користувач як учасник різноманітних інтернет-відносин відзначається особливими рисами, обумовленими характером таких відносин. Залежно від виділених видів інтернет-відносин визначено особливий склад інтернет-користувачів, які беруть у них участь. Надано їх стислу характеристику.*

*Проведено порівняння правового статусу інтернет-користувача із споживачем. У цілому, чинне законодавство не є досконалим засобом правового впливу на відносини, пов'язані з інтернет-користувачем, що вимагає його своєчасного удосконалення. Пропонуємо доповнити норми Закону України «Про захист прав споживачів», положеннями, які розповсюджують на інтернет-користувача правовий статус, який має споживач у*

<sup>1</sup> аспірант, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова  
[ann.dolinska7@gmail.com](mailto:ann.dolinska7@gmail.com),  
<https://orcid.org/0000-0002-6299-8078>.



його традиційному розумінні (тобто поняття, права, обов'язки, порядок судового захисту, відповідальність за порушення законодавства про захист прав інтернет-користувачів).

Поняття інтернет-користувача повною мірою відображає характеристику учасника цивільно-правових відносин. Особливо яскраво це підкреслює аналіз його видів та зіставлення з категорією «споживач». Інтернет-користувач наділений широким спектром «традиційних» прав і обов'язків учасника цивільно-правових відносин, закріплених у національному та міжнародному законодавстві. Інтернет-користувач набуває специфічних майнових та особистих немайнових прав та відповідних обов'язків, що окреслюють його цивільно-правовий статус.

**Ключові слова:** інтернет-користувач, учасник інтернет-відносин, споживач, види інтернет-користувача.

**С**учасний інтернет набуває характеру всеохоплюючої інформаційної системи, про що прямо засвідчує стрімке збільшення кількості нових інтернет-користувачів.

Інтернет-сфера як правове явище залишається ще малодослідженим. З позицій цивільного права поки що немає достатнього теоретичного розуміння поняття правового статусу інтернет-користувача. Аналіз та наукові спостереження у відповідній галузі представлені незначною кількістю робіт та досліджень, здебільшого лише загального характеру.

Питання визначення поняття інтернет-користувача та його видів залишається поза увагою сучасних науковців. Важливим є те, що інтернет-відносини та взаємодіючі у їх межах інтернет-користувачі виступають суб'єктами диспозитивних відносин у тому розмінні, яке закладено у змісті ст. 3 ЦК України.

Питаннями дослідження видів інтернет-правовідносин та їх учасників займалися такі науковці, як: Ю. Д. Белова, Ю. Є. Булатецький, О. А. Городов, Р. Є. Еннан, С. О. Ємельянчик, В. А. Копилов, Є. П. Литвинов, І. М. Розолова, Г. С. Усеїнова, А. А. Шишлов, М. В. Якушев, Ю. В. Янчук. Водночас у працях зазначених науковців ми не знаходимо відображення теоретичної дискусії щодо поняття інтернет-користувача та його видів.

*Метою* цієї статті є визначення змісту поняття інтернет-користувача та видів інтернет-користувачів залежно від особливостей інтернет-відносин.

Предмет нашого дослідження пов'язаний з категорією інтернет-користувача. Незважаючи на простоту цієї конструкції, переконані, що формулювання такого абстрактного поняття викликає складнощі, особливо з урахуванням ставлення до категорії «користувач» у цивільному та господарському праві. Сучасна «цифрова» епоха змінює як саме ставлення до суб'єкта користування, так і до його можливостей, залишаючи при цьому незмінним річ, яка була вкладена в розуміння «користувач» ще за часів римського права. Користування — це завжди споживання корисних



властивостей певної речі, на яку особа-користувач немає права власності. Так і сьогодні, жоден користувач мережі «Інтернет» не може вважати її своєю. Має місце феноменальна конструкція — коли мережа «Інтернет» не може належати жодному суб'єкту права.

З метою техніко-юридичного конструювання категорії, інтернет-користувач звернемо увагу на вживання подібних понять у цивільному та господарському законодавстві. Необхідно підкреслити, що категорія «інтернет-користувач» не закріплена жодним національним нормативно-правовим актом.

Сучасні тенденції в розумінні користування інформацією демонструють значний інтерес до унормування цього процесу, що можливо побачити в ідеях запровадження програми «Держава у смартфоні». Вперше у Верховній Раді України був створений комітет з питань цифрової трансформації, який у взаємодії з Міністерством цифрової трансформації формуватиме політику в цій галузі та підсилюватиме вирішення різноманітних питань з приводу діджиталізації у законодавчій сфері. Також є показовим той факт, що в кожному міністерстві передбачено посаду заступника міністра із діджиталізації. Відповідальні за ці питання повинні бути передбачені штатними розписами і в обласних держадміністраціях [1].

Під поняттям «інтернет-користувач» ми пропонуємо розуміти учасника інтернет-відносин (як фізичну, так і юридична особу), який використовує можливості інформаційного середовища задля задоволення особистих потреб у реалізації товарів, робіт та послуг.

Інтернет-користувач як учасник різноманітних інтернет-відносин відзначається особливими рисами, обумовленими характером таких відносин. Його цивільно-правова природа яскраво відображується в *комерційних інтернет-відносинах*. Якщо йдеться про них, то, в першу чергу, вони пов'язані з інтернет-торгівлею. Необхідно зазначити, що в цих відносинах інтернет-користувачі набувають відповідного **статусу сторін конкретних електронних договорів**, які є подібними до сторін традиційних договірних відносин у цивільному праві.

Коли споживач входить у мережу «Інтернет» заради купівлі-продажу будь-якої продукції, він автоматично стає інтернет-користувачем, адже входить у так звані «інші» правовідносини, а саме інтернет-правовідносини. Відповідно і правове регулювання має бути іншим до цих видів правовідносин.

Тому стає зрозумілим те, що при укладанні договору купівлі-продажу інтернет-користувач має статус продавця або покупця (споживача) з урахуванням особливостей середовища укладання самого договору. Відповідно можемо стверджувати, що в комерційних інтернет-правовідносинах інтернет-користувачами виступають фізичні та юридичні особи.

Якщо розглядати діяльність інтернет-магазинів як приклад відповідних інтернет-правовідносин, необхідно згадати про Закон України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р., який безпосередньо визначає особливості укладення електронних правочинів [2]. Крім зазначеного Закону, діяльність інтернет-магазинів регулюється також загальни-



ми положеннями законодавства, такими як: Конституція України (якою закріплено загальне право на підприємницьку діяльність), ГК України та ЦК України, Законом України «Про захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про захист персональних даних» тощо [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11].

Особливо наголосимо, що інтернет-користувач у комерційних інтернет-правовідносинах є споживачем, а його права та обов'язки вже є закріплені у Законі України «Про захист прав споживачів». Відповідним чином сам процес купівлі є купівлею-продажем товарів у мережі «Інтернет», який відбувається за традиційною для цивільного права схемою (п. 8 ст. 1 вищевказаного Закону відносить цей договір до договорів, укладених на відстані, тобто договір, укладений продавцем із споживачем за допомогою «засобів дистанційного зв'язку», до яких належать телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення та інформаційні мережі та, зокрема, мережа «Інтернет») [6].

У результаті ми можемо наголошувати на тому, що у відповідних інтернет-відносинах інтернет-користувачами виступають фізичні особи (покупці та продавці) та юридичні особи (від імені яких діють фізичні особи-працівники, які також можуть бути покупцями та продавцями).

Якщо розглядати *відносини інтернет-банкінгу*, то очевидно є традиційна схема суб'єктного складу учасників банківських відносин, пов'язаних з обслуговуванням рахунків, кредитуванням та страховими операціями через дистанційне обслуговування (тобто інтернет-користувачі є клієнтами через програмні комплекси банків та страхових компаній).

Аналізуючи інтернет-банкінг, необхідно згадати про таке поняття, як «дистанційне банківське обслуговування» (англ. *remote banking*), яке означає сукупність техніко-технологічних і організаційно-правових методів надання банками послуг своїм клієнтам на основі розпоряджень, які клієнт передає на відстані, тобто без відвідання банку. Для характеристики такої технології використовують різні терміни, а саме: інтернет-банкінг, інтернет-банк, електронний банк, *on-line banking*, *home banking*, *internet banking*, *PC banking*, *phone banking*, *mobile-banking*, *SMS-banking* тощо. Існують такі види дистанційного банківського обслуговування:

1) системи «клієнт-банк» (*PC-banking*, *remote banking*, *direct banking*, *home banking*), доступ до яких здійснюється через персональний комп'ютер;

2) системи «телефон-банк» (телефонний банкінг (англ. *phone banking*), телефон-клієнт, *SMS banking*);

3) обслуговування з використанням банкоматів (*ATM-banking*) і пристроїв банківського самообслуговування [12, с. 153].

Робимо висновок, що на сьогодні існує безліч понять, які характеризують діяльність банку за допомогою мережі «Інтернет».

До інтернет-банкінгу відносять управління рахунками, відкриття депозитів, здійснення валютних та платіжних операцій, оформлення заяв



на підключення до інших послуг, надання інформації про інші відкриті банківські продукти, обмін валют, обмін фінансовими документами тощо. Таким чином, можемо стверджувати, що технологія інтернет-банкінгу походить з технології дистанційного банківського обслуговування [13, с. 332].

Одним із яскравих прикладів використання нових можливостей мережі «Інтернет» є здійснення інтернет-банкінгу для клієнтів банку через додаток *Monobank*. *Monobank* — відносно новий для України «мобільний банк» без відділень, який фактично є лише підрозділом Універсал Банку.

Водночас існує певна суперечність, адже *Monobank* позиціонує себе як банк, який не має відділень та всі послуги в ньому проводяться за допомогою мобільних додатків. Єдиною можливою валютою, якою користується банк, є гривня. Водночас, банк дозволяє здійснення операцій з quasi-валютою, а саме транзакції з придбання дорожніх чеків, лотерейних білетів, дорогоцінних металів, криптовалюти, а також здійснення операцій в казино та інших гральних закладах, в тому числі в інтернеті [14]. Окремо наголосимо, що така діяльність суперечить чинному законодавству через відсутність в Україні правового регулювання обігу криптовалюти.

Переходячи до наступного виду, необхідно згадати за *інтернет-відносини з біржової торгівлі* (та прирівняні до них, у тому числі «ігрові» біржі типу «FOREX»). У межах цих відносин учасниками виступають *trader* (англ. трейдери), та *stock market players* (англ. гравці фондового ринку). При цьому інтернет-користувач, який бере участь як гравець (*stock market player*), виступає у такому статусі як у реальних відносинах з біржової торгівлі, так і у відносинах ігрового характеру (маємо на увазі різноманітні он-лайн ігри, засновані на схемах фондового ринку). Наприклад, мова йде про біржі типу «FOREX» (англ. *FOReign EXchange*) — найбільші фінансові ринки світу, на яких здійснюється торгівля грошовими одиницями [15].

Особливим різноманіттям вирізняється склад інтернет-користувачів *соціально-комунікативних* та *освітніх інтернет-відносин*. Інтернет-користувачі, які відвідують сайти різноманітних соціальних мереж, спілкуються з друзями та родиною, беруть участь у дискусіях на різних форумах, читають новини, цікавляться усіма оновленнями, пишуть статті в блогах, знімають відео-контент для влогу, шукають інформацію для прийняття рішень і певним чином отримують усю цікаву та необхідну для них інформацію за допомогою мережі «Інтернет», безпосередньо відносяться до інтернет-користувачів соціально-комунікативних та освітніх відносин [16]. До таких необхідно віднести *socializers* (англ. соціалайзери), *bloggers* (англ. блогери), *vloggers* (англ. влогери), *geeks* (англ. програмісти або особи, які є фанатами комп'ютерів), *seachers/ researchers* (англ. пошуковувачі/дослідники), *open sharers* (англ. користувачі соціальних мереж), *bookies* (англ. букіністи). Тобто викликає інтерес широкий спектр учасників інтернет-відносин, які сьогодні знаходять свою індивідуалізацію з використанням спеціального лексику, поширеного в інтернет-середовищі, а саме: блогери, влогери, гіки, сечери, букіністи (відповідні терміни визначають рівень їхньої спеціалізації в середовищі соціальних мереж).



*Socializers* — це інтернет-користувачі, які завжди знаходяться на таких соціальних медіа-платформах, як *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Pinterest* та інші, слідкують за іншими інтернет-користувачами, ділячись при цьому також й своїми статусами, фото та відео про те, чим вони займаються і як живуть. *Socializers* зробили мережу Інтернет так званим своїм «великим щоденником». Необхідно підкреслити, що це найбільш численно поширена група інтернет-користувачів.

*Bloggers* — інтернет-користувачі, для яких мережа «Інтернет» є середовищем для інтернет-життя, у якому вони ведуть особистий блог, що можна порівняти з певного роду трудовою діяльністю. Це найбільш поширений спеціалізований вид інтернет-користувачів.

*Vloggers* — інтернет-користувачі, які ведуть свої блоги у відео-форматі (зокрема на просторах такої поширеної відео-мережі, як *Youtube*).

*Geeks* — інтернет-користувачі, які акцентують усю свою увагу на певній інформації, інтерес до якої має досить нав'язливий характер.

*Seachers* — цей тип інтернет-користувачів вважає, що мережа Інтернет зберігає та містить відповіді для задоволення будь-яких пошукових інтересів [17].

*Open sharers* — інтернет-користувачі, які знають про цілеспрямований маркетинг, розраховують отримати щось взамін для обміну своїми даними та є більш комунікативними, ніж більшість інтернет-користувачів, коли справа стосується прикладного використання інтернет-мережі та збереження їх конфіденційності [18].

*Bookies* — інтернет-користувачі, які користуються можливостями мережі «Інтернет» для читання будь-яких літературних творів.

Наступною поширеною категорією видів інтернет-користувачів є учасники *інтернет-відносин з використанням особистих даних*. Їх можна визначити через характеристику суб'єктів, зазначених у Загальному регламенті про захист даних (*The General Data Protection Regulation, GDPR (EU) 2016/679* [19]). До наступних відносять *controller* (англ. контролер), *processor* (англ. оператор), *recipient* (англ. одержувач), та *third party* (англ. третя сторона).

*Controller* — фізична чи юридична особа, орган публічної влади, агентство чи інший орган, який самостійно чи спільно з іншими визначає мету та засоби опрацювання персональних даних.

*Processor* має на увазі фізичну чи юридичну особу, орган публічної влади, агентство чи інший орган, який опрацьовує персональні дані від імені контролера.

*Recipient* означає фізичну чи юридичну особу, орган публічної влади, агентство чи інший орган, якому розкривають персональні дані, незалежно від того, чи є вони третьою стороною. Проте органів публічної влади, що можуть отримувати персональні дані в рамках конкретного запиту згідно з законодавством Євросоюзу чи держави-члена, не вважають одержувачами.

*Third party* означає фізичну чи юридичну особу, орган публічної влади, агентство чи орган, який не є суб'єктом даних, контролером, опера-



тором та особами, які під безпосереднім керівництвом контролера або оператора уповноважені опрацювати персональні дані.

Серед інтернет-користувачів на особливу увагу заслуговують учасники зобов'язань рекламного характеру, які виникають між ними та пошуковими мережами. *Рекламні інтернет-відносини* побудовані на основі використання зразків договорів реклами, властивих цивільному законодавстві англо-американській правовій системі. Аналіз таких договорів дозволяє охарактеризувати учасників інтернет-відносин рекламного характеру як «Замовник», «Компанія», *advertiser* (англ. рекламодавець).

Наприклад, умови рекламної програми компанії «Google». У них зазначено, що «Умови договору регулюють участь Замовника у рекламних програмах та послугах *Google*, які доступні через облікові записи, надані Замовнику у зв'язку з цими Умовами, або, які містять посилання в цих Умовах («Програми»). Інтернет-користувач, який виступає у цих відносинах Замовником, уповноважує *Google* або інші Афілійовані з ним компанії розмістити рекламні матеріали Замовника, які мають назву в договорі, як рекламні оголошення, в будь-якому контенті або на будь-якому майні, наданому з боку *Google* або її Афілійованих компаній, що діють від власного імені або, залежно від обставин, від імені третьої особи».

Таким чином, «Замовник» — це компанія, яка підписує та приймає свої умови участі у рекламних програмах та послугах «Компанії» (до прикладу, компанія «*Google*», яка розміщує рекламу) в електронному форматі. «Рекламодавець» — це особа, рекламні оголошення для якої розміщуються Замовником з використанням Програми (яка є рекламною платформою, на якій Замовник надає компанії «*Google*» повноваження використовувати автоматизовані інструменти для форматування рекламних оголошень).

Отже, можемо стверджувати, що правовий статус інтернет-користувача в рекламних інтернет-відносинах немає значних відмінностей від правового статусу учасників традиційних відносин щодо розміщення реклами.

Наступними є *інтернет-відносини у сфері захисту прав інтелектуальної власності*. Інтернет-користувачі виступають у них як правовласник, автор (творець), користувач прав об'єктами інтелектуальної власності, в тому числі при використанні об'єктів прав інтелектуальної власності у соціальних мережах, рекламі та комерційному контенті. Водночас констатуємо присутність постійної необхідності удосконалення захисту прав інтелектуальної власності через наявність проблем у формуванні правової свідомості та на рівні правової культури з боку окремих інтернет-користувачів. Наприклад, найбільш гострим є питанням забезпечення авторського та суміжних прав у інтернет-середовищі.

На особливу увагу також заслуговують сервіси, пов'язані з визначенням місця розташування інтернет-користувачів (*контролю пересування інтернет-користувача та геолокації*). Відповідні відносини відкривають широкі перспективи контролю руху та пересування як самих інтернет-користувачів, так і інших осіб (предметів, транспортних засобів, тва-



рин тощо), що водночас вимагають неухильного дотримання права на приватність.

Це створює можливість відслідковувати інтернет-користувачу, до прикладу, дотримання водієм правил експлуатації, швидкісного режиму або отримання інформації про роботу окремих систем (клімат-контроль тощо).

Інтернет-користувач у цих відносинах виступає як замовник здійснення контролю, до прикладу, у непоіменованому «Договорі про надання послуг моніторингу», який сьогодні набуває широкої популярності. Відповідно ми вбачаємо, що моніторинг за подібним договором включає в себе спостереження, збирання, обробку, накопичення, збереження та аналіз інформації для супутникового контролю мобільних об'єктів на базі технології «клієнт-сервер» через доступ мережі «Інтернет» з підтримкою технології GSM-модуля для забезпечення обміну даними між GPS-пристроями (англ. *Global Positioning System*) такого інтернет-користувача.

Також у межах цих відносин можна виділити таких учасників, як Абонент, Оператор (зокрема, при укладанні Договору про надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку). Яскравим прикладом подібних угод є договір, розміщений на офіційній веб-сторінці ПАТ «Київстар» [20].

Відповідні відносини, на жаль, не мають нормативного регулювання в національному законодавстві, і унормовані лише за непоіменованими договорами.

До наступного виду інтернет-відносин відносимо *розважально-ігрові інтернет-відносини*, у яких можна виділити таких інтернет-користувачів, як *gamers* (англ. гравці або люди, які захоплюються грою у відеоігри). Значну кількість інтернет-користувачів цього виду на початку XXI століття складає молодь та підлітки. Наголосимо, що якщо на початку століття он-лайн іграми захоплювалися лише особи чоловічої статі, то пізніше до них приєдналися і жінки [21]. Сучасний інтернет-простір надає різноманітні можливості для проведення часу в режимі он-лайн ігор. Необхідно підкреслити, що для геймерів мережа «Інтернет» є справжнім «полем гри». Фаворитами серед таких ігор є *Counter-Strike*, *Dota*, *League of Legends*, *StarCraft*, *Warcraft*, *Word of tanks* тощо.

Аналіз змісту цих відносин доводить, що розважально-ігрові інтернет-відносини мають комплексний характер, вони є пов'язані з інтернет-банкінгом, захистом прав інтелектуальної власності та електронною комерцією. Інтернет-користувач у відповідних відносинах виступає в ролі геймера й одночасно є учасником інших інтернет-відносин, в першу чергу, пов'язаних з обігом коштів.

У межах *управлінських та організаційно-розпорядчих інтернет-відносин* у мережі «Інтернет» пропонуємо виділяти такі види учасників, як: власники серверів, провайдери (оператори мережі), власники доменного імені, пошукові системи (до прикладу, *Google*, *Яндекс*, *Yahoo*, *Bing*), інтернет-користувачі тощо. Окремо зауважимо, що зазначені інтернет-користувачі є обов'язковим додатковим суб'єктом у всіх вищезазначених інтернет-відносинах.





Зазначене вище дозволяє узагальнити класифікації видів інтернет-користувачів за критерієм відносин, у яких вони беруть участь. Необхідно зауважити, що лише частина інтернет-користувачів, виділена нами об'єктивно підпадає під загальноновживане у праві розуміння учасника правовідносин.

Для правового регулювання ситуація ускладнюється тим, що частина таких суб'єктів відзначається через ознаки професійного характеру або через їх особливу діяльність в інтернет-просторі. Інша частина учасників позначається загальноновживаними жаргонізмами і досить мінливими поняттями (наприклад, трейдери, гравці фондового ринку, соціалайзери, блогери, влогери, програмісти, пошуковувачі/дослідники, користувачі соціальних мереж, букіністи, *controller*, *processor*, *recipient*, та *third party*, *gamers*). Водночас можливо виділити й окремі категорії учасників, діяльність яких повною мірою підпадає під регулювання цивільно-правовими нормами (зокрема, серед яких замовник, компанія, рекламодавець).

Виділене нами визначення категорії «інтернет-користувач» та його видів дозволяє перейти до аналізу зіставлення цього поняття з широко-вживаним в цивільному праві поняттям «споживач». Для цього використовуємо метод накладення чітко визначеного правового статусу споживача, який давно вже сформований у традиційному правовому розумінні, на зміст категорії інтернет-користувач.

Представимо це у вигляді таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

Таблиця порівняння правового статусу  
споживача та інтернет-користувача

	Споживач	Інтернет-користувач
Поняття «споживач» та «інтернет-користувач» згідно із законодавством	Відповідно до ЗУ «Про захист прав споживачів» споживач — це фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника [6].	Інтернет-користувач — учасник інтернет-відносин (як фізична, так і юридична особа), який використовує можливість інформаційного середовища задля задоволення особистих потреб в реалізації товарів, робіт та послуг (визначення автора).
Інші закони, де трапляється поняття «споживач» та «інтернет-користувач»	Конституція України визначає важливі для споживачів базові правові засади. Зокрема, згідно зі ст. 42 Конституції України: «Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів». Крім	У п. 11 ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів» вказано, що засобами дистанційного зв'язку за цим законом є телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема «Інтернет», які можуть використовуватися для укладення договорів на



	Споживач	Інтернет-користувач
	Конституції України діяльність споживачів закріплена також у ЦК України, ГК України та інших нормативно-правових актах [3; 4; 6].	відстані [6].
Набуття і припинення статусу споживача та інтернет-користувача	З моменту, коли фізична особа, придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника [6].	З моменту, коли інтернет-користувач здійснює кроки з електронного придбання, замовлення, використання продукції (товарів, послуг, робіт) для реалізації особистих потреб.
Чим визначаються права споживача та інтернет-користувача	Права споживача визначаються положеннями ст.ст. 4–15 Закону України «Про захист прав споживачів», а також положеннями цивільного та господарського законодавства, локальними нормативно-правовими актами тощо [6].	Формально права інтернет-користувача як споживача товарів робіт і послуг на нормативно-правовому рівні не визначаються. Окремі правові норми, які стосуються його прав, містяться у локальних актах, що описують правила використання певних сервісів та сайтів і не супроводжуються наданням реальних гарантій для інтернет-користувача.

*Примітка:* розроблено автором.

Положення зазначеної нами таблиці беззаперечно доводять збіг правових статусів споживача та інтернет-користувача, що відкриває можливості до аналізу спільних рис та особливостей, породжених «специфічним» інтернет-середовищем.

Зауважимо, що інтернет-користувачем на практиці може бути будь-яка особа, яка має доступ до мережі «Інтернет». У цих випадках є поширена ситуація «обходу» нормативно встановлених обмежень та заборон, які розповсюджуються на малолітніх, неповнолітніх та осіб, дієздатність яких обмежена в частині укладання ними угод, які за своїм змістом не відповідають віковій або юридичному стану особи, іншими словами, виходять за межі «дрібних побутових правочинів».

Іншим правовим нюансом є ситуація, коли інтернет-користувач вступає у комерційні ігрові інтернет-відносини та відносини інтернет-банкінгу, в яких він виступає як споживач. Маємо на увазі, споживачем у повному розумінні національного законодавства.

Наголосимо, що було б помилковим вважати, що поняття інтернет-користувача в комерційних відносинах обмежується лише споживачем товарів, робіт та послуг, які реалізуються через мережу «Інтернет». Абсолютно зрозумілим є те, що носієм статусу інтернет-користувача є також



власники інтернет-ресурсів або особи, які отримали можливість їх використання для ведення бізнесу та надання інших видів (у тому числі некомерційних) послуг.

У цілому чинне законодавство не є досконалим засобом правового впливу на відносини, пов'язані з інтернет-користувачем, що вимагає його своєчасного вдосконалення. Пропонуємо доповнити норми Закону України «Про захист прав споживачів» положеннями, які розповсюджують на інтернет-користувача правовий статус, який має споживач у його традиційному розумінні (тобто поняття, права, обов'язки, порядок судового захисту, відповідальність за порушення законодавства про захист прав інтернет-користувачів).

Підсумовуючи техніко-юридичний аналіз поняття «інтернет-користувач», визначення його видів та характеристику зіставлення із суміжною категорією «споживач», необхідно наголосити на такому.

По-перше, поняття інтернет-користувача повною мірою відображає характеристику учасника цивільно-правових відносин. Особливо яскраво це підкреслює аналіз його видів та зіставлення з категорією споживач.

По-друге, інтернет-користувач наділений широким спектром «традиційних» прав і обов'язків учасника цивільно-правових відносин, закріплених на рівні національного та міжнародного законодавства.

Водночас зауважимо, що інтернет-користувач набуває специфічних майнових та особистих немайнових прав та відповідних обов'язків, що окреслюють його цивільно-правовий статус. У подальшому це відкриває можливість здійснення детального дослідження змісту та особливостей як майнових, так і особистих немайнових прав інтернет-користувача.

#### Список використаних джерел

1. Перші цифрові послуги «Держава в смартфоні» скоро запрацюють (23.10.2019). *Урядовий портал*. URL : <http://bit.ly/390h1BJ> (дата звернення: 25.11.2019).
2. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675–VIII. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/2IVbyVz> (дата звернення: 25.11.2019).
3. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96–ВР. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/2LXJAqz> (дата звернення: 25.11.2019).
4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436–IV. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/3b0DeAW> (дата звернення: 25.11.2019).
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435–IV. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/2w1seVb> (дата звернення: 25.11.2019).
6. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. № 1023–XII, у ред. Закону від 01.12.2005 р. № 3161–IV. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/392IIAp> (дата звернення: 25.11.2019).
7. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96–ВР. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/38Vt2bu> (дата звернення: 25.11.2019).



8. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 р. № 851–IV. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/2wgs5gA> (дата звернення: 25.11.2019).
9. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні : Закон України від 05.04.2001 р. № 2346–III. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/396nHOV> (дата звернення: 25.11.2019).
10. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України від 12.07.2001 р. № 2664–III. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/3b0DKyS> (дата звернення: 25.11.2019).
11. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. № 2297–VI. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL : <http://bit.ly/2WmU88L> (дата звернення: 25.11.2019).
12. *Мищенко В. І., Шаповалов А. В., Юрчук Г. В.* Електронний бізнес на ринку фінансових послуг. Київ : Знання, 2003. 278 с.
13. *Науменкова С. В., Мищенко С. В.* Ринок фінансових послуг. Київ : Знання, 2010. 532 с.
14. Умови і правила обслуговування фізичних осіб в ПАТ «УНІВЕРСАЛІ БАНК» при наданні банківських послуг щодо карткових продуктів. Загальні умови випуску та обслуговування платіжних карток (Monobank). *Monobank*. URL : <http://bit.ly/2UiqcYJ> (дата звернення: 25.11.2019).
15. *ForexClub Liber. Forex*. URL : <http://bit.ly/2WvqRsu> (дата звернення: 25.11.2019).
16. *Singer, G., Pruulmann-Vengerfeldt, P., Norbistrath, U., & Lewandowski, D.* (2012). The relationship between Internet user type and user performance when carrying out simple vs. complex search tasks. *First Monday*, 17(6). URL : <http://bit.ly/3a42SF4> <https://doi.org/10.5210/fm.v17i6.3960> (дата звернення: 25.11.2019).
17. *Cetinkaya, S.* (1 September 2014). 5 Types of Internet Users That Will Probably Visit Your Ecommerce Store. 2014. URL : <http://bit.ly/3b7CKJg> (дата звернення: 25.11.2019).
18. *Tynan, D.* (2013). What kind of Internet user are you? (Are you an open sharer, a passive user, or a proactive protector? How and where you surf says a lot about how much you value privacy). *IT WORLD from IDG*. URL : <http://bit.ly/2ITJvc4> (дата звернення: 25.11.2019).
19. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data. General Data Protection Regulation. *EUR-Lex*. URL : <http://bit.ly/33rzHct> (дата звернення: 25.11.2019).
20. Угода про надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку. *Kyivstar*. URL : <http://bit.ly/3d9MvZp> (дата звернення: 25.11.2019).
21. *Nofziger, H.* (30.10.2014). Platform, not gender, drives gamer differences. *GamesIndustry.biz*. URL : <http://bit.ly/2x2H1iG> (дата звернення: 25.11.2019).

Надійшла до редакції 12.12.2019



**Anna DOLINSKA**

*Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law*

### **Internet User: the Concept and Types**

*The article discusses the concepts and types of Internet users. Using technical and legal means, a personal definition of an Internet user is proposed. By the term «Internet user» we propose to understand — a participant of Internet relations (both a natural and a legal entity) who uses capabilities of information environment to satisfy his/her personal needs in sale of goods, works and services. The researcher notes that in national legislation of Ukraine there is no legal regulation of the concept and types of Internet users.*

*The study analyzed and formulated types of Internet users. The Internet user, as a participant in various Internet relations, is marked by special features due to the nature of such relations. A specific composition of Internet users who take part in such relations was identified depending on dedicated types of Internet relations. Their brief characteristic is provided.*

*At the same time, legal status of Internet user is compared with the consumer. On the whole, current legislation is not a perfect means of legal influence on internet relations which are connected with Internet user, and requires its timely improvement. It was proposed to supplement provisions of Law of Ukraine «On the protection of consumer rights» with provisions that extend legal status to Internet user which consumer has in its traditional sense (i.e. the concept, rights, obligations, procedure of judicial protection, liability for violation the legislation about protection of Internet users' rights).*

*The concept of Internet user fully reflects characteristics of a participant in civil law relations. This is especially clearly emphasized by analysis of its types and ratio with consumer category. The Internet user is endowed with a wide range of «traditional» rights and obligations of a participant in civil law relations, which are enshrined in national and international legislation. The Internet user acquires concrete property and personal non-property rights and corresponding duties that determine its civil and legal status.*

**Keywords:** *Internet user, participant of Internet relationship, consumer, types of Internet user.*