

системі США такі правила персональної практики називають також *course of dealing* (заведений порядок). Так, у Єдиному торговому кодексі США заведений порядок визначено як однорідність попередньої поведінки сторін цього договору, яку справедливо можна розглядати як таку, що встановлює загальну основу взаєморозуміння у тлумаченні використовуваних ними виразів та інших дій. У Європі для означення таких персональних правил все частіше використовується термін «практика» [8, с. 323]. Разом із тим практика – це процес, а не результат, яким є певні правила поведінки (загальні чи персональні). Тому цей термін для означення відповідного явища видається не зовсім вдалим.

Висновки. Отже, використання терміна «звичай» є допустимим тільки для правил, утворених загальною діловою практикою, оскільки звичай, будучи соціальним регулятором, повинен мати загальний характер. Викорис-

тання ж цього терміна для окреслення правил, утворених персональною діловою практикою, не тільки суперечить самій природі звичаю (завжди є загальним, характерним для жителів держави, місцевості, представників національної меншини та ін.), але й породжує термінологічний дисбаланс у зобов'язальному праві. Наприклад, до категорії торгових звичаїв часто відносять обидва види правил ділової практики, що негативно позначається на її змістовому навантаженні. Це породжує численні дискусії із приводу того, чи варто торгові звичаї вважати звичаями правовими, тоді як проблема полягає зовсім в іншому – чи варто називати торговими звичаями правила, утворені персональною діловою практикою? Відтак існують обґрунтовані підстави припустити, що логічність і ефективність зобов'язального права України та Польщі могли б зрости у разі введення поряд із поняттям «звичай» поняття «правило персональної ділової практики».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Добров О. Правоутворення без законодавця (нариси з теорії джерел права). Частина один. Звичаєве право / О. Добров // Праці комісії для вивчення звичаєвого права України. – Вип. 2. – К.: ВУАН, 1928. – С. 295–415.
2. Pecyna M. Naruszenie zobowiązania w świetle harmonizacji prawa zobowiązań. Studium prawnoporównawcze / M. Pecyna. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2009. – 469 s.
3. Studnicki F. Działanie zwyczaju handlowego w zakresie zobowiązań z umowy / F. Studnicki // Prace komisji prawniczej. – Nr. 4. – Kraków: Drukarnia Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1949. – 153 s.
4. Koźmiński L. Zwyczaje handlowe. Kupno-sprzedaż / L. Koźmiński. – Warszawa: Trzaska, Evert i Michalski, 1948. – 172 s.
5. Regelsberger F. Pandekten / F. Regelsberger. – Leipzig, 1893. – 717 s.
6. Trzcziński K. Zwyczaj i prawo zwyczajowe jako źródła prawa prywatnego / K. Trzcziński // Rejent. – 1998. – № 3 (83). – S. 156–170.
7. Bainbridge S. Trade Usages in International Sales of Goods: An Analysis of the 1964 and 1984 Sales Conventions / S. Bainbridge // Virginia Journal of International Law. – 1984. – № 24. – P. 619–665.
8. Поротиков А. Обычай в гражданском обороте / А. Поротиков // Обычай в праве: Сборник. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2004. – С. 198–380.

УДК 347.45/.47

ДОГОВІР ПРО РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМИ ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ІЗ НАДАННЯ ПОСЛУГ

ADVERTISING AGREEMENT AS A SPECIAL PURPOSE OF SERVICES LIABILITY

Деледівка С.Г.,
аспірант кафедри цивільного права і процесу
Національної академії внутрішніх справ

У статті досліджуються юридичні ознаки договору про розміщення реклами та договору оренди, подається огляд судової практики розгляду спорів для визначення критеріїв розмежування цих договорів, обґрунтовується висновок про зарахування договору про розміщення реклами до договору про надання послуг.

Ключові слова: цивільно-правовий договір, розмежування договорів, договір про розміщення реклами, договір оренди, класифікаційні ознаки договору.

В статье исследуются юридические признаки договора о размещении рекламы и договора аренды, приводится обзор судебной практики рассмотрения споров для определения критериев разграничения этих договоров, обосновывается вывод об отнесении договора о размещении рекламы к договору о предоставлении услуг.

Ключевые слова: гражданско-правовой договор, разграничение договоров, договор о размещении рекламы, договор аренды, классификационные признаки договора.

The article investigates the legal features of the contract on the placement of advertising and the lease agreement, provides an overview of the court practice of dispute resolution in order to determine the criteria for delimitation of these agreements, the conclusion on assigning an agreement on placing advertising to the service contract is substantiated.

Key words: civil law contract, delimitation of contracts, agreement on placing advertising, lease agreement, classification features of the contract.

Актуальність теми. У науці цивільного права наявна спірність позицій щодо зарахування договору про розміщення реклами до певного договірної виду, має місце дискусія щодо місця цього договору в системі договорів, що не сприяє сталості та єдності судової практики, а також стабільності правозастосування в цій сфері правовідносин. Наслідком такого стану справ є відсутність чітких

позицій щодо необхідності державної реєстрації прав на нерухоме майно, на якому розміщені рекламні конструкції, щодо джерел правового регулювання відносин із розміщення реклами, наявності чи відсутності обов'язку укладання договору оренди земельної ділянки під час установлення стаціонарних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами на відкритій місцевості, щодо чітко

го й вичерпного переліку дозвільних документів під час розміщення зовнішньої реклами на об'єктах нерухомого майна тощо.

Відносини розміщення реклами були предметом уваги багатьох представників юридичної науки, зокрема таких учених, як Ю.І. Зоріна, О.Г. Курчин, Л.В. Мамчур, А.І. Черемнова, О.Р. Шишка. Договір про надання послуг також достатньо висвітлений у юридичній науці, зокрема в працях таких учених, як В.А. Васильєва, Р.М. Гейнц, А.А. Герц, Н.В. Федорченко. Серед робіт щодо дослідження відносин передання майна в тимчасове користування в тому числі на умовах оренди можна виділити дисертаційні дослідження І.Р. Калаур, Д.О. Кісанова, В.Я. Романіва, В.І. Шляхти, О.С. Яворської. Однак у науковій літературі відсутні спеціальні дослідження, присвячені загальній юридичній характеристиці договору про розміщення реклами. З урахуванням спірності позицій у науці цивільного права щодо зарахування такого договору до договору про надання послуг або до договору оренди це питання потребує окремого дослідження.

Метою статті є визначення видової належності договору про розміщення реклами, аналіз наукових позицій, чинного законодавства та судової практики для виокремлення видових і відмінних ознак договору про розміщення реклами та договору оренди й обґрунтування висновку про зарахування договору про розміщення реклами до договору про надання послуг.

Виклад основного матеріалу. Характеризуючи рекламний договір як змішаний у частині розміщення реклами, О.Р. Шишка [1, с. 51] та Л.В. Мамчур [2, с. 43] підкреслюють зарахування цього договору до договору про надання послуг. Однак у науці існує позиція, що договору про розміщення реклами більше притаманні ознаки договору оренди. Зокрема, на думку О.Г. Курчина, В.А. Устименка [3, с. 76], правовій природі відносин із розміщення рекламних засобів на конструктивних елементах будівель найбільшою мірою відповідає договір оренди. І.Р. Калаур, аналізуючи правову природу договору, предметом якого є розміщення реклами на конструктивному елементі об'єкта нерухомого майна, робить висновок, що договір на використанні конструктивного елемента будівлі (стіни, даху) є договором оренди майнового права [4, с. 114].

Подібні наукові позиції певним чином ґрунтуються на положеннях окремих підзаконних актах. Зокрема, в п. 4 додатку 2 до Методики розрахунку орендної плати за державне майно та пропорції її розподілу [5] установлені відповідні орендні ставки за розміщення зовнішньої реклами на будівлях і спорудах.

Як зазначає І.Р. Калаур, стан сучасного регулювання відносин із передання майна в користування доводить, що вирішення зазначених завдань (а саме щодо правової природи договору щодо розміщення реклами на конструктивному елементі об'єкта нерухомого майна – прим. автора) законодавець перекинув на вітчизняну доктрину цивільного права. Однак юридична наука і практика сьогодні не виробили чіткої та однозначної позиції стосовно кваліфікації відносин із передання в тимчасове користування частини речі.

Підтвердженням зазначеної тези щодо відсутності на практиці чіткої позиції є аналіз окремих судових рішень по справах, пов'язаних із розміщенням реклами. Так, в одних Постановах, зокрема від 11 жовтня 2011 року у справі № 8/168пд [6], від 21 червня 2007 року у справі № 7/278/06 [7], від 26 січня 2010 року у справі № 35/247 [8], від 24 грудня 2013 року у справі № 910/13766/13 [9], від 20 березня 2013 року у справі № 5011-4/8979-2012 [10], Вищий господарський суд України (далі – ВГСУ) кваліфікує спірні відносини щодо укладання, виконання, розірвання, визнання недійсними відповідних договорів у сфері розміщення реклами як відносини оренди, причому оренди таких специфічних об'єктів, як фасадна стіна, частина даху, інші невідокремлені конструктивні елементи тощо.

В інших справах ВГСУ не проводить юридичних відмінностей правовідносин оренди нерухомого майна та розміщення зовнішньої реклами на нерухомому майні третьої особи. Зокрема, в Постанові від 17 лютого 2010 року у справі № 12/165 [11] зазначено безпосередньо таке: відповідач зобов'язався *прийняти надані послуги* та провести відповідні розрахунки, *здійснити оплату послуг* монтажу й демонтажу рекламного полотна; на момент укладення договору *фасад відповідної будівлі перебував в оренді відповідача* на підставі укладеного з власником будівлі ВАТ «Х» договору. Тобто, проводячи термінологічне розрізнення *послуг та оренди*, ВГСУ не проводить їх розрізнення на рівні юридичної кваліфікації. У справі № 5011-18/16487-2012, Постанова від 10 червня 2013 року [12], змішування різних договірних конструкцій призвело до безпідставної відмови в захисті права власності. Так, підставою позовних вимог було зазначення того, що надання місць для розміщення зовнішньої реклами в користування розповсюджувачам зовнішньої реклами належить до компетенції власників таких місць, а власником спірних нежитлових приміщень, на фасадах яких розташовано рекламні вивіски, є позивач. Суд касаційної інстанції, підтримуючи попередні судові рішення про відмову в позові, зазначив, що оспорюваний правовичин містить усі обов'язки для договорів *оренди* умови, а відповідач отримав дозвіл відповідних державних органів на встановлення зовнішньої реклами. Уважаємо, що причиною такої правової позиції стала відсутність розмежування відповідних договірних конструкцій, а спірне питання полягало не в установленні істотних умов того чи іншого договору, в цьому випадку оренди, й не в наявності обставин дозвільного державного погодження рекламних конструкцій, а в чіткій кваліфікації відповідних відносин і встановленні фактів наявності чи відсутності волевиявлення власника відповідного майна.

Ототожнення різних договірних конструкцій не може бути прийнятним не тільки для теорії, а й для практики, що перешкоджає ефективному функціонуванню відповідних інститутів і реалізації принципу правової визначеності. Крім суто теоретичних міркувань, змішування цих договірних інститутів, а також зарахування розміщення реклами до договору оренди тягне за собою низку практичних ускладнень у здійсненні прав і виконанні обов'язків суб'єктами відповідних правовідносин.

За такого підходу суттєво ускладнюється організаційний елемент договірних відносин, особливо щодо державного й комунального майна. Так, відповідно до ст. 5 Закону України «Про оренду державного майна та комунального майна» [13], орендодавцями є Фонд державного майна України, в тому числі щодо нерухомого майна, загальна площа якого не перевищує 200 квадратних метрів на одне підприємство, установу. Тобто перше ускладнення стосується суб'єкта відповідних розпорядчих дій, переважно конкурсного порядку набуття прав орендарем, складної та заформалізованої процедури погодження й укладання договору тощо.

Як зазначено в ст. 11 Закону, оцінювання об'єкта оренди здійснюється за методикою, затвердженою Кабінетом Міністрів України. Оцінювання об'єкта оренди передусім укладенню договору оренди. Друге ускладнення стосується імперативного, ускладненого та заформалізованого порядку проведення оцінювання відповідного майна, в тому числі такого, що забезпечує розміщення об'єктів реклами й відносини щодо якого за своєю юридичною та економічною сутністю не є орендними.

Ми вважаємо недоцільною таку кількість істотних умов – одинадцять, передбачених законодавцем для договору оренди державного майна, в тому числі щодо порядку використання амортизаційних відрахувань, страхування орендарем узятого ним в оренду майна, обов'язків сторін щодо забезпечення пожежної безпеки орендованого майна тощо (ст. 10 Закону). Переобтяження подібного

регулювання договірних умов не сприяє ні розвитку оренди державного майна, ні, тим більше, розповсюдженню реклами, оскільки зазначені істотні умови не відповідають юридичній сутності договору про розміщення реклами, який є договором про надання послуг.

Джерелами правового регулювання відносин оренди є Цивільний кодекс (далі – ЦК) України, Господарський кодекс (далі – ГК) України, Закон України «Про оренду державного та комунального майна», а також прийняті відповідно до них акти підзаконного регулювання. Джерелами регулювання відносин розміщення реклами є Закон України «Про рекламу», Типові правила, а також прийняті на виконання Типових правил регіональні правила розміщення зовнішньої реклами. Ні чинне законодавство, ні доктрина не дають відповіді на питання щодо загального чи спеціального характеру відповідних норм, а також про механізми подолання відповідних колізій.

Залишаються без вирішення питання наявності чи відсутності обов'язку укладання договору оренди земельної ділянки під час установлення стаціонарних конструкцій для розміщення зовнішньої реклами на відкритій місцевості, щодо механізму і способів захисту прав абсолютного чи відносного характеру, щодо чіткого й вичерпного переліку дозвільних документів під час розміщення зовнішньої реклами на об'єктах нерухомого майна тощо.

Стаття 16 Закону України «Про рекламу» [14] зазначає, що розміщення зовнішньої реклами в населених пунктах проводиться на підставі дозволів, які надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, а поза межами населених пунктів – на підставі дозволів, які надаються обласними державними адміністраціями, а на території Автономної Республіки Крим – Радою Міністрів Автономної Республіки Крим, у порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. Крім того, в цій статті Закону врегульовані питання вимог до зовнішньої реклами, заборон щодо її розміщення, а також обмежень такого розміщення на пам'ятках національного або місцевого значення та в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць, а також окремо зазначається, що перелік обмежень і заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений цим Законом, є вичерпним. Наявність цієї норми-винятку не знімає питань у практиці правозастосування щодо необхідності погодження відповідних питань, а також отримання дозвільних документів під час розміщення такої зовнішньої реклами на об'єктах нерухомого майна державної власності, в тому числі щодо застосування до цих відносин процедур Закону України «Про оренду державного та комунального майна».

Крім того, постає питання щодо необхідності державної реєстрації прав на нерухоме майно, на якому розміщені рекламні конструкції. Відповідно до ст. 4 Закону України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень» [15], обов'язкової державної реєстрації підлягають речові права й обтяження на нерухоме майно, а саме: право володіння, право постійного користування та право оренди земельної ділянки; право користування (найму, оренди) будівлею або іншими капітальними спорудами, їх окремими частинами. Відсутність чіткого визначення поняття окремої частини будівлі або капітальної споруди в чинному законодавстві, доктрині та практиці правозастосування в аспекті змішування договорів про розміщення зовнішньої реклами на нерухомому майні й договорів оренди нерухомого майна може призвести до призводять до невизначеності у правах та обов'язках відповідних суб'єктів під час розміщення об'єктів зовнішньої реклами, в тому числі щодо необхідності державної реєстрації відповідних прав.

Окреслена проблема відсутності визначення поняття окремої частини будівлі або капітальної споруди, невизначеність щодо державної реєстрації прав на неї, а також

питання розмежування договорів оренди та розміщення реклами можуть бути вирішені через категорію індивідуальних ознак речі (майна), що може бути об'єктом оренди або на якій можуть розміщуватися рекламні конструкції.

Одна з правових позицій, викладена в Постанові ВГСУ, містить системне тлумачення відповідних правових норм і заслуговує на те, щоб бути сприйнятою юридичною наукою. Так, у Постанові від 6 березня 2014 року у справі № 910/14608/13 [16] під час розгляду спору про розірвання договору ВГСУ зазначено, що, відповідно до ч. 1 ст. 760 ЦК України, предметом договору найму (оренди) може бути річ, яка визначена *індивідуальними* ознаками. За вимогами ч. 3 ст. 283 ГК України, об'єктом оренди може бути нерухоме майно (будівлі, споруди, приміщення). Згідно з положенням ч. 1 ст. 4 Закону України «Про оренду державного та комунального майна», об'єктами оренди є, зокрема, нерухоме майно (будівлі, споруди, нежитлові приміщення) та інше окреме індивідуально визначене майно підприємств. Виходячи з наведених норм законодавства, за своїм змістом спірний договір є договором про надання в тимчасове користування місця для розміщення рекламного засобу, оскільки об'єкт користування (торцева стіна книгосховища) *не є річчю, що визначена індивідуальними ознаками, якими має бути наділений об'єкт оренди*.

У зазначеній судовій справі предметом спору й була окрема частина будівлі, хоча в тексті Постанови вона цим терміном не названа. ВГСУ, проводячи відмінність між договором оренди нерухомого майна та договором розміщення реклами, чітко вказав основну відмінність між ними в частині об'єкта користування: розміщення реклами на окремій частині нерухомого майна не може мати орендної договірної форми, оскільки така окрема частина не визначена індивідуальними ознаками й, по суті, не має статусу нерухомого майна.

Отже, окрема частина будівлі або капітальної споруди не має індивідуальних ознак (реєстраційних даних, правоустановчих документів, чіткої просторової конфігурації, а в деяких випадках чіткого розміру) і, відповідно, не може бути об'єктом оренди. У свою чергу, це має низку наслідків: особа, яка розміщує рекламу на такому об'єкті, не набуває речових прав на нього; в неї відсутній титул володіння таким майном; така особа позбавлена засобів абсолютного захисту своїх прав; права на таке майно не підлягають державній реєстрації з огляду на те, що вони не є речовими. Однак така окрема частина є цілком прийнятною для розміщення реклами, і саме такі окремі частини (без індивідуальних ознак) використовуються для розміщення реклами.

Саме тому договір про розміщення реклами є договором про надання послуг і відрізняється він від орендних договорів конструкцій таким: правовими наслідками укладання договору або юридичною метою (оренда – користування майном, розміщення реклами – послуги), об'єктом і предметом виконання зобов'язання (нерухома річ, визначена індивідуальними ознаками, й, відповідно, дії зобов'язаної сторони щодо розміщення на окремій частині будівлі реклами), способами та засобами захисту відповідного права, відсутністю необхідності державної реєстрації прав під час розміщення реклами тощо.

З метою подальшого розмежування договору розміщення реклами від договору оренди доцільно проаналізувати інші відмінності цих договорів конструкцій.

Відповідно до ч. 3 ст. 2 Закону України «Про рекламу» [14], дія цього Закону не поширюється на оголошення фізичних осіб, не пов'язаних із підприємницькою діяльністю. Незначним винятком тут є соціальна реклама (ст. ст. 1, 12 Закону), яка має абсолютно іншу економічну, соціальну і правову природу, ніж широко розповсюджена в практиці правозастосування комерційна реклама. З іншого боку, ні ЦК України, ні ГК України (крім державного й комунального майна – абз. 2 ч. 1 ст. 6 Закону України «Про оренду

державного майна» [13]) не обмежують статус учасників відповідних відносин необхідністю здійснення (реєстрації) підприємницької діяльності. Отже, наступною відмінністю вказаних договорів є зарахування договору про розміщення реклами виключно до підприємницького договору (крім соціальної реклами). Договір оренди нерухомого майна (крім оренди об'єктів державної й комунальної власності) може бути як цивільно-правовим, так і господарсько-правовим.

Серед видів класифікацій цивільно-правових договорів виділяють їх класифікацію на іменні та безіменні [17, с. 456], або поіменовані та непоіменовані. Непоіменовані договори є такими, що не врегульовані законодавством. Неврегульованість не означає, що вони суперечать закону, а означає лише те, що сфери діяльності, в яких вони укладаються, не містять визначеної законодавством форми, а саме вимог щодо умов, крім, звичайно, істотних [18, с. 172].

Договір оренди має свою окрему правову регламентацію в ЦК України та поточних законах, а отже, є поіменованим договором. Договір про розміщення реклами за цією класифікаційною ознакою варто зарахувати до непоіменованих договорів.

Варто зазначити, що в судовій практиці є приклади розмежування договорів оренди та договорів про розміщення реклами, в тому числі в аспекті окремої правової регламентації кожного з них. Стаття 7 Закону України «Про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної операції» [19] тимчасово скасувала нарахування орендної плати за користування державним і комунальним майном у відповідний період. Керуючись такою нормою, суб'єкти розміщення реклами на державному та комунальному майні вимагали звільнення від плати за користування, аргументуючи свою позицію орендним користуванням відповідним майном. Однак ВГСУ не підтримав таку позицію, чітко розмежувавши договір оренди та договір про розміщення реклами. Так, у Постановах від 20 липня 2016 року у справі № 905/90/16 [20], від 20 липня 2016 року у справі № 905/544/15 [21], від 31 жовтня 2016 року у справі № 905/3253/15 [22], від 9 листопада 2016 року у справі № 905/543/15 [23] ВГСУ задовольнив позовні вимоги органів місцевої влади про стягнення відповідної плати, заперечив підстави звільнення від плати за розміщення місць реклами з чітким розмежуванням інститутів розміщення реклами й оренди. Особливо характерними є мотивувальні частини Постанов від 20 липня 2016 року у справі № 905/90/16: ураховуючи специфіку правовідносин у сфері реклами, що врегульовуються спеціальним законодавством, а також виходячи зі змісту договору та розуміння сторонами місць розташування

реklamних засобів, колегія суддів доходить висновку, що положення ст. 7 Закону України «Про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної організації» як підстава для скасування орендної плати за користування державним і комунальним майном до цих правовідносин не застосовується; питання стягнення плати за розміщення місць реклами врегульовано спеціальними нормами цивільного законодавства, не потребує субсидіарного застосування норм оренди в цій частині; від 9 листопада 2016 року у справі № 905/543/15: укладений між сторонами договір не є договором оренди, оскільки ані орендодавець за вказаним договором, ані умови договору про тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів не відповідають вимогами Закону України «Про оренду державного та комунального майна», а тому укладений між сторонами договір про тимчасове користування місцями розташування рекламних засобів не може бути прирівняний до договору оренди.

Формуючи правові позиції в коментованих справах, ВГСУ відокремив інститут розміщення реклами від оренди в аспекті джерел правового регулювання, співвідношення загального і спеціального законодавства, правових підстав і наслідків укладання договору.

Висновки. Підсумовуючи, можна резюмувати таке. Договір про розміщення реклами та договір оренди мають такі відмінності. Договір про розміщення реклами є підприємницьким договором (крім соціальної реклами), а договір оренди нерухомого майна (крім оренди об'єктів державної й комунальної власності) може бути як цивільно-правовим, так і господарсько-правовим. Договір оренди нерухомого майна є поіменованим договором, а договір про розміщення зовнішньої реклами є непоіменованим, що має окрему, відмінну від орендних відносин правову регламентацію. За визначеними законом випадками речові права на нерухоме майно орендаря підлягають державній реєстрації, а окремі частини будівель і споруд, на яких розміщується реклама, не потребують реєстрації з огляду на відсутність у них статусу нерухомого майна та індивідуальних ознак такого майна. Договір оренди нерухомого майна є договором на передачу майна в тимчасове користування, а договір про розміщення реклами з погляду юридичної мети укладання, об'єкта і предмета виконання, способів і засобів захисту є договором про надання послуг. До відповідних відносин не може бути застосована конструкція договору оренди, в тому числі оренди рекламного місця, а відповідні норми цивільного законодавства щодо регулювання орендних відносин можуть бути застосовані до відносин розміщення реклами виключно за аналогією за відсутності спеціального регулювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шишка О.Р. Договірна основа створення та розповсюдження реклами : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / О.Р. Шишка. – Х., 2005. – 51 с.
2. Мамчур Л.В. Правове регулювання реклами (цивілістичний аспект) : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / Л.В. Мамчур. – Львів, 2006. – 43 с.
3. Курчин О.Г. Господарсько-правове регулювання розміщення зовнішньої реклами на об'єктах комунальної власності : [монографія] / О.Г. Курчин, В.А. Устименко. – К. : Юрінком Інтер, 2013. – 239 с.
4. Калаур І.Р. Договірні зобов'язання з передання майна у користування в цивільному праві України : дис. ... докт. юрид. наук : спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / І.Р. Калаур. – К., 2015. – 452 с.
5. Про затвердження Методики розрахунку орендної плати за державне майно та пропорції її розподілу : Постанова Кабінету Міністрів України від 4 жовтня 1995 року № 786 // Урядовий кур'єр. – 1996. – № 10–11.
6. Постанова Вищого господарського суду України від 11 жовтня 2011 року. Справа № 8/168пд [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/18589368>.
7. Постанова Вищого господарського суду України від 21 червня 2007 року. Справа № 7/278/06 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/801813>.
8. Постанова Вищого господарського суду України від 26 січня 2010 року. Справа № 35/247 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/7636744>.
9. Постанова Вищого господарського суду України від 24 грудня 2013 року. Справа № 910/13766/13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/36334060>.
10. Постанова Вищого господарського суду України від 20 березня 2013 року. Справа № 5011-4/8979-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/30436486>.

11. Постанова Вищого господарського суду України від 17 лютого 2010 року. Справа № 12/165 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/8211134>.
12. Постанова Вищого господарського суду України від 10 червня 2013 року. Справа № 5011-18/16487-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/31810532>.
13. Про оренду державного майна та комунального майна : Закон України від 10 квітня 1992 року (із змінами і доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 30. – Ст. 416.
14. Про рекламу : Закон України від 3 липня 1996 року // Урядовий кур'єр. – 1996. – № 137–138.
15. Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень : Закон України від 1 липня 2004 року // Урядовий кур'єр. – 2004. – № 145.
16. Постанова Вищого господарського суду України від 6 березня 2014 року. Справа № 910/14608/13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/37574551>.
17. Цивільне право України. Загальна частина : [підручник] / за ред. І.А. Бірюкова, Ю.О. Заїки. – К. : Алерта, 2014. – 510 с.
18. Мигалюк Л.В. Місце та роль не поіменованих договорів у цивільному праві України / Л.В. Мигалюк // Університетські наукові записки. – 2011. – № 2 (38). – С. 172–176.
19. Про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної операції : Закон України від 2 вересня 2014 року // Офіційний вісник України. – 2014. – № 83. – Ст. 2350.
20. Постанова Вищого господарського суду України від 20 липня 2016 року. Справа № 905/90/16 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/59106329>.
21. Постанова Вищого господарського суду України від 20 липня 2016 року. Справа № 905/544/15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/59199766>.
22. Постанова Вищого господарського суду України від 31 жовтня 2016 року. Справа № 905/3253/15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/62397150>.
23. Постанова Вищого господарського суду України від 9 листопада 2016 року. Справа № 905/543/15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/62621987>.

УДК 347.447.95:347.44

ТРЕТІ ОСОБИ В ЗОБОВ'ЯЗАННЯХ З НАДАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

THIRD PERSONS IN OBLIGATIONS ABOUT RENDERING OF FINANCIAL SERVICES

Лепех С.М.,

кандидат юридичних наук, доцент,

доцент кафедри цивільного права та процесу

Львівського національного університету імені Івана Франка

Стаття присвячена характеристиці правового статусу третіх осіб як суб'єктів зобов'язань з надання фінансових послуг. Автор аналізує особливості форм участі третіх осіб в окремих договірних зобов'язаннях. У статті автор обґрунтовує висновки щодо необхідності деталізації правового статусу та форм участі третіх осіб, механізмів їх взаємодії зі сторонами договірних зобов'язань у сфері фінансових послуг.

Ключові слова: третя особа, договір на користь третьої особи, фінансова послуга, страхування, вигодонабувач, банківський вклад, вкладник.

Статья посвящена характеристике правового статуса третьих лиц как субъектов обязательств по предоставлению финансовых услуг. Автор анализирует особенности форм участия третьих лиц в отдельных договорных обязательствах. В статье автор обосновывает выводы о необходимости детализации правового статуса и форм участия третьих лиц, механизмов их взаимодействия со сторонами договорных обязательств в сфере финансовых услуг.

Ключевые слова: третье лицо, договор в пользу третьего лица, финансовая услуга, страхование, выгодоприобретатель, банковский вклад, вкладчик.

The article is devoted to characteristic of third person's legal status as subjects of obligation about rendering of financial services. Author analyses special features about forms of third person's participation in individual obligation contracts. In the article author proves the conclusion about the necessity of detailing of third person's legal status and forms of participation, machinery of their interaction with parties of contract obligations of financial services sphere.

Key words: third person, contract for a third party, financial service, insurance, beneficiary, bank deposit, depositor.

Постановка проблеми. Участь третіх осіб в цивільно-правових зобов'язаннях є досить поширеним явищем, однак правовий статус таких суб'єктів залишається досить невизначеним. Насамперед немає єдиного підходу в науковій літературі та судовій практиці до загальних характерних ознак цих осіб, обсягу їхніх правомочностей, порядку їх реалізації та захисту інтересів. У сфері надання фінансових послуг треті особи досить активно вступають в зобов'язання, однак залежно від підстави та форми участі правовий статус таких осіб істотно відрізняється, а в законодавстві окреслений надто узагальнено, через що в судовій практиці виникають труднощі із застосуванням таких законодавчих положень.

Стан опрацювання. Питання особливостей участі третіх осіб в цивільних правовідносинах досліджувались

такими вченими, як Т.В. Боднар, І.О. Бровченко, О.Я. Кузьмич, Н.В. Федорченко; проблеми правового статусу таких осіб в окремих цивільно-правових зобов'язаннях розглядали у своїх публікаціях, зокрема, А.С. Жила, В.М. Нікіфорак, В.П. Янішен, однак комплексні дослідження форм участі третіх осіб в зобов'язаннях з надання фінансових послуг відсутні.

Метою статті є аналіз проблем правового статусу третіх осіб в зобов'язаннях з надання фінансових послуг та розробка пропозицій щодо деталізації законодавчого регулювання відповідної сфери суспільних відносин.

Виклад основного матеріалу. В цивільному законодавстві відсутня дефініція поняття третіх осіб, яка б охоплювала усі підстави та форми їх участі в цивільно-правових відносинах, що логічно обумовлено, зокрема,