



ЦЕНТР ПРАВОВИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

**ПРАВО, СУСПІЛЬСТВО І ДЕРЖАВА:
ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ**

**МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
12–13 січня 2018 р.**

Київ

УДК 342(063)
1168

1168 **Право, суспільство і держава: форми взаємодії:** Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 12–13 січня 2018 р. – К.: Центр правових наукових досліджень, 2018. – 120 с.

Подані на конференцію матеріали видаються в авторській редакції.

Рекомендовано до друку рішенням Правління ГО «Центр правових наукових досліджень» від 15 січня 2018 р. (протокол № 183).

УДК 342(063)

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ДЕРЖАВИ І ПРАВА; ІСТОРІЯ ПОЛІТИЧНИХ І ПРАВОВИХ УЧЕНЬ

Горбатко В. В.
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА
МІЖНАРОДНОГО АГЕНТСТВА З АТОМНОЇ ЕНЕРГІЇ 7

Цимбалюк О. О.
ПРАВО НА ТЕРАПЕВТИЧНЕ КЛОНУВАННЯ: ЧИ ПОВИННО ІСНУВАТИ . 10

НАПРЯМ 2. КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО; МУНІЦИПАЛЬНЕ ПРАВО

Кирильчук Ю. О.
ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ
ЧЕТВЕРТОГО ПОКОЛІННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ 12

Матвєєва О. І.
БЕЗЦІННЕ ПРАВО ЛЮДИНИ НА ЖИТТЯ 15

Рябовол Л. Т.
ОБМЕЖЕННЯ ПРАВ ТА СВОБОД ЛЮДИНИ І ГРОМАДЯНИНА
ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ТА ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ ФЕНОМЕН..... 17

НАПРЯМ 3. ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО І ЦИВІЛЬНИЙ ПРОЦЕС; СІМЕЙНЕ ПРАВО; МІЖНАРОДНЕ ПРИВАТНЕ ПРАВО

Вершак Л. В.
ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ
ТА МЕХАНІЗМ ЙОГО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ..... 21

Глушенко Н. О.
ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК ПІД САДІВНИЦТВО
ТА ЯГІДНИЦТВО В УКРАЇНІ 25

Горобець Д. О.
ФІКСАЦІЯ ДОКАЗІВ, ОТРИМАНИХ ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ:
ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ..... 27

Деледівка С. Г.
ДОГОВІР ПРО РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМИ ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД
ЗОБОВ'ЯЗАНЬ З НАДАННЯ ПОСЛУГ 29

разі динамічність розвитку всесвітньої мережі значно перевищує динамічність розвитку нормативної бази щодо її врегулювання.

Для вирішення даної проблеми доцільним є прийняття окремих змін до Цивільного процесуального кодексу України, які б регламентували порядок отримання та фіксації судами такого окремого виду доказів, як докази, що отримані через мережу Інтернет, з зазначенням окремих гарантій щодо забезпечення даних доказів, а також з встановленням розумних строків щодо їх отримання.

Фіксація доказів, отриманих через мережу Інтернет наразі є досить проблемним питанням для українського процесуального законодавства, але, керуючись досвідом світового товариства а також пропозиціями провідних науковців та юристів фіксація доказів, отриманих через мережу Інтернет стане врегульованою, а отже нескладною та правомірною процедурою.

Література:

1. Трипільський Г.Я. Деякі аспекти допустимості доказів, отриманих у мережі Інтернет, в цивільному процесі / Г.Я. Трипільський // Вісник Ужгородського Національного університету. – м. Ужгород. – 2016 р. – № 4. – С. 65-68.
2. Каламайко А.Ю. Електронні засоби доказування в цивільному процесі / А.Ю. Каламайко // Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук. – м. Харків. – 2016 р. – Ст. 165-173.
3. Каламайко А.Ю. Мережа Інтернет як джерело доказової інформації в цивільному процесі / А.Ю. Каламайко – Юридична Україна. – м. Харків. – 2015 р. – Ст. 118-123.

Деледивка С. Г.
аспірант кафедри
цивільного права і процесу

*Національна академія внутрішніх справ
м. Київ, Україна*

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

В науці цивільного права наявна спірність позицій щодо віднесення договору про розміщення реклами до певного договірної виду, має місце дискусія щодо місця цього договору в системі договорів. Одні науковці відносять цей договір до договору про надання послуг, інші зазначають про його змішаний характер та наявність елементів договору оренди, підряду тощо. Зазначений стан справ не сприяє сталості та єдності судової практики, а також стабільності правозастосування в цій сфері правовідносин.

Відносини розміщення реклами були предметом уваги багатьох представників юридичної науки, зокрема таких вчених як Ю. І. Зоріна, О. Г. Курчин, Л. В. Мамчур, А. І. Черемнова, О. Р. Шишка. Договір про надання послуг також достатньо висвітлений в юридичній науці, зокрема в працях таких вчених як В. А. Васильєва, Р. М. Гейнц, А. А. Герц, Н. В. Федорченко. Серед робіт щодо дослідження відносин передавання 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 в науковій літературі відсутні спеціальні дослідження, присвячені місцю в системі договорів та юридичній характеристиці договору про розміщення реклами.

Характеризуючи рекламний договір як змішаний, в частині розміщення реклами О. Р. Шишка [1, с. 51] та Л. В. Мамчур [2, с. 43] підкреслюють віднесення цього договору до договору про надання послуг. Однак, в науці існує позиція, що договору про розміщення реклами більш притаманні ознаки договору оренди. Зокрема, на думку О. Г. Курчина, В. А. Устименка, правовій природі відносин з розміщення рекламних засобів на конструктивних елементах будівель найбільшою мірою відповідає договір оренди [3, с. 76].

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

Калаур І. Р. аналізуючи правову природу договору, предметом якого є розміщення реклами на конструктивному елементі об'єкту нерухомого майна робить висновок, що договір на використання конструктивного елемента будівлі (стіни, даху) є договором оренди майнового права. Також автор зазначає, що стан сучасного регулювання відносин з передавання майна у користування доводить, що вирішення зазначених завдань (а саме щодо використання конструктивного елемента або частини будівлі) законодавець переклав на вітчизняну доктрину цивільного права. Однак юридична наука і практика сьогодні не виробили чіткої та однозначної позиції стосовно кваліфікації відносин з передавання в тимчасове користування частини речі [5, с. 114].

Окреслена проблема відсутності визначення поняття окремої частини будівлі або капітальної споруди, 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. Допомогою в цьому є відповідні правові позиції судової практики.

Так, в постанові від 06 березня 2014 року, справа № 910/14608/13 [5], при розгляді спору про розірвання договору Вищим господарським судом України було зазначено, що за своїм змістом спірний договір є договором про надання в тимчасове користування місця для розміщення рекламного засобу, оскільки об'єкт користування (торшева стіна книгосховища) не є річчю, що визначена індивідуальними ознаками, якими має бути наділений об'єкт оренди. Отже, 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 нерухо-

мого майна не може мати орендної договірної форми, оскільки така окрема частина не визначена індивідуальними ознаками і по суті не має статусу нерухомого майна.

Таким чином, окрема частина будівлі або капітальної споруди не має індивідуальних ознак (ресстраційних даних, правоустановчих документів, чіткої просторової конфігурації, а в деяких випадках чіткого розміру) і, відповідно, не може бути об'єктом оренди. В свою чергу це має ряд наслідків: особа, що 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 (без індивідуальних ознак) використовуються для розміщення реклами.

Саме тому договір про розміщення реклами є договором про надання послуг і відрізняється він від орендних договірних конструкцій наступним:

- 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 і, відповідно – дії зобов'язаної сторони щодо розміщення на окремій частині будівлі реклами);
- способами і засобами захисту відповідного права, відсутністю необхідності державної реєстрації прав при розміщенні реклами тощо.

Література:

1. Шишка О.Р. Договірна створення та розповсюдження реклами: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / О.Р. Шишка. Харків, 2005. 51 с.
2. Мамчур Л.В. Правове регулювання реклами (цивілістичний аспект): автореф. дис. на здобуття наукового ступеня 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., Устименко В.А. Господарсько-правове регулювання розміщення зовнішньої реклами на об'єктах комунальної власності: монограф. / К.: Юрінком Інтер, 2013. 239 с.
4. Про затвердження Методики розрахунку орендної плати за державне майно та пропорції її розподілу: Постанова Кабінету Міністрів України № 786 від 4 жовтня 1995 року / Урядовий кур'єр, 1996. № 10-11 (18.01.96)
5. Калаур І.Р. Договірні зобов'язання з передавання майна у користування в цивільному праві України: дис. на здобуття наукового ступеня докт. юрид. наук: спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / І.Р. Калаур. Київ, 2015. 452 с.
6. Постанова Вишого господарського суду України від 06 березня 2014 року [Електронний ресурс] / Справа № 910/14608/13. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/37574551>.