

В. В. Криворучко

асп.

науковий керівник: к.ю.н., доц. С. М. Клейменова

ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ ДОГОВОРУ ПРО НАДАННЯ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ

Сучасний світ насичений великою кількістю інформації та споживчими можливостями, а реклама стала ключовим інструментом для підтримки продуктів та послуг, а також створення нових брендів та конкуренції. В наш час реклама переповнює всі сфери повсякденного життя, пов'язуючи між собою виробників і споживачів, підприємства та клієнтів. В розумінні Закону України «Про рекламу»: «реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару» [1, ст. 1].

Хоча в наш час реклама користується великою популярністю, рекламодавці, розповсюджувачі/розробники реклами, а також замовники часто допускаються грубої помилки не укладаючи договорів, що закріплюють умови їхньої співпраці, що іноді спричиняє чимало неприємностей та наслідків для кожної із сторін зобов'язання. Саме у зв'язку з тим, що відносини з надання рекламних послуг починаються з укладання договору, останній потребує відповідної уваги та правового регулювання з боку, як сторін договору, так і законодавців та юристів.

Варто зазначити, що сучасне цивільне законодавство не містить такої групи договорів як договір про надання рекламних послуг, що суттєво впливає на процес формування та оформлення такого договору. Враховуючи відсутність в законодавстві вказаного виду договору, відсутній й спеціальний перелік істотних умов до нього, а також його обов'язковий зміст. У зв'язку з вищевикладеним, до договору про надання рекламних послуг, на сьогодні, належить

застосовувати не лише положення глави 63 Цивільного кодексу України «Послуги. Загальні положення», а і загальні вимоги договірного права [2, ст. 901].

Договір про надання рекламних послуг (реklamний договір) є юридичною угодою між двома сторонами, де одна сторона (розповсюдjuвач або постачальник рекламних послуг, виконавець) зобов'язується надавати рекламні послуги іншій стороні (клієнтові, рекламодавцю, замовнику) з метою просування продуктів, послуг або бренду. Договір регулює всі аспекти рекламної діяльності (кампанії), включаючи обсяг робіт, терміни, вартість, права та обов'язки сторін, інтелектуальну власність, конфіденційність, контроль якості та інші умови співпраці.

Основною метою договору про надання рекламних послуг є забезпечення ефективної рекламної діяльності, яка сприяє досягненню цілей замовника, таких як збільшення продажів, підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів тощо. Договори цієї природи можуть бути дуже різноманітними та включати в себе різні види рекламних послуг, від друкованої реклами до рекламних кампаній в Інтернеті та соціальних мережах.

Саме з огляду на зазначене, вказаний вид договорів про надання послуг має досить багато особливостей та умов регулювання.

Так, предметом договору про надання послуг є процес надання послуги, що не передбачає досягнення матеріалізованого результату, але не виключає можливість його наявності. Якщо внаслідок надання послуги й створюється матеріальний результат, то він не є окремим, відділним від послуги як нематеріального блага, об'єктом цивільних прав, через що відповідний результат не є обігоздатним сам собою. [3, с. 5] Предметом договору про надання рекламних послуг в мережі інтернет можуть виступати послуги зі створення, налаштування, помісячного ведення рекламної кампанії (обслуговування), розповсюдження реклами.

Один з основних аспектів договору надання рекламних послуг – це визначення змісту та умов співпраці, чіткого визначення прав та обов'язків кожної із сторін. Такий договір повинен чітко визначати види рекламних послуг, їхню тривалість, способи подання та місце публікації чи розповсюдження. Конкретний перелік таких послуг обов'язково повинен бути деталізований та визначений

договором або додатком до нього, який буде невід'ємною частиною договору.

Угода також може включати умови щодо інтелектуальної власності, правил користування рекламними матеріалами, а також контролю якості та звітності. Оскільки рекламні кампанії часто містять конфіденційну інформацію, договори надання рекламних послуг повинні містити положення про захист конфіденційної інформації та відповідні обов'язки сторін. З огляду на зростання обробки персональних даних, вказані договори також повинні враховувати вимоги щодо захисту цих даних відповідно до законодавства та можливість їх використання за певних умов та в певний період.

Також одним з ключових моментів таких договорів є можливість будь-якої із сторін у разі порушення умов договору вимагати відшкодування збитків. Договір має передбачати відповідальність сторін за неналежне виконання умов угоди. Замовник та виконавець послуги повинні забезпечити взаємні гарантії, що гарантують відповідність рекламних послуг умовам договору та звільнення від відповідальності у випадку обставин непереборної сили або інших непередбачуваних обставин.

Крім того, договори про надання рекламних послуг також можуть містити положення щодо дотримання стандартів та етичних норм реклами. Вони можуть містити вимоги щодо відповідності рекламних матеріалів законодавству та обмежень реклами в певних сферах, а також вимоги щодо обмежень реклами в певних сферах, таких як медицина, алкоголь, тютюн та інші.

Договори надання рекламних послуг повинні містити положення про умови завершення зобов'язання та процедури вирішення спорів. Це може включати в себе регламентацію розірвання договору, судові процедури або ж процедури переговорів та інші методи вирішення конфліктів.

Важливу роль відіграє також законодавство України про рекламу, яке на даному етапі розвитку технологій, суспільства та правових норм має безліч «білих плям», які потребують детального та досконалого вивчення, з метою подальшого закріплення певних новел на законодавчому рівні, в тому числі й щодо особливостей договорів про надання рекламних послуг.

Таким чином, особливості договорів про надання рекламних послуг включають визначення обсягу робіт, умови виконання, вартість, відповідальність сторін, конфіденційність і дотримання стандартів реклами. Завдяки договорам про надання рекламних послуг сторони мають можливість чітко визначити свої права та обов'язки, що сприяє успішному проведенню рекламної діяльності та досягненню цілей замовника. Договір про надання рекламних послуг – це не лише юридичний документ, але і інструмент для досягнення ефективних та впливових рекламних кампаній. Саме правильно оформлений та виконаний договір створює основу для успішної співпраці, сприяє досягненню цілей та підвищенню якості рекламної діяльності будь-якої із сторін.

Список використаної літератури

1. Цивільний кодекс України: від 16.01.2003. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 44. Ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#n4305>
2. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Постанова Верховного Суду у складі колегії суддів Касаційного господарського від 7 липня 2022 року у справі № 910/1801/21. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/105178962>