

*Глинская Мария Игоревна*

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

г. Москва

## **ОСОБЕННОСТИ ДОГОВОРНОЙ РАБОТЫ В РЕКЛАМНОЙ ОТРАСЛИ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ УСЛОВИЙ ДОГОВОРА**

*Аннотация:* актуальность обосновывается стремительным развитием рекламной и информационной сфер под влиянием глобальной цифровой трансформации. Автор считает, что это приводит к возникновению новых инструментов и услуг в рекламной отрасли, которые требуют постоянного обновления законодательства и особого внимания сторон договорных отношений по возмездному оказанию услуг в рекламной сфере при заключении договоров.

*Ключевые слова:* рекламная сфера, договорная работа, регулирование рекламной отрасли, ФЗ «О рекламе».

Договор по возмездному оказанию услуг в рекламной отрасли играет очень важную роль, так как позволяет установить и урегулировать взаимоотношения между получателем услуги (заказчиком) и ее исполнителем. Заключение между исполнителем и заказчиком договора позволяет определить рекламные цели, которых хочет достичь клиент, и услуги – задачи, с помощью которых, исполнитель собирается достичь поставленной цели, а также вознаграждение или ответственность за (не) выполнение поставленных задач.

Такой договор согласно статье 779 ГК РФ представляет собой договоренность между исполнителем и заказчиком, согласно которой первый обязуется оказать услуги, а второй – их оплатить [3].

В данном случае рассматривается заключение договора по возмездному оказанию услуг в рекламной отрасли, соответственно исполнитель в лице, например, рекламного агентства, обязуется выполнить услуги рекламного характера для своего клиента за определенное денежное вознаграждение.

При составлении и исполнении договора стороны должны в обязательном порядке руководствоваться законом, регулирующим рекламную деятельность – Федеральным законом «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ [5], разделом VII ГК РФ об интеллектуальных правах в целях получения исключительных прав на материал, который был разработан исполнителем [4]. Также необходимо пользоваться и учитывать и другие нормативные правовые акты, которые, так или иначе, регулируют предмет договорных отношений в рекламной отрасли и права потребителей [1].

Основная цель договорных отношений в рекламной сфере заключается в продвижении товаров, работ, услуг. Компания заказчик может обратиться, например, в рекламное агентство для заключения сделки для того, чтобы повысить свою узнаваемость, увеличить продажи товаров через повышение узнаваемости самого товара, бренда и т. д. При этом договор также может быть заключен в целях:

- увеличения аудитории в социальных сетях, Интернете;
- публикации информационных сообщений в печатных изданиях, наружных стендах, щитах, билбордах;
- запуска рекламных сообщений через СМИ, телевидение, радио и прочих целях.

Соответственно для того, чтобы урегулировать отношения между заказчиком и исполнителем необходимо заключить договор, в котором будут указаны все нюансы, права и обязанности сторон, сроки, условия оплаты услуг и иные важные сведения, которые позволят соблюсти интересы каждой из сторон [14].

Согласно статье 780 ГК РФ рекламная услуга оказывается исполнителем лично, если в договоре не прописано иных условий, касающихся привлечения соисполнителя [3].

Ввиду того, что глава 39 ГК РФ «Возмездное оказание услуг» не содержит существенных дополнительных условий к договорам возмездного оказания услуг в рекламной сфере, то следует руководствоваться общим правилам в отношении услуг, а именно согласовать предмет договора согласно статье 432 ГК РФ [2]. Так как это является одним из наиболее существенных условий для заключения договора возмездного оказания услуг в рекламной сфере. В отсутствии него

суд имеет право признать договор недействительным, соответственно соблюсти и защитить интересы сторон будет невозможно.

Специфика рекламной отрасли такова, что существует ряд ограничений рекламной деятельности, который относится к ее содержанию, направленности, месту размещения, рекламируемым товарам (услугам) и иным особенностям, которые предусмотрены ФЗ «О рекламе» [11, с. 29].

Сущность договора на возмездное оказание услуг в рекламной отрасли определяется через обязанности исполнителя, который гарантирует исполнение рекламных услуг, и заказчика, обязующегося произвести оплату выполненных услуг.

Ввиду специфики рекламной деятельности на практике применяются различные виды договоров. Если рассмотреть заключение договоров, то в общем виде в аспекте системы хозяйственных связей можно выделить следующие договоры, заключаемые на практике:

- договор рекламопроизводителя с автором, заказчиком или подрядчиками;
- договор рекламопроизводителя с рекламораспространителем;
- договор рекламораспространителя с владельцем ресурса распространения рекламы.

Обращаясь к практике, мы видим, что данные договоры чаще всего носят смешанный характер [8, с. 154].

В целях отображения общего юридического смысла договоров и их названий согласно действующему законодательству С.Г. Богацкая приводит наглядную схему гражданско-правовых договоров в сфере рекламы (рис. 1).



оказания услуг и договора подряда. Разделение этапа на два вида договоров является нецелесообразным [9, с. 119].

2. Ввиду частого совпадения рекламопроизводителя и распространителя в качестве одного и того же лица, то и обязанности по распространению или продвижению объекта рекламы ложатся на исполнителя. В связи с чем правоотношения будут включать в себя большую часть положений указанных договоров с учетом особенностей, которые были представлены выше.

На практике договор возмездного оказания услуг требуется оформлять в случае необходимости фиксации самого процесса работы [6]. Соответственно предмет договора тоже будет описан в виде процесса, а не результата, при этом иногда предмет может быть описан с точки зрения процесса и результата одновременно. В тоже время необходимо учитывать, что при наличии четких критериев и измеримых результатов, которые зависят только от исполнителя, рекомендуется заключать договор подряда [7]. В виду очень тонкой грани этих двух договоров в части оказания рекламных услуг и частого использования на практике смешанного договора главные отличия этих договоров представлены на рисунке 2.

Возмездное оказание услуг	Подряд
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Рис. 2. Отличительные особенности договора по возмездному оказанию услуг и договора подряда

В части установления прав и обязанностей многое зависит от предмета и специфики процесса оказания рекламной услуги. При этом исполнитель имеет полное право отказать в выполнении услуг, которые не были перечислены в договоре. На

рисунке 3 представлены обязанности исполнителя по оказанию услуг в рекламной отрасли на основании договора по возмездному оказанию услуг.

Общее понимание обязанности	Предоставление качественного сервиса
	Оказание услуг в полном объеме, который предусмотрен соглашением
	Соблюдение сроков и порядка предоставления сервиса
	Соблюдение формы оказания услуг (письменная, устная, по телефону и т.д.)
	Соблюдение интересов заказчика
	Передача сопроводительных документов
Обязанность с учетом рекламной специфики	Качественное исполнение рекламной услуги
	Рекламная услуга должна быть исполнена в полном объеме согласно договору
	Соблюдение указанных в договоре порядка и сроков исполнения рекламной услуги
	Соблюдение формы оказания рекламной услуги
	Соблюдение интересов рекламодателя

Рис. 3. Обязанности исполнителя по договору возмездного оказания услуг с учетом рекламной специфики

Условия, по которым предусматривается ответственность сторон, особо важны, так как заказчик имеет право претендовать на возмещение убытков в случае ненадлежащего исполнения рекламных услуг исполнителем, однако, доказать упущенную выгоду достаточно сложно. При этом, если услуга не была оказана (или полностью оказана) по вине рекламодателя, то исполнитель может потребовать полной оплаты по договору, так как по умолчанию исполнитель обязан произвести полную оплату, но в данном пункте договора возможно предусмотреть иные условия.

Рекомендуется четко прописать в договоре все проценты и неустойки, штрафы за просрочку исполнения услуги, а также процент от общей суммы в качестве компенсации за несвоевременную оплату услуг исполнителя [13].

Акты сдачи и приемки не обязательны для подтверждения оказания услуг, но по желанию сторон они могут быть подписаны после каждого этапа процесса или по завершении всех услуг, описанных в договоре. Данное условие возможно на основании статьи 783 ГК РФ, которая предусматривает возможность применения норм о подряде. Необходимость актов обуславливается наличием

подтверждения того, что заказчик оплатил только оказанные услуги, а исполнитель их оказал, если в последующем возникнут судебные прения [15].

Общие положения ответственности за нарушение принятых обязательств прописаны в главе 25 ГК РФ [2]. Однако в данном случае хотелось бы сделать упор на ответственности, которая может быть прописана в условиях договора по возмездному оказанию услуг, как меры стимулирующего характера исполнения принятых обязательств.

Меры ответственности по договору возмездного оказания услуг могут быть следующие: возмещение убытков; уплата пени; взыскание процентов за пользование чужими деньгами; штраф.

Устанавливая ответственность как условия договора, необходимо соблюдать определенные требования, в целях назначения нескольких видов ответственности по одному и тому же нарушению.

Для взыскания убытков и неустойки одновременно необходимо руководствоваться положениями статьи 394 ГК РФ. Взыскание убытков и процентов возможно при нарушении обязательств денежного плана, а размер понесенных убытков превышает сумму процентов (ст. 395 ГК РФ), тогда убытки возможны к взысканию в части превышения суммы процентов [2].

Взыскать неустойку одновременно с процентами за один период невозможно, тут только или одно или другое. При иске о взыскании и того и другого, суд на свое усмотрение вынесет решение о взыскании чего-то одного.

В договоре могут быть обозначены конкретные случаи, при наступлении которых следует возмещение убытков на основании действующего законодательства с учетом статей 715, 782, 783 ГК РФ [3]. При этом могут также быть указаны условия, ограничивающие возмещение убытков – упущенной выгоды.

Следует отметить, что требование по неустойке является правомерным, если было заключено соглашение о неустойке – прописано в условиях договора. В ином случае за просрочку выполнения обязательств по оплате услуг можно будет только требовать уплаты процентов за пользование чужими средствами согласно статье 395. ГК РФ.

Еще одной формой ответственности является штраф, который прописан в условиях договора, за конкретное неисполнение обязанностей по нему.

Пеня является распространенной формой ответственности, которая взыскивается в денежной форме за каждый просрочки исполнения обязательства. В случае явной несоразмерности пени и нарушений обязательств, суд может принять решение о снижении подлежащей к взысканию суммы ответственности.

Таким образом, указание мер ответственность за нарушение условий по возмездному оказанию услуг в сфере рекламы является важным аспектом договорных отношений, так как правильное их определение позволит избежать рисков и убытков, связанных с неблагоприятными последствиями недобросовестных участников соглашения.

### *Список литературы*

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300–1 (ред. от 04.08.2023).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 24.07.2023).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред. от 24.07.2023).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (ред. от 13.06.2023).
5. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (ред. от 10.07.2023).
6. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 27.04.2010 №18140/09.
7. Определение ВАС РФ «Об отказе в передаче дела в президиум Высшего арбитражного суда Российской Федерации» от 09.03.2010 № ВАС-2047/10.
8. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / С.Г. Богацкая. – М.: Университетская книга, 2020. – 368 с.



9. Кишенская С.А. Гражданско-правовые договоры в сфере рекламной деятельности / С.А. Кишенская // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2020. – №1. – С. 116–121. EDN MRCRCC
10. Макаzieва З.Д. Стороны договора возмездного оказания услуг / З.Д. Макаzieва // Коллоквиум-журнал. – 2020. – №10 (62). – С. 268–269.
11. Чернякова С.А. Отдельные правовые аспекты договора возмездного оказания рекламных услуг / С.А. Чернякова // Актуальные экономические и социальные вопросы, связанные с национальными и стратегическими задачами развития РФ в современных геополитических условиях: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. – Сергиев Посад: Московский финансово-юридический университет МФЮА, 2019. – С. 29–33. EDN YBLWHZ
12. Шилова М.А. Понятие и виды Гражданско-правовых договоров, регулирующих рекламную деятельность / М.А. Шилова // Вестник науки. – 2019. – Т. 4. №2 (11). – С. 34–41. EDN YXEGOT
13. Гусенкова О.Ю. Договор возмездного оказания услуг / О.Ю. Гусенкова. – 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://els24.com/article/1300-dogovor-vozmездnogo-okazaniya-uslug/> (дата обращения: 17.10.2023).
14. Еланина И. Особенности договора на оказание рекламных услуг/ И. Еланина. – 2023 [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://www.rdelo.ru/docs/2442F03DBAEBC571C32573DF00166AD8.html/> (дата обращения: 16.10.2023).
15. Коротков Ю. Договор на оказание рекламных услуг: как составить и избежать спорных условий / Ю. Коротков // Юрист компании. – 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.law.ru/article/23111-dogovor-na-okazanie-reklamnyh-uslug/> (дата обращения: 16.10.2023).