

До спеціалізованої вченої ради

ДФ 26.007.014 у Національній академії внутрішніх справ

03035, м. Київ, пл. Солом'янська, 1

В І Д З И В

опонента, професора, кандидата юридичних наук Кройтора Володимира Андрійовича на дисертацію Деледивка Сергія Григоровича «Договір про розміщення реклами в цивільному праві України», подану на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 – Право. (Національна академія внутрішніх справ, Київ, 2020.)

Ступінь актуальності обраної теми. Оцінка актуальності теми проведеного дослідження є важливою вимогою загальної оцінки опонентом роботи здобувача, оскільки за відсутності актуальності обраної тематики та реальної потреби у її науковому осмисленні таке дослідження втрачає сенс. Стосовно роботи Сергія Григоровича Деледивка слід зазначити наступне: як заявлена тематика, так і зміст роботи, запропоновані автором висновки і рекомендації переконливо свідчать про відповідність дисертації вимогам сьогодення, а відтак підтверджують актуальність обраного для дослідження напрямку. Дисертант справедливо відзначає, що розповсюдженість реклами в сучасному житті суспільства не позначилася на підвищенні ефективності регулювання відносин у цій сфері, приведенні практики правозастосування до належного рівня реалізації та захисту прав учасників цих відносин. Договір про розміщення реклами ні в науці, ні в законодавчій та правозастосовній практиці не має однозначно визначеної форми, що не сприяє розвитку відносин із розміщення реклами.

У праці автором обґрунтовано доведено, що непоіменованість у цивільному законі договорів реклами, суперечність наукових позицій щодо видової належності й місця договору про розміщення реклами в системі цивільно-правових договорів, неповнота правового регулювання відповідних відносин актуалізують відповідні теоретичні дослідження. У науці цивільного права вивчали договір реклами, тобто договір і на створення, і на розміщення

реклами, що є цивільними договорами різних видів.

Дослідженню зазначених проблем приділяли увагу низка науковців. Слід виокремити роботи таких науковців, як Б. В. Воеводін, К. О. Жирнова, Ю. І. Зоріна, І. Р. Калаур, Н. Н. Клочай, З. В. Кузнецова, О. Г. Курчин, Л. В. Мамчур, О. В. Марченко, В. А. Устименко, М. М. Чепелюк, А. І. Черемнова, О. Р. Шишка, Є. М. Щербина. Цивільно-правовий інститут надання послуг, до якого належить договір розміщення реклами, проаналізовано в працях В. А. Васильєвої, Р. М. Гейнц, А. А. Герц, Н. Ю. Голубєвої, В. В. Рєзнікової, Н. В. Федорченко. Враховуючи всю важливість цих наукових досліджень, все ж таки їх аналіз дозволяє стверджувати, що ряд питань лишаються не вирішеними.

Відповідно, що в умовах становлення та вдосконалення цивільного законодавства, враховуючи відносно невеликий вік сучасного українського цивільного права, проблеми, котрі досліджуються автором в дисертаційній роботі, безспірно, викликають неабиякий інтерес.

Можна продовжувати перелік обставин, які зумовлюють необхідність у дослідженні обраної здобувачем тематики, але вже перелічене, на думку опонента, надає можливість констатувати актуальність обраної дисертантом теми.

Обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, та їх достовірність. Викладені в роботі наукові положення та висновки є обґрунтованими, аргументованими та переконливими. Про достатній рівень достовірності значною мірою свідчить опрацювання здобувачем вагомим обсягом літературних джерел з різних галузей наукового знання, використання національного законодавства, наукових праць правників та міжнародних нормативно-правових актів.

Дисертант правильно сформулювала головну мету та конкретні завдання дослідження, його об'єкт та предмет, методологічну основу дисертаційної роботи. Ознайомлення з роботою дозволяє стверджувати, що поставлені

автором завдання були послідовно виконані, що дозволило йому провести ґрунтовний теоретико-правовий аналіз предмету дисертаційного дослідження.

Використана дисертантом методологія дозволила всебічно дослідити окреслені в дисертації проблемні питання та запропонувати шляхи їх розв'язання. Відповідно до поставлених мети і завдань основою методології дослідження стали загальнофілософські, формально-логічні та спеціально-юридичні методи пізнання правових явищ. Зокрема, парні *діалектичні* категорії явища й сутності застосовано для розмежування договору про розміщення реклами з орендними та підрядними договірними конструкціями (підрозділи 1.3, 2.1, 2.2). *Історико-правовий* метод надав можливість простежити еволюцію розвитку інституту розміщення реклами та його правового регулювання (підрозділ 1.2). За допомогою методу *переходу від абстрактного до конкретного* сформульовано визначення предмета досліджуваного договору й предмета виконання за ним (підрозділи 2.1, 2.3). Використання методу *аналізу*, а також *логічного* методу класифікації та поділу понять дало змогу запропонувати дефініцію досліджуваного договору й виокремити його юридичні ознаки (підрозділ 1.3), а поєднання методів *аналізу і синтезу* – сформулювати висновки дослідження. *Системно-структурний* метод використано під час з'ясування структури суб'єктивного цивільного права в правовідносинах щодо форм і способів захисту сторін договору розміщення реклами (підрозділи 3.2, 3.3). *Спеціально-юридичні* методи системного тлумачення правових норм сприяли окресленню шляхів подолання колізій регулювання відносин розміщення зовнішньої реклами й оренди землі (підрозділ 2.3). За допомогою *порівняльно-правового* методу вдалося виокремити особливі юридичні ознаки договору про розміщення реклами на підставі порівняння його з орендними та підрядними договірними конструкціями (підрозділи 1.3, 2.1, 2.2).

З урахуванням визначеного, можна стверджувати про те, що наукові положення і висновки, сформульовані у дисертації, є належним чином обґрунтованими та достовірними.

Наукова новизна положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації. З окреслених у вступі дисертації проблемних питань автором зроблено власні висновки і сформульовані пропозиції, спрямовані на вдосконалення цивільного законодавства та практики його застосування. Так, робота містить низку теоретичних висновків та практичних пропозицій, що заслуговують на увагу і свідчать про новизну та значимість роботи.

Так, на підставі наукових визначень договору реклами, юридичних ознак і правового змісту договору про розміщення реклами автором сформульовано визначення досліджуваної договірної конструкції – договір, за яким виконавець (розповсюджувач реклами) зобов'язується розмістити на належному йому рекламоносії рекламу замовника (рекламодавця) у погоджений сторонами строк, а замовник зобов'язаний сплатити за надання відповідної послуги установлену договором плату.

Зокрема, варто позитивно здійснено дисертантом спробу подолання колізій щодо регулювання оформлення відносин землекористування під час встановлення рекламних конструкцій. На підставі аналізу судової практики, наукових позицій щодо правил системного тлумачення правових норм сформульовано висновок, за яким для розміщення об'єктів зовнішньої реклами на відкритій місцевості не є необхідним укладання договору оренди землі. Водночас констатовано, що повне усунення зазначеної колізії можливе виключно шляхом внесення змін до чинного законодавства.

Дисертантом обґрунтовано, на нашу думку, доводить, що відповідно до наукових позицій щодо предмета цивільно-правового договору обґрунтовано, що предметом договору про розміщення реклами є вчинення виконавцем (розповсюджувачем реклами) для замовника (рекламодавця) дій щодо розміщення рекламного продукту останнього. Також аргументовано, що за юридичними ознаками предмета досліджуваного договору, які не пов'язані з речовими правомочностями, не виражаються в речовому й

упредметненому результаті, цей договір відрізняється від орендних і підрядних договірних конструкцій.

Достатньо переконливо та логічно розглянуто автором способи захисту прав сторін договору про розміщення реклами й аргументовано, що захист прав розповсюджувача реклами, крім розповсюджувача реклами на конструктивному елементі нерухомого майна, можуть здійснювати засобами захисту речово-правового характеру від порушень з боку третіх осіб. У відносинах рекламодавця з розповсюджувачем реклами, а також у відносинах рекламодавця з третіми особами захист прав здійснюють виключно зобов'язально-правовими способами захисту.

Таким чином, ступінь наукової новизни проведеного дослідження, сформульованих в ньому положень, висновків та рекомендацій, повністю відповідає вимогам, які ставляться до кандидатських дисертацій.

Оцінка змісту дисертації та її оформлення. Структура роботи логічно побудована і дозволила автору висвітлити актуальні питання вибраної теми та належним чином обґрунтувати висновки та результати отримані в ході проведеного дослідження. Структура дисертації обумовлена метою та задачами дослідження і складається з переліку умовних позначень, вступу, трьох розділів, що містять десять підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Поряд з позитивною в цілому оцінкою дисертації зазначимо, що в ній мають місце окремі дискусійні положення чи окремі положення потребують більш детального пояснення чи уточнення при публічному захисті дисертації на засіданні спеціалізованої вченої ради.

Так, дисертант підсумовуючи аналіз форм захисту прав сторін договору про розміщення реклами, сформулював висновок про те, що формами захисту прав сторін договору про розміщення реклами є юрисдикційні форми, до яких належать судова, нотаріальна, а також самозахист прав. Слід зауважити, що форма захисту – це комплекс внутрішньо узгоджених організаційних заходів для захисту суб'єктивного права. Розрізняють дві

основні форми захисту – юрисдикційну та неюрисдикційну. Юрисдикційна форма – це діяльність уповноважених державних органів, що спрямована на захист порушених, невизнаних, оспорюваних суб'єктивних прав. Суть її полягає в тому, що особа, права якої порушені або оспорується (не визнаються), звертається за захистом до державних або інших компетентних органів (до суду загальної юрисдикції, господарського суду і т. ін.), які уповноважені застосувати необхідні заходи для захисту цивільного права.

Особливості органу, який розглядає справу і характер його компетенції, накладають свій відбиток на порядок захисту права, порядок розгляду спорів. Так, у рамках юрисдикційної форми виділяють загальний та спеціальний порядок. У загальному порядку захист цивільних прав здійснюється через суд. Засобом судового захисту, як правило, є позов, тобто звернена до суду вимога про відправлення правосуддя, з одного боку, та звернена до відповідача матеріально-правова вимога про виконання обов'язку, що лежить на ньому або про визнання наявності чи відсутності правовідношення, з іншого боку. В окремих випадках засобом судового захисту є заява, зокрема, по справам окремого провадження. Спеціальний порядок захисту передбачено для захисту цивільних прав та інтересів президентом України, органами державної влади, органами місцевого самоврядування, нотаріусом і т. ін. Цей порядок пропонується називати адміністративним. Засобом захисту цивільних прав в адміністративному порядку є скарга, що подається до відповідного органу.

Неюрисдикційна форма захисту охоплює собою засоби протидії суб'єктів, які здійснюються ними самостійно, без звернення за допомогою до державних чи інших компетентних органів. Такі засоби протидії не заборонені законом і не суперечать моральним засадам суспільства. Відповідно до ст. 19 ЦК України окреслені дії об'єднані в поняття «самозахист цивільних прав».

Дисертантом у підрозділі 3.2. стисло було розглянуто тільки декілька підвидів юрисдикційної форми: судову та нотаріальну. Вважаю за необхідне

зупинитись в дисертаційній роботі й на особливостях адміністративного захисту прав сторін договору про розміщення реклами.

Інше досить дискусійне питання стосується розгляду такої категорії – «конкуренція позовів». Так, в одному з положень новизни зазначається, що автором встановлено правила подолання проблеми конкуренції позовів, зокрема щодо деяких способів захисту прав сторін договору про розміщення реклами, а саме: спосіб захисту, якому в процесуальному аспекті відповідає категорія предмета позову, має бути здатним захистити порушене право й відповідати змісту порушеного права; за конкуренції декількох способів захисту застосуванню підлягає той з них, який відповідає особливостям спірних правовідносин; у разі конкуренції загальних і спеціальних способів захисту застосуванню підлягає спеціальний спосіб захисту; за наявності між сторонами договірних правовідносин речово-правові способи захисту не можуть бути застосовані.

Проблема визнання такої категорії «конкуренція позовів» має не лише становить теоретичний інтерес, а й має суто практичне значення. Вважаю, що позиція автора потребує додаткового обґрунтування. Вважаю, що цивільне право України не визнає так званої конкуренції позовів і вимагає застосування засобів захисту цивільних прав, адекватних правовому змісту правовідносин, що виникла. Мова має йти про необхідність обрання для захисту порушеного права єдино можливого з існуючих позовів, що відповідно виключало б вчинення неприйняттого в тому чи іншому випадку позову.

На мою думку, дисертація значно виграла би у плані практичної складової, якщо б автором було широко досліджено міжнародний досвід здійснення договору про розміщення реклами та захист прав його сторін, а саме з точки зору європейських стандартів.

Вищевказані спірні, з точки зору опонента, твердження і висновки автора не впливають на загальну позитивну оцінку дисертації, яка в цілому носить самостійний і творчий характер.

Значущість дисертаційної роботи для науки і практики. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для подальшого удосконалення теорії цивільного права, а також при підготовці відповідних розділів підручників та навчальних посібників. Теоретичні положення дисертаційного дослідження можуть стати підґрунтям для пропозицій щодо удосконалення окремих статей ЦК України.

Повнота викладу наукових положень в опублікованих працях. Результати дослідження повною мірою відображені в 9 наукових статтях і 10 тезах доповідей автора на наукових і науково-практичних конференціях, що в цілому свідчить про достатній рівень апробації.

Опубліковані здобувачем у наукових виданнях праці в повному обсязі відображають концептуальні висновки і науково-практичні рекомендації, які обґрунтовуються автором у самій дисертації. Зміст автореферату відповідає змісту дисертації.

Дисертація написана зрозумілою, юридично і літературно грамотною мовою, оформлена у відповідності з вимогами, які ставляться до такого роду праць. Стиль викладення матеріалу – науковий. Порухень академічної доброчесності опонентом не виявлено.

Висновок. Дисертація Деледивка Сергія Григоровича «Договір про розміщення реклами в цивільному праві України» є завершеною працею, в якій отримано нові науково обґрунтовані результати, що в сукупності вирішують актуальні наукові задачі, повністю відповідає вимогам, які ставляться до такого роду робіт. Дисертація відповідає спеціальності 081 «Право» та вимогам Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах), затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 року № 261 (зі змінами і доповненнями, внесеними постановою Кабінету Міністрів України від 03 квітня 2019 року № 283), Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 6

березня 2019 року № 167, вимогам до оформлення дисертацій, затверджених наказом МОН України від 12 січня 2017 року № 40, а її автор **Деледивка Сергій Григорович** – заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 081 «Право».

Офіційний опонент:
професор кафедри
цивільного права та процесу
факультету № 6
Харківського національного університету
внутрішніх справ
кандидат юридичних наук,
професор

Володимир КРОЙТОР

