

УДК 347.45/47

Дарков А.Н.*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, г. Москва***ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ СПОНСОРСКИХ ПРАВООТНОШЕНИЙ**

Аннотация. Проведен анализ основных способов оформления отношений спонсорства. Рассмотрена эффективность использования механизмов, предусмотренных для отношений возмездного оказания услуг, пожертвований, а также основанных на смешанных видах договоров. На основе сравнения успешности перечисленных форм реализации спонсорских правоотношений, сделан вывод о целесообразности введения в практику новой самостоятельной формы – спонсорского договора. В целях законодательного закрепления спонсорского договора, сформулирован предмет этого договора, а также специальные основания одностороннего отказа от его исполнения, направленные на установление баланса сторон в отношениях.

Ключевые слова: спонсорство, договорные отношения, возмездное оказание услуг, пожертвование.

A. Darkov*Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration***FORMALIZATION OF SPONSOR RELATIONSHIPS**

Abstract. The article is devoted to the main forms of sponsor relationships. The efficiency of the mechanisms provided for paid services, donations, and mixed contracts is considered. Based on the analysis of successful implementation of the mentioned forms of sponsorship, it is concluded that sponsorship agreement might be introduced as an independent form. In order to secure sponsorship agreement on legislative level the subject matter of sponsorship agreement is formulated, as well as special cancellation terms aimed at establishing a balance of parties in the studied relationships.

Keywords: sponsorship, sponsor relationships, paid services, donation.

Как показывает международная практика, спонсорство является наиважнейшим механизмом, заставляющим функционировать социально-значимые сферы общественной жизни. На сегодняшний день законодательство РФ не содержит определения спонсорства, а единственные нормы о спонсоре и спонсорской рекламе содержатся в Федеральном законе «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе) и относятся скорее к определению спонсорской рекламы, а не института спонсорства в целом. Так, согласно п. 9 ст. 3 Закона о рекламе спонсором является лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предо-

ставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции телеили радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности. Спонсорской является реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определённом лице как о спонсоре.

Интересен тот факт, что при отсутствии легального определения, упоминания спонсорской деятельности встречаются, но не в Законе о рекламе. Так, в Положении о Департаменте внешних связей Министерства культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации указана такая функция этого Департамента как «содействие организации благотворительной и спонсорской деятельности в сфере культуры и массовых коммуникаций»¹. Следует отметить, что такого вида договора, как «спонсорский», Гражданский кодекс (ГК) РФ² не содержит. Однако на наш взгляд это одна из основных преград для распространения спонсорских отношений, а значит совершенствования правового регулирования этих отношений.

Сегодня оформление спонсорских отношений, как правило, происходит с использованием механизмов, предусмотренных для отношений, связанных с возмездным оказанием услуг

(в случае возмездного спонсорства) и пожертвованием (в случае безвозмездного спонсорства). Также спонсорские отношения регулируются так называемыми смешанными видами договоров. Рассмотрим подробнее указанные способы оформления спонсорских отношений.

По договору оказания услуг исполнитель обязуется совершить определённые действия или осуществить определённую деятельность. В ГК РФ (ст. 782) закрепляется право заказчика и исполнителя на отказ от исполнения договора и условия, при которых он допускается. Её правила применяются, когда такой отказ не связан с нарушением сторонами договорных обязательств. Одностороннее расторжение договора возмездного оказания услуг возможно при выплате расходов исполнителю и убытков заказчику. Позиция Высшего арбитражного суда сводится к тому, что отказ заказчика от исполнения договора возможен в любое время: как до начала исполнения услуги, так и в процессе оказания услуги³. Очевидно, что основной пострадавшей стороной при одностороннем отказе, чаще всего является именно спонсируемая сторона, при этом возможность оценки понесённых расходов подразумевает невозможность самого проведения мероприятия или участия в соревнованиях.

Проблема одностороннего расторжения при регулировании спонсорских отношений особенно ярко проявляется в спорте. Данное положение не

¹ Приказ Минкультуры РФ от 06.06.2005 г. № 246 «Об утверждении Положения о Департаменте внешних связей Министерства культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации».

² Здесь и далее Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.)

³ См.: Определение ВАС РФ от 28.09.2010 г. № ВАС-12511/10 по делу № А40-131685/09-134-813 Арбитражного суда г. Москвы [иск о признании недействительными пунктов договоров, ограничивающих право заказчика на односторонний отказ от их исполнения].

состыкуется с практикой международных организаций. К примеру, пункт 27 Правил международной федерации баскетбола указывает на уважение к соглашениям, связанным с баскетболом и недопущение содействию их расторжения [2, с. 14]. Таким образом, имеет место принцип стабильности отношений в спорте, который на наш взгляд распространяют своё действие не только на отношения между клубом и игроком, но и спонсора и спонсируемого. Стабильность отношений спонсорства должна иметь место не только в сфере спорта, как частности, но и по аналогии в социальной сфере и области культуры.

Следующий способ оформления спонсорства – это пожертвование. В соответствии со ст. 582 ГК РФ, пожертвованием признаётся дарение вещи (включая денежные средства) или права в общепользовательных целях. Если дарение предполагает встречное предоставление со стороны одаряемого в виде встречной передачи вещи или права либо встречного обязательства, то такой договор не признаётся дарением. При пожертвовании речь идёт о дарении имущества в общепользовательных целях, то есть в целях, полезных либо для общества в целом, либо для определённой его части (определённого жертвователем круга лиц).

Наиболее ёмко особенности пожертвования определяет Е.А. Суханов, говоря о том, что «исполнение договора о пожертвовании сводится к использованию пожертвованного имущества в строгом соответствии с указаниями жертвователя. С этой целью, в частности, юридическое лицо, принявшее пожертвование, должно вести обособленный учёт всех опера-

ций с таким имуществом» [1, с. 187]. Установление иной цели использования соответствующего имущества возможно лишь в случае невозможности его использования с определённой сторонами целью и с согласия жертвователя, а в случае его смерти (или ликвидации) – по решению суда. Указанные особенности также создают сложности для использования спонсорства, в том числе с точки зрения мотивации к спонсорской деятельности.

Согласно действующему законодательству Российской Федерации, спонсорские взносы (вклады) – это не благотворительные пожертвования, а поступления за оказание услуг по рекламе коммерческой организации-спонсора. В частности, Минфином РФ отмечено, что спонсорский взнос не является благотворительным пожертвованием, носит целевой характер и предполагает встречные обязательства сторон по предоставлению услуг рекламного характера¹. Спонсорство в форме пожертвования имеет ряд недостатков. Ставится под сомнение спонсирование команды, труппы, и тем более самостоятельного физического лица, в связи с необходимостью обоснования общепользовательности цели. Спонсор не может рассчитывать на какого-либо рода встречное предоставление в будущем, скажем, в случае успешности артиста или спортсмена, так как встречное предоставление исключено. Пожертвование в пользу юридического лица налагает на него большой объём работы по ведению отчётов за расходованием средств.

Говоря о смешанных договорах, стоит отметить, что они имеют один

¹ Письмо Минфина РФ от 01.09.2009 г. № 03-03-06/4/72.

существенный недостаток: спонсируемый находится в зависимом положении от спонсора. Смешанный договор лишает спонсируемого способов защиты своих прав, предусмотренных законом для иных видов договоров, учитывающих специфику регулируемых отношений. В этой связи актуальным является вопрос необходимости законодательного закрепления спонсорского договора, а также его отличительных особенностей. Предметом спонсорского договора должно стать возмездное или безвозмездное наделение правами владения, пользования и распоряжения любыми объектами права собственности, в том числе денежными средствами и (или) объектами интеллектуальной собственности, а также возмездное или безвозмездное выполнение работ, оказание услуг.

Следует законодательно установить основания одностороннего отказа от исполнения спонсорского договора, такие как прекращение осуществления спонсируемым вида деятельности, который явился существенным условием

договора спонсорства, утрата спонсируемым права на переданные спонсору уникальные права, совершение спонсируемым действий, наносящих ущерб деловой репутации спонсора. Совершенствование правового регулирования спонсорской деятельности в нашей стране способно оказать на развитие общества лишь положительный эффект. Социальная сфера, культура, спорт не могут существовать лишь за счёт государственных средств. Спонсорство даёт возможность расширить механизмы привлечения поддержки и помощи в целях развития столь важных сфер общественной жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданское право: в 4-х т. Т.3. Обязательственное право / под ред. Е.А. Суханова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер, 2008. – 766 с.
2. Internal Regulations 2010 [Book 1 – General Provisions: Chapter III. FIBA Code of Ethics] / FIBA [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.fiba.com/downloads/Regulations/2012/FIBABook1AG.pdf> (дата обращения 28.02.2014).