

## СОВЕРШЕНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ СДЕЛОК С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Н. БЛАЖИВСКАЯ,  
соискатель Института законодательства Верховной Рады Украины

### SUMMARY

In this paper the features of the commission of electronic transactions with consumers. Raised questions about the nature of these transactions, their features and variations. Analyzed the current legislation of Ukraine on this issue. Particular attention is given to the relation of the national legislation standards existing in the European Union. The questions of responsibility in carrying out transactions with consumers. And raised new issues relating to the use of electronic transactions through social networks Facebook, Twitter, VKontakte and etc. As a result of the research made suggestions to improve existing legislation, including the implementation of remote contract.

**Key words:** electronic transaction, the consumer, remote contract.

\* \* \*

В статье исследованы особенности совершения электронных сделок с потребителем. Подняты вопросы о сущности таких сделок, их особенностях и видах. Проанализировано действующее законодательство Украины по данному вопросу. Особое внимание отведено соотношению национального законодательства стандартам, существующим в Европейском Союзе. Рассмотрены вопросы ответственности в сфере осуществления сделок с потребителем. Подняты и новые проблемы, касающиеся применения электронных сделок посредством социальных сетей Facebook, Twitter, ВКонтакте и др. В результате проведенного исследования внесены предложения по совершенствованию действующего законодательства, в том числе и по внедрению дистанционного контракта.

**Ключевые слова:** электронный сделка, потребитель, дистанционный контракт.

*Введение. По данным европейских аналитиков, электронная коммерция является одной из важнейших сфер защиты прав потребителей, предполагает особое внимание со стороны ЕС. С развитием средств связи (видеотелефон, телевидение, электронная почта, Интернет и др.) на рынке появилось много ранее неизвестных способов продвижения и продажи товаров, работ (услуг), таких как, например, продажа через телемагазины, Интернет и др. Активное развитие электронной коммерции для отечественного права является новой сферой общественных отношений, обуславливает необходимость определения норм поведения, то есть особых правовых норм, регулирующих и закрепляющих права, обязанности, гарантии и ответственность участников этих отношений. Такой порядок необходим всем участникам отношений: предпринимателям – для выгодного осуществления операций, потребителям – для защиты их законных прав [1, с. 193].*

**Цель статьи:** исследовать понятие и особенности электронной сделки с участием потребителя, а также проанализировать национальное законодательство Украины на предмет его соответствия требованиям ЕС.

**Методы и использованные материалы.** В статье использованы общие и специально-юридические методы исследования, а также научные статьи и материалы в указанной сфере. Но поскольку до сих пор не было произведено комплексного исследования особенностей осуществления электронных сделок с потребителями, то данная статья и будет представленной научной попыткой комплексно исследовать эту проблему.

**Основная часть.** В последние годы увеличилось количество договоров, заключаемых с потребителями вне мест

обычного ведения торговли (дома, в офисе, на улице и т. д.), – так называемые прямые продажи. В Украине, в отличие от стран Европейского Союза, нормы, специально регулирующие сферу дистанционных и прямых продаж, появились только с 1 декабря 2005 г. в Законе Украины «О защите прав потребителей». К этому времени отсутствие этих норм приводило к увеличению числа недобросовестных организаций, действующих в этой сфере, а также увеличение числа мошенничества и обмана потребителей. Тем самым наносится ущерб не только потребителям, но и организациям, которые стремятся действовать добросовестно.

Согласно изменениям в Законе «О защите прав потребителей», он был дополнен такими понятиями, как «договор, заключенный на расстоянии» и

«договор, заключенный вне торговых или офисных помещений».

Так, договор, заключенный на расстоянии, – это договор, заключенный продавцом (исполнителем) с потребителем с помощью средств дистанционной связи.

Договор, заключенный вне торговых или офисных помещений, – это договор, заключенный с потребителем лично в месте, которое не является торговым или офисным помещением продавца. Он осуществляется с помощью электронной почты – информации, предоставляемой потребителю через телекоммуникационные сети, которая может быть в любой способ воспроизведена или сохранена потребителем в электронном виде.

Средства дистанционной связи – телекоммуникационные сети, почтовая связь, телевидение, информационные сети, в частности Интернет, которые могут использоваться для заключения договоров на расстоянии.

По мнению Е. Ю. Черняк, ключевым в понятии электронной коммерции является использование в этом виде деятельности средств дистанционной связи, поэтому мы можем назвать куплю-продажу на расстоянии одним из видов электронной коммерции. А купля-продажа вне торговых или офисных помещений к данному виду деятельности не относится, поскольку договор, заключенный вне торговых или офисных помещений, – договор, заключенный с



потребителем лично в месте, которое отличается от торговых или офисных помещений продавца [2, с. 136].

Использование такого способа реализации продукции имеет некоторую свою специфику: во-первых, к нему устанавливаются специальные условия совершения, а во-вторых, он не освобождается от основных требований законодательства, применяющихся к продаже товаров, оказанию услуг и т. п. Закрывая договор на расстоянии, согласно ст. 13 Закона «О защите прав потребителей», потребитель имеет право: на получение информации перед заключением договора на расстоянии, на поставку продукции в течение приемлемого срока, но не позднее тридцати дней с момента получения согласия потребителя на заключение договора, на расторжение договора в течение 14 дней с момента подтверждения информации или с момента получения товара или первой поставки товара или с момента заключения договора.

Перед заключением договоров на расстоянии продавец (исполнитель) должен предоставить потребителю информацию о: 1) наименовании продавца (исполнителя), его местонахождении и порядке принятия претензии; 2) основных характеристиках продукции; 3) цене, включая плату за доставку, и условия оплаты; 4) гарантийных обязательствах и других услугах, связанных с содержанием или ремонтом продукции; 5) иных условиях поставки или выполнения договора; 6) минимальных продолжительностях договора, если он предусматривает периодические поставки продукции или услуг; 7) стоимости телекоммуникационных услуг, если она отличается от предельного тарифа; 8) период принятия предложений; 9) порядке расторжения договора.

Факт предоставления такой информации должен быть подтвержден письменно или с помощью электронного сообщения. Информация, подтвержденная таким образом, не может быть изменена продавцом (исполнителем) в одностороннем порядке. Подтверждение информации не требуется, если услуга предоставляется средствами дистанционной связи и оплачивается через оператора телекоммуникационных услуг.

Как мы уже отмечали выше, под-

тверждение предоставления вышеуказанной информации с помощью электронной почты имеет определенные сложности процессуального доказывания факта уведомления, в частности, в соответствии с п. 46 Постановления Пленума ВХСУ от 17.10.2012 года № 12 «О некоторых вопросах практики разрешения споров, связанных с защитой прав интеллектуальной собственности» [3] распечатки Интернет-страниц (web-страниц) сами по себе не могут быть доказательством в деле. Но если соответствующие документы выданы или засвидетельствованы учреждением или специально уполномоченным лицом в пределах их компетенции по установленной форме и скреплены официальной печатью на территории одного из государств – участников Содружества Независимых Государств, то, согласно статье 6 Соглашения о порядке разрешения споров, связанных с осуществлением хозяйственной деятельности, от 20.03.1992 года они на территории Украины имеют доказательную силу официальных документов.

Поэтому, по нашему мнению, целесообразно как для защиты прав потребителя, так и производителя, продавца (исполнителя работ, концессии услуг) вместе с продукцией передавать покупателю для подписания расписку о получении информации, предусмотренной Законом Украины «О защите прав потребителей», при этом в расписке должна быть сама информация о продукции, а не ссылки на действующее законодательство в сфере защиты прав потребителей. В случае непредоставления такой информации субъект хозяйствования несет ответственность согласно ст. ст. 15 и 23 Закона «О защите прав потребителей».

Потребитель вправе расторгнуть заключенный на расстоянии договор путем уведомления продавца (исполнителя) об этом в течение четырнадцати дней с момента подтверждения информации или с момента получения товара или первой поставки товара. Если подтверждение информации не требуется, потребитель может расторгнуть договор в течение четырнадцати дней с момента его заключения. В случае продажи материальных вещей их возвращение также свидетельствует о расторжении договора.

Если подтверждение информации не соответствует требованиям, установленным законодательством, срок, в течение которого потребитель имеет право расторгнуть договор, составляет девяносто дней с момента получения такой информации, или в случае продажи материальных вещей – с момента получения товара или первой поставки товара. Если в течение этого срока подтверждение информации было исправлено, потребитель вправе расторгнуть договор в течение четырнадцати дней с момента получения исправленного подтверждения.

В случае, если иное не предусмотрено договором, потребитель не имеет права расторгнуть договор, заключенный на расстоянии, если: 1) предоставление услуги или поставка товара электронными средствами связи при согласии потребителя состоялись до окончания срока расторжения договора, о чем потребителю было сообщено в подтверждении информации; 2) цена товара или услуги зависит от котировок на финансовом рынке, то есть вне контроля продавца; 3) договор касается изготовления или переработки товара на заказ потребителя, то есть если товар не может быть продан другим лицам или может быть продан лишь с существенными финансовыми потерями для продавца (исполнителя); 4) потребитель открыл аудио-или видеокассету или носитель компьютерного обеспечения, которые поставляются запечатанными; 5) договор касается доставки периодических изданий; 6) договор касается потерей или других азартных игр.

Если иное не предусмотрено договором, заключенным на расстоянии, продавец должен передать потребителю товар в течение приемлемого срока, но не позднее тридцати дней с момента получения согласия потребителя на заключение договора. В случае невозможности исполнения договора из-за отсутствия заказанного товара продавец должен немедленно сообщить об этом потребителю, но не позднее тридцати дней с момента получения согласия потребителя на заключение договора.

Продавец может использовать стандартное условие в договоре о возможности замены товара в случае его отсутствия, другим товаром. Такое условие

будет считаться справедливым, если: 1) другой товар соответствует цели использования заказанного товара; 2) имеет такое же или лучшее качество; 3) его цена не превышает цены заказанного товара. О существовании такого условия в договоре потребитель должен быть уведомлен перед заключением договора в установленном порядке.

К договору, заключенному на расстоянии, применяются положения, предусмотренные ч. ч. 5-9 ст. 12 Закона Украины «О защите прав потребителей». Учитывая все большую распространенность заключения договоров на расстоянии, все чаще возникают споры по возмещению вреда, причиненного невыполнением или ненадлежащим исполнением таких договоров. Сложным является факт доказательства факта заключения договора на расстоянии, приобретения или заказа товара через Интернет, когда у приобретателя отсутствует договор купли-продажи в бумажной форме.

Так, по иску Лица 1 к Обществу с ограниченной ответственностью «Р.Т.», третье лицо – Публичное акционерное общество Коммерческий банк «П.Банк», о защите прав потребителей Ленинский районный суд г. Севастополя установил, что 19 декабря 2009 г. истец произвел оплату на счет ответчика телевизора по акционной стоимости 6 тыс. 740 грн., который он желал приобрести в интернет-магазине «С.Магазин». Указанный телевизор истцу доставили [4]. Удовлетворяя иск, суд правильно исходил из того, что договор о приобретении товара был заключен на расстоянии через средства дистанционной связи, а именно через информационные сети, Интернет, что не противоречит требованиям пунктов 8, 10 в. 1 Закона «О защите прав потребителей». В подтверждение исковых требований потребитель предоставил суду квитанцию об оплате.

По ст. 65 ГПК вещественными доказательствами являются предметы материального мира, содержащие информацию об обстоятельствах, имеющих значение для дела. Вещественными доказательствами являются также магнитные, электронные и другие носители информации, содержащие аудиовизуальную информацию об обстоятельствах, имеющих значение для дела. В

деле по иску Лица 2 к телемагазину «Х.М.» о защите прав потребителей в качестве доказательств судом исследовалась копия Интернет-сайта магазина «Х.М.» [4]. Статьей 188 ГПК Украины устанавливается порядок исследования товарами, однако процессуальным законодательством не урегулирован порядок исследования информации, содержащейся в компьютерной сети. Посему правильной, по нашему мнению, практика судов, проводящих исследования Интернет-сайта по правилам ст. 188 ГПК Украины. Ввиду того, что в прямых продажах присутствует, как правило, элемент неожиданности, психологического воздействия продавца или исполнителя (представителя продавца или исполнителя) на потребителя, потребитель часто не в состоянии сравнить качество и цену предложения с другими предложениями и, следовательно, является опасностью ограничения прав потребителя, необходимо предусмотреть в Законе право потребителей на отказ от таких договоров. Кроме того, в странах-членах Европейского Сообщества применяется указанное право, предусмотренное не только в Директиве 85/577/ЕЕС о договорах, заключенных вне мест обычного ведения торговли, но и в национальном законодательстве.

По высказанному в литературе мнению, в Перечень товаров, работ и услуг, которые не могут быть реализованы путем заключения договоров вне мест обычного ведения торговли, должны войти, например, продовольственные товары, лекарственные препараты, работы по строительству недвижимости, услуги по страхованию [2, с. 138]. Для создания указанного Перечня можно воспользоваться Директивой 85/577/ЕЕС [5], что исключает из сферы своего применения: договоры о строительстве, продаже или аренде недвижимости или договоры, касающиеся иных прав на недвижимое имущество; договоры страхования; договоры купли-продажи ценных бумаг; договоры на поставку товаров питания и напитков или другие договоры, предназначенные для текущего потребления домашних хозяйств; договоры на поставку товаров (услуг) по каталогу, если у потребителя есть возможность прочитать каталог в отсутствие представителя

продавца, так что встреча потребителя и представителя продавца фактически продолжением другой транзакции, а также если каталог и договор полностью информируют потребителя о его праве на возврат товара в течение семи дней после получения или иным способом расторгнуть договор в течение этого периода без каких-либо дополнительных обязательств, за исключением обеспечения сохранности товара.

Для создания Перечня товаров, работ (услуг), которые не могут быть реализованы путем заключения дистанционных договоров, можно воспользоваться директивой 97/7 ЕС, которая предусматривает такие договоры, к которым не применяются положения Директивы. К таковым отнесены договоры: о предоставлении финансовых услуг, заключенных через торговые автоматы; заключенных через телефониста звонком городской телефонной сети; касающихся недвижимости, за исключением договоров аренды. Кроме того, основные меры по защите потребителей, изложенные в указанной Директиве, не применяются к поставкам пищевых продуктов, напитков или других товаров повседневного спроса, осуществляемых регулярными поставщиками, а также к услугам, связанным с размещением в гостиницах, предоставлением транспорта, организацией банкетов и развлечений, если исполнитель обязан сделать такие услуги в строго определенное время [6].

Суть продажи через телемагазины выражается в том, что потребитель видит товар по телевизору и может принять решение о покупке, для этого он оформляет заказ по телефону и товар доставляется ему курьером или почтой. Продажа через Интернет и видеотелефон позволяет потребителю увидеть большой спектр товаров в то время, когда он захочет, и немедленно сделать заказ. Предметом такой продажи могут стать не только товары, но и работы или услуги (например, составление гороскопов, заочное обучение). Такая продажа, когда договоры заключаются сторонами на расстоянии (заочно) с помощью средств связи, получили название дистанционные продажи.

На сегодня особенно сложным является вопрос защиты прав потребителей при заключении договоров в соци-





альных сетях. Популярными социальными сетями Facebook, Twitter и ВКонтакте уже давно перестали быть просто каналом коммуникации и стали движущими инструментами для ведения бизнеса. Распространенными, например, в ВКонтакте есть паблик, посвященные продаже разнообразного хенд-мейда, одежды, секонд-хенда или оказанию услуг в сфере красоты. Таких групп множество, некоторые из которых, если брать только украинский сегмент, имеют более 20 тысяч фанов.

Сама по себе продажа товаров с использованием соцсетей не является неправомерным, поскольку отечественное законодательство не содержит нормативного акта, который бы запрещал продажу товаров через социальные сети. Учитывая систему законодательства в сфере электронной коммерции, то в данном случае происходит продажа товаров «на заказ вне офисного или торгового помещения». Такая продажа должна быть оформлена соответствующим образом. А поскольку самостоятельная, регулярная продажа через социальные сети с целью получения прибыли подпадает под определение предпринимательской деятельности и должна осуществляться субъектом предпринимательской деятельности физическим или юридическим лицом, зарегистрированным в установленном Законом Украины «О регистрации юридических лиц и физических лиц – предпринимателей», то только после этого по сути лицо, приобретает такую продукцию имеет право защищать свои права, предусмотренные Законом «О защите прав потребителей», поскольку в соответствии со ст. 1 указанного закона продавцом является субъект хозяйствования, который, согласно договору, реализует потребителю товары или предлагает их к реализации. Поэтому в случае, когда лицо, перечислив деньги продавцу, не получило товар, оно может обратиться только в органы внутренних дел с заявлением о мошенничестве, если при этом у нее сохраняется чек о переводе определенной суммы денег для продавца.

Правовое регулирование защиты прав потребителей в сфере коммуникации осуществляется в соответствии с Директивой 2002/22 Европейского парламента и Совета от 7 марта 2002 о совместных правовых рамках для элек-

тронных коммуникационных сетей и услуг (Рамочная Директива) [7], а также Директивы 97/66/ЕС Европейского парламента и Совета относительно обработки персональных данных и защиты права на невмешательство в личную жизнь в телекоммуникационном секторе от 15 декабря 1997 [8], Директивы 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета о защите прав потребителей в дистанционных контрактах от 20 мая 1997 года. Целью последней Директивы является сближение законов, постановлений и административных положений государств-членов в сфере дистанционных контрактов, заключаемых между потребителями и поставщиками.

Понятие «дистанционный контракт», которое отсутствует в национальном законодательстве, означает любой контракт, предметом которого являются товары или услуги, заключенный между поставщиком и потребителем в соответствии с организованной дистанционной коммерции или схемы поставок услуг, которой занимается поставщик, с целью контракта удаётся к исключительного использования одного или более средств дистанционной связи. При этом понятие «потребитель» означает любое физическое лицо, в контрактах, которые регулируются этой Директивой, действует не в целях своей коммерческой или профессиональной деятельности, а понятие «поставщик» означает любое физическое или юридическое лицо, в контрактах, регулируемых настоящей Директивой, действует в целях своей коммерческой или профессиональной деятельности. Под средствами дистанционной связи понимаются любые средства, которые могут быть использованы с целью заключения контракта между поставщиком и потребителем при условии их одновременного физического отсутствия. Список средств, регулируемых настоящей Директивой, содержится в Приложении I. Оператор средств связи означает любую государственную или частную физическое или юридическое лицо, коммерческая или профессиональная деятельность которой предусматривает предоставление поставщику доступа к одному или более средств дистанционной связи.

Потребитель должен получать письменное подтверждение или под-

тверждение с помощью любого другого надежного способа, доступного ему, информации в течение надлежащего периода времени при выполнении контракта и позже – на время доставки, если вовлечены товары не для доставки третьим сторонам в случае, если информация к тому ни была предоставлена потребителю до заключения контракта в письменной форме или иным надежным способом, ему доступным [1, с. 231]. В любом случае должна быть предоставлена следующая информация: письменная информация об условиях и процедурах реализации права выхода из контракта, фактическом адресе местонахождения предприятия поставщика, к которому потребитель может подавать любые свои жалобы, информация об обслуживании на дому работниками предприятия и о существующих гарантиях, условиях аннулирования контракта, если в нем не указан особый срок действия или срок его действия превышает один год.

**Выводы.** Проанализировав национальное законодательство, регламентирующее защиту прав потребителей в сфере коммуникаций, мы пришли к выводу, что несмотря на то, что на сегодняшний день торговля с использованием Интернет является довольно распространенной, соответствие национального законодательства правовым актам ЕС низкая, и в некоторых случаях национальное законодательство не отвечает и не учитывает положений *acquis* ЕС. В частности, нормами материального права национального законодательства не учтено право потребителя на заключение любого дистанционного контракта, на обеспечение информацией о существенных условиях дистанционного контракта. Национальным законодательством не предусмотрено, что потребитель должен получать письменное подтверждение или подтверждение с помощью любого другого надежного способа, доступного ему, информации о существенных требованиях дистанционного контракта.

#### Список использованной литературы:

1. Білоусов Ю. В. Цивільно-правовий статус споживача: у контексті



адаптації національного законодавства до законодавства Європейського Союзу [Текст] : монографія. – К. : НДІ ППП НАПрН України, 2010. – 288 с.

2. Черняк О. Ю. Цивільно-правовий статус споживача у контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу [Текст] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. – К., 2011. – 230 с.

3. Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності : Постанова Пленуму Вищого господарського суду України від 17 жовтня 2012 року № 12 [Електронний ресурс] Верховна Рада України. Офіційний веб-портал. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0012600-12>.

4. Жайворонок Т. Є. Аналіз судової практики з розгляду цивільних справ про захист прав споживачів (2009-2012 рр.) [Електронний ресурс] / Т. Є. Жайворонок. Верховний Суд України. Інформаційний сервер. – Режим доступу : <http://www.scourt.gov.ua/clients/vs.nsf/3adfd2d0e52f68d76c2256c080037bac9/cf16b389fdf2aaeac2257b25004550d7?OpenDocument>.

5. Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises [Text] // Official Journal. – L 372. – 31.12.1985. – P. 31–33.

6. Бареттини К. Регулирование прямых продаж в европейском законодательстве [Текст] / К. Бареттини // Регулирование прямых и дистанционных продаж в Европейском Сообществе и России : рабочие материалы. – М. : СПРОС КонфОП, 1999. – С. 9–36.

7. Directive 2002/22/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services (Universal Service Directive) [Text] // Official Journal. – L 108. – 24. 04. 2002. – P. 51 – 77.

8. Directive 97/66/EC of the European Parliament and of the Council of 15 December 1997 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the telecommunications sector // Official Journal. – L 24. – 30. 01. 1998. – P. 1–8.

## УСЛОВИЯ ТРУДА КАК ЗНАЧИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТВОРЧЕСТВА

И. БОГДАН,  
аспирант кафедры трудового права и права социального обеспечения  
Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

### SUMMARY

The article deals with the overall situation of legal ensuring of creativity in labor relations through setting appropriate and sufficient conditions for this work. It is noted the existence of artist discrimination by the character of labor. It is established that to provide the proper and sufficient working conditions for professional artists is the employer's duty. In its turn, providing the conditions for creativity of amateur employees is the right of the employer and can be stipulated in order to stimulate creativity during the execution of work. Offered to provide in labor legislation a minimum level of guarantees as to the working conditions of artists, and to amateur employees for whom creativity is an expression of a subjective right.

**Key words:** working conditions, creative employee, discrimination, freelance.

\* \* \*

В статье исследуется общее состояние правового обеспечения творчества в трудовых отношениях путем установления надлежащих и достаточных для этого условий труда. Отмечается о наличии дискриминации творческих работников по характеру труда. Установлено, что для работодателя является обязанностью обеспечивать надлежащие и достаточные условия труда для профессиональных творческих работников. В свою очередь, обеспечение условий для проявления творчества работниками-любителями является правом работодателя и могут быть установлены с целью стимулирования творчества при выполнении работы. Предлагается в законодательстве о труде предусмотреть минимальный уровень гарантий условий труда как для творческих работников, так и для работников-любителей, для которых проявление творчества является субъективным правом.

**Ключевые слова:** условия труда, творческий работник, дискриминация, фриланс.

*Вступление. Понятие «творчество» является универсальным, что дает возможность рассматривать его содержание в трудо-правовом аспекте.*

*Суть такого подхода заключается в том, что творчество следует определять как группу общественных отношений, которая, в частности, включает в себя: 1) отношения, связанные с правовым обеспечением реализации способности к творчеству субъектами трудовых отношений; 2) отношения, возникающие по поводу реализации субъектами трудовых отношений субъективного права на творчество и/или выполнения юридической обязанности творить; 3) отношения, связанные с правовым регулированием условий создания интеллектуальных творческих трудовых достижений работника [1, с. 67]. Кроме того, в эту группу отношений следует добавить группу отношений, которые также связаны с использованием таких достижений различными лицами.*

Определение «творчества» в качестве круга общественных отношений соответствует методологической традиции, которая иллюстрируется тезисом А. И. Процевского о том, что необходимым условием проявления и существования труда являются общественные отношения, при которых и осуществляется процесс труда [2, с. 15].

Справедливость такого подхода и для определения условий творчества является очевидной. Во-первых, очевиден общественный характер творчества как труда, как деятельности, которая

проистекает в определенных условиях. Во-вторых, творчество как разновидность труда предполагает достижение конкретных общественно-значимых результатов.

И чем конкретнее ожидание результата, тем значительнее связь с ними условий их достижения и тем очевиднее те условия труда, которые необходимы для их достижения. Иными словами, творческий результат предполагает специальные средства его достижения.

Непосредственным специальным средством правового обеспечения