**Реклама товара**

Договор считается заключенным, когда оферент (страна, делающая предложение заключить договор), получит акцепт от акцентатнта (страна, принимающая приглашение).

Предложение, называемое офертой в соответствии со ст. 435 ГК:

а) должно быть достаточно определенным и выражать явные намерения лица заключить договор;

б) должно содержать все существенные условия договора;

в) должно быть обращено к одному или нескольким конкретным лицам.

Реклама может рассматриваться как публичная оферта или как вызов на оферту.

Выясним различие между этими понятиями.

Предложение при отсутствии любого из указанных выше признаков может рассматриваться только как вызов на оферту (приглашение на оферту). Так, например, показанное по телевидению, полученное по почте и т.д. предложение от торговой фирмы посетить ее магазин и приобрести имеющиеся в наличии товары не является офертой, т.к. в данном предложении отсутствуют существенные условия договора купли-продажи. Реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение сделать оферту (вызов на оферту), если иное прямо не указано в предложении (п. 1 ст. 437 ГК).

Под публичной офертой понимается содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется (п. 2 ст. 2 - 437 ГК). В этом случае предложение заключить договор обращено к любому и каждому.

Поэтому первый, кто отзовется на публичную оферту, акцептует ее и тем самым снимет предложение (автоматы по продаже прохладительных напитков, размещенные на прилавках магазина товары и т.п.).

Следует отметить, что понятие публичной оферты, содержащееся в ст. 437 ГК, не вполне согласуется с тем, как понимается публичная оферта товара в ст. 494 ГК.

“Выставление в месте продажи (на прилавках, в витринах и т.п.) товаров, демонстрация их образцов ... (описаний, каталогов...) ... признается публичной офертой независимо от того, указаны ли цены и другие существенные условия договора розничной купли-продажи...” (п. 2 ст. 494 ГК).

Открытый публичный конкурс (ст. 1057-1061)

Предметом публичного конкурса может быть не только “лучшее выполнение работы” (как это предусмотрено в Кодексе 1964 г., где впервые появилась соответствующая глава), но и “достижение иных результатов” (например, конкурс пианистов или вокалистов).

Публичный конкурс имеет ряд особенностей. Одна из них: он должен быть направлен на достижение определенных общественно-полезных целей (п. 2 ст. 1057 ГК). В противном случае конкурс признается недействительным с последствиями, предусмотренными § 2 главы 9 “Сделки”. Другая состоит в том, что вознаграждение выплачивается не просто лицу, совершившему определенные действия, но именно тому, кто выполняет объявленные условия публичного конкурса лучше всех и признан победителем конкурса в соответствии с его условиями (п. 1 ст. 1057). Иные обязательные условия (п. 4 ст. 1057): указание существа задания, критериев оценки результатов, место, срок и порядок их представления.

Открытый конкурс означает, что предложение организатора обращено ко всем желающим и делается путем объявления в средствах массовой информации. При открытом конкурсе его организатор не может отказать в приеме работ или оценке достижений кому-либо, что, впрочем, не исключает права организатора осуществить предварительную квалификацию его участников (если это вытекает из целей и условий конкурса).

Круг возможных организаторов и закрытого и открытого конкурсов ничем не ограничен.

При подготовке данной работы были использованы материалы с сайта http://www.studentu.ru