

## РОЗДІЛ 2

# ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО І ЦИВІЛЬНИЙ ПРОЦЕС; СІМЕЙНЕ ПРАВО; МІЖНАРОДНЕ ПРИВАТНЕ ПРАВО

УДК 347.411

### КОЛІЗІЙНІ ПИТАННЯ ОФОРМЛЕННЯ ПОРЯДКУ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ПІД ЧАС РОЗМІЩЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

### CONFLICT ISSUES OF LAND-USE REGISTRATION PROCEDURES IN PLACING OUTDOOR ADVERTISING OBJECTS

*Деледівка С.Г.,  
аспірант кафедри цивільного права і процесу  
Національна академія внутрішніх справ*

У статті досліджується нормативне визначення понять «нерухоме майно» та «зовнішня реклама», аналізується зміст колізійних норм права та судова практика щодо оформлення землекористування для стаціонарних рекламних конструкцій, формулюються правила тлумачення правових норм, пропонуються шляхи подолання наявних правових колізій.

**Ключові слова:** нерухоме майно, землекористування, стаціонарні рекламні конструкції, колізії правових норм, договір про розміщення реклами.

В статье исследуются нормативные определения понятий «недвижимое имущество» и «внешняя реклама», анализируется содержание коллизионных норм и судебная практика по оформлению землепользования для стационарных рекламных конструкций, формулируются правила толкования правовых норм, предлагаются способы преодоления существующих правовых коллизий.

**Ключевые слова:** недвижимое имущество, стационарные рекламные конструкции, коллизии правовых норм, договор о размещении рекламы.

Public relations in the field of advertising are characterized by multidisciplinary content, basing on economical, psychological, legal and other types of grounds. Analysis of current normative legal acts testifies to the presence of a number of conflict issues regarding the procedure for registration of land use relations when placing advertising constructions. The matter of necessity to conclude a land plot lease agreement between the owners of advertising media and the owners of the land plots, where the appropriate stationary advertising constructions shall be placed, is theoretically and practically uncertain.

Due to the requirements of the land legislation, rights to land, including temporary use, require appropriate registration and public certification. On the other hand, legislation on advertising does not require conclusion of a land lease agreement for placement of advertising constructions. Analysis of judicial practice shows contradictions in approaches to solving the mentioned issues and lack of unity of approaches in solving this issue.

Thus, in regulation of such relationships there is a typical manifestation of conflict, the mechanism and methodology of overcoming which are theoretically developed rules of systematic interpretation of relevant legal norms, including conclusion from the opposite and direct or indirect devolving along with provision for law.

Conclusion from the opposite to the special legislative provision on advertising, which contains restrictions on the establishment of prohibitions, derives a logical provision – other prohibitions on placement of outdoor advertising shall not be established. This normatively derived provision, in terms of proposed methodology, has advantage in law enforcement against the norms of land legislation regarding absence of a need to conclude a land lease agreement when establishing a stationary advertising construction.

However, complete overcoming of this conflict, which in theory is called the resolution of conflict, is possible only by amending current legislation.

**Key words:** immovable property, land-use, stationary advertising construction, conflicts of laws' provisions, advertising placement agreement.

Супільні відносини у сфері реклами характеризуються багатоаспектним змістом, маючи в своїй основі економічне, психологічне, юридичне та інше підґрунтя.

У правовій площині відносини з розміщення реклами були предметом уваги багатьох представників юридичної науки, зокрема таких учених, як Ю.І. Зоріна, О.Г. Курчин, Л.В. Мамчур, А.І. Черемнова, О.Р. Шишка. Особливість реалізації договору реклами часто супроводжується необхідністю укладання супутніх договорів, зокрема, договору оренди земельної ділянки. Аналіз чинних нормативно-правових актів дозволив дійти висновку про наявність цілої низки колізійних питань щодо порядку оформлення відносин землекористування під час установлення рекламних конструкцій, а судова практика із цього питання не є усталеною. Необхідність дослідження зумовлюється також потребою вироблення відповідних правил тлумачення правових норм і подолання нормативних колізій.

Мета статті полягає в здійсненні аналізу чинних нормативно-правових актів і практики їх правозастосування з метою вироблення єдиних теоретико-правових підходів

щодо регулювання відносин, пов'язаних із доцільністю укладання договору оренди земельної ділянки під час установлення стаціонарних рекламних конструкцій.

Згідно з уніфікованими визначеннями нерухомого майна, що містяться в законодавстві, нерухоме майно – земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці й невід'ємно пов'язані з нею, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення, а також інше майно, що згідно із законодавством належить до нерухомого майна. Аналіз таких визначень дозволяє віднести до нерухомого майна такі об'єкти та їхні ознаки: 1) земельні ділянки; 2) об'єкти, що розташовані на земельних ділянках і нерозривно пов'язані із землею, тобто такі, що не можуть існувати без землі; 3) переміщення зазначених об'єктів є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення; 4) інше майно, що згідно із законодавством належить до нерухомого майна.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про рекламу» [1] зовнішня реклама – реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях –

рекламоносій, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.

Як впливає з наведеного законодавчого визначення понять «нерухоме майно» та «зовнішня реклама», такий вид рекламоносіїв, як спеціальні стаціонарні конструкції, розташовані на відкритій місцевості, інколи можуть мати нерозривний зв'язок із землею та наділятися статусом нерухомого майна. Теоретично та практично цікавим є таке питання: чи є необхідним укладання договору оренди земельної ділянки між власниками рекламоносіїв і власниками земельних ділянок, на якій знаходяться відповідні рекламні стаціонарні конструкції?

Відповідно до ст. ст. 125, 126 Земельного кодексу України (далі – ЗКУ) [2], ст. 2 Закону України «Про оренду землі» [3], право власності на земельну ділянку, а також право постійного користування та право оренди земельної ділянки виникають із моменту державної реєстрації цих прав. Отже, згідно з вимогами земельного законодавства, що мають статус виключно імперативних, права на земельні ділянки, зокрема тимчасового користування, потребують відповідного оформлення та публічного засвідчення.

Слід зазначити, що в Законі України «Про рекламу», у Типових правилах розміщення зовнішньої реклами [4], в інших нормативних актах загальнодержавної дії не міститься відповіді на запитання, чи є необхідним укладання договору оренди земельної ділянки для встановлення стаціонарних рекламних конструкцій. Більше того, прийняті на виконання Типових правил регіональні акти, зокрема Рішення Київської міської ради «Про затвердження Порядку розміщення реклами в м. Києві» [5], Правила розміщення зовнішньої реклами в місті Одеса [6], Порядок надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Дніпропетровської області [7], Порядок розміщення, експлуатації та демонтажу рекламних засобів у м. Запоріжжя [8] та ін. також містять прогалину в регулюванні цих відносин. Для отримання відповіді на це питання слід звернутися до судової практики, зокрема практики Вищого господарського суду України (далі – ВГСУ).

Так згідно з Постановою від 30.05.2007 р. у справі № 2-21/15845-2006 [9] під час розгляду позову прокурора, поданого в інтересах місцевої ради про звільнення самовільно зайнятої земельної ділянки, ВГСУ погодився з позицією заявників щодо необхідності належного оформлення ділянки для розміщення на відкритій місцевості зовнішньої реклами, зокрема шляхом укладання договору оренди землі; визначив суб'єктів розпорядження землями комунальної власності в особі виключно місцевих рад; зазначив про необхідність здійснення погоджувальних процедур щодо відведення земельної ділянки тощо. Приймаючи рішення, колегія суддів зазначила, що під час вирішення цієї категорії справ необхідно надати правову оцінку правомірності використання земельної ділянки для встановлення й розміщення на ній металевої конструкції на фундаменті, яка використовується в якості рекламного носія, дослідити докази відведення цієї ділянки для зазначеної мети; установити, чи дотриманий органами місцевого самоврядування порядок передачі земельної ділянки для розміщення рекламного засобу, виходячи з вимог земельного законодавства щодо повноважень органів місцевого самоврядування у сфері земельних відносин. При цьому було зазначено, що виконавчий комітет місцевої ради не мав повноважень укладати договір «користування візуально-інформаційним простором». Таким чином, у цій справі суд сформулював позицію, що встановлення стаціонарних об'єктів для розміщення зовнішньої реклами можливе тільки й виключно після укладання договору оренди земельної ділянки з місцевою радою.

Однак в інших своїх рішеннях ВГСУ демонстрував діаметрально протилежну позицію. Так, у Постанові від 01.06.2011 р. у справі № 54/246-10 [10] зазначено, що позивач (виконком) є спеціально вповноваженим органом, який наділений органом місцевого самоврядування повноваженнями щодо надання в користування місць, що знаходяться в комунальній власності, для розташування спеціальних рекламних конструкцій; була підтверджена позиція судів попередніх інстанцій про неприйняття до уваги доводів, що за таких обставин має укладатися договір оренди землі. Тлумачення зазначеної позиції дозволяє стверджувати, що ВГСУ хоча й непрямо, але підтримує висновок про розмежування договорів оренди земельних ділянок, з одного боку, і користування місцями для встановлення рекламних конструкцій на відкритій місцевості – з іншого, аргументуючи такий висновок тим, що ці інститути мають різні джерела регулювання (відповідно Закон «Про оренду землі» та Закон «Про рекламу»), а також тим, що виконком місцевої ради чи інший уповноважений нею орган має належні й достатні повноваження на укладання договору про тимчасове користування місцем для встановлення рекламної конструкції на відкритій місцевості.

Більш категорично ВГСУ висловився в Постанові від 21.11.2008 р. у справі № 29/389-07 [11], де скасував окрему ухвалу апеляційного суду щодо порушення законності в діяльності місцевих органів влади, які надавали місця для розміщення рекламних конструкцій не за рішеннями самих рад, без дотримання процедури надання земельних ділянок і без урахування інших вимог чинного земельного законодавства. При цьому колегією ВГСУ зазначено, що згідно з п. 1 Типових правил саме вони регулюють відносини, що виникають у зв'язку з розміщенням зовнішньої реклами в населених пунктах, і визначають порядок надання дозволів на розміщення такої реклами. Типові правила визначають вичерпний перелік документів, необхідних для одержання дозволу (п. п. 9, 14). Зазначені Типові правила, Правила розміщення зовнішньої реклами в місті Харків визначають і порядок надання в тимчасове платне користування місць для розташування спеціальних (реklamних) конструкцій, що відбувається на підставі відповідних договорів, необхідність укладання яких не оскаржується. Отже, за таких обставин суд апеляційної інстанції за наявності спеціального законодавства безпідставно застосував до спірних правовідносин, пов'язаних із розміщенням зовнішньої реклами, загальні норми земельного законодавства, що спричинило неправильне застосування ним ст. 90 Господарського процесуального кодексу України.

Таким чином, суд у цій справі кваліфікував норми щодо регулювання відносин із розміщення зовнішньої реклами як спеціальні щодо загальних норм земельного законодавства, надавши пріоритет у застосуванні саме першим перед останніми. З одного боку, це є прикладом, коли судові правозастосування випереджає правотворчість. З іншого боку, спостерігається типовий прояв колізій, механізм подолання яких є проблемою теорії права та теорії галузевих юридичних наук. Для визначення того, який із підходів ВГСУ щодо вирішення колізії норм земельного законодавства та законодавства про рекламу є правильним, слід звернутися до джерел юридичної науки.

С.Л. Лисенков визначає колізію як розбіжність між приписами двох або більше чинних норм права, що регулюють одні й ті самі суспільні відносини [12, с. 233]. Б.В. Малишев визначає колізію норм права як різновид юридичних протиріч, який виникає за наявності як мінімум двох норм права (правових приписів), що регулюють одні й ті самі суспільні відносини, але внаслідок розходження між їхнім змістом необхідно обрати лише одну норму. Формами вирішення колізій автор визнає їх усунення, що є функцією виключно правотворчого орга-

ну, а також подолання колізій, що здійснюється шляхом казуального тлумачення правових норм, зокрема під час здійснення правосуддя [13, с. 145].

Прикладом подібного подолання колізій є системне тлумачення норм земельного законодавства та законодавства про рекламу, здійснене ВГСУ в останній із коментованих постанов. Однак, на думку автора, найбільш повно й змістовно, з урахуванням як новітніх теоретичних напрацювань, так і узагальнень судової практики, проблема колізій і механізмів їх подолання висвітлена в роботі колективу авторів у «Новітньому вченні про тлумачення правових актів» [14, с. 99].

У контексті окреслених завдань і з урахуванням коментованих протилежних позицій ВГСУ, з урахуванням напрацювань юридичної науки щодо механізму подолання колізій необхідно розібратися з тим, який із двох підходів судової практики із цього питання є найбільш правильним і в якій спосіб слід вирішити вказану проблему.

Цитовані вище норми ЗК України встановлюють імперативний порядок і форму набуття прав на землю: будь-яке землекористування має бути оформлене, зокрема шляхом укладання договору оренди земельної ділянки, а речове право зареєстроване у встановленому порядку. Жодних винятків із зазначеного режиму ЗК України не передбачає. Ст. 16 Закону України «Про рекламу», що регулює відносини зовнішньої реклами, зобов'язує під час її розміщення отримувати відповідні дозволи, установлює необхідність її погодження з власником на територіях, будинках і спорудах, визначає вимоги й заборони для зовнішньої реклами, а також передбачає, що деталізація відповідного регулювання здійснюється на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України. Типові правила [4] встановлюють необхідність укладання виключно договору про тимчасове платне користування місць для розташування спеціальних (реklamних) конструкцій. Тобто ні законодавство про рекламу, ні Типові правила прямо не передбачають необхідності укладання договору оренди земельної ділянки, але й прямо не встановлюють зворотного (що укладання такого договору не є необхідним). З іншого боку, земельним законодавством установлена пряма імперативна вимога щодо необхідності оформлення прав землекористування, зокрема шляхом укладання договору оренди.

На перший погляд подолання зазначеної колізії здійснюється так: спеціальна норма земельного законодавства має пріоритет у правозастосуванні перед загальною нормою законодавства про рекламу (змістовна колізія); норми ЗК України, тобто акта вищої юридичної сили, мають переважне застосування перед підзаконними нормами Типових правил (ієрархічна колізія). Однак у зазначеній ситуації є принципово важливою наявність норми, викладеної в ч. 5 ст. 16 Закону України «Про рекламу», що перелік обмежень і заборон щодо розміщення зовнішньої реклами,

установлений цим Законом, є вичерпним. Очевидно, що до зазначених обмежень потрапляють і відповідні обмеження земельного законодавства.

Методологією вирішення цієї колізії є, як було зазначено вище, запропонований колективом авторів у «Новітньому вченні про тлумачення правових актів» такий вид системного тлумачення, як висновок від протилежного, а також правила такого виду системного тлумачення. Так, користуючись виробленими позиціями зазначених авторів, під час подолання цієї колізії може бути використаний метод так званого прямого або непрямого впливання висновку з норми права. Отже, якщо зі спеціальної норми висновком від протилежного прямо впливає положення (яке не встановлене в законі безпосередньо), що суперечить прямо встановленій загальній правовій нормі, то пріоритет у правозастосуванні має це перше положення, виведене логічно з норми [14, с. 116]. Норма ч. 5 ст. 16 Закону України «Про рекламу» є спеціальною щодо норм земельного законодавства, оскільки містить виняток із загальних правил. Висновком від протилежного виводиться логічне положення із цієї спеціальної норми про те, що інші обмеження та заборони щодо розміщення зовнішньої реклами встановлюватися не можуть. Це нормативно виведене положення з погляду запропонованої методології має перевагу в правозастосуванні перед нормами земельного законодавства щодо необхідності укладання договору оренди земельної ділянки під час установлення стаціонарної конструкції на відкритій місцевості для встановлення зовнішньої реклами.

Виконане теоретико-нормативне дослідження проблем оформлення порядку землекористування під час розміщення об'єктів зовнішньої реклами дозволяє зробити низку теоретичних і практичних висновків:

- у чинному законодавстві наявна колізія щодо необхідності укладання договору оренди земельної ділянки для встановлення стаціонарної рекламної конструкції;
- судова практика щодо подолання зазначеної колізії не є усталеною;
- зазначена колізія може бути подолана шляхом системного тлумачення за допомогою правил прямого або непрямого впливання висновку з норми права;
- повне подолання зазначеної колізії, що в теорії має назву «усунення колізії», можливе виключно шляхом внесення змін до чинного законодавства;
- норма ч. 5 ст. 16 Закону України «Про рекламу» є спеціальною щодо норм земельного законодавства, оскільки містить виняток із загальних правил;
- для розміщення об'єктів зовнішньої реклами необхідним і достатнім є укладання з уповноваженим органом місцевого самоврядування (виконкомом, департаментом або відділом) договору про тимчасове платне користування місцем для розташування спеціальної (реklamної) конструкції, при цьому договір оренди землі не укладається.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Про рекламу: Закон України від 3.07.1996 р. Відомості Верховної Ради України. 1996, № 39 (24.09.1996). 181 с.
2. Земельний кодекс України: Закон України від 25.10.2001 р. Відомості Верховної Ради України, 2002. № 3–4 (25.01.2002). 27 с.
3. Про оренду землі: Закон України від 6.10.1998 р. Відомості Верховної Ради України, 1998. № 46–47. 280 с.
4. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 р. № 2067. Урядовий кур'єр, 2004. № 11.
5. Про затвердження Порядку розміщення реклами в м. Києві: Рішення Київської міської ради від 22.09.2011 р. № 37/6253. Хрещатик, 2011. № 151.
6. Про затвердження Правил розміщення зовнішньої реклами в місті Одесі у новій редакції: Рішення Виконавчого комітету Одеської міської ради від 22.04.2008 р. № 434. URL: <http://omr.gov.ua/projects/13007>.
7. Про затвердження Порядку надання дозволів на розміщення зовнішньої реклами поза межами населених пунктів Дніпропетровської області: Розпорядження Дніпропетровської обласної державної адміністрації від 29.03.2013 р. № Р-208/03-13. URL: [http://search.ligazako.ua/l\\_doc2.Nsf//liNek1/DN130070.html](http://search.ligazako.ua/l_doc2.Nsf//liNek1/DN130070.html).
8. Про затвердження Порядку розміщення, експлуатації та демонтажу рекламних засобів в м. Запоріжжі: Рішення Виконавчого комітету Запорізької міської ради від 22.04.2004 р. № 149. Ориєнтир, 2004. № 20.
9. Постанова Вищого господарського суду України від 30.05.2007 р. Справа № 2-21/15845-2006. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/700455>.

10. Постанова Вищого господарського суду України від 1.06.2011 р. Справа № 54/246-10. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/16461189>.

11. Постанова Вищого господарського суду України від 21.11.2008 р. Справа № 29/389-07. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/2419002>.

12. Лисенков С.Л., Колодій А.М., Тихомиров О.Д., Ковальський В.С. Теорія держави і права: підручник. К.: Юрінком Інтер, 2005. 448 с.

13. Малишев Б.В., Москалюк О.В. Застосування норм права (теорія і практика): навчальний посібник. К.: Реферат, 2010. 260 с.

14. Ротань В.Г. Новітнє вчення про тлумачення правових актів: навчальний посібник з курсу тлумачення правових актів для суддів, що проходять підвищення кваліфікації, і кандидатів на посаду суддів, що проходять спеціальну підготовку / В.Г. Ротань, І.Л. Самсін, А.Г. Ярма та ін.; за заг. ред. В.Г. Ротаня. Х.: Право, 2013. 752 с.

УДК 347.45

## ПРАВОВА ПРИРОДА ДОГОВОРУ УМОВНОГО ДЕПОНУВАННЯ (ЕСКРОУ)

### THE LEGAL NATURE OF THE ESCROW AGREEMENT

Згама А.О.,

к.ю.н., доцент,

доцент кафедри цивільного та господарського права і процесу

Міжнародний гуманітарний університет

Стаття присвячена дослідженню поняття, правової природи й місця договору умовного депонування (ескроу) в системі договорів. Особлива увага приділена аналізу договору рахунку умовного зберігання, котрий отримав нормативно-правове закріплення у вітчизняному цивільному законодавстві. Крім того, вказується на відмінності договору ескроу від договору банківського рахунку.

**Ключові слова:** договір умовного депонування (ескроу), договір рахунку умовного зберігання, зобов'язання ескроу, депонент, ескроу-агент, бенефіціар.

Статья посвящена исследованию понятия, правовой природы и места договора эскроу в системе договоров. Основное внимание уделено анализу договора счета эскроу, который уже получил нормативно-правовое регулирование в отечественном гражданском законодательстве. Указывается на отличия договора счета эскроу от договора банковского счета.

**Ключевые слова:** договор условного депонирования (эскроу), договор счета условного хранения, обязательства эскроу, депонент, эскроу-агент, бенефициар.

The article is devoted to the study of the concept, the legal nature and place of the escrow agreement in the law system. The provides a detailed analysis of the views of other researchers, as well as their own proposals for the correct application of the legal nature of the escrow. The article indicated that the escrow agreement belongs to mixed and complex contracts. Central attention is paid to the analysis of the contract in escrow, which has already received legal regulation in domestic civil law. The author defines the concept, features and main differences of the contract escrow account from other Bank accounts. The present article is concerned with the analysis of possible courses of changing the existing legislation with a view to eliminating the existing legal barriers when using escrow accounts.

**Key words:** escrow agreement, escrow account, obligation escrow, depositor, escrow agent, beneficiary.

Договір умовного депонування (ескроу) є однією з нових договірних конструкцій вітчизняного законодавства, що знайшла втілення в доповненні гл. 72 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) параграфом 2 під назвою «Рахунок умовного зберігання (ескроу)» [1].

Світовій спільноті договір ескроу відомий ще з 30-х рр. XX ст. Використання умовного депонування коштів на рахунок типу ескроу передбачається в якості можливого механізму платежу в Керівництві з правових аспектів нових форм промислового співробітництва (Міжнародні договори про закупівлі) і в Керівництві зі складання міжнародних договорів про зустрічну торгівлю, які були розроблені Європейською Економічною комісією ООН в 1990 р. Умовне депонування активно застосовується в США, Великій Британії, Німеччині, Данії, Голландії тощо.

У світлі внесених змін до ЦК України зазначимо, що правове регулювання відносин, які виникають із цього договору, містить суперечності порівняно з традиційним його розумінням, що має місце в низці країн світу. Нині серед науковців відсутня узгодженість стосовно правової природи договору умовного депонування (ескроу), його предмета й об'єкта, кваліфікації сторін тощо. Крім того, в Україні практика застосування договору умовного депонування (ескроу) наразі не сформована, незважаючи на нещодавнє законодавче закріплення відносин ескроу. Тому вагомими є теоретичні напрацювання вчених у цю-

му питанні та практика використання договору ескроу в зарубіжних країнах.

Теоретичною основою досліджень договору умовного депонування (ескроу) є праці В. Батіна, М. Башкатова, О. Блінкової, Л. Василевської, В. Калмикова, М. Карпичова, Ю. Конєвінової, О. Мельника, Н. Новікової, І. Степанян та ін. Проте правова природа договору умовного депонування (ескроу) не була предметом окремої уваги вітчизняних дослідників.

Метою статті є дослідження правової природи договору умовного депонування (ескроу) у контексті аналізу доктринальних і законодавчих положень, а також правової характеристики договору ескроу, закріпленої в чинному законодавстві.

Відповідно до ч. 1 ст. 1076-1 ЦК України за договором рахунку умовного зберігання (ескроу) банк зобов'язується приймати та зарховувати на рахунок умовного зберігання (ескроу), відкритий клієнтові (володільцю рахунку), грошові кошти, отримані від володільця рахунку та/або від третіх осіб, і перераховувати такі кошти особі (особам), указаній володільцем рахунку (бенефіціару або бенефіціарам), або повернути такі кошти володільцю рахунку після настання підстав, передбачених договором рахунку умовного зберігання (ескроу).

Буквальне тлумачення ч. 1 ст. 1076-1 ЦК України вказує на те, що законодавець фактично уніфікував поняття договору рахунку умовного зберігання (ескроу) і договору