

Адміністративно-правове забезпечення надання реklamних послуг в Україні

У монографії досліджено сутність адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг в Україні, його поняття та ознаки, історичний генезис, особливості сучасного стану законодавства. Розглянуто адміністративно-правовий механізм забезпечення надання рекламних послуг, його поняття та елементи, адміністративно-правовий статус осіб, які його забезпечують та їх класифікація, адміністративно-правова відповідальність у зазначеній сфері.

Проаналізовано міжнародний досвід адміністративно-правового регулювання надання рекламних послуг та запропоновані шляхи його використання в Україні. Запропоновано шляхи підвищення ефективності адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг в Україні.

Монографія розрахована на наукових працівників, викладачів, практичних працівників, студентів які цікавляться проблемами надання рекламних послуг в Україні.

УДК 342.92(477):340.134

ББК 67.401

С 87

*Рекомендовано для друку вченою радою Класичного приватного
університету (протокол № 9 від 29 червня 2016 р.)*

Рецензенти:

Солошкіна І. В. - доктор юридичних наук, доцент кафедри державно-правових дисциплін Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна;

Козарчук Д. А. - кандидат юридичних наук, доцент кафедри адміністративного та фінансового права Національного університету "Одеська юридична академія".

Струневич О. П.

С 87 Адміністративно-правове забезпечення надання рекламних послуг в Україні : монографія / О. П. Струневич. – Одеса : Фенікс, 2016. – 224 с.

ISBN 978-966-928-100-5

У монографії досліджено сутність адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг в Україні, його поняття та ознаки, історичний генезис, особливості сучасного стану законодавства. Розглянуто адміністративно-правовий механізм забезпечення надання рекламних послуг, його поняття та елементи, адміністративно-правовий статус осіб, які його забезпечують та їх класифікація, адміністративно-правова відповідальність у зазначеній сфері. Проаналізовано міжнародний досвід адміністративно-правового регулювання надання рекламних послуг та запропоновані шляхи його використання в Україні. Запропоновано шляхи підвищення ефективності адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг в Україні.

Монографія розрахована на наукових працівників, викладачів, практичних працівників, усіх тих, хто цікавиться проблематикою адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг в Україні.

УДК 342.92(477):340.134

ББК 67.401

© Струневич О.П., 2016

ISBN 978-966-928-100-5

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
РОЗДІЛ 1.	
СУТНІСТЬ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДАННЯ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ	
1.1. Поняття та ознаки адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг в Україні	9
1.2. Історичний генезис розвитку адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг	35
1.3. Адміністративне законодавство про надання реklamних послуг: особливості сучасного стану	55
Висновки до розділу 1	81
РОЗДІЛ 2.	
АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДАННЯ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ	
2.1. Поняття та елементи адміністративно-правового механізму забезпечення надання рекламних послуг	83
2.2. Адміністративно-правовий статус та класифікація суб'єктів, які здійснюють забезпечення надання рекламних послуг	100
2.3. Адміністративно-правова відповідальність у сфері забезпечення надання рекламних послуг	122
Висновки до розділу 2	141

РОЗДІЛ 3.

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДАННЯ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ

3.1. Зарубіжний досвід адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг: шляхи запозичення для України	145
3.2. Шляхи підвищення ефективності адміністративно-правового забезпечення надання рекламних послуг в Україні.....	171
Висновки до розділу 3	193
ПІСЛЯМОВА	197
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	204

ПЕРЕДМОВА

Рекламні послуги присутні в усіх суспільних відносинах, пов'язаних з виробництвом, розповсюдженням та продажем товарів і послуг, тому вони потребують адміністративного втручання держави. Воно повинно бути впроваджено відповідно до саморегульованого принципу здійснення підприємницької діяльності в Україні шляхом створення комплексного наукового обґрунтування адміністративно-правового забезпечення. Ключове місце в адміністративно-правовому регулюванні рекламної діяльності посідають правові норми, що визначають загальні й спеціальні вимоги до реклами та встановлюють засади організації державного контролю й підстави застосування заходів адміністративного примусу у сфері рекламної діяльності.

На сьогодні суспільні відносини, пов'язані з виробництвом, розповсюдженням та споживанням реклами, певною мірою врегульовані чинним законодавством України. Але питання щодо правового забезпечення надання рекламних послуг залишаються невизначеними, а його науково-теоретичне обґрунтування перебуває на етапі свого зародження.

Сучасним національним законодавством про рекламу визначені основні поняття, система заборон і обов'язкових для виконання приписів, система органів державної влади, що здійснюють адміністративно-правове регулювання, адміністративну відповідальність та порядок притягнення до неї, контрольно-наглядові повноваження органів державної влади у сфері реклами. Проте, законодавство у сфері реклами має багато прогалин і суперечностей, що створює проблеми в правозастосовній практиці.

Без належної систематизації, деталізації регулювання окремих правових інститутів, визначення та законодавчого закріплення багатьох понять, встановлення прав, обов'язків і повноважень органів контролю за рекламною діяльністю, закріплення юридичної відповідальності за правопорушення у цій галузі економіки рекламна сфера зупиниться у розвитку та втратить своє значення для держави. Отже, необхідність



Перейти на сайт →